

**STUDI EKSPLORASI DAMPAK KEBERADAAN PASAR MODERN
TERHADAP USAHA RITEL WASERDA DAN PEDAGANG PASAR
TRADISIONAL DI KECAMATAN KLIRONG KABUPATEN KEBUMEN**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan guna
Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan**



**Oleh:
EKA YULIASIH
09404244023**

**JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2013**

LEMBAR PERSETUJUAN

STUDI EKSPLORASI DAMPAK KEBERADAAN PASAR MODERN
TERHADAP USAHA RITEL WASERDA DAN PEDAGANG PASAR
TRADISIONALDI KECAMATAN KLIRONG KABUPATEN KEBUMEN

SKRIPSI

Oleh:

Eka Yuliasih

NIM. 09404244023

Telah disetujui oleh dosen pembimbing pada tanggal 20 Juni 2013

Untuk dipertahankan di depan TIM Pengaji Skripsi

Program Studi Pendidikan Ekonomi

Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Yogyakarta

Mengetahui:

Dosen Pembimbing



Dr. Sugiharsono, M.Si

NIP. 19550328 198303 1 002

PENGESAHAN

STUDI EKSPLORASI DAMPAK KEBERADAAN PASAR MODERN
TERHADAP USAHA RITEL WASERDA DAN PEDAGANG PASAR
TRADISIONAL DI KECAMATAN KLIRONG KABUPATEN KEBUMEN

SKRIPSI

Oleh

EKA YULIASIH

09404244023

Telah dipertahankan di depan Tim Pengaji Tugas Akhir Skripsi Jurusan
Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta pada
tanggal 5 Juli 2013 dan dinyatakan lulus.

TIIM PENGUJI

Nama	Jabatan	Tanda Tangan Tanggal
Drs. Suwarno	Ketua Pengaji 16 - 07 - 2013
Dr. Sugiharsono, M.Si	Sekretaris Pengaji 16 - 07 - 2013
Losina Purnastuti, Ph.D	Pengaji Utama 16 - 07 - 2013



SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

NAMA : EKA YULIASIH

NIM : 09404244023

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Judul Skripsi : Studi Eksplorasi Dampak Keberadaan Pasar Modern terhadap Usaha Ritel Waserda dan Pedagang Pasar Tradisional di Kecamatan Klirong Kabupaten Kebumen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya, tidak berisi materi yang dipublikasikan oleh orang lain, kecuali pada bagian tertentu saya ambil sebagai acuan/ kutipan dengan tata tulis karya ilmiah yang berlaku.

Dengan demikian pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksa untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 20 Juni 2013

Penulis



Eka Yuliasih

NIM. 09404244023

MOTTO

Man Jadda wa Jadda

(Barang siapa bersungguh-sungguh, maka pasti akan berhasil)

(Anonim)

Seindah apapun rencana kita, rencana Tuhan jauh lebih indah.

(Penulis)

Jika kita ingin melihat indahnya pelangi, lebih dulu kita harus melihat hujan.

(Penulis)

Secangkir usaha, dua sendok doa, dan satu sendok semangat akan menghasilkan sukses yang luar biasa.

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kupersembahkan karya kecil ini sebagai ungkapan terimakasihku untuk:

-  **Kedua orang tuaku, Bapak Slamet Abdulrohman dan Ibu Parti yang telah memberikan bimbingan, dukungan, motivasi, dan doa yang telah menjadikanku seperti saat ini.**
-  **Adikku, Dwiki Ambarwati yang telah memberikan warna dalam hidupku.**

**STUDI EKSPLORASI DAMPAK KEBERADAAN PASAR MODERN
TERHADAP USAHA RITEL WASERDA DAN PEDAGANG PASAR
TRADISIONAL DI KECAMATAN KLIRONG KABUPATEN KEBUMEN**

**Oleh
Eka Yuliasih
NIM. 09404244023**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui implementasi peraturan pemerintah tentang pasar pasar modern, (2) mengetahui persepsi pelaku usaha ritel Waserda dan pedagang pasar tradisional terhadap keberadaan pasar modern, (3) mengetahui dampak keberadaan pasar modern terhadap usaha ritel Waserda dan pedagang pasar tradisional, dan (4) mengetahui upaya yang dilakukan oleh pelaku usaha ritel Waserda dan pedagang pasar tradisional untuk mempertahankan eksistensi usahanya.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif eksploratif. Variabel dalam penelitian ini adalah keberadaan pasar modern, usaha ritel Waserda dan pedagang pasar tradisional. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku usaha ritel Waserda dan pedagang pasar tradisional di Kecamatan Klirong yang memiliki radius 0-1 Km dari pasar modern sebanyak 68 responden. Jumlah sampel sebanyak 20 responden diambil dengan menggunakan teknik *Cluster Quota Random Sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan angket, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah (1) Analisis kuantitatif menggunakan persentase (%), rerata atau mean (M), dan penghitungan Mean Ideal (M_i). (2) Analisis kualitatif dilakukan melalui tiga komponen berurutan, yaitu reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan (*conclusion drawing*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Implementasi peraturan pemerintah tentang pasar modern tidak berjalan semestinya. (2) Persepsi negatif pelaku usaha ritel Waserda dan pedagang pasar tradisional terhadap keberadaan pasar modern termasuk dalam kategori tinggi. (3) Keberadaan pasar modern berdampak negatif pada omset (24% dan 16,3%), pendapatan (30% dan 17,5%), dan jumlah pelanggan (32% dan 29%) usaha ritel Waserda dan pedagang pasar tradisional. (4) Upaya yang dilakukan pelaku usaha ritel Waserda dan pedagang pasar tradisional untuk mempertahankan eksistensi usahanya sangat minim, misalnya hanya dengan menurunkan harga jual beberapa jenis barang.

Kata Kunci: *Pasar Modern, Usaha Ritel Waserda, Pasar Tradisional*.

**AN EXPLORATION STUDY ON THE IMPACT OF THE EXISTENCE OF
MODERN MARKET TOWARD RETAIL WASERDA AND
TRADITIONAL MARKET'S SELLERS IN KLIRONG KEBUMEN**

by
Eka Yuliasih
NIM. 09404244023

ABSTRACT

The aims of this study were to (1) determine the implementation of government regulations on the modern market, (2) determine the perception of retail Waserda and traditional market's sellers toward the existence of modern market, (3) determine the impact of the modern market's existence toward retail Waserda and traditional market's sellers, and (4) know the efforts made by retail waserda and traditional market''s sellers to sustain their existence.

This was a descriptive explorative study. The variable in this study is the existence of modern market, retail Waserda's sellers and traditional market's sellers. The population of this study consisted of retail Waserda and traditional market's sellers in Klirong with radius 0-1 km from the modern market. The respondents taken for this study were 68 people. The sample was 20 respondents, and was taken by using *Cluster Quota Random Sampling*. The techniques of data collection were using questionnaires, interviews, and documentation. The data analysis techniques were used: (1) quantitative analysis using percentage (%), mean (M), and Mean Ideal (M_i). (2) Qualitative analysis was done using three sequential components: data reduction, data display, and conclusion.

The results showed that (1) the government regulations on the modern market were not implemented properly. (2) The negative perception of ritel Waserda and traditional market's sellers toward modern market existence was in the high category. (3) The existence of modern market had a negative impact on turnover (24% and 16.3%), income (30% and 17.5%), and the number of customers (32% and 29%) of retail Waserda and traditional market's sellers. (4) The efforts made by the retail Waserda and traditional market's sellers to maintain their existence were very low, for example decreasing the price of some goods.

Keywords: *Modern Market, Retail Waserda, Traditional Market.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas Kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi berjudul Studi Eksplorasi Dampak Keberadaan Pasar Modern terhadap Usaha Ritel Waserda dan Pedagang Pasar Tradisional di Kecamatan Klirong Kabupaten Kebumen” ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Penelitian ini dapat terlaksana berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini disampaikan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Negeri Yogyakarta (UNY) yang telah memberikan kesempatan pada penulis untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Dr. Sugiharsono, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi sekaligus sebagai pembimbing skripsi yang telah memberikan izin penelitian bagi penulis dan telah bersedia memberikan bimbingan, pengarahan, dan nasehat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Sri Sumardiningsih, M.Si sebagai Penasehat Akademik yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, petunjuk dan bimbingannya kepada penulis dengan penuh kesabaran.
4. Losina Purnastuti, Ph.D, Pengaji Utama Skripsi yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak/Ibu dosen jurusan Pendidikan Ekonomi serta karyawan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta yang telah memberikan bekal ilmu dan pelayanan selama ini.

6. Kedua orang tua yang selalu medoakan, membimbing, memotivasi dan memberikan dukungannya selama ini.
7. Adikku, Dwiki Ambarwati yang telah mendukung dan memberikan semangat untuk selalu menjadi lebih baik.
8. Tofik Hidayat, terima kasih atas kesabaran dan dorongan semangat yang tiada hentinya.
9. Responden yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terima kasih atas waktu dan kerja samanya.
10. Sahabat-sahabatku (Siwi, Daning, Nina, Iqlima, Windy, Dyah, Hani, Afifah), terima kasih untuk kebahagiaan, kebersamaan, dan keceriaannya.
11. Teman-teman Jurusan Pendidikan Ekonomi angkatan 2009 yang telah memberikan dukungan.
12. Pihak-pihak lain yang tidak mungkin disebutkan namanya satu per satu dalam kesempatan ini, yang telah membantu terlaksananya penelitian ini.

Penulis menyadari sepenuhnya dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, sehingga kritik dan saran dari pembaca sangat peneliti harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 20 Juni 2013

Penulis,

Eka Yuliasih

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
 BAB I. PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Pembatasan Masalah	5
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penelitian.....	6
F. Manfaat Penelitian.....	7
 BAB II KAJIAN TEORI.....	 9
A. Deskripsi Teori.....	9
1. Konsep Pasar	9
a. Definisi Pasar	9
b. Jenis-jenis Pasar	11
2. Ritel	14
a. Konsep Ritel	14
b. Jenis-jenis Usaha Ritel	16
3. Konsep Pasar Modern.....	22
4. Konsep Pasar Tradisional	25
5. Konsep Usaha Ritel Waserda.....	26
6. Hubungan Pasar Modern dengan Usaha Ritel Waserda dan Pasar Tradisional	28
B. Penelitian yang Relevan.....	29
C. Kerangka Berpikir	32
 BAB III. METODE PENELITIAN.....	 34
A. Desain Penelitian	34
B. Seting Penelitian	35
C. Populasi dan Sampel Penelitian	35
1. Populasi.....	35
2. Sampel.....	36
D. Subjek Penelitian	37

E. Definisi Operasional Variabel.....	38
1. Keberadaan Pasar Modern.....	38
2. Usaha Ritel Waserda	38
3. Pedagang Pasar Tradisional.....	39
F. Teknik Pengumpulan Data.....	39
G. Instrumen Penelitian	41
H. Keabsahan Data	45
I. Teknik Analisis Data	45
 BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
A. Deskripsi Daerah Penelitian.....	50
1. Letak dan Luas Daerah.....	50
2. Keadaan Demografi Masyarakat	51
3. Deskripsi Data Responden	56
B. Pembahasan dan Analisis Data	58
1. Pasar Modern	58
a. Implementasi Peraturan Pemerintah tentang Pendirian Pasar Modern di Kecamatan Klirong	59
b. Persepsi Pelaku Usaha Ritel Waserda dan Pedagang Pasar Tradisional terhadap Keberadaan Pasar Modern	63
2. Pedagang Pasar Tradisional.....	66
a. Dampak Keberadaan Pasar Modern terhadap Usaha Pedagang Pasar Tradisional	66
b. Upaya yang Dilakukan Pedagang Pasar Tradisional untuk Mempertahankan Eksistensi Usahanya	70
3. Usaha Ritel Waserda	71
a. Dampak Keberadaan Pasar Modern terhadap Usaha Ritel Waserda	71
b. Upaya yang Dilakukan Pelaku Usaha Ritel Waserda untuk Mempertahankan Eksistensi Usahanya	74
4. Konsumen Waserda dan Pasar Tradisional.....	75
C. Pokok-pokok Temuan.....	77
 BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	78
A. Kesimpulan.....	78
B. Saran.....	79
C. Keterbatasan Penelitian.....	79
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	84

DAFTAR TABEL

Tabel	halaman
1. Pengkategorian Pasar Modern di Kecamatan Klirong	25
2. Populasi Penelitian.....	36
3. Kisi-kisi Instrumen Angket Persepsi Pelaku Usaha Ritel terhadap Keberadaan Pasar Modern	42
4. Pedoman Penskoran Angket	42
5. Kisi-kisi Instrumen Wawancara Dampak Keberadaan Pasar Modern	43
6. Kisi-kisi Instrumen Wawancara Dampak Keberadaan Pasar Modern terhadap Konsumen.....	44
7. Kisi-kisi Wawancara Upaya yang Dilakukan untuk Mempertahankan Eksistensi Usahanya.....	44
8. Kategori Nilai Angket.....	47
9. Banyaknya Penduduk Menurut Jenis Kelamin Kecamatan Klirong Tahun 2011	52
10. Banyaknya Penduduk Berdasarkan Pendidikan yang Ditamatkan Kecamatan Klirong Tahun 2011	52
11. Banyaknya Penduduk Menurut Kelompok Umur Kecamatan Klirong Tahun 2011	53
12. Karakteristik Penduduk Menurut Mata Pencaharian Kecamatan Klirong 2011	54
13. Data Responden berdasarkan Jenis Kelamin	56
14. Data Responden berdasarkan Usia.....	57
15. Data Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	58
16. Hasil Rekap Angket Persepsi Usaha Ritel Waserda dan Pedagang Pasar Tradisional terhadap Keberadaan Pasar Modern	64
17. Pedoman Pengkategorian Skor	65
18. Frekuensi Pelaku Usaha Ritel Waserda dan Pedagang Pasar Tradisional atas Persepsi Negatifnya terhadap Pasar Modern	65
19. Perubahan Omset Pedagang Pasar Tradisional	67
20. Perubahan Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional	68
21. Perubahan Jumlah Pelanggan Pedagang Pasar Tradisional ...	69
22. Perubahan Omset Usaha Ritel Waserda.....	72
23. Perubahan Pendapatan Usaha Ritel Waserda	72
24. Perubahan Jumlah Pelanggan Usaha Ritel Waserda	73
25. Perbandingan Jumlah Konsumsi Masyarakat di Pasar Tradisional/Waserda dan Pasar Modern	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	halaman
1. Angket	85
2. Pedoman Wawancara	87
3. Hasil Angket.....	90
4. Perhitungan Mean Ideal	91
5. Lampiran Foto Kondisi Lapangan	93
6. Penyajian Data Hasil Wawancara	95
7. Hasil Wawancara terhadap Pedagang Pasar Tradisional	96
8. Hasil Wawancara terhadap Pelaku Usaha Ritel Waserda	97
9. Hasil Wawancara terhadap Konsumen	98
10. Surat Izin	101

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan pasar di Indonesia semakin luas seiring dengan perkembangan ekonominya. Menurut klasifikasinya, saat ini pasar dapat dibedakan menjadi dua yaitu, pasar modern dan pasar tradisional. Akan tetapi, perkembangan pasar modern di Indonesia meningkat lebih pesat dibandingkan perkembangan pasar tradisionalnya. Pembangunan pasar modern yang berkembang pesat, dirasakan oleh banyak pihak berdampak terhadap eksistensi pasar tradisional dan para pelaku usaha sejenis disekitarnya. Dalam penelitian AC Neilson (2004), dinyatakan bahwa pasar modern telah tumbuh sebesar 31,4%. Bersamaan dengan itu, pertumbuhan pasar tradisional menurun sebesar 8%. Apabila hal ini terus menerus terjadi, maka tidak menutup kemungkinan bahwa pasar tradisional akan punah.

Keberadaan pasar modern berpengaruh pada berbagai hal, diantaranya adalah perubahan tata lingkungan, perubahan sosial dan ekonomi masyarakat. Pembangunan pasar modern, seperti mall, *hypermart*, dan sejenisnya sering merusak tata lingkungan. Tidak jarang mereka menggunakan lahan persawahan, taman kota, atau lahan di perkotaan yang ditanami pohon-pohon besar untuk mendirikan mall.

Keberadaan pasar modern dapat mengubah kondisi sosial masyarakat. Sebelum adanya pasar modern, anak-anak lebih memilih bermain bersama teman-teman di sekitar rumahnya. Akan tetapi, setelah

berdirinya pasar modern mereka lebih memilih jalan-jalan ke mall atau sejenisnya. Contoh di atas menunjukkan bahwa pasar modern dapat berpengaruh terhadap hubungan sosial masyarakat.

Pemerintah telah membuat kebijakan dan peraturan yang tertuang dalam Perpres No. 112 Tahun 2007 dan Permendagri No. 53 Tahun 2008 yang mengatur tentang pasar modern dan pasar tradisional. Akan tetapi, pada kenyataannya peraturan tersebut tidak diimplementasikan dengan baik. Banyak peraturan yang tidak dipatuhi oleh pendiri pasar modern, misalnya masalah perizinan, jarak yang terlalu dekat dengan pasar tradisional, penyediaan tempat usaha bagi pedagang kecil. Dalam penelitian Wilda Nuraftia Naully & Irawati (2011), dinyatakan bahwa setidaknya ada 8 pasal yang terdapat dalam Peraturan Daerah Kabupaten Bekasi dilanggar dalam pendirian minimarket di Desa Karang Asih, Kecamatan Cikarang, Kabupaten Bekasi.

Keberadaan pasar modern juga menimbulkan persepsi yang berbeda-beda dari setiap kalangan masyarakat. Ada kelompok masyarakat yang berpandangan positif terhadap keberadaan pasar modern. Misalnya bagi masyarakat kelas menengah ke atas, keberadaan pasar modern sangat menguntungkan karena mereka dapat berbelanja dengan nyaman dan leluasa di pasar modern. Akan tetapi, tidak jarang yang memiliki pandangan negatif atas keberadaannya. Mereka merasa dirugikan dengan kehadiran pasar modern di lingkungan sekitarnya.

Di Kecamatan Klirong terdapat empat pasar modern (Sinar Dorowati, Idaman, Talenta dan Alfamart) yang sudah berdiri. Tiga diantaranya berada di sekitar pasar tradisional dengan jarak yang sangat dekat. Selain berdekatan dengan pasar tradisional, pasar modern tersebut juga memiliki jarak yang sangat dekat dengan Waserda yang ada di sekitarnya. Keberadaan pasar modern akan berdampak terhadap lingkungan sekitarnya. Secara ekonomi, keberadaan pasar modern memiliki dampak terhadap pola perilaku konsumen di lingkungan sekitar, pasar tradisional dan juga pelaku usaha ritel lain di sekitar wilayah berdirinya pasar modern tersebut.

Keberadaan pasar modern akan berpengaruh terhadap pola perubahan berbelanja masyarakat. Masyarakat banyak yang memilih untuk berbelanja di pasar modern dengan berbagai alasan. Misalnya, di satu sisi pasar modern dikelola secara profesional dengan fasilitas yang serba ada seperti arena bermain untuk anak-anak, *Air Conditioner* (AC), dan aja juga yang dilengkapi dengan mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Kemudahan, kenyamanan, tersedianya berbagai fasilitas, dan perbedaan harga menjadi alasan bagi masyarakat untuk memilih berbelanja di pasar modern.

Di sisi lain, pasar tradisional masih berhadapan dengan masalah pengelolaan yang kurang profesional dan ketidaknyamanan bagi para pengunjung. Minat pembeli untuk berbelanja semakin berkurang karena berbagai alasan, seperti tempat yang panas, beberapa pasar tradisional juga

masih becek saat musim hujan, banyak pengamen, dan sering terjadinya tindak kriminal.

