

# DAMPAK KEBERADAAN PASAR MODERN TERHADAP USAHA RITEL KOPERASI/WASERDA DAN PASAR TRADISIONAL

Agus Susilo<sup>1</sup>, Taufik<sup>2</sup>

## ABSTRACT

*The purpose of this study is (1) to identify position of traditional market and modern market from institutional aspect and existing regulation, (2) to know the impact of the existance of modern market to retail business managed by cooperative, traditional market and small and medium enterprise and (3) to draw up a concept on the empowerment of retail business applied by cooperative, traditional market and small and medium enterprise.*

*The main problem of this study is (1) the position of traditional market and modern market seen from institusional aspect and the existing regulation, (2) the impact of the existence of modern market to retail business managed by cooperative, traditional market and small and medium enterprise seen in aspect of business volume, selling price, worker numbers and factors affecting consumer behaviour in determining to shopping and (3) the concept to empower retail business applied by cooperative, traditional market and small and medium enterprises impact to business volume of traditional market.*

*Between before and after the existence of modern is quite different, in which the business volume of traditional market was higher before the existence of modern market, while variable of selling price and worker number is just a slight difference.*

*The conclusion of this study is (1) the existence of modern market has shreatened traditional market in which, it has developed by 31,4% (AC Nielson) and has developed negatively by 8%, (2) business volume of traditional market has decreased due to the existence of modern market. No significant difference in worker numbers and commodities selling price and (3) the decision to shopping in modern market is strongly affected by factors of : comfort, sanitation, availability of other facilities, and consumers decision to shopping in traditional market is strongly affected by distance and shopping habit.*

## ABSTRAK

*Tujuan dari pengamatan ini adalah (1) untuk mengidentifikasi posisi pasar tradisional dan pasar modern dari aspek kelembagaan dan peraturan yang ada, (2) untuk mengetahui dampak keberadaan pasar modern untuk bisnis ritel yang dikelola oleh koperasi, pasar tradisional dan kecil dan perusahaan menengah dan (3) untuk menyusun konsep tentang pemberdayaan usaha ritel diterapkan oleh koperasi, pasar tradisional dan usaha kecil dan menengah.*

*Masalah utama penelitian ini adalah (1) posisi pasar tradisional dan pasar modern dilihat dari aspek institusional dan peraturan yang ada, (2) dampak keberadaan pasar modern untuk bisnis ritel yang dikelola oleh koperasi, pasar tradisional dan kecil dan menengah dilihat dalam aspek volume usaha, harga jual, nomor pekerja dan faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam menentukan untuk belanja dan (3) konsep untuk*

<sup>1</sup> Mahasiswa Program Magister Manajemen Pasca Sarjana Universitas Muria Kudus

<sup>2</sup> Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

*memberdayakan bisnis ritel diterapkan oleh koperasi, pasar tradisional dan kecil dan menengahkan dampak perusahaan terhadap volume bisnis tradisional pasar.*

*Antara sebelum dan sesudah keberadaan modern sangat berbeda, di mana volume bisnis pasar tradisional lebih tinggi sebelum adanya pasar modern, sedangkan variabel harga jual dan jumlah pekerja hanya sedikit perbedaan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah (1) keberadaan pasar modern telah shreatened pasar tradisional di mana, telah dikembangkan oleh 31,4% (AC Nielson) dan telah mengembangkan negatif sebesar 8%, (2) volume bisnis pasar tradisional karena adanya pasar modern menurun. Tidak ada perbedaan yang signifikan dalam jumlah pekerja dan harga jual komoditas dan (3) keputusan untuk berbelanja di pasar modern sangat dipengaruhi oleh faktor: kenyamanan, sanitasi, ketersediaan fasilitas lainnya, dan keputusan konsumen untuk berbelanja di pasar tradisional sangat dipengaruhi oleh jarak dan kebiasaan belanja.*

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Pertumbuhan penduduk yang begitu pesat mendorong laju pertumbuhan ekonomi yang begitu pesat pula. Kebutuhan akan ekonomi dari masyarakat seiring sejalan dengan perkembangan masyarakat itu sendiri, Kebutuhan akan pasar yang merupakan akses untuk memenuhi kebutuhan hidup dimana transaksi kebutuhan antar pedagang dan konsumen berkembang dengan pesatnya, hal ini jika kita tinjau di berbagai daerah mu ncullah bentuk bentuk pasar kecil mini market (Ritail) .

