JRP : Jurnal Relasi Publik
Vol. 2, No. 1 Februari 2024
e-ISSN: 2986-3252; p-ISSN: 2986-4410, Hal 176-186
DOI : https://doi.org/10.59581/jrp-widyakarya.v2i1.2156

Peran Pemerintah Dalam Menangani Masuknya Alfamart Dan Indomaret Di Tanjung Pinang

The Role Of Government In Handling The Influx Alfamart And Indomaret In Tanjung Pinang

Indah Utami
Universitas Maritim Raja Ali Haji

Mellyana Candra
Universitas Maritim Raja Ali Haji

Wan Maulidia
Universitas Maritim Raja Ali Haji

Email Korespondensi: *Indahutami06@icloud.com*

Abstract: *Tanjung Pinang is the capital of the Riau Islands which has so many UMKM in the area that need to be fostered and developed so that all the businesses they own can become the focus of the community. Planning for the entry of Alfamart and Indomaret requires further study. Is it really necessary and very important for its existence in Tanjungpinang? So it is interesting in this research how intensive the government is in achieving the goal of entering this company and how urgent it is in the Tanjungpinang economy. Because in reality so many supermarkets in Tanjung Pinang will suffer losses and are far from profitable. So the role of government in providing policies must be more precise. This research uses a descriptive quantitative method, by collecting existing data related to existing problems using literature studies, interviews and other references. The aim of this research is to find out why the entry of Alfamart and Indomaret in Tanjung Pinang was rejected and what the future urgency of this is. And with research, it will form and add references to other students which will give rise to relevant answers.*

Keywords*: policy, government strategy, factors inhibiting the entry of Alfamart and Indomaret*

Abstrak: Tanjung Pinang merupakan ibu kota Kepulauan Riau yang memiliki banyak sekali UMKM di daerahnya yang perlu dibina dan dikembangkan agar semua usaha yang dimilikinya dapat menjadi fokus masyarakat. Perencanaan masuknya Alfamart dan Indomaret memerlukan kajian lebih lanjut. Apakah memang perlu dan sangat penting keberadaannya di Tanjungpinang? Sehingga menarik dalam penelitian ini betapa intensifnya pemerintah dalam mencapai tujuan masuknya perusahaan ini dan betapa mendesaknya hal tersebut dalam perekonomian Tanjungpinang. Karena kenyataannya banyak supermarket di Tanjung Pinang yang merugi dan jauh dari keuntungan. Jadi peran pemerintah dalam memberikan kebijakan harus lebih tepat. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif, dengan cara mengumpulkan data-data yang ada berkaitan dengan permasalahan yang ada dengan menggunakan studi literatur, wawancara dan referensi lainnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui alasan penolakan masuknya Alfamart dan Indomaret di Tanjung Pinang dan apa urgensinya ke depan. Dan dengan adanya penelitian akan membentuk dan menambah referensi bagi siswa lain sehingga akan memunculkan jawaban yang relevan.

Kata Kunci: kebijakan, strategi pemerintah, faktor penghambat masuknya Alfamart dan Indomaret

Received November 10, 2023; Accepted Desember 13, 2023; Published Februari 29, 2024
Indah Utami *Indahutami06@icloud.com*

PENDAHULUAN

Fenomena dan perhatian terhadap keberadaan mini market, seperti Alfamart dan Indomaret, telah menjadi hal menarik dalam dunia usaha. Mini market didesain untuk menarik konsumen dengan rak-rak yang teratur, berbagai produk, sistem pembayaran praktis, ruangan ber-AC, dan harga yang kompetitif. Hal ini membuat konsumen tertarik pada model toko ini, sementara pedagang kelontong konvensional menghadapi persaingan yang lebih ketat. Dalam konteks perkembangan dunia usaha di Indonesia, pasar tradisional mulai bersaing dengan bisnis eceran modern. Pusat perbelanjaan eceran, seperti minimarket, supermarket, dan hypermarket, bermunculan dengan berbagai bentuk dan ukuran. Model minimarket, seperti Alfamart dan Indomaret, yang telah menjamur, menawarkan berbagai keunggulan yang menarik dan menjadi fokus penelitian

Dalam menghadapi tuntutan masyarakat, Alfamart dan Indomaret perlu menjalankan strategi pemasaran yang terintegrasi dan menyeluruh. Salah satu elemen kunci dalam strategi pemasaran adalah promosi, yang berhubungan dengan cara perusahaan menyajikan penawaran produk pada segmen pasar tertentu. Produk yang ditawarkan oleh Alfamart dan Indomaret memiliki harga yang variatif dan kompetitif. Harga menjadi faktor penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian, dan kejelasan harga di display dengan kasir menjadi perhatian utama. Kualitas pelayanan juga menjadi aspek penting, diukur melalui kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kenyamanan dalam pelayanan kepada konsumen.