Pasar tradisional, usaha ritel Waserda dan pasar modern bersaing dalam pasar yang sama, yaitu pasar ritel atau eceran. Hampir semua barang yang di jual di pasar tradisional, dapat ditemukan di pasar modern, khususnya pasar modern berbentuk *hypermart* dan supermarket.

Jarak pasar modern yang sangat dekat dengan pasar tradisional dan Waserda, serta perubahan pola berbelanja masyarakat tentu akan berpengaruh pada omset penjualan pedagang di pasar tradisional dan Waserda terutama untuk pelaku usaha ritel yang menjual barang dagangan sama dengan yang ada di pasar modern. Pelaku usaha ritel harus memiliki strategi dalam upaya mempertahankan eksistensi usahanya.

Dari kenyataan di atas, peneliti tertarik untuk meneliti seberapa besar dampak keberadaan pasar modern terhadap usaha ritel Waserda dan pedagang pasar tradisional di Kecamatan Klirong, Kabupaten Kebumen.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Perkembangan pasar modern berdampak pada eksistensi pasar tradisional dan pelaku usaha ritel sejenis di sekitarnya. Keberadaan pasar tradisional dan usaha ritel sangat terancam dengan hadirnya pasar modern.

2. Pembangunan pasar modern terus meningkat, sedangkan pasar tradisional mulai menghilang, padahal pasar tradisional masih diperlukan masyarakat.
3. Implementasi peraturan dan kebijakan pemerintah dalam Perpres No. 112 Tahun 2007 dan Permendagri No. 53 Tahun 2008 tidak berjalan semestinya. Banyak peraturan-peraturan yang dilanggar dalam pendirian pasar modern.
4. Keberadaan pasar modern menimbulkan persepsi yang berbeda-beda bagi masyarakat. Persepsi tersebut, dapat berupa persepsi positif dan persepsi negatif.
5. Keberadaan pasar modern mengubah pola konsumsi masyarakat di sekitarnya. Sebagian masyarakat berpindah dari berbelanja di pasar tradisional ke pasar modern.
6. Keberadaan pasar modern memiliki dampak terhadap usaha ritel Waserda dan pedagang di pasar tradisional. Dampak tersebut dapat berupa perubahan omset, pendapatan, jumlah konsumen, dan bahkan berdampak pada eksistensi usaha mereka yang cenderung menurun.

C. Pembatasan Masalah

Masalah dalam penelitian ini dibatasi pada dampak keberadaan pasar modern terhadap usaha ritel Waserda dan pedagang pasar tradisional. Dampak tersebut berkaitan dengan lokasi pasar modern yang berdekatan dengan pasar tradisional, dan dampak terhadap eksistensi usaha ritel Waserda dan pedagang pasar tradisional.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi kebijakan pemerintah dalam Perpres No. 112 Tahun 2007 dan Permendagri No. 53 Tahun 2008 tentang pasar modern di Kecamatan Klirong, Kabupaten Kebumen?
2. Bagaimana persepsi pelaku usaha ritel Waserda dan pedagang pasar tradisional terhadap keberadaan pasar modern?
3. Bagaimana dampak keberadaan pasar modern terhadap usaha ritel Waserda dan pedagang pasar tradisional dilihat dari segi pendapatan, omset, dan jumlah pelanggan?
4. Apa saja upaya yang dilakukan oleh pelaku usaha ritel Waserda dan pedagang pasar tradisional untuk menjaga eksistensi usahanya?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Implementasi kebijakan pemerintah dalam Perpres No. 112 Tahun 2007 dan Permendagri No. 53 Tahun 2008 tentang pasar modern di Kecamatan Klirong, Kabupaten Kebumen.
2. Persepsi pelaku usaha ritel Waserda dan pedagang pasar tradisional terhadap keberadaan pasar modern.
3. Dampak keberadaan pasar modern terhadap usaha ritel Waserda dan pedagang pasar tradisional dilihat dari segi omset, pendapatan, dan jumlah pelanggan.

4. Upaya yang dilakukan oleh pelaku usaha ritel Waserda dan pedagang pasar tradisional untuk menjaga eksistensi usahanya.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai dampak keberadaan pasar modern. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memperkuat hasil penelitian-penelitian sebelumnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman peneliti mengenai dampak keberadaan pasar modern.

Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi pembelajaran dan pengalaman dalam penelitian selanjutnya.

b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi masyarakat bahwa keberadaan pasar modern memiliki dampak dan pengaruh terhadap lingkungan, kondisi sosial dan ekonomi masyarakat sekitar.

c. Bagi Pelaku Usaha Ritel dan Pasar Tradisional

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi para pelaku usaha ritel dan pedagang di pasar tradisional mengenai dampak keberadaan pasar modern terhadap usaha mereka, dan lebih mengenal peraturan tentang usaha ritel, pasar modern, dan pasar tradisional agar mereka dapat memperjuangkan hak-hak mereka.

d. Bagi Pemerintah Daerah

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan bagi pemerintah agar lebih bijaksana dalam membuat kebijakan terkait dan tidak merugikan pihak-pihak tertentu.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Konsep Pasar

a. Definisi Pasar

Dalam ilmu ekonomi, pengertian pasar memiliki arti yang lebih luas daripada hanya sekedar tempat pertemuan antara penjual dan pembeli untuk mengadakan transaksi jual beli barang. Pengertian pasar tidak harus dikaitkan dengan suatu tempat yang dinamakan pasar dalam pengertian sehari-hari. “Pasar mencakup keseluruhan permintaan dan penawaran, serta seluruh kontak antara penjual dan pembeli untuk mempertukarkan barang dan jasa” (Rita Hanafie, 2010:176).

Dalam kamus Ekonomi & Bisnis “Pasar merupakan tempat terjadinya penawaran dan permintaan antara penjual yang ingin menukarkan barang-barangnya dengan uang dan pembeli yang ini menukarkan uangnya dengan barang atau jasa” (Waluyo Hadi & Dini Hastuti, 2011: 364-365).

Sementara itu, Budiono menyatakan bahwa “Pasar adalah pertemuan antara kurva permintaan dan penawaran. Suatu pasar yaitu di mana saja terjadi traksaksi antara penjual dan pembeli. Jenis barang atau jasa yang ditransaksikan dapat berupa barang atau jasa apapun, mulai dari beras, sayur-mayur, jasa angkutan, uang, maupun tenaga kerja” (Budiono,2002:43).

Pendapat senada juga dikemukakan oleh Mankiw, yang menyatakan bahwa pasar adalah sekelompok pembeli dan penjual dari suatu barang atau jasa (Mankiw, N. Gregory, 2006:78).

Sedangkan menurut teori makro ekonomi (Ensiklopedia Ekonomi Bisnis dan *Management*, 1992:44), pasar merupakan suatu wujud abstrak dari suatu mekanisme ketika pihak pembeli dan penjual bertemu untuk mengadakan tukar-menukar. Pasar dapat berupa tempat konkret ataupun terpusat (misalnya pasar saham, obligasi, atau pasar gandum, yang gedung atau tempatnya khusus dan mudah dilihat) atau tanpa wujud yang jelas/ tidak terpusat (misalnya pasar rumah atau mobil bekas, dimana barang yang dijual tidak dikumpulkan di satu tempat khusus), atau bahkan bisa juga hanya berupa jaringan kabel dan perangkat elektronik.

Dari pendapat yang dikemukakan oleh para ahli, maka dapat diambil pengertian bahwa pasar merupakan pertemuan antara permintaan dan penawaran barang dan jasa, tidak harus berwujud tempat seperti dalam pengertian sehari-hari. Pasar dapat memiliki bentuk yang konkret/terpusat atau abstrak/ tidak terpusat. Karakteristik yang paling penting agar sesuatu dapat disebut sebagai pasar adalah adanya pembeli dan penjual serta barang atau jasa yang diperjualbelikan.

Fungsi pasar adalah sebagai mata rantai yang mempertemukan penjual dengan pembeli. Dalam hal ini, penjual dan pembeli tidak

perlu bertemu muka, dapat melalui surat atau telepon, melalui media online, melalui iklan atau dengan bantuan perantara, selama kedua belah pihak dapat saling mengerti keinginan masing-masing.

b. Jenis-jenis Pasar

Pasar dapat dibedakan menurut beberapa kriteria:

1) Menurut Manajemennya

Menurut manajemennya, pasar dapat dibedakan menjadi 2 yaitu:

a) Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah pasar yang bersifat tradisional, dimana penjual dan pembeli dapat mengadakan tawar-menawar secara langsung. Barang yang diperjualbelikan di pasar tradisional adalah barang-barang kebutuhan pokok.

b) Pasar Modern

Pasar modern adalah pasar yang bersifat modern, dimana barang-barangnya diperjualbelikan dengan harga pas dan layanan mandiri (swalayan). Tempat berlangsungnya pasar ini adalah mall, *hypermarket*, plaza, supermarket dan tempat-tempat modern lainnya.

Pengkategorian pasar tradisional dan pasar modern sebenarnya muncul setelah berkembangnya pasar swalayan,

supermarket, *hypermarket*, dan sebagainya (repository.upi.edu).

2) Menurut Strukturnya

a) Pasar Persaingan Sempurna

Pasar persaingan sempurna didefinisikan oleh dua sifat utama, yaitu: (1) barang-barang yang dijual semuanya sama (homogen), dan (2) pembeli dan penjual jumlahnya banyak sehingga tidak ada pembeli atau penjual tunggal yang dapat memengaruhi harga pasar.

b) Pasar Persaingan tidak Sempurna

Dalam pasar persaingan tidak sempurna, penjual dan pembeli mempunyai kebebasan dalam menentukan harga dan jumlah barang yang akan diperjualbelikan. Jenis dan kualitas barang yang diperdagangkan pada pasar ini bersifat heterogen.

Pasar persaingan tidak sempurna dapat dibedakan menjadi:

(1) Pasar Monopoli

Pasar monopoli adalah pasar yang hanya terdiri dari satu orang penjual, dan penjual tersebut sebagai penentu harga.

(2) Pasar Oligopoli

Pasar oligopoli merupakan pasar yang terdiri dari beberapa penjual.

(3) Pasar Persaingan Monopolistik

Pasar persaingan monopolistik yaitu pasar yang memiliki banyak penjual tetapi masing-masing penjual menjual barang yang sedikit berbeda jenisnya (terdeferensiasi) (Wihana Kirana Jaya, 2008: 4-8).

3) Menurut Luas Jangkauannya

Menurut luas jangkauannya, pasar dapat dibedakan menjadi beberapa kategori.

- a) Pasar Daerah
- b) Pasar Lokal
- c) Pasar Nasional
- d) Pasar Internasional

4) Menurut Wujudnya

- a) Pasar Konkrit

Pasar konkrit adalah pasar dimana barang-barang yang akan diperjualbelikan berada ditempat dan langsung dapat dibeli oleh pembeli. Contoh pasar konkrit adalah pasar tradisional dan pasar modern.

b) Pasar Abstrak

Pasar abstrak adalah pasar dimana para pedagangnya tidak menawarkan barang-barang yang akan dijual dan tidak membeli secara langsung. Contoh pasar abstrak adalah pasar online, pasar saham, dan pasar modal.

5) Menurut Waktu Penyelenggaraan

Menurut waktu penyelenggaraannya pasar dapat dibedakan menjadi:

- a) Pasar Harian
- b) Pasar Mingguan
- c) Pasar Bulanan
- d) Pasar Tahunan
- e) Pasar Temporer (repository.upi.edu).

2. Ritel

a. Konsep Ritel

“Usaha eceran atau ritel dapat dipahami sebagai semua kegiatan yang terlibat di dalam penjualan barang atau jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan penggunaan bisnis” (Christina Whidya Utami, 2006:4).

Pendapat senada juga diungkapkan oleh Fandy Tjiptono (1998:191) yang mendefinisikan *ritailing* sebagai berikut: “*Ritailing* merupakan kegiatan penjualan barang dan jasa secara langsung kepada

konsumen akhir untuk pemakaian pribadi dan rumah tangga, bukan untuk keperluan bisnis.”

Ritailer atau *ritail store* adalah perusahaan yang fungsi utamanya menjual produk kepada konsumen akhir untuk pemakaian pribadi dan rumah tangga. Sedangkan Menurut Kotler (1985: 51), “pengecer atau toko eceran adalah perusahaan bisnis yang besarnya penjualan terutama berasal dari usaha eceran”.

Dari pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa usaha ritel merupakan usaha yang menjual barang atau jasa secara langsung kepada konsumen akhir.

Bisnis ritel merupakan bagian dari saluran distribusi yang memegang peranan penting dalam rangkaian kegiatan pemasaran dan merupakan perantara serta penghubung antara kepentingan produsen dan konsumen.

Bisnis ritel tidak harus melibatkan penggunaan suatu toko. Bentuknya pun dapat berupa pesanan pembelian lewat telepon atau surat, penjualan langsung, *vending machine*, dan sebagainya. Pemasaran eceran tidak hanya dapat digunakan oleh sebuah pengecer saja, tetapi juga bisa oleh produsen sendiri ataupun penjual grosir, bila mereka melakukan distribusi dan penjualan langsung kepada konsumen.

Aktivitas nilai tambah yang ada pada bisnis ritel meliputi *assortment, breaking bulk, holding inventory, dan providing service.*

Assortment merupakan keragaman barang yang dijual dalam suatu ritel yang dibagi dalam dua kelompok, yaitu *breadth assortment* dan *depth assortment*. *Breadth assortment* adalah keragaman kategori jenis barang yang ditawarkan suatu ritel kepada konsumen. Sedangkan *depth assortment* adalah kelengkapan jenis barang pada masing-masing kategori. *Breaking bulk* adalah memecah barang dari kemasan per karton atau per *pack* untuk dijual secara satuan. Dengan *breaking bulk* konsumen dapat menikmati barang/jasa sesuai ukuran uang yang dimilikinya dan mendapatkan barang yang beragam.

Untuk memenuhi target penjualannya maka ritel menyediakan persediaan barang (*holding inventory*) agar pada saat konsumen membutuhkan suatu barang maka barang tersebut telah tersedia di toko. Persediaan barang ini akan mempengaruhi biaya operasional. Untuk mengkompensasi biaya operasional akibat adanya persediaan barang, maka ritel akan menambah sedikit margin keuntungan atau menambah sedikit harga jualnya.

b. Jenis-jenis Usaha Ritel

Menurut Chirstina W. Utami, (2008: 2-8), usaha ritel dapat dibedakan menjadi dua yaitu:

1) Ritel Tradisional

Ritel tradisional merupakan usaha ritel yang menekankan pada pengelolaan usaha dengan pendekatan konvensional dan tradisional.

Ciri-ciri pengelolaan ritel tradisional adalah sebagai berikut.

- a) Kurang memilih lokasi karena sering terkendala permodalan.
Pengelola ritel tradisional lebih sering memutuskan untuk memilih lokasi yang saat itu telah dimiliki.
- b) Tidak memperhitungkan potensi pembeli. Potensi pembeli sering diabaikan dalam pengelolaan ritel tradisional.
- c) Jenis barang dagangan yang tidak terarah. Jenis barang dagangan sering terabaikan karena terkendala kurangnya kemampuan dan kemampuan tawar menawar peritel dalam membangun relasi bisnis dengan suplier.
- d) Tidak ada seleksi merek. Para peritel tradisional terkendala dalam penyediaan barang dagangan dengan merek-merek favorit pelanggan.
- e) Kurang memperhatikan pemasok. Para pelaku ritel tradisional biasanya hanya memperhatikan lunaknya mekanisme pembayaran barang dagangan daripada kualitas dan kesinambungan pengiriman barang dagangan di tokonya.
- f) Melakukan pencatatan penjualan secara sederhana bahkan banyak peritel tradisional yang tidak melakukan pencatatan penjualan sama sekali.
- g) Tidak melakukan evaluasi terhadap keuntungan per produk.
- h) *Cash flow* tidak terencana. Banyak peritel tradisional yang menjual barang dagangannya tidak secara tunai, sehingga

sering terkendala pada aliran dana tunai. Selain itu, peritel tradisional tidak memisahkan pembukuan toko dengan keluarga sehingga modal toko sering tersedot untuk memenuhi kebutuhan konsumsi.

- i) Pengembangan bisnis tidak terencana. Peritel tradisional sering tidak mampu melakukan perencanaan pengembangan usaha karena terkendala rendahnya kontrol dan mekanisme untuk melakukan evaluasi usaha.

2) Ritel Modern

Ritel modern merupakan usaha ritel yang menekankan pengelolaannya secara modern.

Ciri-ciri ritel modern yaitu:

- a) Lokasi strategis merupakan faktor penting dalam bisnis ritel modern. Peritel modern akan memilih lokasi yang strategis dengan memperhatikan kemudahan akses pelanggan, keamanan, dan fasilitas yang lebih terjamin.
- b) Prediksi cermat terhadap potensi pembeli. Dalam memutuskan pemilihan lokasi, peritel juga mempertimbangkan potensi pembeli di lokasi tersebut.
- c) Pengelolaan jenis barang dagangan terarah. Pengelolaan barang dagangan disesuaikan dengan segmen pasar yang dilayani oleh peritel modern.

- d) Seleksi merek sangat ketat. Ritel modern sering mematok untuk menyiapkan merek-merek produk barang dagangan yang mempunyai pangsa pasar yang cukup besar. Hal tersebut bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dalam hal penyediaan merek-merek favorit pelanggan.
- e) Seleksi ketat terhadap pemasok. Peritel modern selalu memperhatikan kualitas barang dagangan, kesinambungan pengiriman barang dagangan, dan mekanisme pembayarannya dalam memilih pemasok.
- f) Melakukan pencatatan penjualan dengan cermat. Peritel modern melakukan pencatatan dengan sangat cermat bahkan dengan bantuan *software* yang memungkinkan melakukan pencatatan ribuan transaksi penjualan setiap harinya.
- g) Melakukan evaluasi terhadap keuntungan per produk. Melalui evaluasi produk, peritel dapat mengklasifikasikan produk yang tergolong cepat terjual dan produk yang agak lambat terjualnya.
- h) *Cash flow* terencana. Peritel modern menjual barang dagangannya secara tunai sehingga aliran dana tunai dapat terencana dengan baik.
- i) Pengembangan bisnis terencana. Arah pengembangan bisnis ritel modern direncanakan dengan baik dan berkesinambungan dalam jangka panjang.

Sedangkan menurut Direktorat Jendral Perdagangan Dalam Negeri, Departemen Perdagangan Republik Indonesia dalam Euis Soliha (2008: 130-131), jenis-jenis perdagangan eceran terdiri dari:

1) Pasar Tradisional

Pasar tradisional merupakan tempat transaksi barang atau jasa antara penjual dan pembeli. Ciri-ciri pasar tradisional yaitu:

- a) Memperjuabelikan barang/jasa kebutuhan sehari-hari secara eceran.
- b) Melibatkan banyak pedagang eceran berskala kecil.
- c) Bangunan dan fasilitas pasarnya relatif sederhana.
- d) Pemilikan dan pengelolaan umumnya dilakukan oleh pemerintah daerah.

2) Supermarket (swalayan/ rumah belanja)

Supermarket adalah pasar modern tempat penjualan barang-barang eceran yang berskala besar dengan pelayanan yang bersifat swalayan (*self service*). Komoditi inti yang dijual adalah barang-barang rumah tangga, makanan, minuman, dan lain-lain.

3) *Department Store* (Toko Serba Ada)

Department Store adalah pasar modern tempat penjualan barang-barang eceran yang berskala besar. Komoditi inti yang dijual merupakan jenis-jenis *fashion*, seperti pakaian,

sepatu, tas, kosmetik, perhiasan, dan lain-lain. Pelayanan dibantu oleh pramuniaga dan ada pula yang *self service*.

