

KAJIAN STRATEGI BERTAHAN TOKO TRADISIONAL DITENGAH MARAKNYA *MINIMARKET* DI KECAMATAN MEDAN DENAI

Adelina Lubis

Dosen Universitas Medan Area

Tohap Parulian

Dosen Universitas Medan Area

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak berdirinya minimarket terhadap omset penjualan dan keuntungan toko tradisional, untuk mengetahui dampak jarak berdirinya minimarket terhadap omset penjualan dan keuntungan toko tradisional, dan untuk mengkaji strategi bertahan toko tradisional ditengah maraknya minimarket. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Medan Denai. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pemilik toko tradisional yang ada di Kecamatan Medan Denai yang berjumlah 2.158. Sampel nya adalah 95 pemilik toko tradisional yang ada di Kecamatan Medan Denai. Sampel penelitian menggunakan teknik Simple Random Sampling. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara Daftar Pertanyaan (Quesioner), Wawancara, dan Dokumentasi. Jenis dan sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Mengukur hasil dampak menggunakan analisis metode SWOT. Keberadaan minimarket di Kecamatan Medan Denai memiliki dampak terhadap toko tradisional, hal ini dapat dilihat dari menurunnya pendapatan pedagang toko tradisional di Kecamatan Medan Denai. Penurunan jumlah pendapatan pedagang toko tradisional terbukti dari jumlah komoditas penjualan yang menurun seperti kebutuhan pokok dan lain-lain

Kata Kunci : Toko Tradisional, Minimarket

PENDAHULUAN

Salah satu ritel modern yang mengalami pertumbuhan cukup pesat di Indonesia saat ini adalah *minimarket* dengan konsep waralaba atau *franchise*. Tumbuh pesatnya *minimarket* ke wilayah pemukiman, berdampak buruk bagi toko tradisional yang telah ada di wilayah tersebut. Banyak pemilik warung kehilangan pelanggan yang dapat mengurangi omset penjualan. Keberadaan *minimarket* yang jaraknya sangat berdekatan tentu akan memunculkan persaingan dan monopoli di wilayah tersebut. Dari segi harga, *minimarket* sering mengadakan promosi dengan pemotongan harga yang menarik. Selain menyediakan barang-barang

local, *minimarket* pun menyediakan barang-barang impor dengan kualitas yang lebih terjamin karena melalui penyeleksian terlebih dahulu secara ketat sehingga barang yang tidak memenuhi persyaratan klasifikasi akan ditolak. Sehingga para konsumen beralih ke *minimarket* tersebut dengan kualitas pelayanan yang lebih baik dari toko tradisional. Hal ini tentu saja membuat harapan pemilik toko tradisional untuk mencari penghasilan guna memenuhi kebutuhan sehari-hari dari keuntungan yang diperoleh mulai sedikit tersendat.

Dalam periode enam tahun terakhir, dari tahun 2007–2012, jumlah gerai ritel modern di Indonesia

mengalami pertumbuhan rata-rata 17,57% per tahun. Pada tahun 2007, jumlah usaha ritel di Indonesia masih sebanyak 10.365 gerai, kemudian pada tahun 2011 mencapai 18.152 gerai tersebar di hampir seluruh kota di Indonesia. Pertumbuhan jumlah gerai tersebut tentu saja diikuti dengan pertumbuhan penjualan. Menurut Asosiasi Perusahaan Ritel Indonesia (Aprindo), pertumbuhan bisnis ritel di Indonesia antara 10%–15% per tahun. Penjualan ritel pada tahun 2006 masih sebesar Rp49 triliun, dan melesat hingga mencapai Rp120 triliun pada tahun 2011. Sedangkan pada tahun 2012, pertumbuhan ritel diperkirakan masih sama, yaitu 10%–15%, atau mencapai Rp138 triliun. Jumlah pendapatan terbesar merupakan kontribusi dari *hipermarket*, kemudian disusul oleh *minimarket* dan *supermarket*.

Masuknya toko modern ke setiap system jaringan jalan dalam bentuk *minimarket* telah mengancam keberadaan toko-toko tradisional yang berada di daerah sekitarnya, dimana toko tradisional yaitu toko yang menyediakan kebutuhan rumah tangga seperti sembako, makanan dan minuman. Toko tradisional merupakan usaha yang dimiliki sebagian masyarakat dan dijadikan penopang hidup mereka. Selain mudah dalam hal pendirian dengan modal yang tidak besar, usaha ini pun berpotensi menghasilkan keuntungan secara langsung. Toko tradisional secara umum merupakan bisnis keluarga yang tidak menutup kemungkinan dapat juga menyerap tenaga kerja (rahman, dkk).

Banyaknya gerai waralaba yang dibuka oleh pengusaha kecil ataupun besar merupakan suatu bukti bahwa bisnis waralaba telah merambah

masuk ke Indonesia. Ditambah lagi masyarakat Indonesia yang mulai memiliki gaya hidup dan sangat menyenangi berbagai produk asing. Dengan kondisi tersebut, franchisor (pewaralaba) asing tidak begitu mengalami kesulitan untuk menawarkan produk atau jasa mereka kepada masyarakat Indonesia secara luas.

