

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Saat ini perkembangan industri ritel Indonesia mengalami perkembangan yang pesat. Terdapat banyak penyebab dari pesatnya industri ritel Indonesia. Dorongan pertama lahir dari munculnya kebijakan yang pro terhadap liberalisasi ritel, antara lain diwujudkan dalam bentuk mengeluarkan bisnis ritel dari negative list bagi Penanaman Modal Asing (PMA). Hal ini antara lain diwujudkan dalam bentuk Keputusan Presiden No 96/2000 tentang Bidang Usaha Yang Tertutup Dan Bidang Usaha Yang Terbuka Dengan Persyaratan Tertentu Bagi Penanaman Modal dan Keputusan Presiden No 118/2000 tentang Perubahan atas Keputusan Presiden Nomor 96 Tahun 2000 tentang Bidang Usaha Yang Tertutup Dan Bidang Usaha Yang Terbuka Dengan Persyaratan Tertentu Bagi Penanaman Modal. Kebijakan tersebut telah menyebabkan tidak adanya lagi pembatasan kepemilikan dalam industri ritel.

Ada dua jenis pasar yang umumnya diketahui masyarakat, yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Menurut Permendagri Nomor 70/M-DAG/PER/12/2013 Pasar tradisional merupakan pasar yang memiliki proses jual beli barang dagangan dengan melalui tawar menawar penjual dan pembeli. Pada pasar tradisional toko atau kios dimiliki oleh para pedagang kecil dengan usaha skala dan modal yang kecil pula. Pasar tradisional pun biasanya dikelola oleh Pemerintah masing-masing Daerah. Sedangkan pasar modern merupakan pasar yang pengelolaannya menggunakan manajemen modern dan biasanya

terdapat di daerah perkotaan. Pasar modern biasanya memiliki pelayanan dan kualitas yang baik terhadap konsumen (Sinaga, 2006).

Hasil survey AC Nielsen (2015), menunjukkan pertumbuhan ritel Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan. Berikut grafik pertumbuhan ritel yang ada di Indonesia:

**Table 1.1**  
Grafik Presentase Pertumbuhan Ritel di Indonesia

<b>Tahun</b>	<b>Pasar Tradisional (%)</b>	<b>Minimarket (%)</b>	<b>Supermarket/ Hypermarket (%)</b>
2011	55,8	22,4	21,8
2012	54,6	24,8	20,6
2013	53,2	26,6	20,2
2014	52,7	27,5	19,8
2015	52,3	28,2	19,5

*Sumber : Nielsen Ritel Audit, 2015*

Dari grafik diatas menunjukkan bahwa pertumbuhan ritel di Indonesia mengalami pertumbuhan, terutama pada minimarket. Pada tahun 2011 minimarket tumbuh 22.4%, minimarket terus mengalami pertumbuhan sampai pada tahun 2015 yaitu 28.2%. Sedangkan pada pasar tradisional pada tahun 2011 – 2015 terus mengalami penurunan dari 55.8% menjadi 52.3%. Maka semakin banyak masyarakat yang beralih dari pasar tradisional ke ritel modern. Yang di tandai dengan meningkatnya presentase pertumbuhan ritel modern setiap tahunnya di bandingkan dengan pasar tradisional.

Pasar tradisional dan pasar modern jelas memiliki perbedaan yang sangat jelas, pada pasar tradisional penjual dan pembeli bertemu dan bertransaksi secara langsung dan biasanya terjadi tawar menawar antara penjual dan pembeli dan biasanya bangunan berbentuk seperti kios. Namun pada pasar modern penjual dan pembeli tidak bertemu dan bertransaksi secara langsung dan tidak terjadi tawar menawar, karena biasanya pada pasar modern harga tersebut sudah paten dan tidak dapat diubah, pada pasar modern biasanya bangunan berbentuk seperti toko yang megah dan juga bersih. Pada pasar modern pelayanan biasanya dilakukan secara mandiri atau bisa dibantu oleh para pramuniaga yang ada dalam pasar modern tersebut.