- 4) Pasar grosir, merupakan tempat transaksi barang atau jasa antara penjual dan pembeli secara partai besar, untuk kemudian diperdagangkan.
- 5) Pasar grosir tradisional, adalah pasar grosir dengan jumlah pedagang grosir relatif banyak.
- 6) Pasar grosir modern, adalah pasar grosir dengan pelayanan yang bersifat *self service*.
- 7) Pusat perbelanjaan/pusat perdagangan (mall, plaza, *shopping center*), merupakan suatu arena penjualan berbagai jenis komoditi yang terletak dalam satu gedung perbelanjaan. Dalam pusat perbelanjaan terdapat *departement store*, supermarket, dan toko-toko lain dengan berbagai macam produk.
- 8) Toko bebas pajak (*duty free shop*), merupakan tempat melakukan kegiatan usaha perdagangan barang yang memperjualbelikan barang-barang tanpa dikenakan pajak. Barang yang diperjualbelikan dapat dibeli dengan harga yang murah namun tidak semua orang dapat berbelanja di tempat tersebut. Biasanya pembeli harus menjadi anggota terlebih dahulu dan diprioritaskan untuk orang asing. Toko ini berbentuk badan hukum.

9) Pasar percontohan

Pasar percontohan merupakan pasar fisik (berbentuk), berada di daerah yang perekonomiannya relatif terbelakang dan diharapkan dapat berkembang mandiri serta mampu mendorong berkembangnya potensi ekonomi daerah sekitarnya. Jenis barang yang diperjualbelikan adalah jenis barang kebutuhan sehari-hari serta barang-barang hasil produksi pertanian dan kerajinan masyarakat setempat.

10) Pertokoan

Pertokoan adalah bangunan toko-toko yang berada di sepanjang jalan raya dan ditetapkan oleh pemerintah daerah sebagai pertokoan.

11) Pasar induk

Pasar induk merupakan tempat transaksi barang atau jasa antara penjual dengan pembeli dalam partai besar untuk diperdagangkan kembali ke pasar-pasar lainnya.

3. Konsep Pasar Modern

Pasar modern mulai berkembang di Indonesia pada tahun 1970-an, namun masih terkonsentrasi di kota-kota besar. Akan tetapi, sejak tahun 1998 perkembangan pasar modern semakin berkembang seiring dengan masuknya investasi asing di sektor usaha ritel. Pasar modern mulai berkembang ke kota-kota kecil untuk mencari pelanggan.

Pasar modern merupakan sektor usaha ritel, sehingga pasar modern dapat disebut juga sebagai ritel modern atau toko modern.

Dalam PERMENDAGRI No.53 tahun 2008, “toko modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk *minimarket*, *supermarket*, *department store*, *hypermarket*, ataupun grosir yang berbentuk perkulakan.”

Menurut Pariaman Sinaga dalam Rasidin Karo-Karo Sitepu (2010: 1-2), pasar modern merupakan pasar yang dikelola dengan manajemen modern, umumnya terdapat di kawasan perkotaan, sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen (umumnya anggota masyarakat kelas menengah ke atas). Pasar modern antara lain berbentuk mall, supermarket, *departement store*, *shopping center*, waralaba, toko mini swalayan, toko serba ada, dan lain sebagainya.

Barang yang dijual di pasar modern memiliki variasi jenis yang beragam. Selain menyediakan barang-barang lokal, pasar modern juga menyediakan barang impor. Barang yang dijual memiliki kualitas yang relatif lebih terjamin karena melalui penyeleksian terlebih dahulu secara ketat sehingga barang yang tidak memenuhi persyaratan klasifikasi akan ditolak. Secara kuantitas, pasar modern umumnya mempunyai persediaan barang di gudang yang terukur. Dari segi harga, pasar modern memiliki label harga yang pasti (tercantum harga

sebelum dan setelah dikenakan pajak). Pasar modern juga memberikan pelayanan yang baik dengan adanya pendingin udara.

Dari perngertian di atas, dapat disimpulkan bahwa pasar modern merupakan pasar yang dikelola secara modern, penjualan barang-barangnya dilakukan dengan harga pas dan pelayanan sendiri. Pasar modern memiliki tempat yang nyaman dengan berbagai fasilitas yang memadai.

Bentuk-bentuk pasar modern, antara lain:

- a. *Department store*, merupakan jenis ritel yang menjual berbagai jenis produk dengan menggunakan beberapa staf. Produk-produk yang dijual biasanya berupa pakaian, perlengkapan rumah, dan barang kebutuhan rumah tangga. Tiap lini beroperasi sebagai department tersendiri.
- b. *Supermarket* (pasar swalayan), merupakan pasar modern tempat penjualan barang-barang eceran yang berskala besar dengan pelayanan yang bersifat *self service*. Swalayan ini dirancang untuk melayani semua kebutuhan konsumen seperti makanan, pakaian, dan perlengkapan rumah tangga.
- c. *Hypermarket*, merupakan supermarket yang memiliki luas lebih dari 18.000 meter persegi dengan kombinasi produk makanan 69-70% dan produk-produk umum 30-40%.
- d. *Minimarket*, merupakan usaha ritel dengan luas lantai < 350 meter persegi. Minimarket atau swalayan mini menjual barang dengan

variasi terbatas dari berbagai produk kebutuhan sehari-hari. Produk-produk yang dijual biasanya ditetapkan dengan harga yang lebih tinggi daripada supermarket.

Dari uraian di atas, maka pasar modern yang terdapat di Kecamatan Klirong, dapat dikategorikan sebagai minimarket dan supermarket. Dari keempat pasar modern yang ada, dua diantaranya termasuk minimarket, dan dua lainnya termasuk dalam kategori supermarket.

Tabel 1. Pengkategorian pasar modern di Kecamatan Klirong

No.	Nama	Kategori	Keterangan
1.	Sinar Dorowati	Supermarket	Produk yang dijual berupa produk makanan, pakaian, dan perlengkapan rumah tangga. Skala usaha cukup besar.
2.	Idaman	Supermarket	Produk yang dijual berupa produk makanan, pakaian, dan perlengkapan rumah tangga. Skala usaha cukup besar.
3.	Talenta	Minimarket	Produk yang dijual berupa kebutuhan sehari-hari, dan didominasi oleh produk makanan. Luas lantai kurang dari 350 m ² .
4.	Alfamart	Minimarket	Produk yang dijual berupa kebutuhan sehari-hari, dan didominasi oleh produk makanan. Luas lantai kurang dari 350 m ² .

4. Konsep Pasar Tradisional

Pasar tradisional terdapat di setiap daerah, tidak memandang itu daerah perkotaan maupun daerah pedesaan. Pasar tradisional menjual

berbagai macam kebutuhan, mulai dari makanan, pakaian, perlengkapan rumah tangga, elektronik, dan lain sebagainya.

Pasar Tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar (Pepres No. 112 Tahun 2007).

Pasar tradisional merupakan bentuk usaha ritel yang melibatkan banyak pedagang dengan skala kecil. Bangunan di pasar tradisional relatif sederhana, terdiri dari kios-kios, los, dan juga tenda-tenda untuk berjualan.

Pedagang pasar tradisional merupakan pedagang-pedagang yang berjualan/ menjajakan dagangannya di suatu pasar tradisional. Pedagang yang berjualan di pasar tradisional adalah pedagang eceran dengan skala kecil.

Proses jual beli pada pasar tradisional dilakukan melalui tawar-menawar. Pedagang tidak menjual barang dagangannya dengan harga pas, seperti yang terjadi di pasar modern.

5. Konsep Usaha Ritel Waserda

Usaha ritel merupakan semua kegiatan yang berhubungan secara langsung dengan penjualan barang atau jasa kepada konsumen akhir untuk keperluan pribadi (bukan untuk keperluan usaha), namun tidak menutup kemungkinan adanya penjualan secara langsung kepada pemakai industri karena tidak semua barang industri selalu dibeli

dalam jumlah besar. Pengecer atau toko pengecer adalah sebuah lembaga yang melakukan kegiatan usaha menjual barang kepada konsumen akhir untuk keperluan pribadi (non bisnis) (Basu Swastha DH: 1997).

Warung serba ada (Waserda) merupakan warung atau toko yang menjual kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari secara eceran. Konsumen yang berbelanja di Waserda, pada umumnya berbelanja dalam partai kecil. Akan tetapi, ada beberapa yang membeli barang dagangan untuk dijual kembali dalam toko yang lebih kecil (toko kelontong).

Usaha ritel Waserda merupakan bentuk usaha yang menjual barang dagangannya secara eceran dan masih dikelola dengan sistem tradisional atau konvensional. Pengelolaan usaha ritel Waserda belum jelas, baik dari segi pengelolaan keuangan, persediaan barang dagangan, maupun strategi penjualannya.

Pelaku usaha ritel ini seringkali tidak mempertimbangkan lokasi usahanya yang strategis, mereka lebih memanfaatkan tempat yang sudah dimilikinya. Pada umumnya mereka mendirikan usaha di toko yang mereka bangun di dekat tempat tinggalnya, misalnya di depan rumah.

6. Hubungan Pasar Modern dengan Usaha Ritel Waserda dan Pasar Tradisional

Pasar modern memiliki hubungan yang sangat erat dengan pasar tradisional dan usaha ritel Waserda. Hubungan tersebut dapat berupa hubungan sosial maupun ekonomi.

Dari segi sosial, antara pasar modern dengan pasar tradisional dan usaha ritel Waserda berlokasi di wilayah yang cenderung berdekatan. Pada umumnya, pelaku usaha pasar modern mendirikan usahanya di dekat pasar tradisional ataupun di lingkungan Waserda. Hal tersebut menunjukkan bahwa ketiga usaha tersebut berada dalam satu wilayah sosial yang sama.

Dari segi ekonomi, pasar modern berada pada pasar yang sama dengan pasar tradisional dan usaha ritel Waserda yaitu pasar ritel atau eceran. Ketiganya menjual barang dagangan yang sejenis, antara lain sembako, perlengkapan sehari-hari, dan perlengkapan rumah tangga. Semua barang yang diperjualbelikan di pasar modern dapat ditemukan di pasar tradisional ataupun di Waserda.

Apabila pasar modern berdiri di wilayah yang sama dengan pasar tradisional maupun ritel Waserda, berarti ketiga usaha tersebut memiliki sasaran konsumen yang sama yaitu penduduk di sekitar wilayah tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga usaha tersebut memiliki kaitan yang sangat erat dan dapat mempengaruhi satu sama lain.

Pasar modern berkompetisi dengan pasar tradisional dan usaha ritel Waserda dalam pasar yang sama. Akan tetapi, mereka memiliki perbedaan yang cukup signifikan. Dari segi modal, pasar modern memiliki modal yang besar sedangkan pelaku usaha di pasar tradisional dan Waserda memiliki modal yang terbatas. Fasilitas yang ditawarkan kepada konsumen juga sangat berbeda. Pasar modern menawarkan kelengkapan fasilitas dan kenyamanan. Sedangkan pasar tradisional memiliki fasilitas yang masih sederhana, tidak lengkap dan sering ada gangguan kenyamanan.

Pasar modern dikelola dengan manajemen yang modern dan terstruktur, sedangkan pasar tradisional dan usaha ritel Waserda masih dikelola secara konvensional. Perbedaan-perbedaan di atas menjadikan keberadaan pasar modern mengancam eksistensi pasar tradisional dan usaha ritel Waserda.

B. Penelitian yang Relevan

1. Penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wilda Nurafnia Nully dan Irawati pada tahun 2011 dalam jurnal yang berjudul “Dampak Pendirian Minimarket terhadap Omset Pedagang Tradisional di Desa Karang Asih Kecamatan Cikarang Utara Kabupaten Bekasi (Studi Kebijakan Peraturan Bupati Nomor 16 Tahun 2007 Tentang Minimarket).”

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi Kebijakan Peraturan Bupati Nomor 16 Tahun 2007 tidak terlaksana dengan baik.

Banyak pasal yang dilanggar dalam peraturan tersebut, antara lain yang mengatur tentang persetujuan pedagang kecil sejenis, penggunaan tenaga kerja, harga jual barang, kemitraan dengan usaha kecil dan koperasi, waktu pelayanan penyelenggaraan minimarket, penyediaan ruang usaha untuk pedagang lain, dan penempatan/ penataan usaha informal.

Dampak dari kebijakan diperbolehkan berdirinya minimarket adalah menurunnya omset pedagang tradisional. Delapan puluh persen (80%) pedagang mengalami penurunan omset 25% -60% dari omset sebelum berdirinya minimarket. Bahkan 20% dari 80% pedagang yang terkena dampak terpaksa menutup usaha atau beralih usaha lain. Dua puluh persen (20%) pedagang yang tidak mengalami dampak dikarenakan adanya sistem pengelolaan yang modern secara rekanan dan memiliki pelanggan sendiri disertai ada beberapa barang yang tidak disediakan minimarket.

2. Selain itu, penelitian ini juga relevan dengan penelitian Jeri Setiawan tahun 2011 dalam skripsinya yang berjudul “Pengaruh Keberadaan Minimarket terhadap Pendapatan Pedagang Kelontong di Kelurahan Klender Kecamatan Duren Sawit Jakarta Timur.”

Hasil penelitian membuktikan terdapat pengaruh negatif yang signifikan setelah adanya minimarket terhadap pendapatan pedangan kelontong. Pengaruh negatif tersebut berupa penurunan pendapatan pada hampir semua pedagang yang disebabkan karena pedagang

kelontong tidak mampu bersaing dengan minimarket dalam hal harga dan variasi/ keberagaman barang dagangan serta jarak yang cukup berdekatan. Hal ini membuat jumlah konsumen yang berbelanja di warung kelontong mengalami penurunan.

Dampak lain dari keberadaan minimarket terhadap pedagang kelontong adalah berkurangnya keuntungan yang berakibat dari makin sedikitnya jumlah modal yang dapat dikumpulkan. Pendapatan rata-rata pedagang kelontong sebelum adanya minimarket adalah sebesar Rp 114.000,00. Sedangkan setelah adanya minimarket, pendapatan rata-rata harian mereka menurun hingga Rp 74.000,00. Hal tersebut menunjukkan bahwa terjadi penurunan pendapatan pedagang kelontong sebesar Rp 40.000,00/ hari setelah adanya minimarket.

3. Penelitian ini juga relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Agus Susilo dan Taufik pada tahun 2010 dalam jurnal penelitiannya dengan judul “Dampak Keberadaan Pasar Modern terhadap Usaha Ritel Koperasi/ Waserda dan Pasar Tradisional.”

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa beberapa kebijakan pemerintah telah dikeluarkan untuk menata pengelolaan perpasaran, baik pasar modern maupun pasar tradisional. Implementasi kebijakan ini menuntut komitmen lebih besar agar dapat dilaksanakan secara konsisten.

Dampak keberadaan pasar modern terhadap pasar tradisional adalah dalam hal penurunan omzet penjualan. Dengan menggunakan

uji beda pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$, hasil analisis menunjukkan bahwa dari 3 variabel yang diteliti, variabel omzet penjualan pasar tradisional menunjukkan perbedaan yang signifikan antara sebelum dan sesudah hadirnya pasar modern. Sedangkan variabel lainnya, yaitu jumlah tenaga kerja dan harga jual barang tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan.

C. Kerangka Berpikir

Perkembangan pasar modern yang sangat pesat di Indonesia tidak dapat dihindari lagi. Pasar modern dari waktu ke waktu terus berkembang. Saat ini, pasar modern tidak hanya berada di perkotaan, akan tetapi sudah mulai masuk ke wilayah pinggiran kota.

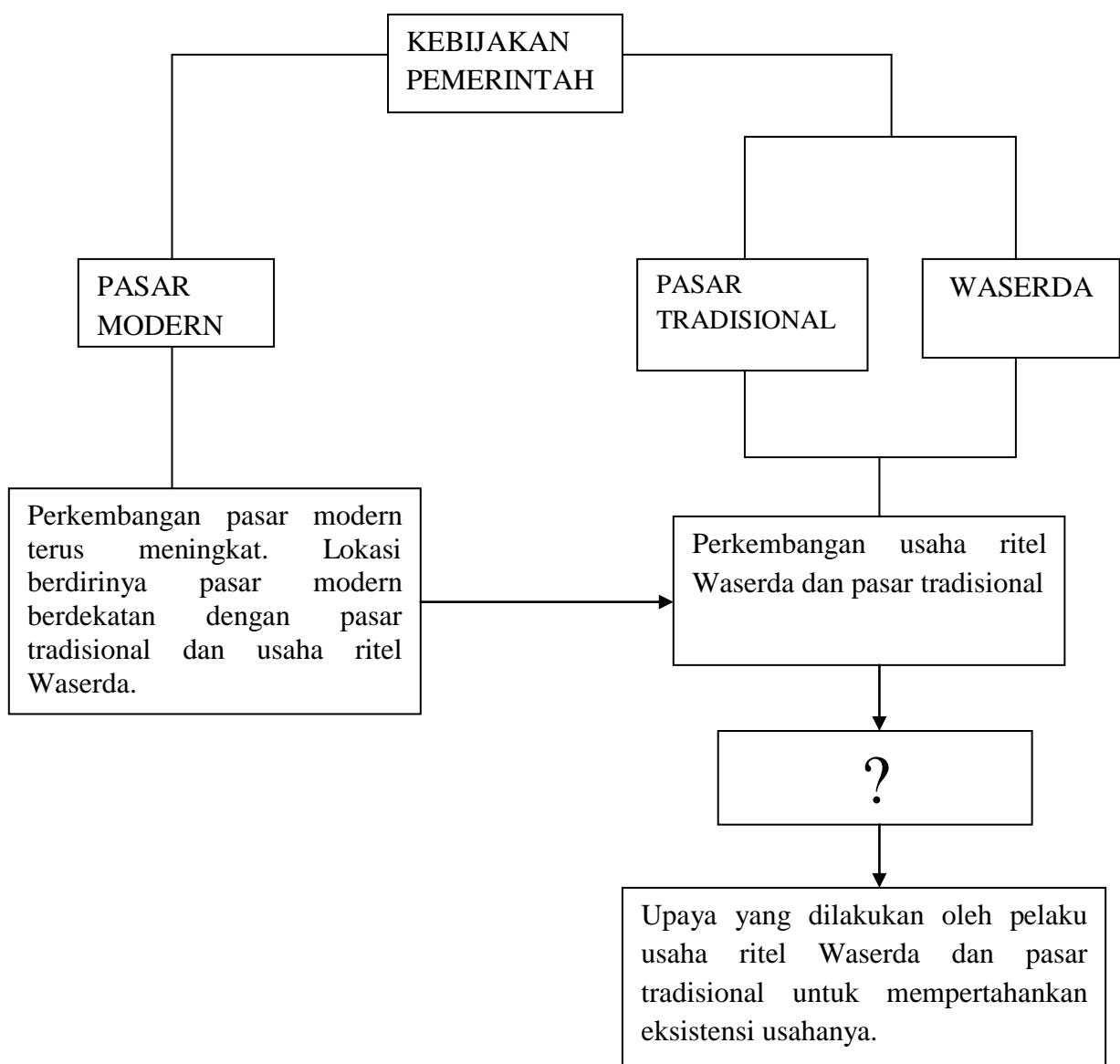
Keberadaan pasar modern memiliki dampak pada berbagai aspek, baik aspek lingkungan, aspek sosial maupun aspek ekonomi. Keberadaan pasar modern juga berpengaruh terhadap usaha ritel Waserda dan pasar tradisional, terutama yang letaknya berdekatan dengan berdirinya pasar modern.

Perkembangan pasar modern yang terus meningkat dari waktu ke waktu dapat mengancam keberadaan pasar tradisional dan usaha ritel lainnya. Masyarakat mulai enggan berbelanja di pasar tradisional dan ritel Waserda dengan berbagai alasan. Hal ini dapat berakibat buruk bagi eksistensi pasar tradisional dan usaha ritel Waserda.

