

Keberadaan Ritel Modern dan Dampaknya terhadap Pasar Tradisional di DKI Jakarta

The Modern Retail and Its Impact to Traditional Markets in DKI Jakarta

Dianur Hikmawati^a, Chaikal Nuryakin^{a,*}

^aMagister Perencanaan dan Kebijakan Publik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

[diterima: 12 Mei 2017 — disetujui: 8 Februari 2018 — terbit daring: 7 Maret 2018]

Abstract

This study aimed to analyze the impact of modern retail coexistence with traditional retail on traditional retail's performance. Our observation is the 153 markets PD Pasar Jaya spread across DKI Jakarta and the modern retails (minimarkets, supermarkets, hypermarkets) location based on the retail zoning policy of Jakarta Regional Regulation No. 2/2002. This study used number of traditional retailers as a proxy of performance variable. The regression results indicate a non linear relationship between the number of modern retails—especially supermarket—and traditional retails performance in which the coexistence of one supermarket is positive for traditional market performance and negative afterwards.

Keywords: *Traditional Retail; Modern Retail; Zoning Policy; Performance*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak keberadaan ritel modern terhadap kinerja ritel tradisional dalam kebijakan zonasi ritel Peraturan Daerah (Perda) DKI Jakarta No. 2 Tahun 2002. Penelitian dilakukan terhadap 153 ritel tradisional PD Pasar Jaya di DKI Jakarta dan keberadaan ritel modern (minimarket, supermarket, dan *hypermarket*) yang melanggar ketentuan kebijakan zonasi ritel. Penelitian ini menggunakan data jumlah pedagang ritel tradisional sebagai proksi variabel kinerja ritel tradisional. Hasil regresi mengindikasikan hubungan tidak linier antara jumlah ritel modern—terutama supermarket— dan kinerja pasar tradisional yaitu berpengaruh positif jika terdapat satu ritel modern kemudian menjadi negatif jika melebihi jumlah tersebut.

Kata kunci: Ritel Tradisional; Ritel Modern; Kebijakan Zonasi; Kinerja

Kode Klasifikasi JEL: D22; D25

Pendahuluan

Ritel merupakan kegiatan bisnis yang menjual produk dan jasa pelayanan yang telah diberi nilai tambah untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, kelompok, atau pengguna akhir dalam jumlah eceran. Ritel menjadi mata rantai yang penting dalam proses distribusi barang dan merupakan mata rantai terakhir dalam suatu proses distribusi yang menghubungkan produsen dengan konsumen (Utami, 2010). Ritel atau yang juga sering disebut dengan bisnis eceran termasuk salah satu indikator ekonomi

dalam komponen perdagangan yang memberikan kontribusi cukup besar yaitu sebesar 19–31% terhadap Pendapatan Domestik Regional Bruto (PDRB) tiap daerah yang ada di Indonesia. Selain itu, sektor ritel juga merupakan sektor yang menyerap tenaga kerja terbesar selain sektor pertanian dengan serapan pada tahun 2011 mencapai 23,4 juta tenaga kerja atau 21,3% dari total tenaga kerja Indonesia (Basri *et al.*, 2012).

Sejalan dengan hal tersebut, saat ini bisnis ritel di Indonesia berkembang semakin pesat seiring dengan kemajuan perekonomian Indonesia. Dalam periode beberapa tahun terakhir, dari tahun 2005 hingga 2013, jumlah gerai usaha ritel di Indonesia mengalami pertumbuhan rata-rata sekitar 19% un-

*Alamat Korespondensi: Jl. Salemba Raya No. 4, RT. 1 RW. 4, Kenari, Senen, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10430. E-mail: chaikal.nuryakin@ui.ac.id.

tuk pertumbuhan jumlah ritel modern dan sekitar 6% per tahun untuk pertumbuhan jumlah ritel tradisional. Jumlah ritel di wilayah DKI Jakarta sendiri juga cukup banyak dan menyebar hampir di seluruh wilayah Provinsi DKI Jakarta, serta cukup besar menyerap tenaga kerja yang ada. Hanya dalam waktu 3 tahun, total semua jenis ritel modern di wilayah Provinsi DKI Jakarta tumbuh sekitar 13% dari jumlah sebelumnya di tahun 2011. Dari pertumbuhan ritel modern dalam 3 tahun terakhir, yang paling besar berkembang jumlahnya adalah jumlah *outlet* minimarket yang bertambah sebanyak 280 *outlet* di tahun 2014 (atau sekitar 15% pertumbuhan *outlet*-nya). Hal ini berbanding terbalik dengan jumlah ritel tradisional yang tidak mengalami pertumbuhan dalam tiga tahun terakhir (Biro Perekonomian DKI Jakarta, 2015).

Disinyalir, dengan berkembang pesatnya ritel modern, akan menimbulkan potensi persaingan usaha yang kurang sehat dan berpotensi dapat mematikan sektor ritel tradisional jika tidak diatur secara jelas. Hal ini, melatarbelakangi Pemerintah Provinsi (Pemprov) DKI Jakarta mengeluarkan kebijakan pengaturan perpasaran, terutama dalam hal pengaturan jarak dan zonasi dalam Peraturan Daerah (Perda) Provinsi DKI Jakarta No. 2 Tahun 2002 tentang Perpasaran Swasta di Propinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Berdasarkan Perda tersebut, izin lokasi usaha ritel modern harus berjarak dari pasar lingkungan, yaitu peritel seluas 100–200 m² harus berjarak 500 meter, peritel seluas 1.000–2.000 m² harus berjarak 1.500 meter, peritel seluas 2.000–4.000 m² harus berjarak 2.000 meter, dan peritel seluas lebih dari 4.000 m² harus berjarak 2.500 meter.

Namun sejak dikeluarkan kebijakan Perda ini, ditemukan masih banyak pihak pelaku usaha, khususnya di sektor ritel modern, yang tidak menaati dan melanggar ketentuan Perda ini. Berdasarkan catatan Asosiasi Pedagang Pasar Seluruh Indonesia (APPSI), sebanyak 30 gerai ritel dianggap melanggar kebijakan zonasi ritel dalam Perda DKI Jakarta No. 2 Tahun 2002. Akibat pelanggaran tersebut, setidaknya 75 ritel tradisional terancam karena ritel yang melanggar perda tersebut. APPSI juga mencatat, secara umum ritel tradisional di Jakarta mengalami penurunan jumlah omzet sebesar 35% dari tahun ke tahun serta penurunan tingkat hunian kurang dari 80%, bahkan ada yang tingkat huniannya hanya 30% (*Tempo.co*, 2009). Hal inilah yang kemudian membuat beberapa ritel tradisional mulai merasakan ketidaknyamanan, bahkan beberapa ritel kecil/tradisional terancam tutup. Sehubungan

dengan hal tersebut, maka tujuan penelitian yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis gambaran dan dampak keberadaan ritel modern yang terkait dengan kebijakan zonasi ritel dalam Perda DKI Jakarta No. 2 Tahun 2002 terhadap kinerja ritel tradisional tahun 2015 di wilayah Provinsi DKI Jakarta.

Tinjauan Literatur

Kata ritel berasal dari bahasa Perancis, "*retailier*", yang berarti memotong atau memecah sesuatu. Dalam Bahasa Indonesia, kata ritel bisa juga diartikan "eceran". Terkait dengan aktivitas yang dijalankan, maka ritel menggambarkan kegiatan untuk memecah barang atau produk yang dihasilkan dan didistribusikan dalam jumlah besar dan massal untuk dapat dikonsumsi oleh konsumen akhir dalam jumlah kecil sesuai dengan kebutuhannya (Utami, 2010). Penggolongan bisnis ritel di Indonesia dapat dikategorikan berdasarkan sifatnya, yaitu ritel yang bersifat tradisional (konvensional) dan yang bersifat modern. Ciri utama dari ritel tradisional adalah manajemen belum profesional; skala kecil; modal kecil; harga tawar-menawar; transaksi tunai; jarang ada program promosi; dikelola Pemerintah; tersebar di kota dan desa; kondisi bangunan umumnya kurang terawat; dan konsumen menengah bawah. Sedangkan ciri utama ritel modern adalah manajemen modern; teknologi modern; bermodal kuat; harga sudah pasti; fasilitas canggih; pembayaran dapat menggunakan kartu kredit, kartu debit, atau *e-money*; prinsip swalayan; banyak kegiatan promosi, diskon, dan hadiah; umumnya dikelola pihak swasta; kebanyakan ada di daerah perkotaan; kondisi bangunan umumnya bersih dan terawat dengan baik; dan konsumen menengah atas (Purnomo *et al.*, 2013).

