

Analisis Dampak Pasar Ritel Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Ritel Tradisional di Desa Wuasa Kecamatan Lore Utara

Naisela Vebyanti Y.Pontoh¹, Failur Rahman², Rita Yunus³, Santi Yunus⁴, Meity Ferdiana Paskual⁵

Fakultas Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan, Universitas Tadulako

E-mail: Neiselafebianti@gmail.com

Article History:

Received: 01 Mei 2024

Revised: 20 Mei 2024

Accepted: 22 Mei 2024

Keywords: Ritel, pedagang, dan pendapatan

Abstract: *Bisnis ritel semakin berkembang pesat di Indonesia, tidak hanya hadir di perkotaan dan kabupaten, tetapi juga menjangkau kecamatan dan pedesaan. Kehadiran ritel modern di suatu wilayah tentunya memiliki dampak positif dan negatif. Manfaatnya adalah memenuhi kebutuhan konsumen dengan lebih baik dan menciptakan peluang kerja bagi masyarakat setempat. Banyak yang berpendapat bahwa pertumbuhan pasar modern yang berlokasi dekat dengan pasar tradisional mengakibatkan penurunan aktivitas di pasar tradisional, yang pada akhirnya berdampak pada usaha pedagang kecil di pasar tradisional. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif, Jenis penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer dengan menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Berdirinya Alfamidi tentu menarik perhatian berbagai kalangan, terutama para konsumen rumah tangga atau para konsumen pribadi, terlebih banyaknya produk yang ditawarkan tentu membuat konsumen lebih memilih berbelanja di ritel dibandingkan di umkm. Namun, hal ini juga menjadi dampak negatif yang dirasakan oleh para pedagang kecil baik para pelaku umkm maupun para pedagang pasar.*

PENDAHULUAN

Masyarakat perkotaan kini dimanjakan oleh kehadiran berbagai pusat perbelanjaan khususnya bisnis eceran. Industri ritel merupakan industri yang strategis dalam kontribusinya terhadap perekonomian Indonesia. Ritel menjadi penting karena masuk kedalam proses mata rantai dimana produk dapat ditemukan langsung oleh pengguna. Persaingan ritel menjadi tidak sehat karena izin pemerintah bagi investor besar, padahal pasar sudah berminat. Dampaknya, toko ritel besar di beberapa kota tutup, sehingga pedagang kecil kini terancam dengan semakin banyaknya kehadiran minimarket Soliha, (2008).

Bisnis ritel semakin berkembang pesat di Indonesia, tidak hanya hadir di perkotaan dan kabupaten, tetapi juga menjangkau kecamatan dan pedesaan. Contoh terkenal dari bisnis ritel ini

adalah Alfamidi dan Indomaret. Pertumbuhan bisnis eceran ini meningkatkan minat belanja masyarakat karena keduanya menawarkan beragam produk sehari-hari dengan harga terjangkau, fasilitas yang lebih nyaman dan bersih, serta sistem *self-service* yang memudahkan pembelian. Kedua toko ini juga dikenal karena pelayanan yang ramah, sering kali menyelenggarakan diskon dan promo, yang membuat mereka diapresiasi oleh masyarakat setempat. Selain itu, dengan memiliki kartu keanggotaan, pelanggan bisa mendapatkan poin atau potongan harga ketika berbelanja di Alfamidi atau Indomaret.

Kehadiran ritel modern di suatu wilayah tentunya memiliki dampak positif dan negatif. Manfaatnya adalah memenuhi kebutuhan konsumen dengan lebih baik dan menciptakan peluang kerja bagi masyarakat setempat. Namun, keberadaan pasar modern juga dapat merugikan pasar tradisional karena menyebabkan penurunan jumlah pengunjung di pasar tradisional. Banyak yang berpendapat bahwa pertumbuhan pasar modern yang berlokasi dekat dengan pasar tradisional mengakibatkan penurunan aktivitas di pasar tradisional, yang pada akhirnya berdampak pada usaha pedagang kecil di pasar tradisional.

Usaha eceran/ritel adalah semua kegiatan yang terlibat dalam penjualan atau pembelian barang, jasa ataupun keduanya secara sedikit-sedikit, atau satu-satu langsung kepada konsumen akhir untuk keperluan konsumsi pribadi, keluarga, ataupun rumah tangga dan bukan untuk keperluan bisnis atau dijual kembali Rozaniwati & Tata Purwata, (2010).

