BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Keberadaan pasar modern seperti minimarket, supermarket dan hypermart[1] saat ini cukup pesat. Menurut data Global Retail Development Index (GRDI) tahun 2014, Indonesia pada posisi ke-15 dari negara-negara berkembang yang menjadi tujuan bisnis ritel ini. Dua tahun berikutnya sebagaimana yang dirilis oleh perusahaan konsultan global A. T. Kearny, tahun 2016, Indonesia merupakan negara dengan urutan ke-5 sebagai tujuan investasi ritel, dengan penjualan ritel US$ 324 miliar, berada di atas negara Turki dan Arab Saudi. Meskipun Indonesia memiliki tingkat penjualan ritel yang cukup kecil dan memiliki tingkat kurs mata uang yang fluktuatif, namun perkembangan populasi atau jumlah penduduk Indonesia yang besar, menjadikan negara ini tetap

[1] Pasar modern seperti minimarket, supermarket dan hypermart merupakan bentuk dari bisnis retail yang kegiatan usahanya adalah menjual barang atau jasa kepada perorangan untuk keperlun diri, keluarga ataupun rumah tangga. Umumnya usaha ini melakukan penjualan langsung kepada konsumennya. Adapun jalur distribusinya sebagai berikut: Produsen menjual barangnya kepada pedagang besar, kemudian pedagang besar menjual lagi kepada ritel (minimarket, supermarket, hypermart, setelah itu barang dijual lagi kepada konsumen rumah tangga. Lihat "Pengertian bisnis ritel" dengan alam*at www.landasanteori.com*, diakses tanggal 19 April 2017

menarik untuk tujuan ritel asing.[2] Dengan prospek pertumbuhan ekonomi di Indonesia tersebut, peritel lokal maupun internasional kemudian mempercepat rencana ekspansinya. Contohnya seperti Indomaret di tahun 2015 membuka 1.560 toko dan di 2016 menjadi 1.600 toko. Peritel asing seperti Uni Emirat Arab akan menginvestasikan dananya sebesar US$ 500 juta dalam lima tahun kedepan. Tahun 2016 kemarin juga Hypermart telah menambah gerainya sebanyak sembilan buah dan Foodmart sebanyak empat buah. [3]

Data di atas menunjukkan bahwa perkembangan dari bisnis ini cukup besar dan angka perolehan dari bisnis inipun sangat menguntungkan. Seperti perolehan laba bersih dari perusahaan PT Alfaria yang memiliki gerai Alfamart, sebesar 56,1 triliun.[4] Dengan manajemen yang modern, layanan, kuantitas, kualitas serta harga yang pasti (setelah kena pajak) membuat pasar modern memiliki daya saing yang lebih tinggi dibanding pasar tradisional. Selain aspek tersebut, adanya pasar modern lebih menguntungkan

---

[2] Lihat "The 2016 Global Retail Development Index" dalam *www.atkearny.com/consumer-product-retail*, diakses tanggal 19 April 2017

[3] Faisal Maliki Baskoro, "Indonesia Masu Lima Besar sector Ritel Paling Potensial di Dunia: kdalam *www. beritasatu.com*, diakses tanggal 19 April 2017

[4] Lihat "2016, Pendapatan Bersih PT Alfaria Rp 56,1 Triliun" dalam *www.tempo.co*, diakses tanggal 1 April 2017

bagi pemerintah karena pemasukkan anggaran atas pajak penjualan barang lebih bisa dikontrol, ketimbang di pasar tradisional.

Adanya beberapa kebijakan pemerintah saat ini lebih kepada upaya penataan dan pembatasan jumlah dari pasar modern. Seperti Perpres No. 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern berupaya untuk mengatur pertumbuhan pasar modern ditengah pasar tradisional. Diantara pasal-pasalnya tersebut tertuang aturan mengenai luas bangunan dari masing-masing toko modern, seperti misalnya minimarket yang ukurannya harus kurang dari 400 m2.[5] Kemudian keberadaan dari minimarket diperbolehkan berlokasi pada sistem jaringan jalan lingkungan pada kawasan pelayanan lingkungan (perumahan). Pendirian toko modern pun disesuaikan dengan rencana tata ruang wilayah masing-masing kota. Untuk wilayah Banjarmasin, peraturan tentang pendirian minimarket satu dengan yang lainnya diperbolehkan dengan jarak paling dekat 500 meter.[6]