Kota Medan yang termasuk salah satu kota ketiga terbesar di Indonesia, terdapat banyak *minimarket*. Menjamurnya *minimarket* pada satu sisi, menunjukkan perkembangan perekonomian yang bagus. Ekspansi *minimarket* hingga ke daerah-daerah merupakan ekspansi dari kemajuan perekonomian Indonesia secara makro. Pertumbuhan usaha waralaba jenis *minimarket* di Kota Medan cukup pesat termasuk di Kecamatan Medan Denai. Kecamatan Medan Denai merupakan Kecamatan yang ada di Kota Medan, jumlah *minimarket* yang ada di Kecamatan Medan Denai pada Tahun 2014 berjumlah 826 gerai *minimarket* (Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Medan).

Berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia (Perpres) Nomor 112 Tahun 2007 dan Peraturan Walikota (Perwal) Medan Nomor 20 Tahun 2011 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, ada beberapa pasal aturan terpenting untuk penataan *minimarket* sehingga tidak merugikan pedagang kecil eceran maupun pedagang yang ada di pasar tradisional. Pasal tersebut menjelaskan bahwa pendirian *minimarket* harus ada kemitraan dengan pedagang kecil eceran

(pedagang kue, rokok, roti, dan sebagainya), dan berdasarkan Perwal Kota Medan Noor 20 Tahun 2011 pasal 7 ayat 3 khusus minimarket diatur jarak minimal 500 meter dari minimarket yang sudah ada dan berjarak 250 meter, dari pasar tradisional.

Meskipun pendirian minimarket sudah diatur dalam Perpres Nomor 112 Tahun 2007 dan Perwal nomor 20 tahun 2011. Masih banyak pelanggaran yang terjadi khususnya di Kota Medan. Dari hasil pantauan penulis di lapangan khususnya di wilayah Kecamatan Medan Denai terdapat 16 gerai yang jarak antara gerai minimarket yang satu dengan lainnya kurang dari 100 meter dan hanya berjarak 5-20 meter dari toko tradisional. Bahkan terdapat beberapa minimarket seperti Indomaret dan Alfamart yang jaraknya saling berdekatan, berhadapan serta berdampingan satu dengan lainnya. Keberadaan minimarket tersebut dapat memunculkan iklim persaingan tidak sehat antara minimarket yang satu dengan yang lainnya maupun dengan pedagang-pedagang toko tradisional di sekitarnya.

Hal ini tentu mengganggu keberadaan toko tradisional yang berada di Kecamatan Medan Denai. Perubahan keuntungan yang terjadi pada usaha toko tradisional khususnya di Kecamatan Medan Denai sangat signifikan. Tumbuh pesatnya *minimarket* dengan jarak yang saling berdekatan dengan toko tradisional membuat omset penjualan toko tradisional menurun.

Jika hal ini terus terjadi maka toko tradisional tidak dapat membiayai operasional sehingga toko akan mengalami kerugian dan menutup

usaha toko tradisional. Fenomena ini yang melatar belakangi peneliti untuk meneliti perubahan keuntungan yang terjadi di Kecamatan Medan Denai, dan harus ada alternatif solusi bagi pemilik toko tradisional agar dapat bertahan di tengah maraknya *minimarket* yang ada di Kecamatan Medan Denai.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, mengukur hasil dampak menggunakan analisis metode *SWOT* dan analisis metode *difference-in-difference*, metode yang lazim dipakai dalam evaluasi dampak.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Medan Denai, kecamatan medan denai memiliki 6 (enam) kelurahan/ desa yaitu kelurahan/desa Medan Denai, Medan Tenggara, Medan Denai, Tegal Sari Mandala III, Tegal Sari Mandala II, dan Tegal Sari Mandala I. Waktu Penelitian akan direncanakan mulai bulan April sampai Desember 2015.

Populasi Dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pemilik toko tradisional yang ada di kecamatan medan denai yang terdiri dari kelurahan/desa medan binjai, medan tenggara, medan denai, medan tegal sari mandala III, Tegal Sari Mandala II, dan Tegal Sari Mandala I yang berjumlah 2158. dapat diketahui jumlah sampel untuk tiap kelurahan yaitu: sampel untuk kelurahan medan binjai adalah $15\% \times 95 = 14$ pemilik toko tradisional. Sampel untuk kelurahan medan tenggara adalah $19\% \times 95 = 18$ pemilik toko tradisional. Sampel untuk kelurahan medan denai adalah $25\% \times 95 = 24$

pemilik toko tradisional. Sampel untuk kelurahan medan tegal sari Mandala III adalah $12\% \times 95 = 12$ pemilik toko tradisional. Sampel untuk kelurahan Medan Tegal Sari Mandala II adalah $16\% \times 95 = 15$ pemilik toko tradisional. Sampel untuk kelurahan Medan Tegal Sari Mandala I adalah $13\% \times 95 = 12$ pemilik toko tradisional.