Dari perbedaan yang telah dijelaskan diatas menyebabkan adanya persaingan dalam bisnis ritel tersebut. Hal tersebut dilandasi bahwa pada kenyataanya toko ritel modern semakin banyak dan banyak masyarakat yang pada akhirnya memilih untuk berbelanja pada toko modern karena banyak kelebihan-kelebihan yang tidak dimiliki oleh toko tradisional. Toko modern muncul dan semakin berkembang yang akhirnya mengambil bagian dalam kehidupan toko tradisional yang secara tidak langsung dapat berdampak semakin negatif terhadap usaha kecil dan toko-toko tradisional.

Menurut (Norvadewi, 2015) islam melarang persaingan bebas yang bertentangan dan tidak sesuai dengan ajaran islam. Sama halnya dengan persaingan pertumbuhan antara pasar tradisional dan juga pasar modern di Indonesia. Islam juga mengajarkan bahwa persaingan tidak dengan cara mematikan pesaing-pesaing lainnya, tetapi para pelaku usaha tersebut dapat memberikan sesuatu dengan ciri khas yang berbeda agar mampu bersaing

secara sehat. Dengan cara memberikan pelayanan dengan baik, jujur dengan kondisi produk yang ada lalu tidak melakukan hal-hal yang dapat merugikan pembeli hanya untuk mendapatkan keuntungan semata. Yang sebagaimana telat disebutkan dalam QS. Al Baqarah ayat 188 yang berbunyi :

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ  
لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ۗ

Artinya : *Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui*

Pertumbuhan ritel tersebut tentu diikuti dengan pertumbuhan penjualan. Menurut Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo), pertumbuhan ritel di Indonesia antara 10%-15% per tahun. Penjualan ritel pada tahun 2011 sebesar Rp 120 triliun. Sedangkan pada tahun 2012 mencapai Rp 138 triliun. Dapat dilihat pada grafik dibawah :

**Table 1.2**  
Grafik Pertumbuhan Penjualan Ritel Modern di Indonesia Tahun 2011-2018

Tahun	Penjualan (Triliun Rupiah)	Pertumbuhan (%)
2011	120	10%
2012	138	15%
2013	148	9,6%

2014	168	10%
2015	181	8%
2016	205	10%
2017	212	3,7%
2018	233	9%

*Sumber: Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo), 2019*

Gambar 1.2 menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan ritel Modern di Indonesia terus mengalami peningkatan setiap tahunnya mulai dari tahun 2011 – 2018. Di tahun 2011 penjualan ritel sebesar Rp 120 triliun dengan pertumbuhan sebesar 10%. Dan pada tahun 2018 penjualan ritel modern sebesar Rp 233 triliun dengan pertumbuhan 9%, hal ini menunjukkan pertumbuhan ritel yang lebih baik di bandingkan pada tahun 2017 dengan persentase pertumbuhan penjualan hanya sebesar 3.7%.

**Table 1.3**  
Sarana Perdagangan

Sub Elemen	2017	2018	2019	2020	2021	Satuan
Pasar Tradisional	349,00	349,00 *	344,00	344,00	344,00	Unit
Pasar Kabupaten	173,00	173,00 *	170,00	170,00	170,00	Unit
Pasar Desa	176,00	176,00 *	174,00	174,00	174,00	Unit
Toko Modern	825,00	825,00 *	704,00	704,00	704,00	Unit

