

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Ritel modern pertama kali hadir di Indonesia saat Toserba Sarinah didirikan pada tahun 1962. Pada era tahun 1970 s/d 1980-an, format bisnis ini terus berkembang. Awal dekade tahun 1990-an merupakan tonggak sejarah masuknya ritel asing di Indonesia. Ini ditandai dengan beroperasinya ritel terbesar Jepang ‘Sogo’ di Indonesia. Ritel modern kemudian berkembang begitu pesat, berdasarkan Kepres No. 99 tahun 1998, mengeluarkan bisnis ritel dari negatif list bagi Penanaman Modal Asing (Handy Martinus, 2011).

Ritel modern pada dasarnya merupakan pengembangan dari ritel tradisional. Format ritel ini muncul dan berkembang seiring perkembangan perekonomian, teknologi dan gaya hidup masyarakat yang membuat masyarakat menuntut kenyamanan yang lebih dalam berbelanja. Industri ritel, terus tumbuh pesat bukan hanya di Indonesia, melainkan juga di Negara Asia. Era ritel modern menjelang *Asean Economic Community (AEC) 2015* diprediksi akan tumbuh lebih cepat. Hal itu didukung oleh banyak perusahaan asing yang akan berinvestasi di Indonesia (Handy Martinus, 2011).

Pengertian ritel itu sendiri adalah penjualan barang secara eceran pada berbagai tipe gerai seperti kios, pasar, *department store*, *boutique* dan lain-lain (termasuk juga penjualan dengan sistem *delivery service*) yang umumnya untuk dipergunakan langsung oleh pembeli yang bersangkutan. Bisnis ritel di Indonesia

dapat dibedakan menjadi 2 (dua) kelompok besar, yaitu Ritel Tradisional dan Ritel Modern. Ritel tradisional merupakan usaha ritel yang menekankan pada pengelolaan usaha dengan pendekatan konvensional dan tradisional. Ritel modern merupakan usaha ritel yang menekankan pengelolanya secara modern.

Saat ini jenis-jenis ritel modern di Indonesia sangat banyak meliputi Pasar Modern, Pasar Swalayan, *Department Store*, *Boutique*, *Factory Outlet*, *Specialty Store*, *Trade Centre*, *Minimarket* dan *Mall/Supermall/Plaza*. Sementara itu format-format ritel modern akan terus berkembang sesuai perkembangan perekonomian, teknologi dan gaya hidup masyarakat (Handy Martinus, 2011).

Pasar mengalami perkembangan dari waktu ke waktu. Dari yang bersifat tradisional menjadi modern. Perkembangan ini terjadi di kota-kota dunia. Keberadaan pasar modern dewasa ini tidak dapat dibendung seiring dengan perubahan pemikiran dan perilaku konsumsi masyarakat. Namun keberadaannya dikhawatirkan dapat mempengaruhi peran pasar tradisional dalam kehidupan masyarakat. Kendatipun keberadaan pasar tradisional tidak dapat dikesampingkan dalam menopang perekonomian masyarakat menengah ke bawah.

Secara umum masyarakat mengenal 2 jenis pasar, yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian barang

elektronik, jasa dan lain-lain. Selain itu, ada pula yang menjual kue-kue dan barang-barang lainnya. Pasar seperti ini masih banyak ditemukan di Indonesia dan umumnya terletak dekat kawasan perumahan agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar (Ester dan Didik, 2003).

Pasar tradisional mempunyai fungsi dan peranan yang tidak hanya sebagai tempat perdagangan tetapi juga sebagai peninggalan kebudayaan yang telah ada sejak zaman dahulu. Saat ini perlu disadari bahwa pasar tradisional bukan satu-satunya pusat perdagangan, begitu juga pasar tradisional yang berada di Kecamatan Tanjungsari Kabupaten Sumedang merupakan satu-satunya pasar yang telah berdiri sejak lama dan keberadaannya patut untuk dipertahankan, karena pasar tradisional sebagai salah satu sub sistem perdagangan disuatu daerah dan juga merupakan salah satu parameter yang dapat digunakan untuk mengukur pertumbuhan dan dinamika ekonomi suatu daerah. Intensitas dan ragam kegiatan yang terjadi disuatu pasar mencirikan bagaimana aktivitas perekonomian disuatu daerah berjalan. Semakin tinggi aktivitas yang terjadi di pasar merupakan salah satu indikator semakin dinamisnya perputaran roda perekonomian daerah.

Pasar tradisional merupakan ciri pada negara berkembang. Tingkat pendapatan dan perekonomian masyarakat kurang begitu tinggi. Hal ini menyebabkan masyarakat lebih suka berbelanja ke pasar tradisional. Akan tetapi seiring dengan perkembangan zaman, budaya masyarakat Indonesia sudah mulai bergeser. Kegiatan-kegiatan besar dan lebih modern telah memasuki banyak perkotaan di Indonesia. Banyak investor yang masuk ke Indonesia untuk membangun pasar-pasar modern yang menampung kegiatan-kegiatan besar. Era

globalisasi ini banyak bermunculan pasar-pasar modern. Dibangun dengan segala kelebihan dan fasilitasnya serta kelengkapannya dalam memperjual belikan barang-barang kebutuhan masyarakat (Cadillah. Emiliana. dkk 2011).

Pasar modern adalah pasar yang dikelola dengan manajemen modern, umumnya terdapat di kawasan perkotaan, sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen (umumnya anggota masyarakat kelas menengah ke atas). Pasar modern antara lain *mall*, *supermarket*, *departement store*, *shopping centre*, waralaba, toko mini swalayan, pasar serba ada, toko serba ada dan sebagainya (Endi Sarwoko, 2008). Barang yang dijual disini memiliki variasi jenis yang beragam. Selain menyediakan barang-barang lokal, pasar modern juga menyediakan barang impor. Barang yang dijual mempunyai kualitas yang relatif lebih terjamin karena melalui penyeleksian terlebih dahulu secara ketat sehingga barang yang rijek atau tidak memenuhi persyaratan klasifikasi akan ditolak. Secara kuantitas, pasar modern umumnya mempunyai persediaan barang di gudang yang terukur. Dari segi harga, pasar modern memiliki label harga yang pasti (tercantum harga sebelum dan setelah dikenakan pajak). Pasar modern juga memberikan pelayanan yang baik salah satunya mengandalkan keramahan, kerapihan dan juga fasilitas seperti pendingin udara (Fadhilah, 2011).

Saat ini keberadaan pasar modern tidak hanya ada di kota-kota besar tetapi sekarang sudah banyak pasar-pasar modern dalam berbagai bentuk terutama dalam bentuk *minimarket* dan *supermarket* yang kini sudah banyak berdiri di

daerah-daerah. Salah satunya di Kecamatan Tanjungsari Kabupaten Sumedang yang menjadi studi kasus penelitian terdapat beberapa pasar modern.

Pasar modern yang ada di Kecamatan Tanjungsari Kabupaten Sumedang diantaranya (Griya, Indomaret dan Alfamart) yang sudah berdiri. Tiga diantaranya berada disekitar pasar Tanjungsari dengan jarak yang sangat dekat. Selain berdekatan dengan pasar tradisional, pasar modern tersebut juga memiliki jarak yang sangat bedekatan antara satu pasar modern dengan pasar modern yang lainnya. Keberadaan pasar modern akan berdampak terhadap lingkungan sekitarnya. Secara ekonomi, keberadaan pasar modern memilikidampak terhadap pola perilaku konsumen dilingkungan sekitar, pasar tradisional Tanjungsari dan juga pelaku usaha ritel lain di sekitar wilayah berdirinya pasar modern tersebut.

Dampak positif keberadaan pasar modern diantaranya meningkatkan lapangan pekerjaan sehingga mengurangi angka pengangguran yang ada di Kecamatan Tanjungsari Kabupaten Sumedang, memudahkan konsumen untuk berbelanja dengan aman dan nyaman, meningkatkan pendapatan daerah melalui pajak dan retribusi.

