

# DAMPAK KEBERADAAN MINIMARKET *FRANCHISE* TERHADAP USAHA PEDAGANG KELONTONG DI KECAMATAN PACITAN, KABUPATEN PACITAN, JAWA TIMUR

**Jaziela Muslihatunnisa**

[jazielamuslihatunnisa@mail.ugm.ac.id](mailto:jazielamuslihatunnisa@mail.ugm.ac.id)

**Umi Listyaningsih**

[listyaningsih\\_umi@yahoo.com](mailto:listyaningsih_umi@yahoo.com)

## **Abstract**

*This research aims to know the distribution of franchise minimarkets and local sellers that potentially get impacts, to identify local sellers' characteristics, and to know local sellers' opinions about the impacts of franchise minimarkets. This research use survey method, collecting data using questionnaire and also plotting locations of minimarkets and respondents. There are suitable 39 respondents from sellers in Kecamatan Pacitan. Data processing use ArcGIS (first purpose), frequency table and cross table (second, third purposes). Results were analyzed using descriptive analysis. The results showed that franchise minimarkets are distributed at areas with high density and around main roads. All franchise minimarkets in Kecamatan Pacitan are not suitable with PERDA because of their distance with local sellers. Respondents are mostly female (82.1%) and highschool graduates (61.5%). Respondents mostly (71.8%) get negative impacts of franchise minimarkets, like decreasing monthly earnings, decreasing number of consumers, and both. Nevertheless, most of them don't have any strategies to respond the impacts.*

**Keywords : Franchise Minimarket, Local Seller, Distribution, Characteristic, Impact, Kecamatan Pacitan**

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui distribusi minimarket *franchise* di Kecamatan Pacitan dan pedagang kelontong di sekitarnya yang berpotensi terkena dampak, mengidentifikasi karakteristik pedagang kelontong, dan mengetahui pendapat pedagang kelontong terhadap dampak berdirinya minimarket. Metodenya adalah survei, pengumpulan data dengan kuesioner serta *plotting* lokasi minimarket dan responden. Responden merupakan 39 orang pedagang kelontong yang sesuai kriteria. Pengolahan data menggunakan software ArcGIS (tujuan pertama), tabel frekuensi dan tabel silang (tujuan kedua dan ketiga). Analisis dilakukan secara deskriptif. Hasil menunjukkan bahwa minimarket *franchise* terdistribusi di wilayah dengan kepadatan penduduk tinggi dan berada di jalur utama. Seluruh minimarket *franchise* tidak sesuai dengan PERDA mengenai jaraknya dengan pedagang yang telah ada sebelumnya. Responden didominasi perempuan (82,1%) dan berpendidikan terakhir SMA (61,5%). Sebagian besar responden (71,8%) merasakan dampak negatif keberadaan minimarket *franchise* berupa penurunan omzet perbulan, pengurangan konsumen perhari dan keduanya. Meskipun begitu, sebagian besar responden tidak memiliki strategi untuk mengatasi dampak tersebut

**Kata Kunci : Minimarket Franchise, Pedagang Kelontong, Distribusi, Karakteristik, Dampak, Kecamatan Pacitan**

## PENDAHULUAN

Aktivitas perdagangan merupakan salah satu cara manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang beranekaragam. Aktivitas perdagangan dilakukan di pasar. Pasar terdiri atas pasar modern dan pasar tradisional. Pergeseran minat masyarakat untuk berbelanja di pasar modern meningkat karena adanya pendapat bahwa pasar modern (termasuk minimarket) lebih rapi, bersih dan praktis daripada pasar tradisional, meskipun tak sedikit pula masyarakat yang memilih loyal terhadap pasar tradisional. Salah satu bentuk pasar modern yang berkembang adalah minimarket *franchise*, yang merupakan bentuk perdagangan eceran (*ritel/retail*).