Promosi penjualan menjadi strategi untuk merangsang pembelian produk dengan segera dan meningkatkan jumlah barang yang dibeli. Pusat perbelanjaan modern menginvestasikan diri dalam jangka panjang dengan memberikan pelayanan baik, harga terjangkau, dan promosi yang menarik. Perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti promosi, harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen. Dengan variasi produk yang beragam, pusat perbelanjaan modern seperti Indomaret harus memperhatikan penentuan harga yang memperhitungkan nilai dan jasa produk. Kualitas pelayanan, baik dalam bentuk kebersihan, kenyamanan, maupun pelayanan yang ramah, juga perlu diperhatikan.

Dalam menghadapi persaingan dengan pusat perbelanjaan lain, Indomaret harus terus mempertahankan daya tariknya dengan strategi pemasaran yang efektif. Ini melibatkan pemahaman terhadap kebutuhan konsumen, penentuan harga yang kompetitif, pelayanan yang berkualitas, dan strategi promosi yang menarik. Pentingnya strategi pemasaran dalam dunia usaha tampak dari peran promosi, yang merupakan salah satu elemen dalam bauran pemasaran ritel. Assauri (1999) menjelaskan bahwa promosi adalah usaha perusahaan untuk

mempengaruhi konsumen agar bersedia melakukan pembelian ulang. Dalam konteks minimarket, promosi penjualan dapat melibatkan diskon, hadiah, atau insentif lainnya untuk mendorong konsumen agar segera melakukan pembelian dan meningkatkan volume pembelian. Lebih lanjut, produk yang ditawarkan oleh minimarket seperti Indomaret dan Alfamart memiliki harga yang menjadi faktor penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Harga, menurut Basu Swasta (2003), adalah nilai suatu barang dan jasa yang dapat diukur dengan sejumlah uang. Dalam konteks Indomaret dan Alfamart, penentuan harga yang variatif dan kompetitif diharapkan dapat menarik konsumen dan mendorong pembelian ulang. Kualitas pelayanan juga menjadi unsur krusial dalam persaingan bisnis ritel. Fandy Tjiptono (2000) menyatakan bahwa pelayanan mencakup sikap atau cara dalam melayani pelanggan, termasuk kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kenyamanan. Pusat perbelanjaan modern, seperti Indomaret, perlu memberikan pelayanan yang baik agar konsumen merasa puas dan cenderung melakukan pembelian ulang

Promosi, harga, dan kualitas pelayanan adalah elemen-elemen penting dalam strategi pemasaran ritel. Keseluruhan strategi ini harus dirancang secara menyeluruh dan terintegrasi untuk mencapai tujuan pemasaran produk. Dalam hal ini, penelitian dapat membahas bagaimana minimarket, seperti Indomaret dan Alfamart, merancang dan melaksanakan strategi pemasaran yang efektif untuk menarik konsumen dan mendorong pembelian ulang. Sementara itu, peran pusat perbelanjaan modern, seperti Indomaret, dalam menghadapi persaingan dengan jenis pasar lainnya juga perlu diperhatikan. Investasi jangka panjang, pelayanan yang baik, harga yang terjangkau, dan promosi secara besar-besaran menjadi strategi yang dilakukan untuk mempertahankan daya tarik konsumen. Sementara itu, peran pusat perbelanjaan modern, seperti Indomaret, dalam menghadapi persaingan dengan jenis pasar lainnya juga perlu diperhatikan. Investasi jangka panjang, pelayanan yang baik, harga yang terjangkau, dan promosi secara besar-besaran menjadi strategi yang dilakukan untuk mempertahankan daya tarik konsumen. Ketika mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian ulang, perlu dicermati konsep kepuasan konsumen. Lupiyoadi (2001) mencatat lima faktor utama yang berhubungan dengan kepuasan konsumen, termasuk kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, biaya, dan emosional. Pusat perbelanjaan modern, seperti Indomaret, harus memastikan bahwa produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang memuaskan dan harga yang sesuai untuk memenuhi harapan konsumen. Dalam hal ini, penelitian dapat membahas sejauh mana Indomaret dan Alfamart memperhatikan faktor-faktor tersebut dalam merancang strategi pemasaran mereka. Bagaimana promosi, harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan

konsumen diintegrasikan menjadi suatu kesatuan yang mampu meningkatkan keputusan pembelian ulang.

Dalam persaingan pasar ritel yang semakin ketat, pemahaman terhadap perilaku konsumen menjadi krusial. Edward (1988) mengemukakan bahwa perilaku pembelian dapat dilihat sebagai suatu proses teratur di mana seseorang berinteraksi dengan lingkungannya untuk mengambil keputusan atas produk atau jasa di pasar. Indomaret, sebagai pusat pembelanjaan yang menyediakan berbagai jenis produk, perlu memahami dan merespons secara efektif terhadap perilaku konsumen. Dalam hal ini, penelitian dapat menjelajahi bagaimana Indomaret menyesuaikan strategi pemasaran mereka dengan mempertimbangkan perilaku konsumen yang beragam. Terakhir, ketika membahas produk yang beragam dan daya tarik untuk pembelian ulang, penelitian dapat mendalami bagaimana variabilitas jenis produk, harga yang bersaing, dan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi keputusan konsumen. Dengan melibatkan konsep perilaku konsumen, promosi yang tepat, harga yang kompetitif, dan pelayanan yang memuaskan dapat menjadi faktor utama yang meningkatkan kepuasan konsumen dan memicu pembelian ulang. Dalam pusat perbelanjaan modern, seperti Indomaret, investasi dalam strategi pemasaran yang holistik dapat menjadi kunci keberhasilan. Keseluruhan tesis atau penelitian dapat mendalami bagaimana faktor-faktor tersebut saling berinteraksi dan berkontribusi terhadap pencapaian tujuan pemasaran produk dan pembelian ulang konsumen. Dengan melibatkan aspek-aspek tersebut, penelitian dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang strategi pemasaran ritel, khususnya pada pusat perbelanjaan modern seperti Indomaret. Kesimpulan dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi berharga terhadap pemahaman kita tentang bagaimana minimarket dapat berhasil memenangkan hati konsumen dan mempertahankan daya tarik mereka dalam pasar yang terus berkembang. Akademisi Umrah Winata Wira juga mendukung sikap Pj.Wako yang secara ilmiah akan mengkaji beberapa aspek terkait perizinan Alfamart dan Indomaret di Tanjungpinang.“Yang terpenting Pemko adalah menyerap aspirasi dan keinginan masyarakat, berdasarkan demografi kependudukan saat ini 60 persen penduduk Tanjungpinang adalah generasi milenial yang menginginkan adanya gerai modern seperti Alfamart dan Indomaret,” katanya.“Meskipun begitu, Pemko juga harus mampu menjawab kekhawatiran sebagian kelompok yang menilai masuknya indomaret dan alfamart akan berdampak pada UMKM dan jalur supply chain yang sudah ada,”unkap dosen UMRAH. Polemik terkait akan masuknya Alfamart dan Indomaret saat ini memang sedang jadi perbincangan hangat bagi masyarakat Tanjun Pinang. Ada yang menolak dengan alasan melindungi UMKM namun ada juga yang menerima dengan harapan terbukanya lapangan pekerjaan.Atas dasar itu, menurut Hasan,