Namun selain dampak positif, terdapat juga dampak negatif yang ditimbulkan dengan adanya pasar modern terhadap para pedagang pasar tradisional dan warung-warung kecil yang menjual barang yang sama dengan pasar modern dan jaraknya yang berdekatan akan membuat sebagian konsumen berpindah membelanjanya ke pasar modern. Dengan terjadinya hal itu akan membuat para pedagang pasar tradisional dan warung-warung kecil yang sudah berdiri sebelum adanya pasar modern itu akan sedikit terganggu.

Banyak pihak menilai mereka berpotensi mematikan pasar atau usaha tradisional, beberapa daerah dalam rangka melindungi pasar tradisional dengan mengeluarkan peraturan daerah, dimana dalam peraturan daerah terdapat pengaturan mengenai jarak antara pasar tradisional, toko modern dan *hypermart*. Sedangkan yang jadi permasalahan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, tidak ada pengaturan secara implisit mengenai pengaturan jarak antara pasar tradisional dengan toko modern dan *hypermart*. Pemerintah telah membuat kebijakan dan peraturan yang tertuang dalam Perpres No. 112 Tahun 2007 dan Permendagri No. 53 Tahun 2008 yang mengatur tentang pasar modern dan pasar tradisional. Akan tetapi, pada kenyataannya peraturan tersebut tidak diimplementasikan dengan baik. Banyak peraturan yang tidak dipatuhi oleh pendiri pasar modern, misalnya masalah perizinan, jarak yang terlalu dekat dengan pasar tradisional, penyediaan tempat usaha bagi pedagang kecil.

Maraknya pembangunan pasar-pasar modern justru dipertanyakan kemanfaatannya secara meluas, karena melahirkan ketimpangan. Pasar modern mengambil alih keuntungan pedagang kecil dan mengalir ke pasar modern dengan berbagai bentuknya. Dengan demikian, pasar tradisional juga semakin tersingkirkan. Tidak heran apabila muncul sengketa dan resistensi para pedagang pasar tradisional yang telah lama menghuni pasar-pasar desa atau perkampungan. Serta dengan adanya pasar modern tersebut membuat para konsumen yang awalnya berbelanja di pasar tradisional kini sebagian konsumen berpindah berbelanja ke pasar modern dengan alasan bermacam-macam mulai dari

keamanan, kenyamanan kebersihan dan pelayanan. Berpindahya konsumen tersebut juga mengakibatkan kepada penurunan tingkat pendapatan pedagang pasar tradisional dikarenakan pelanggan mereka yang berpindah berbelanja ke pasar modern (Endi Sarwoko, 2008).

Berdasarkan permasalahan di atas, keberadaan pasar modern dalam bentuk *minimarket* dapat berdampak pada pedagang pasar tradisional ditengah arus liberalisasi menjadi suatu hal yang penting untuk dilakukan, hal ini mendorong pemerintah daerah untuk mengelola pasar tradisional secara berkesinambungan, sehingga masyarakat kecil khususnya usaha kecil menengah tidak dirugikan dengan keberadaan pasar modern. Analisis tersebut akan dituangkan kedalam skripsi yang berjudul: **“Analisis Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Usaha Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus di Pasar Tanjungsari Kabupaten Sumedang)”**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Menjamurya pasar modern dalam bentuk minimarket di pasar tanjungsari berdasarkan dapat menimbulkan dampak bagi masyarakat asli sekitarnya, khususnya masyarakat yang bermata pencaharian sebagai pedagang di pasar tradisional dan warung-warung sudah berdiri terlebih dahulu.

Pasar modern yang memang dilengkapi fasilitas yang memadai seperti pendingin ruangan, sistem pembelanjaan yang swalayan, harga barang yang sudah pasti, serta konsumen bisa menggunakan pembayaran non-tunai membuat konsumen lebih tertarik untuk berbelanja ke Pasar modern. Hal tersebut bertolak

belakang dengan pasar tradisional, mengingat fasilitas yang diberikan masih minim, sistem pembelanjaan masih bersifat konvensional, dan pembayaran yang harus tunai dan harus tawar-menawar, serta adanya sebagian konsumen yang berpindah berbelanja ke pasar modern dengan berbagai alasan.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka masalah yang akan dikaji pada penelitian ini dapat diformulasikan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah ada dampak di pasar tradisional setelah adanya pasar modern yang ada di Kecamatan Tanjungsari Kabupaten Sumedang?
2. Upaya-upaya apa sajakah yang dilakukan oleh pemerintah setempat dalam melindungi pedagang pasar tradisional yang ada di Kecamatan Tanjungsari Kabupaten Sumedang?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka yang menjadi tujuan penelitian adalah :

1. Untuk menganalisis apakah ada perbedaan antara sebelum dan sesudah adanya pasar modern tersebut terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional, kemudahan mendapatkan pasokan dan jumlah pembeli terhadap pedagang pasar tradisional.
2. Untuk mengetahui upaya apa saja yang dilakukan oleh pemerintah setempat dalam melindungi pedagang pasar tradisional.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan diatas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua elemen untuk mengembangkan ilmu pengetahuannya dalam dunia perekonomian berkaitan tentang pentingnya keberadaan pasar tradisional di era globalisasi saat ini.
2. Secara praktis
  - a) Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan menjadi referensi agar masyarakat lebih bijaksana dalam memilih untuk berbelanja. Karena, pasar tradisional tidak akan bertahan jika masyarakat tidak mendukung keberadaannya dengan cara berbelanja di pasar tradisional tersebut.
  - b) Bagi pemerintah, melalui penelitian ini diharapkan pemerintah dapat terus melestarikan keberadaan pasar tradisional agar tetap bertahan di masa modern saat ini.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Pengertian Pasar**

Pasar merupakan sekumpulan orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk belanja dan kemauan untuk membelanjakan (William J. Stanton, 1993). Sedangkan dalam ilmu ekonomi, pengertian pasar memiliki arti yang lebih luas dari pada hanya sekedar tempat pertemuan antara penjual dan pembeli untuk mengadakan transaksi jual beli barang. Pengertian pasar tidak harus dikaitkan dengan suatu tempat yang dinamakan pasar dalam pengertian sehari-hari. Pasar mencakup keseluruhan permintaan dan penawaran, serta seluruh kontak antara penjual dan pembeli untuk mempertukarkan barang dan jasa (Rita Hanafie, 2010:176).

Menurut Waluyo Hadi dan Dini Hastuti (2011:364-365) dalam kamus Ekonomi dan Bisnis, pasar merupakan tempat terjadinya penawaran dan permintaan antara penjual yang ingin menukarkan barang-barangnya dengan uang dan pembeli yang ini menukarkan uangnya dengan barang atau jasa. Selain itu, menurut Budiono (2002:43) mengatakan bahwa pasar adalah pertemuan antara kurva permintaan dan penawaran. Suatu pasar yaitu dimana saja terjadi transaksi antara penjual dan pembeli. Jenis barang atau jasa yang ditransaksikan dapat berupa barang atau jasa apapun, mulai dari beras, sayur-mayur, jasa angkutan, uang, maupun tenaga kerja.

Pendapat senada juga dikemukakan oleh Mankiw, N. Gregory (2006:78), yang menyatakan bahwa pasar adalah sekelompok pembeli dan penjual dari suatu barang atau jasa. Sedangkan menurut teori makro ekonomi (Ensiklopedia Ekonomi Bisnis dan Management, 1992:44), pasar merupakan suatu wujud abstrak dari suatu mekanisme ketika pihak pembeli dan penjual bertemu untuk mengadakan tukar-menukar. Pasar dapat berupa tempat konkrit ataupun terpusat, misalnya pasar saham, obligasi atau pasar gandum yang gedung atau tempatnya khusus dan mudah dilihat atau tanpa wujud yang jelas atau tidak terpusat, misalnya pasar rumah atau mobil bekas dimana barang yang dijual tidak dikumpulkan disatu tempat khusus atau bahkan bisa juga hanya berupa jaringan kabel dan perangkat elektronik.

Dari pendapat yang dikemukakan oleh para ahli, maka dapat diambil pengertian bahwa pasar merupakan pertemuan antara permintaan dan penawaran barang dan jasa, tidak harus berwujud tempat seperti dalam pengertian sehari-hari. Pasar dapat memiliki bentuk yang konkrit atau terpusat, abstrak atau tidak terpusat. Karakteristik yang paling penting agar sesuatu dapat disebut sebagai pasar adalah adanya pembeli dan penjual serta barang atau jasa yang diperjual belikan.