Pertumbuhan ritel di Indonesia tercermin dengan pesatnya pertumbuhan minimarket sebagai salah satu pasar modern dan ritel di Indonesia. Pada kurun waktu 2002–2006, minimarket tumbuh rata-rata 29% per tahun. Gerai-gerai minimarket yang tadinya hanya berjumlah ratusan di tahun 2002 melonjak menjadi ribuan di tahun 2006. Hal ini jelas terlihat dengan bermunculannya gerai-gerai mini market dalam radius setidaknya 500 meter dan kini telah memasuki permukiman-permukiman padat bahkan kompleks-kompleks perumahan. (Megawati, 2006)

Pertumbuhan minimarket, khususnya minimarket *franchise* ini juga terjadi di Kecamatan Pacitan, yang menurut klasifikasi kota dari Yunus (2000) merupakan kota kecil ditinjau dari jumlah penduduknya.

Perkembangan minimarket *franchise* di Kecamatan Pacitan dimulai tahun 2010. Awalnya hanya ada 1 gerai Indomaret yang berdiri di Jl. A. Yani yang berada di tengah kota. Seiring berjalannya waktu, saat ini sudah ada 13 gerai minimarket *franchise* (7 gerai Indomaret dan 6 gerai Alfamart) di Kecamatan Pacitan, namun gerai-gerai tersebut tidak merata di seluruh Kecamatan Pacitan, hanya di desa/kelurahan tertentu saja

Bintarto dan Hadisumarno (1979) menyatakan bahwa pendekatan keruangan dalam geografi menjelaskan bagaimana dan mengapa di suatu lokasi terdapat penggunaan ruang tertentu. Penggunaan ruang tersebut dapat berupa penggunaan ruang yang telah ada maupun penggunaan ruang yang dirancangkan (akan digunakan). Minimarket *franchise* merupakan suatu bentuk penggunaan ruang, dan hubungan minimarket *franchise* dengan penggunaan ruang yang fungsinya sejenis dapat dikaji dengan pendekatan keruangan. Penggunaan ruang yang fungsinya sejenis dengan minimarket *franchise* dalam penelitian ini adalah toko kelontong, yaitu penggunaan ruang yang sama-sama berupa aktivitas perdagangan yang menjual kebutuhan sehari-hari secara eceran/retail.

Keberadaan minimarket *franchise* memang tidak lepas dari tuntutan hidup yang serba praktis dan modern, namun tidak dapat dipungkiri bahwa ada dampak yang berpotensi terjadi kepada pedagang kelontong di sekitarnya. Dampak ini dapat sama ataupun berbeda untuk masing-masing

pedagang. Lokasi antara minimarket dengan toko tempat usaha pedagang bisa menjadi salah satu faktor yang membedakan dampak tersebut. Karakteristik pedagang sendiri pun juga menjadi salah satu faktor pembeda, misalnya dilihat dari pendidikan dan alasan menjalankan usaha perdagangan. Minimarket *franchise* sebagai bentuk perdagangan yang memiliki manajemen yang jelas seharusnya memperhatikan bentuk perdagangan lain yang lebih kecil dan bersifat lokal tersebut sehingga keberadaannya tidak berkembang menjadi ancaman. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki tujuan untuk :

1. Mengetahui distribusi minimarket *franchise* di Kecamatan Pacitan dan pedagang kelontong yang berpotensi terkena dampak berdirinya minimarket *franchise* tersebut
2. Mengidentifikasi karakteristik pedagang kelontong yang berpotensi terkena dampak di sekitar minimarket *franchise*
3. Mengetahui pendapat pedagang kelontong di sekitar lokasi minimarket terhadap dampak berdirinya minimarket tersebut kepada usaha mereka

## **TINJAUAN PUSTAKA**

Analisa keruangan mempelajari perbedaan lokasi mengenai sifat-sifat penting atau seri sifat-sifat penting. Ahli geografi akan bertanya faktor-faktor apakah yang menguasai pola penyebaran dan bagaimanakah pola tersebut dapat diubah agar penyebarannya menjadi lebih efisien dan lebih wajar. Dengan kata lain

dapat diutarakan bahwa dalam analisa keruangan yang harus diperhatikan adalah pertama, penyebaran penggunaan ruang yang telah ada dan kedua, penyediaan ruang yang akan digunakan untuk pelbagai kegunaan yang direncanakan (Bintarto dan Hadisumarno, 1979).