*Sumber : Bappeda Provinsi DI Yogyakarta*

Pada table diatas yang diperoleh melalui website Bappeda Yogyakarta menjelaskan bahwa elemen sarana perdagangan di Yogyakarta ada 4 macam yaitu pasar tradisional, pasar kabupaten, pasar desa, dan toko modern. Terlihat jelas bahwa pada tahun 2017 hingga 2021 pasar tradisional, pasar kabupaten maupun pasar desa mengalami penurunan disetiap unitnya pada tahun 2018-2019 dan pada tahun 2019-2021 untuk sementara unit masih stabil. Sama halnya dengan toko modern, pada tahun 2017 hingga 2021 pasar modern juga mengalami penurunan disetiap unitnya pada tahun 2018-2019 dan pada tahun 2019-2021 untuk sementara unit masih stabil. Meskipun sama-sama mengalami penurunan namun bisa dilihat dari data diatas bahwa jumlah unit pasar tradisional, kabupaten dan desa jumlahnya masih terlalu sedikit ketimbang toko modern yang ada di Yogyakarta. Oleh sebab itu maka di daerah Yogyakarta pada saat ini banyak toko modern yang berdiri berkembang pesat dan bersaing dengan pasar tradisional.

Menurut (Mudrajad Kuncoro, 2009) dijelaskan bahwa pada Peraturan Daerah Kabupaten Bantul Nomor 17 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan Pasar yaitu sebagai berikut :

- a. Untuk pendirian pasar modern berjejaring minimal harus berjarak 3 kilometer dari pasar tradisional.
- b. Untuk pendirian toko dengan ukuran kurang dari 75 meter persegi harus berjarak minimal 500 meter dari pasar tradisional.

Penelitian yang sama dengan tema pengaruh atau dampak yang terjadi akibat kehadiran toko modern terhadap toko tradisional yang ada disekitarnya

sudah beberapa kali diteliti di wilayah lain. Seperti diantaranya penelitian yang dilakukan oleh (Dwinita Aryani, 2011) dengan judul “Efek Pendapatan Pedagang Tradisional Dari Ramainya Kemunculan Minimarket di Kota Malang” dengan hasil adanya pengaruh negative dengan terjadinya penurunan pada pendapatan sebesar lebih dari 50% dari pendapatan. Lalu selanjutnya terdapat penelitian yang dilakukan oleh (Hutabarat, 2009) dengan judul “Dampak Kehadiran Pasar Modern Brastagi Supermarket Terhadap Pasar Tradisional Sei Sikambing di Kota Medan” dengan variabel jumlah pedagang, jam buka toko, jumlah omset, sirkulasi barang dan margin laba. Dan memiliki hasil yaitu jam buka toko, margin laba pedagang “tidak berbeda signifikan” antara sebelum maupun sesudah hadirnya pasar modern.

Dari dua penelitian diatas, memiliki perbedaan arah penelitian yang dapat dilihat dari variabel yang mereka teliti. Pada penelitian pertama berfokus pada pendapatan saja. Dan pada penelitian kedua berfokus pada lokasi usaha, jam kerja, dan jumlah pelanggan. Riset gap bisa didapatkan melalui margin laba yang memiliki hubungan erat dengan pendapatan, maka oleh sebab itu hasil penelitian yang dilakukan oleh (Hutabarat, 2009) menyebutkan bahwa variabel pendapatan tidak berbeda signifikan terhadap eksistensi sebelum maupun sesudah berdirinya minimarket. Sedangkan hasil penelitian yang lain yang dilakukan oleh (Dwinita Aryani, 2011) lebih mengarah pada hasil yang signifikan. Dan oleh sebab itu penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti sekarang yaitu memadukan keduanya untuk dianalisis dampak dari adanya toko modern terhadap pendapatan, keuntungan maupun jumlah pengunjung pada toko tradisional.

Berkembangnya berbagai toko modern yang bermunculan pada lingkungan masyarakat menjadikan toko modern tersebut alternatif dari toko tradisional. Masyarakat yang notabennya sebagai konsumen pada akhirnya dituntut untuk memilih dalam hal aktifitas belanja pada toko tradisional atau toko modern yang memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Para konsumen juga menuntut untuk pasar dapat memberikan sesuatu atau ciri khas agar tidak ditinggal oleh para konsumennya.