Perkembangan ritel modern dari tahun ke tahun yang semakin berkembang pesat dan tidak terben- dung melatarbelakangi Pemerintah mengeluarkan kebijakan dan regulasi agar kondisi dalam industri bisnis ritel ini menjadi lebih baik, yaitu salah satunya dengan kebijakan zonasi ritel. Zonasi terhadap lahan terkait dengan pengaturan lokasi ritel merupakan kebijakan yang dibuat guna menghindarkan persaingan *head to head* antara ritel modern dengan ritel tradisional. Hal ini disebabkan ukuran keduanya yang berbeda apabila dibandingkan dari sudut kapital, sehingga kemampuan menciptakan *value creation* keduanya pun berbeda. Zonasi dalam hal

ini merupakan sebuah upaya untuk menciptakan *equal playing field*, sehingga persaingan diharapkan berlangsung dalam suasana yang sangat sehat (*fair competition*) karena berada dalam "kelas" yang sama. Sesungguhnya dengan melakukan zonasi, ketika zona-zona ditetapkan untuk ritel modern, adalah sebenarnya ditujukan untuk membatasi menjamurnya jumlah ritel modern di suatu wilayah. Melalui zonasi, *market power* yang dimiliki ritel modern tidak akan berkembang sangat pesat seperti yang terjadi belakangan ini (Marhaendradjaja, 2010).

Beberapa penelitian telah dilakukan guna mengetahui dampak keberadaan ritel modern terhadap ritel tradisional di suatu wilayah. Effandi (2010) meneliti pengaruh pola distribusi sebaran minimarket dengan kinerja usaha toko pengecer tradisional. Suryadarma *et al.* (2007) melakukan penelitian untuk mengukur dampak supermarket pada pedagang pasar tradisional di pusat-pusat perkotaan di Indonesia dengan hasilnya adalah, secara statistik, keberadaan supermarket hanya berdampak pada pasar tradisional melalui jumlah karyawan yang bekerja di pasar tradisional (jumlah pedagang pasar tradisional). Marhaendradjaja (2010) juga melakukan penelitian serupa, namun ritel modern yang diteliti dikhususkan pada ritel minimarket dengan faktor yang berpengaruh terhadap penurunan kinerja dari ritel tradisional sebagai akibat keberadaan ritel modern minimarket (salah satunya adalah jarak). Fongkam (2015) juga melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi tingkat persaingan ritel tradisional di Chiang Mai, Thailand. Dari beberapa variabel yang diteliti menunjukkan bahwa tingkat persaingan ritel tradisional di Chiang Mai, Thailand, dipengaruhi oleh jumlah tenaga kerja/pedagang tradisional, produk yang ditawarkan, lokasi ritel, *layout store* ritel, variasi produk dan servis, hubungan dengan kompetitor, harga, keuntungan, promosi, dan distribusi.

Berangkat dari penelitian-penelitian yang disebutkan sebelumnya, maka variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah jumlah pedagang ritel tradisional sebagai proksi dari variabel kinerja sektor ritel tradisional (Effandi, 2010; Suryadarma *et al.*, 2007). Jumlah pedagang selalu menjadi indikator *outcome* dari adanya persaingan antara ritel tradisional dengan ritel modern. Secara mikroekonomi, dengan adanya keterbatasan skala usaha, jumlah pedagang menjadi ukuran yang tepat sebagai indikator kinerja pasar tradisional dalam jangka menengah dan panjang. Dengan demikian, penelitian ini dapat dikatakan menganalisis dampak keberadaan

ritel modern kepada kinerja pasar tradisional dalam jangka menengah dan panjang.

Sedangkan variabel bebas yang termasuk dalam penelitian ini adalah jumlah ritel modern yang terdekat dengan ritel tradisional yang melanggar kebijakan zonasi pengaturan jarak dalam Perda DKI No. 2 Tahun 2002. Peneliti juga menambahkan variabel revitalisasi pasar dan potensi pasar. Revitalisasi pasar terbukti efektif terhadap pengembangan ritel tradisional yang juga berdampak pada peningkatan kinerja dan daya saing ritel tradisional yang dilihat dari pangsa pasar (Adiyadnya, 2015). Potensi pasar juga tidak kalah penting memengaruhi kinerja ritel tradisional. Potensi pasar merupakan salah satu poin penting yang harus diperhatikan oleh para pedagang ritel tradisional di tahap awal dalam mempertimbangkan lokasi di mana akan memulai kegiatan bisnis ritelnya. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Boone dan Kurtz (2003), bahwa dalam menjalankan sebuah bisnis, langkah yang paling penting dilakukan adalah analisis potensi pasar. Dengan demikian maka model kerangka pemukiman penelitian ini digambarkan pada Gambar 1.

Metode

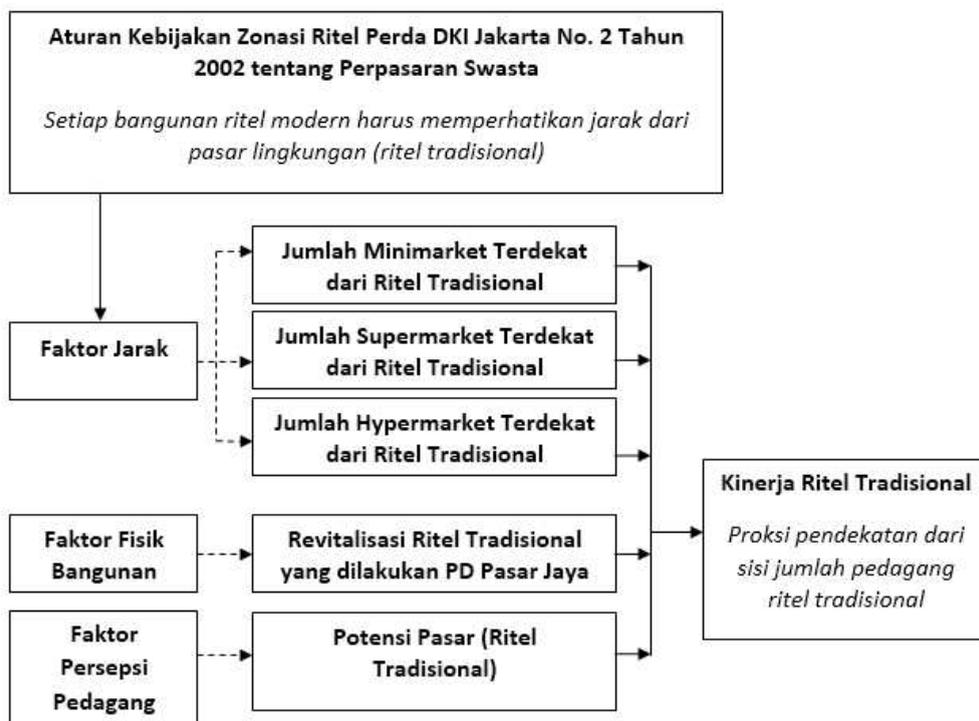
Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dan analisis regresi berganda dengan metode *Heteroskedasticity and Autocorrelation Consistent* (HAC) *Standard Errors & Covariance Newey-West*. Untuk mengukur sejauh mana dampak keberadaan ritel modern terhadap kinerja sektor ritel tradisional dalam kebijakan zonasi ritel Perda DKI Jakarta No. 2 Tahun 2002, maka model persamaan regresi dalam penelitian ini terbagi menjadi dua model, yaitu model agregat dan model persamaan sederhana per variabel.