Sampel penelitian menggunakan teknik *Simple Random Sampling*. Cara memilih sampel untuk tiap kelurahan adalah dengan menentukan kriteria tertentu, yaitu memilih warung yang paling dekat dengan *minimarket* untuk tiap kelurahan secara acak. Untuk kelurahan yang tidak terdapat *minimarket* maka penentuan toko yang dijadikan sampel adalah memilih toko yang paling dekat dengan *minimarket* di kelurahan lain yang saling berdekatan.

Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya (Marzuki, 2000). Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya, seperti mengutip dari buku-buku, literature, bacaan ilmiah, dan sebagainya yang mempunyai relevansi dengan tema penulisan (Sutrisno, 2000).

Metode Analisis

Setelah terkumpulnya data dan informasi yang dibutuhkan sesuai dengan permasalahan penelitian, maka selanjutnya penulis melakukan analisis terhadap data dan informasi tersebut. Dalam menulis data tersebut penulis menggunakan analisis

deskriptif, yaitu mendeskripsikan hasil temuan penelitian secara sistematis, faktual dan akurat yang disertai dengan petikan hasil wawancara. Data yang terkumpul selanjutnya dianalisis secara kualitatif. Data kualitatif dari hasil wawancara mendalam yang berupa kalimat-kalimat atau pernyataan pendapat atau sikap tersebut dianalisa dan diinterpretasikan untuk mengetahui makna yang terkandung di dalamnya, untuk memahami keterikatan dengan permasalahan yang sedang diteliti.

Data kualitatif dari hasil wawancara, observasi langsung dan dokumentasi selanjutnya disusun dalam catatan lapangan, kemudian diringkas dan dipilih hal-hal yang penting dan pokok, dikategorikan dan disusun secara sistematis dengan mengacu pada perumusan masalah dan tinjauan teoritis yang berkaitan dengan penelitian ini. Mengukur hasil dampak menggunakan analisis metode *SWOT* dan analisis *metode difference-in-difference*, metode yang lazim dipakai dalam evaluasi dampak.

Data yang telah dikumpulkan, diolah dan dianalisis secara deskriptif dengan menggunakan alat analisis SWOT yang merupakan analisis kualitatif yang dilaksanakan dengan mengkaji factor-faktor internal dan eksternal. Faktor internal dalam hal ini adalah Strength (kekuatan atau potensi) dan Weakness (kelemahan atau kendala). Faktor eksternal terdiri dari Opportunity (peluang) dan Threat (ancaman).

HASIL DAN PEMBAHASAN

PENELITIAN

Hasil Penelitian

Analisis Deskriptif Dampak yang ditimbulkan akibat maraknya

minimarket di Kecamatan Medan Denai

1. Modal Kerja Toko Tradisional

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh modal kerja pedagang toko tradisional sebelum dan sesudah ada minimarket di Kecamatan Medan Denai, menunjukkan terdapat perubahan modal kerja setelah ada minimarket. Keadaan ini terlihat dari rata-rata modal kerja yang dikeluarkan oleh pedagang toko tradisional sebelum ada minimarket yaitu sebesar Rp. 983.064/bulan, kemudian rata-rata modal kerja yang dikeluarkan setelah ada minimarket yaitu sebesar Rp.597.876/bulan. Bila di rata-ratakan mengalami selisih modal sebesar Rp.385.188/bulan.

2. Pola Kegiatan Usaha Toko Tradisional

Pola kegiatan usaha warung tradisional dapat ditinjau dari beberapa aspek yaitu jarak, penggunaan tenaga kerja dan lama jam buka warung yang akan dijelaskan sebagai berikut :

a. Jarak

Sebagian besar responden menyatakan jarak toko tradisional dengan minimarket antara 1-50 meter. Berdasarkan jarak kedekatan antara minimarket dengan toko tradisional, konsumen lebih dominan ke minimarket dibandingkan ke toko tradisional.

b. Penggunaan Tenaga Kerja

Penggunaan tenaga kerja pada usaha Toko tradisional di Kecamatan Medan Denai diperoleh bahwa seluruh responden menyatakan tidak menggunakan tenaga kerja dalam menjalankan usahanya.

c. Lama jam buka Toko Tradisional

Lama jam buka toko tradisional sebelum dengan sesudah adanya minimarket menunjukkan bahwa terdapat perubahan lamanya jam buka setelah adanya minimarket.

Adapun jumlah lama jam buka toko tradisional dapat dilihat dari table berikut ini :

Keadaan ini terlihat dari semakin menurunnya jumlah warung yang buka selama 15-17 jam/hari dari 53 toko tradisional menjadi 46 toko tradisional dan sebaliknya semakin meningkat toko tradisional yang buka selama 12-14 jam/hari yaitu dari 26 toko tradisional menjadi 28 toko tradisional. Toko tradisional yang buka selama 18-20 jam/hari juga meningkat namun yaitu 16 toko tradisional menjadi 21 toko tradisional. Ini berarti bahwa dengan adanya minimarket, jam buka toko tradisional mengalami pengurangan yaitu sebelum ada minimarket jam buka toko tradisional yang paling dominan adalah jam buka selama 15-17 jam/hari namun setelah adanya minimarket jam buka yang paling dominan adalah jam buka selama 12-14 jam/hari. Menurunnya jam buka toko tradisional ini disebabkan menurunnya jumlah konsumen yang datang berbelanja sehingga para pedagang menutup lebih awal tokonya.