Minimarket adalah sarana atau tempat usaha untuk melakukan penjualan barang-barang kebutuhan sehari-hari secara eceran langsung kepada konsumen dengan cara pelayanan mandiri (swalayan) (Peraturan Daerah Provinsi Jawa Timur No. 3 Tahun 2008). Minimarket merupakan pasar swalayan yang hanya memiliki satu atau dua mesin register saja atau sering disebut juga mesin kasir dan hanya menjual produk-produk kebutuhan dasar rumah tangga (*basic necessities*) yang telah dipilih terlebih dahulu (Megawati, 2006). Minimarket memiliki luas lantai kurang dari 400 m<sup>2</sup> dan boleh berlokasi pada setiap sistem jaringan jalan, termasuk sistem jaringan jalan lingkungan pada kawasan pelayanan lingkungan (perumahan) di dalam kota/perkotaan (Peraturan Presiden No. 112 Tahun 2007). *Franchise* atau waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan Perjanjian Waralaba (Peraturan Menteri Perdagangan No. 68/M-DAG/PER/10/2012). Menurut undang-undang kepemilikan waralaba

minimarket harus dari pihak lokal (Dewan Koperasi Indonesia).

Pedagang kelontong yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pedagang kelontong di sekitar minimarket dan memiliki toko yang tetap. Istilah pedagang kelontong sendiri tidak ditemukan dalam Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI). Klasifikasi yang sesuai dengan pedagang kelontong yang penulis maksud adalah perdagangan eceran. Minimarket maupun pedagang kelontong bisa masuk dalam kategori ini, karena penggunaan ruang keduanya memang sama.

Perdagangan eceran adalah penjualan kembali (tanpa perubahan teknis), baik barang baru maupun bekas, utamanya kepada masyarakat umum untuk konsumsi atau penggunaan perorangan maupun rumah tangga, melalui toko, departement store, kios, mail-order houses, penjual dari pintu ke pintu, pedagang keliling, koperasi konsumsi, rumah pelelangan, dan lain-lain. Pada umumnya pedagang pengecer memperoleh hak atas barang-barang yang dijualnya, tetapi beberapa pedagang pengecer bertindak sebagai agen, dan menjual atas dasar konsinyasi atau komisi. (BPS, 2009)

Toko kelontong bisa disebut *convenience store* yaitu toko yang menjual segala macam keperluan sehari-hari, mulai dari peralatan mandi, peralatan makan, peralatan dapur, peralatan tulis sampai makanan ringan (Kusno, 2012). Meskipun bisa disebut *convenience store*, namun sebenarnya toko kelontong berbeda

dengan *convenience store* yang ada di luar negeri. *Convenience store* di luar negeri justru seperti minimarket, sementara toko kelontong tidak menerapkan sistem swalayan tetapi dilayani oleh penjual/pemilik toko. Oleh karena itu, perbedaan mencolok antara toko kelontong dengan minimarket adalah terjadinya interaksi antara penjual dengan pembeli, karena pembeli di toko kelontong tidak mengambil barang sendiri melainkan menyebutkan apa yang akan dibeli untuk kemudian diambilkan oleh penjualnya.