Model Agregat:

$$\begin{aligned} \text{kinerjaitradisional}_i &= a_1 + b_1\text{ritelmodern}_i \\ &+ b_2\text{ritelmodern}_i^2 \\ &+ b_3\text{revitalisasipasar}_i \\ &+ b_4\text{potensipasar}_i + e \end{aligned} \quad (1)$$

Model Sederhana:

$$\begin{aligned} \text{kinerjaitradisional}_i &= a_2 + c_1\text{ritelminimarket}_i \\ &+ c_2\text{ritelminimarket}_i^2 + e \end{aligned} \quad (2)$$



Gambar 1: Kerangka Pemikiran Penelitian
 Sumber: Hasil Pengolahan Penulis

$$\text{kinerjatradsional}_i = a_3 + d_1 \text{ritelsupermarket}_i + d_2 \text{ritelsupermarket}_i^2 + e \quad (3)$$

$$\text{kinerjatradsional}_i = a_4 + h_1 \text{ritelhypermarket}_i + h_2 \text{ritelhypermarket}_i^2 + e \quad (4)$$

Model Persamaan (1) merupakan model agregat yang akan menjadi fokus utama penelitian ini dengan *kinerjatradsional* adalah variabel terikat, yaitu kinerja ritel tradisional yang menggunakan indikator jumlah pedagang ritel tradisional sebagai proksi pendekatan variabel kinerja ritel. Variabel bebas *ritelmodern* adalah jumlah total ritel modern (minimarket, supermarket, dan *hypermarket*) yang terdekat dengan ritel tradisional yang mana semua jenis ritel modern tersebut melanggar ketentuan zonasi ritel Perda DKI No. 2 Tahun 2002. Variabel *ritelmodern*² digunakan untuk menggambarkan apakah hubungan ritel modern (yang jaraknya dekat dengan ritel tradisional) dengan kinerja ritel tradisional bersifat linier atau tidak linier. Variabel bebas *revitalisasipasar* adalah program revitalisasi yang dilakukan PD Pasar Jaya terhadap ritel tradisional, yang mana variabel ini dalam bentuk variabel *dummy* (1 untuk ritel tradisional yang sudah dilakukan revitalisasi dan 0 untuk ritel tradisional yang belum dilakukan revitalisasi). Variabel bebas *potensipasar* adalah tingkat kesanggupan, kemampuan, dan kekuatan ekonomi masing-masing ritel tradisional yang telah diklasifikasikan oleh pengelola ritel tradisional, yaitu PD Pasar Jaya, yang mana variabel ini dalam bentuk variabel *dummy* (1 untuk potensi pasar maju/besar dan 0 untuk potensi pasar yang bukan maju (potensi sedang dan kecil)).

Variabel bebas *ritelminimarket* dalam model sederhana pada Persamaan (2), (3), dan (4) adalah jumlah total ritel minimarket yang terdekat dengan ritel tradisional yang melanggar ketentuan zonasi ritel Perda DKI No. 2 Tahun 2002, yaitu dalam radius kurang dari 500 meter. Variabel bebas *ritelsupermarket* adalah jumlah total ritel supermarket yang terdekat dengan ritel tradisional yang melanggar ketentuan zonasi ritel Perda DKI No. 2 Tahun 2002, yaitu dalam radius kurang dari 2.000 meter. Variabel bebas *ritelhypermarket* adalah jumlah total ritel *hypermarket* yang terdekat dengan ritel tradisional yang melanggar ketentuan zonasi ritel Perda DKI No. 2 Tahun 2002, yaitu dalam radius kurang dari 2.500 meter.

Penambahan variabel kuadrat untuk jenis ritel modern seperti *ritelminimarket*², *ritelsupermarket*²,

dan *ritelhypermarket*² bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan masing-masing jenis ritel modern seperti minimarket, supermarket, dan *hypermarket* (yang jaraknya dekat dengan ritel tradisional) terhadap kinerja ritel tradisional bersifat linier atau tidak linier. Hubungan linier menandakan bahwa dengan kondisi dan rentang jumlah berapa pun antara ketiga jumlah jenis ritel modern tersebut berbanding lurus dengan kinerja ritel tradisional. Apabila hubungannya positif, maka kinerja ritel meningkat seterusnya hingga rentang jumlah tak terbatas dan apabila hubungannya negatif, maka kinerja ritel menurun seterusnya hingga rentang jumlah yang tak terbatas pula. Sedangkan hubungan yang tidak linier menandakan bahwa antara jumlah ketiga jenis ritel modern tersebut tidak serta merta selalu berbanding lurus dengan kinerja ritel tradisional, sehingga pada rentang jumlah tertentu kondisi akan berubah (berbentuk kurva distribusi normal). Apabila pada awalnya hubungannya positif, maka kinerja ritel meningkat hingga batas jumlah maksimum dan apabila telah melewati batas jumlah maksimum, maka hubungan akan menjadi negatif, sehingga kinerja ritel menurun, begitupun dengan kondisi sebaliknya.

Data utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang didapatkan dari PD Pasar Jaya berupa data kinerja ritel tradisional yang dilihat dari proksi pendekatan jumlah pedagang yang ada di 153 ritel tradisional di Provinsi DKI Jakarta tahun 2015. Selain itu, data sekunder yang digunakan adalah data laporan program revitalisasi yang sudah dilakukan PD Pasar Jaya serta pembagian klasifikasi potensi pasar sesuai dengan karakteristik masing-masing ritel tradisional. Berbagai literatur atau dokumen seperti buku, laporan penelitian, karya ilmiah, jurnal, peraturan perundang-undangan, dan media massa juga turut melengkapi data yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Untuk data jumlah ritel modern yang terdekat, baik untuk jenis ritel minimarket, supermarket, dan *hypermarket*, dilakukan dengan cara *mapping* ritel modern tersebut yang terdekat dengan ritel tradisional sesuai dengan ketentuan Perda DKI Jakarta No. 2 Tahun 2002. *Mapping* dilakukan dengan menggunakan aplikasi *Googlemaps* dan *Googlestreet* pada tahun 2015.

Dikarenakan keterbatasan data dan tidak ada data historis sebelumnya mengenai kinerja ritel tradisional, maka periode waktu penelitian ini hanya dilakukan pada satu tahun yaitu pada tahun 2015, sehingga penelitian ini bersifat *cross-sectional* karena

dilakukan pada satu waktu tertentu saja dengan sejumlah objek penelitian yang menjadi fokus utama yang diteliti. Data yang bersifat *cross-section* ini sangat rentan terhadap pelanggaran terhadap uji asumsi klasik. Oleh karena itu, peneliti menggunakan metode *Heteroscedasticity and Autocorrelation Consistent (HAC) Standard Errors & Covariance* untuk mendapatkan validitas eksternal serta menghilangkan heteroskedastisitas dan autokorelasi yang terdapat di dalam model persamaan ekonometrika, sehingga model persamaannya dapat bersifat *robust*.

Hasil dan Analisis

Ritel merupakan salah satu bagian pokok yang menunjang masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Ritel sebagian besar muncul dari kebutuhan masyarakat umum yang membutuhkan tempat untuk menjual barang yang dihasilkan serta konsumen yang membutuhkan barang-barang tertentu untuk kehidupan sehari-hari. Semakin berkembangnya jumlah populasi dan kepadatan penduduk di suatu wilayah, akan berdampak pada semakin meningkatnya permintaan kebutuhan hidup masyarakat. Hal ini berdampak pada *demand* masyarakat akan fasilitas yang mampu menyediakan kebutuhan hidup juga semakin tinggi. Hal tersebut menjadi salah satu peluang yang dimanfaatkan bagi masyarakat atau pelaku bisnis untuk membangun dan mengembangkan ritel. Sebagian besar masyarakat yang memiliki modal terbatas akan lebih banyak bergerak di bidang ritel tradisional, sedangkan untuk pelaku usaha atau pelaku bisnis yang memiliki modal besar akan bergerak banyak di bidang ritel modern.