Permasalahan yang telah diuraikan diatas tersebut juga terjadi pada wilayah Kecamatan Kasihan, pada wilayah tersebut mulai banyak bermunculan toko ritel modern dan tidak sedikit para konsumen yang beralih berbelanja pada toko modern dan mulai banyak yang meninggalkan toko-toko tradisional yang sebelumnya menjadi tempat belanja sebelum adanya toko modern tersebut. Dengan adanya permasalahan tersebut maka secara tidak langsung banyak toko-toko tradisional yang pada akhirnya kehilangan para pelanggan dan menjadi penyebab penurunan pendapatan yang didapatkan oleh toko tradisional. Dari uraian diatas maka penulis memilih dan tertarik untuk mengangkat masalah mengenai ” **Analisis Pengaruh Keberadaan Toko Modern Terhadap Toko Tradisional Di Kecamatan Kasihan Kabupaten Bantul**”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas, peneliti menemukan permasalahan yang menarik untuk diteliti. Dengan hadirnya toko ritel modern banyak yang menganggap bahwa hal tersebut dapat mengancam eksistensi toko-toko tradisional yang sudah ada terlebih dahulu karena hal tersebut dilandasi dengan makin banyaknya masyarakat yang beralih untuk berbelanja di toko modern.

Maka dapat dirumuskan pokok permasalahan yang berkaitan dengan pembahasan yaitu:

1. Bagaimana tingkat pendapatan pada toko tradisional sebelum maupun sesudah adanya toko modern di Kecamatan Kasihan?
2. Bagaimana tingkat keuntungan pada toko tradisional sebelum maupun sesudah adanya toko modern di Kecamatan Kasihan?
3. Apakah terjadi perubahan jumlah pengunjung pada toko tradisional sebelum maupun sesudah adanya toko modern di Kecamatan Kasihan?

### **C. Batasan Penelitian**

Berdasarkan pada permasalahan yang ada, agar menjadi lebih spesifik maka diperlukan batasan penelitian, yaitu :

Penelitian ini difokuskan untuk mengukur seberapa berdampak kehadiran toko modern terhadap pendapatan, keuntungan dan jumlah pengunjung pada toko tradisional sebelum maupun sesudah adanya toko modern.

1. Toko-toko tradisional yang dijadikan objek penelitian merupakan toko tradisional diluar lokasi pasar tradisional.
2. Objek penelitian ini adalah para pedagang toko tradisional yang berada di wilayah Kecamatan Kasihan.

### **D. Tujuan Penelitian**

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

1. Untuk mengetahui perbandingan tingkat pendapatan toko tradisional sebelum maupun sesudah adanya toko modern di Kecamatan Kasihan

2. Untuk mengetahui perbandingan tingkat keuntungan toko tradisional sebelum maupun sesudah adanya toko modern di Kecamatan Kasihan
3. Untuk mengetahui apakah ada perubahan jumlah pengunjung toko sebelum maupun sesudah adanya toko modern di Kecamatan Kasihan.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Dari adanya hasil dari penelitian ini maka diharapkan dapat memberikan manfaat kepada seluruh pihak yaitu sebagai berikut :

##### **1. Manfaat Teoritis**

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan dan juga dapat dijadikan acuan atau referensi bagi yang ingin melakukan penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

##### **2. Manfaat Praktis**

###### **a. Bagi peneliti**

Diharapkan hasil penelitian ini mampu menjadi media untuk bisa menambah berbagai pengetahuan dan wawasan tentang dampak-dampak persaingan ritel di Indonesia dengan menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama kuliah.

###### **b. Bagi Pemerintah**

Diharapkan hasil penelitian ini mampu menjadi bahan evaluasi bagi pemerintah sebagai salah satu upaya pemerintah untuk bahan pertimbangan kebijakan dalam pengelolaan pasar agar dapat mengatasi masalah yang terjadi pada kebanyakan toko tradisional sekarang akibat adanya persaingan dengan ritel modern.

c. Bagi Pedagang Toko Tradisional

Diharapkan hasil penelitian ini mampu menjadi sebuah acuan dan pembentukan strategi agar dapat memperhatikan lagi hal-hal yang dirasa kurang agar dapat menarik pelanggan kembali dan mampu bersaing secara baik meskipun terdapat toko modern di sekitarnya.