Penjualan eceran atau ritel dengan pola tradisional merupakan contoh sektor informal dalam perdagangan yang sering ditemui, terutama di daerah padat pemukiman. Pemilik usaha semacam itu umumnya memiliki tingkat pendidikan yang rendah dan modal yang terbatas. Mereka yang sebelumnya tidak dapat mengejar peluang di sektor formal, terpaksa membuka usaha sendiri. Menurut Wiboonpongse dan Sriboonchitta (dalam Aryani, 2011) pedagang tradisional mempunyai karakteristik yang kurang baik dalam strategi perencanaan, terbatasnya akses pemodal yang disebabkan jaminan (*collateral*) yang tidak mencukupi, tidak adanya skala ekonomi, tidak mempunyai jaminan kerja sama dengan pemasok besar, manajemen pengadaan yang buruk, dan lemahnya kemampuan dalam menyesuaikan keinginan konsumen. Masalah timbul karena produk yang tersedia di Alfamidi umumnya mirip dengan yang ada di toko-toko tradisional. Dengan berbagai keunggulan seperti variasi produk yang berbeda dan kenyamanan berbelanja di Alfamidi, masyarakat cenderung lebih memilih berbelanja di sana daripada di toko-toko tradisional. Hal ini berpotensi mengurangi daya saing toko-toko tradisional dalam menarik pelanggan.

Alfamidi adalah salah satu contoh ritel modern berkonsep franchise yang banyak di temui di daerah seluruh Indonesia. Ritel ini pada umumnya memiliki ruang yang tidak terlalu besar (50-150 m²) namun telah memiliki sistem manajemen dan diferensiasi produk yang cukup baik. Berdasarkan informasi yang diterima, Alfamid Poso saat ini berjumlah sekitar 11 unit dan semuanya berfungsi. Selain itu, Pemprov juga harus terus memberikan izin kepada minimarket lain di Kabupaten Poso. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan Kumparan.com kepada para pelaku UMKM, disebutkan bahwa sejak Alfamidi beroperasi di Poso, pendapatan mereka menurun drastis dan meminta pemerintah untuk lebih memperhatikan usaha kecil dan menengah dibandingkan fokus pada modal besar investor.

Ketua Panitia DPD II, dilansir di situs posoline.com, menilai izin usaha yang diberikan Pemkab kepada Alfamidi berdampak besar terhadap pertumbuhan pedagang kecil. Selain itu, bertambahnya toko modern atau mini market di wilayah Poso berdampak besar terhadap perekonomian pedagang kecil. Pengembangan Alfamidi di wilayah Poso perlu mempertimbangkan beberapa hal, seperti "Bagaimana sebenarnya manfaat kehadiran Alfamidi bagi masyarakat di wilayah Poso dan apa dampaknya terhadap UMKM?" benar-benar perlu

berpikir sebelum mini market mulai menyebar di Poso.

Dari fenomena yang terjadi di atas, penulis ingin mengetahui lebih jauh mengenai pendapatan para pedagang eceran khususnya di Desa Wuasa Kecamatan Lore Utara Kabupaten Poso, adakah dampak terhadap pendapatan pedagang baik sebelum dan sesudah adanya minimarket yang beroperasi di sekitar wilayah toko mereka. Sehingga dengan latar belakang yang diuraikan tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Analisis Dampak Pasar Ritel Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Ritel Tradisional Di Desa Wuasa Kecamatan Lore Utara”.

LANDASAN TEORI

Klasifikasi ritel di Indonesia terdiri atas ritel tradisional dan ritel modern. Ritel tradisional terdiri dari pengecer kecil dan sederhana seperti pedagang grosir dan pedagang pasar tradisional. Ritel modern terdiri dari pengecer besar dengan banyak gerai dan toko lengkap seperti Matahari, Ramayana, Makro, Carrefour dan Hero. Ritel modern meliputi supermarket, hypermarket, mini market, dan department store.

Menurut Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri, Departemen Perdagangan Republik Indonesia (1997), jenis-jenis perdagangan eceran terdiri dari:

1. Pasar tradisional, tempat transaksi barang antara penjual dan pembeli.
2. Swalayan adalah pasar modern dengan penjualan barang-barang eceran, seperti barang rumah tangga dan makanan.
3. Pasar modern penjualan barang-barang eceran seperti fashion, kosmetik, dan perhiasan dengan pelayanan pramuniaga atau self-service.
4. Pasar Grosir, adalah tempat transaksi barang atau jasa dalam jumlah besar
5. Pasar Grosir Modern, adalah pasar grosir dengan pelayanan yang bersifat self service, seperti Pasar Grosir Makro, Alfa, dan lain-lain.
6. Pusat perbelanjaan adalah tempat penjualan berbagai jenis barang dalam gedung perbelanjaan seperti supermarket dan toko-toko lainnya. Contohnya adalah Galeria Mall, Blok M Plaza, dan lainnya.