Pemerintah maupun pelaku usaha ritel Waserda dan pasar tradisional harus memiliki upaya untuk mempertahankan eksistensi usaha

mereka. Pemerintah dapat melakukan perlindungan terhadap usaha ritel tradisional dan pasar tradisional. Sedangkan para pelaku usaha ritel dapat menerapkan strategi usaha agar eksistensinya dapat dipertahankan.

Dalam penelitian ini, kerangka berpikir dapat digambarkan dengan bagan sebagai berikut.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang diajukan dan tujuan penelitian, penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif eksploratif dengan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan kuantitatif berfungsi untuk mendeskripsikan data yang berbentuk angka-angka. Sedangkan pendekatan kualitatif berfungsi untuk menggambarkan keadaan atau fenomena yang terjadi di lapangan dengan kata-kata.

Penelitian deskriptif (*descriptive research*) adalah suatu metode penelitian yang ditujukan untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, yang berlangsung pada saat ini atau saat lampau (Nana Syaodih Sukmadinata, 2007: 54). Sedangkan menurut Faisal Sanafiah (2001:20), penelitian deskriptif dimaksudkan untuk eksplorasi dan klarifikasi mengenai kenyataan sosial, dengan jalan mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti. Penelitian deskriptif kualitatif terbatas pada usaha mengungkapkan suatu masalah/ keadaan/ peristiwa sebagaimana adanya sehingga bersifat hanya sekedar mengungkapkan fakta (*fact finding*) (Nawawi Hadari,1991:31).

Penelitian eksploratif adalah penelitian yang bertujuan menggali tentang sebab-sebab atau hal-hal yang mempengaruhi terjadinya sesuatu (Suharsimi Arikunto, 2002:6). Penelitian yang berupa studi eksploratif juga berusaha menggali pengetahuan baru untuk mengetahui suatu

permasalahan. Deskriptif eksploratif dalam penelitian ini yaitu penelitian yang melukiskan atau menggambarkan dampak keberadaan pasar modern terhadap usaha ritel Waserda dan pasar tradisional.

B. Seting Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April di wilayah Kecamatan Klirong, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah. Peneliti melakukan penelitian dengan mendatangi secara langsung ke tempat usaha masing-masing informan (pedagang ritel Waserda dan pasar tradisional) untuk memperoleh informasi mendalam mengenai bagaimana dampak yang ditimbulkan oleh keberadaan pasar modern terhadap usaha ritel Waserda dan pedagang pasar tradisional.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Sugiyono (2011: 117) mendefinisikan populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan menurut Nuzul Zuriah, populasi adalah seluruh data yang menjadi perhatian peneliti dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang ditentukan. Jadi, populasi berhubungan dengan data, bukan faktor manusianya (Nuzul Zuriah: 2007). Akan tetapi, dalam penelitian kualitatif populasi dinamakan dengan situasi sosial. Situasi sosial itu sendiri terdiri dari

tiga elemen yaitu: tempat (*place*), pelaku (*actors*), dan aktivitas (*activity*) yang berinteraksi secara sinergis (Sugiyono, 2011: 297).

Sesuai dengan masalah yang diteliti, maka situasi sosial dalam penelitian ini adalah pelaku usaha ritel Waserda dan pedagang pasar tradisional yang menjual barang dagangan sejenis dengan pasar modern dan memiliki radius 0–1 km dari tempat berdirinya pasar modern di Kecamatan Klirong, Kabupaten Kebumen.

Tabel 2. Populasi Penelitian

No.	Jenis Usaha	Jumlah
1.	Kios Pasar Tradisional	27
2.	Waserda	41

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi (Suharsimi Arikunto, 2006: 131). Menurut Sugiyono (2011: 118), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel dilakukan jika populasinya besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi.

Karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti mengambil sampel dari populasi yang ada. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Cluster Quota Random Sampling*. *Cluster Random Sampling* digunakan jika populasi tidak terdiri dari individu-individu, melainkan terdiri dari kelompok-kelompok individu atau *cluster* (Nurul Zuriah, 2007:124). Dalam

penelitian ini, langkah pertama yaitu menggunakan *cluster sampling* dengan membagi populasi menjadi dua *cluster*.

Quota sampling merupakan teknik pengambilan sampel dengan memberikan jatah atau quota tertentu pada setiap kelompok. Pengumpulan data dilakukan langsung pada setiap unit sampling (Nuzul Zuriah, 2007:124). Setelah populasi terbagi menjadi dua *cluster*, maka setiap *cluster* diberi kuota masing-masing 10 sampel. Total sampel dari dua *cluster* sebanyak 20 individu. 20 sampel tersebut dipilih secara random dari populasi yang ada.

Adapun tahap-tahap dalam penentuan sampel dengan menggunakan teknik *cluster quota random sampling* pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Populasi dibagi menjadi dua *cluster* yaitu cluster pedagang ritel Waserda dan *cluster* pedagang pasar tradisional.
2. Setelah terbagi menjadi dua *cluster*, maka dari masing-masing *cluster* diambil sampel berdasarkan kuota yang telah ditentukan. Dalam penelitian ini kuota dari masing-masing *cluster*, dibatasi sebanyak 10 sampel.
3. Menentukan sampel secara random dari masing-masing *cluster* sebanyak 10 sampel dengan cara undian.

D. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah pelaku usaha ritel Waserda dan pedagang pasar tradisional yang menjual barang dagangan sejenis dengan

pasar modern pada radius 0-1 km dari pasar modern di Kecamatan Klirong, Kabupaten Kebumen.

E. Definisi Operasional Variabel

1. Keberadaan Pasar Modern

Pasar modern dalam penelitian ini berbentuk minimarket dan supermarket. Minimarket merupakan toko modern yang menyediakan produk kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari, sedangkan supermarket merupakan swalayan yang menyediakan produk makanan, pakaian, dan perlengkapan rumah tangga lainnya. Supermarket memiliki skala usaha yang lebih besar dari minimarket. Lokasi usaha yang mereka pilih sangat strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen.

2. Usaha Ritel Waserda

Usaha ritel Waserda merupakan toko yang menjual barang dagangan secara eceran dan masih dikelola secara konvensional. Barang-barang yang diperjualbelikan lebih mengutamakan pada produk makanan dan kebutuhan sehari-hari. Pelaku usaha belum memikirkan lokasi usahanya, pada umumnya mereka mendirikan usaha di tempat yang sudah mereka miliki, seperti di depan rumahnya. Sasaran konsumen mereka adalah konsumen yang tinggal di sekitar tempat usahanya.

Dampak pasar modern terhadap usaha ritel Waserda dalam penelitian ini, dilihat dari segi omset, pendapatan dan jumlah pelanggan.

3. Pedagang Pasar Tradisional

Pedagang pasar tradisional dalam penelitian ini, merupakan pedagang di pasar daerah yang ada di Kecamatan Klirong. Pasar tradisional merupakan tempat penjual dan pembeli melakukan transaksi jual beli. Penjualan di pasar tradisional dilakukan secara eceran dan melalui proses tawar-menawar. Pasar tradisional memiliki fasilitas yang relatif sederhana, terdiri dari kios-kios, los, dan tenda tempat berjualan. Pedagang yang ada di pasar tradisional adalah pedagang dalam skala usaha kecil.

Pedagang yang menjadi subyek penelitian, adalah pedagang yang menjual barang dagangan sejenis dengan pasar modern, seperti sembako, produk-produk makanan, sabun mandi, *shampoo, detergent*, dan kebutuhan sehari-hari lainnya.

Dampak pasar modern terhadap pedagang pasar tradisional dalam penelitian ini, dilihat dari segi omset, pendapatan dan jumlah pelanggan.

F. Teknik Pengumpulan Data

Dari segi cara atau teknik, teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi (pengamatan), *interview* (wawancara),

kuesioner (angket), dokumentasi atau gabungan keempatnya (Sugiyono, 2011: 309).

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner

“Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab” (Sugiyono, 2011: 199). Angket yang digunakan dalam penelitian ini merupakan bentuk angket tertutup, dimana responden hanya memilih salah satu alternatif jawaban dari setiap pertanyaan atau pernyataan yang telah tersedia.

Dalam penelitian ini, angket digunakan untuk mengetahui persepsi pelaku usaha ritel Waserda dan pedagang pasar tradisional terkait dengan keberadaan pasar modern dan kondisi demografi pedagangnya.

2. Wawancara

Wawancara yang digunakan adalah bentuk wawancara mendalam (*depth interview*). Wawancara digunakan untuk mengetahui dampak keberadaan pasar modern terhadap usaha ritel Waserda dan pedagang pasar tradisional dan upaya-upaya yang dilakukan oleh para pelaku usaha ritel tersebut untuk mempertahankan eksistensi usahanya.

Selain itu, wawancara juga dilakukan terhadap konsumen usaha ritel Waserda dan pasar tradisional. Wawancara terhadap

konsumen dimaksudkan untuk mengetahui dampak keberadaan pasar modern terhadap usaha ritel Waserda dan pedagang pasar tradisional.

3. Dokumentasi

Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumen-dokumen peraturan dan kebijakan pemerintah yang mengatur tentang penyelenggaraan pasar modern dan pasar tradisional. Dokumen-dokumen tersebut yaitu Perpres No. 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern dan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 53/M-DAG/PER/12/2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Dokumen lain berupa data demografi masyarakat Kecamatan Klirong dan foto-foto keadaan lapangan tempat peneliti melakukan penelitian.

G. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan adalah:

1. Peneliti

Dalam penelitian ini, peneliti adalah instrumen penelitian yang artinya peneliti merupakan perencana, pelaksana, pengumpul data, penafsir data, dan pada akhirnya melaporkan hasil penelitiannya.

2. Angket

Angket digunakan untuk memperoleh data tentang persepsi pelaku usaha ritel Waserda dan pedagang pasar tradisional tentang

keberadaan pasar modern dan dampak keberadaan pasar modern terhadap usahanya.

Instrumen angket dalam penelitian ini disusun dengan menggunakan modifikasi *Skala Likert* dengan lima alternatif jawaban yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Angket dibuat dengan pernyataan positif dan pernyataan negatif, dengan pedoman penskoran masing-masing alternatif jawaban (Sugiyono,2011:93).

Tabel 3. Kisi-kisi Instrumen Angket Persepsi Pelaku Usaha Ritel terhadap Keberadaan Pasar Modern.

No.	Indikator	No. Item
1.	Pengetahuan pelaku usaha tentang pasar modern.	1(+), 2(+)
2.	Persepsi pelaku usaha ritel terhadap keberadaan pasar modern.	3(+), 4(+), 5(-)
3.	Pengaruh Keberadaan pasar modern terhadap usahanya.	6(-)

Adapun pedoman penskoran masing-masing jawaban adalah sebagai berikut.

Tabel 4. Pedoman Penskoran Angket

Pilihan Jawaban	Skor Pernyataan	
	Positif	Negatif
Sangat Setuju	5	1
Setuju	4	2
Netral	3	3
Tidak Setuju	2	4
Sangat Tidak Setuju	1	5

3. Pedoman Wawancara

Wawancara sebagai instrumen penelitian digunakan untuk memperoleh data secara mendalam dari pelaku usaha ritel Waserda dan pedagang pasar tradisional mengenai dampak keberadaan pasar modern terhadap usahanya dan upaya-upaya yang dilakukan oleh para pelaku usaha ritel untuk mempertahankan eksistensi usahanya.

Selain itu, wawancara juga dilakukan terhadap konsumen untuk mendapatkan informasi lebih mendalam tentang dampak keberadaan pasar modern terhadap usaha ritel Waserda dan pedagang pasar tradisional dari pandangan konsumennya.

Tabel 5. Kisi-kisi Instrumen Wawancara Dampak Keberadaan Pasar Modern

Sumber Data	Indikator	No. Item
Pelaku usaha ritel Waserda dan pasar tradisional.	1. Keberadaan pasar modern memiliki dampak terhadap usaha ritel lainnya.	1, 2
	2. Dampak keberadaan pasar modern terhadap omset usaha ritel lainnya.	3, 4, 5, 6
	3. Dampak keberadaan pasar modern terhadap pendapatan usaha ritel lainnya.	7, 8, 9, 10
	4. Dampak keberadaan pasar modern terhadap jumlah pelanggan usaha ritel lainnya.	11, 12, 13
	5. Dampak keberadaan pasar modern terhadap eksistensi usaha ritel lainnya.	14, 15
	6. Dampak keberadaan pasar modern terhadap aspek lainnya.	16, 17

Tabel 6. Kisi-kisi Instrumen Wawancara Dampak Keberadaan Pasar Modern terhadap Konsumen

Sumber Data	Indikator	No. Item
Konsumen Waserda dan pasar tradisional	1. Alasan berbelanja di pasar tradisional atau Waserda.	1, 2
	2. Harga barang.	3
	3. Kualitas barang dan pelayanan.	4, 5
	4. Ketersediaan variasi barang dagangan.	6
	5. Frekuensi berbelanja.	7
	6. Pilihan tempat berbelanja.	8, 9
	7. Perbandingan jumlah pembelian.	10, 11

Tabel 7. Kisi-kisi Wawancara Upaya yang Dilakukan untuk mempertahankan Eksistensi Usahanya

Sumber Data	Indikator	No. Item
Pelaku usaha ritel Waserda dan pasar tradisional.	1. Upaya yang dilakukan pelaku usaha ritel untuk mempertahankan eksistensi usahanya.	1,
	2. Menerapkan strategi pemasaran baru.	2, 3, 4
	3. Menjual barang dengan harga lebih murah.	5, 6
	4. Menggunakan sistem diskon atau potongan harga.	7, 8
	5. Menambah modal usaha	9, 10
	6. Upaya lain yang dilakukan	11

4. Dokumentasi

Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Perpres No. 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern dan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 53/M-DAG/PER/12/2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar

Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Selain itu, dokumen lainnya berupa data demografi masyarakat Kecamatan Klirong serta foto-foto tentang kondisi lapangan.

H. Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik triangulasi data. Triangulasi merupakan cara memvalidasi data dengan membandingkan data dari berbagai perspektif, baik itu data yang berasal dari teknik pengumpulan data wawancara, angket, maupun dokumentasi.

Triangulasi dalam penelitian ini menggunakan triangulasi triangulasi sumber. Triangulasi sumber yaitu menguji kredibilitas dan dengan mengecek data kepada sumber yang berbeda. Triangulasi sumber dalam penelitian ini yaitu membandingkan data hasil wawancara dari pedagang usaha ritel Waserda dan pasar tradisional dengan wawancara dari konsumen Waserda dan pasar tradisional.

I. Teknik Analisis Data

Setelah melakukan penelitian, data yang diperoleh atau dikumpulkan dari lapangan harus dianalisis.

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2011: 335).

Teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu:

1. Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif digunakan untuk menghitung skor angket persepsi pelaku usaha ritel terhadap keberadaan pasar modern. Penilaian angket atau kuesioner dilakukan dengan menggunakan *Mean (M)* atau rerata.

Rumus menghitung rerata untuk sampel adalah sebagai berikut.

$$\bar{x} = \frac{x_1 + x_2 + x_3 + \dots + x_n}{n}$$

Keterangan:

\bar{x} : rerata

x : nilai data

n : jumlah data

Untuk melakukan analisis deskriptif, maka digunakan pengkategorian skor masing-masing variabel. Pengkategorian dilakukan berdasarkan Mean Ideal (M_i) dan simpangan baku ideal (SB_i) yang dihitung menggunakan rumus sebagai berikut.

$$M_i = \frac{1}{2} (ST + SR)$$

$$SB_i = \frac{1}{6} (ST - SR)$$

Keterangan:

M_i = Mean Ideal

SB_i = Simpangan baku ideal

ST = skor tertinggi

SR = skor terendah

Tingkat kecenderungan dikelompokkan ke dalam tiga kategori, yaitu tinggi, sedang, dan rendah. tingkat kecenderungan tersebut dijadikan kriteria penilaian seperti berikut ini.

Tabel 8. Kategori Nilai Angket

No.	Skor	Kategori
1.	$x \geq (M_i + 1 SB_i)$	Tinggi
2.	$(M_i - 1 SB_i) \leq x < (M_i + SB_i)$	Sedang
3.	$x < (M_i - 1 SB_i)$	Rendah

Sumber: Saifuddin Azwar (2009: 109)

Selain menggunakan rerata, data hasil wawancara yang berupa angka juga dihitung menggunakan persentase. Rumus menghitung persentase adalah sebagai berikut.

$$NP = \frac{\text{nilai setelah perubahan}}{\text{nilai sebelum perubahan}} \times 100\%$$

Keterangan:

NP : Nilai persen yang dicari
100 : Bilangan tetap

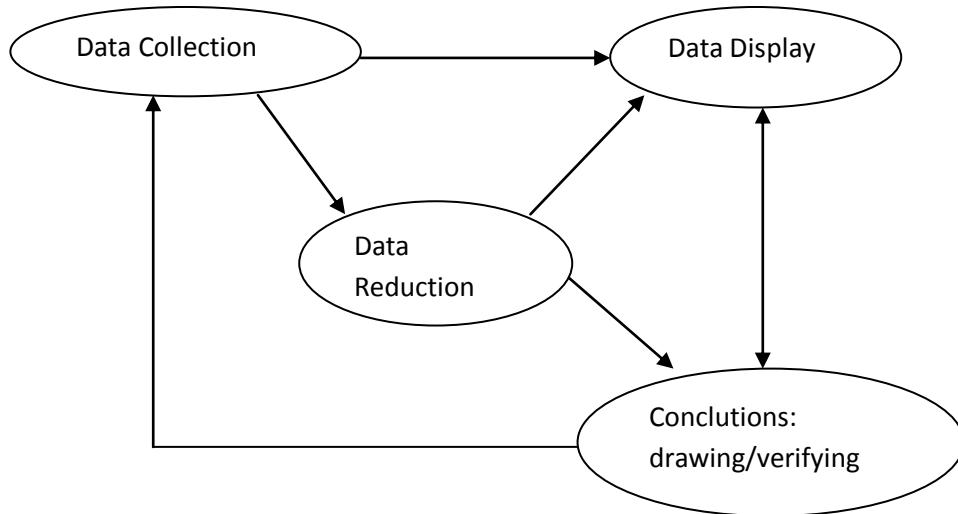
Menurut Suharsimi Arikunto (2010: 210), data kuantitatif tersebut dapat ditafsirkan dengan kalimat yang bersifat kualitatif.

2. Analisis Kualitatif

Miles and Huberman (1992: 16) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh.

Teknik analisis data dalam penelitian ini mengacu pada teknik analisis yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman, yang dilakukan melalui tiga komponen berurutan, yaitu reduksi data (*data reduction*),

penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan (*conclusion drawing*).



Gambar 2. Komponen dalam analisis data (*interactive model*) (Sugiyono, 2011: 338).

a. Reduksi data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemuatan, perhatian dan penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan (Miles and Huberman, 1992:16). Reduksi data dalam penelitian ini merupakan proses pemilihan dan penyederhanaan data melalui seleksi, memfokuskan dan pengabstrakan data mentah ke pola yang lebih terarah. Data dari hasil kuesioner, wawancara, dan dokumentasi dikelompokkan berdasarkan kepentingan pada rumusan masalah.

b. Penyajian data

Penyajian data dilakukan dalam rangka penyusunan informasi secara sistematis dari hasil penelitian. Penyajian data ini dilakukan dengan menampilkan data secara lebih sederhana dalam bentuk paparan naratif dan disajikan dalam laporan yang sistematis agar mudah dipahami.

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan upaya pencarian makna dari data yang terkumpul dan disajikan dalam bentuk pernyataan yang singkat dan padat tetapi mengandung pengertian yang sangat luas.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan disajikan hasil penelitian yang dilaksanakan beserta pembahasannya, yang secara garis besar akan diuraikan dalam sub-bab deskripsi daerah penelitian, pembahasan , dan pokok-pokok temuan.

