PEDAGANG KECIL DI TENGAH KEHADIRAN RITEL MODERN

Maria Madgalena Minarsih – Tiara Nove Ria
Dosen Tetap Di Universitas Pandanaran
Email: mariamagdalenaminarsih67@gmail.com

ABSTRAKSI

Pedagang kecil atau yang biasa kita sebut "Warung" banyak kita jumpai di perkampungan perkampungan maupun di pinggir jalan. Namun kehadiran mereka saat ini sepertinya sudah tergiris dengan kehadiran mart mart yang lebih besar dan yang memberikan fasilitas yang lebih baik dan nyaman, seperti indomart,alfamart dll. Hal tersebut menimbulkan ketimpangan ekonomi. Hal ini disebabkan karena keberadaan mart – mart tersebut di tengah – tengah pemukiman masyarakat yang sebelumnya menjadi lahan bisnis bagi ritel tradisional (warung). Di sisi lain persaingan diantara ritel modern juga semakin ketat. . Segi positif yang dirasakan masyarakat dengan kehadiran ritel modern antara lain : lebih nyaman dalam berbelanja , bisa menggunakan kartu ATM sehingga tidak perlu membawa dana yang besar, beberapa mart ada yang buka 24 jam dan lain-lain. Sedang sisi negatifnya adalah makin terjepitnya ritel tradisional, budaya konsumtif masyarakat semakin tinggi.

Kata kunci : ritel modern, pedagang kecil /warung

ABSTRACT

Many small traders or what we usually call "stalls" in urban villages and on the side of the road. However, their current presence seems to have been pushed aside by the presence of a bigger mart and one that provides better and more comfortable facilities, such as Indomart, Alfamart etc. This has resulted in economic inequality. This is due to the existence of these marts in the midst of community settlements which previously served as business land for traditional retailers (warungs). On the other hand, the competition among modern retailers is also getting tighter. . The positive aspects felt by the public with the presence of modern retail include: more comfort in shopping, being able to use an ATM card so you don't need to carry large funds, some marts are open 24 hours and others. While the negative side is that the more confined traditional retailers are, the consumer's culture is getting higher.

Keyword: modern retail, small traders / warungs

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Warung kecil yang biasa kita jumpai di perkampungan beberapa waktu yang lalu tumbuh subur dan berkembang pesat. Kehadiran mereka dirasakan sangat

berarti oleh masyarakat karena belum banyak ritel modern yang berdiri. Namun keadaan itu sangat berbeda dengan kondisi saat ini, warung kecil sudah mulai tergiris dengan adanya mart yang berdiri di tengah perkampungan. Industri ini tumbuh dan berkembang sedemikian cepat seiring dengan penambahan laju penduduk. Industri ini juga semakin populer sejak masuknya ritel modern di Indonesia, yakni ketika Mart – Mart (Indomart, Alfamart dan afiliasinya) marak tumbuh bak jamur di musim hujan, hingga yang paling fenomenal ketika ritel asing asal Perancis, Carrefour, masuk ke Indonesia dengan ekspansi usahanya yang cukup mengundang kontroversi (Nurviani, 2013).

Dari permasalahan tersebut penulis tertarik untuk mengambil tema “Pedagang kecil di tengah kehadiran pasar Modern “

PERUMUSAN MASALAH

Dari uraian di atas rumusan permasalahan yang dapat diangkat adalah bagaimanakah nasib pedagang kecil di tengah berdirinya pasar modern? Usaha yang dapat dilakukan agar pedagang kecil dapat hidup berdampingan dengan ritel modern

PEMBAHASAN

Berdirinya ritel modern membawa dampak bagi pedagang / warung kecil. Pedagang kecil merasa tersisih dengan keberadaan pasar modern. Masih menjadi perhatian para pelaku bisnis, khususnya bisnis ritel adalah adanya persaingan antara ritel tradisional dan ritel modern. Hal ini terjadi karena karena pihak ritel tradisional ditempatkan dalam posisi yang lemah. Perbedaan karakteristik yang berbanding terbalik semakin memperlemah posisi ritel tradisional. Regulasi yang tidak jelas berkenaan industri ritel, terutama menyangkut jarak lokasi ritel, menambah berat upaya melindungi ritel – ritel tradisional yang ada di Indonesia (Utomo, 2011).

Akibat yang ditimbulkan adalah pelaku usaha domestik satu-persatu mengalami kerugian bahkan akhirnya kolaps (bangkrut). Hal ini juga disebabkan skala usahanya yang termasuk usaha yang berskala kecil. Kondisi ini menjadikan industri ini mendapat sorotan yang cukup serius dan banyak diperbincangkan oleh

berbagai kalangan, mulai dari instansi pemerintah, pelaku usaha, hingga para akademisi.