Pemko Tanjungpinang akan mendorong beberapa swalayan, minimarket ataupun mart-mart lainnya untuk dapat melakukan digitalisasi dan inovasi sehingga tidak perlu khawatir apabila suatu saat nanti Indomaret dan Alfamart sebagai gerai mart modern berdiri di Tanjungpinang.Berdasarkan data dari OSS dan perizinan, saat ini di Tanjungpinang telah berdiri 87 supermarket, minimarket dan mart-mart yang lain.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekataan sistem karena permasalahan dalam pengendalian akan arus dalam memfilter akan derasnya UMKM atau swalayan yang hadir di Tanjungpinang. Metode yang digunakan adalah Kualitatif deskriptif yang dimana menyatukan berbagai studi pustaka agar dapat menyelesiakan akan penelitian yang telah dilakukan peneliti. Melihat perbandingan antara swalayan yang ada didalam daerah dan swalayan dari luar. Yang memiliki tingkat perbedaan yang juah. Perbandingan studi kasus juga dijadikan referensi dalam menekiti akan penelitian kali ini. Studi perbandingan serta aturan yang berlaku di Tanjungpinang merupakan dasar dari ketentuan diperbolehkan atau tidaknya alfamart dan indomaret di Tanjungpinang. Pemerintah Kota Tanjungpinang belum mengizinkan Alfamart dan Indomaret untuk membuka gerai di kota tersebut. Beberapa alasan yang dikemukakan antara lain:

1. Tanjung Pinang bukanlah kota yang besar, sehingga pemenuhan kebutuhan masyarakat masih terakomodir melalui swalayanswalayan yang sudah ada. Jumlah swalayan di Tanjungpinang, mulai dari supermarket hingga minimarket, mencapai 106 unit dan tersebar di seluruh penjuru kota.
2. Produk yang disediakan oleh Alfamart dan Indomaret juga sudah tersedia di swalayanswalayan yang ada saat ini
3. Pemerintah Kota ingin menjaga dan mendorong swalayan lokal agar bisa bertahan dan berkembang untuk menghidupkan perekonomian Tanjungpinang.

PEMBAHASAN

Pengertian dari keputusan pembelian ulang sendiri yaitu pertimbangan individu terkait dengan pembelian ulang suatu produk dari suatu perusahaan yang dipengaruhi oleh kondisi lingkungan sekitarnya (Hellier et al., (2003), Spais dan Vasileiou, (2006), Atchariyachanvanich et al., (2006), dalam Sylvi (2009), dari definisi diatas dapat disimpulkan jika kondisi suatu lingkungan tersebut baik, maka potensi terjadinya pembelian ulang juga akan semakin tinggi.

Jika kondisi lingkungan yang ada buruk, maka potensi terjadinya pembelian ulang pun juga rendah.

Peran pemerintahan dalam menangani masuknya Alfamart dan Indomaret di Tanjungpinang sangat penting dalam mengawasi dan mengatur perkembangan peritel besar di wilayah tersebut. Dalam esai ini, kita akan membahas berbagai aspek yang terkait dengan masuknya kedua perusahaan tersebut, termasuk dampaknya terhadap ekonomi, masyarakat, serta langkahlangkah yang dapat diambil oleh pemerintah untuk mengelola situasi ini dengan baik.

Alfamart dan Indomaret adalah dua perusahaan retail besar yang telah merambah ke berbagai kota di Indonesia, termasuk Tanjungpinang. Masuknya kedua perusahaan ini ke pasar lokal memiliki potensi dampak positif maupun negatif. Salah satu dampak positifnya adalah meningkatnya akses masyarakat Tanjungpinang terhadap barang-barang kebutuhan sehari-hari. Kedua peritel ini menyediakan berbagai produk dari makanan, minuman, hingga produk kebutuhan sehari-hari lainnya dengan harga yang terjangkau.

Ini bisa membantu masyarakat memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka dengan lebih mudah. Selain itu, kehadiran Alfamart dan Indomaret juga dapat menciptakan lapangan pekerjaan lokal. Mereka mempekerjakan staf penjualan, kasir, serta karyawan lainnya yang berasal dari masyarakat setempat. Ini dapat membantu mengurangi tingkat pengangguran di Tanjungpinang dan memberikan kesempatan pekerjaan bagi warga setempat.

Namun, disisi lain, masuknya peritel besar ini juga dapat memiliki dampak negatif. Salah satu dampaknya adalah persaingan yang meningkat dengan pedagang kecil dan pasar tradisional. Bisnis kecil yang menjual barang-barang sejenis dapat merasakan tekanan persaingan yang lebih besar, yang dapat berdampak pada kelangsungan usaha mereka. Oleh karena itu, pemerintah perlu mempertimbangkan langkah-langkah untuk melindungi pedagang kecil dan pasar tradisional agar tetap dapat bersaing.