Pengertian Pasar

Menurut Dahl dan Hammond (dalam Widodo, 2013:30), “pasar adalah sebagai suatu lingkungan atau ruang tempat kekuatan permintaan dan penawaran bekerja untuk menentukan atau memodifikasi harga sehingga terjadi pertukaran kepemilikan barang dan jasa serta adanya fakta kegiatan fisik dan institusional”. Pasar juga dapat diartikan sebagai tempat untuk mengadakan transaksi pertukaran benda-benda, jasa ekonomi dan uang, yang di dalamnya terdapat komunikasi dan interaksi yang terjadi antara penjual dan pembeli sehingga nantinya akan tercipta suatu harga berdasarkan kesepakatan bersama. Dalam konteks ekonomi, pasar adalah kondisi di mana pembeli sebagai konsumen dan penjual sebagai produsen atau pedagang melakukan pertukaran setelah mencapai kesepakatan mengenai harga dan kualitas tertentu dari barang yang diperdagangkan. Pembeli sebagai konsumen memperoleh barang yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, sedangkan penjual sebagai produsen atau pedagang memperoleh imbalan pendapatan yang nantinya digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Dari berbagai definisi pasar yang ada, dapat disimpulkan bahwa pasar adalah tempat di mana penjual dan pembeli bertemu untuk melakukan transaksi jual beli, di mana penjual mendapatkan imbalan pendapatan dan pembeli memperoleh barang dan jasa yang diinginkan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya melalui kesepakatan harga bersama.

Pengertian Ritel

Kata ritel berasal dari bahasa Perancis yaitu *Ritellier* yang berarti memecah sesuatu atau memotong. Menurut Sujana (2012:19), ritel atau retail secara harfiah adalah “eceran atau perdagangan eceran, dan peritel/retailer diartikan sebagai pengecer atau pengusaha perdagangan eceran”. Sedangkan menurut Umar (2005), usaha eceran/retailing adalah suatu kegiatan penjualan barang dan jasa yang dilakukan oleh penjual kepada konsumen akhir untuk dikonsumsi sendiri dan bukan untuk dijual lagi. Ritel merupakan bagian terpenting dalam kegiatan rantai konsumsi. Karena ritel dapat diartikan sebagai usaha eceran yaitu semua jenis usaha yang secara langsung mengarahkan kemampuan pemasarannya untuk memuaskan konsumen akhir. Menurut Berman dan Evans (dalam Asep, 2012:19) juga mendefinisikan bahwa ritel *sebagai “those business activities involved in the sale of goods and services to consumers for their personal, family or household use”* atau “keseluruhan aktivitas bisnis yang menyangkut penjualan barang dan jasa kepada konsumen untuk digunakan oleh mereka sendiri, keluarga atau rumah tangganya”.

Bisnis ritel di Indonesia dapat dibedakan menjadi 2 kelompok, yaitu Ritel Tradisional dan Ritel Modern.

1. Ritel Tradisional

Soliha, (2008:130) mengartikan ritel tradisional adalah sebagai berikut: “Ritel yang bersifat tradisional adalah sejumlah pengecer atau pedagang eceran yang berukuran kecil dan sederhana, misalnya toko-toko kelontong, pengecer atau pedagang eceran yang berada di pinggir jalan seperti kios-kios, pedagang eceran yang berada di pasar tradisional seperti los, tenda dan lain-lain. Kelompok bisnis ritel ini merupakan kelompok usaha kecil dan memiliki modal yang sedikit dengan menggunakan fasilitas yang sederhana.” Berdasarkan pengertian diatas, dapat diketahui bahwa ritel tradisional merupakan segala macam bentuk pengecer yang berukuran yang kecil dan memiliki modal yang sedikit.

2. Ritel Modern

Ritel modern merupakan pengembangan dari ritel tradisional. Ritel modern merupakan suatu pasar yang berfungsi sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu pelayanan yang bagus kepada para konsumen serta menggunakan manajemen modern, canggih dan profesional dan biasanya berlokasi di kawasan perkotaan.