3. Omset Penjualan Toko Tradisional

Berdasarkan kuesioner responden menunjukkan bahwa terdapat perubahan jumlah penjualan barang setelah ada minimarket. Keadaan ini terlihat dari rata-rata jumlah penjualan barang yang

dikeluarkan oleh pedagang toko tradisional sebelum ada minimarket adapun rata-rata penjualan barang setelah adanya kehadiran minimarket yaitu dapat dilihat dari tabel 1. berikut ini :

Tabel 1. Rata-Rata Omset Penjualan Toko Tradisional Setelah Adanya Minimarket

Bulan	Sebelum Adanya Minimarket	Setelah Adanya Minimarket
2008-2009	Rp.45.953.642	Rp.45.602.534
2010-2011	Rp45.507.814	Rp45.139.947
2012-2013	Rp4.4.921.982	Rp.44.473.829
2014-2015	Rp.44.362.105	Rp43.806.316

Sumber: Hasil Olah Data

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan pada tahun 2008-2009 dapat dirata-ratakan jumlah omset penjualan setelah adanya minimarket selisih omset penjualannya adalah sebesar Rp.351.108/bulan. Pada tahun 2010-2011 selisih omzet penjualan adalah sebesar Rp.367.867/bulan. Pada Tahun 2012-2013 selisih omset penjualan toko tradisional setelah adanya minimarket adalah sebesar Rp.448.153/bulan. Pada tahun 2014-2015 selisih omset penjualan toko tradisional setelah adanya minimarket adalah Rp.555.789/bulan.

4. Pendapatan Pedagang Toko Tradisional

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh pendapatan toko tradisional sebelum dan sesudah ada minimarket di Kecamatan Medan Denai menunjukkan terdapat perubahan pendapatan pedagang toko tradisional setelah ada minimarket. Keadaan ini terlihat dari rata-rata jumlah pendapatan pedagang warung

tradisional sebelum ada minimarket yaitu sebesar Rp. 4.832.922/bulan, kemudian rata-rata jumlah pendapatan yang diperoleh setelah ada minimarket yaitu sebesar Rp.3.753.540/bulan. Apabila dirata-ratakan mengalami selisih jumlah pendapatan sebesar Rp.1.079.382/bulan dengan kata lain dengan adanya minimarket menurunkan jumlah pendapatan pedagang toko tradisional sebesar Rp. 1.079.382/bulan. Menurunnya pendapatan pedagang toko tradisional disebabkan oleh menurunnya omset penjualan dan menurunnya jumlah konsumen yang berkunjung di toko tradisional di Kecamatan Medan Denai.

Usaha yang dilakukan Toko Tradisional untuk bersaing dengan minimarket di Kecamatan Medan Denai

Aspek yang diteliti untuk bersaing dengan minimarket adalah perubahan fisik dan perubahan non fisik yang dilakukan oleh Toko Tradisional adalah sebagai berikut :

1. Data Perubahan Fisik

a. Kenyamanan ruang

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh lebih dari 85% pedagang toko tradisional menyatakan bahwa tidak menyediakan ruang untuk konsumen saat berbelanja. Jika dilihat dari kelurahan, menunjukkan adanya variasi dalam jawaban responden. Terdapat 5 kelurahan yang semua toko tradisional tidak menyediakan ruang untuk konsumen yaitu Kelurahan Medan Tegal Sari Mandala I, Kelurahan Medan Tegal Sari Mandala II, Kelurahan Medan Tegal Sari Mandala III, Medan Binjai, dan Medan Denai. Kemudian daerah Medan Tenggara ada

sebagian toko tradisional yang menyediakan ruang untuk konsumen saat berbelanja.

Berdasarkan penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat kekurangan nyamanan dari konsumen dalam hal penyediaan ruang untuk konsumen saat berbelanja ke toko tradisional. Diperlukan adanya ruang yang nyaman bagi konsumen, apabila konsumen akan berbelanja konsumen tidak harus susah dengan adanya barang-barang yang bertumpuk di toko tradisional tersebut. Apabila ada ruang jalan untuk konsumen memudahkan konsumen untuk mengambil barang langsung dan melihat barang-barang yang akan dibeli.

b. Tampilan Toko Tradisional

Tampilan toko tradisional disini adalah menata ulang tampilan toko tradisional dagangan dengan menata ulang barang-barang agar kelihatan rapi dan bersih. Memperbaiki susunan tempat barang-barang yang akan dijual dan bisa mengatur barang-barang agar mudah dijangkau oleh konsumen pada saat ingin membelinya. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa hampir 95 % pedagang toko tradisional menyatakan bahwa pedagang tidak pernah melakukan penataan ulang akan toko tradisionalnya setelah adanya *minimarket*. Pedagang yang melakukan perubahan tampilan pada toko tradisional sisa nya adalah 5 %.