Perkembangan gaya hidup modern yang menuntut kepraktisan menjadikan toko modern dengan berbagai jenisnya mendapatkan tempat tersendiri untuk berkembang di Indonesia. Kemunculan toko modern khususnya jenis minimarket telah menjangkau kota-kota kecil karena peraturan perundangan juga menyatakan bahwa minimarket boleh beroperasi di semua sistem jaringan jalan termasuk jalan lingkungan. Kecamatan Pacitan termasuk kota kecil dengan penduduk kurang dari 100.000 jiwa namun juga tidak lepas dari berkembangnya minimarket khususnya minimarket *franchise*. Ada dua *franchise* yang mengembangkan gerainya di Kecamatan Pacitan, yaitu Indomaret dan Alfamart. Meskipun begitu, sejak dulu di Kecamatan Pacitan telah ada pedagang-pedagang kelontong yang menjalankan usaha perdagangan eceran.

Penelitian ini menganalisis bagaimana pedagang kelontong dalam jarak tertentu dari minimarket *franchise* menanggapi asosiasi atau

hubungan yang terjadi antara minimarket *franchise* tersebut dengan usaha toko kelontongnya, karena keduanya memiliki penggunaan ruang yang sama sebagai aktivitas perdagangan secara eceran. Asosiasi ini didasarkan pada lokasi minimarket *franchise* terhadap toko kelontong. Hubungan ini juga diperdalam dengan pendapat pedagang di toko kelontong karena keberadaan minimarket *franchise* akan berpotensi memberikan dampak terhadap pedagang di lingkungan sekitar minimarket.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini secara umum termasuk dalam penelitian survei. Dalam survei, informasi dikumpulkan dari responden melalui kuesioner. Lebih lanjut, penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif deskriptif. Penelitian ini termasuk kuantitatif karena menggunakan statistik deskriptif dalam analisisnya. Termasuk dalam statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean (pengukuran tendensi sentral), perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, serta perhitungan persentase (Sugiyono, 2013). Kemudian menurut Singarimbun dalam Effendi (2012), penelitian deskriptif dimaksudkan untuk mengukur dengan cermat fenomena sosial tertentu. Peneliti mengembangkan konsep dan menghimpun fakta, tetapi tidak melakukan pengujian hipotesis.

Penelitian dilakukan di Kecamatan Pacitan, Kabupaten Pacitan, Provinsi Jawa Timur. Kecamatan Pacitan dipilih sebagai lokasi penelitian karena terdapat perkembangan jumlah minimarket *franchise* yang cukup terlihat dalam kurun waktu empat tahun terakhir, dimulai sejak tahun 2010. Kecamatan Pacitan termasuk kota kecil dan merupakan ibukota dari Kabupaten Pacitan serta memiliki kepadatan yang tertinggi di antara 12 kecamatan yang ada di Kabupaten Pacitan.

Minimarket *franchise* yang ada di Kecamatan Pacitan tidak menyebar rata di semua Desa/kelurahan, namun hanya ada di beberapa Desa/kelurahan saja. Selain itu, Kabupaten Pacitan sudah memiliki Peraturan Daerah Kabupaten Pacitan Nomor 6 Tahun 2012 Tentang Perlindungan, Pemberdayaan Pasar Tradisional dan Penataan Pasar Modern yang dapat menjadi salah satu rujukan penting mengenai peraturan pemerintah yang mengatur tentang pasar modern termasuk minimarket. Perda di tingkat kabupaten ini lebih terperinci termasuk mengenai jarak minimal minimarket *franchise* terhadap warung/toko yang sudah ada sebelumnya.

Area penelitian berupa radius 500 meter diambil dari PERDA Kabupaten Pacitan Nomor 6 Tahun 2012 yang menyebutkan bahwa jarak minimarket berjaringan dengan warung/toko lebih kecil yang telah ada sebelumnya paling sedikit berjarak 500 meter, dengan demikian asumsinya adalah pedagang kelontong yang berada dalam radius 500 meter

berpotensi terdampak oleh adanya minimarket *franchise*. Data pasti mengenai pedagang kelontong ini sulit ditemukan karena pendataan yang dilakukan oleh Dinas Perdagangan dan Perindustrian masih bersifat manual dan tidak *up to date*. Oleh karena itu, dilakukan survei permulaan untuk mengetahui jumlah pedagang kelontong yang masuk dalam area penelitian. Survei permulaan ini dilakukan hanya dengan menghitung jumlah pedagang kelontong saja, tanpa wawancara. Hasilnya, terdapat 100 pedagang kelontong yang masuk dalam area penelitian tersebut. Sampel diambil secara aksidental sebanyak 50 orang.