Regulasi pemerintah mengenai bisnis ritel diberlakukan (Perpres RI No. 112 Tahun 2007) tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Ritel Modern. Ritel modern adalah ritel dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk Minimarket, Supermarket, Department Store, Hypermarket ataupun grosir yang berbentuk Perkulakan. Ritel modern ini diwakili oleh Carrefour, Ramayana, Indomaret, Alfamart dan sebagainya.

Kehadiran pasar modern (supermarket, hipermarket, minimarket), dianggap oleh berbagai kalangan telah menyudutkan keberadaan pasar tradisional di perkotaan maupun pedesaan. Berdasarkan hasil studi A.C. Nielsen (2005), pasar modern di Indonesia tumbuh 31,4% per tahun, sedangkan pasar tradisional menyusut 8% per tahun. Hasil kajian Kementerian Koperasi dan UKM dengan PT Solusi Dinamika Manajemen (2004) menunjukkan bahwa kehadiran pasar modern telah mengancam eksistensi pasar tradisional. Dampak keberadaan pasar modern terhadap pasar tradisional adalah dalam hal penurunan omzet penjualan.

Dampak Hadirnya Minimarket

Meningkatnya pertumbuhan minimarket di daerah merupakan salah satu bentuk kemajuan makroekonomi di Indonesia, dan juga berdampak positif pada penurunan jumlah pengangguran, terbukanya banyak lapangan kerja. Namun di sisi lain, semangat ekonomi tersebut justru

menimbulkan keresahan di kalangan pelaku UKM. Banyaknya toko-toko kecil yang dibangun di samping kios-kios lokal dan dekat dengan pasar tradisional tentu akan membuat para pedagang tradisional merasa kompetitif. Melihat kemudahan minimarket dan harga yang lebih murah dibandingkan pasar tradisional menjadi salah satu penyebab pasar tradisional akhirnya kehabisan pelanggan Yustika, (2008). Salah satu dampak dari kehadiran mini market di kawasan Wuasa adalah ditutupnya pasar tradisional yang terkena dampak berkembangnya Alfamid di kawasan tersebut.

Analisis Lingkungan Makro

1. Membaiknya faktor politik dan hukum di Indonesia membuat para pengusaha ritel mengembangkan usahanya dengan menambah jumlah lokasi. Pemerintah belum merencanakan peraturan baru terhadap usaha hipermarket yang masih diatur melalui Keputusan Presiden No. 118/2000 tentang penanaman modal.
2. Dengan berlakunya Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1999, pemerataan pendapatan menjadi merata dan daya beli masyarakat meningkat.
3. Faktor Demograf adanya peningkatan jumlah penduduk.
4. Faktor teknis dari sudut pandang bisnis ritel, perkembangan teknologi, khususnya teknologi informasi dan komunikasi, berdampak besar pada efisiensi proses operasional, operasional yang cepat dan seringkali lebih murah. Manfaat teknologi di bidang ritel mencakup pengenalan sistem respons konsumen (ECR) yang efektif yang didukung oleh pertukaran data elektronik (EDI).

Selain beberapa faktor diatas, faktor penentuan lokasi juga menjadi salah satu penyebab cepatnya perkembangan industri ritel. Penentuan lokasi ritel dimulai dengan memilih komunitas berdasarkan pertumbuhan ekonomis, stabilitas politik, persaingan, dan geografi. Faktor-faktor lainnya termasuk kondisi social ekonomi sekitarnya dan posisi pesaing Utami, (2006:61).

Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang relevan ini pada dasarnya adalah untuk mendapatkan gambaran tentang sebuah topik yang akan di bahas/diteliti dengan penelitian yang sejenis, yang mungkin pernah diteliti oleh peneliti sebelumnya.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Wijayanti (2013), bertujuan untuk mengetahui dampak dari adanya ritel modern berupa Indomaret terhadap keberlangsungan usaha ritel tradisional yang ada di Kota Pematang yang dilihat dari jumlah pelanggan, omset penjualan, diversifikasi produk, jam buka toko milik pedagang warung tradisional dan ukuran kedekatan lokasi warung tradisional dengan Indomaret. Responden dalam penelitian ini adalah pemilik toko atau warung tradisional. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan kuesioner dan wawancara. Sedangkan metode analisis data, digunakan metode analisis data kuantitatif dengan statistik sebagai alat analisis dan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dampak kehadiran Indomaret dirasakan oleh sejumlah responden yang mempunyai lokasi usaha berjarak 100 meter dari Indomaret baik dalam hal pelanggan, omset penjualan dan diversifikasi produk yang mengalami penurunan. Sedangkan bagi responden yang mempunyai lokasi usaha berjarak 300-500 meter dari Indomaret ternyata tidak merasakan dampak dari hadirnya Indomaret.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Sasikirana (2014) ini dilakukan pada 3 pasar tradisional di Kota Surakarta yaitu Pasar Nusukan dan Pasar Hardjodaksino sebagai pasar perlakuan (pasar yang jaraknya dekat dengan ritel modern) dan Pasar Jongke sebagai pasar kontrol (pasar yang jaraknya jauh dengan ritel modern). Penelitian ini menggunakan data sekunder diperoleh dari Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta, dinas Perindustrian dan