## **2.2. Pengertian Pasar Modern dan Pasar Tradisional**

### **2.2.1. Pasar Modern**

Pasar modern merupakan pasar yang bersifat modern dimana barang diperjual belikan dengan harga pas dan layanan sendiri. Tempat berlangsungnya

pasar ini seperti di mall *supermarket*, *departement store*, *shopping centre*, waralaba, toko mini *swalayan*, pasar serba ada, toko serba ada dan lain sebagainya. Barang yang diperjualbelikan memiliki variasi jenis yang beragam. Selain menyediakan barang-barang lokal, pasar modern juga menyediakan produk-produk Impor. Barang yang diperjualbelikan mempunyai kualitas yang relatif lebih terjamin karena melalui penyeleksian terlebih dahulu secara ketat sehingga barang yang *rijek* atau tidak memenuhi persyaratan klasifikasi akan ditolak (Suryadarma. 2007).

Secara kuantitas, pasar modern umumnya mempunyai persediaan barang di gudang yang terukur. Selain itu, dari segi harga pasar modern memiliki label harga yang pasti (tercantum harga sebelum dan setelah dikenakan pajak). Pasar modern atau disebut juga gerai modern di Indonesia mulai beroperasi awal Tahun 1960 tepatnya di Jakarta. Arti modern disini adalah penataan barang menurut keperluan yang sama dikelompokkan di bagian yang sama yang dapat dilihat dan diambil langsung oleh pembeli, penggunaan alat pendingin udara, dan adanya pramuniaga professional. Modernisasi bertambah meluas pada dasawarsa Tahun 1970 *Supermarket* mulai diperkenalkan pada dasawarsa ini. Konsep *one-stopshopping* mulai dikenal pada Tahun 1980. Kemudian konsep *one-stopshopping* ini mulai digantikan oleh istilah pusat belanja. Banyak orang yang mulai beralih ke gerai modern seperti pusat belanja ini untuk berbelanja (Ekapribadi W., 2007).

Pemerintah menggunakan istilah pasar modern dengan toko modern sebagaimana dituangkan dalam Peraturan Menteri Perdagangan No.

53/MDAG/PER/12/2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, mendefinisikan toko modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk *Minimarket*, *Supermarket*, *Department Store*, *Hypermarket* ataupun grosir yang berbentuk perkulakan.

Adanya penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen menyebabkan banyak orang mulai beralih ke pasar modern untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari. Menurut Sinaga (2004) dalam makalahnya pada Bahan Pertemuan Nasional Tentang Pengembangan Pasar Tradisional menyatakan macam-macam pasar modern antara lain:

### **1. *Minimarket***

*Minimarket* merupakan gerai yang menjual produk-produk eceran seperti warung kelontong dengan fasilitas pelayanan yang lebih modern. Luas ruang *minimarket* adalah antara  $50\text{m}^2 - 200\text{m}^2$ .

### **2. *Convenience Store***

*Convenience Store* merupakan gerai yang mirip dengan *minimarket* dalam hal produk yang dijual, tetapi berbeda dalam hal harga, jam buka, dan luas ruangan, dan lokasi. *Convenience Store* ada yang dengan luas ruangan antara  $200\text{m}^2 - 450\text{m}^2$  dan berlokasi di tempat yang strategis, dengan harga yang lebih mahal dari harga *minimarket*.

### **3. *Specialty Store***

Sebagian masyarakat lebih menyukai belanja ditoko dimana pilihan produk tersedia lengkap sehingga tidak harus mencari lagi ditoko lain. Keragaman produk

disertai harga yang bervariasi dari yang terjangkau hingga yang premium membuat *Specialty store* unggul.

#### **4. *Factory Outlet***

Adalah istilah yang digunakan untuk toko pakaian yang menjual pakaian jadi dengan *brand/merk* yang terkenal dan merupakan (kebanyakan) pakaian sisa ekspor dengan kualitas yang berbeda-beda.

#### **5. *Distro atau distribution outlet***

Adalah *distribution store*/toko distribusi. Yang bisa diartikan sebagai toko yang khusus mendistribusikan produk dari mereka sendiri.

#### **6. *Supermarket***

*Supermarket* kecil mempunyai luas ruang antara  $300\text{m}^2 - 1.100\text{m}^2$ , sedangkan supermarket besar mempunyai luas ruang antara  $1.100\text{m}^2 - 2.300\text{m}^2$ .

#### **7. *Department Store atau Toserba (Toko Serba Ada)***

Gerai jenis ini mempunyai ukuran luas ruang yang beraneka, mulai dari beberapa ratus  $\text{m}^2$  hingga  $2.000\text{m}^2 - 3.000\text{m}^2$ . *Department Store* merupakan jenis ritel yang menjual variasi produk yang luas dan berbagai jenis produk dengan menggunakan beberapa staf seperti layanan pelanggan (*Customer Service*).

### **2.2.2. Pasar Tradisional**

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi yang masih sangat sederhana, tingkat efisiensi dan spesialisasi yang rendah, lingkungan fisik yang kotor dan pola bangunan yang sempit (Aryani, 2011). Sedangkan menurut Peraturan Presiden RI No. 112 Tahun

2007, pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil, dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar. Pasar tradisional umumnya terdapat di pinggiran perkotaan atau jalan dan lingkungan perumahan (Sinaga, 2004).

Dalam Peraturan Menteri Perdagangan No. 53/M-DAG/PER/12/2008 dijelaskan bahwa pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, badan usaha milik negara dan badan usaha milik daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar harga.

Menurut Aryani (2011), beberapa potensi dan ciri pasar tradisional, yaitu:

1. Kemampuan pasar tradisional dalam menyerap komoditi lokal dari kawasan sekitarnya.
2. Berfungsi sebagai *supplier* untuk berbagai input pertanian, perumahan, serta kebutuhan pokok masyarakat secara luas.
3. Pasar tradisional memiliki segmentasi pasar tersendiri, yang membedakannya dari pasar modern.

4. Para pedagang yang beroperasi di pasar umumnya kaum wanita sehingga sangat bermanfaat bagi peningkatan kesempatan berusaha untuk kaum wanita, dalam arti wanita umumnya memiliki keunggulan dibandingkan dengan pria dalam melayani konsumen.
5. Potensi pasar akan semakin penting karena *market turn over* yang cukup cepat dengan sistem pembayaran tunai.

Kekuatan pasar tradisional dapat dilihat dari beberapa aspek. Aspek-aspek tersebut diantaranya yaitu harga yang dijual lebih murah dan bisa ditawar, dekat dengan permukiman penduduk dan memberikan banyak pilihan produk yang segar. Kelebihan lainnya adalah pengalaman berbelanja yang luar biasa, dimana kita bisa melihat dan memegang secara langsung produk yang umumnya masih sangat segar. Akan tetapi dengan adanya hal tersebut bukan berarti pasar tradisional bukan tanpa kelemahan. Selama ini justru pasar tradisional lebih dikenal kelemahannya (Ekapribadi W., 2007).

Menurut Cadillah (2011), kelemahan pasar tradisional yaitu terlihat becek, kotor, bau dan terlalu padat lalu lintas pembelinya. Ditambah lagi ancaman bahwa keadaan sosial masyarakat yang berubah, dimana wanita di perkotaan umumnya berkarir sehingga hampir tidak memiliki waktu untuk berbelanja ke pasar tradisional. Selain itu, faktor desain dan tampilan pasar, atmosfer, tata ruang, tata letak, keragaman, kualitas barang, promosi pengeluaran, jam operasional pasar yang terbatas, serta optimalisasi pemanfaatan ruang jual merupakan kelemahan terbesar pasar tradisional dalam menghadapi persaingan dengan pasar modern (Ekapribadi W., 2007).

