

**PENELITIAN DAMPAK KEBERADAAN PASAR MODERN  
(SUPERMARKET DAN HYPERMARKET)  
TERHADAP USAHA RITEL  
KOPERASI/WASERDA DAN PASAR TRADISIONAL<sup>1</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 existance 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 existance of modern is quite different, in which the business volume of traditional market was higher before the existance of modern market, while variable of selling price and worker number is just a slight difference.*

*The conclusion of this study is (1) the existance of modern market has shreathened 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 existance 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.*

## **I. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia dengan jumlah penduduk lebih dari 220 juta, ditambah kunjungan wisatawan manca negara sekitar 5 juta per tahun merupakan pasar yang empuk bagi peritel nasional maupun peritel asing. Memang banyaknya jumlah penduduk merupakan faktor utama berhasil tidaknya pasar ritel. Di Indonesia

diterapkan sebagai upaya untuk menjaga kelangsungan usaha ritel yang dikelola oleh koperasi/waserda, pasar tradisional, dan PKM;

### 1.3 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 perundang-undangan 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.

## II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR

### 2.1 Landasan Teori

#### 1. 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

### 3.1 Metode Kerja

Pelaksanaan kegiatan ini dilaksanakan dengan menggunakan metode dan pendekatan partisipatif. Semua tenaga ahli dilibatkan dalam setiap tahapan kerja. Dengan pendekatan ini, pembahasan hasil analisis dapat dilakukan secara lebih komprehensif.

### 3.2 Wilayah Penelitian

Pelaksanaan kegiatan penelitian ini mengambil sampel pada 10 wilayah (propinsi) kajian, yaitu : (1) Sumatera Utara, (2) Sumatera Selatan, (3) Jambi, (4) Jawa Barat, (5) DKI Jakarta, (6) Jawa Tengah, (7) Jawa Timur, (8) Bali, (9) Sulawesi Selatan, dan (10) Sulawesi Utara.

Objek kajian terdiri dari : (1) Pasar tradisional, (2) Koperasi/waserda, (3) UKM sektor ritel, (4) Pasar modern dan (5) Instansi terkait (sumber data pelengkap).

**Tabel 1. Sebaran dan Objek Sampel**  
**3.3 Metode Penggalan Data**

No	Wilayah Kajian	Objek Kajian				
		PT	Koperasi	UKM	PM	IT
1	Sumater Utara	✓	✓	✓	✓	✓
2	Sumatera Selatan	✓	✓	✓	✓	✓
3	Jambi	✓	✓	✓	✓	✓
4	Jawa Barat	✓	✓	✓	✓	✓
5	DKI Jakarta	✓	✓	✓	✓	✓
6	Jawa Tengah	✓	✓	✓	✓	✓
7	Jawa Timur	✓	✓	✓	✓	✓
8	Bali	✓	✓	✓	✓	✓
9	Sulawesi Selatan	✓	✓	✓	✓	✓
10	Sulawesi Utara	✓	✓	✓		

Keterangan :

PT : Pasara Tradicional

UKM : Usaha Kecil dan Menengah sektor riel

IT : Instansi Terkait

Kop : Koperasi (Waserda)

PM : Pasar Modern

No.	Data dan Informasi yang Dibutuhkan	Sumber Data dan Informasi
4.	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>
5.	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>
6.	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 :

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

dimana

$p$  = 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

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

No	Indikator	Persepsi				
		Sangat Buruk	Buruk	Cukup	Baik	Sangat Baik
8	Kemudahan Akses	-	6 %	43 %	46 %	5 %
9	Ketersediaan Fasilitas Lain	-	-	20 %	60 %	20 %
10	Kebiasaan Berbelanja	-	-	22 %	56 %	22 %

Sumber : Diolah dari data lapangan, 2005

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

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

Mencermati substansi pokok kebijakan-kebijakan yang telah dikeluarkan

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>➤ Menperindag mengatur, membina, mengembangkan usaha perdagangan di pasar dan pertokoan dan pedagang kecil dan menengah</li> <li>➤ Mendagri melakukan pembinaan Pemerintah Daerah dalam penataan dan pembangunan pasar/pertokoan</li> <li>➤ 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Penciptaan iklim kondusif pengadaan, pembangunan, pengelolaan penataan pasar dan pertokoan yang layak bagi koperasi dan PK termasuk sektor informal</li> <li>➤ Peningkatan kemampuan koperasi dan PK dalam pengembangan pasar/toko</li> <li>➤ Kemitraan koperasi dan PK dengan Bank, pemda, BUMN, swasta, lainnya</li> </ul>

**tenaga Kerja)**

Hasil uji normalitas data (omzet penjualan, harga jual barang, dan jumlah tenaga kerja) disajikan pada tabel di bawah ini

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas Data

No	Variabel	Stat	db	p-value	Kes
1	Omzet penjualan (X1)	0.112	100	0.200	Non Sig
2	Harga jual barang (X2)	0.121	100	0.146	Non Sig
3	Jumlah tenaga kerja (X3)	0.289	100	0.000	Sig
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 rata-ratanya dengan menggunakan uji t. Sedangkan data jumlah tenaga kerja menunjukkan tidak berdistribusi normal, sehingga diuji dengan menggunakan uji Mann Whitney U

Tabel 7. Hasil Uji Beda

No	Variabel	Jenis Uji	Stat	p-value	Kes
1	Omzet penjualan (X1)	T test	2.801	0.008	Sig
2	Harga jual barang (X2)	T test	0.540	0.593	Non Sig
3	Jumlah tenaga kerja (X3)	Mann Whitney U	135.00	0.079	Non Sig
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 :

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

No	Variabel	Sebelum	</>	Sesudah	Ket
1	Omzet penjualan (X1)	4.5109	>	1.1746	Sig
2	Harga jual barang (X2)	3.4682	>	3.0675	Non Sig
3	Jumlah tenaga kerja (X3)	3.0168	>	2.9807	Non Sig
Sumber : Diolah dari output SPSS hasil pengolahan data penelitian, 2005					

Dari data di atas dapat dijelaskan bahwa pada dasarnya terdapat perbedaan

jawab kepada Bupati/Walikota atau Gubernur khusus untuk Pemerintah Propinsi DKI Jakarta;

- 7). 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;
- 8). Pasar modern/toko modern dapat melakukan kegiatan usaha setelah memiliki IUPM dan/atau IUTM;
- 9). Toko modern yang berada di dalam pasar modern tidak diwajibkan memiliki IP2TM tetapi wajib memiliki IUTM.

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis sebagaimana diuraikan di atas, penelitian 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 seelah 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

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.

(Footnotes)

<sup>1</sup> Hasil penelitian kerjasama antara Deputi Bidang Pengkajian Sumberdaya UKMK, Kementerian Koperasi dan UKM dengan PT Solusi Dinamika Manajemen, tahun 2005

<sup>2</sup> Bekerja pada Deputi Bidang Pengkajian Sumberdaya UKMK