

## DAMPAK MENJAMURNYA MINIMARKET BERJEJARING DI KECAMATAN AMBARAWA TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG PASAR PROJO AMBARAWA

**Irwansyah Djohan**

*Dinas Penanaman modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kab. Semarang*

*Email : djoirwansyah73@gmail.com*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan membandingkan pendapatan pedagang di Pasar Projo Ambarawa sebelum dan sesudah menjamurnya Minimarket Berjejaring di Kecamatan Ambarawa. Dari hasil penelitian disimpulkan bahwa 66% responden pedagang menyatakan keberadaan minimarket berjejaring sangat berpengaruh terhadap penurunan pendapatan. Dari hasil Uji Beda membuktikan bahwa terdapat perbedaan rata-rata pendapatan pedagang di Pasar Projo Ambarawa sebelum dengan sesudah menjamurnya minimarket berjejaring. Rata-rata pendapatan pedagang Pasar Projo Ambarawa sebelum menjamurnya minimarket berjejaring sebesar Rp.666.300,-/ hari. Sementara setelah menjamurnya minimarket berjejaring rata-rata pendapatan pedagang Pasar Projo Ambarawa menurun drastis menjadi Rp. 289.700,- / hari atau turun sebesar 56,52 %.

**Kata Kunci :** Minimarket, Pendapatan, Pedagang

### PENDAHULUAN

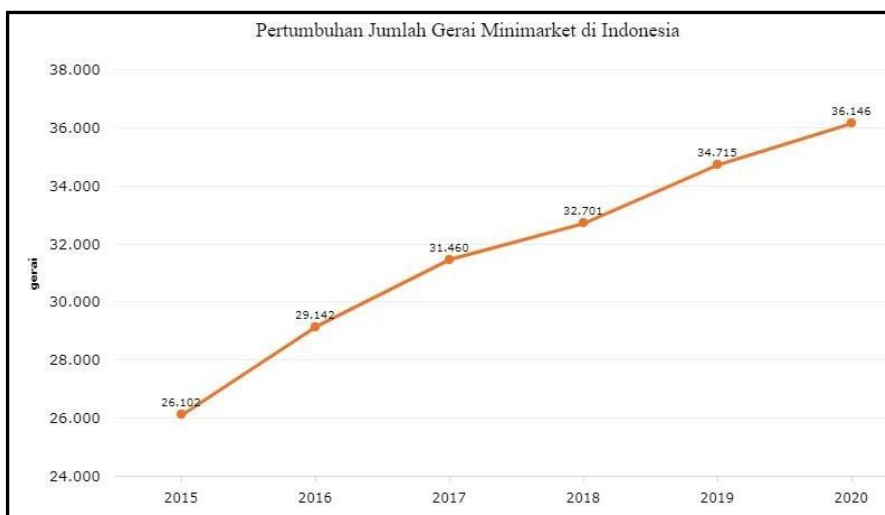
#### Latar Belakang

Penelitian ini dilakukan karena peneliti bekerja di DPMPTSP Kabupaten Semarang yang secara tupoksi membidangi perizinan minimarket berjejaring di Kabupaten Semarang sering mendapat keluhan dari para pedagang, khususnya Pedagang Pasar Projo Ambarawa **“Mengapa Perizinan Pendirian Minimarket Berjejaring sangat mudah diterbitkan oleh Pemerintah Daerah dan tidak lagi minta Persetujuan warga disekitar Lokasi yang akan didirikan seperti dulu lagi?”**.

“Semakin hari minimarket berjejaring semakin bertambah, mengakibatkan pendapatan berkurang”, kata Bapak Joko pedagang barang kebutuhan sehari-hari di Pasar Projo Ambarawa.

Banyak pedagang Pasar Projo Ambarawa yang merasa dirugikan sejak menjamurnya minimarket berjejaring, mengakibatkan barang dagangannya sering kadaluarsa sehingga harus diretur dengan harga yang lebih murah. Perdagangan eceran/retail merupakan salah satu sektor informal di bidang perdagangan di Indonesia yang mengalami pertumbuhan sangat pesat. Berdasarkan Laporan Perusahaan Riset Pasar Modal asal London Euromonitor International (dalam A.C. Nielsen, 2005) menyatakan bahwa Indonesia adalah negara dengan pertumbuhan retail modern paling cepat di Asia Tenggara yaitu 1,6 % pertahun selama 10 tahun terakhir.