2. Data Perubahan Non Fisik Toko Tradisional

Aspek-aspek yang diteliti dari perubahan Non fisik yang dilakukan oleh toko tradisional adalah sebagai berikut :

a. Peningkatan Modal

Dari hasil penelitian diperoleh bahwa dari 95 responden pedagang toko tradisional yang melakukan peningkatan modal setelah adanya *minimarket* hanya 25 %. Pedagang yang tidak melakukan peningkatan modal adalah 75 %. Hal ini menunjukkan bahwa kurangnya kesadaran dari pihak pedagang toko tradisional dalam membangun usaha toko tradisional. Secara umum sumber modal dominan yang didapatkan oleh pedagang tradisional adalah dari koperasi, modal sendiri, dan dari BPR.

b. Penggunaan Tenaga Kerja

Perubahan non fisik dapat dilihat dari penggunaan tenaga kerja yang dilakukan oleh pedagang toko tradisional setelah adanya *minimarket*, berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa 85% dari jumlah responden menyatakan bahwa tidak menggunakan tenaga kerja dalam membantu menjalankan usahanya baik sebelum maupun setelah adanya *minimarket* di Kecamatan Medan Denai. 15 % responden menggunakan tenaga kerja dalam membantu menjalankan usahanya baik sebelum maupun setelah adanya *minimarket*.

c. Promosi

Perubahan non fisik dilihat dari promosi yang dilakukan oleh pedagang toko tradisional setelah ada *minimarket*, dari 95 responden 91 % pedagang toko tradisional tidak menggunakan promosi untuk membantu pemasaran barang-barang yang dijual di toko tradisional setelah ada *minimarket* di kecamatan medan denai karena keterbatasan pengetahuan dan modal yang dimiliki. Dan hal ini perlu dicermati ulang dan ditinjau kembali, karena promosi merupakan hal yang penting dalam menjual

produk barang yang akan dijual oleh pedagang.

d. Diversifikasi Produk

Diversifikasi produk adalah penambahan jenis barang yang akan dijual oleh pedagang toko tradisional. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa 57 % responden pedagang toko tradisional menyatakan menambah jenis barang yang dijual setelah ada minimarket di Kecamatan Medan Denai. Hasil penelitian menunjukkan 43 % responden menyatakan tidak menambah jenis barang yang dijual setelah ada minimarket di Kecamatan Medan Denai.

Pembahasan Penelitian

Berdasarkan data yang diperoleh mengenai perubahan omset penjualan, jarak dan juga perubahan keuntungan, dimana turunnya omset penjualan secara signifikan toko tradisional berada pada jarak dibawah 1 kilometer dengan minimarket. Toko tradisional dengan jarak dibawah satu kilometer dengan minimarket rata-rata mengalami penurunan omset penjualan sebesar 43,57%, dimana penurunan omset penjualan terbesar dialami oleh toko tradisional dengan jarak 30 meter (m) dengan minimarket, yaitu sebesar 72%. Sedangkan penurunan omset penjualan terendah dialami oleh toko tradisional yang jaraknya 1000 meter (m) dengan minimarket, yaitu sebesar 20%. Sedangkan toko tradisional dengan jarak di atas satu kilometer dengan minimarket rata-rata mengalami penurunan omset penjualan sebesar 16 %, dimana penurunan omset penjualan terbesar dialami oleh toko tradisional dengan

jarak 1062 meter (m) dengan minimarket, yaitu sebesar 20 %. Sedangkan penurunan omset penjualan terendah dialami oleh toko tradisional yang jaraknya 1700 meter (m) dengan minimarket yaitu sebesar 15 %.

Begitupun halnya dengan perubahan keuntungan toko tradisional akibat munculnya minimarket, dimana turunnya keuntungan secara signifikan jika toko tradisional berada pada jarak dibawah 1 kilometer dengan minimarket. Toko Tradisional dengan jarak dibawah satu kilometer dengan minimarket rata-rata mengalami penurunan keuntungan sebesar 38,53% dimana penurunan keuntungan terbesar dialami oleh toko tradisional dengan jarak 30 meter (m) dengan minimarket, yaitu sebesar 72 %. Sedangkan penurunan keuntungan terendah dialami oleh toko tradisional yang jaraknya 1000 meter (m) dengan minimarket, yaitu sebesar 22%. Sedangkan toko tradisional dengan jarak diatas satu kilometer dengan minimarket rata-rata mengalami penurunan keuntungan sebesar 15%, dimana penurunan keuntungan terbesar dialami oleh toko tradisional dengan jarak antara 1060-1500 meter (m) dengan minimarket, yaitu sebesar 22%. Sedangkan penurunan keuntungan terendah dialami oleh toko tradisional yang jaraknya 1800 meter (m) dengan minimarket, yaitu sebesar 12%.