Kehadiran pemerintah sangat membantu dan diharapkan dalam menyelesaikan ketimpangan kedua bisnis usaha ini (warung dan mart) . Dalam perjalanannya, ketika pemerintah kemudian menerbitkan Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern (“Perpres 112/2007”) pada tanggal 27 Desember 2007, peraturan ini tidak kalah mengundang kontroversi pula (Nurviani, 2013).

Selain regulasi dari pemerintah yang masih menjadi kontroversi, pada perjalanannya yang terjadi adalah persaingan dari berbagai kelompok ritel – ritel yang ada. Pada sudut – sudut keramaian sering dijumpai dua ritel modern berbeda nama saling berdekatan. Kondisi ini sangat memprihatinkan, karena pemenang dari persaingan tersebut adalah ritel modern. Para pemilik atau pengelola ritel modern ini para pengusaha yang sudah mapan secara modal dan manajemen. Sehingga persaingan antara kelompok para ritel modern tersebut tidak menjadi bisnis ritel ini menjadi menarik lagi (Utomo, 2011).

Menurut Tambunan, dkk (2004) persaingan dalam industri ritel dapat dilihat dari berbagai segi dan dimensi. Persaingan tersebut diantaranya adalah persaingan antara ritel modern dan tradisional, persaingan antar sesama ritel modern, persaingan antar sesama ritel tradisional, dan persaingan antar supplier. (Tambunan dkk, 2004). Diantara keempat jenis persaingan tersebut, persaingan antara ritel tradisional dan ritel modern paling banyak mengundang perhatian, karena menempatkan satu pihak (ritel tradisional) dalam posisi yang lemah. Sehingga hal ini memaksa semua pihak yang terkait (pelaku ritel, asosiasi, pemerintah, pakar bisnis ritel) berperan aktif bersama-sama menyelesaikan eksistensi persaingan tersebut (Utomo, 2011).

Perpres no 112 tahun 2007 yang diharapkan mampu melindungi pedagang domestik juga tidak mampu mengubah kondisi yang ada. Hal ini ditunjukkan dengan dominasi asing yang semakin sulit dibendung dalam perekonomian nasional. Selain menguasai hampir semua sektor ekonomi strategis (keuangan, perbnakan, energi, pangan, dan lain-lain), asing menguasai pasar perdagangan

lokal. Fakta menunjukkan, perkembangan pangsa pasar ritel modern yang mayoritas dimiliki asing meningkat signifikan setiap tahun.

Salah satu indikator ketimpangan kekuatan antara ritel tradisional dan ritel modern dapat dilihat dari segi pertumbuhan kedua jenis ritel tersebut. Federasi Organisasi Pedagang Pasar Indonesia (Foppi) mencatat, di seluruh Indonesia terjadi penyusutan jumlah pasar tradisional sebesar 8% per tahun. Pada saat bersamaan, pertumbuhan pasar modern justru sangat tinggi.

Badan Pusat Statistik mencatat pertumbuhan bisnis ritel meningkat positif mencapai 6,1 %. Sebaliknya, keberadaan ritel tradisional masih menyisakan berbagai masalah. Berdasarkan survei yang dilakukan Kementerian Perdagangan (Kemendag) di 12 provinsi, tercatat ada kurang lebih 3.900 pasar tradisional dan 91 % diantaranya dibangun kurang lebih 30 tahun yang lalu. (Seputar-Indonesia.Com. 25 Maret 2011).

Lokasi keberadaan industri ritel merupakan salah satu titik lemah ritel tradisional Menurut Haryadi Sukamdani, Wakil Ketua Umum Bidang Moneter, Fiskal, dan Kebijakan Publik Kadin Indonesia, lokasi pasar-pasar modern yang menyalahi aturan menyebabkan ribuan pelaku UMKM di pasar tradisional dan tempat-tempat lainnya terpaksa gulung tikar karena kalah bersaing dengan pasar modern. Dia menambahkan, di seluruh negara-negara di dunia, termasuk Eropa dan Amerika Serikat, hipermarket tidak diperkenankan berada di tengah kota. Namun di Indonesia, hipermarket atau supermarket justru banyak di tengah kota. (Liputan6.com, 23 Maret 2011).