Sektor ritel tradisional, yang merupakan cikal bakal ritel tradisional di Provinsi DKI Jakarta, awalnya berasal dari pasar kaget dan pasar inpres yang sering berada di lingkungan masyarakat. Dengan bergulirnya waktu, pasar akan terus berkembang. Pada mulanya, pasar merupakan tempat bertemunya pedagang dan pembeli serta terjadinya transaksi langsung. Seiring berjalannya waktu dan tuntutan konsumen pasar yang terus berubah, maka pasar tidak hanya sekedar menjadi tempat bertemunya pedagang dan konsumen. Pasar (dalam hal ini ritel tradisional) sudah merupakan entitas bisnis yang lengkap dan kompleks dengan kenyamanan dan kepuasan pelanggan yang menjadi tujuan utama. Oleh karena itu, untuk mengakomodir meningkat-

nya tuntutan pelanggan, ritel tradisional di Provinsi DKI Jakarta dikelola langsung oleh Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) Provinsi DKI Jakarta, yaitu PD Pasar Jaya. Pasar Jaya adalah Perusahaan Daerah (PD) milik Pemprov DKI Jakarta yang melaksanakan pelayanan umum dalam bidang pengelolaan area pasar, membina pedagang pasar, ikut membantu stabilitas harga, dan kelancaran distribusi barang dan jasa.

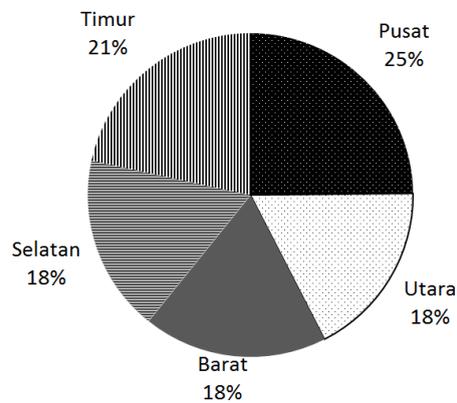
Saat ini, PD Pasar Jaya mengelola 153 pasar di seluruh wilayah Provinsi DKI Jakarta dengan omzet bisnis yang diperdagangkan lebih dari 150 triliun rupiah per tahun dengan total 117.519 tempat usaha. Berdasarkan hasil survei, pasar/ritel tradisional yang dikelola oleh PD Pasar Jaya dikunjungi lebih dari 2 juta pengunjung setiap harinya, atau kurang lebih dari 20% dari penduduk DKI Jakarta (Pasar Jaya, 2015). Gambar 2, 3, 4, dan 5 serta Tabel 1, 2, dan 3 memaparkan analisis deskriptif yang berkaitan dengan variabel-variabel yang diteliti, mulai dari jumlah ritel tradisional PD Pasar Jaya, jumlah pedagang, jumlah ritel yang telah dilakukan revitalisasi, potensi pasar, hingga *mapping* jarak antara ritel modern yang terdekat dengan ritel tradisional dan melanggar ketentuan zonasi ritel.

Berdasarkan Tabel 1, untuk jenis ritel modern minimarket, dari 153 ritel tradisional yang ada, seluruhnya (100%) dikelilingi oleh jaringan minimarket kurang dari radius 500 m. Rata-rata (*mean*) keseluruhan jumlah minimarket di DKI Jakarta yang mengelilingi ritel tradisional dalam jarak kurang dari radius 500 m adalah sebanyak 7 minimarket untuk setiap ritel tradisional.

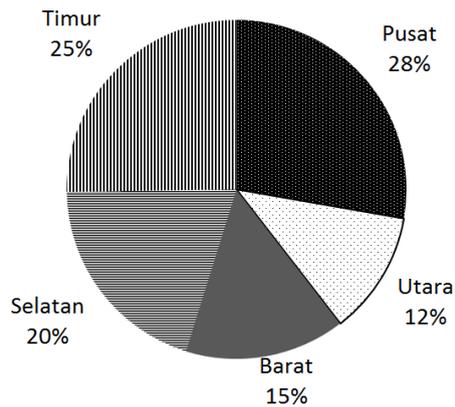
Pada Tabel 2, untuk jenis ritel modern supermarket, dari 153 ritel tradisional yang ada, sebesar 69% ritel tradisional dikepung oleh jaringan supermarket kurang dari radius 2.000 m. Rata-rata (*mean*) keseluruhan jumlah supermarket di DKI Jakarta yang mengelilingi ritel tradisional dalam jarak kurang dari radius 2.000 m adalah sebanyak 1 supermarket untuk setiap ritel tradisional.

Pada Tabel 3, untuk jenis ritel modern *hypermarket*, dari 153 ritel tradisional yang ada, sebesar 90% ritel tradisional dikepung oleh jaringan *hypermarket* kurang dari radius 2.500 m. Rata-rata (*mean*) keseluruhan jumlah *hypermarket* di DKI Jakarta yang mengelilingi ritel tradisional dalam jarak kurang dari radius 2.500 m adalah sebanyak 3 *hypermarket* untuk setiap ritel tradisional.

Analisis ekonometrika yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi berganda dengan metode *HAC Newey West* untuk



Gambar 2: Distribusi Ritel Tradisional PD Pasar Jaya di Provinsi DKI Jakarta Tahun 2015
 Sumber: PD Pasar Jaya (2015c), diolah

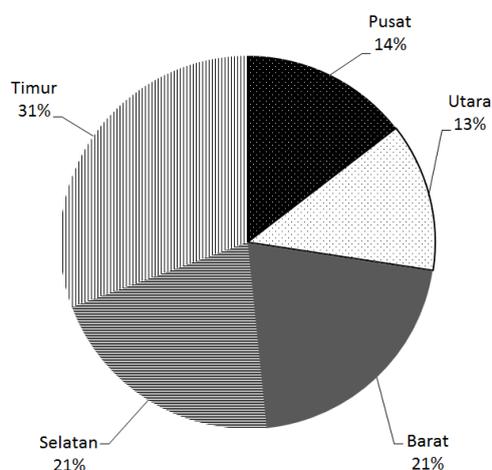


Gambar 3: Distribusi Jumlah Pedagang Ritel Tradisional PD Pasar Jaya di Provinsi DKI Jakarta Tahun 2015
 Sumber: PD Pasar Jaya (2015d), diolah

Tabel 1: Distribusi Jumlah dan Rata-Rata Minimarket yang Terdekat dengan Ritel Tradisional dan Melanggar Ketentuan Zonasi Ritel Perda DKI No. 2 Tahun 2002 Periode Tahun 2015

Wilayah	Total Jumlah Minimarket yang Terdekat dengan Ritel Tradisional		Rata-rata Jumlah Minimarket yang Terdekat dengan Ritel Tradisional	
	Jumlah Minimarket Terdekat	% Proporsi	Rata-rata Jumlah Minimarket Terdekat	% Proporsi
Jakarta Pusat	309	28%	8	23%
Jakarta Barat	249	23%	9	26%
Jakarta Utara	186	17%	7	20%
Jakarta Selatan	141	13%	5	14%
Jakarta Timur	212	19%	6	17%
Total	1.097	100%	7	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Penulis



Gambar 4: Distribusi Jumlah Ritel Tradisional PD Pasar Jaya di Provinsi DKI Jakarta yang Sudah Direvitalisasi Hingga Tahun 2015

Sumber: PD Pasar Jaya (2015a), diolah

Tabel 2: Distribusi Jumlah dan Rata-Rata Supermarket yang Terdekat dengan Ritel Tradisional dan Melanggar Ketentuan Zonasi Ritel Perda DKI No. 2 Tahun 2002 Periode Tahun 2015

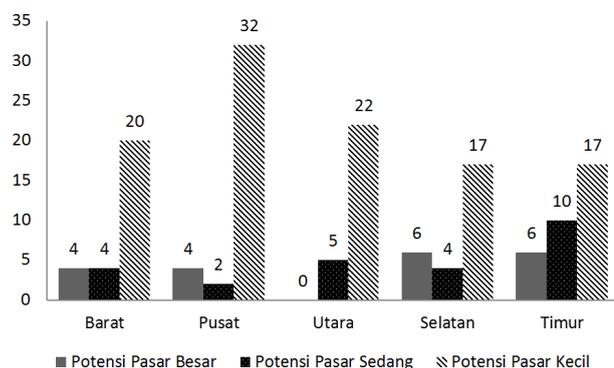
Wilayah	Total Jumlah Supermarket yang Terdekat dengan Ritel Tradisional		Rata-rata Jumlah Supermarket yang Terdekat dengan Ritel Tradisional	
	Jumlah Supermarket Terdekat	% Proporsi	Rata-rata Jumlah Supermarket Terdekat	% Proporsi
Jakarta Pusat	62	29%	2	29%
Jakarta Barat	38	18%	1	14%
Jakarta Utara	43	20%	2	29%
Jakarta Selatan	32	15%	1	14%
Jakarta Timur	38	18%	1	14%
Total	213	100%	1	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Penulis