Uraian diatas menunjukkan bahwa hasil penelitian menunjukkan penurunan omset dan keuntungan toko tradisional dipengaruhi oleh berdirinya minimarket yang berdiri dalam rentang jarak satu hingga dua kilometer. Berdasarkan literature dan hasil penelitian penulis mencoba

mengemukakan factor-faktor yang mempengaruhi rendahnya persepsi pedagang terhadap upaya perlindungan pasar tradisional di Kecamatan Medan Denai antara lain :

1. Pemerintah dinilai kurang responsif dalam menyikapi berkembangnya minimarket dalam swalayan di sekitar Kecamatan Medan Denai.
2. Belum terbentuknya komitmen yang kuat dari para pihak, selam ini dirasakan belum adanya pemahaman yang sama tentang pentingnya penataan dan pembinaan toko tradisional dan minimarket.
3. Belum tersedianya SDM yang minimal mampu membuat catatan keuangan sederhana.
4. Pelayanan yang belum maksimal terhadap konsumen
5. Kurangnya pembinaan terhadap pelaku usaha toko tradisional.

Berdasarkan pernyataan diatas hal ini harus didukung oleh konsep kenyamanan konsumen dalam berbelanja dan memenuhi produk-produk dasar kebutuhan rumah tangga bagi minimarket, tata letak produk yang baik dan tidak campur aduk, lokasi yang dekat dengan pemukiman, dan harga yang tidak terlalu tinggi. Menurut Setiawan, dkk (2012) menyatakan dampak dari adanya minimarket terhadap toko tradisional akan berpengaruh terhadap modal, pola kegiatan usaha, omset penjualan, konsumen, dan pendapatan.

Menurut Setyawan (2009) menyatakan bahwa meratanya persebaran minimarket dipengaruhi oleh factor kebijakan Perencanaan (KP). Penentuan lokasi minimarket tergantung dari kebijakan

perencanaan yaitu memastikan di suatu kawasan boleh mendirikan minimarket terlebih dahulu harus berkonsultasi dengan perencana local serta melihat tata guna lahan pada kawasan tersebut. Ini dilakukan untuk memastikan bahwa lokasi yang akan didirikan minimarket diproyeksikan bagi area perdagangan. Jika otoritas perencana local mambatasi dan melarang dibangunnya minimarket pada lokasi tersebut karena struktur perdagangan di area tersebut sudah tidak terbuka untuk dibangun perdagangan besar atau minimarket lagi, maka pada lokasi tersebut tidak bisa dibangun minimarket sehingga pendirian minimarket terbatas pada lokasi-lokasi tertentu sesuai dengan perolehan ijin dari pemerintah.

Menurut selanjutnya adalah Wijayanti, dkk (2011), menyatakan bahwa kehadiran pasar modern memberikan pengaruh yang negative, salah satunya terhadap UMKM sector perdagangan salah satunya toko tradisional yang jaraknya kurang dari satu kilometer dari minimarket mengalami penurunan keuntungan secara signifikan. Menurut Dewi (2012) dampak dari adanya minimarket terhadap eksistensi toko tradisional yaitu menurunnya modal kerja, berkurangnya jam buka toko, menurunnya jumlah penjualan barang, jumlah pembeli dan pendapatan toko tradisional.

Kemudian dampak lainnya adalah memunculkan persaingan antara minimarket dan toko tradisional. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan peneliti diperoleh beberapa fenomena yang menjelaskan terjadinya persaingan antara toko tradisional dengan minimarket yaitu dapat dilihat dari perubahan pola kegiatan usaha, perubahan jumlah

konsumen, serta keunggulan dan kelemahan dari minimarket dan toko tradisional.

Perubahan pola kegiatan usaha dapat dilihat dari dua aspek, yaitu perubahan penggunaan tenaga kerja dan perubahan lama jam buka toko. Dari hasil pengamatan peneliti, beberapa toko tradisional memilih untuk mengurangi jumlah tenaga kerja bahkan ada beberapa toko tradisional memilih untuk mengurangi jumlah tenaga kerja, dengan tujuan adalah untuk mengurangi beban mereka dalam hal pengeluaran gaji tenaga kerja, dikarenakan mereka mengalami penurunan omset penjualan akibat munculnya minimarket. Tujuan lain dari terjadinya penurunan bahkan menghilangkan jasa tenaga kerja pada toko tradisional diakibatkan berkurangnya jumlah konsumen, sehingga kegiatan jual-beli di toko tradisional tidak terlalu sibuk seperti keadaan atau situasi pada saat sebelum munculnya minimarket, dimana mereka masih memiliki pelanggan yang banyak.

Lama jam buka toko tradisional menunjukkan terdapat perubahan lamanya jam buka akibat munculnya minimarket. Keadaan ini dapat dilihat dari beragamnya perubahan lama jam buka toko tradisional, ada yang memilih mengurangi jam buka akibat sepi pembeli dan ada yang menambah jam buka dengan tujuan menarik konsumen ketika minimarket telah tutup. Dari segi persaingan antara toko tradisional dengan minimarket jelas terlihat bahwa toko tradisional setelah munculnya minimarket mengalami beberapa perubahan lama jam buka akibat penurunan jumlah konsumen pada saat jam buka normal

masing-masing toko tradisional. Penurunan jumlah konsumen mengakibatkan toko tradisional memilih tutup lebih awal dikarenakan sepi pembeli, lain halnya dengan beberapa toko tradisional yang memilih menambah jam buka akibat sepi pembeli pada lama jam buka normal dengan harapan dapat menarik konsumen setelah jam operasi minimarket akibat menurunnya kuantitas konsumen untuk berbelanja di toko tradisional, dikarenakan sebagian besar konsumen lebih memilih untuk berbelanja di minimarket pada jam normal operasi toko tradisional.