Perdagangan Kota Surakarta dan Badan Pusat Statistik serta literatur yang terkait. Dan data primer berasal dari wawancara mendalam dengan pedagang pasar tradisional. Metode penelitian yang digunakan adalah t-test, *chi-square test*, uji korelasi dan *ordinal logistic regression*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi omzet pedagang pasar tradisional adalah ukuran kios, komoditas utama berupa produk segar dan komoditas utama berupa produk olahan sedangkan jarak tidak mempengaruhi omzet pedagang pasar tradisional di Kota Surakarta.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Fanan (2017) berlokasi di Desa Mundu Pesisir yang berada di Kecamatan Mundu Kabupaten Cirebon. Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah yang menjadi dampak pertumbuhan ritel modern terhadap ritel tradisional Mundu Pesisir dan apa saja dampak yang diakibatkan oleh pertumbuhan ritel modern terhadap masyarakat Mundu Pesisir. Dalam penelitian ini, menggunakan metode penelitian yaitu metode kualitatif yang bertujuan untuk menemukan fakta, dilanjutkan dengan menemukan masalah, identifikasi masalah dan pada akhirnya menuju pada penyelesaian masalah. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara kepada masyarakat Desa Mundu Pesisir untuk mendapatkan keterangan. Digunakan pula observasi untuk mendapatkan gambaran dan kegiatan yang ada di Desa Mundu Pesisir. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan adanya ritel tradisional di Desa Mundu Pesisir sangat membantu perekonomian para pedagang karena pasar tradisional ini menjadi wadah perekonomian perdagangan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif. Menurut Suparlan (dalam Patilima, 2013:61) menyebutkan pendekatan kualitatif yang dianalisis bukan variabel-variabelnya, melainkan hubungannya dengan prinsip-prinsip umum dari satuan-satuan gejala lainnya dengan menggunakan kebudayaan masyarakat yang bersangkutan. Jenis penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif, Moleong (2007:11) menyatakan bahwa penelitian deskriptif kualitatif data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka. Artinya data dalam penelitian berisi kutipan untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut Penelitian ini menggunakan analisis kualitatif untuk memberikan gambaran objek penelitian tanpa membuat kesimpulan umum. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk menjelaskan mengenai dampak yang ditimbulkan karena adanya pembangunan Alfamidi di daerah Wuasa, Poso.

Sumber data dalam penelitian ini yaitu sumber data primer, artinya sumber data yang diperoleh secara langsung. Menurut Sugiyono (dalam tanujaya, 2017:93) data primer adalah pengumpulan data yang dapat dilakukan melalui wawancara langsung, telepon atau komunikasi tidak langsung seperti surat, email, dan lain-lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisa dan data yang telah penulis kumpulkan, didapatkan hasil bahwa para investor besar seperti Alfamidi tentu melihat adanya peluang besar terutama di daerah Wuasa, sehingga akhirnya kesempatan tersebut dimanfaatkan oleh investor untuk membangun Alfamidi di daerah yang belum pernah dijangkau. Berdirinya Alfamidi tentu menarik perhatian berbagai kalangan, terutama para konsumen rumah tangga atau para konsumen pribadi, terlebih banyaknya produk yang ditawarkan tentu membuat konsumen lebih memilih berbelanja di ritel dibandingkan di UMKM.

