



DAMPAK KEBERADAAN MINI MARKET *FRANCHISE* TERHADAP USAHA PEDAGANG KELONTONG DI KECAMATAN JAMBI TIMUR KOTA JAMBI

Studi Kasus Kelurahan Talang Banjar, Kelurahan Tanjung Sari Dan Kelurahan Tanjung Pinang)

Vivi Yulanda Ajizah¹, Surtani², Ahyuni³
Program Studi Pendidikan Geografi
Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Padang
Email viviyulanda09@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbandingan pendapatan pedagang kelontong sebelum dan sesudah berdirinya *minimarket* dan untuk mengetahui dampak jarak berdirinya *minimarket* terhadap pendapatan pedagang kelontong di Kecamatan Jambi Timur Kota Jambi. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang kelontong di Kecamatan Jambi Timur dan sampel dalam penelitian ini adalah 30 warung yaitu dari Kelurahan Tanjung Sari, Kelurahan Talang Banjar dan Kelurahan Tanjung Pinang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling*. Teknik analisis yang digunakan uji hipotesis yaitu *t-test*, Anova. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa rata-rata pendapatan pedagang kelontong sebelum adanya *minimarket franchise* sebesar Rp 7.950.000 per bulan, tetapi setelah adanya *minimarket franchise* maka rata-rata pendapatan pedagang kelontong turun menjadi Rp 4.240.000 per bulan. Berdasarkan uji Anova didapatkan nilai *f* 154.050 dan nilai Sig. 0,000 yang menunjukkan bahwa ada pengaruh jarak berdirinya *minimarket Franchise* terhadap pendapatan pedagang kelontong.

Kata kunci : *Minimarket franchise*, Pedagang Kelontong, Pendapatan

Abstract

*This research aims to find out and see the comparison of the groceries merchant's income before and after the establishment of minimarket, and the impact of minimarket to groceries merchant's income in Jambi Timur subdistrict, Jambi City. The type of this research is descriptive quantitative. The population of this research were all grocery traders in east Jambi sub-district and the samples were 30 groceries in Tanjung Pinang, Tanjung Sari and Talang Banjar. The sampling technique in this research was purposive sampling. The data analysis technique used is hypothesis testing, namely t-test, ANOVA. The respondents of this research are 30 owners of the groceries in Talang Banjar, Tanjung Sari, and Tanjung Pinang. The result of T-test shows that the average income of the groceries merchant before the minimarket's establishment is Rp. 7.950.000/month. After the minimarket's establishment, the average income decreased to Rp 4.240.000/month. Based on the test an ANOVA, the value of *f* 154.050 and sig value 0,000, so it can be concluded that there is an influence between the establishment and the grocery traders income*

Keywords: *minimarket franchise, groceries merchant, income*

¹Mahasiswa Program Studi Pendidikan Geografi untuk Wisuda Maret 2019

² Dosen Jurusan Geografi Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Padang dengan Pembimbing I Drs. Surtani, M.Pd dan Pembimbing II Ahyuni, ST, M.Si

PENDAHULUAN

Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 53/M-DAG/PEG/12/2008 menyebutkan bahwa toko modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk *minimarket*, *supermarket*, *department store*, *hypermart* ataupun grosir barang berbentuk perkulakan.

Pembedaan toko modern tersebut didasarkan atas luas lantai dan variasi barang dagangan. *Minimarket*, *hypermart*, dan *supermarket* menjual barang konsumsi terutama produk makanan dan produk rumah tangga lainnya secara eceran. *Department store* menjual barang konsumsi utamanya produk sandang dan perlengkapannya secara eceran. Perkulakan menjual secara grosir barang konsumsi (Peraturan Presiden Tahun 2007).

Keberadaan *minimarket* telah tersebar diseluruh penjuru kota besar yang ada di Indonesia. Dimiliki pemegang modal besar. Dengan modal tersebut mereka dengan mudah mengembangkan usahanya. Menambah lebih besar jaringan bisnisnya. *Minimarket* yang tumbuh pesat saat ini berlomba menawarkan sistem waralaba yang memungkinkan para pemilik modal lainnya ikut melebarkan usaha demi mendapatkan laba yang lebih besar lagi. Minat masyarakat untuk berbelanja di *minimarket* juga meningkat karena adanya pendapat bahwa pasar modern