Kemudian pengamatan yang dilakukan penulis mengenai jumlah konsumen toko tradisional cenderung menurun akibat munculnya minimarket. Keadaan ini terlihat dari semakin sepi konsumen yang berbelanja kebutuhan sehari-hari pada toko tradisional. Namun setelah munculnya minimarket, terjadi perubahan kebiasaan konsumen untuk membeli kebutuhan sehari-hari, perubahan kebiasaan tersebut terlihat dari banyaknya aktivitas belanja kebutuhan sehari-hari pada minimarket dalam jumlah yang banyak dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari selama satu bulan penuh, dan jika kebutuhan sehari-hari tidak mencukupi untuk satu bulan penuh, sebagian besar mereka tetap memenuhinya dengan berbelanja di minimarket. Hal tersebut menunjukkan bahwa jumlah konsumen toko tradisional menurun akibat munculnya minimarket.

Strategi solusi untuk toko tradisional agar dapat terus bertahan ditengah maraknya minimarket dapat dijelaskan dengan matriks SWOT.

Matriks ini digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan (Strengths), kelemahan (Weakness), dalam lingkungan internal perusahaan, dan peluang (Opportunities) serta ancaman (Threats) lingkungan eksternal perusahaan (Rangkuti, 2004). Analisis kekuatan dan kelemahan yang ada di lingkungan internal terutama ditujukan terhadap faktor kunci keberhasilan (Key Success Factor). Jadi dengan analisis ini diharapkan akan diperoleh cara untuk mengembangkan dan memanfaatkan kekuatan serta penopang atau mengurangi kelemahan dengan maksud untuk memanfaatkan peluang dan mengurangi ancaman.

Matriks SWOT merupakan matching tool yang penting untuk membantu para pengambil keputusan mengemabngkan 4 (empat) tipe

strategi. Keempat tipe strategi yakni Strategi SO (Strength-Opportunity), Strategi WO (Weakness-Opportunity), Strategi ST (Strength-Threats), Strategi TT (Weakness-Threats).

Pada matriks ini menggunakan key success factors untuk lingkungan internal dan eksternal merupakan bagian yang sulit sehingga dibutuhkan judgement yang baik. Kegunaan dari matriks SWOT adalah untuk merumuskan strategi alternative yang feasible untuk dilaksanakan, bukan untuk memilih atau menentukan strategi mana yang terbaik. Jadi tidak semua strategi dikembangkan dalam Analisis SWOT. Pada Tabel 2. akan memperlihatkan matriks SWOT untuk strategi bertahan toko tradisional terhadap maraknya keberadaan minimarket adalah :

Tabel. 2. Matriks SWOT untuk Toko Tradisional

Internal	Strength (S) - Ramah terhadap pembeli - Keputusan harga bisa ditawarkan - Dapat dibeli eceran - Dapat memenuhi pesanan untuk pelanggan - Dapat melakukan pembayaran melalui kredit (hutang)	Weakness (W) - Tata ruang toko kurang menarik - Tata letak barang didalam toko kurang nyaman - Kebersihan kurang terjaga - Barang yang dijual kurang lengkap - Pencahayaan Lampu kurang - Minimnya modal
Eksternal Opportunity (O) - Harga sudah ditentukan, sehingga harga tidak bisa ditawar. - Sebagian SPG kurang ramah - Barang yang bisa dibeli adalah hanya barang yang ada	Pemilik toko tradisional dapat memanfaatkan kelemahan dari minimarket untuk dapat bertahan, yaitu dengan : 1. Secara langsung dapat memberikan fleksibilitas harga dengan tetap memperhatikan keuntungan. 2. Tetap mempertahankan	Untuk dapat bertahan pemilik toko tradisional dapat melakukan hal-hal berikut : 1. Walaupun dari sisi tampilan tempat dan tata letak barang kurang, namun dari sudut fleksibilitas harga harus bisa dimanfaatkan dengan tetap memperhatikan keuntungan.