Selama satu dekade, jumlah minimarket di Indonesia tercatat meningkat 39 % dari tahun 2015 hingga tahun 2020 sebagaimana terlihat pada Gambar 1.



Sumber: Euromonitor International. (dalam A.C Nielsen, 20015).

**Gambar 1: Pertumbuhan Minimarket di Indonesia**

**Tabel 1. Jumlah Mini Market di Indonesia**

No	Tahun	Jumlah
1	2015	26.102
2	2016	29.142
3	2017	31.460
4	2018	32.701
5	2019	34.715

Sumber: Hasil Analisis, 2022

Berdasarkan tabel diatas Jumlah mini market di Indonesia mengalami trend peningkatan jumlah gerai pada setiap tahunnya. Duo Indomaret dan Alfa Mart menguasai 95,6%. Indomaret memiliki 18.271 Gerai (52,5%) sementara Alfa Mart memiliki 14.973 Gerai (43,1%).

Penelitian yang dilakukan A.C.Nielsen (2015) memperlihatkan bahwa sejak munculnya pasar modern pada tahun 2021, kontribusi omzet pasar modern yang semula hanya 24,8 % meningkat menjadi 34,4% pada Juni 2006 dan sebaliknya pada pasar tradisional omzetnya menurun dari 75,2% tahun 2001 menjadi 65,6% pada Juni 2006.

Hal ini sejalan dengan data Asosiasi Pedagang Pasar Seluruh Indonesia (APPSI) yang menyebutkan bahwa minimarket dan supermarket telah menyebabkan gulung tikarnya pasar tradisional dan kios kecil /menengah.

Menurut data yang dikumpulkan APPSI pada tahun 2005 di Jakarta terdapat 8 pasar tradisional dan 400 kios yang tutup karena kalah bersaing dengan minimarket dan supermarket (akad solo, <http://titik.dagdigdug.com> ). Hal ini juga didukung oleh banyaknya keluhan - keluhan yang berhasil dihimpun oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU). Salah satunya berasal dari para pedagang pasar tradisional di Kota Bandung yang omzetnya menurun rata-rata 40 % sejak minimarket, supermarket dan hipermart hadir di kota tersebut.

Kondisi di Kecamatan Ambarawa saat ini sebagai lokasi penelitian ditemui dua minimarket berjejaring Indomaret dan Alfa Mart, bahkan tidak jarang saling berdekatan seperti yang ada di Jl. Jenderal Sudirman Kelurahan Kupang Kecamatan Ambarawa Gambar 2.



Keterangan: Lokasi di Jl Jenderal Sudirman No, 144-145, Foto diambil tahun 2015 saat ini posisi Alfamart berganti dengan Supermarket Laris

**Gambar 2. Minimarket Berjejaring Yang Saling Berdekatan**

Berdasarkan survei lapangan yang dilakukan peneliti tanggal 12 Februari 2022 di Kecamatan Ambarawa tercatat 18(delapan belas) retail modern yang beroperasi saat ini yang terdiri dari 16 (enambelas) minimarket berjejaring, 1 (satu) minimarket non jejaring dan 1 (satu) supermarket, sebagaimana dapat dilihat pada Tabel. 2.