Semakin maju perkembangan zaman dari bentuk pasar tradisional meningkat pasar yang lebih modern dan sekarang banyak kita temukan pasar pasar kecil lebih proposional seperti Toserba, Mini Markit , alfa mart bahkan sekarang bermunculan suwalayan –sualayan yang semakin modrn dengan pengembanagn menejemen yang lebih mapan .

Dengan munculnya pasar modern ini pasar tradisional akan mengalami penyusutan pelanggan dan pendapatannya.,

Jika tidak diimbangi dengan pelayanan dan menejemen yang lebih baik boleh jadi pasar tradisional akan lama lama bisa mengalami kematian.

Dengan kesibukan masyarakat dalam berbagai kegiatannya maka akan memenuhi kebutuhan diluar jam kerja untuk soping belanja , dan kebanyakan ia meluangkan waktunya pada malam hari , sedangkan pasar tradisional tidak akan mampu melayani karena mereka memanfaatkan waktunya hanya siang hari. ;

### **Tujuan dan Manfaat**

#### **a. Tujuan**

Kegiatan penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk :

- (1) Mengidentifikasi posisi pasar tradisional dan pasar modern (supermarket dan hypermarket) dari aspek kelembagaan dan peraturan perundangundangan yang berlaku;
  - (2) Mengetahui dampak kehadiran pasar modern (supermarket dan hypermarket) terhadap usaha ritel yang dikelola oleh koperasi/waserda, pasar tradisional, dan PKM;
  - (3) Menyusun suatu konsep pemberdayaan usaha perdagangan ritel yang dapat diterapkan koperasi/waserda, pasar tradisional, dan PKM.
- b. Manfaat

Penelitian ini bermanfaat untuk :

- (1) Mengetahui kondisi atau potret pasar modern, waserda koperasi dan pasar tradisional.
- (2) Mengevaluasi dan mendistribusikan dampak keberadaan pasar modern.
- (3) Menyusun konsep pengembangan waserda koperasi dalam mengelola usaha ritel, dikaitkan dengan keberadaan pasar modern dan pasar tradisional.

## **TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR**

### **Landasan Teori**

#### **Pengertian Pasar Tradisional dan Pasar Modern**

Selanjutnya Sinaga (2006) mengatakan bahwa 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. 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/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 dengan adanya pendingin udara yang

## Metode Kerja

Pelaksanaan kegiatan ini dilaksanakan dengan menggunakan metode dan pendekatan pengamatan lapangan di pasar pasar tradisinanol dengan pengamatan . minimarket , alfa mart dan suwalayan suwalayan yang ada di daerah kudas.

## Wilayah Penelitian

Pelaksanaan kegiatan penelitian ini mengambil sampel di Kabupaten kudas. subjek kajian terdiri dari : (1) Pasar tradisional, (2) Koperasi/waserda, (3) UKM sektor ritel, (4) Pasar modern dan (5) Instansi terkait (sumber data pelengkap).

## Penggalian Data

No	Wilayah Kajian	Objek Kajian				
		PT	Koperasi	UKM	PM	IT
1	Pasar Piji Dawe	P	P	P	P	P
2	Pasar Bitingan Kudus	P	P	P	P	P
3	TOSERBA Jember	P	P	P	P	P
4	Alfa Maret	P	P	P	P	P
5	Indo Maret Dawe	P	P	P	P	P
6	Ada Kudus	P	P	P	P	P
7	Koperasi Dawe	P	P	P	P	P

Tabel 1. Sebaran dan Objek Sampel 3.3 Metode

Keterangan :

PT : Pasar Tradicional

Kop : Koperasi (Waserda)

UKM : Usaha Kecil dan Menengah sektor riel

PM : Pasar Modern

IT : Instansi Terkait

No.	Data dan Informasi yang	Sumber Data dan
1	Konsep, program, dan praktek usaha ritel baik pada koperasi/waserda, UKM, maupun pasar tradisional dan pasar modern	<ul style="list-style-type: none"><li>Literatur</li><li>Expert survei</li></ul>
2	Kinerja dan perkembangan pasar modern, koperasi, UKM ritel dan pasar tradisional	<ul style="list-style-type: none"><li>Koperasi</li><li>UKM</li><li>Pelaku pasar tradisional</li><li>Pelaku usaha pasar modern</li></ul>
3	Data dan informasi lain yang relevan	Literatur yang relevan

Untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sekaligus untuk menjawab beberapa pertanyaan sebagaimana dirumuskan dalam identifikasi masalah, ditempuh dengan menggunakan beberapa metode analisis. Metode dan teknik analisis data adalah sebagai berikut :