Tabel 3: Distribusi Jumlah dan Rata-Rata *Hypermarket* yang Terdekat dengan Ritel Tradisional dan Melanggar Ketentuan Zonasi Ritel Perda DKI No. 2 Tahun 2002 Periode Tahun 2015

Wilayah	Total Jumlah <i>Hypermarket</i> yang Terdekat dengan Ritel Tradisional		Rata-rata Jumlah <i>Hypermarket</i> yang Terdekat dengan Ritel Tradisional	
	Jumlah <i>Hypermarket</i> Terdekat	% Proporsi	Rata-rata Jumlah <i>Hypermarket</i> Terdekat	% Proporsi
Jakarta Pusat	143	28%	4	24%
Jakarta Barat	102	20%	4	24%
Jakarta Utara	60	12%	2	12%
Jakarta Selatan	112	22%	4	24%
Jakarta Timur	85	17%	3	18%
Total	502	100%	3	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Penulis



Gambar 5: Distribusi Jumlah Ritel Tradisional PD Pasar Jaya di Provinsi DKI Jakarta Berdasarkan Potensi Pasar Tahun 2015

Sumber: PD Pasar Jaya (2015b), diolah

model agregat serta menggunakan analisis regresi sederhana untuk model persamaan sederhana biasa. Dari ketiga variabel bebas yang diuji, yang memiliki hubungan signifikan terhadap variabel terikat (kinerja sektor ritel tradisional) adalah variabel jumlah ritel modern yang terdekat (*ritelmodern*) dan potensi pasar (*potensipasar*) (lihat Tabel 4).

Tabel 4: Hasil Pengolahan Data Regresi Berganda dengan Metode *Heteroscedasticity and Autocorrelation Consistent (HAC) Standard Errors & Covariance Newey West*

Variabel	Koefisien	Probabilitas
C	6,617823	0,9493
<i>ritelmodern</i>	43,26547	0,0346**
<i>ritelmodern</i> ²	-1,384270	0,0823***
<i>revitalisasipasar</i>	11,91253	0,8517
<i>potensipasar</i>	727,2295	0,0030*
<i>R-squared</i>	0,366214	
<i>Adjusted R-squared</i>	0,349085	
<i>F-statistic</i>	21,37934	
<i>Prob (F-statistic)</i>	0,000000	

Sumber: Hasil Pengolahan Penulis

Keterangan: * signifikan pada taraf 10%
 ** signifikan pada taraf 5%
 *** signifikan pada taraf 1%

Untuk mengetahui jenis ritel modern manakah yang paling berpengaruh dengan kinerja sektor ritel tradisional dan berapakah jumlah batas jenis ritel modern tersebut agar tetap dapat menyeimbangkan persaingan usaha di antara ritel modern dengan ritel tradisional, maka dilakukan regresi sederhana terhadap masing-masing variabel bebas ritel modern terhadap kinerja sektor ritel tradisional, yaitu:

1. pengujian antara variabel jumlah minimarket yang terdekat dan melanggar ketentuan zonasi ritel Perda DKI No. 2 Tahun 2002 dengan kinerja sektor ritel tradisional;
2. pengujian antara variabel jumlah supermarket yang terdekat dan melanggar ketentuan zonasi ritel Perda DKI No. 2 Tahun 2002 dengan kinerja sektor ritel tradisional; dan
3. pengujian antara variabel jumlah *hypermarket* yang terdekat dan melanggar ketentuan zonasi ritel Perda DKI No. 2 Tahun 2002 dengan kinerja sektor ritel tradisional.

Tabel 5 memperlihatkan hasil regresi sederhana pada ketiga model persamaan sederhana per variabel. Dari hasil regresi sederhana tersebut, membuktikan bahwa dari semua jenis ritel modern seperti minimarket, supermarket, dan *hypermarket*, bahwa ritel supermarketlah yang paling berpengaruh signifikan terhadap kinerja sektor ritel tradisional.

Dari nilai koefisien variabel jumlah ritel supermarket yang terdekat dengan ritel tradisional, didapatkan hubungan yang tidak linier antara jumlah ritel supermarket yang terdekat dengan variabel kinerja ritel tradisional. Pada awal kondisi berdirinya, ritel supermarket berdampak positif pada peningkatan kinerja tradisional, yaitu dengan banyaknya ritel supermarket yang berdiri di dekat lokasi ritel tradisional akan menstimulus peningkatan jumlah pedagang di ritel tradisional. Dalam hal ini, ritel tradisional dan supermarket masih bersaing secara sehat, karena jika melihat karakteristik keduanya yang bersifat saling melengkapi (komplementer). Namun pada rentang jumlah tertentu, apabila jumlah ritel supermarket melebihi batas maksimum, maka hubungannya menjadi negatif, dan/atau sebaliknya.

Adapun untuk menghitung batasan jumlah maksimum ritel modern yang dapat berdiri di sekitar wilayah ritel tradisional, sehingga dapat menyelaraskan persaingan usaha di antara ritel modern dengan ritel tradisional, maka peneliti menggunakan fungsi diferensiasi. Berdasarkan hasil penghitungan diferensiasi pada persamaan sederhana, jumlah maksimum ritel supermarket yang dapat berdiri di sekitar ritel tradisional adalah hanya sebanyak 1 *outlet* supermarket saja. Apabila melebihi dari batas maksimum tersebut, bahkan bertambah 2 *outlet* supermarket pun, akan menyebabkan hubungan yang negatif pada kinerja sektor ritel tradisional. Dianggap bahwa, adanya 2 *outlet* supermarket sudah mampu memenuhi kebutuhan masyarakat, sehingga ritel tradisional secara perlahan mulai diting-

Tabel 5: Hasil Pengolahan Data Regresi Sederhana dengan Metode HAC

Model Persamaan Sederhana Minimarket (2a)			Model Persamaan Sederhana Supermarket (2b)			Model Persamaan Sederhana Hypermarket (2c)		
Variabel	Koefisien	Prob.	Variabel	Koefisien	Prob.	Variabel	Koefisien	Prob.
C	244,8611	0,0013	C	358,1576	0,0000	C	228,4953	0,0001
<i>ritelminimarket</i>	36,47462	0,1095	<i>ritelsupermarket</i>	276,8137	0,0171**	<i>ritelhypermarket</i>	50,03432	0,2292
<i>ritelminimarket</i> ²	-1,702677	0,1405	<i>ritelsupermarket</i> ²	-114,7379	0,0079***	<i>ritelhypermarket</i> ²	-1,566895	0,6609
<i>R-squared</i>	0,012565		<i>R-squared</i>	0,054511		<i>R-squared</i>	0,046381	
<i>P Value</i>	0,387382		<i>P Value</i>	0,014936		<i>P Value</i>	0,028388	

Sumber: Hasil Pengolahan Penulis

Keterangan: ** signifikan pada taraf 5%

*** signifikan pada taraf 1%

galkan oleh konsumennya (masyarakat).

Pengaruh Jumlah Ritel Modern yang Jaraknya Terdekat dengan Ritel Tradisional

Variabel pengaruh jumlah ritel modern yang jaraknya terdekat dengan ritel tradisional memberikan dampak yang signifikan terhadap kinerja sektor ritel tradisional. Adapun dari ketiga jenis ritel modern yang ada, jenis ritel modern supermarketlah yang paling signifikan memberikan pengaruhnya terhadap kinerja sektor ritel tradisional (dengan proksi pendekatan jumlah pedagang). Hal ini didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh *SMERU Research Institute* tahun 2007 dengan hasil penelitiannya secara statistik bahwa, dampak supermarket (yang diwakilkan variabel jarak dengan ritel supermarket terdekat) pada jumlah pedagang di ritel tradisional secara statistik signifikan. Selain itu, hasil dalam penelitian ini juga didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Marhaendrajaja (2010), yang dari hasil penelitiannya didapatkan bahwa faktor yang berpengaruh terhadap kinerja dari ritel tradisional sebagai akibat keberadaan ritel modern adalah salah satunya jarak, yaitu jarak terdekat antara ritel modern dengan ritel tradisional yang ada.