**Tabel 2. Data Ritel Modern Di Kecamatan Ambarawa**

NO	TOKO SWALAYAN	JENIS	ALAMAT
1	ALFA MART	Minimarket Berjejaring	Jl. Jendud No. 38 Kupang Ambarawa
2	INDOMARET	Minimarket Berjejaring	Jl. Jendud No.44 Kupang Ambarawa
3	INDOMARET	Minimarket Berjejaring	Jl. Jendud No. 93 Kupang Ambarawa
4	LARIS	Supermarket	Jl.Jendud No. 142 Kupang Ambarawa
5	INDOMARET	Minimarket Berjejaring	Jl. Jendud 144 Kupang Ambarawa
6	ALFAMART	Minimarket Berjejaring	Jl. Jendud 145 Kupang Ambarawa
7	ALFAMART	Minimarket Berjejaring	Jl. Kartini Rt06 Rw.03 Lodayong Ambarawa
8	ALFA MART	Minimarket Berjejaring	Primkopkar H.14 Turangga Ceta Jl. Pemuda Ambarawa
9	ALFAMART	Minimarket Berjejaring	Jl. Pemuda Km.2A Pojoksari. Ambarawa
10	INDOMARET	Minimarket Berjejaring	Lingkar Luar Pojoksari Ambarawa
11	INDOMARET	Minimarket Berjejaring	Jl. Raya Amb – Magelang Km. 3 Ngampin Ambarawa
12	ALFA MART	Minimarket Berjejaring	SPBU Ngampin, Jl. Raya Amb – Mgl Km.3 Ngampin Ambarawa
13	ALFAMART	Minimarket Berjejaring	Jl. Mgr. Sugiy Pranata Ngampin Ambarawa
14	INDOMARET	Minimarket Berjejaring	Ruko Plaza Palagan No.10 Jl. Mgr. Sugiy Pranata Ambarawa
15	ALFA MART	Minimarket Berjejaring	Jl. Mgr. Sugiy Pranata Depan Terminal Ambarawa.
16	INDOMARET	Minimarket Berjejaring	Jl. Pemuda Depan Pasar Lanang Ambarawa
17	INDOMARET	Minimarket Berjejaring	Jl. Dr. Cipto Depan Kecamatan Ambarawa
18	VICKY	Minimarket Non Jejaring	Jl Kartini Tambakboyo Ambarawa

Sumber: Survey Lapangan, 12 Februari,2022

**Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah :

- Membandingkan pendapatan pedagang Pasar Projo Ambarawa sebelum dan sesudah menjamurnya minimarket berjejaring di Kecamatan Ambarawa.
- Mengetahui permasalahan yang dihadapi pedagang Pasar Projo Amabarawa berkaitan dengan menjamurnya minimarket berjejaringdi Kecamatan Ambarawa.

**TINJAUAN PUSTAKA**

**Pasar Modern**

Sinaga (2006) mengatakan bahwa pasar modern adalah pasar yang dikelola dengan manajemen modern, umumnya terdapat di kawasan perkotaan sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada kosumen (umumnya anggota masyarakat kelas menengah atas).

Pasar modern antara lain mall, supermarket, *department store*, *shopping center*, waralaba, toko mini swalayan, pasar serba ada, toserba, dan sebagainya. Barang yang dijual di pasar modern memiliki variasi jenis yang beragam, selain menyediakan barang-barang lokal, juga menyediakan barang impor.

Minimarket termasuk toko modern. Peraturan mengenai toko modern diatur dalam Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Sesuai Pasal 1 angka 5, 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. Setiap toko modern wajib memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat sekitar, serta jarak toko modern dengan pasar tradisional yang telah ada (Pasal 4, ayat (1) Perpres 112 / 2007).

### **Warung Tradisional**

Usaha warung tradisional atau yang lebih dikenal warung kelontong memiliki struktur pasar yang cenderung bersifat monopolistik. Hal ini dikarenakan jumlah penjual yang banyak dan barang yang dijual adalah sejenis tetapi berbeda corak (bervariasi).

Warung tradisional merupakan salah satu bentuk industri kecil/usaha keluarga, karena jumlah pekerjanya sedikit yaitu sekitar 1 – 5 orang yang biasanya merupakan anggota keluarga sendiri.

Dengan modal yang relatif kecil, jenis usaha warung tradisional tersebut relatif mudah masuk kedalam industri/pasar untuk mendirikannya.

Dari segi harga, warung tradisional hanya memiliki sedikit kekuatan untuk mempengaruhi harga. Harga yang diberlakukan disesuaikan dengan besarnya keuntungan yang diinginkan oleh setiap pemilik warung sendiri-sendiri, dimana syarat keuntungan maksimal pada pasar persaingan monopolistik adalah ( $MR=MC$ ).