- 1) Identifikasi masalah I dan identifikasi masalah III dianalisis dengan menggunakan metode analisis deskriptif, ialah analisis yang dilakukan dengan mengeksplorasi data secara deskriptif. Dalam metode ini, eksplorasi data lebih banyak menggunakan pendekatan kualitatif.
- 2) Identifikasi masalah II dianalisis dengan menggunakan metode statistika dengan bantuan software SPSS versi 11.5
  - a. Untuk menjawab sub masalah ke-1 , teknik statistika yang digunakan adalah univariate analysis, yaitu Mann Whitney U dan t-test. Untuk menggunakan teknik ini terlebih dahulu dilakukan uji normalitas data dengan menggunakan metode one-sample Kolmogorov-Smirnov
  - b. Untuk menjawab sub identifikasi masalah ke-2 dilakukan dengan menggunakan analisis regresi logistik (logit regression). Alasan pemilihan metode ini mengingat variabel independent (Y) memiliki karakteristik biner, yaitu keputusan untuk memilih berbelanja di pasar tradisional ( $Y_A$ ) atau di pasar modern ( $Y_B$ ).

Persamaan umum model Regresi Logistik adalah :

$$p = \frac{1}{1 + e^{-(B_0 + B_1X_1 + \dots + B_nX_n)}}$$

d i m a n a

p= Probabilitas keputusan konsumen untuk membeli/berbelanja dipasar modern atau pasar tradisional

e = logaritma natural

$B_0$  = konstanta

$B_1$ - $B_n$  = koefisien regresi logistik

$X_1$ - $X_n$  = variabel-variabel penelitian

## HASIL DAN PEMBAHASAN

No	Indikator	Persepsi				
		Sangat	Buruk	Cukup	Baik	Sangat
1	Kemudahan Akses	-	6 %	43 %	46 %	5 %
2	Ketersediaan Fasilitas	-	-	20 %	60 %	20 %
3	Kebiasaan Berbelanja	-	-	22 %	56 %	22 %

Sumber : Diolah dari data lapangan, 2010

Dari sisi kelembagaan, perbedaan karakteristik pengelolaan pasar modern dan pasar tradisional nampak dari lembaga pengelolanya. Pada pasar tradisional, kelembagaan pengelola umumnya ditangani oleh Dinas Pasar yang merupakan bagian dari sistem birokrasi. Sementara pasar modern, umumnya dikelola oleh profesional dengan pendekatan bisnis. Selain itu, sistem pengelolaan pasar tradisional umumnya terdesentralisasi dimana setiap pedagang mengatur sistem bisnisnya masing-masing. Sedangkan pada pasar modern, sistem pengelolaan lebih terpusat yang memungkinkan pengelola induk dapat mengatur standar pengelolaan bisnisnya. Dari aspek kebijakan, dapat dijelaskan bahwa pemerintah telah mengeluarkan kebijakan-kebijakan tentang penataan perpasaran. Beberapa kebijakan yang telah dikeluarkan dapat dilihat pada tabel di bawah ini

No.	Kebijakan Pengaturan	Substansi Pokok
1	SKB Menperindag dengan Mendagri Nomor 57/1997 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;Menperindag mengatur, membina, mengembangkan usaha perdagangan di pasar dan pertokoan dan pedagang kecil dan menengah</li> <li>&gt; Mendagri melakukan pembinaan Pemerintah Daerah dalam penataan dan pembangunan pasar/pertokoan</li> <li>&gt; Pemda menetapkan lokasi dan ijin pembangunan pasar/pertokoan</li> </ul>

2	SKB Mendagri, Menkop dan PPK Nomor : 01/SKB/M/97 tentang Pembinaan dan Pengembangan Koperasi dan PK dalam Pengembangan Pasar dan Pertokoan	>Penciptaan iklim kondusif pengadaan, pembangunan, pengelolaan penataan pasar dan pertokoan yang layak bagi koperasi dan PK termasuk sektor informal >Peningkatan kemampuan koperasi dan PK dalam pengembangan pasar/toko > Kemitraan koperasi dan PK dengan Bank, pemda, BUMN, swasta, lainnya
---	--	--

Tabel 5. Jenis dan Substansi Pokok Kebijakan Pembinaan dan Penataan Perpasaran

Mencermati substansi pokok kebijakan-kebijakan yang telah dikeluarkan (tenaga Kerja). Hasil uji normalitas data (omzet penjualan, harga jual barang, dan jumlah tenaga kerja) disajikan pada tabel di bawah ini

1	Omzet penjualan	0.112	100		Non Sig
2	Harga jual barang	0.121	100	0.146	Non Sig
3	Jumlah tenaga kerja	0.289	100	0.000	Sig