Selain itu, masuknya Alfamart dan Indomaret juga dapat memiliki dampak terhadap aspek sosial dan budaya. Beberapa orang mungkin khawatir bahwa kehadiran peritel besar ini dapat menggantikan toko-toko kecil yang memiliki nilai sejarah dan budaya penting di Tanjungpinang. Pemerintah perlu mempertimbangkan cara untuk melestarikan warisan budaya dan sejarah sambil memungkinkan perkembangan bisnis modern.

Peran pemerintah dalam konteks ini sangat penting. Pemerintah daerah Tanjungpinang harus memiliki peran dalam mengatur dan mengawasi kehadiran Alfamart dan Indomaret. Beberapa langkah yang dapat diambil oleh pemerintah adalah:

a. Mengatur Izin Usaha

   Pemerintah dapat mengatur izin usaha untuk Alfamart dan Indomaret. Ini termasuk mengawasi jumlah cabang yang dibuka, lokasi mereka, dan persyaratan lainnya. Dengan mengatur izin usaha, pemerintah dapat mengontrol pertumbuhan peritel besar ini dan memastikan bahwa mereka tidak merusak bisnis kecil dan pasar tradisional.

b. Menetapkan Aturan Harga

   Pemerintah dapat menetapkan aturan harga untuk produk-produk tertentu yang dijual di Alfamart dan Indomaret. Ini bertujuan untuk mencegah praktik harga yang tidak wajar dan melindungi konsumen dari peningkatan harga yang tidak semestinya.

c. Mendorong CSR (Corporate Social Responsibility)

   Pemerintah dapat mendorong Alfamart dan Indomaret untuk berkontribusi pada pembangunan masyarakat setempat melalui program-program CSR. Ini dapat mencakup penyediaan pelatihan bagi pedagang kecil, program pendidikan, atau dukungan bagi inisiatif sosial yang berdampak positif.

d. Mendorong Inovasi

   Pemerintah dapat mendorong peritel besar seperti Alfamart dan Indomaret untuk mengembangkan inovasi yang berfokus pada keberlanjutan dan lingkungan. Ini dapat mencakup pengurangan penggunaan plastik, program daur ulang, atau promosi produk-produk lokal.

e. Memfasilitasi Dialog

   Pemerintah dapat memfasilitasi dialog antara peritel besar, pedagang kecil, dan masyarakat setempat. Ini dapat membantu mengidentifikasi masalah-masalah yang mungkin muncul dan mencari solusi yang dapat diterima semua pihak.

Pemerintah juga perlu memastikan bahwa perusahaan seperti Alfamart dan Indomaret mematuhi semua peraturan dan pajak yang berlaku. Ini akan membantu mencegah praktik-praktik ilegal yang dapat merugikan perekonomian lokal. Selain itu, pemerintah juga harus memonitor dampak sosial dari kehadiran Alfamart dan Indomaret. Ini melibatkan pemantauan dampak terhadap bisnis kecil, pasar tradisional, serta aspek sosial dan budaya di Tanjungpinang. Data dan informasi ini dapat membantu pemerintah membuat kebijakan yang lebih efektif dalam mengelola perkembangan peritel besar ini.

Dalam rangka menghadapi masuknya Alfamart dan Indomaret di Tanjung Pinang, pemerintah juga dapat mempromosikan kerja sama antara peritel besar dan bisnis lokal. Misalnya, melalui program-program yang mendukung produk lokal, pemerintah dapat membantu bisnis lokal untuk memasok produk-produk mereka ke peritel besar ini, sehingga mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Selain itu, penting bagi pemerintah untuk memastikan bahwa pengelolaan persediaan dan distribusi barang-barang kebutuhan pokok tetap lancar. Dalam situasi tertentu, seperti pandemi, kehadiran peritel besar seperti Alfamart dan Indomaret dapat menjadi kunci dalam memastikan ketersediaan barangbarang esensial bagi masyarakat. Oleh karena itu, kerja sama antara pemerintah dan peritel besar sangat penting dalam mengatasi tantangan seperti ini. Dalam rangka mengawasi dan mengatur masuknya Alfamart dan Indomaret di Tanjung Pinang, pemerintah perlu memiliki kebijakan yang seimbang yang mempertimbangkan kepentingan ekonomi, sosial, dan budaya masyarakat setempat. Pemerintah juga perlu memastikan bahwa peritel besar ini beroperasi sesuai dengan hukum dan peraturan yang berlaku, serta mematuhi komitmen mereka terhadap pembangunan masyarakat setempat.