$MR = \text{marginal revenue}$

$MC = \text{marginal cost}$

### **Pendapatan**

Hafsah (2003) menyatakan pendapatan usaha yaitu semua output yang dihasilkan dari suatu kegiatan tertentu, yang dalam prakteknya mengusahakan pekerjaan tertentu menggunakan berbagai macam cara. Dengan demikian hasil usaha yang diperoleh juga merupakan penjumlahan dari seluruh output yang dihasilkan.

Sedangkan Nasution (2002) memberikan batasan bahwa pendapatan usaha dinilai dari besarnya volume usaha (omzet) yang diindikasikan dari nilai tambah bagi usahawan sebagai keikutsertaan dalam suatu kegiatan usaha atau pekerjaan tertentu.

### **Paired Sample T-test**

Paired Sample T-test digunakan untuk menguji perbedaan dua sampel yang berpasangan. Sampel yang berpasangan diartikan sebagai sebuah sampel dengan subyek yang sama, namun mengalami dua kondisi yang berbeda pada situasi sebelum dan sesudah proses (Santoso, 2014).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan mengungkapkan kondisi pasar tradisional dan pasar modern secara deskriptif kualitatif, serta melihat pengaruh keberadaan minimarket berjejaring terhadap penurunan pendapatan pedagang Pasar Projo Ambarawa.

Pada penelitian ini digunakan Analisis Kuantitatif yaitu menggunakan Uji Beda (Uji-t) dengan  $\alpha=0,05$ .

Sampel responden dalam penelitian ini adalah pedagang Pasar Projo Ambarawa sebanyak 50 orang, merupakan pedagang Pasar Projo yang berdomisili dalam satu lingkungan dengan tempat tinggal peneliti, sehingga memudahkan peneliti dalam melakukan interview dan wawancara.

Pengambilan sampel menggunakan *accidentally sampling*, yaitu sampel yang diperoleh dengan cara siapa yang dijumpai peneliti pada saat penelitian dan dianggap cocok sebagai sumber data.

### Teknik Pengumpulan data

Pada penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan beberapa cara, yaitu :

#### Kuesioner

Kuesioner ditujukan ke pedagang maupun pembeli. Kuesioner yang ditujukan ke pedagang untuk memperoleh data tentang jumlah pembeli, jumlah omzet, jumlah tenaga kerja, serta pengaruh keberadaan minimarket berjejaring terhadap penjualannya. Sedangkan kuesioner yang ditujukan kepada pembeli untuk memperoleh data tentang lokasi mereka berbelanja, alasan berbelanja di Pasar Projo Ambarawa atau minimarket berjejaring. Hal ini dilakukan untuk mengetahui konsumen lebih berminat berbelanja di minimarket berjejaring atau Pasar Projo, sehingga dapat

digunakan sebagai bahan masukan pengambil kebijakan agar Pasar Projo Ambarawa tidak ditinggalkan konsumennya.

#### Observasi

Pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan secara langsung ke obyek penelitian, guna mengetahui kondisi kebenaran obyek yang dituju.

#### Interview

Pengumpulan data dilakukan dengan langsung melalui tanya jawab kepada obyek yang diteliti atau kepada pihak lain yang berhubungan dengan persoalan dari obyek yang sedang diteliti.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang diperoleh dari penelitian, pedagang Pasar Projo Ambarawa sebagian besar (64%) adalah perempuan. Bekerja untuk tujuan menambah pendapatan keluarga selain pendapatan yang diperoleh suaminya, dapat dilihat pada Tabel 3.

**Tabel 3. Jenis Kelamin Responden (Pedagang)**

Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	%
Laki-laki	18	36
Perempuan	32	64

*Sumber : Hasil Analisis, 2022*

Responden pedagang di Pasar Projo Ambarawa sebagian besar (52%) berumur lebih dari 50 tahun, rata-rata dari mereka memang sudah bertahun-tahun berjualan di Pasar Projo Ambarawa, bahkan banyak yang sejak Pasar Projo berdiri.