Menurut Sarwoko (2008), adapun beberapa permasalahan umum yang sering dihadapi pada pasar tradisional yaitu:

1. Banyak para pedagang yang tidak terampil di pasar tradisional
2. Kondisi pasar tradisional mempunyai kesan kumuh
3. Barang dagangan yang sifatnya makanan siap saji mempunyai kesan kurang higienis.
4. Pasar modern yang banyak tumbuh dan berkembang merupakan pesaing serius pasar tradisional
5. Rendahnya kesadaran pedagang untuk mengembangkan usahanya dan menempati tempat dasaran yang sudah ditentukan
6. Masih rendahnya kesadaran pedagang untuk membayar retribusi
7. Masih adanya pasar yang kegiatannya hanya pada hari pasaran

Dalam hal mata rantai pasokan 40% pedagang menggunakan pemasok profesional, sementara 60% lainnya mendapatkan barangnya dari pusat-pusat perkulakan. Hampir 90% pedagang membayar tunai kepada pemasok. Keadaan ini berarti bahwa pedagang di pasar tradisional sepenuhnya menanggung resiko kerugian dari usaha dagangnya. Ini berbeda dengan *Supermarket* yang umumnya menggunakan metode konsinyasi atau kredit. Terkait dengan modal usaha, 88% pedagang menggunakan modal sendiri yang berarti minimnya akses atau keinginan untuk memanfaatkan pinjaman komersial untuk mendanai bisnisnya. Hal ini bisa menjadi hambatan terbesar dalam memperluas kegiatan bisnis mereka (Suryadarma, dkk. 2007).

### **2.3. Persaingan Pasar Tradisional dan Pasar Modern**

Menurut Samuelson (1996:214) dengan kondisi yang terjadi di pasar jika banyak perusahaan menjual produk-produk yang serupa tapi tak sama, hal ini termasuk ke dalam struktur pasar yang dikenal dengan persaingan monopolistik. Persaingan monopolistik menyerupai persaingan sempurna dalam tiga hal, terdapat banyak penjual dan pembeli, mudah keluar masuk industry dan perusahaan-perusahaan menganggap harga perusahaan lain tetap. Adapun perbedaan antar persaingan sempurna dengan monopolistik adalah pada produknya. Jika pada persaingan sempurna produknya identik tetapi pada monopolistik produknya lebih didiferensiasikan (Sri dan Fitanto, 2010).

Dengan semakin pesatnya pertumbuhan jumlah pasar modern maka persaingan di bidang perdagangan semakin ketat. Bagi para pedagang yang tidak siap menghadapi gencaran masuknya pedagang baru yang lebih menarik dengan menggunakan berbagai strategi pemasaran yang menarik dan disertai dengan teknologi yang modern dibarengi dengan manajemen yang lebih baik maka persaingan akan semakin ketat. Siapa saja yang tidak bisa membaca peluang bisnis yang terjadi maka akan menjadi ancaman tertindas atau kalah dalam persaingan (Rahardja, 2010).

Suryani (2010) mengatakan bahwa dengan berlanjutnya pertumbuhan ekonomi dan meningkatnya rata-rata pendapatan yang dapat dibelanjakan, akan bertambah besar pula permintaan akan pasar yang lebih khusus dan spesifik. Sehingga dapat dikatakan bahwa pasar yang berhasil adalah yang paling dapat

menyesuaikan barang dan jasanya dengan permintaan pasar. Hal ini dipertegas oleh pernyataan Smith bahwa memandang perekonomian sebagai sebuah sistem seperti halnya semesta. Sebagai sistem, perekonomian memiliki kemampuan untuk menjaga keseimbangannya.

Dalam sistem ekonomi pasar, aktivitas produsen dan konsumen tidak direncanakan oleh sebuah lembaga sentral, melainkan secara individual oleh para pelaku ekonomi. Persainganlah yang bertindak sebagai tantangan tidak terlihat yang mengkoordinasi rencana masing-masing. Sistem persaingan yang terbentuk dapat membuat produksi serta konsumsi dan alokasi sumber daya alam, sumber daya manusia, dan modal menjadi efisien (Rahardja, 2010).

Dalam sebuah persaingan usaha sangat diperlukan adanya strategi. Strategi merupakan modal utama untuk bertahan. Bagi perusahaan kecil maupun perusahaan yang ingin meningkatkan efisiensinya, dapat mengadakan segmentasi pasar. Mereka dapat memusatkan kegiatan pemasaran pada segmen-segmen pasar yang dipilih. Jika sasaran pasarnya sudah ditentukan melalui riset pemasaran, maka perusahaan harus membuat suatu rencana yang baik untuk memasuki segmen pasar yang dipilih. Keputusan-keputusan dalam pemasaran dapat dikelompokkan ke dalam empat strategi, yaitu strategi produk, strategi harga, strategi promosi, strategi distribusi. Kombinasi dari keempat strategi tersebut akan membentuk *marketing mix* (Swastha, 2002).

Rahardja (2010) mengatakan bahwa konsep preferensi berkaitan dengan kemampuan konsumen menyusun prioritas pilihan agar dapat mengambil

keputusan. Perilaku konsumen dengan sejumlah permintaan dapat diasumsikan bahwa seorang konsumen akan mengalokasikan pendapatannya berupa uang yang terbatas terhadap barang dan jasa yang tersedia untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Dalam mengalokasikan pendapatannya tersebut seorang konsumen akan memaksimalkan agar mendapatkan kepuasannya. Sehingga dapat dikatakan seorang konsumen akan mengatur pembeliannya sesuai dengan pendapatan yang dimilikinya dengan memilih berbelanja di pasar tradisional atau di pasar modern.

Jika seorang konsumen ingin mendapatkan harga yang lebih murah mereka rela berdesak-desakan di dalam pasar tradisional dengan suasana yang kumuh, kotor, dan bau. Lain halnya dengan seorang konsumen yang berpendapatan tinggi menengah ke atas pasti lebih senang belanja ke *supermarket* atau *minimarket* dengan pertimbangan tempat yang nyaman, bersih, serta pelayanan prima. Kepuasan mereka ketika suasana berbelanja terasa nyaman harga tidak menjadi permasalahan yang utama. Setelah preferensi konsumen sudah ditetapkan maka akan muncul utilitas (*utility*). Utilitas (*utility*) adalah manfaat yang diperoleh karena mengkonsumsi barang dan utilitas merupakan ukuran manfaat suatu barang dibanding dengan alternatif penggunaannya (Rahardja, 2010).

Tabel 2.1

## Persamaan dan Perbedaan Pasar Tradisional dengan Pasar Modern

No	Aspek	Pasar Tradisional	Pasar Modern
1	Histori	Evolusi panjang	Fenomena baru
2	Fisik	Kurang baik, sebagian baik	Baik dan mewah
3	Kepemilikan/ Kelembagaan	Milik masyarakat atau desa, Pemda dan sedikit swasta	Umumnya perorangan atau swasta
4	Modal	Modal lemah/subsidi/swadaya masyarakat/Inpres	Modal kuat digerakkan oleh swasta
5	Konsumen	Golongan menengah kebawah	Umumnya golongan menengah ke atas
6	Metode Pembayaran	Ciri dilayani, tawar-menawar	Ada ciri swalayan, harga tidak bisa ditawar
7	Status tanah	Tanah Negara, sedikit swasta	Tanah swasta/ perorangan
8	Pembiayaan	Kadang-kadang ada subsidi	Tidak ada subsidi
9	Pembangunan	Umumnya pembangunan dilakukan oleh Pemda/desa/ masyarakat	Pembangunan fisik umumnya oleh swasta
10	Pedagang yang masuk	Beragam, masal, dari sektor informal sampai pedagang menengah dan besar	Pemilik modal juga pedagangnya (tunggal) atau beberapa pedagang formal skala menengah dan besar
11	Partisipasi	Bersifat masal (pedagang kecil, menengah dan besar)	Terbatas, umumnya pedagang tunggal dan menengah keatas
12	Jaringan	Pasar regional, pasar kota, pasar kawasan	Sistem rantai korporasi nasional atau bahkan terkait dengan modal luar negeri (manajemen tersentralisasi)

Sumber : CESS (1998).

#### 2.4. Kondisi Pasar Tradisional Setelah Adanya Pasar Modern

Untuk memperkaya prespektif penelitian ini, maka selain dari kajian teori yang telah dijelaskan, dilakukan juga review terdahulu beberapa penelitian sebelumnya.