A. Deskripsi Daerah Penelitian

1. Letak dan Luas Daerah

Kecamatan Klirong merupakan salah satu kecamatan di wilayah Kabupaten Kebumen Jawa Tengah. Kecamatan Klirong terbagi dalam 24 desa, yaitu: Jogosimo, Tanggulangin, Pandanlor, Tambakprogaten, Gebangsari, Klegenrejo, Bendogarap, Kedungsari, Jerukagung, Klejenwonosari, Klirong, Kaliwungu, Jatimalang, Karangglonggong, Ranterejo, Wotbuwono, Tambakagung, Sitirejo, Gadungrejo, Dorowati, Bumiharjo, Kebadongan, Podoluhur, dan Kedungwinangun.

Kecamatan Klirong merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Kebumen yang berbatasan langsung dengan Samudera Hindia/ Samudera Indonesia. Secara geografis, Kecamatan Klirong berbatasan dengan:

- a. Sebelah Barat : Kecamatan Petahanan
- b. Sebelah Utara : Kecamatan Pejagoan
- c. Sebelah Timur : Kecamatan Buluspesantren
- d. Sebelah Selatan : Samudera Indonesia

Kecamatan Klirong memiliki luas wilayah sebesar 4325 Ha atau 43,25 Km². Wilayah tersebut terbagi menjadi 2 kategori yaitu daerah

persawahan seluas 1326 Ha (13,26 Km²) dan daerah lahan kering seluas 2999 Ha atau hampir 30 Km². Kecamatan Klirong lebih didominasi oleh lahan kering. Lahan kering tersebut digunakan sebagai tempat tinggal, tempat usaha, dan masih banyak yang ditanami pohon atau digunakan sebagai tanah pekarangan.

Kecamatan Klirong juga dikenal sebagai salah satu daerah penghasil genteng Sokka di Kabupaten Kebumen. Di wilayah ini, banyak sekali berdiri pabrik genteng sokka. Pabrik tersebut merupakan pabrik milik perorangan atau keluarga.

Di Kecamatan Klirong terdapat dua pasar tradisional dan empat pasar modern yang telah berdiri. Pasar tradisional tersebut adalah Pasar Dorowati yang terletak di desa Dorowati dan pasar Wedhi yang terletak di Desa Klirong. Sedangkan pasar modern yang ada adalah Sinar Dorowati, Idaman, Talenta, dan Alfamart. Tiga pasar modern pertama, terletak di sekitar pasar Dorowati sedangkan Alfamart letaknya tidak jauh dari pasar Wedhi.

2. Keadaan Demografi Masyarakat

a. Komposisi Penduduk Menurut Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelaminnya, penduduk Kecamatan Klirong dapat dikategorikan menjadi dua kategori, yaitu laki-laki dan perempuan. Distribusi penduduk Kecamatan Klirong berdasarkan jenis kelaminnya disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 9. Banyaknya Penduduk Menurut Jenis Kelamin
Kecamatan Klirong Tahun 2011

Jumlah Penduduk			% Laki-laki	% Perempuan	% Total
Laki-laki	Perempuan	Jumlah			
26.809	28.907	55.716	48,12%	51,88%	100%

Sumber: Data sekunder yang diolah (kebumenkab.bps.go.id)

Tabel di atas menunjukkan bahwa distribusi penduduk antara laki-laki dan perempuan, lebih banyak perempuan. Jumlah penduduk laki-laki sebesar 26.809 jiwa atau 48,12%, sedangkan penduduk perempuan sebesar 28.907 jiwa atau 51,88% dari total jumlah penduduknya. Akan tetapi, perbandingan jumlah penduduk laki-laki dan perempuan tidak terlalu jauh, hanya berselisih 2,76%.

b. Komposisi Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan

Berdasarkan tingkat pendidikannya, penduduk Kecamatan Klirong dikategorikan menjadi penduduk yang tidak tamat SD, tamat SD, tamat SLTP, tamat SLTA, Diploma/ Sarjana. Distribusi penduduk berdasarkan tingkat pendidikannya dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 10. Banyaknya Penduduk Berdasarkan Pendidikan yang Ditamatkan Kecamatan Klirong Tahun 2011

	Pendidikan				
	Tidak tamat SD	Tamat SD	Tamat SLTP	Tamat SLTA	Diploma/ Sarjana
Jumlah	12.813	23.436	12.678	8.384	1160
Persentase (%)	21,91%	40,08%	21,68%	14,34%	1,98%

Sumber: Data sekunder yang diolah (kebumenkab.bps.go.id)

Tabel di atas menunjukkan bahwa penduduk yang tidak tamat SD mencapai 12.813 jiwa atau sebesar 21,91%. Sedangkan penduduk yang tamat SD menduduki urutan tertinggi yaitu sebanyak 23.436 jiwa atau 40,08%. Sedangkan penduduk yang tamat hingga SLTP sebanyak 12.678 (21,68%), tamat SLTA sebanyak 8.384 (14,34%), Diploma/ Sarjana sebanyak 1160 jiwa (1,98%).

c. Karakteristik Penduduk Menurut Umur Produktif dan Non Produktif

Berdasarkan usia produktifnya, penduduk Kecamatan Klirong dibedakan menjadi tiga kategori, yaitu penduduk usia 0-14 tahun, 15-64 tahun, dan penduduk usia 65 tahun atau lebih. Distribusi penduduk berdasarkan usianya, dapat ditabulasikan sebagai berikut.

Tabel 11. Banyaknya Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Kecamatan Klirong Tahun 2011

	Jumlah Penduduk			
	0-14 Tahun	15-64 Tahun	65 Tahun +	Total
Jumlah	14.545	33.591	5.146	53.282
Persentase (%)	27,30%	63,04%	9,66%	100%

Sumber: *Data sekunder yang diolah* (kebumenkab.bps.go.id)

Tabel di atas menunjukkan bahwa penduduk usia 0-14 tahun cukup banyak yaitu sebanyak 14.545 jiwa atau sebesar 27,30%. Sedangkan penduduk usia produktif mencapai 33.591 jiwa (63,04%). Jumlah penduduk usia lanjut (65 tahun atau lebih) di

Kecamatan Klirong mencapai 5.146 jiwa atau 9,66%. Dari jumlah tersebut, diketahui bahwa penduduk usia produktif di Kecamatan Klirong lebih banyak dibandingkan dengan penduduk usia tidak produktif.

d. Karakteristik Penduduk Menurut Mata Pencaharian

Mata pencaharian penduduk Kecamatan Klirong dapat dibedakan menjadi 10 kategori, antara lain: pertanian, pertambangan, industri pengolahan, bangunan, angkutan, dan keuangan. Distribusi penduduk berdasarkan mata pencahariannya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 12. Karakteristik Penduduk Menurut Mata Pencaharian
Kecamatan Klirong 2011

No.	Lapangan Usaha	Jumlah	Persentase (%)
1.	Pertanian, Kehutanan, Perkebunan & Perikanan	22.097	57,52%
2.	Pertambangan & Penggalian	11	0,03%
3.	Industri Pengolahan	4.526	11,78%
4.	Listrik, gas dan air	-	
5.	Bangunan	759	1,98%
6.	Perdagangan, Rumah Makan & Hotel	5.619	14,63%
7.	Angkutan, Penggudangan & Komunikasi	279	0,73%
8.	Keuangan, Asuransi, Swa Bank, Jasa Perusahaan	3.183	8,27%
9.	Jasa Kemasyarakatan	1.205	3,14%
10	Rumah Usaha	735	1,91%
Jumlah		38.414	100%

Sumber: *Data sekunder yang diolah* (kebumenkab.bps.go.id)

Tabel di atas mendeskripsikan mata pencaharian penduduk dari masing-masing kategori. Penduduk yang bermata pencaharian

di bidang pertanian, kehutanan, perkebunan dan perikanan berjumlah 22.097 jiwa atau sebesar 57,52%, bidang pertambangan dan penggalian terdapat 11 jiwa atau 0,03%, penduduk yang bermata pencaharian di bidang industri pengolahan sebanyak 4.526 jiwa atau 11,78%. Sedangkan penduduk yang bekerja di bidang bangunan sebanyak 759 jiwa atau 1,98%. Penduduk Kecamatan Klirong tidak ada yang bekerja di bidang listrik, gas, dan air (0%).

Penduduk Kecamatan Klirong yang bermata pencaharian di bidang perdagangan, rumah makan dan hotel sebanyak 5.619 jiwa atau sebesar 14,63% dan yang bermata pencaharian di bidang angkutan, penggudangan, dan komunikasi sebanyak 279 jiwa (0,73%). Sedangkan penduduk yang bermata pencaharian di bidang keuangan, asuransi, swa bank, dan jasa perusahaan sebanyak 3.183 jiwa atau 8,27%. Selanjutnya, penduduk yang bermata pencaharian di bidang jasa kemasyarakatan sebanyak 1.205 jiwa atau 3,14% dan di bidang rumah usaha sebanyak 735 jiwa atau 1,91%.

Dari data di atas, diketahui bahwa mayoritas penduduk Kecamatan Klirong bermata pencaharian di bidang pertanian, kehutanan, perkebunan dan perikanan yaitu sebesar 57,52%. Hal tersebut menunjukkan bahwa lebih dari separuh penduduknya menggantungkan hidupnya pada bidang pertanian, kehutanan, perkebunan dan pertanian.

e. Kepadatan Penduduk

Kepadatan penduduk merupakan jumlah penduduk yang tinggal dalam luas wilayah tertentu. Jumlah penduduk total Kecamatan Klirong sebesar 51.571 jiwa dengan luas wilayah 43,25 Km². Kepadatan penduduk Kecamatan Klirong pada tahun 2011 adalah 1192 per Km² yang berarti bahwa setiap 1 Km² wilayah Kecamatan Klirong dihuni oleh 1.192 jiwa.

3. Deskripsi Data Responden

Data responden yang disajikan meliputi profil responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia, dan tingkat pendidikan responden.

a. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelaminnya, responden diklasifikasikan menjadi 2 kategori, yaitu laki-laki dan perempuan. Deskripsi responden berdasarkan jenis kelaminnya, dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 13. Data Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Usaha	Jumlah Responden			% Lk	% Pr	% Total
	Lk	Pr	Jumlah			
Waserda	6	4	10	30%	20%	
Kios Pasar	1	9	10	5%	45%	
Jumlah	7	13	20	35%	65%	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden laki-laki sebanyak 7 orang atau 35% dari total responden. Sedangkan responden perempuan berjumlah 13 orang atau sebesar 65% dari total responden yang ada. Hal tersebut menunjukkan bahwa jumlah

responden perempuan lebih banyak dari responden laki-laki atau pedagang di Kecamatan Klirong lebih didominasi oleh perempuan.

b. Karakteristik Responden berdasarkan Usia.

Berdasarkan usia, responden dikelompokkan menjadi empat kelompok usia. Empat kelompok tersebut adalah usia 16-30 tahun, 31-45 tahun, 46-60 tahun, dan usia 61 tahun atau lebih. Karakteristik responden berdasarkan usia, disajikan dalam tabel sebagai berikut.

Tabel 14. Data Responden berdasarkan Usia

Jenis Usaha	Jumlah Responden			
	16-30 tahun	31- 45 tahun	46-60 tahun	61 + tahun
Waserda	1	4	4	1
Kios Psr	0	2	5	3
Jumlah	1	6	9	4
%	5%	30%	45%	20%

Sumber: Data primer yang diolah

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden memiliki usia yang beragam, mulai dari kategori usia 16-30 tahun sebanyak 1 orang (5%), 31-45 tahun sebanyak 6 orang (30%), 46-60 tahun sebanyak 9 orang (45%), dan yang berusia 61 tahun ke atas ada 4 orang responden atau sebesar 20%.

c. Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan

Berdasarkan tingkat pendidikannya, responden dapat dikategorikan menjadi beberapa kategori, yaitu: kategori tidak tamat SD, SD, SMP, SMA, Diploma/ Sarjana. Berikut ini adalah tabel distribusi responden berdasarkan tingkat pendidikannya.

Tabel 15. Data Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan

Jenis Usaha	Tingkat Pendidikan				
	Tdk Tamat SD	SD	SMP	SMA	Diploma/Sarjana
Waserda	-	2	3	3	2
Kios Psr	2	4	1	3	-
Jumlah	2	6	4	6	2
	10%	30%	20%	30%	10%

Sumber: Data primer yang diolah

Tabel di atas menunjukkan bahwa tingkat pendidikan responden sangat beragam. Dari dua puluh responden, masih ada 2 responden (10%) dari pedagang pasar tradisional yang tidak tamat SD. Dari keseluruhan responden, terdapat 6 responden (30%) yang hanya tamat SD, 4 responden merupakan pedagang pasar tradisional dan 2 respondennya merupakan pelaku usaha ritel Waserda. Selain itu, terdapat 4 responden (20%) yang tamat hingga SMP, dimana 3 respondennya merupakan pelaku usaha ritel Waserda dan 1 responden lainnya merupakan pedagang pasar tradisional. Responden yang tamat hingga SMA sebanyak 6 responden (30%), dan untuk responden yang menempuh pendidikan Diploma/Sarjana sebanyak 2 responden atau 10%.

B. Pembahasan dan Analisis Data

Pembahasan di bawah ini berisi data tentang hasil penelitian terhadap variabel-variabel penelitian.

1. Pasar Modern

Penyajian dan pembahasan data penelitian tentang pasar modern meliputi:

a. Implementasi Peraturan Pemerintah tentang Pendirian Pasar Modern di Kecamatan Klirong

Peraturan Presiden (Perpres No. 112 Tahun 2007) dan PERMENDAGRI No. 53 Tahun 2008 telah dibuat sebagai upaya untuk melindungi wirausahawan khususnya pedagang tradisional. Akan tetapi, di Kabupaten Kebumen belum ada peraturan khusus yang mengatur tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan, dan toko modern.

Implementasi kebijakan merupakan suatu proses pelaksanaan keputusan kebijakan (biasanya dalam bentuk Undang-undang, Peraturan pemerintah baik pusat maupun daerah). Pelaksanaan kebijakan adalah sesuatu yang penting, bahkan mungkin lebih penting daripada pembuatan kebijakannya. Kebijakan hanya akan menjadi sebuah impian atau rencana apabila tidak dapat terimplementasikan dengan baik.

Begitu juga dengan Perpres No. 112 Tahun 2007 dan Permendagri No. 53 Tahun 2008, memuat pasal-pasal yang menguntungkan dan memihak pada rakyat khususnya pedagang tradisional seperti pada pasal:

1) Minimarket, Supermarket dan Hypermarket menjual secara eceran barang konsumsi terutama produk makanan dan produk rumah tangga lainnya (Pasal 3 ayat 3 point a, Perpres No. 112 Tahun 2007).

Di lapangan, dua dari empat minimarket yang ada di Kecamatan Klirong justru menjual sedikit produk makanan dan perlengkapan sehari-hari. Mereka justru menjual pakaian dan perabotan rumah. Hal tersebut jelas telah melanggar aturan yang ada.

- 2) *Pendirian pusat perbelanjaan dan toko modern wajib memperhatikan jarak antara Hypermarket dengan Pasar Tradisional yang telah ada sebelumnya (Pasal 4 ayat 1 poin b, Perpres No. 112 Tahun 2007).*

Dalam kenyataannya, pendirian toko modern di Kecamatan Klirong tidak mengacu pada pasal tersebut. Terdapat 1 toko modern di Kecamatan Klirong yang letaknya persis di depan pintu masuk pasar tradisional, yang berarti bahwa tidak ada jarak antara toko modern dengan pasar tradisional yang telah ada sebelumnya.

- 3) *Pendirian pusat perbelanjaan dan toko modern wajib menyediakan areal parkir paling sedikit seluas kebutuhan parkir 1 (satu) unit kendaraan roda empat untuk setiap 60 m² (enam puluh meter per segi) luas lantai penjualan pusat perbelanjaan dan/atau toko modern (Pasal 4 ayat 1 poin c, Perpres No. 112 Tahun 2007).*

Pasar modern yang ada di Kecamatan Klirong, tidak memiliki lahan parkir yang memadai. Hanya ada satu toko

modern yang memiliki lahan parkir memadai, sedangkan tiga lainnya memiliki tempat parkir yang sangat sempit. Keterbatasan tempat parkir tersebut membuat pengunjung harus memarkir kendaraannya di tepi jalan.

- 4) *Pendirian minimarket baik yang berdiri sendiri maupun yang terintegrasi dengan Pusat Perbelanjaan atau bangunan lain wajib memperhatikan:*
 - a. *Kepadatan penduduk;*
 - b. *Perkembangan pemukiman baru;*
 - c. *Aksesibilitas wilayah (arus lalu lintas);*
 - d. *Dukungan/ ketersediaan infrastruktur; dan*
 - e. *Keberadaan Pasar Tradisional dan warung/toko di wilayah sekitar yang lebih kecil daripada Minimarket tersebut (Pasal 3 ayat 9, Permendagri No. 53 Tahun 2008).*

Pendirian minimarket di Kecamata Klirong belum memperhatikan kondisi tersebut. Hal tersebut jelas terlihat, karena mereka tidak mempedulikan jarak antara minimarket yang mereka bangun dengan pasar tradisional atau dengan toko/warung yang lebih kecil di sekitarnya.

- 5) *Kemitraan dengan pola perdagangan umum dapat dilakukan dalam bentuk kerjasama pemasaran, penyediaan lokasi usaha, atau penerimaan pasokan dari Pemasok*

kepada Toko Modern yang dilakukan secara terbuka (Pasal 5 ayat 1, Permendagri No. 53 Tahun 2008).

Kerjasama pemasaran sbagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat dilakukan dalam bentuk:

- a. *Memasarkan barang produksi UMKM yang dikemas atau dikemas ulang (repackaging) dengan merek pemilik barang, Toko Modern, atau merek lain yang disepakati dalam areal Pusat Perbelanjaan atau Toko Modern.*
- b. *Memasarkan produk hasil UMKM melalui etalase atau outlet dari Toko Modern (Pasar 5 ayat 2, Permendagri No. 53 Tahun 2008).*

Produk UMKM sudah ada di beberapa minimarket, walaupun jumlahnya masih sangat sedikit. Akan tetapi, belum ada kerja sama yang memasarkan produk UMKM melalui etalase atau outlet dari toko modern.

- 6) *Penyediaan lokasi usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan oleh pengelola Pusat Perbelanjaan dan toko modern kepada UMKM dengan menyediakan ruang usaha dalam areal Pusat Perbelanjaan atau Toko Modern (Pasal 5 ayat 3, Permendagri No. 53 Tahun 2008).*

Dari keempat toko modern yang ada di Kecamatan Klirong, tidak ada tempat atau ruang usaha yang tersedia.

Mereka tidak menyediakan ruang kosong untuk pelaku usaha mikro melakukan usaha di tempat tersebut. Tempat kosong yang tersisa sangat minim, bahkan untuk parkir kendaraan yang dibawa pengunjung saja masih kurang.

- 7) *Toko Modern dilarang melakukan promosi penjualan dengan harga lebih murah dibandingkan dengan harga di Pasar Tradisional terdekat untuk barang-barang kebutuhan pokok masyarakat (Pasal 7 ayat 2 poin p, Permendagri No. 53 Tahun 2008).*

Pada kenyataannya, toko modern selalu melakukan promosi penjualan dengan harga lebih murah dari harga jual di pasar tradisional dan toko/ warung di sekitar toko modern berdiri. Terkadang mereka melakukan promo harga barang tertentu, jauh di bawah harga pasaran pada umumnya.

b. Persepsi Pelaku Usaha Ritel Waserda dan Pedagang Pasar Tradisional terhadap Keberadaan Pasar Modern

Data hasil penyebaran angket persepsi pelaku usaha ritel waserda dan pedagang pasar tradisional terhadap keberadaan pasar modern dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 16. Hasil Rekap Angket Persepsi Usaha Ritel Waserda dan Pedagang Pasar Tradisional terhadap Keberadaan Pasar Modern.