Namun, hal ini juga menjadi dampak negatif yang dirasakan oleh para pedagang kecil baik para pelaku UMKM maupun para pedagang pasar. Ini tentu menjadi perhatian khusus karena

dapat menurunkan penghasilan mereka dan berdampak pada kehidupan ekonomi para masyarakat setempat. Dapat terlihat dari hasil survey yang sudah dilakukan, bahwa keuntungan yang didapatkan oleh pedagang setelah ada Alfamidi sangat berbanding terbalik dengan keuntungan yang didapatkan sebelum adanya Alfamidi. Menurut para pedagang tradisional hal itu tentu menjadi alasan terbesar pelanggan lebih memilih belanja di ritel modern dibandingkan dengan toko tradisional.

Analisis Data

1. Data Banyaknya sarana pemasaran Lore Utara Tahun 2016.

No	Desa		Jumlah Pasar	Harian	Frekuensi Mingguan
1	Dodolo		0	0	0
2	Kaduwa		0	0	0
3	Alitupu		1	0	1
4	Wuasa		2	1	1
5	Watumaeta		1	0	1
6	Sedoa		0	0	0
7	Bumi Banyusari		0	0	0
	Jumlah	2016	4	1	3
		2015	2	1	2
		2014	4	0	4

Sumber: Transala, 2012

Berdasarkan data yang peneliti dapat, bahwa pasar yang berada di Kecamatan Lore Utara tepatnya di Desa Wuasa hanya terdapat 2 pasar tradisional saja yang masih aktif hingga kini. Berdasarkan jumlah harian hanya terdapat 1 pasar saja yang aktif setiap harinya, sama dengan frekuensi mingguan hanya 1 sarana saja yang aktif disetiap minggunya (Tansala, 2017).

2. Jumlah banyaknya ritel yang berkembang di Desa Wuasa sebagai berikut

No.	Desa		Took	Kios	Warung Makan
1	Dodolo		0	6	1
2	Kaduwa		0	7	0
3	Alitupu		4	27	2
4	Wuasa		8	31	4
5	Watumaeta		4	30	6
6	Sedoa		0	32	4
7	Bumi Banyusari		0	7	2
	Jumlah	2016	16	139	19
		2015	7	93	5
		2014	16	20	11

Sumber: Tansala, (2017)

Berdasarkan data di atas dapat terlihat dengan jelas bahwa ritel di Desa Wuasa dapat merebut pasar dari pedagang tradisional (Tansala, 2017). Toko yang berada di desa Wuasa berjumlah 8 toko, sementara kios berada di 30 titik di desa dan menjadi industri terbanyak yang

berkembang di desa Wuasa. Hal ini membuktikan bahwa keberadaan atau lokasi tempat dimana toko ritel dibangun juga berdampak besar bagi keberlangsungan sistem jual beli di pasar. Begitupun dengan minat beli konsumen yang semakin mengarah kepada industri ritel yang dinilai lebih efisien dibandingkan harus pergi ke pasar tradisional.

3. Data keuntungan yang dirasakan pedagang dari sebelum dan sesudah adanya Alfamidi.

No	Nama	Setelah adanya ritel modern jumlah keuntungan berkurang					produk yang dijual diritel modern lebih banyak					pelayanan yang diberikan ritel modern lebih baik					dengan adanya diskon diritel modern mempengaruhi jumlah pembeli				
		S	T	N	SS	S	ST	TS	N	SS	S	S	TS	N	S	SS	ST	TS	N	S	S
1	pedagang 1				✓					✓			✓								✓
2	Pedagang 2					✓				✓				✓							✓
3	Pedagang 3					✓				✓				✓							✓
4	pedagang 4				✓						✓			✓							✓
5	pedagang 5					✓					✓		✓								✓
6	pedagang 6					✓					✓		✓								✓
7	pedagang 7					✓			✓					✓							✓
8	pedagang 8				✓						✓			✓							✓
9	pedagang 9					✓					✓				✓						✓
10	pedagang 10					✓					✓		✓								✓

Sumber : data pribadi, (2024)

Berdasarkan data yang di dapatkan, dapat disimpulkan bahwa 7 dari 10 pedagang sangat setuju bahwa jumlah keuntungan omset mereka berkurang setelah adanya ritel, 6 dari 10 pedagang sangat setuju bahwa jumlah penjualan produk yang sama seperti di ritel juga berkurang sementara 2 pedagang setuju dan 2 lainnya merasa tidak terlalu ada perbedaan dari segi penjualan produk. Di sisi lain, 4 dari 10 pedagang kurang setuju jika dikatakan pelayanan yang diberikan ritel dapat mempengaruhi penjualan mereka, 5 pedagang lain menjawab netral karena mereka merasa apa yang mereka berikan pada pelanggan sama seperti apa yang ada di ritel dan 1 pedagang setuju bahwa sering adanya diskon di ritel sangat mempengaruhi pilihan pelanggan untuk berbelanja di ritel.