Berdasarkan hasil kuesioner diperoleh hasil umur pedagang di Pasar Projo Ambarawa,



paling muda 26 tahun dan yang tertua 65 tahun.

**Tabel 4. Umur Responden (Pedagang)**

Umur (th)	Jumlah (orang)	%
<30	3	6
30 – 40	9	18
40 – 50	12	24
>50	26	52

Sumber : Hasil Analisis, 2022

Sebagian besar (34%) pedagang sudah berjualan lebih dari 20 tahun dan banyak pedagang telah berjualan sejak Pasar Projo berdiri atau meneruskan usaha orangtuanya. Pedagang yang paling lama telah berjualan selama 32 tahun dan ada yang mulai usaha baru 3 bulan yang lalu. Rata-rata responden telah berjualan selama 18 tahun Tabel 5.

**Tabel 5. Lama Berjualan Responden (Pedagang)**

Lama Berjualan (th)	Jumlah (orang)	%
<5	4	8
5 – 10	14	28
10 – 20	15	30
>20	17	34

Sumber : Hasil Analisis, 2022

Sebagian besar (60%) responden menjual kebutuhan sehari-hari seperti gula, kecap, beras, minyak, sabun, minuman sachet, shampo, sambal dan saos kemasan botol, dan lain-lain Tabel 6 dan Gambar 3.

**Tabel 6. Jenis Jualan Responden (Pedagang)**

Jenis Jualan	Jumlah (orang)	%
Sayuran	15	30
Buah-buahan	3	6
jajanan	1	2
Kebutuhan sehari-hari	30	60
Alat rumah tangga	1	2

Sumber : Hasil Analisis, 2022



**Gambar 3. Kios Pedagang Kebutuhan Sehari-Hari di Pasar Projo**

Berdasarkan pertanyaan apakah dengan menjamurnya minimarket berjejaring berpengaruh terhadap pendapatannya, secara dominan (66%) mengatakan sangat berpengaruh terhadap penurunan pendapatan, apalagi jika minimarket berjejaring mengadakan promo produk-produk tertentu, seperti minyak goreng atau gula.

Sedangkan yang menjawab tidak berpengaruh sebanyak (34%), yang menjawab tidak berpengaruh adalah pedagang sayuran sebanyak 10 orang dan 7 orang pedagang kebutuhan sehari-hari Tabel 7.

**Tabel 7. Pengaruh Minimarket Berjejaring terhadap Pendapatan**

Jenis Jawaban	Jumlah (orang)	%
Tidak Berpengaruh	17	34
Berpengaruh	33	66

Sumber : Hasil Analisis, 2022

Pedagang sayuran menyatakan tidak berpengaruh dengan menjamurnya minimarket berjejaring, karena minimarket berjejaring tidak menjual sayur, sehingga masih banyak pembelinya (Gambar 4).

Sedangkan pedagang kebutuhan sehari-hari ada yang menjawab tidak berpengaruh dikarenakan belum lama berjualan di Pasar Projo, sehingga belum merasakan pengaruh keberadaan minimarket berjejaring terhadap pendapatannya.



**Gambar 4. Pedagang Sayur Pasar Projo Ambarawa Tetap Ramai Pembeli**

Pendapatan pedagang Pasar Projo Ambarawa per hari sebelum menjamurnya Minimarket Berjejaring antara Rp. 20.000,- perhari (terendah) dan tertinggi Rp. 5.000.000,-. Namun setelah menjamurnya minimarket berjejaring di Kecamatan Ambarawa, pendapatan mereka menurun sebesar Rp. 20.000,- (terendah) dan yang tertinggi hanya Rp. 3.000.000,-.

Dari hasil interview yang dilaksanakan tanggal 12 Februari 2022 (Tabel 8) diperoleh hasil bahwa sebelum menjamurnya minimarket berjejaring di Kecamatan Ambarawa 14% responden mampu memperoleh pendapatan perhari Rp. 500.000,- s/d Rp. 1.000.000,- dan 14% lainnya mampu memperoleh pendapatan > Rp. 1.000.000,-.