No. Responden	Skor
1.	22
2.	22
3.	24
4.	27
5.	24
6.	25
7.	27
8.	27
9.	24
10.	20
11.	23
12.	21
13.	26
14.	23
15.	26
16.	27
17.	22
18.	23
19.	24
20.	23
Jumlah	480

Sumber: *data primer yang diolah*

Hasil analisis deskriptif dengan menggunakan *Mean* (M) untuk komponen persepsi usaha ritel Waserda dan pedagang pasar tradisional, diperoleh nilai maximum 30; nilai minimum 6; mean (M) 24.

Untuk menentukan kriteria nilai angket, maka dilakukan penghitungan Mean Ideal (M_i) dan simpangan baku ideal (SB_i). Dari data di atas, diperoleh nilai $M_i = 18$ dan nilai $SB_i = 4$. Skor masing-masing angket, dikategorikan menjadi tiga kategori yaitu

tinggi, sedang, dan rendah. Ketiga kategori tersebut ditentukan dengan perhitungan Mean Ideal menurut pendapatnya Saifuddin Azwar (2009:109). Hasil perhitungan pengkategorianya adalah sebagai berikut.

Tabel 17. Pedoman Pengkategorian Skor

No.	Skor	Kategori
1.	$x \geq 22$	Tinggi
2.	$14 \leq x < 22$	Sedang
3.	$x < 14$	Rendah

Sumber: Data primer

Dari pedoman pengkategorian skor di atas, maka masing masing skor dapat dikategorikan sebagai berikut.

Tabel 18. Frekuensi Pelaku Usaha Ritel Waserda dan Pedagang Pasar Tradisional atas Persepsi Negatifnya terhadap Pasar Modern

No.	Kategori	Jumlah
1.	Tinggi	18
2.	Sedang	2
3.	Rendah	0

Sumber: Data primer

Berdasarkan hasil pengkategorian tersebut, persepsi pelaku usaha ritel Waserda dan pedagang pasar tradisional terhadap keberadaan pasar modern hampir keseluruhan bersifat negatif dalam arti merasa dirugikan dengan adanya pasar modern di sekitar tempat usaha mereka. Persepsi negatif pelaku usaha ritel Waserda dan pedagang pasar tradisional dapat dikategorikan tinggi. Keberadaan pasar modern dapat menjadi pesaing bagi usaha mereka, sehingga dapat mengurangi omset dan pendapatan usaha serta jumlah pelanggannya.

2. Pedagang Pasar Tradisional

Pembahasan dan penyajian data tentang pedagang pasar tradisional meliputi:

a. Dampak Keberadaan Pasar Modern terhadap Usaha Pedagang Pasar Tradisional

Dampak keberadaan pasar modern terhadap pedagang pasar tradisional dalam penelitian ini dilihat dari 3 aspek, yaitu aspek omset, pendapatan, dan jumlah pelanggan.

1) Omset

Dari hasil wawancara, diketahui bahwa keberadaan pasar modern berpengaruh pada omset pedagang pasar tradisional. Pada umumnya, keberadaan pasar modern mengurangi omset penjualan usaha mereka. Adapun perubahan omset pedagang pasar tradisional dapat dilihat pada tabel No. 20.

Tabel No. 20 menunjukkan bahwa omset penjualan para pedagang di pasar tradisional mengalami penurunan. Dari sepuluh responden, tidak ada satupun responden yang mengatakan bahwa omset mereka tidak berubah ataupun mengalami peningkatan. Perubahan omset pedagang pasar tradisional rata-rata per hari antara sebelum dan setelah adanya minimarket yaitu dari Rp 875.000,00/hari menjadi

Rp665.000,00/hari atau mengalami penurunan sebesar Rp 210.000,00/hari atau sebesar 24%.

Tabel 19. Perubahan Omset Pedagang Pasar Tradisional di Kecamatan Klirong

No. Responden	X1 (Rp)	X2 (Rp)	Penurunan Omset (Rp)	Persentase (%)
1.	500.000	400.000	100.000	20%
2.	1.000.000	800.000	200.000	20%
3.	600.000	500.000	100.000	16,7%
4.	1.000.000	800.000	200.000	20%
5.	500.000	400.000	100.000	20%
6.	1.000.000	700.000	300.000	30%
7.	1.000.000	700.000	300.000	30%
8.	1.500.000	1.000.000	500.000	33,3%
9.	650.000	450.000	200.000	30,8%
10.	1.000.000	900.000	100.000	10%
Jumlah	8.750.000	6.650.000	2.100.000	24%
Rata-rata	875.000	665.000	210.000	24%

Sumber: *Data primer yang diolah*

Keterangan:

X1 = Omset sebelum adanya pasar modern

X2 = Omset setelah adanya pasar modern

2) Pendapatan

Dari hasil wawancara, pedagang di pasar tradisional mengaku bahwa pendapatan mereka juga menurun sejak berdirinya pasar modern di sekitar pasar tradisional. Penurunan itu juga dikarenakan penurunan jumlah omset usaha para pedagang pasar tradisional.

Perubahan pendapatan pedagang pasar tradisional dapat dilihat pada tabel No. 21 berikut ini.

Tabel 20. Perubahan Pendapatan Pedagang Pasar
Tradisional di Kecamatan Klirong

No. Responden	Y1 (Rp)	Y2 (Rp)	Penurunan Pendapatan	Persentase (%)
1.	150.000	100.000	50.000	33,33%
2.	250.000	200.000	50.000	20%
3.	200.000	150.000	50.000	25%
4.	250.000	150.000	100.000	40%
5.	100.000	70.000	30.000	30%
6.	200.000	150.000	50.000	25%
7.	250.000	150.000	100.000	40%
8.	300.000	200.000	100.000	33,33%
9.	200.000	150.000	50.000	25%
10.	200.000	150.000	50.000	25%
Jumlah	2.100.000	1.470.000	630.000	30%
Rata-rata	210.000	147.000	63.000	30%

Sumber: Data primer yang diolah

Keterangan:

Y1 = Pendapatan sebelum adanya pasar modern

Y2 = Pendapatan setelah adanya pasar modern

Dari tabel di atas, diketahui bahwa pendapatan pedagang pasar tradisional mengalami penurunan antara 20% sampai 40%. Seluruh responden mengalami penurunan pendapatan setelah adanya minimarket di sekitar pasar tradisional. Pendapatan pedagang pasar tradisional menurun dari rata-rata Rp 210.000 per hari menjadi Rp 147.000,00 per hari atau mengalami penurunan sebesar Rp 63.000,00 (30%).

3) Jumlah Pelanggan

Selain mengalami perubahan omset dan pendapatan, pedagang juga mengaku bahwa jumlah pelanggan mereka berkurang setelah berdirinya minimarket di sekitar pasar. Akan

tetapi, pelanggan yang berkurang adalah para konsumen akhir. Sedangkan untuk pelanggan grosir atau untuk dijual kembali jumlahnya tetap atau tidak mengalami penurunan.

Perubahan jumlah pelanggan pedagang pasar tradisional dapat dilihat dalam tabel berikut ini.

Tabel 21. Perubahan Jumlah Pelanggan Pedagang Pasar Tradisional di Kecamatan Klirong

No. Responden	Q1	Q2	Penurunan Jml Pelanggan	%
1.	20	15	5	25%
2.	30	20	10	33,3%
3.	20	12	8	40%
4.	30	25	5	16,7%
5.	20	10	10	50%
6.	30	20	10	33,3%
7.	25	20	5	20%
8.	35	20	15	42,9%
9.	25	15	10	40%
10.	20	15	5	25%
Jumlah	255	172	83	32,55%
Rata-rata	25	17	8	32%

Sumber: Data primer yang diolah

Keterangan:

Q1 = Jumlah pelanggan sebelum adanya pasar modern

Q2 = Jumlah pelanggan setelah adanya pasar modern

Tabel di atas menunjukkan perubahan jumlah pelanggan pedagang pasar tradisional sebelum dan setelah adanya pasar modern. Jumlah pelanggan di kios mereka mengalami penurunan cukup besar terutama untuk konsumen akhir. Jumlah pelanggan di kios pasar tradisional mengalami penurunan dari rata-rata 25 konsumen/ hari, menjadi 17

konsumen/hari atau mengalami penurunan sebanyak 8 konsumen atau sekitar 32%.

b. Upaya yang Dilakukan Pedagang Pasar Tradisional untuk Mempertahankan Eksistensi Usahanya

Dari hasil wawancara, dapat diketahui bahwa upaya yang dilakukan pedagang pasar tradisional untuk menjaga eksistensi usahanya masih sangat minim. Mereka mengaku berjualan seperti biasanya, sama seperti ketika belum ada pasar modern.

Dari segi strategi pemasaran, mereka menjual dagangannya secara tradisional yaitu melayani pembeli satu persatu, tidak ada harga yang tertera di masing-masing barang dagangan, dan penataan barang dagangan yang kurang menarik. Mereka tidak menerapkan strategi pemasaran baru dalam perkembangan bisnisnya.

Dari segi harga barang, mereka tidak menjual barang dagangan dengan harga lebih murah dari pasar modern. Akan tetapi, ada beberapa barang yang lebih murah seperti beras, tepung terigu, dan telur. Sedangkan untuk produk makanan dan kebutuhan sehari-hari, mereka menjual dengan harga sama dan kadang lebih mahal dari pasar modern.

Pedagang pasar tradisional tidak memberikan diskon atau potongan harga kepada konsumennya. Akan tetapi, mereka menerapkan dua harga yaitu harga eceran dan harga grosir. Jadi,

untuk pembeli yang membeli dalam jumlah besar diberi harga grosir.

Dalam usahanya, pedagang pasar tradisional tidak berupaya untuk menambah modal usaha. Mereka hanya melakukan usaha dengan modal yang mereka miliki saat ini. Penambahan modal sangat jarang mereka lakukan.

3. Usaha Ritel Waserda

a. Dampak Keberadaan Pasar Modern terhadap Usaha Ritel Waserda

Dampak keberadaan pasar modern terhadap usaha ritel Waserda dalam penelitian ini dilihat dari tiga aspek, yaitu aspek omset, pedapan dan jumlah pelanggan.

1) Omset

Dari hasil wawancara, diketahui bahwa omset usaha ritel Waserda juga mengalami penurunan setelah berdirinya pasar modern di Kecamatan Klirong. Perubahan omset usaha ritel Waserda dapat dilihat pada tabel No. 22 di bawah ini.

Dari tabel No. 22 dapat diketahui bahwa rata-rata omset usaha ritel Waserda sebelum adanya pasar modern sebesar Rp 2.520.000,00/ hari. Sedangkan omset rata-rata setelah adanya pasar modern menjadi Rp 2.110.000,00/ hari atau mengalami penurunan sebesar Rp 410.000,00. Penurunan omset rata-rata usaha ritel Waserda mencapai 16,3%.

Tabel 22. Perubahan Omset Usaha Ritel Waserda

No. Responden	X1 (Rp)	X2 (Rp)	Penurunan Omset	%
11.	3.000.000	2.500.000	500.000	16,7%
12.	2.000.000	1.700.000	300.000	15%
13.	3.000.000	2.500.000	500.000	16,7%
14.	3.500.000	3.200.000	300.000	8,6%
15.	700.000	500.000	200.000	28,6%
16.	4.000.000	3.500.000	500.000	12,5%
17.	4.000.000	3.500.000	500.000	12,5%
18.	2.500.000	2.000.000	500.000	20%
19.	1.000.000	700.000	300.000	30%
20.	1.500.000	1.000.000	500.000	33,3%
Jumlah	25.200.000	21.100.000	4.100.000	16,3%
Rata-rata	2.520.000	2.110.000	410.000	16,3%

Sumber: Data primer yang diolah

Keterangan:

X1 = Omset sebelum adanya pasar modern

X2 = Omset setelah adanya pasar modern

2) Pendapatan

Selain mengalami penurunan omset, pelaku usaha ritel Waserda secara serta merta juga mengalami penurunan pendapatan yang dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 23. Perubahan Pendapatan Usaha Ritel Waserda

No. Responden	Y1 (Rp)	Y2 (Rp)	Perubahan Pendapatan	%
11.	500.000	400.000	100.000	20%
12.	400.000	300.000	100.000	25%
13.	600.000	450.000	150.000	25%
14.	700.000	650.000	50.000	7,1%
15.	200.000	150.000	50.000	25%
16.	700.000	600.000	100.000	14,3%
17.	750.000	650.000	100.000	13,3%
18.	500.000	400.000	100.000	20%
19.	250.000	200.000	50.000	20%
20.	250.000	200.000	50.000	20%
Jumlah	4.850.000	4.000.000	850.000	17,5%
Rata-rata	485.000	400.000	85.000	17,5%

Sumber: Data primer yang diolah

Keterangan:

Y1 = Pendapatan sebelum adanya pasar modern

Y2 = Pendapatan setelah adanya pasar modern

Tabel di atas menunjukkan bahwa terjadi penurunan pendapatan usaha ritel Waserda setelah adanya pasar modern. Rata-rata pendapatan usaha ritel Waserda sebelum adanya pasar modern sebesar Rp 485.000,00/hari turun menjadi Rp 400.000,00/hari setelah adanya pasar modern. Rata-rata penurunan pendapatannya sebanyak Rp 85.000,00 atau sebesar 17,5%.

3) Jumlah Pelanggan

Selain mengalami perubahan omset dan pendapatan, pelaku usaha ritel Waserda juga mengalami perubahan jumlah pelanggan. Perubahan jumlah pelanggan usaha ritel Waserda antara sebelum dan setelah adanya pasar modern dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 24. Perubahan Jumlah Pelanggan Usaha Ritel

Waserda

No. Responden	Q1	Q2	Perubahan Jml Pelanggan	%
11.	40	25	15	37,5%
12.	30	20	10	33,3%
13.	40	30	10	25%
14.	40	25	15	37,5%
15.	40	30	10	25%
16.	45	30	15	33,3%
17.	50	35	15	30%
18.	40	35	5	12,5%
19.	35	25	10	28,6%
20.	45	30	15	33,3%
Jumlah	405	290	115	28,4%
Rata-rata	41	29	12	29%

Sumber: *Data primer yang diolah*

Keterangan:

Q1 = Jumlah pelanggan sebelum adanya pasar modern

Q2 = Jumlah pelanggan setelah adanya pasar modern

Tabel di atas menunjukkan bahwa terjadi perubahan jumlah pelanggan antara sebelum dan setelah adanya pasar modern. Rata-rata jumlah pelanggan di Waserda sebelum adanya pasar modern berjumlah 41 orang. Sedangkan setelah adanya pasar modern, jumlah pelanggan mereka menjadi 29 orang, yang berarti bahwa terjadi penurunan sebanyak 12 orang atau sekitar 29%.

b. Upaya yang Dilakukan Pelaku Usaha Ritel Waserda dalam Mempertahankan Eksistensi Usahanya

Upaya yang dilakukan oleh pelaku usaha ritel Waserda untuk mempertahankan eksistensi usahanya masih belum terlihat. Mereka hanya berjualan seperti biasanya, dan mengikuti arus pasar yang ada.

Para pelaku usaha ritel Waserda mengaku tidak ada strategi pemasaran baru dalam kegiatan usahanya. Mereka hanya menjual dengan cara yang selama ini telah mereka lakukan. Mereka juga tidak terpikirkan untuk mengubah strategi pemasaran pada usahanya.

Harga barang yang dijual di toko/warung mereka tidak ada perbedaan dengan harga barang di pasar modern. Akan tetapi, pada umumnya mereka menerapkan harga ganda yaitu

membedakan antara harga eceran dengan harga grosir. Selain itu, hanya ada beberapa barang yang harganya lebih murah dari pasar modern antara lain beras, telur, dan tepung terigu.

Pelaku usaha ritel Waserda juga tidak memberikan diskon kepada para pelanggannya. Potongan harga kadang diberikan kepada pelanggan/ konsumen yang berbelanja dalam jumlah besar. Akan tetapi, pada umumnya tidak ada potongan harga atau diskon yang diberikan.

Pelaku usaha ritel Waserda tidak menambah modal usahanya. Akan tetapi, terkadang uang usaha terpakai untuk keperluan pribadi dan diganti dengan jumlah yang tidak pasti pada waktu tertentu. Keuangan usaha dan pribadi pelaku usaha ritel Waserda tidak terpisah dengan jelas dan tidak dibukukan sehingga modal usaha mereka tidak dapat diketahui secara pasti.

4. Konsumen Waserda dan Pasar Tradisional

Dari hasil wawancara terhadap konsumen pasar tradisional yang berbelanja di kios sembako dan konsumen Waserda, diketahui bahwa konsumen selain berbelanja di pasar tradisional/ Waserda juga berbelanja di pasar modern. Harga barang yang diperjualbelikan di pasar tradisional atau Waserda relatif sama dengan harga barang di pasar modern. Kualitas barang dagangan yang diperjualbelikan di pasar tradisional dan Waserda sama dengan kualitas barang di pasar modern. Sedangkan untuk ketersediaan varian produk, di pasar

modern lebih banyak varian produk yang tersedia sehingga konsumen lebih bebas memilih produk sesuai selera.

Pelayanan yang diberikan pedagang pasar tradisional/ Waserda berbeda dengan di pasar modern. Di pasar tradisional/ Waserda, konsumen dilayani langsung oleh penjualnya satu per satu, dan konsumen tidak bebas memilih barang yang akan dibelinya. Sedangkan di pasar modern, konsumen melayani dirinya sendiri (swalayan) sehingga mereka bebas memilih barang sesuai yang diinginkan. Pelayanan di pasar modern juga lebih modern, barang-barang tertata rapi dan dikelompokkan sesuai jenisnya. Konsumen mengaku lebih suka dengan pelayanan di pasar modern.

Selain berbelanja di pasar tradisional atau Waserda, konsumen juga berbelanja di pasar modern. Perbandingan jumlah konsumsi di pasar tradisional dan pasar modern dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 25. Perbandingan Jumlah Konsumsi Masyarakat di Pasar Tradisional/Waserda dan Pasar Modern di Kecamatan Klirong

No. Responden	Pekerjaan	Pendidikan	Konsumsi di Psr Tradisional /Waserda	Konsumsi di Pasar Modern
1.	Ibu RT	SMA	100.000	200.000
2.	Dagang	SMP	300.000	100.000
3.	Dagang	SMP	600.000	100.000
4.	Dagang	SMA	2.000.000	100.000
5.	Ibu RT	SMP	100.000	300.000
6.	Mahasiswa	S1	50.000	300.000
7.	Guru	S1	100.000	350.000
8.	Dagang	SMP	2.000.000	50.000
9.	Ibu RT	SMA	100.000	200.000
10.	Ibu RT	SD	150.000	150.000

Sumber: Data primer yang diolah

Tabel di atas menunjukkan bahwa pekerjaan mempengaruhi jumlah uang yang dibelanjakan di pasar tradisional/ Waserda atau pasar modern. Para pedagang lebih banyak berbelanja di pasar tradisional atau Waserda ketimbang di pasar modern. Pedagang pasar tradisional dan Waserda memberikan harga grosir kepada pedagang yang berbelanja di tempat mereka. Sedangkan untuk ibu rumah tangga, guru, dan mahasiswa lebih banyak berbelanja di pasar modern dibandingkan dengan pasar tradisional dan Waserda.