Ketidakjelasan regulasi mengenai industri ritel, terutama menyangkut jarak lokasi ritel, atau pelanggaran aparat pemerintah yang memberikan izin usaha ritel walau melanggar aturan, menambah berat upaya melindungi ritel tradisional. Kompas (27 Mei 2011) merilis berita sedikitnya sembilan minimarket di Jakarta ditutup karena melanggar aturan soal jarak minimal dengan pasar tradisional. Sebelumnya, Kompas (24 Mei 2011) memberitakan, salah satu Pemprov di Indonesia menemukan 46 PNS terbukti melakukan pelanggaran menerbitkan izin usaha untuk 13 minimarket. Dari 46 PNS ini ada yang sudah meninggal dan pensiun dan hanya tinggal 13 orang masih aktif bekerja sebagai PNS.

Jenis-jenis ritel modern di Indonesia sangat banyak meliputi Pasar Modern, Pasar Swalayan, Department Store, Boutique, Factory Outlet, Specialty Store, Trade Centre, dan Mall / Supermall / Plaza. Format-format ritel modern ini akan terus berkembang sesuai perkembangan perekonomian, teknologi, dan gaya hidup masyarakat. Perkembangan ini untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sehingga mampu memenangkan persaingan.

Ritel Tradisional dan Ritel Modern

Regulasi pemerintah mengenai bisnis ritel dengan diberlakukan Perpres No 112 Tahun 2007 tentang *Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern*. Pasar Tradisional merupakan 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.

Sedangkan Toko Modern merupakan toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk Minimarket, Supermarket, Department Store, Hypermarket ataupun grosir yang berbentuk Perkulakan. Batasan Toko Modern ini dipertegas di *pasal 3*, dalam hal luas lantai penjualan sebagai berikut: a) Minimarket, kurang dari 400 m² (empat ratus meter per segi); b) Supermarket, 400 m² (empat ratus meter per segi) sampai dengan 5.000 m² (lima ribu meter per segi); c) Hypermarket, diatas 5.000 m² (lima ribu meter per segi); d) Department Store, diatas 400 m² (empat ratus meter per segi); e) Perkulakan, diatas 5.000 m² (lima ribu meter per segi).

Bila menggunakan klasifikasi bentuk ritel dalam mengkaji persaingan ritel tradisional dan ritel modern, agar berimbang dengan batasan toko modern yang terperinci dalam berbagai ukuran, maka perlu ditambahkan jenis ritel ukuran-ukuran kecil dalam ritel tradisional seperti toko, kios, dan warung yang tidak berada dalam lokasi pasar.

Persaingan antara ritel tradisional dan ritel modern terjadi antara jenis ritel dalam ukuran yang kurang lebih sama: minimarket dengan toko dan kios di sekitarnya; pasar tradisional dengan supermarket atau hypermarket. Ketiga jenis ritel modern: minimarket, supermarket, dan hypermarket, mempunyai karakteristik yang sama dalam model penjualan, yaitu dilakukan secara eceran langsung pada konsumen akhir dengan cara swalayan, artinya pembeli mengambil sendiri barang dari rak-rak dagangan dan membayar di kasir. Kesamaan lain, barang yang diperdagangkan adalah berbagai macam kebutuhan rumah tangga termasuk kebutuhan sehari-hari. Perbedaan diantara ketiganya, terletak pada jumlah item dan jenis produk yang diperdagangkan, luas lantai usaha dan lahan parkir, dan modal usaha yang dibutuhkan. Ketiga jenis ritel modern tersebut akan tergambar lebih jelas dari deskripsi berikut. (Utomo, 2011)

1. Minimarket

Minimarket adalah toko berukuran relatif kecil yang merupakan pengembangan dari Mom & Pop Store, dimana pengelolaannya lebih modern, dengan jenis barang dagangan lebih banyak. Mom & Pop Store adalah toko berukuran relatif kecil yang dikelola secara tradisional, umumnya hanya menjual bahan pokok/kebutuhan sehari-hari yang terletak di daerah perumahan/pemukiman, biasa dikenal sebagai toko kelontong. (Tambunan dkk, 2004).