**Tabel 2.2**  
**Penelitian Yang Sudah Dilakukan**

No	Penelitian Terdahulu	Hasil Penelitian
1	Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional Di Wilayah Kabupaten Malang (Sarwoko Endi, 2008)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terdapat pengaruh negatif yang signifikan setelah adanya <i>minimarket</i> terhadap pendapatan pedagang kelontong</li> <li>• Pengaruh negatif tersebut berupa penurunan pendapatan pada hampir semua pedagang yang disebabkan karena pedagang kelontong tidak mampu bersaing dengan <i>minimarket</i> dalam hal harga dan variasi atau keberagaman barang dagangan serta jarak yang cukup berdekatan</li> <li>• Keberadaan <i>minimarket</i> terhadap pedagang kelontong adalah berkurangnya keuntungan yang berakibat dari makin sedikitnya jumlah modal yang dapat dikumpulkan</li> <li>• Pendapatan rata-rata pedagang kelontong sebelum adanya <i>minimarket</i> adalah sebesar Rp. 114.000,- (Seratus Empat Belas Ribu Rupiah) per hari. Sedangkan setelah adanya <i>minimarket</i> pendapatan rata-rata mereka menurun hingga Rp. 74.000,- (Tujuh Puluh Empat Rupiah) per hari.</li> </ul>

No	Penelitian Terdahulu	Hasil Penelitian
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penelitian menunjukkan bahwa terjadi penurunan pendapatan pedagang kelontong sebesar Rp. 40.000,- (Empat Puluh Ribu Rupiah) per hari setelah adanya <i>minimarket</i></li> </ul>
2	<p>Dampak Pendirian Minimarket terhadap Omset Pedagang Tradisional di Desa Karang Asih Kecamatan Cikarang Utara Kabupaten Bekasi (Studi Kebijakan Peraturan Bupati Nomor 16 Tahun 2007 Tentang Minimarket) (Wilda Nuraftia Nully dan Irawati, 2011)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementasi Kebijakan Peraturan Bupati Nomor 16 Tahun 2007 tidak terlaksana dengan baik. Banyak pasal yang dilanggar dalam peraturan tersebut, antara lain yang mengatur tentang persetujuan pedagang kecil sejenis, penggunaan tenaga kerja, harga jual barang, kemitraan dengan usaha kecil dan koperasi, waktu pelayanan penyelenggaraan <i>minimarket</i>, penyediaan ruang usaha untuk pedagang lain dan penempatan dan penataan usaha informal</li> <li>• Dampak dari kebijakan diperbolehkan berdirinya <i>minimarket</i> adalah menurunnya omset pedagang tradisional</li> <li>• Delapan puluh persen (80%) pedagang mengalami penurunan omset 25% - 60% dari omset sebelum berdirinya <i>minimarket</i>.</li> <li>• Bahkan 20% dari 80% pedagang yang terkena dampak terpaksa menutup usaha atau beralih usaha lain.</li> <li>• Dua puluh persen (20%) pedagang yang tidak mengalami dampak dikarenakan adanya sistem pengelolaan yang modern secara dan memiliki pelanggan sendiri disertai ada beberapa barang yang tidak disediakan <i>minimarket</i></li> </ul>

No	Penelitian Terdahulu	Hasil Penelitian
3	Dampak Keberadaan Pasar Modern pendapatan pedagang ritel pasar tradisional (kasus pasar tradisional condong catur depok, sleman)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Berdasarkan uji statistik Paired t Test, terbukti bahwa keberadaan pasar modern berdampak pada pedagang Pasar Tradisional Condong Catur di kecamatan Depok, Sleman. Hal itu tampak, adanya penurunan pendapatan, keuntungan, dan jumlah pelanggan rata-rata per hari sebelum dan sesudah keberadaan pasar modern.</li> </ul>
4	Analisis Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Keuntungan Usaha Pedagang Pasar Tradisional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kenyamanan tidak berpengaruh terhadap keuntungan usaha karena memiliki nilai signifikannya nya lebih besar dari 0. 05.</li> <li>• Harga berpengaruh terhadap variabel keuntungan usaha karena memiliki nilai signifikannya dibawah 0,05.</li> <li>• Diversifikasi Produk berpengaruh terhadap variabel keuntungan usaha karena nilai signifikannya dibawah 0,05</li> <li>• Harga tidak berpengaruh terhadap variabel keuntungan usaha karena nilai signifikannya lebih besar dari 0,05.</li> </ul>
5	Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional Di Wilayah Kabupaten Malang	<p>Hasil penelitian tentang kinerja pasar tradisional menunjukkan omset pedagang justru mengalami peningkatan dibandingkan tahun-tahun sebelumnya (setelah berdiri ritel modern), sedangkan tingkat keuntungan mengalami penurunan, hal ini menunjukkan bahwa keberadaan ritel modern membawa dampak meningkatnya persaingan dalam mendapatkan konsumen, sehingga pedagang di pasar tradisional berusaha menurunkan margin</p>

No	Penelitian Terdahulu	Hasil Penelitian
		keuntungan melalui mekanisme tawar-menawar. Oleh karena itu walaupun sebenarnya omset meningkat, tetapi keuntungan secara keseluruhan menurun. Hasil uji beda menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan omset dan keuntungan pedagang pasar tradisional sebelum dan sesudah keberadaan ritel modern (Alfamart dan Indomaret), sedangkan jumlah tenaga kerja tidak ada perbedaan yang signifikan.
6	Dampak Operasi Pasar Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Di Kota Pekalongan	Analisis menunjukkan bahwa data tersebut tidak berdistribusi normal. Hal tersebut menyebabkan uji kolmogorov-smirnov memiliki nilai asymp sig (2-tailed) kurang dari 0,05, dan tanda wilcoxon nilai tes asymp sig (2-tailed) 0,00 kurang dari 0,05. Maka hasil tersebut menunjukkan bahwa pasar tradisional dan pendapatan pedagang memiliki perbedaan antara sebelum dan sesudah pengoperasian pasar modern. Terdapat perbedaan pendapatan, tetapi secara rinci, hanya 39 pedagang (dari 150 sampel) yang dipengaruhi oleh pasar modern, dan 111 pedagang tidak memiliki pengaruh.
7	Pengaruh pasar modern terhadap pedagang pasar tradisional (studi kasus pasar caturtunggal nologaten depok, sleman, Yogyakarta)	Bahwasanya pengaruh yang ditimbulkan dari pasar tersebut, bahwa keberadaan pasar modern berdampak negatif terhadap omset dan pendapatan pedagang di pasar tersebut.
8	Studi Eksplorasi Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Usaha Ritel Waserda Dan Pedagang Pasar Tradisional	Keberadaan pasar modern memiliki dampak negatif terhadap omset, pendapatan, dan jumlah pelanggan pada usaha ritel Waserda dan

No	Penelitian Terdahulu	Hasil Penelitian
	Di Kecamatan Klirong Kabupaten Kebumen	pedagang pasar tradisional. Penurunan omset pada usaha ritel Waserda dan pedagang pasar tradisional masing-masing sebesar 24% dan 16,3%. Sedangkan untuk pendapatan usaha ritel Waserda dan pedagang pasar tradisional masing-masing penurunannya mencapai 30% dan 17,5%. Selain penurunan omset dan pendapatan, pelaku usaha ritel Waserda dan pedagang pasar tradisional juga mengalami penurunan jumlah pelanggan. Penurunan jumlah pelanggan pedagang pasar tradisional mencapai 32%, sedangkan usaha ritel Waserda mengalami penurunan sebesar 29%.
9	Pengaruh keberadaan pasar Supermarket Superindo Jalan Urip Sukoharjo Terhadap Pedagang Pasar Tradisional Pasar Demangan Yogyakarta	Berdasarkan penelitian yang dilakukan kepada 90 responden 82% dari jumlah responden menyatakan berdampak negatif terhadap usaha mereka.
10	Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Eksistensi Pasar Tradisional Di Kota Samarinda	keberadaan Pasar Modern memberikan dampak yang negatif meliputi tiga aspek omset, pendapatan dan jumlah konsumen.