C. Pokok-pokok Temuan

Selama pelaksanaan penelitian di lapangan, peneliti telah mengumpulkan data-data penelitian yang diperoleh dari hasil wawancara, angket, dan dokumentasi. Pada saat penelitian ada beberapa pokok-pokok temuan penelitian antara lain:

1. Setelah banyak berdiri toko modern, 2 kios di pasar tradisional telah mengalami kebangkrutan. Salah satu kios telah berganti pemilik, sedangkan satu kios lagi sampai sekarang masih tidak terpakai.
2. Pedagang pasar tradisional dan pelaku usaha ritel Waserda banyak yang mengeluhkan jarak toko modern yang terlalu dekat dengan tempat usaha mereka.
3. Keberadaan pasar modern di Kecamatan Klirong tidak berpengaruh pada pedagang sayuran dan buah di pasar tradisional.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Implementasi peraturan pemerintah dalam Perpres No. 112 Tahun 2007 dan Permendagri No. 53 Tahun 2008 tidak berjalan semestinya. Banyak pasal-pasal dalam peraturan tersebut yang tidak terlaksana dengan baik. Implementasi peraturan yang tidak sempurna dapat merugikan banyak pihak, termasuk pelaku usaha sejenis di sekitar usahanya.
2. Pelaku usaha ritel Waserda dan pedagang pasar tradisional memiliki persepsi negatif yang tinggi terhadap keberadaan pasar modern. Mereka menganggap bahwa keberadaan pasar modern berdampak negatif terhadap usaha mereka.
3. Keberadaan pasar modern memiliki dampak negatif terhadap omset, pendapatan, dan jumlah pelanggan pada usaha ritel Waserda dan pedagang pasar tradisional. Penurunan omset pada usaha ritel Waserda dan pedagang pasar tradisional masing-masing sebesar 24% dan 16,3%. Sedangkan untuk pendapatan usaha ritel Waserda dan pedagang pasar tradisional masing-masing penurunannya mencapai 30% dan 17,5%. Selain penurunan omset dan pendapatan, pelaku usaha ritel Waserda dan pedagang pasar tradisional juga mengalami penurunan jumlah pelanggan. Penurunan jumlah pelanggan pedagang pasar tradisional mencapai 32%, sedangkan usaha ritel Waserda mengalami penurunan sebesar 29%.

4. Upaya yang dilakukan oleh pelaku usaha ritel Waserda dan pedagang pasar tradisional masih sangat minim, bahkan tidak ada upaya yang berarti dalam usaha mempertahankan eksistensi usahanya.

B. Saran

1. Bagi Pelaku Usaha Ritel Waserda dan Pedagang Pasar Tradisional

Pelaku usaha ritel Waserda dan pedagang pasar tradisional sebaiknya melakukan upaya-upaya untuk mempertahankan eksistensi usahanya, misalnya dengan memperbaiki manajemen usaha, menambah modal usaha dan meningkatkan kualitas pelayan usahanya agar mampu bersaing dengan pasar modern.

2. Bagi Pemerintah Daerah

Pemerintah daerah seharusnya membuat peraturan daerah tentang pasar modern agar pendirian pasar modern tidak merugikan pihak-pihak lain, seperti usaha mikro, usaha ritel, dan pedagang pasar tradisional. Selain itu, dari peraturan yang telah ada seharusnya dapat diimplementasikan dengan sebaik mungkin agar perekonomian dapat berjalan seimbang. Pemerintah seharusnya berpihak pada pedagang kecil dan berupaya turut melestarikan usaha mereka.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang turut mempengaruhi hasil penelitian, antara lain:

1. Data mengenai jumlah omset, pendapatan, dan jumlah pelanggan yang diperoleh dalam penelitian ini hanya merupakan kira-kira dari masing-

masing responden karena responden tidak memiliki catatan untuk omset, pendapatan, dan jumlah pelanggan yang sebenarnya.

2. Karena keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya tidak semua pelaku usaha ritel Waserda dan pedagang pasar tradisional dijadikan responden dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Susilo dan Taufik. 2010. Dampak Keberadaan Pasar Modern terhadap Usaha Ritel Koperasi/ Waserda dan Pasar Tradisional. *Jurnal*. Diambil dari [http://eprints.umk.ac.id/154/2/DAMPAK KEBERADAAN PASAR MODERN.pdf](http://eprints.umk.ac.id/154/2/DAMPAK%20KEBERADAAN%20PASAR%20MODERN.pdf) pada tanggal 10 Oktober 2012, pukul 20.17 WIB.
- Basu Swastha DH. 1997. *Azas-Azas Marketing*. Jakarta: Liberty.
- BPS Kabupaten Kebumen. 2012. *Kecamatan Klirong dalam Angka*. Diambil dari <http://kebumenkab.bps.go.id/Publikasi/Kecamatan-Klirong-dalam-Angka> pada tanggal 27 Maret 2013 pukul 10.38 WIB.
- Budiono. 2002. *Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi No. 1 Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: BPFE.
- Christina Whidya Utami. 2006. *Manajemen Ritel (Strategi dan Implementasi Ritel Modern)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ensiklopedia Ekonomi. 1992. *Bisnis dan Management*. Jakarta: Cipta Adi Pustaka.
- Faisal Sanafiah. 2001. *Format-format Penelitian Sosial*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Isnaini P. Dewi, dkk. 2012. Pemodelan Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional di Surabaya Selatan Terkait Keberadaan Supermarket, Hypermarket, dan Minimarket. Diambil dari http://ejurnal.its.ac.id/index.php/sains_seni/article/view/1936/316 pada tanggal 11 Oktober 2012, pukul 10.13 WIB.
- Jeri Setiawan. 2011. “Pengaruh Keberadaan Minimarket terhadap Pendapatan Pedagang Kelontong di Kelurahan Klender Kecamatan Duren Sawit Jakarta Timur”. *Skripsi*. Jakarta: UNJ
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: BPFE UI
- _____. 1985. *Principles of Marketing, Second Edition (Dasar-dasar Marketing, Jilid 2)*; Penerjemah, Wilhelmus W. Bakwutun. Jakarta: Midas Surya Grafindo.

- Mankiw, N. Gregory. 2006. *Principles of Economics, 3th Edition (Pengantar Ekonomi Mikro, edisi 3); Penerjemah, Chriswan Sungkono.* Jakarta: Salemba Empat.
- Miftah Thoha. 1995. *Perilaku Organisasi, Konsep Dasar, dan Aplikasinya.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Miles, Matthew B. dan A. Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif Buku Tentang Metode-metode Baru; Penerjemah, Tjerjep Rohidi.* Jakarta: UI-Press.
- Murni Ediati. 2009. *The Outburst of Modern Market Development (Hypermart, Mall, and the kinds).* Diambil dari <http://eprints.undip.ac.id/20363/1/MURNI.pdf> pada tanggal 11 Oktober 2012, pukul 09.47 WIB.
- Nana Syaodih Sukmadinata. 2006. *Metode Penelitian Pendidikan.* Bandung: Remaja Rosdayakarya.
- Nawawi Hadari. 1991. *Metodologi Penelitian Bidang Sosial.* Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Neilson. A. C. 2004. *Modern Supermarket (Supermarket Modern), Penerjemah, AW Mulyani.* Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Nuzul Zuriah. 2007. *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan Teori-Aplikasi.* Jakarta: Bumi Aksara.
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 53/M-DAG/PER/12/2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Diambil dari http://hukum.unsrat.ac.id/pres/perpres_112_2007.pdf, tanggal 7 November 2012 pukul 11.07 WIB.
- Perpustakaan UPI. *Bab II Tinjauan Pustaka. Skripsi.* Bandung: UPI. Diambil dari http://repository.upi.edu/operator/upload/ta_spig_0802363_chapter2.pdf, pada tanggal 10 Januari 2013, pukul 11.05 WIB.

Rasidin Karo-karo Sitepu. *Dampak Keberadaan Pasar Modern terhadap Kinerja Ekonomi Regional. Jurnal. Medan: QE Journal, 01, 1-17.* Diambil dari http://qe-journal.unimed.ac.id/edisi/epdf/1/QEJ_Vol01_No01_1_Rasidin.pdf, tanggal 17 Januari 2013 pukul 17.52 WIB.

Rita Hanafie. 2010. *Pengantar Ekonomi Pertanian.* Yogyakarta: Andi Offset.

Saifuddin Azwar. 2009. *Tes Perstasi: Fungsi dan Pengembangan Pengukuran Prestasi Belajar.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Suharsimi Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Rev.ed.* Jakarta: PT Rineke Cipta

----- 2006. *Prosedur Penelitian.* Jakarta:Rineka Cipta.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D).* Bandung: Alfabeta.

Waluyo Hadi & Dini Hastuti. 2011. *Kamus Terbaru Ekonomi & Bisnis.* Surabaya: Reality Publisher.

Wihana Kirana Jaya. 2008. *Ekonomi Industri.* Yogyakarta: BPFE.

Wilda Nuraftia dan Irawati. 2011. *Dampak Pendirian Minimarket terhadap Omset Pedagang Tradisional di Desa Karang Asih Kecamatan Cikarang Utara Kabupaten Bekasi (Studi Kebijakan Peraturan Bupati Nomor 16 Tahun 2007 tentang Minimarket).* *Jurnal Madani Edisi II (2011: 52-61).*

LAMPIRAN

Angket Penelitian

“Studi Eksplorasi Dampak Keberadaan Pasar Modern terhadap Usaha Ritel Waserda dan Pasar Tradisional”

Responden : Pedagang Waserda/ Pasar Tradisional

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

Pendidikan :

Jenis Usaha :

Lokasi :

Jarak usaha dengan pasar modern :

Dalam keluarga saya, usaha ini merupakan:

- a. Usaha utama
- b. Usaha sampingan

Petunjuk Pengisian Angket

1. Tulis Identitas Anda.
2. Bacalah setiap pernyataan dengan teliti.
3. Berilah tanda cek (✓) pada pilihan jawaban yang telah tersedia sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Pernyataan terdiri dari lima pilihan jawaban, yaitu:

SS : Sangat Setuju TS : Tidak Setuju

S : Setuju STS : Sangat Tidak Setuju

N : Netral

4. Angket ini untuk keperluan penelitian, isilah sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

No.	Persepsi terhadap Keberadaan Pasar Modern	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya mengetahui tentang keberadaan pasar modern (Supermarket, Minimarket) di Kecamatan Klirong.					
2.	Jumlah Supermarket dan Minimarket di Kecamatan Klirong sudah cukup banyak.					
3.	Keberadaan pasar modern menjadi pesaing usaha saya.					
4.	Keberadaan pasar modern dapat mengancam eksistensi usaha saya.					
5.	Pasar modern dapat menjadi partner usaha saya.					
6.	Keberadaan pasar modern tidak berpengaruh terhadap usaha saya.					

Pedoman Wawancara Penelitian

Sumber: Pelaku usaha ritel Waserda dan pasar tradisional

A. Dampak Keberadaan Pasar Modern

- a. Apakah keberadaan pasar modern berpengaruh terhadap usaha Anda?
- b. Apakah pasar modern memiliki dampak negatif terhadap usaha Anda?
- c. Adakah dampak terhadap perubahan omset usaha Anda?
- d. Setelah adanya pasar modern, omset usaha Anda menjadi lebih tinggi atau lebih rendah?
- e. Berapa rata-rata omset usaha Anda per hari sebelum adanya pasar modern?
- f. Berapa rata-rata omset usaha Anda per hari setelah adanya pasar modern?
- g. Setelah adanya pasar modern, apakah ada dampak terhadap perubahan pendapatan dari usaha Anda?
- h. Jika ada, apakah pendapatan usaha Anda menjadi lebih tinggi atau lebih rendah?
- i. Berapa pendapatan rata-rata Anda per hari sebelum adanya pasar modern?
- j. Berapa pendapatan rata-rata Anda per hari setelah adanya pasar modern?
- k. Apakah ada dampak keberadaan pasar modern terhadap perubahan jumlah pelanggan di usaha Anda?
- l. Berapa jumlah pelanggan rata-rata per hari sebelum adanya pasar modern?
- m. Berapa jumlah pelanggan rata-rata per hari setelah adanya pasar modern?
- n. Apakah keberadaan pasar modern berpengaruh terhadap eksistensi usaha Anda?
- o. Apakah keberadaan pasar modern mengancam eksistensi usaha Anda?

- p. Adakah dampak lain yang disebabkan oleh keberadaan pasar modern terhadap usaha Anda?
- q. Apa saja dampak lain yang terjadi pada usaha Anda setelah berdirinya pasar modern?

B. Upaya untuk Mempertahankan Eksistensi Usahanya

- a. Adakah upaya yang Anda lakukan untuk mempertahankan eksistensi usaha Anda?
- b. Apakah Anda menerapkan strategi pemasaran baru dalam usaha Anda setelah adanya pasar modern?
- c. Strategi pemasaran baru apa yang Anda terapkan?
- d. Mengapa Anda memilih strategi pemasaran tersebut?
- e. Apakah Anda menjual barang dagangan dengan harga lebih murah dari pasar modern untuk menarik pelanggan?
- f. Barang apa saja yang dijual dengan harga lebih murah dari pasar modern?
- g. Apakah Anda menerapkan sistem diskon atau potongan harga dalam usaha Anda?
- h. Apa saja kriteria pembeli yang dapat memperoleh diskon atau potongan harga?
- i. Adakah upaya untuk menambah modal usaha?
- j. Berapakah penambahan modal usaha yang Anda lakukan?
- k. Apakah ada strategi lain yang diterapkan dalam usaha Anda?

Pedoman Wawancara

Sumber : Konsumen Waserda dan Pasar Tradisional

- a. Mengapa Anda berbelanja di pasar tradisional/ Waserda?
- b. Apa saja alasan Anda memilih berbelanja di pasar tradisional/ Waserda?
- c. Bagaimana harga barang di pasar tradisional/ Waserda jika dibandingkan dengan harga barang di pasar modern?
- d. Bagaimana pelayanan yang diberikan pedagang pasar tradisional/ Waserda jika dibandingkan dengan pasar modern?
- e. Bagaimana kualitas barang yang diperjualbelikan di pasar tradisional/ Waserda jika dibandingkan dengan kualitas barang di pasar modern?
- f. Bagaimana ketersediaan variasi barang di pasar tradisional/ Waserda jika dibandingkan dengan pasar modern?
- g. Seberapa sering Anda berbelanja di pasar tradisional/ Waserda?
- h. Apakah Anda juga berbelanja di pasar modern?
- i. Jika iya, lebih sering mana antara berbelanja di pasar tradisional/ Waserda dengan pasar modern?
- j. Seberapa besar uang yang Anda belanjakan di pasar tradisional/ Waserda dalam satu bulan?
- k. Seberapa besar uang yang Anda belanjakan di pasar modern dalam satu bulan?

Penskoran Angket

**Skor Angket Persepsi Pelaku Usaha Ritel Waserda dan Pedagang Pasar
Tradisional terhadap Keberadaan Pasar Modern**

No. Responden	Nomor Item Pernyataan						Skor Total
	1	2	3	4	5	6	
1.	4	4	4	2	4	4	22
2.	4	4	3	3	4	4	22
3.	5	4	4	3	4	4	24
4.	4	4	5	5	4	5	27
5.	4	4	4	4	4	4	24
6.	5	4	4	3	5	4	25
7.	5	5	4	4	5	4	27
8.	5	4	5	4	5	4	27
9.	5	4	4	2	5	4	24
10.	4	3	2	3	4	4	20
11.	4	4	4	3	4	4	23
12.	4	3	4	2	4	4	21
13.	5	4	4	4	5	4	26
14.	4	4	4	3	4	4	23
15.	4	5	4	4	4	5	26
16.	5	4	4	4	5	5	27
17.	4	4	4	2	4	4	22
18.	4	4	4	2	5	4	23
19.	4	4	4	3	5	4	24
20.	4	4	4	3	4	4	23
Jumlah							480

Perhitungan Mean Ideal

$$ST = 6 \times 5 = 30$$

$$SR = 6 \times 1 = 6$$

$$M_i = \frac{1}{2} (ST + SR)$$

$$= \frac{1}{2} (30 + 6)$$

$$= 18$$

$$SB_i = \frac{1}{6} (ST - SR)$$

$$= \frac{1}{6} (30 - 6)$$

$$= 4$$

Tabel 1. Perhitungan Pengkategorian Skor Angket

No.	Skor	Nilai	Kategori
1.	$x \geq (18 + 4)$	$x \geq 22$	Tinggi
2.	$(18 - 4) \leq x < (18 + 4)$	$14 \leq x < 22$	Sedang
3.	$x < (18 - 4)$	$x < 14$	Rendah

Tabel 2. Pengkategorian Skor Angket

No. Responden	Skor	Kategori
1.	22	Tinggi
2.	22	Tinggi
3.	24	Tinggi
4.	27	Tinggi
5.	24	Tinggi
6.	25	Tinggi
7.	27	Tinggi
8.	27	Tinggi
9.	24	Tinggi
10.	20	Sedang
11.	23	Tinggi
12.	21	Sedang
13.	26	Tinggi
14.	23	Tinggi
15.	26	Tinggi
16.	27	Tinggi
17.	22	Tinggi
18.	23	Tinggi
19.	24	Tinggi
20.	27	Tinggi

LAMPIRAN FOTO



Gambar: Minimarket yang terletak persis di depan pasar tradisional. Gambar diambil dari pintu masuk pasar tradisional. Minimarket tersebut tidak memiliki area parkir yang cukup untuk pengunjung, sehingga pengunjung memarkir kendaraan di pinggir jalan. Selain itu, minimarket tersebut juga tidak memberikan ruang usaha kepada pelaku usaha mikro untuk membuka usaha di sekitar minimarket.



Gambar: minimarket yang telaknya tidak jauh dari pasar tradisional. Tidak memiliki tempat parkir yang memadai.



Gambar: Minimarket di Kecamatan Klirong. Letak bangunannya sangat dekat dengan badan jalan, sehingga tidak memiliki tempat parkir dan penyediaan tempat/ ruang usaha bagi pelaku usaha mikro.



Gambar: Minimarket di atas tidak memberikan ruang usaha bagi pelaku usaha mikro di sekitar tempat usaha mereka.

Penyajian Data Hasil Wawancara
Dampak Keberadaan Pasar Modern terhadap Usaha Ritel Waserda dan Pedagang Pasar Tradisional

Responde: Pelaku Usaha Ritel Waserda dan Pedagang Pasar Tradisional

No. Responden	Jenis Usaha	X1 (Rp)	X2 (Rp)	Y1 (Rp)	Y2 (Rp)	Q1	Q2
1.	PPT	500.000	400.000	150.000	100.000	20	15
2.	PPT	1.000.000	800.000	250.000	200.000	30	20
3.	PPT	600.000	500.000	200.000	150.000	20	12
4.	PPT	1.000.000	800.000	250.000	150.000	30	25
5.	PPT	500.000	400.000	100.000	70.000	20	10
6.	PPT	1.000.000	700.000	200.000	150.000	30	20
7.	PPT	1.000.000	700.000	250.000	150.000	25	20
8.	PPT	1.500.000	1.000.000	300.000	200.000	35	20
9.	PPT	650.000	450.000	200.000	150.000	25	15
10.	PPT	1.000.000	900.000	200.000	150.000	20	15
11.	URW	3.000.000	2.500.000	500.000	400.000	40	25
12.	URW	2.000.000	1.700.000	400.000	300.000	30	20
13.	URW	3.000.000	2.500.000	600.000	450.000	40	30
14.	URW	3.500.000	3.200.000	700.000	650.000	40	25
15.	URW	700.000	500.000	200.000	150.000	40	30
16.	URW	4.000.000	3.500.000	700.000	600.000	45	30
17.	URW	4.000.000	3.500.000	750.000	650.000	50	35
18.	URW	2.500.000	2.000.000	500.000	400.000	40	35
19.	URW	1.000.000	700.000	250.000	200.000	35	25
20.	URW	1.500.000	1.000.000	250.000	200.000	45	30

Keterangan:

X1 = Omset sebelum adanya pasar modern

X2 = Omset sesudah adanya pasar modern

Y1 = Pendapatan sebelum adanya pasar modern

Y2 = Pendapatan setelah adanya pasar modern

Q1 = Jumlah pelanggan sebelum adanya pasar modern

Q2 = Jumlah pelanggan setelah adanya pasar modern

PPT = Pedagang pasar tradisional

URW = Usaha Ritel Waserda

Hasil Wawancara terhadap Pedagang Pasar Tradisional

Tema: Upaya yang dilakukan pedagang pasar tradisional untuk mempertahankan eksistensi usahnya.