Pada kelompok Minimarket, hanya terdapat 2 pemain besar yaitu Indomaret dan Alfamart. Minimarket merupakan jenis pasar modern yang agresif memperbanyak jumlah gerai dan menerapkan sistem franchise dalam memperbanyak jumlah gerai. Dua jaringan terbesar Minimarket yakni Indomaret dan Alfamart juga menerapkan sistem ini. Tujuan peritel minimarket dalam memperbanyak jumlah gerai adalah untuk memperbesar skala usaha (sehingga bersaing dengan skala usaha Supermarket dan Hypermarket), yang pada akhirnya memperkuat posisi tawar ke pemasok. (Pandian, 2009)

2. Supermarket

Supermarket adalah bentuk toko ritel yang operasinya cukup besar, berbiaya rendah, margin rendah, volume penjualan tinggi, terkelompok berdasarkan lini

produk, *self-service*, dirancang untuk memenuhi kebutuhan konsumen, seperti daging, hasil produk olahan, makanan kering, makanan basah, serta item-item produk non-food seperti mainan, majalah, toiletris, dan sebagainya (Sopiah dan Syihabudhin, 2008). Pada kelompok Supermarket, terdapat 6 pemain utama yakni Hero, Carrefour, Superindo, Foodmart, Ramayana, dan Yogya + Griya Supermarket. (Pandini, 2009)

Dalam perkembangannya, format Supermarket tidak terlalu favourable lagi. Sebab, dalam hal kedekatan lokasi dengan konsumen, Supermarket kalah bersaing dengan Minimarket (yang umumnya berlokasi di perumahan penduduk), sementara untuk range pilihan barang, Supermarket tersaingi oleh Hypermarket (yang menawarkan pilihan barang yang jauh lebih banyak). (Pandini, 2009).

Hipermarket merupakan toko ritel yang dijalankan dengan mengkombinasikan model *discount store*, supermarket, dan warehouse store di satu tempat. Barang-barang yang ditawarkan meliputi produk grosiran, minuman, hardware, bahan bangunan, perlengkapan automobile, perabot rumah tangga, dan juga furniture. (Sopiah dan Syihabudhin, 2008)

Perkembangan Pasar Modern

Dalam 5 tahun terakhir, Pasar Modern merupakan penggerak utama perkembangan ritel modern di Indonesia. Omset Pasar Modern bertumbuh 19,8 %, tertinggi dibanding format ritel modern yang lain. Omset Department Store, Specialty Store dan format ritel modern lainnya masing-masing meningkat hanya 5,2 %, 8,1 %, dan 10,0 % per tahun. Peningkatan omset yang cukup tinggi tersebut membuat Pasar Modern semakin menguasai pangsa omset Ritel Modern.

Pasar Modern umumnya memiliki posisi tawar yang relatif kuat terhadap pemasok-pemasoknya. Skala yang cukup besar dan saluran distribusi yang luas, sehingga pembelian barang ke pemasok dapat dilakukan dalam jumlah yang besar. Posisi tawar yang kuat memberi banyak keuntungan bagi peritel modern. Kemudahan dalam hal jangka waktu pelunasan barang, diskon harga juga akan semakin mudah diperoleh dengan posisi tawar yang kuat tersebut. Hal inilah yang membuat pasar modern mampu menerapkan harga murah dan bersaing dengan

pasar tradisional, namun tetap mampu mempertahankan kenyamanan gerai-gerainya.

Pemain Pasar Modern

Pada kelompok Minimarket, hanya terdapat 2 pemain besar yaitu Indomaret dan Alfamart. Indomaret merupakan pemain terbesar dengan pangsa omset sekitar 43,2 % dari total omset Minimarket di Indonesia. Sementara Alfamart membuntuti dengan pengumpulan omset sebesar Rp7,3 triliun atau sekitar 40,8 % dari total omset Minimarket di Indonesia (Pandin, 2009)

PT Indoritel Makmur Internasional Tbk. (DNET) melalui Indomarco Prismatama telah membuka sekitar 534 gerai baru hingga Mei 2019. Gerai-gerai baru akan terus bertambah hingga 1.200 gerai baru pada tahun 2019. (Bisnis.Com,2019)

Indomart berhasil menambah gerai sebanyak 300 unit dari bulan januari 2018 sehingga sampai dengan bulan Juni 2018 menjadi 15.526 gerai. Sementara Alfamart menambah jumlah gerai sebanyak 32 unit dari bulan januari 2018 sehingga menjadi 13.522 gerai sampai dengan bulan Juni 2018. Sedangkan Alfamidi mampu menambah 59 gerai dari bulan Januari 2018 menjadi 1.478 gerai sampai dengan bulan Juni 2018.

Berdasarkan data dari Sumber Alfaria Trijaya pada tahun 2018 :

1. Indomart : 15.526 gerai.
2. Alfamart : 13.522 gerai.
3. Alfamidi : 1.478 gerai.

Tantangan-Tantangan Pasar Modern

Pasar Modern yang selama ini menunjukkan kinerja yang sangat baik, menghadapi beberapa tantangan. Salah satu tantangan terbesar adalah potensi perlambatan laju pertumbuhan omset sebagai dampak dari perlambatan perekonomian yang diakibatkan oleh krisis global. Daya beli masyarakat sudah mulai terganggu akibat terjadinya perlambatan perekonomian. Kedepannya, daya beli masyarakat diperkirakan akan terus menurun.