4. Data omset yang didapatkan pedagang dari sebelum dan sesudah adanya Alfamidi.

No	Nama	Adanya Perubahan Omzet Setelah Munculnya Ritel Modern					Persediaan Barang Pada Ritel Modern Lebih Lengkap					Pelayanan Di Ritel Tradisional Kurang Optimal				
		ST	T	N	SS	S	ST	TS	N	SS	S	S	TS	N	S	SS
		S	T	N	SS	S	S	TS	N	SS	S	S	TS	N	S	SS

1	pedagang 1			✓		✓				✓		
2	Pedagang 2			✓		✓				✓		
3	Pedagang 3			✓		✓				✓		
4	pedagang 4				✓		✓			✓		
5	pedagang 5			✓				✓		✓		
6	pedagang 6				✓	✓				✓		
7	pedagang 7			✓		✓					✓	
8	pedagang 8			✓		✓					✓	
9	pedagang 9			✓		✓					✓	
10	pedagang 10			✓		✓				✓		

Sumber : data pribadi, (2024)

Berdasarkan data yang didapatkan, untuk omset penjualan, 8 dari 10 pedagang sangat setuju bahwa mereka merasakan adanya perubahan omset toko setelah munculnya ritel modern. Menurut hasil survey, 8 dari 10 pedagang tidak setuju jika dikatakan persediaan barang di ritel modern lebih lengkap dibandingkan di toko tradisional. Sementara itu, 2 sisanya merasa setuju jika persediaan barang yang ada di ritel lebih lengkap dibanding toko tradisional. Hasil survey terakhir dapat dilihat bahwa 7 dari 10 pedagang merasa tidak setuju jika dikatakan pelayanan di toko kelontong kurang maksimal, sementara 3 lainnya menjawab netral.

5. Data penghasilan omset harian dan bulanan pedagang tradisional sebelum dan sesudah ada Alfamidi.

No.	Nama	Pendapatan Sebelum Adanya Alfamidi		Pendapatan Sesudah Ada Alfamidi	
		Harian	Bulanan	Harian	Bulanan
1	Pedagang 1	5.000.000	20.000.000	4.000.000	12.000.000
2	Pedagang 2	4.000.000	12.000.000	2.000.000	6.000.000
3	Pedagang 3	4.000.000	12.000.000	3.000.000	9.000.000
4	Pedagang 4	4.000.000	12.000.000	3.000.000	9.000.000
5	Pedagang 5	5.000.000	20.000.000	4.000.000	9.000.000
6	Pedagang 6	5.000.000	20.000.000	2.000.000	6.000.000
7	Pedagang 7	5.000.000	20.000.000	4.000.000	12.000.000
8	Pedagang 8	4.000.000	12.000.000	2.000.000	6.000.000
9	Pedagang 9	5.000.000	20.000.000	2.000.000	6.000.000
10	Pedagang 10	5.000.000	20.000.000	2.000.000	6.000.000

Sumber : data pribadi, (2024)

Berdasarkan hasil survey yang didapatkan untuk omset penghasilan pedagang di Desa Wuasa, bahwa rata-rata harian penghasilan dari pedagang tradisional sebelum adanya Alfamidi berkisar antara Rp. 4.000.000 – 5.000.000 perhari, sementara jika dihitung per bulan bisa mencapai sekitar Rp. 12.000.000-20.000.000. Sementara itu, pendapatan yang didapatkan setelah adanya Alfamidi justru berbanding terbalik dengan sebelum adanya Alfamidi. Dapat terlihat bahwa setelah ada Alfamidi, omset penghasilan rata-rata pedagang tradisional per hari hanya mencapai sekitar 2.000.000-4.000.000 per hari, sementara jika dihitung per bulan penghasilan mereka hanya mencapai sekitar 6.000.000-12.000.000, hal ini berarti kerugian yang didapatkan pedagang bisa mencapai sekitar Rp. 1.000.000-3.000.000 per hari dan jika dihitung per bulan bisa mencapai sekitar 3.000.000-9.000.000 kerugian yang didapatkan oleh pedagang tradisional.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa kehadiran Alfamidi memiliki dampak yang signifikan pada keuntungan, omset penjualan, dan penghasilan pedagang tradisional, yang pada umumnya mengalami penurunan setelah ritel modern tersebut hadir di pasar. Meskipun ritel modern membawa manfaat bagi konsumen, perlu diakui bahwa dampaknya terhadap pedagang kecil dan pasar tradisional dapat menimbulkan ketidakseimbangan ekonomi lokal. Perlunya strategi dan kebijakan yang tepat untuk menjaga keseimbangan dan mendukung keberlanjutan ekonomi lokal menjadi penting dalam konteks ini.