Beberapa hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa maraknya pembangunan pasar modern seperti *hypermarket* dan *supermarket* telah menyudutkan pasar tradisional terutama di kawasan perkotaan. Karena pasar modern menggunakan konsep penjualan produk yang lebih lengkap dan dikelola dengan lebih profesional. Kemunculan pasar modern yang melibatkan pihak swasta lokal maupun asing. Pesatnya perkembangan pasar yang bermodal kuat dan dikuasai oleh satu manajemen tersebut dipicu oleh kebijakan pemerintah untuk memperkuat penanaman modal asing.

## 2.5. Kerangka Pemikiran

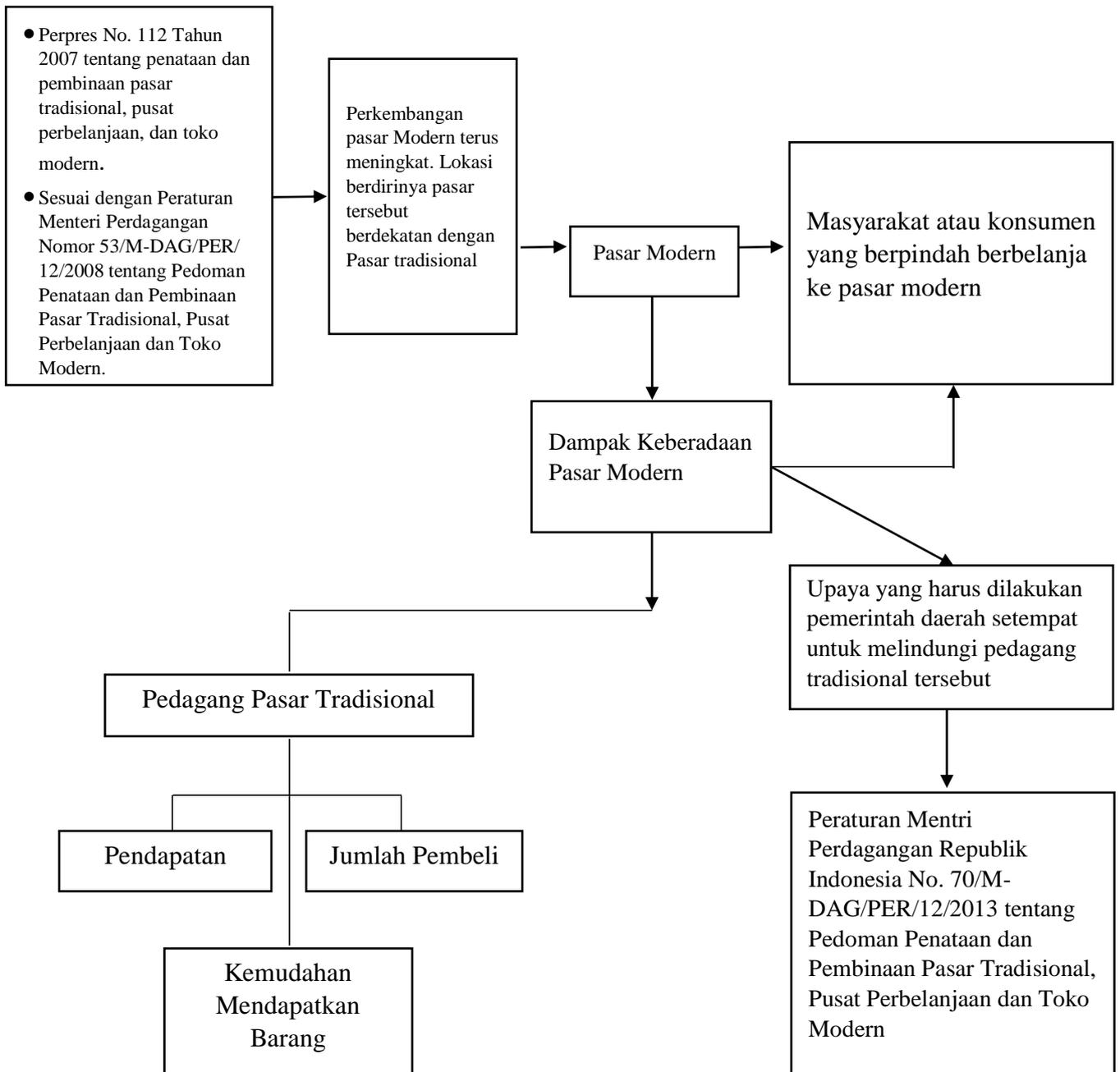
Perkembangan pasar ritel modern yang sangat pesat di Indonesia tidak dapat dihindari lagi. Pasar modern dari waktu ke waktu terus berkembang. Saat ini, pasar modern tidak hanya berada di perkotaan, akan tetapi sudah mulai masuk ke wilayah pinggiran kota. Dengan semakin pesatnya pertumbuhan jumlah retail modern maka persaingan di bidang perdagangan semakin ketat. Bagi para pedagang yang tidak siap menghadapi gencaran masuknya pedagang baru yang lebih menarik dengan menggunakan berbagai strategi pemasaran yang menarik dan disertai dengan teknologi yang modern dibarengi dengan manajemen yang lebih baik maka persaingan akan semakin ketat. Siapa saja yang tidak bias membaca peluang bisnis yang terjadi maka akan menjadi ancaman tertindas atau kalah dalam persaingan (dalam Rahardja, 2010).

Dengan keberadaan pasar ritel modern tersebut akan berpengaruh terhadap pendapatan dan kemudahan pemasokan barang tradisional berdasarkan dan (pasal butir 5 Perpres 112/2007 dan pasal 1 butir 5 Permendag 53/2008) yang dimaksud dengan ritel modern atau toko modern yaitu toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk Minimarket, Supermarket, Department Store, Hypermarket, ataupun grosir berbentuk Perkulakan. Secara kuantitas, pasar modern umumnya mempunyai persediaan barang di gudang yang terukur. Dari segi harga, pasar modern memiliki label harga yang pasti (tercantum harga sebelum dan setelah dikenakan pajak). Pasar modern juga memberikan pelayanan yang baik salah satunya mengandalkan keramahan, kerapihan dan juga fasilitas seperti pendingin udara (Fadhilah, 2011).

Pendapatan para pedagang pasar tradisional dapat mengalami penurunan dengan adanya pasar ritel modern disebabkan konsumen mereka beralih

berbelanja ke pasar modern dibandingkan berbelanja di pasar tradisional dengan alasan bermacam-macam mulai dari kenyamanan, keamanan, kebersihan dan lain sebagainya. hal tersebut akan berpengaruh buruk buat pedagang pasar tradisional, sedangkan pengertian Pasar Tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milk Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar (Pepres No. 112 Tahun 2007). Pemerintah telah membuat kebijakan dan peraturan yang tertuang dalam Perpres No. 112 Tahun 2007 dan Permendagri No. 53 Tahun 2008 yang mengatur tentang pasar modern dan pasar tradisional. Akan tetapi, pada kenyataannya peraturan tersebut tidak diimplementasikan dengan baik. Banyak peraturan yang tidak dipatuhi oleh pendiri pasar modern, misalnya masalah perizinan, jarak yang terlalu dekat dengan pasar tradisional, penyediaan tempat usaha bagi pedagang kecil. Dalam penelitian (Wilda Nurafia Naully & Irawati 2011), dinyatakan bahwa setidaknya ada 8 pasal yang terdapat dalam Peraturan Daerah Kabupaten Bekasi di langgar dalam pendirian minimarket di desa Karang Asih Kecamatan Cikarang Kabupaten Bekasi.

Banyaknya peraturan-peraturan pemerintah pusat maupun pemerintah daerah yang dilanggar dalam pendirian pasar ritel modern sehingga saat ini banyak sekali pasar ritel modern bisa ditemui hampir di setiap kota maupun daerah. Oleh karena itu maka peran pemerintah dalam hal ini sangat dibutuhkan untuk melakukan perlindungan terhadap para pedagang pasar tradisional.