(termasuk *minimarket*) lebih rapi, bersih dan praktis daripada pasar tradisional, meskipun tak sedikit pula masyarakat yang memilih loyal terhadap pasar tradisional (Suasti, 2018). Hal ini merupakan pergeseran dari kebutuhan fungsional menjadi kebutuhan psikologis, seperti dikatakan oleh Levy dan Weitz (2004); (Suasti dan Elvinalis, 2011). Kebutuhan fungsional (*functional needs*) adalah kebutuhan yang berhubungan langsung dengan bentuk atau penampilan dari produk, sedangkan kebutuhan psikologis adalah kebutuhan yang diasosiasikan dengan kebutuhan yang bersifat mental dari konsumen yang dapat terpenuhi dengan berbelanja ataupun membeli sebuah produk. Bintarto dan Surastopo (1979); menyatakan bahwa pendekatan keruangan dalam geografi menjelaskan bagaimana dan mengapa di suatu lokasi terdapat penggunaan ruang tertentu. Penggunaan ruang tersebut dapat berupa penggunaan ruang yang telah ada maupun penggunaan ruang yang dirancang (akan digunakan). Tetapi beberapa hal perlu diperhatikan terkait dengan asumsi teori lokasi yang menjelaskan pilihan lokasi seperti yang dijumpai dalam analisis wilayah dalam bidang geografi dan ekonomi regional (Ahyuni, 2013).

Minimarket franchise adalah suatu bentuk penggunaan ruang dan hubungan *minimarket franchise* dengan penggunaan ruang yang fungsinya sejenis dapat dikaji dengan

pendekatan keruangan. Penggunaan ruang yang fungsinya sejenis dengan *minimarket franchise* dalam penelitian ini adalah toko kelontong, penggunaan ruang yang sama berupa aktivitas perdagangan yang menjual kebutuhan harian secara eceran.

Warung kelontong atau biasa disebut dengan warung penyedia barang kebutuhan sehari-hari adalah usaha mikro yang kepemilikannya dimiliki oleh pribadi dan melakukan penjualan barang, melayani pelanggan secara langsung dan pada umumnya pemilik warung kelontong merangkap tugas sebagai kasir. Warung kelontong umumnya mudah diakses atau bersifat likal dan mudah ditemukan dilokasi perumahan padat penduduk di kota maupun di pedesaan. Pada saat ini keberadaan warung kelontong terancam oleh *minimarket* yang merambah ke pelosok-pelosok daerah. Tidak jarang masyarakat di daerah-daerah terpencil lebih memilih berbelanja di *minimarket* daripada di warung kelontong karena beberapa aspek, misalnya aspek prestise, kenyamanan berbelanja dan kelengkapan barang-barang kebutuhan mereka.

Kecamatan Jambi Timur merupakan salah satu kecamatan yang ada di Kota Jambi. Fenomena yang terjadi adalah munculnya *minimarket-minimarket franchise* di Kecamatan Jambi Timur dalam kurun waktu 4 tahun ini.

Seiring berjalannya waktu, gerai *minimarket franchise* (Alfamart

dan Indomaret) mengalami perkembangan di Kecamatan Jambi Timur. Dengan pertumbuhan *minimarket franchise* yang cukup pesat semakin lama akan memberikan dampak terhadap pedagang kelontong pada umumnya. Hal ini berkaitan dengan preferensi masyarakat yang memiliki kemungkinan untuk cenderung berahli belanja di *minimarket franchise*, jarak antara pedagang kelontong dengan *minimarket* yang berada dalam satu jangkauan pelayanan juga akan sangat berpengaruh pada preferensi masyarakat dalam menentukan tempat berbelanja.

Untuk melihat seberapa jauh dampak berdirinya *minimarket franchise* terhadap pendapatan pedagang kelontong, maka peneliti tertarik untuk mengetahui dampak berdirinya *minimarket franchise* terhadap pendapatan pedagang kelontong di Kelurahan Talang Banjar, Kelurahan Tanjung Sari dan Kelurahan Talang Banjar Kecamatan Jambi Timur Kota Jambi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk deskriptif kuantitatif, dengan pengambilan sampel secara *purposive sampling* yaitu sebesar 30 pedagang kelontong dari keseluruhan populasi sebanyak 88 yang tersebar di 9 Kelurahan. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh berupa jumlah *minimarket* dan pedagang kelontong