Walaupun variabel jumlah ritel modern yang jaraknya terdekat dengan ritel tradisional memberikan dampak yang signifikan terhadap kinerja sektor ritel tradisional, namun jika dilihat dari tanda koefisien variabel berdasarkan hasil regresi berganda dengan metode *HAC Newey West*, memiliki hubungan yang tidak linier dan bertanda positif. Hal ini berbeda dengan dua penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa dengan adanya ritel modern (khususnya ritel supermarket), justru akan menurunkan kinerja sektor ritel tradisional yang dilihat

dari penurunan jumlah pedagang ritel tradisional yang berjualan. Pada awalnya, asumsi peneliti juga memikirkan hal yang sama, bahwa terdapat hubungan linier antara variabel ritel modern (supermarket) dengan kinerja ritel tradisional, sehingga peneliti menambahkan variabel *ritelmodern*² untuk model agregat dan *ritelsupermarket*² untuk model persamaan sederhana, guna mengetahui linier atau tidak linier hubungan di antara variabel tersebut.

Dari hasil penambahan variabel tersebut membuktikan bahwa hubungan antara jumlah ritel modern, khususnya ritel supermarket, hubungannya tidak linier (non-linier). Pada awalnya, ritel supermarket dan tradisional masih bersaing secara sehat dan bersifat saling melengkapi karena karakteristik bisnis dan barang yang dijual hampir sama, sehingga secara tidak langsung dapat menstimulus peningkatan jumlah pedagang di ritel tradisional. Namun, apabila melebihi batas maksimum jumlah supermarket (jumlah maksimum = 1 *outlet*), maka kinerja ritel tradisional akan menurun. Jika jumlah supermarket banyak berdiri di sekitar wilayah ritel tradisional dan jaraknya sangat berdekatan, maka akan timbul aglomerasi ritel di antara kedua jenis ritel tersebut.

Menurut Hotelling, dua perusahaan yang menjual barang yang homogen akan beraglomerasi di pusat pasar. Chamberlin (1933) dalam Eppli dan Benjamin (1994) menyebutkan bahwa tiga perusahaan yang menjual barang homogen dan beraglomerasi di pusat pasar akan saling tumpang-tindih dalam menangkap pelanggan, sehingga tidak akan tercapai ekuilibrium. Hal tersebut juga berpotensi memunculkan persaingan yang ketat di antara kedua jenis ritel tersebut. Kondisi yang demikian tidak sejalan dengan tujuan Pasal 3 poin (b) Undang-Undang (UU) Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang menyatakan bahwa tujuan pembentuk-

an undang-undang ini untuk mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan usaha yang sehat, sehingga menjamin adanya kepastian kesempatan berusaha bagi pelaku usaha besar, pelaku usaha menengah, dan pelaku usaha kecil. Bahkan dalam Pasal 3 poin (b) tersebut dinyatakan bahwa tujuan pembentukan UU ini adalah untuk mencegah praktek monopoli. Oleh karena itu, ketentuan jarak zonasi ritel inilah yang menjadi *barrier* atau hambatan di dalam persaingan guna melindungi sektor ritel tradisional. Apabila tidak diatur secara jelas, maka kekuatan ritel modern tidak dapat diimbangi oleh ritel tradisional dengan kondisi saat ini, dan ritel tradisional akan kalah bersaing.

Di sisi lain, fenomena menjamurnya ritel modern yang jaraknya sangat dekat dan pada rentang tertentu akan berpotensi menurunkan kinerja ritel tradisional, juga berkaitan erat dengan *Central Place Theory* dari Walter Christaller (1933) dalam Eppli dan Benjamin (1994). Prinsip yang dikemukakan oleh Christaller adalah mengenai *range* (jarak) dan *threshold* (ambang batas). Dari komponen *range* dan *threshold*, lahir prinsip optimalisasi pasar (*market optimizing principle*), bahwa dengan adanya optimalisasi pasar dalam suatu wilayah akan terbentuk wilayah tempat pusat (*central place*). Pusat tersebut menyajikan kebutuhan barang dan jasa bagi penduduk sekitarnya. Apabila sebuah pusat dalam *range* dan *threshold* yang membentuk lingkaran bertemu dengan pusat yang lain yang juga memiliki *range* dan *threshold* tertentu, maka akan terjadi daerah yang bertampalan. Penduduk yang bertempat tinggal di daerah yang bertampalan akan memiliki kesempatan yang relatif sama untuk pergi ke dua pusat pasar itu. Pasar dalam hal ini adalah ritel. Namun pada kenyataannya, umumnya konsumen hanya akan memilih salah satu di antara dari dua pasar/ritel tersebut. Konsumen diasumsikan berada pada tingkat pendapatan yang sama akan tersebar merata di seluruh wilayah, sehingga jarak adalah satu-satunya hambatan bagi konsumen dalam melakukan perjalanan. Dengan demikian, faktor jarak merupakan faktor yang harus diperhatikan dalam pendirian ritel modern guna melindungi ritel tradisional yang ada sejak lama. Oleh karena itu, sudah seharusnya jumlah ritel modern yang jaraknya berdekatan dengan ritel tradisional dibatasi dan dibendung karena akan berpotensi menurunkan kinerja sektor ritel tradisional.

Adanya pelanggaran terhadap ketentuan jarak pendirian ritel mengindikasikan bahwa kebijakan

ini memiliki banyak celah untuk dilanggar. Sanksi yang kurang tegas dan beberapa aturan yang tidak secara jelas menjadi celah untuk dilanggar. Dalam Perda DKI No. 2 Tahun 2002 tidak secara tegas memberikan larangan ataupun ketentuan terhadap proses berdirinya sebuah ritel. Banyak ritel modern di DKI Jakarta umumnya beroperasi tanpa mempertimbangkan rencana tata ruang yang ada, jarak terdekat dengan ritel tradisional, serta perlu dilakukan kajian kelayakan seperti dampak terhadap ekonomi masyarakat sekitar yang berprofesi sebagai pedagang ritel tradisional.

Berbicara tentang pelaksanaan hukum atau penegakan hukum dalam rangka mengimplementasikan suatu kebijakan publik (dalam hal ini kebijakan zonasi ritel Perda DKI No. 2 Tahun 2002) adalah suatu proses untuk mewujudkan keinginan hukum menjadi kenyataan. Kebijakan dibuat sebenarnya adalah untuk dilaksanakan. Faktor-faktor yang dapat memengaruhi berfungsinya suatu kebijakan dalam masyarakat dapat bersumber dari berbagai hal (Kupita dan Bintoro, 2012) di antaranya adalah (a) faktor hukum/peraturan; (b) faktor penegak hukum; (c) faktor sarana dan fasilitas; (d) faktor masyarakat/pemegang peran; dan (e) faktor budaya. Oleh karena itu, dalam hal ini peran Pemerintah sangat berkontribusi di dalam implementasi Perda DKI No. 2 Tahun 2002, terutama terkait pemberian izin pendirian ritel modern.

Pengaruh Revitalisasi Pasar

Revitalisasi pasar adalah suatu proses yang harus dilaksanakan oleh ritel tradisional dalam persaingan era globalisasi. Banyaknya ritel modern dengan fasilitas yang memadai akan mengurangi peran ritel tradisional. Permasalahan umum yang dihadapi ritel tradisional antara lain terkait faktor fisik, rendahnya kesadaran pedagang untuk mengembangkan usahanya, dan permasalahan lainnya yang mendorong Pemerintah melakukan berbagai upaya untuk melindungi sektor ritel tradisional, yaitu di antaranya dengan program revitalisasi. Oleh karena itu, revitalisasi merupakan suatu upaya yang dilakukan untuk memvitalkan kembali suatu kawasan yang dulunya pernah hidup namun mengalami degradasi oleh perkembangan zaman.

Variabel pengaruh revitalisasi pasar dalam penelitian ini menunjukkan hasil yang tidak signifikan secara statistik terhadap kinerja sektor ritel tradisional. Hal tersebut mengindikasikan bahwa dengan adanya revitalisasi pasar, tidak serta merta

mampu menaikkan jumlah pedagang di ritel tradisional. Hal ini bertolak belakang dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Adiyadnya (2015), bahwa dengan adanya program revitalisasi tradisional akan meningkatkan jumlah pedagang dan efektif meningkatkan daya saing ritel tradisional. Hal ini mungkin dapat disebabkan karena pendekatan dalam menggunakan indikator kinerja antara penelitian ini dengan penelitian Adiyadnya berbeda. Dalam penelitian ini, indikator kinerja yang digunakan hanya menggunakan pendekatan dari jumlah pedagang ritel tradisional saja, sedangkan penelitian Adiyadnya menggunakan omzet penjualan sebagai indikator kinerja, sehingga dampak antara revitalisasi pasar dengan jumlah pedagang tidak berdampak signifikan. Namun demikian, program revitalisasi perlu dilaksanakan agar ritel tradisional memiliki daya saing, baik dari sisi revitalisasi fisik maupun non-fisik.

Pengaruh Potensi Pasar

Potensi pasar merupakan salah satu poin penting yang harus diperhatikan oleh para pedagang ritel tradisional di tahap awal dalam mempertimbangkan lokasi di mana para pedagang akan memulai kegiatan bisnis ritelnya. Para pedagang akan cenderung memilih lokasi ritel yang memiliki potensi pasar yang tinggi dengan harapan akan mendapatkan keuntungan atas bisnis ritel yang dijalankan. Dalam penelitian ini, secara statistik didapatkan hasil bahwa, antara variabel potensi pasar ritel tradisional memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja sektor ritel tradisional yang diwakili proksi pendekatan jumlah pedagang. Berdasarkan hasil uji koefisien variabel juga didapatkan hubungan yang positif antara potensi pasar dengan kinerja ritel tradisional. Artinya, semakin tinggi potensi pasar yang ada di ritel tradisional, maka jumlah pedagang (kinerja) ritel tradisional juga akan meningkat sebesar koefisiennya. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Boone dan Kurtz (2003), bahwa dalam menjalankan sebuah bisnis, langkah yang paling penting dilakukan adalah analisis potensi pasar.

Analisis Consumer Behavioral

Tidak hanya terkait dengan aspek jarak yang berpengaruh terhadap kinerja ritel tradisional, namun preferensi dan perilaku dari berbelanja konsumen juga dapat memberikan pengaruh terhadap kinerja

ritel tradisional. Berubahnya preferensi dan perilaku berbelanja konsumen ke ritel modern pada umumnya lebih dikarenakan pada faktor kondisi fisik ritel dan kelengkapan produk. Hal tersebut dapat terjadi karena terdapat perubahan pola konsumsi yang erat kaitannya dengan peningkatan pendapatan rata-rata masyarakat (Komisi Pengawas Persaingan Usaha/KPPU, 2007).

Jika pendapatan rata-rata masyarakat meningkat, maka kurva *budget line* akan *shifting*. Untuk mendapatkan kepuasan maksimum, pergeseran kurva *budget line* harus menyinggung dengan *indifference curve*, sehingga didapatkan utilitas maksimum yang diinginkan oleh konsumen atau masyarakat. Meningkatnya pendapatan akan memengaruhi daya beli masyarakat dan tentunya ekspektasi untuk mendapatkan utilitas maksimum dalam berbelanja juga akan semakin meningkat. Secara perlahan, preferensi konsumen akan bergeser dan lambat laun ritel tradisional berpotensi banyak kehilangan pelanggan.

Hasil penelitian yang dilakukan Sunanto (2012) pada beberapa faktor yang memengaruhi berubahnya preferensi konsumen dalam berbelanja di ritel adalah terkait dengan *product availability*, *product quality*, dan *product prices*. KPPU (2004) juga melakukan survei terhadap masyarakat untuk mengetahui tingkat preferensi konsumen, yakni sebesar 69% masyarakat atau konsumen yang disurvei memilih ritel modern dibandingkan dengan ritel tradisional. Alasannya adalah harga yang murah (24%), produk yang dijual lengkap (23%), dan suasana yang nyaman (16%) ditawarkan oleh ritel modern. Sedangkan alasan utama tidak memilih berbelanja di ritel tradisional lebih dikarenakan kondisi ritel tradisional yang tidak nyaman (33%), tidak bersih (33%), dan kualitas barangnya yang rendah (17%). Di sisi lain, Marhendrajaja (2010) mengemukakan bahwa sebesar 7,2% yang menyatakan bahwa jam operasional berpengaruh terhadap keputusan memilih ritel modern. Karena pada umumnya untuk jenis ritel modern, jam buka pelayanan operasionalnya lebih panjang dibandingkan dengan ritel tradisional, bahkan ada banyak gerai ritel modern yang buka hingga 24 jam. Sedangkan jam pelayanan operasional di ritel tradisional pada umumnya dilakukan dari pagi hingga sore hari (rata-rata hanya di bawah jam 18.00).

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan, maka dapat dibuat kesimpulan bahwa *pertama*, gambaran implementasi kebijakan zonasi ritel, terkait pengaturan jarak pendirian lokasi ritel modern dengan ritel tradisional dalam Perda DKI Jakarta Nomor 2 Tahun 2002, terdapat banyak pelanggaran yang dilakukan oleh para pelaku usaha ritel modern. *Kedua*, dampak keberadaan ritel modern yang terdekat dengan ritel tradisional dan melanggar ketentuan zonasi ritel Perda DKI No. 2 Tahun 2002 berpengaruh signifikan terhadap kinerja ritel tradisional yang diwakili proksi pendekatan jumlah pedagang. Di sisi lain, variabel potensi pasar ritel tradisional juga berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kinerja ritel tradisional yang diwakili proksi pendekatan jumlah pedagang. Untuk identifikasi jenis ritel modern yang paling berpengaruh signifikan terhadap kinerja sektor ritel tradisional adalah supermarket.

Ketiga, terdapat hubungan tidak linier (non-linier) antara variabel jumlah ritel modern yang terdekat dengan ritel tradisional dengan kinerja ritel tradisional (melalui proksi pendekatan jumlah pedagang). Pada mulanya, ritel modern berdampak positif pada peningkatan kinerja ritel tradisional, yaitu ritel modern yang berdiri di dekat lokasi ritel tradisional akan menstimulus peningkatan jumlah pedagang di ritel tradisional dan persaingan di antara keduanya masih bersifat normal karena karakteristiknya yang mirip dan sifatnya saling komplemen (melengkapi). Namun pada rentang jumlah tertentu, apabila jumlah ritel modern (dalam hal ini, khusus untuk jenis ritel supermarket) melebihi batas maksimum (ambang batas = 1 *outlet* ritel modern), maka hubungannya menjadi negatif, sehingga terdapat penurunan jumlah pedagang dan/atau sebaliknya. Dianggap bahwa *outlet* supermarket sudah mampu memenuhi kebutuhan masyarakat, sehingga ritel tradisional secara perlahan mulai ditinggalkan oleh konsumennya (masyarakat).

Rekomendasi

Adapun rekomendasi yang dapat dilakukan guna mengatasi permasalahan adalah *pertama*, mengkaji ulang (*review*) Perda DKI No. 2 Tahun 2002. Pemerintah Daerah (Pemda) perlu mengkaji ulang mengenai kebijakan pengaturan ritel yang mengacu pada kebijakan nasional yang dibuat oleh pemerintah pusat. Terutama dalam hal penetapan jarak yang

disesuaikan dengan wilayah jangkauan pelayanan ritel (*range*), tingkat perkembangan populasi penduduk di suatu wilayah, *demand* masyarakat terhadap keberadaan ritel, serta disesuaikan dengan rencana tata ruang dan wilayah (RTRW) yang berlaku. Tidak hanya mengenai ketentuan jarak yang perlu diatur, tetapi perlu diimbangi dengan kebijakan lain.

Kedua, komitmen Pemerintah dalam membatasi serbuan jaringan ritel modern. Pemda sendiri harus tegas dalam membatasi serbuan jaringan ritel modern yang salah satunya dengan memperketat masalah perizinan pendirian ritel modern. Pemda harus berkomitmen dalam memperketat perizinan pendirian ritel modern, salah satunya dengan mengacu RTRW yang berlaku. *Ketiga*, optimalisasi program revitalisasi fisik dan non-fisik pasar ritel tradisional. Sebaiknya, dalam melakukan program revitalisasi pasar ritel tradisional, Pemda dan PD Pasar Jaya tidak hanya fokus terhadap revitalisasi dari sisi fisik saja, seperti renovasi bangunan dan penambahan fasilitas pasar, namun juga perlu adanya revitalisasi non-fisik, yaitu peningkatan manajemen pengelolaan ritel tradisional dari pengelola pasar itu sendiri, baik pengelolaan pedagang maupun pasar/ritel tersebut. Selain itu, peningkatan kemampuan dan kapasitas pedagang ritel tradisional itu sendiri sangat berperan penting guna mendukung dan mengoptimalkan program revitalisasi pasar tradisional. Adanya optimalisasi program revitalisasi pasar, baik secara fisik maupun non-fisik, diharapkan dapat meningkatkan potensi pasar dari masing-masing ritel tradisional yang ada.

Keterbatasan dalam penelitian ini dapat menjadi rekomendasi untuk penelitian selanjutnya, yang meliputi *pertama*, dalam penelitian ini, jumlah pedagang menjadi dasar untuk menggambarkan variabel kinerja sektor ritel tradisional. Sebaiknya, tidak hanya menggunakan data jumlah pedagang ritel tradisional untuk indikator yang akan digunakan dalam menggambarkan variabel kinerja sektor ritel tradisional, tetapi juga perlu menggunakan variabel seperti rata-rata jumlah omzet pedagang per hari, rata-rata keuntungan yang didapatkan pedagang per hari, dan lainnya, agar dapat menggambarkan variabel kinerja secara lebih representatif dan komprehensi.

Kedua, dikarenakan tidak adanya data historis sebelumnya yang menggambarkan kinerja ritel tradisional, maka penelitian ini dilakukan dalam waktu 1 tahun, yaitu tahun 2015. Maka, untuk penelitian selanjutnya perlu menggunakan rentang periode lebih dari satu tahun agar dapat melakukan per-

bandingan dan melihat tren, sehingga analisa yang akan didapat lebih komprehensif. Selain itu, karena periode yang digunakan dalam penelitian ini hanya satu tahun, maka data ini bersifat *cross-sectional* yang sangat rentan terhadap pelanggaran terhadap uji asumsi klasik. Oleh karena itu, dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode *Heteroscedasticity and Autocorrelation Consistent (HAC) Standard Errors & Covariance* untuk mendapatkan validitas eksternal serta menghilangkan heteroskedastisitas dan autokorelasi yang terdapat di dalam model persamaan ekonometrika, sehingga model persamaannya dapat bersifat *robust*.

Ketiga, dalam penelitian ini, untuk *mapping* jarak ritel modern dengan ritel tradisional menggunakan aplikasi *Googlemaps* dengan skala tertentu. Maka untuk penelitian selanjutnya, dibutuhkan data jarak yang spesifik untuk dilakukan analisis secara mendalam, sehingga dapat diketahui signifikansi pengaruh sejauh mana variabel jarak yang sesungguhnya terhadap kinerja ritel tradisional. *Keempat*, dibutuhkan survei lapangan secara langsung terhadap masyarakat guna mengetahui apakah dalam memilih tempat tinggal masyarakat juga mempertimbangkan keberadaan fasilitas ritel modern dan tradisional. Hal ini dilakukan guna mengkaji lebih dalam terkait dengan penjelasan hubungan yang non-linier antara jumlah keberadaan ritel modern yang jaraknya terdekat dengan ritel tradisional dengan kinerja ritel tradisional itu sendiri (khususnya penjelasan hubungan awal yang positif di kedua variabel tersebut).

Daftar Pustaka

- [1] Adiyadnya. (2015). Analisis Tingkat Efektivitas dan Daya Saing Program Revitalisasi Pasar Tradisional di Pasar Agung Peninjoan Desa Peguyangan Kangin. *Tesis*. Program Studi Ilmu Ekonomi, Universitas Udayana.
- [2] Basri, M. C., dkk. (2012). *Rumah Ekonomi Rumah Budaya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- [3] Biro Perencanaan DKI Jakarta. (2015). Rekapitulasi Perpasaran Swasta di DKI Jakarta Tahun 2014. *Laporan Internal*.
- [4] Boone, L. E., & Kurtz, D. L. (2003). *Contemporary Business*. South Western: Thomson.
- [5] Effandi, F. (2010). Pola Sebaran Minimarket dengan Kinerja Usaha Toko Pengecer Tradisional di Kota Kecil (Studi Kasus: Kota Soreang, Tanjungsari, dan Lembang). *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*, 21(3), 183–196.
- [6] Eppli, M., & Benjamin, J. (1994). The evolution of shopping center research: a review and analysis. *Journal of Real Estate Research*, 9(1), 5–32.
- [7] Fongkam, P. (2015). Factors Affecting Traditional Retail Stores Competitiveness in Chiang Mai, Thailand. *Journal of Economics, Business and Management*, 3(2), 297–301. doi: 10.7763/JOEBM.2015.V3.198.
- [8] KPPU. (2004). Kajian Persaingan dalam Industri Ritel. *Laporan*. Komisi Pengawas Persaingan Usaha.
- [9] KPPU. (2007). *Saran Pertimbangan terhadap Rancangan Peraturan Presiden tentang Penataan dan Pembinaan Usaha Pasar Modern dan Usaha Toko Modern*. www.kpu.go.id. Tanggal akses 12 Februari 2015.
- [10] Kupita, W., & Bintoro, R. W. (2012). Implementasi Kebijakan Zonasi Pasar Tradisional dan Pasar Modern (Studi di Kabupaten Purbalingga). *Jurnal Dinamika Hukum*, 12(1), 45–59. doi: http://dx.doi.org/10.20884/1.jdh.2012.12.1.201.
- [11] Marhaendradjaja, B. (2010). Dampak Keberadaan Ritel Modern (Minimarket) terhadap Ritel Tradisional (Toko Kelontong dan Warung) di DKI Jakarta. *Tesis*. Program Magister Perencanaan dan Kebijakan Publik Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- [12] PD Pasar Jaya. (2015a). Data Pasar Tradisional yang Sudah Dilakukan Revitalisasi di DKI Jakarta Sepuluh Tahun Terakhir. *Laporan Internal*. Jakarta: Perusahaan Daerah (PD) Pasar Jaya.
- [13] PD Pasar Jaya. (2015b). Data Potensi Pasar di Pasar Tradisional PD Pasar Jaya. *Laporan Internal*. Jakarta: Perusahaan Daerah (PD) Pasar Jaya.
- [14] PD Pasar Jaya. (2015c). Jumlah dan Lokasi Pasar Tradisional PD Pasar Jaya di DKI Jakarta. *Laporan Internal*. Jakarta: Perusahaan Daerah (PD) Pasar Jaya.
- [15] PD Pasar Jaya. (2015d). Laporan Aktivitas Produksi Tempat Usaha Periode 2013–2015. *Laporan Internal*. Jakarta: Perusahaan Daerah (PD) Pasar Jaya.
- [16] Pemerintah Provinsi DKI Jakarta. (2002). *Peraturan Daerah Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta Nomor 2 Tahun 2002 tentang Perpasaran Swasta di Propinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta*. Jakarta: Pemerintah Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta.
- [17] Purnomo, S. D., Serfiyani, C. Y., & Hariyani, I. (2013). *Sukses Bisnis Ritel Modern*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- [18] Suryadarma, D., Poesoro, A., Budiati, S., Akhmadi, & Rosfadhila, M. (2007). Impact of supermarkets on traditional markets and retailers in Indonesia's urban centers. *SMERU Research Report August 2007*. The SMERU Research Institute. Diakses dari <http://www.smeru.or.id/sites/default/files/publication/supermarket.eng.pdf>. Tanggal akses 13 April 2015.
- [19] Sunanto, S. (2012). Modern Retail Impact on Store Preference and Traditional Retailers in West Java. *Asian Journal of Business Research*, 2(2).
- [20] Tempo.co. (2009, 18 November). 30 Gerai Ritel di Jakarta Langgar Aturan Jarak Pasar. *Tempo.co*. Diakses dari <http://www.tempo.co/read/news.https://bisnis.tempo.co/read/208934/30-gerai-ritel-di-jakarta-langgar-aturan-jarak-pasar>. Tanggal akses akses 13 Februari 2015.
- [21] Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Jakarta: Penerbit Empat Salemba.