Tujuan pertama mengenai distribusi minimarket *franchise* dan pedagang kelontong di sekitarnya dijawab melalui *plotting* lokasi dan pembuatan peta dengan menggunakan ArcGIS. *Plotting* pertama menandai lokasi minimarket *franchise*, kemudian dari titik-titik lokasi tersebut dilakukan *buffering* dengan radius 500 meter (sesuai Perda). Pedagang kelontong yang menjadi responden tokonya harus berada dalam wilayah *buffer* tersebut. Analisis deskriptif dilakukan berdasarkan peta sebaran minimarket *franchise* dan pedagang kelontong yang menjadi responden.

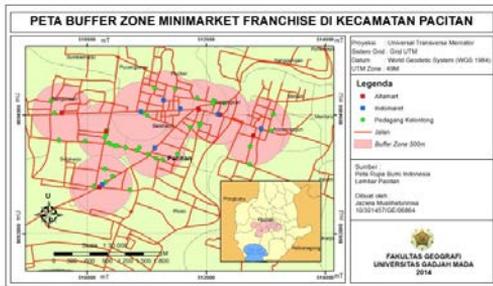
Tujuan kedua dan ketiga dijawab melalui pengambilan data primer menggunakan kuesioner. Data primer diolah menggunakan SPSS menjadi tabel frekuensi dan tabel silang. Hasil pengolahan data dianalisis secara deskriptif.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kecamatan Pacitan memiliki 25 desa/kelurahan, namun minimarket *franchise* baik Indomaret maupun Alfamart hanya ada di Desa Bangunsari, Desa Tanjungsari, Desa Arjowinangun, Kelurahan Sidoharjo, Kelurahan Ploso, Kelurahan Baleharjo dan Kelurahan Pacitan. Desa dan kelurahan dimana minimarket *franchise* berada merupakan daerah-daerah dengan jumlah dan kepadatan penduduk yang relatif tinggi bila dibandingkan dengan daerah yang tidak terdapat minimarket *franchise*. Lokasi minimarket *franchise* yang dianggap strategis dan dipilih oleh pewaralaba adalah daerah-daerah dimana penduduk Kecamatan Pacitan terkonsentrasi.

Pedagang kelontong sebagai suatu matapecaharian termasuk dalam kategori pedagang eceran dalam Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia, memiliki klasifikasi yang sama dengan minimarket *franchise*. Perbedaan keduanya ada pada variasi produk yang dijual dan cara pelayanan terhadap konsumen. Pemerintah pusat, provinsi dan daerah menyadari bahwa kemunculan pasar modern termasuk minimarket akan memberikan dampak terhadap pasar tradisional. Pemerintah Kabupaten telah menerbitkan Peraturan Daerah Kabupaten Pacitan Nomor 6 Tahun 2012 Tentang Perlindungan, Pemberdayaan Pasar Tradisional dan Penataan Pasar Modern yang memuat ketentuan jarak minimarket berjaringan, yaitu minimal 100 meter dengan pasar tradisional yang telah ada sebelumnya dan minimal 500 meter dengan

warung/toko lebih kecil yang telah ada sebelumnya. Namun saat PERDA tersebut terbit, minimarket *franchise* di Kecamatan Pacitan sudah mencapai jumlah 13 gerai, 7 gerai Indomaret dan 6 gerai Alfamart.