Fakta bahwa Pasar Tradisional semakin terhimpit – terlihat dari semakin tergerusnya pangsa omset Ritel Tradisional dan semakin sepi pasar-pasar tradisional, membuat pemerintah mengeluarkan beberapa ketetapan yang mengatur harmonisasi antara Pasar Modern dengan Ritel Tradisional (Suryadarma, et al, 2009).

Solusi yang dapat diterapkan agar ritel modern dapat berdampingan dengan pedagang kecil antara lain :

1. Warung kecil menjual barang yang tidak dijual di ritel modern
2. Pedagang kecil membeli produk langsung dari produsen sehingga harga jual lebih murah/bersaing
3. Warung kecil diajak untuk melek teknologi dan dibantu permodalan sehingga dapat bersama sama dengan ritel modern melayani masyarakat.

SIMPULAN

Kehadiran pasar modern membawa dampak positif dan negatif.

Dampak positif :

1. Masyarakat lebih puas dalam melakukan pembelian karena variasi barang yang disediakan oleh ritel modern lebih lengkap.
2. Masyarakat merasakan lebih aman dan nyaman karena fasilitas yang disediakan oleh ritel modern.
3. Pembayaran yang dilakukan lebih praktis

Sisi negatif :

1. Menimbulkan kebiasaan konsumtif bagi masyarakat
2. Banyak pedagang – pedagang kecil mengalami kesulitan melanjutkan usahanya.
3. Persaingan yang begitu ketat antar ritel modern (Alfamart dan Indomart) bentuk pelanggaran sudah mulai dilakukan oleh para pelaku ritel modern tersebut(zonasi)

Sisi positif dari keberadaan warung kecil :

1. Masyarakat lebih dipuaskan karena dapat memenuhi segala kebutuhannya (kebutuhan sehari-hari) dengan tidak usah pergi ke lokasi supermarket atau hypermarket lagi.
2. Harga yang ditawarkan lebih murah

SARAN

1. Agar warung kecil dapat hidup di tengah ritel modern, peran pemerintah sangat diharapkan dalam pemberian ketrampilan, modal pada pedagang kecil tersebut
2. Perlu diterapkannya zonasi bagi ritel modern sehingga perkembangannya tidak sampai menggilas pedagang kecil.

DAFTAR PUSTAKA

- Akmal, Putri., 2014., Bupati Anas Menyulap Banyuwangi Larang Ritel Modern, Lindungi dan Tata Ulang Pasar Tradisional, detikNews., [ttp://news.detik.com/](http://news.detik.com/)
- Liputan6.com. 23 Maret 2011. *Bisnis UMKM Tergerus Pasar Modern*. http://berita.liputan6.com/ekbis/201103/325912/Bisnis_UMKM_Tergerus_Pasar_Modern
- Nurviani, Novi., 2013., Perpres Ritel VS PERSaingan Usaha., <http://www.kppu.go.id/id/2013/03/perpres-ritel-vs-persaingan-usaha/>
- Pandin, Marina L., "*Potret Bisnis Ritel Di Indonesia: Pasar Modern*". Economic Review No.215 Maret 2009
- Suman, Agus., 2011., Ritel Asing vs Pasar Tradisional. Jawa Pos kolom Opini, Jumat 16 Desember 2011
- Seputar-Indonesia.Com. 25 Maret 2011. *Bisnis Ritel Hadapi Kendala*. <http://www.seputarindonesia.com/edisicetak/content/view/389103/>
- Sopiah dan Syihabudhin. 2008. *Manajemen Bisnis Ritel*. Edisi I. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

- Suryadarma, et all., 2009., Peta Persaingan Bisnis Ritel di Indonesia, 2009; Daniel Suryadarma et all, Dampak Supermarket terhadap Pasar & Pedagang Ritel Tradisional di Daerah Perkotaan di Indonesia, Media Data,
- Tambunan, Tulus TH, dkk., 2004. *Kajian Persaingan dalam Industri Retail*. Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU).
- Utomo, Tri Joko., 2011., Persaingan Bisnis Ritel: Tradisional Vs Modern (*The Competition of Retail Business: Traditional vs Modern.*, Fokus Ekonomi., Vol. 6 No. 1 Juni 2011 : 122 – 133.