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Berdasarkan gambaran permasalahan yang diuraikan pada bagian sebelumnya, maka peneliti merumuskan penelitian ini sebagai jenis penelitian deskriptif eksploratif dengan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan kuantitatif berfungsi untuk mendeskripsikan data yang berbentuk angka-angka. Sedangkan pendekatan kualitatif berfungsi untuk menggambarkan keadaan atau fenomena yang terjadi di lapangan dengan kata-kata (Sugiono, 2015).

Penelitian deskriptif (*descriptive research*) adalah suatu metode penelitian yang ditujukan untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang ada pada saat ini atau saat lampau (Nana Syaodih Sukmadinata, 2007:54). Penelitian deskriptif kualitatif terbatas pada usaha mengungkapkan suatu masalah/keadaan/peristiwa sebagaimana adanya sehingga bersifat hanya sekedar mengungkapkan fakta (*fact finding*) (Nawawi Hadari, 1991:31).

Penelitian eksploratif adalah penelitian yang bertujuan menggali tentang sebab-sebab atau hal yang mempengaruhi terjadinya sesuatu (Suharsimi Arikunto, 2002:6). Penelitian yang berupa studi eksploratif juga berusaha menggali pengetahuan baru untuk mengetahui suatu permasalahan. Deskriptif eksploratif dalam penelitian ini yaitu penelitian yang menggambarkan dampak keberadaan pasar modern terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional di Kecamatan Tanjungsari Kabupaten Sumedang.

### 3.2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di dua lokasi berbeda yaitu di pasar modern dan pasar tradisional. Penelitian di pasar modern untuk melihat harga, fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh pasar modern yang ada di Kecamatan Tanjungsari Kabupaten Sumedang (Gambar 3.1). Sedangkan penelitian di pasar tradisional untuk mendapatkan data atau jawaban mengenai kondisi pasar tradisional Tanjungsari setelah adanya pasar modern di Kecamatan Tanjungsari Kabupaten Sumedang (Gambar 3.2).

Adapun alasan memilih lokasi tersebut yaitu karena pasar tradisional Tanjungsari merupakan pasar tradisional terbesar yang ada di Kabupaten Sumedang. Pasar tradisional tanjungsari juga merupakan sebagai penunjang perekonomian masyarakat sekitar maupun perekonomian daerah khususnya di Kabupaten Sumedang. Kedua lokasi ini saling berdekatan, strategis dan terjangkau sehingga dapat memudahkan proses pengambilan data yang diperlukan dalam penelitian.



**Gambar 3.1. Lokasi Pasar Modern Tanjungsari**



**Gambar 3.2. Lokasi Pasar Tradisional Tanjungsari**

### 3.2.1. Jumlah Pasar Modern Tahun 2019

<b>Nama Pasar Modern</b>	<b>Jumlah</b>
Indomaret	3
Alfamaret	2
Griya	2
Tokma	1

Sumber : Lapangan Langsung

### 3.2.2 Jumlah Toko dan Pedagang di Pasar Tradisional Tanjungsari, Sumedang Tahun 2019

<b>Nama Toko</b>	<b>Jumlah Pedagang</b>
Sandang	174
Toko mas	14
Salon	6
Kosmetik	2
Elektronik	6
Atk	2
Aksesoris/ mainan	4

<b>Nama Toko</b>	<b>Jumlah Pedagang</b>
Obat obatan	1
Plastik	6
Alat rumah tangga/langsam	26
Sayuran	72
Kelontongan	165
Makanan	48
Daging sapi	8
Daging ayam	11
Ikan basah	7
Ikan asin	21
Tahu/tempe	3
Beras	22
Hasil bumi	16
Buah-buahan	7
Rampe	3
Telur	4
Gilingan	4
Alat pertanian	15
Pupuk	2
<b>Jumlah</b>	<b>545</b>

Sumber : dinas koperasi, usaha kecil menengah perdagangan dan perindustrian Kabupaten Sumedang

### **3.3. Teknik Penentuan Data**

#### **3.3.1. Populasi Penelitian**

Menurut Sugiyono (2011:117) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan menurut Nuzul Zuriah (2007), populasi adalah seluruh

data yang menjadi perhatian peneliti dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang ditentukan. Jadi, populasi berhubungan dengan data, bukan faktor manusianya. Akan tetapi, dalam penelitian kualitatif populasi dinamakan dengan situasi sosial. Situasi sosial itu sendiri terdiri dari tiga elemen yaitu tempat (*place*), pelaku (*actors*) dan aktivitas (*activity*) yang berinteraksi secara sinergis (Sugiyono, 2011:297).

Sesuai dengan masalah yang diteliti, maka situasi sosial dalam penelitian ini adalah pelaku usaha pedagang pasar tradisional yang menjual barang dagangan yang sama dengan pasar modern dan memiliki radiu 0 – 1 km dari tempat berdirinya pasar modern di Kecamatan Tanjungsari Kabupaten Sumedang.

### **3.3.2. Sampel Penelitian**

Sampel merupakan bagian dari populasi (Suharsimi Arikunto, 2006:131). Menurut Sugiyono (2011:118), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel dilakukan jika populasinya besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Karena di pasar tradisional Tanjungsari itu banyak sekali pedagang, maka peneliti tidak akan mewawancarai semuanya, tetapi hanya sebagian pedagang saja yang menjual produk yang sama dengan yang dijual di pasar modern.

Untuk pengambilan sampel penelitian ini yaitu pedagang pasar tradisional dan warung-warung harus memenuhi kriteria sebagai berikut :

1. Pedagang pasar tradisional dan warung-warung yang menjual barang dagangannya sama dengan pasar modern.
2. Jarak tempat usaha atau toko pedagang tradisional jaraknya dekat dengan pasar modern.
3. Lamanya mereka berdagang.
4. Konsumen yang tidak mau berbelanja di pasar tradisional dan lebih memilih berbelanja di pasar modern.

### **3.4. Jenis dan Sumber Data**

#### **3.4.1. Jenis Data**

Data yang digunakan terdiri dari 2 (dua) macam yaitu :

##### **1. Data Kuantitatif**

Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau bilangan. Sesuai dengan bentuknya, data kuantitatif dapat diolah atau dianalisis menggunakan teknik penghitung matematika atau statistika (Arikunto, 2010). Penelitian ini menggunakan data kuantitatif berupa jawaban kuisioner yang berskala ordinal.

##### **2. Data Kualitatif**

Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata-kata, bukan dalam bentuk angka. Data kualitatif diperoleh melalui berbagai macam teknik pengumpulan data, misalnya dengan wawancara, analisis dokumen, observasi yang telah dibuat dalam bentuk catatan. Data kualitatif digunakan

untuk menggambarkan keadaan pasar tradisional dan pasar modern berdasarkan dari hasil observasi.

### **3.4.2. Sumber Data**

Untuk menunjang kelengkapan pembahasan penulis ini, maka diperlukan sumber pengumpulan data, penulis memperoleh sumber data dari :

#### **1. Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh melalui wawancara dan kuisisioner yang diberikan kepada pedagang pasar tradisional. Dalam penelitian ini data primer diperoleh langsung dari lokasi penelitian melalui kuisisioner dan wawancara yang diberikan kepada pedagang pasar tradisional yang berada dipasar tersebut (Arikunto, 2010).

#### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang pengumpulannya dilakukan oleh pihak lain berupa dokumen tertulis. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari buku-buku referensi, jurnal dan internet yang berkaitan dengan judul penulis (Arikunto, 2010).

### **3.5. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

### 1. Metode Angket atau Kuesioner

Metode angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2011:199). Angket atau kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan bentuk angket tertutup, dimana responden hanya memilih salah satu alternatif jawaban dari setiap pertanyaan atau pernyataan yang telah tersedia. Dalam penelitian ini, angket digunakan untuk mengetahui pendapat pedagang pasar tradisional terkait dengan keberadaan pasar modern dan kondisi demografi pedagangnya.

### 2. Metode Wawancara

Wawancara yang digunakan adalah bentuk wawancara mendalam (*depth interview*). Wawancara digunakan untuk mengetahui dampak keberadaan pasar modern terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional dan upaya-upaya apa yang dilakukan oleh para pedagang tersebut untuk mempertahankan eksistensi usahanya. Selain itu, wawancara juga dilakukan terhadap konsumen yang telah berbelanja di pasar modern. Wawancara terhadap konsumen dimaksudkan untuk mengetahui alasannya berbelanja di pasar modern dibandingkan berbelanja di pasar tradisional.