Dalam kesimpulan, peran pemerintah dalam menghadapi masuknya Alfamart dan Indomaret di Tanjung Pinang sangat penting. Pemerintah harus memiliki peran dalam mengatur, mengawasi, dan mengelola perkembangan peritel besar ini untuk memastikan bahwa dampaknya terhadap ekonomi, masyarakat, dan budaya setempat adalah positif. Dalam mengambil tindakan, pemerintah harus mengedepankan kepentingan masyarakat setempat dan tetap berkomitmen untuk melindungi bisnis kecil dan pasar tradisional. Dengan pendekatan yang bijak dan solusi yang tepat, masuknya Alfamart dan Indomaret dapat menjadi peluang untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat Tanjungpinang.

Belum diizinkannya akan masuknya Alfamart dan Indomaret kedalam Tanjungpinang, karna Pemko Tanjung Pinang merasa itu belum merupakan hal yang sangat mendesak. Karna masih begitu banyak akan usaha micro dalam daerah yang harus didukung akan usaha mereka. Sehingga tidak akan membuat suatu perselisihan dalam bersaing harga dalam pemenuhan kebutuhan dan penjualan. Rahma salah satu yang bertugas dalam menangani akan masalah terkait masuknya Swalayan yang memiliki Integritas yang besar yaitu Alfamart dan Indomaret berkata, soal penyerapan tenaga kerja jika, kata Rahma, saat pemaparan dari manjemennya, bahwa dari 7 orang tenaga kerja di satu ritel, yang lokal hanya boleh 4 orang. Pemerintah Kota Tanjungpinang belum mengizinkan Alfamart dan Indomaret untuk membuka gerai di kota

tersebut. Namun, terdapat beberapa gerai ritel modern lain yang diizinkan beroperasi di Tanjungpinang, antara lain:

a) Supermarket: Terdapat beberapa supermarket yang beroperasi di Tanjung Pinang, seperti Superindo, Giant, dan Hero Supermarket
b) Swalayan: Jumlah swalayan di Tanjung Pinang mencapai 106 unit, mulai dari supermarket hingga minimarket, yang tersebar di seluruh penjuru kota
c) Minimarket: Selain swalayan, terdapat juga banyak minimarket yang beroperasi di Tanjungpinang, seperti 7 Eleven, Circle K, dan Family Mart

Pemenuhan kebutuhan masyarakat Tanjung Pinang saat ini masih terakomodir melalui swalayan-swalayan dan minimarket yang sudah ada. Alasan lain yang dikemukakan oleh Wali Kota Tanjungpinang, Rahma, adalah untuk menjaga dan mendorong swalayan lokal agar bisa bertahan dan berkembang guna menghidupkan perekonomian kota.

Pemerintah Kota Tanjung Pinang belum memberikan izin kepada gerai ritel modern seperti Indomaret dan Alfamart untuk beroperasi di kota tersebut. Beberapa manfaat yang dapat diperoleh oleh pemerintah kota dari keberadaan gerai ritel modern antara lain:

a. Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD): Dengan adanya gerai ritel modern, pemerintah kota dapat memperoleh pendapatan dari pajak dan retribusi yang dibayarkan oleh gerai-gerai tersebut.
b. Peningkatan Ketersediaan Barang dan Jasa: Gerai ritel modern dapat memenuhi kebutuhan masyarakat akan barang dan jasa dengan lebih mudah dan cepat.
c. Peningkatan Kualitas Pelayanan: Gerai ritel modern umumnya memiliki standar pelayanan yang tinggi, sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada masyarakat.
d. Peningkatan Daya Tarik

   Investasi: Keberadaan gerai ritel modern dapat menarik investasi dari perusahaan-perusahaan nasional maupun internasional, yang pada gilirannya dapat memberikan manfaat ekonomi dan pembangunan bagi kota tersebut.
e. Peningkatan Kualitas Hidup Masyarakat: Dengan adanya gerai ritel modern, masyarakat dapat memperoleh barang dan jasa dengan harga yang lebih terjangkau dan kualitas yang lebih baik, sehingga dapat meningkatkan kualitas hidup mereka.