Sesudah minimarket berjejaring menjamur di Kecamatan Ambarawa terjadi penurunan pendapatan sebesar 10%. Responden yang mampu memperoleh pendapatan > Rp. 1.000.000,- per hari yang mulanya 14% hanya menjadi 2 orang saja (4%) dan banyak diantara mereka (88%) hanya memperoleh pendapatan perhari antara Rp. 20.000,- s/d Rp. 500.000,-. Tabel 8.

**Tabel 8. Pendapatan perhari Sebelum dan Sesudah Menjamurnya Minimarket Berjejaring**

Pendapatan per hari (Rp)	Sebelum minimarket menjamur (orang)	%	Sesudah Minimarket menjamur (orang)	%	Peningkatan / Penurunan (%)
20.000,- s/d 500.000,-	13	26	22	44	18
100.000 s/d 500.000,-	23	46	22	44	2
500.000 s/d 1.000.000,-	7	14	4	8	6
>1.000.000,-	7	14	2	4	10

Sumber : Hasil Analisis, 2022

Berdasarkan hasil observasi dan interview terhadap 50 responden pedagang PasarProjo Ambarawa yang dilaksanakan peneliti tanggal 13 Februari 2022, diperoleh hasil ,

bahwa pendapatan rata-rata pedagang Pasar Projo Ambarawa per hari sebelum menjamurnya minimarket berjejaring di Kecamatan Ambarawa sebesar Rp. 666.300,-, sesudah menjamurnya minimarket berjejaring di Kecamatan Ambarawa, pendapatan rata-rata pedagang Pasar Projo Ambarawa turun drastis menjadi Rp. 289.700,- per hari atau turun sebesar 56,52%. Tabel 9 menunjukkan terdapat penurunan pendapatan per hari pada pedagang Pasar Projo Ambarawa setelah menjamurnya minimarket berjejaring di Kecamatan Ambarawa.

**Tabel 9. Pendapatan Rata-Rata Per Hari Pedagang Pasar Projo Ambarawa Sebelum dan Sesudah Menjamurnya Minimarket Berjejaring**

PENDAPATAN RATA-RATA PERHARI		
Sebelum Menjamurnya Minimarket (Rp)	Sesudah Menjamurnya Minimarket (Rp)	Penurunan Pendapatan (%)
666.300,-	289.700,-	56,52

Sumber : Hasil Analisis, 2022

Dengan menggunakan Uji Beda, menunjukkan bahwa dari tiga variabel yang diteliti, variabel omzet penjualan pedagang Pasar Projo Ambarawa menunjukkan perbedaan yang signifikan antara sebelum dan sesudah menjamurnya minimarket berjejaring di Kecamatan Ambarawa, dimana omzet sesudah menjamurnya minimarket berjejaring lebih rendah dibandingkan sebelum menjamurnya minimarket berjejaring. Sementara variabel lainnya, yaitu jumlah **tenaga kerja** dan **jumlah pembeli** tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan.

Dari hasil interview yang dilakukan peneliti pada tanggal 12 – 23 Februari 2022, ternyata tidak banyak pedagang Pasar Projo Ambarawa yang menggunakan tenaga kerja/

pegawai, karena mereka rata-rata berjualan sendiri dan dibantu oleh istri /suami dan anak-anaknya. Hal inilah yang menyebabkan menjamurnya minimarket berjejaring tidak berpengaruh terhadap jumlah tenaga kerja. Sementara variabel jumlah pembeli, peneliti kesulitan menentukan secara pasti, dikarenakan sulitnya mendapat informasi yang tepat dari pedagang tentang jumlah pembeli yang datang ke warung/kiosnya. Rata-rata hanya menjawab bahwa jumlah pembelinya turun atau warung semakin sepi tanpa pernah mencatat jumlah pembeli yang datang ke warungnya.

Berdasarkan kuesioner dan interview kepada 50 orang pembeli tentang dimana mereka berbelanja, pada Tabel 10 berikut.