### 3. Metode Observasi

Metode observasi dalam penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan data pelengkap guna menunjang data primer yang telah diperoleh. Metode ini

dilakukan dengan cara mengamati secara langsung tentang kegiatan konsumen yang berbelanja di *minimarket*. Metode observasi ini digunakan untuk mendapatkan data tentang kondisi pedagang di pasar tradisional.

#### 4. Metode Dokumentasi

Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumen-dokumen peraturan dan kebijakan pemerintah yang mengatur tentang penyelenggaraan pasar modern dan pasar tradisional. Dokumen-dokumen tersebut yaitu terdiri dari Perpres No. 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern dan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 53/M-DAG/PER/12/2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Dokumen lain berupa data demografi masyarakat di Kecamatan Tanjungsari Kabupaten Sumedang dan foto-foto keadaan lapangan tempat peneliti melakukan penelitian.

### **3.6. Definisi dan Operasional Variabel**

Pedagang pasar adalah pihak ketiga yang melakukan kegiatan dengan menjual atau membeli barang dan atau jasa yang menggunakan pasar sebagai tempat kegiatannya. Indikator yang digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh pasar modern (*minimarket*) terhadap pedagang pasar tradisional antara yaitu pendapatan, kemudahan mendapatkan pasokan barang dan jumlah pembeli.

**Tabel 3.6. Operasional Variabel**

No	Variabel	Definisi	Indikator/Tolak Ukur	Satuan
1	Pendapatan (Y)	Penerimaan kotor seorang pedagang yang diperoleh dari hasil penjualan barang yang dijual, belum dikurangi biaya operasional dan tenaga kerja serta harga barang yang terjual atau ( <i>revenue</i> )	Diukur dengan menggunakan skala <i>likert</i> .	Skala
2	Jumlah pembeli (X1)	Setiap orang atau konsumen yang datang ke pasar dan membeli langsung barang di pasar tersebut	Diukur dengan menggunakan skala <i>likert</i> .	Skala
3	Kemudahan mendapatkan pasokan barang (X2)	Kemudahan produsen mendapatkan barang dagangannya dari distributor yang kemudian akan dijual kepada konsumen.	Diukur dengan menggunakan skala <i>likert</i> .	Skala

### 3.7. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, instrument yang digunakan yaitu :

### **3.7.1. Peneliti**

Dalam penelitian ini, peneliti adalah instrumen penelitian yang artinya peneliti merupakan perencana, pelaksana, pengumpul data, penafsir data dan pada akhirnya melaporkan hasil penelitiannya.

### **3.7.2. Angket atau Kuesioner**

Angket atau kuesioner digunakan untuk memperoleh data tentang pendapat pedagang di pasar tradisional tentang keberadaan pasar modern terhadap usahanya. Instrumen angket atau kuesioner dalam penelitian ini menggunakan modifikasi skala likert dengan 5 alternatif jawaban yaitu 1 SS (Sangat Sedikit), 2 S (Sedikit), 3 CB (Cukup Banyak), 4 B (Banyak), 5 SB (Sangat Banyak). Angket atau kuesioner dibuat dengan pernyataan positif dan pernyataan negatif dengan pedoman penskoran masing-masing alternatif jawaban (Sugiyono, 2011:93).

### **3.7.3. Wawancara**

Wawancara sebagai instrumen penelitian digunakan untuk memperoleh data secara mendalam dari pedagang pasar tradisional mengenai dampak keberadaan pasar modern terhadap usahanya dan upaya-upaya yang dilakukan oleh para pedagang pasar tradisional untuk mempertahankan eksistensi usahanya. Selain itu, wawancara juga dilakukan terhadap konsumen untuk mendapatkan informasi lebih mendalam tentang dampak keberadaan pasar modern terhadap pedagang pasar tradisional dari pandangan konsumennya.

#### **3.7.4. Dokumentasi**

Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Perpres No. 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern dan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 53/MDAG/PER/12/2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Selain itu, dokumen lainnya berupa data demografi masyarakat Kecamatan Tanjungsari, serta foto-foto tentang kondisi lapangan.

### **3.8. Metode Analisis Data**

Analisis data adalah suatu rencana kegiatan yang dibuat oleh peneliti untuk memecahkan masalah, sehingga diperoleh data yang valid sesuai dengan tujuan penelitian. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan melalui penyebaran angket atau kuesioner kepada konsumen yang telah berbelanja di *minimarket* dan kepada pedagang pasar tradisional. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu metode angket atau kuesioner wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan uji beda dengan metode *Paired Sample T-test*.

#### **3.8.1. Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif adalah analisis statistik yang menjelaskan atau memaparkan data hasil pengamatan tanpa melakukan uji statistik. Analisis ini

digunakan untuk mengkaji faktor-faktor yang menyebabkan konsumen tidak mau berbelanja di pasar tradisional dan lebih memilih pasar modern.

### 3.8.2. Uji Beda

Uji beda dengan metode *Paired Sample T-test* adalah untuk mengetahui dampak apakah terdapat perbedaan antara sebelum dan sesudah adanya *minimarket* modern disekitar pedagang pasar tradisional terhadap pendapatan, omset penjualan, dan jumlah pembeli.

Teori uji rata-rata *T-test* adalah sebuah teori dalam statistik yang digunakan untuk menguji apakah suatu nilai tertentu (yang diberikan sebagai pembandingan) berbeda secara nyata atau tidak dengan rata-rata sebuah sampel. Untuk melakukan uji beda rata-rata dengan *T-test*, data yang digunakan adalah data yang bertipe kuantitatif.

*Paired sampel T-test* digunakan apabila data yang dikumpulkan dari dua sampel yang saling berhubungan, artinya bahwa satu sampel akan mempunyai dua data. Uji-t berpasangan (*Paired T-test*) adalah salah satu metode pengujian hipotesis dimana data yang digunakan tidak bebas (berpasangan). Ciri-ciri yang paling sering ditemui pada kasus yang berpasangan adalah individu (obyek penelitian) dikenai 2 buah perlakuan yang berbeda (Hutabarat, 2009).

Berdasarkan definisi tersebut penelitian ini menggunakan metode *paired T-test* untuk mengetahui apakah terdapat dampak perbedaan antara sebelum dan sesudah adanya *minimarket* modern disekitar pasar tradisional. Dua data atau kelompok disini adalah dampak terhadap variabel penelitian antara sebelum dan

sesudah adanya *minimarket* modern disekitar pasar tradisional. Setelah dilakukan analisis maka akan terlihat apakah terdapat perbedaan data antara sebelum dan sesudah adanya *minimarket* modern disekitar pasar tradisional.

Berikut merupakan rumus untuk menghitung *paired sample T-test* atau uji t dua sample berpasangan :

$$t = \frac{\Sigma D}{\sqrt{\frac{n \cdot \Sigma D^2 - (\Sigma D)^2}{n-1}}}$$

Keterangan :

t = Nilai t hitung

D = Selisih nilai kelompok 1 dan kelompok 2

n = Jumlah Sampel

### 3.8.3. Uji Penelitian

Untuk melakukan pengujian pada hipotesis yaitu dengan cara melihat nilai signifikansinya :

1. Bila nilai signifikansinya  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, itu artinya bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan.
2. Bila nilai signifikansinya  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima itu artinya bahwa ada pengaruh yang signifikan.

### 3.9. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk

kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang di berikan baru di dasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta yang empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang *empiric* (Sugiyono, 2014). Berikut merupakan jawaban hipotesis dari rumusan masalah :

1. Adanya perbedaan yang signifikan terhadap pendapatan pedagang antara sebelum dan sesudah adanya pasar modern terhadap pedagang pasar tradisional.
2. Adanya perbedaan yang signifikan terhadap jumlah pembeli antara sebelum dan sesudah adanya pasar ritel terhadap pedagang pasar tradisional.
3. Tidak adanya perbedaan yang signifikan terhadap kemudahan mendapatkan pasokan barang antara sebelum dan sesudah adanya pasar sritel modern terhadap pedagangn pasar tradisional.