dari Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Jambi. Data primer berupa angket diberikan kepada pedagang kelontong di Kelurahan Talang Banjar, Kelurahan Tanjung Sari dan Kelurahan Tanjung Pinang. Teknik pengumpulan data penelitian ini adalah kuesioner, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data penelitian menggunakan *t-tets* untuk melihat perbedaan pendapatan pedagang kelontong sebelum dan sesudah berdirinya *minimarket*. Uji Anova untuk melihat hubungan pendapatan pedagang kelontong dengan jarak berdirinya *minimarket*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Perbandingan pendapatan sebelum dan

sesudah berdirinya *minimarket franchise*

Berdasarkan Tabel 2 uji t bahwa rata-rata pendapatan pedagang kelontong sebelum adanya *minimarket franchise* yaitu Rp 7.950.000, tetapi setelah adanya *minimarket franchise* maka rata-rata pendapatan pedagang kelontong menjadi Rp 4.240.000. Nilai t-hitung untuk perbandingan pedagang kelontong sebelum dan sesudah berdirinya *minimarket franchise* adalah 6.683 dengan probabilitas Sig. (2-tailed) 0.000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa probabilitas kurang dari 0,05 sehingga H_0 ditolak yang berarti hipotesis H_a diterima, artinya terdapat perbedaan pendapatan toko kelontong sebelum dan sesudah berdirinya *minimarket franchise* di Kelurahan Talang Banjar, Kelurahan Tanjung Sari dan Kelurahan Tanjung Pinang di Kecamatan Jambi Timur Kota Jambi diterima.

Tabel 2 Hasil Uji t (*t-test*) *Independent sample test*

ket	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
pendapatan pedagang kelontong sebelum	30	7.95E6	2543924.473	464454.939
sebelum	30	4.24E6	1665180.947	304019.056

Sumber: data yang diolah, 2018.

Berdasarkan Tabel 3 pendapatan pedagang kelontong perbulan sebelum berdirinya *minimarket* adalah Rp 2.000.000,00 sampai dengan Rp 12.000.000,00. Setelah adanya *minimarket*

pendapatan pedagang kelontong mulai dari Rp700.000,00 sampai dengan Rp8.000.000,00. Pendapatan adalah jumlah penghasilan untuk memenuhi kebutuhan perorangan ataupun keluarga. (Surtani, 1994).

Tabel 3 pendapatan per bulan sebelum dan sesudah berdirinya *minimarket*

No.	Sebelum*	Sesudah	Jumlah Pedagang	Selisih (Rp)
1.	Rp 2.000.000,00	Rp 700.000,00	1	-1.300.000
2.	Rp 3.000.000,00	Rp 2.000.000,00	1	-1.000.000
3.	Rp 4.500.000,00	Rp 3.000.000,00	1	-1.500.000
		Rp 3.000.000,00	2	-3.000.000
4.	Rp 6.000.000,00	Rp 5.000.000,00	2	-1.000.000
		Rp 4.500.000,00	3	-1.500.000
5.	Rp 7.000.000,00	Rp 3.000.000,00	2	-4.000.000
6.	Rp 7.500.000,00	Rp 4.000.000,00	2	-3.500.000
		Rp 3.500.000,00	1	-4.500.000
7.	Rp 8.000.000,00	Rp 4.000.000,00	2	-4.000.000
		Rp 4.500.000,00	1	-3.500.000
		Rp 2.000.000,00	1	-8.000.000
		Rp 4.000.000,00	1	-6.000.000
		Rp 4.500.000,00	2	-5.500.000
8.	Rp 10.000.000,00	Rp 5.000.000,00	1	-5.000.000
		Rp 6.000.000,00	1	-4.000.000
		Rp 7.500.000,00	2	-2.500.000
		Rp 8.000.000,00	1	-2.000.000
		Rp 2.000.000,00	1	-10.000.000
9.	Rp 12.000.000,00	Rp 5.000.000,00	1	-7.000.000
		Rp 6.000.000,00	1	-6.000.000

Sumber: data yang diolah, 2018

*nilai sudah disesuaikan dengan tahun 2018 menurut pedagang.