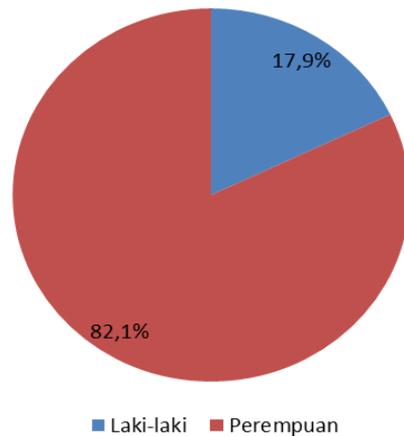


Gambar 1. Peta *Buffer Zone* Minimarket Franchise di Kecamatan Pacitan

Berdasarkan peta di atas, terdapat 39 responden yang sesuai kriteria yaitu tokonya berdiri dan beroperasi sebelum minimarket *franchise*, memiliki lebih dari 3 jenis barang dagangan yang sama dengan minimarket *franchise*, dan yang diwawancarai merupakan pemilik dari toko kelontong tersebut. Ini artinya lokasi minimarket *franchise* di Kecamatan Pacitan tidak sesuai dengan PERDA yang telah ada. Pembangunan minimarket *franchise* sebelum PERDA itu muncul tidak memperhatikan keberadaan pedagang kelontong di sekitar lokasinya. Kelayakan lokasi yang dinilai oleh pihak pewaralaba Indomaret yang disebutkan dalam situsnya adalah potensi wilayah, peruntukan bangunan dan perijinan sampai estimasi *payback period*. Bisa dikatakan, posisi pedagang kelontong sebagai salah satu bentuk pasar tradisional tidak menjadi

salah satu pertimbangan dasar oleh pewaralaba.

Pedagang kelontong tidak memiliki standar syarat luas dan syarat kelayakan lainnya sebagaimana minimarket *franchise*, sehingga kemungkinan besar terdapat variasi karakteristik pedagang kelontong di Kecamatan Pacitan. Variasi karakteristik pedagang kelontong ini dapat mempengaruhi pendapat pedagang terdapat dampak yang dialami dari keberadaan minimarket *franchise* yang muncul.



Gambar 1. Jenis Kelamin Pedagang Kelontong. Sumber : Survei Lapangan, 2014

Kegiatan berdagang kelontong di Kecamatan Pacitan lebih umum dilakukan oleh perempuan. Sebagian besar perempuan ini berstatus sebagai istri, namun ada juga yang merupakan kepala keluarga. Kepala keluarga yang perempuan ini umumnya adalah mereka yang tinggal sendiri, atau yang suaminya sudah meninggal. Selain jenis kelamin, tingkat pendidikan juga penting untuk dilihat.

Tabel 1. Pendidikan Terakhir Pedagang Kelontong

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase (%)
Tidak tamat SD	1	2,6
SD	4	10,3
SMP	4	10,3
SMA/SMK	24	61,5
Perguruan Tinggi	6	15,3
Total	39	100,0

Sumber : Survei Lapangan, 2014

Berdasarkan tabel 1., pendidikan terakhir pedagang kelontong didominasi oleh SMA/SMK, dengan persentase 61,5% responden. Mengingat bahwa pedagang kelontong bukanlah pekerjaan yang formal, sebenarnya sebagian besar responden memiliki tingkat pendidikan yang cukup memadai yang memungkinkan mereka untuk tetap bertahan menghadapi dampak keberadaan minimarket *franchise*. Karakteristik pedagang kelontong dan dampak yang dirasakan juga dapat disajikan dalam tabel silang untuk melihat hubungan keduanya.