**Table10. Deskripsi tempat Berbelanja Sayur Mayur dan Kebutuhan Sehari-hari**

No	Pertanyaan	Jawaban	Jumlah (Orang)	%
1	Dimana berbelanja sayur-mayur	Pasar Projo	12	24
		Tukang sayur Keliling	33	66
		Supermarket	7	14
2	Dimana berbelanja Kebutuhan sehari-hari	Pasar Projo	3	6
		Minimarket Berjejaring	37	74
		Warung Kelontong	3	6
3	Alasan jarang Berbelanja di Pasar Projo	Kotor	5	10
		Jauh dari rumah	35	70
		Pelayanan di Pasar Projo kurang baik	4	8

Sumber : Hasil Analisis, 2022

Dari Tabel 10, terjadi perubahan budaya belanja konsumen, dimana saat ini sebagian besar (66 %) konsumen lebih senang berbelanja sayur-mayur di Tukang Sayur Keliling yang lewat di depan rumah atau sering mangkal di kantor/instansi mereka.



Ini merupakan alasan yang logis mengingat jarak Pasar Projo yang cukup jauh dari rumah responden sehingga harus mengeluarkan ongkos angkutan untuk ke Pasar Projo. Hal ini juga didukung dengan 70% responden memberi alasan jarang berbelanja ke Pasar Projo Ambarawa karena alasan jauh dari rumah, serta faktor lain, seperti kotor, kurang nyaman, pelayanan yang kurang baik dari pedagang, serta becek ketika hujan (Gambar 5).



**Gambar 5. Kondisi Pasar Projo**

Kondisi sebaliknya, konsumen justru berbelanja kebutuhan sehari-hari seperti beras, gula, kecap, dan lain-lain lebih banyak membeli di minimarket berjejaring yaitu Indomaret atau Alfa mart sebanyak (74%) dan di supermarket (Laris) sebanyak (14%), dengan alasan seperti lebih dekat dari rumah, ada di setiap tempat, bersih, nyaman, dan kapanpun dibutuhkan buka 24jam.

Berdasarkan hal diatas, apabila kondisi fisik dan pelayanan Pasar Projo Ambarawa tidak ditingkatkan, maka Pasar Projo Ambarawa akan ditinggalkan konsumennya. Indikasi ke arah itu sudah mulai tampak, responden pembeli lebih banyak membeli sayur di pedagang sayur keliling. Sebanyak 66% responden setiap harinya berbelanja sayur-mayur di Tukang Sayur Keliling dengan alasan lebih praktis.

Responden jarang berbelanja di Pasar Projo Ambarawa karena kotor dan becek jika hujan. Sementara 24% responden yang berbelanja di Pasar Projo Ambarawa setiap hari karena lokasi rumahnya dekat dengan Pasar Projo dan tidak ada Pedagang Keliling di lingkungan tempat tinggalnya.

Sebagian besar 74% responden mengatakan bahwa mereka lebih memilih membeli kebutuhan sehari-hari di minimarket berjejaring dengan alasan, dekat dengan rumah, dapat membeli kapanpun (24jam). Berdasarkan hasil observasi dan interview, hanya 6% saja responden yang membeli kebutuhan sehari-hari di Pasar Projo Ambarawa.

Kondisi Pasar Projo yang kotor dan banyaknya pedagang kaki lima yang mengganggu jalan (Gambar 5) membuat pembeli tidak nyaman dan jera. Hal ini sangat berpengaruh negatif terhadap keinginan responden untuk berbelanja.

Lingkungan yang kotor dan semrawut ini sangat bertolak belakang dengan kondisi minimarket berjejaring yang bersih, berAC, tertata rapi dan menarik. Pasar Projo Ambarawa tidak pernah melakukan promosi, kegiatan atau moment khusus yang dapat menarik konsumen untuk berbelanja. Sebaliknya minimarket berjejaring yang sering mengadakan promosi (Gambar 6), diskon harga untuk produk tertentu (Gambar 7), serta sering mengadakan undian berhadiah yang dapat menarik konsumen untuk berbelanja di minimarket berjejaring (Gambar 8).