2. Dampak jarak berdirinya *minimarket* terhadap pendapatan pedagang kelontong.

Berdasarkan Table 4 penurunan pendapatan sebelum dan sesudah berdirinya *minimarket* terhadap jarak sangat berpengaruh. Semakin dekat jarak antara pedagang kelontong dengan *minimarket franchise* membuat tingkat

persaingan diantara keduanya semakin besar sehingga terjadi perubahan pendapatan yang lebih besar. Penurunan pendapatan dengan jarak 4 meter antara toko kelontong dengan *minimarket franchise* adalah Rp 10.000.000,00. Jarak 1-100 m mengalami penurunan pendapatan yang sangat bervariasi. Penurunan pendapatan mulai dari Rp1.000.000 sampai dengan Rp10.000.000.

Tabel 4 Penurunan Pendapatan Sebelum dan Sesudah Berdirinya *Minimarket* Berdasarkan Jarak

Jarak (m)	Penurunan (Rp)	Jumlah Pedagang
	1.000.000	2
	2.500.000	2
1 – 100	3.000.000	1
	3.500.000	1
	4.000.000	2

Jarak (m)	Penurunan (Rp)	Jumlah Pedagang
	4.500.000	1
	5.500.000	2
	6.000.000	1
	8.000.000	1
	10.000.000	1
101 - 200	1.500.000	1
	4.000.000	1
201 - 300	1.000.000	1
	1.500.000	1
	2.500.000	1
	4.000.000	2
	5.000.000	1
	7.000.000	1
301 - 400	1.300.000	1
	1.500.000	2
	2.500.000	1
	6.000.000	1
401 - 550	2.000.000	1
	3.000.000	1

Sumber: data yang diolah, 2018.

Berdasarkan Tabel 5 uji Anova terdapat nilai signifikan dari f diperoleh 154.050 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka H_a diterima. Dengan kata lain dapat dikatakan terdapat pengaruh perbedaan jarak berdirinya *minimarket* terhadap pendapatan pedagang kelontong di Kelurahan Talang Banjar, Kelurahan Tanjung Sari dan Kelurahan Tanjung Pinang di Kecamatan Jambi Timur Kota Jambi.

Menurut Mudrajad Kuncoro, anggota Tim Ekonomi Kadin (Kamar Dagang dan Industri) Indonesia dalam Bisnis Indonesia (2007); Suasti (2018), mengemukakan bahwa turunnya omset penjualan pedagang kecil secara dahsyat dan makin signifikan, jika jarak kios atau toko dengan toko modern di bawah satu kilometer. Tentunya harus ada alternative solusi bagi pemilik toko tradisional agar dapat bertahan di tengah maraknya *minimarket* yang berdiri.