Tabel 2. Dampak Minimarket Berdasarkan Kelompok Umur

Kelompok Umur	Dampak				Total
	Tidak ada dampak	Penurunan omzet dan jumlah konsumen	Penurunan omzet	Penurunan jumlah konsumen	
25-34 tahun	0	5	0	0	5
35-44 tahun	4	2	4	1	11
45-54 tahun	4	5	2	0	11
55-64 tahun	2	4	2	0	8
65+ tahun	1	3	0	0	4
<b>Total</b>	11	19	8	1	39

Sumber : Survei Lapangan, 2014

Tabel 1 diatas menunjukkan bahwa kelompok umur tua (55-64 tahun dan 65+ tahun) cenderung merasakan dampak negatif pada usaha mereka. Kelompok umur tua

umumnya menjalankan kegiatan usaha apa adanya seperti dahulu, meskipun minimarket *franchise* muncul. Mereka tidak terlalu ingin berinovasi dan kurang bisa mengakses informasi seperti kelompok umur lainnya, sehingga biasanya mengandalkan hasil dari pelanggan yang sudah lama dan setia saja. Sementara itu, pedagang yang tidak mengalami dampak dari munculnya minimarket *franchise* adalah mereka di usia paruh baya. Hasil yang cukup menarik adalah bahwa kelompok umur termuda (25-34 tahun) justru seluruhnya merasakan dampak negatif dari keberadaan minimarket *franchise*. Hal ini agaknya juga berhubungan dengan lama usaha yang dijalani, karena kelompok umur ini tentunya memiliki lama usaha yang cenderung lebih sebentar daripada yang kelompok umurnya lebih tua, sehingga pelanggan setianya juga cenderung lebih sedikit.

Tabel 3. Dampak Minimarket Berdasarkan Jarak dengan Minimarket

Jarak Pedagang Kelontong dengan Mini-market	Dampak				Total
	Tidak ada dampak	Penurunan omzet dan jumlah konsumen	Penurunan omzet	Penurunan jumlah konsumen	
0-100 m	1	4	1	0	6
101-200 m	2	6	1	0	9
201-300 m	4	5	4	0	13
301-400 m	1	1	1	0	3
401-500 m	3	3	1	1	8
<b>Total</b>	11	19	8	1	39

Sumber : Survei Lapangan, 2014

Tabel 2 menunjukkan jarak radius 0-100 meter dan 101-200 meter menunjukkan bahwa yang mengalami

dampak negatif secara signifikan lebih besar daripada yang tidak terdampak. Dengan kata lain, pada dua kelas jarak radius itu yang tidak terdampak dengan adanya minimarket *franchise* tidak mencapai 30% dari total responden di masing-masing kelas jarak. Ini berbeda dengan kelas jarak 201-300 meter ke atas dimana responden yang tidak terdampak mencapai 30% dari total responden di masing-masing kelas. Ini mendukung penelitian Wijayanti (2011) yang mengatakan bahwa kedekatan lokasi keduanya berpengaruh negatif terhadap perubahan keuntungan usaha warung tradisional. Oleh karena itu dikeluarkannya Peraturan Daerah Kabupaten Pacitan No. 6 Tahun 2012 yang memuat ketentuan jarak minimarket *franchise* memang sangat tepat.

Tabel 3. Dampak Keberadaan Minimarket *Franchise* yang Dirasakan Pedagang Kelontong

Dampak yang Dirasakan	Frekuensi	Persentase (%)
Tidak ada dampak	11	28,2
Penurunan omzet dan jumlah konsumen	19	48,7
Penurunan omzet	8	20,5
Penurunan jumlah konsumen	1	2,6
Total	39	100,0

Sumber : Survei Lapangan, 2014

Secara umum, sebagian besar responden dengan total 71,8% merasa keberadaan minimarket *franchise* memberikan dampak negatif terhadap usahanya. Sisa responden sebanyak 28,2% mengaku tidak ada dampak dari minimarket *franchise* terhadap usaha mereka, mengatakan bahwa pelanggan serta harga di minimarket *franchise* berbeda dengan toko kelontong, dan

berpandangan setiap usaha sudah ada rezekinya masing-masing. Ini merupakan pandangan khas orang Jawa yang sering disebut “*nrimo ing pandum*”.