- a. Adakah upaya yang Anda lakukan untuk mempertahankan eksistensi usaha Anda?

Jawab: tidak ada (seluruh responden).

- b. Apakah Anda menerapkan strategi pemasaran baru dalam usaha Anda setelah adanya pasar modern?

Jawab: tidak, berjualan seperti biasanya (seluruh responden).

- c. Strategi pemasaran baru apa yang Anda terapkan?

Jawab: -

- d. Mengapa Anda memilih strategi pemasaran tersebut?

Jawab: -

- e. Apakah Anda menjual barang dagangan dengan harga lebih murah dari pasar modern untuk menarik pelanggan?

Jawab: ada beberapa barang yang harganya lebih murah, seperti beras, tepung terigu, telur, tapi yang lainnya sama saja (responden 1, 2, 3, 4, 7). Tidak, harganya sama saja kadang malah lebih mahal(responden 5, 6, 8, 9, 10).

- f. Barang apa saja yang dijual dengan harga lebih murah dari pasar modern?

Jawab: beras, telur, tepung terigu, dan kebutuhan pokok lainnya. Kalau harga barang pabrik, sama saja (responden 1, 2, 3, 4, 7).

- g. Apakah Anda menerapkan sistem diskon atau potongan harga dalam usaha Anda?

Jawab: iya ada, membedakan harga grosir dan eceran. Kalau grosir harganya lebih murah (seluruh responden).

- h. Apa saja kriteria pembeli yang dapat memperoleh diskon atau potongan harga?

Jawab: pembeli yang membeli barang untuk dijual lagi, dan sudah langganan (seluruh responden).

- i. Adakah upaya untuk menambah modal usaha?

Jawab: tidak ada (responden 1, 3, 5, 6, 7, 8, 9, 10).

- j. Berapakah penambahan modal usaha yang Anda lakukan?

Jawab: -

- k. Apakah ada strategi lain yang diterapkan dalam usaha Anda?

Jawab: tidak ada (seluruh responden).

Hasil Wawancara terhadap Pelaku Usaha Ritel Waserda

Tema: Upaya yang dilakukan pelaku usaha ritel Waserda untuk mempertahankan eksistensi usahnya.

- a. Adakah upaya yang Anda lakukan untuk mempertahankan eksistensi usaha Anda?

Jawab: tidak ada (seluruh responden)

- b. Apakah Anda menerapkan strategi pemasaran baru dalam usaha Anda setelah adanya pasar modern?

Jawab: tidak (seluruh responden)

- c. Strategi pemasaran baru apa yang Anda terapkan?

Jawab: -

- d. Mengapa Anda memilih strategi pemasaran tersebut?

Jawab: -

- e. Apakah Anda menjual barang dagangan dengan harga lebih murah dari pasar modern untuk menarik pelanggan?

Jawab: tidak, harganya sama saja malah kadang lebih murah di minimarket (hampir semua responden)

- f. Barang apa saja yang dijual dengan harga lebih murah dari pasar modern?

Jawab: tidak ada, sama harganya (hampir seluruh responden).

- g. Apakah Anda menerapkan sistem diskon atau potongan harga dalam usaha Anda?

Jawab: tidak, tapi kami ada harga eceran ada harga grosir (seluruh responden).

- h. Apa saja kriteria pembeli yang dapat memperoleh diskon atau potongan harga?

Jawab: pembeli yang belanja untuk dijual kembali/ kulakan (responden 12, 13, 16, 20).

- i. Adakah upaya untuk menambah modal usaha?

Jawab: tidak ada, ga ada yang buat nambah modal (hampir semua responden).

- j. Berapakah penambahan modal usaha yang Anda lakukan?

Jawab: -

- k. Apakah ada strategi lain yang diterapkan dalam usaha Anda?

Jawab: tidak ada.

Hasil Wawancara terhadap Konsumen

Responden: konsumen Waserda dan pasar tradisional

1. Rekap Data Responden (Konsumen Usaha Ritel Waserda dan Pedagang Pasar Tradisional)

No. Responden	Tempat Belanja	Pendidikan	Usia	Pekerjaan
1.	Kios Pasar	SMK	48	Ibu RT
2.	Kios Pasar	SMP	45	Pedagang Keliling
3.	Kios Pasar	SMP	42	Pedagang
4.	Kios Pasar	SMA	40	Pemilik Warung
5.	Kios Pasar	SMP	34	Ibu RT
6.	Waserda	S1	22	Mahasiswa
7.	Waserda	S1	46	Guru
8.	Waserda	SMP	42	Pemilik Warung
9.	Waserda	SMA	25	Ibu RT
10.	Waserda	SD	57	Ibu RT

2. Penyajian data hasil wawancara pada konsumen.

1. Mengapa Anda berbelanja di pasar tradisional/ Waserda?

Jawab: dekat dari rumah (Responden 1, 6, dan 9), sudah langganan belanja disini (Responden 3, 4, 8, dan 10)

- m. Apa saja alasan Anda memilih berbelanja di pasar tradisional/ Waserda?

Jawab: sekalian belanja sayuran dan kebutuhan dapur (Responden 1 dan 5), sudah langganan dan dapat harga grosir (Responden 3, 4, dan 8).

- n. Bagaimana harga barang di pasar tradisional/ Waserda jika dibandingkan dengan harga barang di pasar modern?

Jawab: hampir sama, tapi ada yang lebih murah, ada yang lebih mahal. Yang lebih murah, biasanya beras, telur. Kalau yang lebih mahal, produk-produk kemasan, seperti sabun, deterjen, shampoo (responden 1,2, 5, 6, 7, 9, 10).

Kalau disini, saya dapat harga grosir, kan untuk dijual lagi. Kalau disana (pasar modern) kan susah untuk grosiran (responden 3, 4, 8).

- o. Bagaimana pelayanan yang diberikan pedagang pasar tradisional/ Waserda jika dibandingkan dengan pasar modern?

Jawab: pelayanannya berbeda, di pasar kan langsung dilayani oleh penjual, kalau di minimarket melayani sendiri (swalayan), jadi bisa memilih barang

yang akan dibeli. Kalau di sana (pasar modern), kan pelayanannya sudah modern semua mba. Pakai komputer.(semua responden)

- p. Bagaimana kualitas barang yang diperjualbelikan di pasar tradisional/ Waserda jika dibandingkan dengan kualitas barang di pasar modern?

Jawab: kalau kualitas si sama saja ya...pabriknya satu yang buat barang-barangnya (hampir semua responden).

- q. Bagaimana ketersediaan variasi barang di pasar tradisional/ Waserda jika dibandingkan dengan pasar modern?

Jawab: lebih bervariasi di minimarket, disana lengkap. Hampir semua merk ada (semua responden).

- r. Seberapa sering Anda berbelanja di pasar tradisional/ Waserda?

Jawab: ya cukup sering mba, seminggu sekali atau dua minggu sekali (responden 1, 5,8, 9, dan 10). Sering, 2 hari sekali, minimal seminggu dua kali (Responden 2, 3, dan 4). Jarang, kalau ada keperluan saja, sebulan sekali (responden 6 dan 7).

- s. Apakah Anda juga berbelanja di pasar modern?

Jawab: iya (semua responden).

- t. Jika iya, lebih sering mana antara berbelanja di pasar tradisional/ Waserda dengan pasar modern?

Jawab: kalau seringnya, ya sering di pasar (Responden 1, 2, 3, 4, 5, 8, 9, dan 10). Lebih sering di minimarket (Responden 6 dan 7).

- u. Seberapa besar uang yang Anda belanjakan di pasar tradisional/ Waserda dalam satu bulan?

Jawaban: pada tabel

- v. Seberapa besar uang yang Anda belanjakan di pasar modern dalam satu bulan?

Jawaban: pada tabel.

No. Responden	Jumlah Belanja di Pasar Tradisional/ Waserda per bulan	Jumlah belanja di Pasar Modern / bulan
1.	100.000	200.000
2.	300.000	100.000
3.	600.000	100.000
4.	2.000.000	100.000
5.	100.000	300.000
6.	50.000	300.000
7.	100.000	350.000
8.	2.000.000	50.000
9.	100.000	200.000
10.	150.000	150.000



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS EKONOMI**

Alamat : Karangmalang Yogyakarta, 0274 586168 Psw 387 (Jurusan Pendidikan Ekonomi)

No. : 1015/UN.34.18/LT/2013
Hal : Permohonan Izin Penelitian

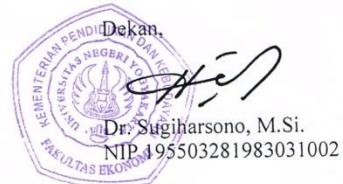
3 April 2013

Kepada Yth
Kepala BAKESBANGLINMAS DIY
Jl. Jenderal Sudirman No.5
Yogyakarta.

Kami bermaksud memohonkan izin mahasiswa:

Nama/NIM	:	Eka Yuliasih / 09404244023
Program Studi	:	Pendidikan Ekonomi
Fakultas	:	Ekonomi
Keperluan	:	Mencari data guna penyusunan Tugas Akhir Skripsi
Judul	:	STUDI EKSPLORASI DAMPAK KEBERADAAN PASAR MODERN TERHADAP USAHA RITEL WASERDA DAN PEDAGANG PASAR TRADISONAL DI KECAMATAN KLIRONG KABUPATEN KEBUMEN.

Demikian atas perhatian, kerjasama dan izin yang diberikan kami ucapkan terima kasih.





**PEMERINTAH DAERAH DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
BADAN KESATUAN BANGSA DAN PERLINDUNGAN MASYARAKAT
(BADAN KESBANGLINMAS)**
Jl. Jenderal Sudirman No 5 Yogyakarta - 55233
Telepon (0274) 551136, 551275, Fax (0274) 551137
YOGYAKARTA

Nomor : 074 / 591 / Kesbang / 2013
Perihal : Rekomendasi Ijin Penelitian

Yogyakarta, 04 April 2013

Kepada Yth.
Gubernur Jawa Tengah
Up. Kepala Badan Kesbangpol dan Linmas
Provinsi Jawa Tengah
Di
SEMARANG

Memperhatikan surat :

Dari : Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
Nomor : 1015/UN.34.18/LT/2013
Tanggal : 03 April 2013
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Setelah mempelajari surat permohonan dan proposal yang diajukan, maka dapat diberikan surat rekomendasi tidak keberatan untuk melaksanakan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul : " STUDI EKSPLORASI DAMPAK KEBERADAAN PASAR MODERN TERHADAP USAHA RITEL WASERDA DAN PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DI KECAMATAN KLIRONG KABUPATEN KEBUMEN ", kepada :

Nama : EKA YULIASIH
NIM : 09404244023
Prodi/Jurusan : Pendidikan Ekonomi
Fakultas : Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
Lokasi Penelitian : Kecamatan Klirong, Kabupaten Kebumen, Provinsi Jawa Tengah
Waktu Penelitian : April s/d Juni 2013

Sehubungan dengan maksud tersebut, diharapkan agar pihak yang terkait dapat memberikan bantuan / fasilitas yang dibutuhkan.

Kepada yang bersangkutan diwajibkan :

1. Menghormati dan mentaati peraturan dan tata tertib yang berlaku di wilayah penelitian;
2. Tidak dibenarkan melakukan penelitian yang tidak sesuai atau tidak ada kaitannya dengan judul penelitian dimaksud;
3. Melaporkan hasil penelitian kepada Badan Kesbanglinmas DIY;

Rekomendasi Ijin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang tidak mentaati ketentuan tersebut di atas.

Demikian untuk menjadikan maklum.



Tembusan disampaikan Kepada Yth

1. Gubernur DIY (sebagai laporan);
2. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta;
3. Yang bersangkutan.



PEMERINTAH PROVINSI JAWA TENGAH
BADAN KESATUAN BANGSA POLITIK DAN PERLINDUNGAN MASYARAKAT
Jl. A. YANI NO. 160 TELP. (024) 8454990 FAX. (024) 8414205, 8313122
EMAIL : KESBANG@JATENPROV.GO.ID
SEMARANG - 50136

SURAT REKOMENDASI SURVEY / RISET
Nomor : 070 / 0910 / 2013

- I. DASAR : 1. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia. Nomor 64 Tahun 2011. Tanggal 20 Desember 2011.
2. Surat Edaran Gubernur Jawa Tengah. Nomor 070 / 265 / 2004. Tanggal 20 Februari 2004.
- II. MEMBACA : Surat dari Gubernur DIY. Nomor 074 / 591 / Kesbang / 2013. Tanggal 04 April 2013.
- III. Pada Prinsipnya kami TIDAK KEBERATAN / Dapat Menerima atas Pelaksanaan Penelitian / Survey di Kabupaten Kebumen.
- IV. Yang dilaksanakan oleh
 1. Nama : EKA YULIASIH.
 2. Kebangsaan : Indonesia.
 3. Alamat : Karangmalang Yogyakarta.
 4. Pekerjaan : Mahasiswa.
 5. Penanggung Jawab : Dr. Sugiharsono, M.Si.
 6. Judul Penelitian : Studi Eksplorasi Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Usaha Ritel Waserda Dan Pedagang Pasar Trasional Di Kecamatan Klirong Kabupaten Kebumen.
 7. Lokasi : Kabupaten Kebumen.

V. KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :

1. Sebelum melakukan kegiatan terlebih dahulu melaporkan kepada Pejabat Setempat / Lembaga Swasta yang akan dijadikan obyek lokasi untuk mendapatkan petunjuk seperlunya dengan menunjukkan Surat Pemberitahuan ini.
2. Pelaksanaan survey / riset tidak disalah gunakan untuk tujuan tertentu yang dapat mengganggu kestabilan pemerintahan. Untuk penelitian yang mendapat dukungan dana dari sponsor baik dari dalam negeri maupun luar negeri, agar dijelaskan pada saat mengajukan perijinan. Tidak membahas masalah Politik dan / atau agama yang dapat menimbulkan terganggunya stabilitas keamanan dan ketertiban.

3. Surat Rekomendasi dapat dicabut dan dinyatakan tidak berlaku apabila pemegang Surat Rekomendasi ini tidak mentaati / mengindahkan peraturan yang berlaku atau obyek penelitian menolak untuk menerima Peneliti.
4. Setelah survey / riset selesai, supaya menyerahkan hasilnya kepada Badan Kesbangpol Dan Linmas Provinsi Jawa Tengah.

VI. Surat Rekomendasi Penelitian / Riset ini berlaku dari :

April 2013 s.d Juli 2013.

VII. Demikian harap menjadikan perhatian dan maklum.

Semarang, 11 April 2013





PEMERINTAH KABUPATEN KEBUMEN
KANTOR KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
JALAN ARUMBINANG NOMOR 15 TELEPON (0287) 384088
KEBUMEN 54311

REKOMENDASI

NOMOR : 072 / 154 / 2013

**TENTANG
IJIN PENELITIAN**

Menunjuk surat dari Wakil Dekan 1 FE Universitas Negeri Yogyakarta Nomor: 070/0910/2013 tanggal 11 April 2013 perihal permohonan ijin penelitian, dengan ini memberikan REKOMENDASI atas kegiatan penelitian/survei/riset di Kabupaten Kebumen yang akan dilaksanakan oleh :

Nama	:	EKA YULIASIH
Pekerjaan	:	Mahasiswa
NIM	:	09404244023
Alamat	:	Desa Waluyorejo Rt 019 Rw 008 Puring Kebumen
Penanggung Jawab	:	Dr. Sugiharsono, M.Si
Jumlah Peserta	:	1 orang
Lokasi	:	Kecamatan Klerong Kebumen
Waktu	:	17 April 2013 s/d 30 Juni 2013
Judul / Tema Penelitian	:	Studi Eksplorasi Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Usaha Ritel Waserda dan Pedagang Pasar Tradisional di Kecamatan Klerong Kebumen

✓ modern y

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Sebelum melaksanakan penelitian/survei/riset wajib terlebih dahulu melaporkan kepada pejabat pemerintah terkait untuk mendapat petunjuk, dengan sebelumnya memberikan copy/salinan/tembusan surat ijin penelitian/survei/riset yang diterbitkan oleh BAPPEDA Kab. Kebumen;
2. Pelaksanaan penelitian/survei/riset tidak disalahgunakan untuk tujuan tertentu yang dapat mengganggu stabilitas pemerintahan. Untuk penelitian yang dapat dukungan dana dari sponsor baik dalam negeri maupun luar negeri, agar dijelaskan pada saat mengajukan perijinan. Tidak membahas masalah politik dan atau agama yang dapat menimbulkan terganggunya stabilitas keamanan dan ketertiban;
3. Wajib menjaga tata tertib dan mentaati ketentuan-ketentuan yang berlaku;
4. Surat Rekomendasi ini dapat dicabut dan dinyatakan tidak berlaku apabila pemegang Surat Rekomendasi ini tidak mentaati / mengindahkan peraturan yang berlaku.

Demikian untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Kebumen, 16 April 2013

a.n. BUPATI KEBUMEN
KEPALA KANTOR KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
KABUPATEN KEBUMEN



Pembina

NIP 19650521 199203 1 009



**PEMERINTAH KABUPATEN KEBUMEN
BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH
(BAPPEDA)**

Jl. Veteran No. 2 Telp/Fax. (0287) 381570, Kebumen - 54311

Kebumen, 17 April 2013

Nomor : 071-1/152/2013
Lampiran : -
Hal : Ijin Penelitian

Kepada:
Yth Camat Klirong

di-
KLIRONG

Menindak-lanjuti rekomendasi Bupati Kebumen Nomor 072/154/2013, tanggal 16 April 2013, tentang Ijin Penelitian, maka dengan ini diberitahukan bahwa pada Instansi/wilayah Saudara akan dilaksanakan penelitian oleh :

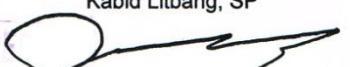
1. Nama/NIM : Eka Yuliasih/09404244023
2. Pekerjaan : Mahasiswi UNY Yogyakarta
3. Alamat : Desa Waluyorejo, RT.019/RW.008,
Kec. Puring, Kab. Kebumen
4. Penanggung Jawab : Dr. Sugiharsono, M.Si.
5. Judul Penelitian : Studi Eksplorasi Dampak Keberadaan Pasar Modern terhadap Usaha Ritel Waserda dan Pedagang Pasar Tradisional di Kecamatan Klirong Kabupaten Kebumen.
6. Waktu penelitian : 17 April s/d 17 Juli 2013

Dengan ketentuan-ketentuan sebagai berikut :

- a. Pelaksanaan survey/penelitian tidak disalahgunakan untuk tujuan tertentu yang dapat mengganggu kestabilan Pemerintah.
- b. Setelah survey/penelitian selesai diharuskan melaporkan hasil-hasilnya kepada BAPPEDA Kabupaten Kebumen.

Demikian surat ijin ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

A.n. KEPALA BAPPEDA KABUPATEN KEBUMEN
Kabid Litbang, SP



Drs. PAMUNGKAS T WASANA, M.Si.
 Penata Tk I
 NIP. 19730110 19203 1 001

Tembusan : disampaikan kepada Yth.
 1. Yang bersangkutan;
 2. Arsip.