Seiring dengan bertambahnya jumlah komplek perumahan yang dibangun, memberikan peluang bagi kehadiran dari pasar

---

[5] Lihat Pasal 3 ayat 2 Perpres No. 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern

[6] Lihat Pasal 22 Perda No. 12 Tahun 2013 Tentang Perlindungan, Pemberdayaan Pasar Tradisional dan Penataan Pasar Modern di Provinsi Banjarmasin

modern ini. Keberadaan dari pasar modern ini tentu memberikan dampak bagi pasar tradisional yang terlebih dahulu ada. Banyak pasar tradisional yang kemudian sepi pengunjung, omset yang menurun sampai akhirnya tutup karena ketidakmampuannya bersaing dengan pasar modern yang berdiri didekatnya. Terhadap kenyataan ini, berbagai penelitian telah dilakukan dan beragam solusi diberikan dalam rangka menjaga agar jangan sampai eksistensi pasar tradisional tergantikan peranannya oleh pasar modern. Beberapa upaya yang telah dilakukan seperti program revitalisasi pasar tradisional oleh Pemerintah Kota Bantul Yogyakarta, seperti melakukan penataan letak kios, memelihara dan meningkatkan kebersihan dan kesehatan pasar, membuat bangunan baru sebagai tempat layanan sosial, seperti klinik dan PAUD, kemudian pemberian dana bergulir untuk meningkatkan modal para pedagang.[7] Akan tetapi kebijakan-kebijakan ini nampaknya lebih ditujukan bagi upaya optimalisasi keberadaan pasar tradisional, kios-kios dan warung yang ada di dalamnya. Sementara warung-warung yang berada di luar lingkungan pasar, namun berada dekat dengan toko modern atau minimarket modern, "nampaknya" luput dari perhatian sementara pemerintah.

Ekspansi besar-besaran pasar modern, seperti minimarket di banyak daerah termasuk Banjarmasin akhir-akhir ini marak

---

[7] Lihat Eis Al Masitoh, "Upaya Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional: Studi Revitalisasi Pasar Piyungan Bantul" dalam *Jurnal PMI Vol. X No. 2*, Maret 2013

dilakukan. Dalam waktu kurang dari satu tahun tidak kurang dari 5 buah minimarket didirikan di tempat yang tidak berjauhan lokasinya, seperti yang nampak di Jl. A. Yani KM. 8 Kertak Hanyar. Dan lebih ironi lagi kehadiran minimarket modern tersebut letaknya berdekatan juga dengan pasar tradisional Manarap. Keberadaan dari minimarket ini tentunya berdampak bagi eksistensi warung-warung tradisional yang berdiri terlebih dahulu, sebagaimana dampak yang juga ditimbulkan dari keberadaan pasar modern di tengah-tengah pasar tradisional. Kehadiran minimarket-minimarket tersebut tentu meresahkan bagi sebagian warung yang berada disekitarnya. Meresahkan, karena menyebabkan turunnya omset yang mereka peroleh. Ada beberapa warung yang kemudian tutup karena sepi pembeli atau ada yang mengganti jenis usahanya. Akan tetapi, tidak sedikit juga ada warung tradisional yang mampu bertahan di tengah serbuan minimarket modern tersebut. Warung-warung tersebut sepanjang pengamatan sementara tetap buka, berjualan dan tetap melayani pembeli dan malahan ada yang tetap ramai dikunjungi pembeli. Bahkan menurut hitungan angka, di sepanjang jalan Manarap saja ada sekitar sepuluh warung tradisional yang tetap bertahan, meskipun didekatnya ada tiga minimarket modern berdiri. Hal ini menarik untuk diteliti terutama terhadap strategi warung tradisional tersebut sehingga mampu bertahan menjual barang-barang yang *notabene* sama dengan barang-barang yang dijual oleh minimarket didekatnya. Apakah

warung-warung tersebut memang sudah memiliki pelanggan tetap ataukah ada strategi yang mereka gunakan hingga bisa mempertahankan eksistensinya, meskipun mungkin omset mereka sekarang turun, dibandingkan dengan omset sebelum kehadiran minimarket modern. Sementara perhatian pemerintah lebih banyak tertuju kepada keberadaan kios dan warung-warung yang ada di dalam pasar tradisional.