PENUTUP

Dalam konteks masuknya Alfamart dan Indomaret di Tanjungpinang, peran pemerintah dan kebijakan yang diambil oleh Pemerintah Kota sangat penting dalam mengatur dan mengelola perkembangan peritel besar ini. Meskipun terdapat perbedaan pendapat di kalangan masyarakat mengenai masuknya gerai-gerai modern ini, Pemerintah Kota Tanjungpinang telah menunda izin masuknya Alfamart dan Indomaret dengan beberapa pertimbangan.

Pertama, Tanjung Pinang bukanlah kota besar, dan pemenuhan kebutuhan masyarakat saat ini masih terakomodir melalui swalayan-swalayan yang sudah ada. Jumlah swalayan di Tanjungpinang mencapai 106 unit, dan produk yang disediakan oleh Alfamart dan Indomaret juga sudah tersedia di swalayan-swalayan tersebut. Dalam konteks geografis yang terbatas, dengan luas geografis sekitar 140 kilometer persegi dan jumlah penduduk sekitar 230 ribu jiwa, masuknya puluhan gerai ritel modern dapat dianggap berlebihan.

Kedua, Pemerintah Kota ingin menjaga dan mendorong swalayan lokal agar dapat bertahan dan berkembang. Upaya ini bertujuan untuk menghidupkan perekonomian kota dan memastikan keberlanjutan usaha swalayan lokal. Selain itu, alasan lain yang menjadi pertimbangan adalah adanya kekhawatiran terkait dampak masuknya gerai-gerai modern terhadap UMKM dan jalur supply chain yang sudah ada. Meskipun masuknya Alfamart dan Indomaret memiliki potensi manfaat ekonomi, seperti peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD), peningkatan ketersediaan barang dan jasa, peningkatan kualitas pelayanan, peningkatan daya tarik investasi, dan peningkatan kualitas hidup masyarakat, Pemerintah Kota Tanjungpinang lebih memilih untuk melindungi usaha swalayan lokal dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Kesimpulannya, kebijakan Pemerintah Kota Tanjungpinang untuk menunda izin masuknya Alfamart dan Indomaret didasari oleh pertimbangan ekonomi, sosial, dan budaya. Pemerintah ingin menjaga keberlanjutan usaha swalayan lokal, melindungi UMKM, dan memastikan keberlanjutan jalur supply chain yang sudah ada. Namun, ini juga memunculkan perdebatan dan pertanyaan tentang sejauh mana perlindungan terhadap usaha lokal dapat seimbang dengan kepentingan masyarakat yang menginginkan akses lebih mudah ke produk dan pelayanan yang ditawarkan oleh gerai-gerai modern. Sehingga, peran pemerintah dalam mengelola masuknya gerai-gerai modern seperti Alfamart dan Indomaret di Tanjungpinang harus berfokus pada menciptakan solusi yang adil, berkelanjutan, dan berdaya saing untuk semua pihak yang terlibat.

REFERENCES

Bariroh, Hikmatul. 2015. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Membeli Konsumen Pada Minimarket Indomart Dan Minimarket Alfamart." CWL Publishing Enterprises, Inc., Madison: 352.

Heriyanto, Agustinus Yanuar Budhi. 2020. "Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Dan Indomaret." Sains: Jurnal Manajemen dan Bisnis 13(1): 74.

Manurung, Parisan. 2017. "Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Keputusan Pembelian Ulang Di Alfamart Dan Indomaret." : 1–111.

Massa, L E, A L Tumbel, and R J Jorie. 2022. "Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan Pada Minimarket Indomaret Dan Alfamart Di Wilayah Maumbi Minahasa Utara." J.J. Rotinsulu 49 Jurnal EMBA 10(1): 49–58.

Suflani, Suflani, Ahmad Mukhlis, and Nurhasan Nugroho. 2020. "Analisis Keberadaan Pasar Retail Indomaret Dan Alfamaret Terhadap Pemasaran Produk Hasil Usaha Mikro Kecil Menengah Di Kota Pandeglang." Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo 6(2): 86.