<p>pada display.</p> <p>Threat (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Memiliki bentuk yang menarik - Memiliki kenyamanan dalam ruang dan kebersihan - Pelayanan yang baik kepada pembeli - Selalu memunculkan promo baru dalam produk disertai potongan harga (diskon) - Dilakukan penyaringan yang ketat terhadap produk yang dijual, sehingga dari segi kualitas tetap terjaga. 	<p>penjualan barang yang kuantitasnya sesuai kebutuhan pelanggan.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Sebagai pemilik langsung dari toko dan yang menjaga harus merasa memiliki lebih dibandingkan minimarket yang dijaga oleh orang lain, tentunya harus lebih ramah dalam pelayanan 4. Punya keinginan memenuhi apa yang dipesan pelanggan untuk belanja berikutnya dan menginformasikan apabila pesanan sudah ada. 5. Menyediakan layanan utang hanya untuk pelanggan terpercaya. <p>Minimarket memiliki banyak keunggulan, namun toko tradisional juga memiliki keunggulan. Berikut ini yang dapat dilakukan oleh toko tradisional untuk bertahan dengan adanya minimarket adalah :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dengan menyisihkan sebagian keuntungan, pemilik toko tradisional dapat merenovasi tokonya. Tentunya biayanya tidak akan sebesar renovasi minimarket. Rancang konsep bangunan yang murah biaya dan unik. 2. Memberikan promo harga kepada konsumen. 	<p>Tampilan tempat dan tata letak barang harus bisa diupayakan oleh pemilik untuk diperbaiki.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Kebersihan dan kenyamanan harus dijaga, dapat dengan menyediakan tempat duduk bagi yang menunggu untuk belanja, dengan memasang music yang banyak disukai, penerangan yang cukup, dll. Untuk lebih memuaskan pelanggan. 3. Barang yang tidak ada bisa diatasi melalui fasilitas pesanan yang tidak disediakan oleh minimarket. 4. Kekurangan modal dapat diatasi dengan hanya menyediakan barang yang frekuensi perputarannya cepat. Untuk barang yang tidak tersedia bisa diatasi dengan fasilitas pesanan. <p>Berikut ini yang bisa dilakukan oleh toko tradisional dengan munculnya minimarket :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kenyamanan dan kebersihan tetap bisa dijaga dengan cara menyediakan tempat duduk bagi konsumen, dan melengkapi fasilitas music didalam toko tradisional 2. Cari grosir yang lebih besar menyediakan harga
---	---	--

	<p>3. Manfaatkan keunggulan untuk dapat memenuhi pesanan pelanggan untuk barang tidak tersedia pada saat kita berbelanja persediaan. Biasanya pemilik toko tradisional berbelanja persediaan dengan intensitas yang cepat, bahkan setiap hari.</p>	<p>lebih murah dibanding minimarket walaupun tidak bisa system eceran. Melalui itu, toko tradisional dapat menjual harga yang sama atau bahkan dibawah harga yang disediakan minimarket walaupun hanya untuk barang-barang tertentu apabila modal kecol beli barang-barang yang intensitas penjualannya tinggi. Berdasarkan penelitian terdapat ada toko tradisional yang bisa menyediakan barang-barang yang harganya jauh lebih murah walaupun dijual tidak diecer.</p>
--	--	---

PENUTUP

1. Keberadaan minimarket di Kecamatan Medan Denai memiliki dampak terhadap toko tradisional, hal ini dapat dilihat dari menurunnya pendapatan pedagang toko tradisional di Kecamatan Medan Denai. Penurunan jumlah pendapatan pedagang toko tradisional terbukti dari jumlah komoditas penjualan yang menurun seperti kebutuhan pokok dan lain-lain.
2. Keberadaan minimarket dengan jarak berdekatan dengan toko tradisional melanggar peraturan pemerintah, karena peraturan tersebut bertujuan sebagai

kemaslahatan untuk melindungi pedagang kecil. Keberadaan minimarket dalam etika bisnis menyebabkan persaingan yang tidak sehat dan tidak adil yang dapat merugikan pedagang toko tradisional. Sehingga menyebabkan mayoritas pedagang toko tradisional mengalami dampak penurunan pendapatan.

DAFTAR PUSTAKA

Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia. 2009. *Economic Review*. www.google.com. diakses tanggal 20 Oktober 2014.

Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Medan. 2014. *Data Toko Modern dan Toko Tradisional*

- Tiap Kecamatan di Kota Medan, Medan : Disperindag Kota Medan.
- Marzuki, 2000, Metodologi Riset. Yogyakarta : Badan Penebit Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia (Perpres) Nomor 112 Tahun 2007 dan Peraturan Walikota (Perwal) Medan Nomor 20 Tahun 2011 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern
- Perpres Nomor 112 Tahun 2007 dan Perwal nomor 20 tahun 2011
- Sutrisno, 2000. "Manajemen Keuangan". Ekonosia. Yogyakarta.
- Setiawan, Jeri, dkk, 2012, "Pengaruh Keberadaan Minimarket Terhadap Pendapatan Pedagang Kelontong di kelurahan Klender Kecamatan Duren Sawit Jakarta Timur". SPATIAL Wahana Komunikasi dan Informasi Geografi, Vol.10.No.1 (hlm1-7)
- Setyawarman, Adityo, 2009, "Pola Sebaran dan factor-faktor yang mempenagruhi Pemilihan Lokasi retail Modern (Studi Kasus Kota Surakarta)". Semarang : Program Pasca Sarjana Magister Teknik Pembangunan Wilayah dan Kota Universitas Diponegoro.
- Wijayanti, Pardiana dan Wiratno, 2011, Analisis Pengaruh Perubahan Keuntungan Usaha Warung Tradisional dengan Munculnya Minimarket (Studi kasus di Kecamatan Pedurungan Kota Semarang)" Undip (hlm 71-85).
- Yoga Tantular Rchman, dkk, 2013 "Analisis Kiat Toko Tradisional (Warung) untuk Bertahan Ditengah Maraknya Minimarket (Toko Modern) (Survey Pada Toko Tradisional di Kecamatan Cisaga Kabupaten Ciamis), Skripsi Universitas Widyatama