B. Rumusan Masalah

Dari latarbelakang masalah tersebut kemudian disusun rumusan masalah sebagai berikut, yakni:

1. Bagaimana dampak perekonomian bagi warung tradisional terhadap ekspansi minimarket modern di Banjarmasin?
2. Bagaimana *survival strategy* yang dijalankan oleh warung-warung tradisional tersebut dalam menghadapi ekspansi minimarket modern di Banjarmasin?

C. Tujuan dan Signifikasi Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan jawaban terhadap permasalahan yang telah dituliskan dalam rumusan masalah di atas, yakni: untuk mengetahui dampak perekonomian bagi warung tradisional terhadap ekspansi minimarket modern, dan mengetahui *survival strategy* yang

dijalankan oleh warung-warung tradisional tersebut ditengah ekspansi minimarket modern di Banjarmasin

2. Signifikansi Penelitian
   a. Secara teoritis

      Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi keilmuan terutama dalam perekonomian kerakyatan, isu-isu ekonomi yang sekarang berkembang di masyarakat Indonesia sebagai akibat dari proses modernisasi

   b. Secara praktis

      Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi positif bagi pedagang lain yang memiliki persoalan sekitar keberadaan minimarket modern yang berdiri berdekatan agar tetap bisa bertahan. Juga bagi pemerintah daerah untuk lebih peka terhadap persoalan yang dialami oleh pedagang pemilik warung tradisional dalam mengambil kebijakan khususnya yang terkait dengan izin pendirian minimarket modern.

D. Definisi Operasional

Agar supaya penelitian ini tidak menimbulkan bisa pemahaman, maka perlu disampaikan definisi operasional berkaitan dengan judul penelitian, sebagai berikut:

a. Warung adalah Warung adalah usaha kecil milik keluarga yang berbentuk kedai, kios, toko kecil atau restoran sederhana.

Istilah warung dapat ditemukan di Indonesia dan Malaysia. Warung adalah salah satu bagian terpenting dalam kehidupan keseharian rakyat Indonesia. Terdapat banyak jenis warung, umumnya berbentuk toko kecil seperti gerobak dorong beratap yang menjual minuman dingin dalam kemasan botol (seperti teh botol), kudapan, permen, rokok, krupuk dan berbagai macam barang-barang keperluan sehari-hari. Bahkan terdapat warung terapung. Sementara warung yang menjual makanan umumnya dapat menjual penganan sederhana gorengan seperti pisang goreng dan kopi. Selain menjual masakan Indonesia, beberapa warung menjual makanan asia dan barat, makanan seperti nasi goreng dan mie goreng lazim ditemukan di warung.[8] Yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sebuah tempat/usaha kecil milik keluarga yang menjual makanan, minuman, kelontong, kebutuhan sehari-hari rumahtangga. Dalam hal ini warung juga merujuk kepada toko dan kios kecil. Sementara tradisional ini menunjukkan bahwa warung tersebut merupakan usaha keluarga, yang memakai manajemen keluarga, artinya pemilik, pengelola, penjual, kasir dsb itu adalah anggota keluarga si pemilik warung tersebut.

---

[8] *wikipedia.org*, "Pengertian Warung", diakses pukul 16:14 wita, tanggal 29/10/2017.

b. Ekspansi adalah usaha perluasan daerah
c. Minimarket yakni pasar swalayan kecil. Sedangkan modern disini menunjukkan kepada istilah pola manajemen pengelolaan pasar swalayan tersebut yang sudah terorganisir hierarki tertentu dengan tugas dan fungsi tertentu pula. Minimarket modern yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Indomaret dan Alfamart.