Dampak keberadaan minimarket *franchise* terhadap pedagang kelontong sebagian besar bersifat negatif, mulai dari penurunan omzet, penurunan jumlah konsumen, dan juga dua hal tersebut bersamaan. Alaminya, responden yang merasakan dampak negatif memiliki strategi tertentu agar usaha yang dijalankannya tetap bertahan. Kenyataannya, meskipun sebagian besar mengalami dampak negatif dari keberadaan minimarket *franchise*, akan tetapi ternyata lebih banyak responden yang tidak memiliki strategi khusus dalam menjalankan usahanya, separuh lebih (56,4%) dari responden tidak memiliki strategi dalam menjalankan usaha. Sisanya memiliki berbagai strategi, paling banyak (25,6%) adalah mengubah barang dagangannya, yaitu dengan menambah stok barang yang laku (misalnya air mineral galon, rokok, bensin dan gas 3kg) dan mengurangi kulakan barang yang kurang laku.

## KESIMPULAN

1. Minimarket *franchise* di kecamatan Pacitan terdistribusi di desa dan kelurahan yang semuanya memiliki kepadatan tinggi atau jumlah penduduk besar, berada di jalur utama dengan jenis jalan berupa jalan kolektor dan jalan lokal, jalan-jalan ini telah diaspal halus dan berada di daerah kota. Pemilik

minimarket *franchise* semuanya berasal dari luar kota, tidak ada investor lokal. Seluruh responden dalam radius 500 meter berdiri sebelum minimarket *franchise*. Artinya, semua minimarket *franchise* di Kecamatan Pacitan tidak sesuai dengan PERDA karena PERDA baru terbit setelah minimarket *franchise* berdiri dan beroperasi.

2. Karakteristik umum pedagang kelontong yang sesuai dengan kriteria di Kecamatan Pacitan adalah didominasi oleh jenis kelamin perempuan (82,1%), sebagian besar memiliki pendidikan terakhir SMA (61,5%), berada di umur paruh baya (35-54 tahun) dan paling banyak berada dalam jarak 201-300 meter dari minimarket *franchise*.
3. Sebagian besar pedagang kelontong (71,8%) merasakan dampak negatif keberadaan minimarket *franchise* yang terjadi karena penurunan omzet, penurunan jumlah konsumen, dan kedua-duanya. Sisanya sebanyak 28,2% tidak merasa keberadaan minimarket *franchise* memberikan dampak terhadap usahanya. Meskipun begitu, lebih banyak pedagang (56,4%) yang tidak memiliki strategi untuk mempertahankan usahanya.

## DAFTAR PUSTAKA

Bintarto dan Surastopo Hadisumarno. 1979. *Metode Analisa Geografi*. Jakarta : LP3ES

- Dewan Koperasi Indonesia. Gurita Minimarket. <http://dekopin.coop/berita/detail/28>. Diakses tanggal 11 September 2013.
- Kusno, Gustaaf. Sejarah Unik Istilah 'Toko Kelontong'. <http://sejarah.kompasiana.com/2012/08/06/sejarah-unik-istilah-toko-kelontong-483030.html>. Diakses tanggal 10 September 2013.
- Effendi, Sofian dan Tukiran. 2012. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta : LP3ES
- Megawati, Yenli. 2006. Pertumbuhan Mini Market Sebagai Salah Satu Bentuk Pasar Modern. *Jurnal Manajemen*, Vol. 2 (No. 1)
- Peraturan Kepala Badan Pusat Statistik Nomor 57 Tahun 2009 Tentang Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor : 68/M-DAG/PER/10/2012
- Peraturan Daerah Kabupaten Pacitan Nomor 6 Tahun 2012
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Wijayanti, Pardiana. 2011. Analisis Pengaruh Perubahan Keuntungan Usaha Warung Tradisional dengan Munculnya *Minimarket* (Studi Kasus di Kecamatan Pedurungan Kota Semarang). *Skripsi SI*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Yunus, Hadi Sabari. 2000. *Struktur Tata Ruang Kota*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar