



## ANALISIS DAMPAK PENERAPAN IJIN USAHA TOKO MODERN TERHADAP KEBERADAAN PASAR TRADISIONAL DI KABUPATEN SLEMAN

IRNI SEPTIANI<sup>1</sup>, INSIATININGSIH<sup>2</sup>

email: irni\_anik@yahoo.com; ayzain@yahoo.com

STIE Widya Wiwaha Yogyakarta

Informasi Naskah	Abstracts
Naskah Diterima : 12 Agustus 2019	<p><i>The growth of Modern Stores in Indonesia is very rapid, experiencing growth from year to year, this condition is offset by demand from large communities and increasingly enjoys the convenience and comfort of shopping in modern stores. However, Sleman Regency D.I. Yogyakarta provides a number of rules as outlined in Regional Regulation No. 18 of 2012 concerning Licensing of Shopping Centers and Modern Stores, which it is hoped that this regulation will have a significant impact on equitable distribution between modern shops and traditional markets in Sleman Regency, Yogyakarta</i></p> <p><i>Referring to the Regional Regulation, this research was carried out to see the impact of the application of the Modern Shop business permit to the existence of traditional markets in Sleman Regency D.I. Yogyakarta. In this study 200 samples were taken by distributing 250 questionnaires with a distribution of 125 questionnaires to managers and modern shop owners and 125 questionnaires to traditional shop owners in the traditional market of Sleman Regency D.I. Yogyakarta, which finally received 200 questionnaires. The method used for sampling is a non probability sampling method that is sampling by specifying specific criteria on respondents. Data collection techniques using questionnaires that have been tested for validity and reliability. Data analysis techniques using multiple linear regression analysis and data processed with SPSS software. The variables used in this study are 4 independent variables namely Business Location Aspects, Social Aspects, Partnership Aspects with MSMEs and Use of Local Workers Aspects, and 1 dependent variable namely the Existence of Traditional Markets. From the results of the research analysis it was concluded that the business location aspect variable (X1) had no impact on the existence of traditional markets with negative B1</i></p>
Revisi : 9 September 2019	
Diterima Untuk Terbit : 30 September 2019	
Tersedia Online : 31 Oktober 2019	

*(- 0.799) and t count was smaller than t table, Variable Social Aspects (X2) had no impact on the existence of Traditional Markets with B2 negative (-1,334) and t count smaller than t table, Variable Aspects of Partnership with MSME (X3) have an impact on the existence of Traditional Markets with positive B3 (9,153) and t count is greater than t table, Variable Aspects of Use of Power Local Work (X4) has an impact on the existence of Traditional Markets with positive B4 (1,646) and t count is greater than t table, and the four Independent Variables together have an impact on the dependent variable The existence of Traditional Market Sleman DIY Regency is allegedly also influenced by variables other variables not examined in this study.*

---

*Keywords : modern shop, traditional market, Sleman Regency D.I. Yogyakarta, Existence of Traditional Markets*

---

## 1. PENDAHULUAN

“Telah terbit Perda Kabupaten Sleman no 18 tahun 2012 tentang Perizinan Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Agar tidak salah persepsi perlu disampaikan disini bahwa yang perlu dilakukan adalah penataan. Pemerintah Kabupaten Sleman tidak melarang dan tidak antipati terhadap pusat perbelanjaan maupun toko modern. Penataan ini sangat diperlukan agar kehidupan perekonomian di Sleman tidak dikuasai hanya oleh para pemodal kuat, sementara para pelaku ekonomi mikro dan kecil akhirnya tersisih” Dikutip dari sebuah artikel tentang Menata Toko Modern, seakan-akan menjadi suara keprihatinan akibat maraknya keberadaan pasar modern di kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta yang menjadi pesaing berat bagi pasar tradisional (Yuni Setia Rahayu, Surat Kabar Kedaulatan Rakyat, 8 April 2015).

Atas dasar inilah pemerintah kabupaten Sleman dalam rangka mengatur keberadaan toko modern mengeluarkan Perda Nomor 18 Tahun 2012 tentang Perijinan Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Pertumbuhan pasar modern di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir cukup tinggi. Berbagai jenis pasar modern seperti minimarket, supermarket, hipermarket, maupun mal- mal perbelanjaan begitu menjamur dan keberadaannya terus menggeser keberadaan pasar-pasar tradisional. Tidak hanya pasar modern lokal bahkan pasar modern asing juga semakin marak di Indonesia termasuk pertumbuhannya di kabupaten Sleman.

Untuk data di seluruh Indonesia, supermarket lokal telah ada sejak 1970-an, meskipun masih terkonsentrasi di kota-kota besar. Supermarket bermerek asing mulai masuk ke Indonesia pada akhir 1990-an semenjak kebijakan investasi asing langsung dalam sektor usaha ritel dibuka pada 1998. Perkembangan terbaru yang terjadi Pasar Modern tahun 2014 di seluruh Indonesia 23000 unit jumlah tersebut mengalami peningkatan 14% selama 3 tahun terakhir (sumber Kompas). Meningkatnya persaingan telah mendorong kemunculan supermarket di kota-kota kecil dalam rangka mencari pelanggan baru dan terjadi perang harga. Akibatnya, bila supermarket Indonesia hanya melayani masyarakat kelas menengah-atas pada era 1980-an sampai awal 1990- an (CPIS 1994).

Namun penjamuran supermarket hingga ke kota-kota kecil dan adanya praktik pemangsaan melalui strategi pemangkasan harga memungkinkan konsumen kelas menengah- bawah untuk mengakses supermarket (Suryadarma, 2007). Oleh karena itu kota-kota kecil yang potensial bagi pasar konsumen toko modern harus waspada terhadap menjamurnya toko modern agar tidak mematisurikan pasar tradisional akibat kalah dalam persaingan merebut hati

konsumen yang juga sudah terjerat untuk lebih memilih toko modern karena memang banyak memberikan kelebihan dan kenyamanan meskipun harus membayar dengan harga yang lebih tinggi.

Melihat fenomena tersebut Pemerintah Kabupaten Sleman tidak tinggal diam yang pada akhirnya bersikap dengan mengeluarkan Peraturan Daerah no 18 tahun 2012 tentang Perijinan Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, yang diharapkan peraturan ini akan memberi dampak yang

signifikan bagi pemerataan keadilan antara toko modern dan pasar tradisional di Kabupaten Sleman Yogyakarta.

## **2. KAJIAN LITERATUR DAN PEGEMBANGAN HIPOTESIS (JIKA ADA)**

### **a. Pasar Tradisional**

Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun oleh pemerintah, swasta, koperasi, atau swadaya masyarakat dengan tempat usaha berupa kios, toko, los dan tenda, dikelola oleh pedagang kecil, menengah, dan koperasi, dengan usaha skala kecil dan modal kecil, dan dengan proses jual beli melalui tawar-menawar (Suyanto,2004:8).

Paradigma pasar tradisionalpun sangat erat kaitannya dengan besarnya kebutuhan akan permintaan barang kebutuhan sehari-hari melalui usaha ritel. Dan Ritel Tradisional merupakan pandangan yang menekankan pengelolaan Ritel dengan menggunakan pendekatan konvensional dan tradisional. Melalui pendekatan paradigma konvensional dan tradisional bisnis ritel dikelola dengan cara-cara yang lebih menekankan “hal yang bisa disiapkan oleh pengusaha tetapi kurang berfokus pada bagaimana kebutuhan dan keinginan konsumen dipahami dan bahkan dipenuhi.(Whidya Utami, 2010).

Beberapa ciri dari paradigma pengelolaan Ritel Tradisional adalah sebagai berikut (Whidya Utami,2010):

- 1) Kurang memilih lokasi
- 2) Tidak memperhitungkan potensi pembeli
- 3) Jenis barang dagangan yang tidak terarah
- 4) Tidak ada seleksi merek
- 5) Kurang memperhatikan pemasok
- 6) Melakukan pencatatan penjualan secara sederhana
- 7) Tidak melakukan evaluasi terhadap keuntungan per produk
- 8) Arus kas tidak terencana
- 9) Pengembangan bisnis tidak terencana

### **b. Pasar Modern**

Pasar modern adalah pasar yang dibangun oleh pemerintah, swasta, atau koperasi, dikelola secara modern, mengutamakan pelayanan kenyamanan belanja, bermodal relatif kuat, dan dilengkapi oleh label harga yang pasti (Suyanto, 2004:8). Perkembangan pasar modern tidak terlepas dari berkembangnya bisnis Ritel yang menjadi incaran para pelaku usaha. Pola perilaku belanja pelanggan yang sedikit demi sedikit berubah, perlu direspon secara aktif oleh peritel untuk dapat mempertahankan keberlanjutan usahanya dalam jangka panjang.

Pelanggan sangat memperhatikan hal-hal yang terkait dengan nilai tambah terhadap kenyamanan mereka dalam melakukan aktivitas belanja mengingat berubahnya pandangan bahwa berbelanja merupakan aktifitas rekreasi maupun pemenuhan keanekaragaman kebutuhan mereka dalam satu lokasi (*one stop shopping*) Paradigma ritel modern merupakan pandangan yang menekankan pengelolaan ritel dengan menggunakan pendekatan modern dimana konsep pengelolaan peritel lebih ditekankan dari sisi pandang pemenuhan kebutuhan konsumen yang menjadi pasar sasarannya. (Whidya Utami, 2010)

Beberapa ciri dari paradigma pengelolaan ritel modern adalah sebagai berikut (Whidya Utami, 2010):

- 1) Lokasi Strategis merupakan faktor penting dalam bisnis ritel
- 2) Prediksi cermat terhadap potensi pembeli
- 3) Pengelolaan jenis barang dagangan terarah
- 4) Seleksi Merek yang sangat ketat
- 5) Seleksi ketat terhadap pemasok
- 6) Melakukan pencatatan penjualan dengan cermat
- 7) Melakukan evaluasi terhadap keuntungan per produk
- 8) Arus kas terencana
- 9) Pengembangan bisnis terencana
- 10) Adanya paradigma terjadi pergeseran pengelolaan ritel tradisional menuju pengelolaan ritel modern.

## **2.5. Aspek-Aspek yang Mempengaruhi Keberadaan Pasar Tradisional dan Toko Modern**

### **2.5.1. Aspek Lokasi Usaha**

Lokasi Usaha merupakan aspek penentu kesuksesan dan keberlangsungan usaha pasar tradisional maupun modern. Lokasi juga merupakan pusat kegiatan usaha dimana semua aspek operasional usaha berjalan, baik teknis, administrasi maupun manajerial. Dengan lokasi yang strategis akan dapat memperbesar peluang untuk mendapatkan konsumen sehingga transaksi dan penjualan akan maksimal. Cara memilih atau menentukan lokasi tempat usaha yang strategis akan mempengaruhi kesuksesan dari bisnis yang akan dilaksanakan. Selain itu situasi dan kondisi yang tepat juga akan berperan penting pada produk yang ditawarkan.

Lokasi usaha juga membawa pengaruh yang sangat besar terhadap perkembangan bisnis dimasa yang akan datang, maka penentuannya sangat ditentukan oleh aspek lingkungan sekitar yang akan dijadikan sebagai tempat berbisnis. Pemilihan lokasi yang kurang tepat dapat mengakibatkan usaha tidak berjalan sesuai

dengan yang diharapkan serta berakibat pula pada penjualan dan pendapatan yang tidak maksimal. Demikian juga lokasi untuk usaha pasar tradisional dan pasar modern, jarak diantara keduanya harus memenuhi persyaratan yang telah ditentukan oleh peraturan daerah setempat, khususnya Kabupaten Sleman.

#### 2.5.2. Aspek Sosial

Berdasarkan Perda Kabupaten Sleman tentang Perijinan Perbelanjaan dan Toko Modern Nomor 18 tahun 2012, bahwa aspek sosial meliputi sosialisasi yang dilakukan terhadap masyarakat sekitar dimana akan didirikan Toko Modern. Keberadaan Toko Modern jangan sampai mengganggu masyarakat sekitarnya, untuk itu sebelum menuju ketahap selanjutnya, sosialisasi ini penting dilakukan. Aspek sosial ini harus diperhatikan karena dampak yang dapat saja terjadi yang diakibatkan misalnya dengan adanya toko modern yang buka 24 jam, akan tetapi suatu usaha juga dapat memberikan keuntungan dan nilai positif bagi masyarakat sekitarnya. Misalnya adanya peluang untuk meningkatkan pendapatan bagi pemerintah daerah, ataupun peluang kerja bagi masyarakat sekitarnya, serta peluang-peluang kemudahan dalam berbelanja dan ketersediaan barang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat sekitarnya.

#### 2.5.3. Aspek Kemitraan dengan UMKM

Keberadaan toko modern juga mengharuskan adanya kerjasama kemitraan dengan UMKM sesuai dengan Perda Kabupaten Sleman tentang Perijinan Perbelanjaan dan Toko Modern Nomor 18 tahun 2012. Kerjasama ini disertai dengan pembinaan dan pengembangan dengan memperhatikan prinsip-prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan. Sedangkan kemitraan dengan UMKM meliputi bidang produksi, pengolahan, pemasaran, sumberdaya manusia, teknologi, penyediaan bahan baku, pengelolaan usaha atau pendanaan. Dengan adanya kemitraan ini diharapkan terjadi sinergi antara pelaku usaha toko modern dengan UMKM, sehingga dapat berdampak pada peningkatan pendapatan secara ekonomi serta pemberdayaan yang berkelanjutan.

#### 2.5.4. Aspek Penggunaan Tenaga Kerja Lokal

Pendirian pasar modern harus melihat keadaan disekitarnya, akankah berpengaruh baik atau malah sebaliknya, maka sudah seharusnya kehadiran toko

modern membuka peluang bagi pasar tenaga kerja lokal untuk mendapatkan pekerjaan. Aspek penggunaan tenaga kerja lokal dengan mengutamakan penggunaan tenaga kerja yang sesuai dengan kualifikasi persyaratan kebutuhan tenaga kerja . Jika hal ini diterapkan dalam pendirian pasar modern maka akan akan berdampak positif dan masyarakat merasa terbantu dengan terserapnya pasar tenaga kerja ke toko modern.

Keberadaan pasar modern dalam suatu wilayah atau kota haruslah dapat mengubah perekonomian tanpa mengurangi eksistensi pasar tradisional yang notabene sudah terdahulu berdiri sebelum masuknya pasar-pasar modern

### **3. METODE PENELITIAN**

#### **a. Profile Pasar Tradisional dan Pasar Modern di Kabupaten Sleman**

Kabupaten Sleman DIY adalah sebuah kabupaten dengan pertumbuhan masyarakatnya yang sangat cepat mengikuti arus modernisasi, karenanya keberadaan pasar tradisional menjadi salah satu faktor yang terpengaruh akan kehadiran toko modern yang begitu menjamur. Oleh karena itu Pemerintah Daerah Kabupaten Sleman Yogyakarta berusaha mengantisipasi munculnya pasar modern tersebut melalui aturan dalam izin usaha karena yang dikhawatirkan memberikan efek ganda bagi masyarakat maupun pemerintah di satu sisi masyarakat akan memiliki peningkatan taraf hidup yang dapat dinilai dengan peningkatan pembangunan sarana perekonomian yang berupa pasar modern tersebut, namun disisi lain hal itu akan menjadi sebuah ancaman bagi para pedagang kecil terutama para pedagang pasar tradisional.

Kenyataannya beberapa pengaruh dari keberadaan pasar modern sangat kuat, sehingga tak jarang terjadi pro-kontra antara para pedagang di pasar tradisional, pasar modern, dan pemerintah.

#### **b. Populasi , Sampel, Sampling dan Sumber Data**

Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku usaha (pemilik) toko modern dan toko tradisional, yang menjadi obyek sampel penelitian yaitu 200 toko modern dan tradisional dengan sebaran 100 toko moden dan 100 toko tradisional di pasar tradisional Kabupaten Sleman DIY. Toko modern dalam penelitian ini adalah 125 toko dengan brand ternama yang juga ada di seluruh Indonesia (nasional) maupun toko modern lokal.

Sedangkan toko tradisional diambil 10 toko yang ada di pasar tradisional di seluruh Kabupaten Sleman menyebarkan 125 kuisisioner, Penelitian ini menggunakan sampling eksidental dan Sumber data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari hasil isian kuisisioner. Sedangkan Jenis data adalah data kualitatif dan data kuantitatif .

c. Skala Pengukuran Variabel

Dalam penelitian ini dari sejumlah variabel yang telah diidentifikasi dapat menjadi penilaian kuantitatif berdasarkan pengelompokan atas pertanyaan kepada responden yaitu berdasarkan pertanyaan yang mengacu kepada 4 Aspek yaitu: Aspek Lokasi Usaha, Aspek Sosial, Aspek Kemitraan dengan UMKM dan Aspek Penggunaan Tenaga Kerja Lokal. Keempat aspek tersebut adalah variabel yang mewakili pertanyaan pada angket kuisioner.

Dimana setiap item variabel pada angket akan diukur secara ordinal (tingkatan) menggunakan skala linkert dengan enam tingkatan yaitu Sangat Sangat Setuju (SSS) diberi skor 6 (enam), Sangat Setuju (SS) diberi skor 5 (Lima), Setuju (S) diberi skor 4 (empat), Tidak Setuju (TS) diberi skor 3(tiga), Sangat Tidak Setuju diberi skor 2 (dua) dan Sangat Sangat Tidak Setuju (SSTS) diberi skor 1 (satu).

Sampel dari hasil kuisioner dalam penelitian ini berjumlah 200 toko modern dan tradisional di Kabupaten Sleman. Pengujian keseluruhan hipotesis dalam penelitian ini menggunakan model persamaan regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS.

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil dari Analisis Regresi yang dilakukan dengan menggunakan beberapa Uji hipotesis menghasilkan Hipotesa sebagai berikut:

1. Variabel Aspek Lokasi usaha tidak berdampak pada Keberadaan pasar tradisional di Kabupaten Sleman DIY dengan  $B_1$  negatif (-0,799) dan t hitung lebih kecil dari pada t tabel.
2. Variabel Aspek Sosial tidak berdampak pada Keberadaan Pasar Tradisional di Kabupaten Sleman DIY dengan  $B_2$  negatif (-1,334) dan t hitung lebih kecil dari pada t tabel.
3. Variabel Aspek Kemitraan dengan UMKM berdampak pada Keberadaan Pasar Tradisional di Kabupaten Sleman DIY dengan  $B_3$  positif (9,153) dan t hitung lebih besar dari pada t tabel.
4. Variabel Aspek Penggunaan Tenaga Kerja Lokal berdampak pada Keberadaan Pasar Tradisional dengan  $B_4$  positif (1,646) dan t hitung lebih besar dari pada t tabel.
5. Keempat Variabel Independen secara bersama-sama berdampak terhadap Keberadaan Pasar Tradisional Kabupaten Sleman DIY diduga juga dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### **5. KESIMPULAN**

Pertumbuhan Toko Modern di Indonesia sangat pesat terus tumbuh dari tahun ke tahun, kondisi ini diimbangi oleh permintaan dari masyarakat yang besar dan semakin menikmati kemudahan dan kenyamanan berbelanja di toko modern. Kabupaten Sleman DIY adalah sebuah kabupaten dengan pertumbuhan masyarakatnya yang sangat cepat mengikuti arus modernisasi, karenanya keberadaan pasar tradisional menjadi salah satu faktor yang terpengaruh akan kehadiran toko modern yang begitu menjamur



Variabel yang telah diidentifikasi dapat menjadi penilaian kuantitatif berdasarkan pengelompokan atas pertanyaan kepada responden yaitu berdasarkan pertanyaan yang mengacu kepada 4 Aspek yaitu: Aspek Lokasi Usaha, Aspek Sosial, Aspek Kemitraan dengan UMKM dan Aspek Penggunaan Tenaga Kerja Lokal. Keempat aspek tersebut adalah variabel yang mewakili pertanyaan pada angket kuisioner. Dimana setiap item variabel pada angket akan diukur secara ordinal (tingkatan) menggunakan skala linkert.

Keempat Variabel Independen tersebut secara bersama-sama berdampak terhadap Keberadaan Pasar Tradisional Kabupaten Sleman DIY, diduga juga dipengaruhi oleh variabel- variabel lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini. Dapat disimpulkan bahwa keberadaan Pasar Modern berpengaruh pada keberadaan Pasar Tradisional, sehingga perlu penataan dan pengaturan keberadaan toko modern, sehingga tidak saling merugikan satu sama lain dan mampu mewujudkan sinergi antara toko modern dengan pasar tradisional.

## **6. REFERENSI**

- Agustino, Leo, 2008, Dasar-dasar Kebijakan Publik, Bandung, Alfabeta.
- Atmasari, Nina, 2014, Pasar Tradisional di Sleman Butuh Penataan Ulang, [jogja.solopos.com](http://jogja.solopos.com)
- Attamami, Masduki, 2012, Sleman Upayakan Keselarasan Pasar Tradisional dan Modern, [www.antarayogya.com](http://www.antarayogya.com)
- Anderson, James E, 1984, Public Policy-Making. New York, Holt, Rinehart and Winston.
- Chourmain, imam, dan Prihatin, 1994, Pengantar Ilmu Ekonomi Jakarta Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
- Dye, Thomas R, 1966, Politics, Economics, and the Publics: Policy Outcomes in the Fifty State. Chicago: Rand-McNally.
- Eri, 2014, jogja Dikuasai Ekonomi Atas, Radar Jogja, [www.radarjogja.co.id](http://www.radarjogja.co.id)
- Eka Sari Widyastuti, 2014, Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional di Indonesia, [antoniawdy.wordpress.com](http://antoniawdy.wordpress.com)
- Eystone, Robert, 1971. The Treads of Public Policy: A Study in Policy Leadership. Indianapolis: Bobbs-Merrill.
- Friedrich, Carl J., 1963. Man and His Government. New York: Mc Graw-Hill.
- Gujarati, Damodar ,1995, Basic Econometrics, Mc Graw-Hill
- Hadi, Ilman, 2012 Ketentuantentang Jarak Minimarketdari Pasar Tradisional <http://www.m.hukumoline.com>.
- Kotler, Philip. (2000), Manajemen Pemasaran 2, Edisi Milenium bahasa Indonesia, Jakarta, Penerbit Prenhallindo
- Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI Nomor 107/MPP/Kep/2/1998 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pemberian Izin Usaha Pasar Modern
- Ma'ruf, Hendri, 2005, Pemasaran Ritel, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama
- Peraturan Presiden RI No. 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan TokoModern.
- Peraturan Daerah Kabupaten Sleman