E. Telaah Pustaka

Berikut beberapa riset yang memiliki keterkaitan dengan objek penelitian ini adalah:

a. Penelitian yang dilakukan oleh I Gusti Agung Ayu Rai Yudhi Astiti, I Ketut Sudibia, I Ketut Djayastra, dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana dengan judul "Analisis Faktor Ketahanan Pedagang Warung Tradisional Menghadapi Pesaiang Minimarket di Kabupaten Bandung". Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor internal (harga barang, tenaga kerja keliling, modal usaha memadai, diversifikasi produk) dan eksternal (lokasi strategis usaha, kemampuan daya saing, keberadaan mini market) berpengaruh tidak langsung terhadap ketahanan pedagang warung tradisional di Kabupaten Badung melalui pendapatan pedagang tradisional. Untuk melakukan analisis terhadap tujuan yang telah ditetapkan, data dikumpulkan dari 160 responden

pedagang warung tradisional di delapan desa pada Kabupaten Badung dengan menggunakan kuesioner. Selanjutnya data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakanan alisis deskriptif dan inferensial dengan teknik Structural Equation Modeling (SEM). Hasil pengujian hipotesis yang dilakukan dengan teknik SEM menunjukkan bahwa faktor eksternal (lokasi strategis usaha, kemampuan daya saing, keberadaan mini market) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang warung tradisional. Faktor internal (harga barang, tenaga kerja keliling, modal usaha memadai, diversifikasi produk) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang warung tradisional.. Secara tidak langsung, faktor internal dan eksternal berpengaruh signifikan terhadap ketahanan pedagang warung tradisional di Kabupaten Badung melalui pendapatan pedagang warung tradisional.[9]

b. Penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Dwi Sutami (Alumni Antropologi FISIP Unair 2005) yang berjudul "Strategi Rasional Pedagang Pasar Tradisional". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kendala yang dihadapi para pedagang

---

[9] I Gusti Agung Ayu Rai Yudhi Astiti, I Ketut Sudibia, I Ketut Djayastra, dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana dengan judul "Analisis Faktor Ketahanan Pedagang Warung Tradisional Menghadapi Pesaiang Minimarket di Kabupaten Bandung", *Jurnal Buletin Studi Ekonomi Vol. 21, No. 2, Agustus 2016*

tradisional serta pola strategi rasional pedagang tradisional untuk kelangsungan usahanya dan mendapatkan keuntungan. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Lokasi penelitian dilaksanakan di Pasar Kapasan Baru. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para pedagang menghadapi kendala-kendala pengiriman, pelayanan dan pembayaran. Selain kendala waktu dan cuaca. Para pedagang mengatasi kendala itu dengan cara menjalin relasi dengan tengkulak, konsumen (pembeli), antar pedagang, petugas. Di samping kerja keras para pedagang, perilaku hemat, dan religi para pedagang.[10]

c. Purwanti Hadisiwi, M. Kh. Rakhman, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran, "Kualitas Jasa Pelayanan Warung Tradisional di Tengah Persaingan Global: Studi Deskriptif Kualitatif tentang Kualitas Jasa Pelayanan Warung Tradisional di Tengah Persaingan dengan Minimarket". Penelitian ini mengkaji lima aspek kualitas jasa pelayanan warung tradisional, yaitu: *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance,* dan *Empathy.* Hasil penelitian menunjukkan bahwa warung tradisional mempunyai tingkat kualitas jasa pelayanan yang lebih rendah jika dibandingkan dengan warung modern, yang dalam hal ini adalah minimarket.

---

[10] Wahyu Dwi Sutami , "Strategi Rasional Pedagang Pasar Tradisional", *Jurnal BioKultur, Vol.I/No .2/Juli- Desember 2012*

Penelitian yang menggunakan metode deskriptif kualitatif ini memberikan gambaran bahwa sektor usaha kecil dan menengah (bisnis warung rumahan) secara perlahan akan tersingkirkan dari persaingan global jika tidak ada upaya-upaya penanganan yang serius untuk mempertahankannya.[11]

[11] Purwanti Hadisiwi, M. Kh. Rakhman, "Kualitas Jasa Pelayanan Warung Tradisional di Tengah Persaingan Global: Studi Deskriptif Kualitatif tentang Kualitas Jasa Pelayanan Warung Tradisional di Tengah Persaingan dengan Minimarket", *Jurnal Kajian Komunikasi, Volume 2, No. 2, Desember 2014*