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas Data  
Sumber: Diolah dari output SPSS hasil pengolahan data penelitian, 2005

Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa data omzet penjualan dan harga jual produk berdistribusi normal. Kedua data ini selanjutnya diuji perbedaan rataratanya dengan menggunakan uji t. Sedangkan data jumlah tenaga kerja menunjukkan tidak berdistribusi normal, sehingga diuji dengan menggunakan uji Mann Whitney U

1	Harga jual barang	T test	0.54	0.593	Non
2	Jumlah tenaga	Mann	1	0.079	Non

Tabel 7. Hasil Uji Beda  
Sumber: Diolah dari output SPSS hasil pengolahan data penelitian, 2005

Dari hasil uji beda di atas dapat diketahui bahwa hanya omzet penjualan (pasar tradisional) yang terbukti berbeda secara signifikan (memiliki perbedaan rata-rata) antara sebelum dengan sesudah adanya pasar modern. Sedangkan dua aspek lainnya yaitu harga jual barang dan jumlah tenaga kerja tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan. Untuk mengetahui perbandingan rata-rata ketiga indikator penelitian dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

1	Omzet penjualan	4.51 09	>	1.1746	Sig
2	Harga jual barang	3.4682	>	3.0675	Non
3	Jumlah tenaga	3.0168	>	2.9807	Non

Tabel 14. Perbandingan Rata-Rata Omzet Penjualan, Harga Jual Barang, dan Jumlah Tenaga Kerja Pasar Tradisional Sebelum dan Sesudah Adanya Pasar Modern

Sumber: Diolah dari output SPSS hasil pengolahan data pada tahun 2005

Dari data di atas dapat dijelaskan bahwa pada dasarnya terdapat perbedaan tanggung jawab kepada Bupati/Walikota atau Gubernur khusus untuk Pemerintah Propinsi DKI Jakarta;

- a. Kewenangan penerbitan IUPM dan/atau IUTM berada pada Menteri. Namun demikian, kewenangan Menteri dapat diserahkan atau dilimpahkan baik kepada Bupati/Walikota atau Gubernur untuk Pemerintah Propinsi DKI Jakarta;
- b. Pasar modern/toko modern dapat melakukan kegiatan usaha setelah memiliki IUPM dan/atau IUTM;
- c. Toko modern yang berada di dalam pasar modern tidak diwajibkan memiliki IP2TM tetapi wajib memiliki IUTM.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis sebagaimana diuraikan di atas, pengamatan ini menghasilkan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

- (1) Beberapa kebijakan Pemerintah telah dikeluarkan untuk menata pengelolaan perpasaran, baik pasar modern maupun pasar tradisional. Implementasi kebijakan ini menuntut komitmen lebih besar agar dapat dilaksanakan secara konsisten;
- (2) Secara makro, beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa kehadiran pasar modern telah mengancam eksistensi pasar tradisional. Fakta ini antara lain diungkap dalam penelitian AC Nielson yang menyatakan bahwa pasar modern telah tumbuh sebesar 31,4%. Bersamaan dengan itu, pasar tradisional telah tumbuh secara negatif sebesar 8%. Berdasarkan kenyataan ini maka pasar tradisional akan habis dalam kurun waktu sekitar 12 tahun yang akan datang, sehingga perlu adanya langkah preventif untuk menjaga kelangsungan pasar tradisional termasuk kelangsungan usaha perdagangan (ritel) yang dikelola oleh koperasi dan UKM
- (3) Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa dampak keberadaan pasar modern terhadap pasar



tradisional adalah dalam hal penurunan omzet penjualan. Dengan menggunakan uji beda pada taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$ , hasil analisis menunjukkan bahwa dari 3 variabel yang diteliti, variabel omzet penjualan pasar tradisional menunjukkan perbedaan yang signifikan antara sebelum dan sesudah hadirnya pasar modern dimana omzet setelah ada pasar modern lebih rendah dibandingkan sebelum hadirnya pasar modern. Sedangkan variabel lainnya, yaitu jumlah tenaga kerja dan harga jual barang tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan.

(4) Berdasarkan hasil analisis terhadap perilaku konsumen, diperoleh hasil

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Nielson, C. 2003. *Modern Supermarket* (Terjemahan AW Mulyana). Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta : Universitas Indonesia.
- Sinaga, Pariaman. 2004. *Makalah Pasar Modern VS Pasar Tradisional*. Kementerian Koperasi dan UKM. Jakarta : Tidak Diterbitkan.