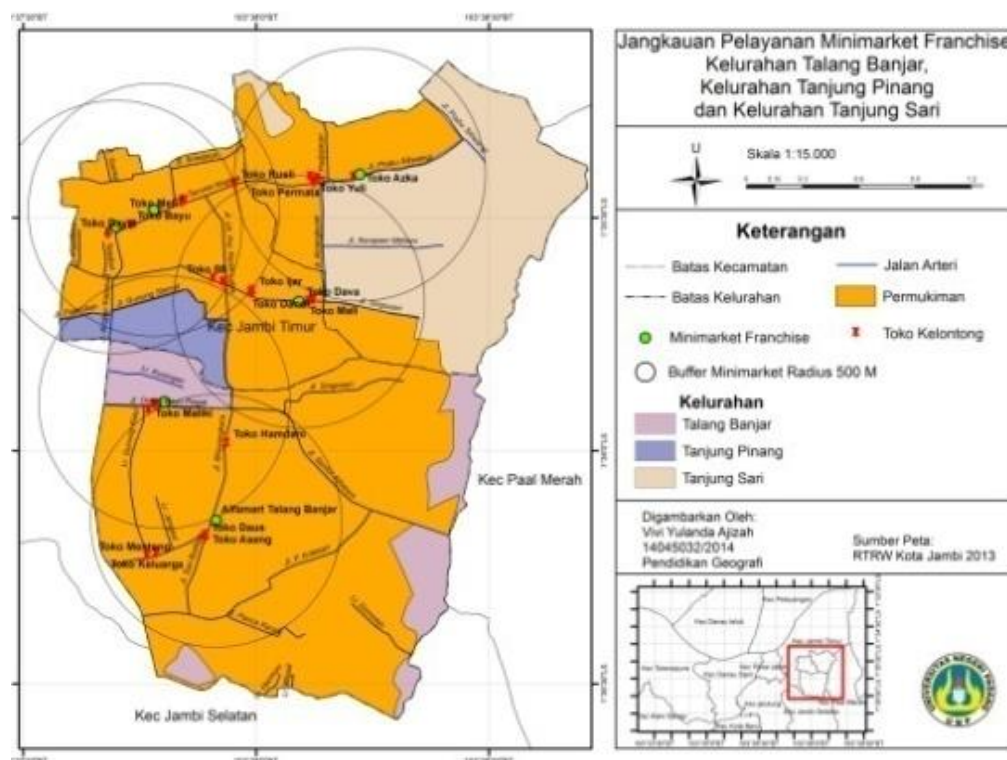
Tabel 5 Hasil Uji Anova

Jarak	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
<i>Between Groups</i>	9.494E14	2	4.747E14	154.050	.000
<i>Within Groups</i>	2.681E14	30	3.081E12		
Total	1.217E15	32			

Sumber: data yang diolah, 2018.

Berdasarkan Gambar 1 jangkauan pelayanan *minimarket franchise*, dapat diketahui bahwa semakin dekat jarak *minimarket* dengan pedagang kelontong maka akan semakin banyak toko kelontong yang terkena dampaknya. Satu *minimarket* berdampak terhadap 4

toko kelontong. Berdasarkan penelitian semakin jauh jarak warung terhadap *minimarket* maka pengaruh yang ditimbulkan akan semakin kecil. Jarak toko kelontong terhadap *minimarket* dapat dilihat pada Tabel 4.



Gambar 1: Jangkauan Pelayanan *Minimarket Franchise*.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan tentang Dampak Keberadaan *Minimarket Franchise* Terhadap Usaha Pedagang Kelontong di Kecamatan Jambi Timur Kota Jambi (Studi Kasus Kelurahan Talang Banjar), Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa rata-rata pendapatan pedagang kelontong sebelum adanya

minimarket franchise sebesar Rp 7.950.000 per bulan, tetapi setelah adanya *minimarket franchise* maka rata-rata pendapatan pedagang kelontong turun menjadi Rp 4.240.000 per bulan. Dan nilai t hitung untuk perbandingan pendapatan pedagang kelontong sebelum dan sesudah berdirinya *minimarket franchise* adalah 6.683 dengan probabilitas *Sig. (2-tailed)* 0.000, yang berarti terdapat pengaruh

yang signifikan atas adanya *minimarket franchise* terhadap pendapatan pedagang toko kelontong. Berdasarkan uji Anova dalam penelitian ini menunjukkan terdapat dampak jarak berdirinya *minimarket franchise* menurunkan pendapatan penjualan pedagang toko kelontong yaitu dengan nilai F 154.050 dan nilai Sig. 0,000 yang berarti H_0 diterima. Berdasarkan uji beda dan Anova menunjukkan adanya dampak jarak berdirinya *minimarket Franchise* terhadap pendapatan pedagang kelontong.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyuni. 2013. Pengembangan Aset Territorial sebagai Basis Perencanaan Pembangunan. *Jurnal geografi* 2(2), 96.
- Bintarto dan Hadisumarno, S. 1979. *Metode Analisis Geografi*. Jakarta : LP3ES.
- Dwinita A. 2011. Efek Pendapatan Pedagang Tradisional dari Ramainya Kemunculan Minimarket di Kota Malang. *Jurnal Dinamika Manajemen*. 2(2)
- Kuncoro, M. 2007. *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi Bisnis dan Ekonomi*. UPP STIM Y K PN. Yogyakarta.
- Levy and Weitz. 2004. *Reitail Management* 6th edition. United states of America:Mc Graw-hill Internasional
- Peraturan Menteri Perdagangan RI No 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.
- Suasti, Y dan Elvinalis, E. 2011. Penurunan Pemanfaatan Pasar Matur Kecamatan Matur Kabupaten Agam. *JURNAL GEOGRAFI*, 3(1), 47-56.
- Suasti, Y. 2018. partisipasi pedagang kaki lima dalam pengelolaan sampah pasar bawah kota Bukittinggi. *JURNAL BUANA*, 2(5), 328-337.
- Suasti, Y. (2018). Tingkat Investasi Wisata di Kabupaten Pesisir Selatan Tahun 2010-2017. *JURNAL BUANA*, 2(4), 79-85.
- Surtani.1994. Studi Tentang Tingkat Pendapatan dan Pemasaran Sebelum dan Sesudah Adanya Tempat Pelelangan Ikan (TPI) Di Kecamatan Bungus Teluk Kabung Kota Padang.