Gambar 6. Promosi Leaflet



Gambar 7. Diskon Harga Produk

Pasar Projo Ambarawa yang dikelola Pemerintah Daerah melalui Perangkat Daerah yang membidangi pasar kesulitan



Gambar 8. Undian Berhadiah

mengatur pedagang yang jumlahnya sangat banyak, dengan berbagai macam barang dagangan yang berbeda jenisnya, berbeda penjualnya, berbeda karakternya sehingga susah diarahkan. Hal ini sangat berbeda dengan minimarket berjejaring yang berada dibawah satu manajemen dengan barang yang dijual jelas kualitasnya, pihak manajemen dapat memaksa pegawainya untuk selalu memberikan pelayanan prima kepada konsumen.

Meskipun Pemerintah Kabupaten Semarang telah menerbitkan Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2018 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Rakyat, Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan, namun pelaksanaannya belum efektif membendung pertumbuhan minimarket berjejaring di Kabupaten Semarang. Salah satunya disebabkan karena tidak ada Pasal yang mengatur jarak antar minimarket berjejaring. Sehingga mengakibatkan dalam 1 (satu) ruas jalan dapat berdiri berderet-deret minimarket berjejaring serta terjadi persaingan diantara minimarket berjejaring yang berdampak pada kondisi pedagang Pasar Projo semakin berat bersaing, ibarat pepatah “Gajah Bertarung, Pelanduk mati ditengah-tengah”.

Jam buka minimarket berjejaring yang 24 jam juga sangat merugikan Pedagang Pasar Projo Ambarawa, karena akan mempengaruhi minat konsumen untuk lebih memilih berbelanja di minimarket berjejaring.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Simpulan dari penelitian ini, yaitu :

1. Sebanyak 66 % responden pedagang Pasar Projo Ambarawa menyatakan, menjamurnya minimarket berjejaring di Kecamatan Ambarawa berpengaruh terhadap penurunan pendapatannya. Pendapatan pedagang sebelum menjamurnya minimarket berjejaring rata-rata Rp.666.300,- perharisedangkan sesudah menjamur pendapatan turun rata-rata Rp. 289.700,-perhari.
2. Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 2 Tahun 2018 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Rakyat, Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan belum berpihak kepada Pedagang Pasar Tradisional termasuk Pasar Projo Ambarawa.

### **Saran**

Saran yang dapat diberikan dari hasil Penelitian ini, adalah :

1. Pemerintah Kabupaten Semarang perlu dilakukan renovasi fisik serta penataan Pasar Projo Ambarawa dengan konsep pasar modern sehingga pasar menjadi bersih, nyaman dan tertib.
2. Pemerintah Kabupaten Semarangsegera melakukan revisi Peratutan Daerah Nomor 2 Tahun 2018, khususnya pada:

- a. Pasal 39 ayat (3) huruf c agar melarang minimarket berjejaring membuka gerai 24 jam
- b. Menambah pasal yang mensyaratkan jarak antar minimarket berjejaring, agar tidak terjadi persaingan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Sinaga Pariaman. (2006). Makalah Pasar Modern vs Pasar Tradisional, Kementerian Koperasi dan UKM. tidak diterbitkan.
- Nasution, Muslimin. (2002). Pengembangan Kelembagaan Koperasi untuk Agroindustri. IPB Press.
- Hafsah, Moh Jafar. (2003). Bisnis Ubi Kayu Indonesia. PT. Pustaka Sinar Harapan.
- Ma'ruf Henri. (2006) Pemasaran Ritel. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi. CV. Alfabeta.
- Indrajit. (2006). *Electronic Government*, Strategi Pembangunan dan Pengembangan Sistem Pelayanan Publik Berbasis Teknologi Digital. CV. Andi Offset.
- Deputi Bidang Pengkajian Sumberdaya UKMK. (2006). Dampak Keberadaan Pasar Modern terhadap Usaha Ritel dan Pasar Tradisional.
- Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 2 Tahun 2018 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Rakyat, Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan.
- A.C. Nielsen. (2005). Asia Pacific Retail and Shopper Trends. <http://www.acnielsen>.
- Santoso, Singgih (2014). Statistik Parametric (Konsep dan Aplikasi dengan SPSS).PT. Gramedia.