Diperlukan adanya program pemberdayaan pedagang kecil, khususnya pelaku UMKM, untuk meningkatkan daya saing mereka di pasar yang kompetitif. Selain itu, pemerintah juga perlu mengadakan kolaborasi antara pedagang kecil dan ritel modern seperti Alfamidi untuk menciptakan kemitraan yang saling menguntungkan, seperti mengadakan program promosi bersama atau dukungan dalam penyediaan produk lokal. Disisi lain, pedagang tradisional juga perlu meningkatkan kualitas pelayanan dan memberikan pengalaman belanja yang unik bagi konsumen, sehingga dapat bersaing dengan ritel modern. Pentingnya kampanye edukasi kepada konsumen juga perlu dilakukan sebagai upaya mendukung pedagang lokal untuk menjaga keberlanjutan ekonomi lokal. Pemerintah dan pihak terkait juga perlu mendukung pengembangan produk lokal agar memiliki daya saing yang setara dengan produk ritel modern. Diperlukannya pemantapan kebijakan ekonomi lokal yang mendukung keberlanjutan pedagang tradisional seperti bantuan keuangan.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Dengan terselesaikannya artikel ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Allah Swt, atas limpahan karunia dan hidayahnya sehingga penulis dapat melakukan dan menyelesaikan karya ilmiah ini.
2. Kedua orang tua saya yang telah membantu dan mendoakan saya dalam menyelesaikan karya ilmiah ini.
3. Failur Rahman, S.Pd.,M.Sc selaku dosen pembimbing, telah memberi arahan dan masukan dalam karya ilmiah ini
4. Rekan-rekan MBKM Desa Wuasa yang telah memberikan semangat dan dorongan moral kepada peneliti untuk menyelesaikan karya ilmiah ini.

DAFTAR REFERENSI

- A.C. Nielsen. 2005. Asia Pacific Retail and Shopper Trends 2005 [online] http://www.acnielsen.de/pubs/documents/RetailandShopperTrendsAsia_2005.pdf [27 November 2006]
- Aryani, D. (2011). Efek Pendapatan Pedagang Tradisional Dari Ramainya Kemunculan Minimarket Di Kota Malang. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 2 (2), 169-180.
- Bisnis Indonesia, Rabu, 15 Juni 2005. Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri-Departemen Perdagangan, Kebijakan Pengembangan Bisnis Ritel Modern.
- Fanan, Syaekhul. (2017). Skripsi : Dampak Pertumbuhan Ritel Modern terhadap Ritel Tradisional (Studi Kasus Dampak Sosial Ekonomi Masyarakat Mundu Pesisir Kecamatan Mundu Kabupaten Cirebon). Cirebon : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati.

- Kuncoro, M. 2002. Analisis Spasial dan Regional: Studi Aglomerasi dan Kluster Industri di Indonesia. UPP AMP YKPN, Yogyakarta.dan Ekonomi (JBE), Vol. 15, No. 2, (Hal.128 - 142).
- Moleong, Lexy. J. (2007). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Patilima, H. (2013). Metode Penelitian Kualitatif. Cetakan Keempat. Bandung: CV Alfabeta.
- Poso. (2019). Alfamidi menjamur di poso, umkm tuding pemda memihak pemilik modal.Diambil tanggal 21 februari 2024, dari <https://kumparan.com/paluposo/alfamidi-menjamur-di-poso-umkm-tuding-pemda-memihak-pemilik-modal-1s1r58so6et>
<https://posokab.bps.go.id/publication/2022/09/26/882ea2e86b1cefaf8dd442f0/kecamatan-lore-utara-dalam-angka-2022.html>
- Rozinawati dan T. Purwata, 2010. Modul Membuka Usaha Eceran/Ritel untuk SMK dan MAK. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sinaga, Pariaman. 2004. Makalah Pasar Modern VS Pasar Tradisional. Kementerian Koperasi dan UKM. Jakarta : Tidak Diterbitkan
- Sujana, Asep . (2012). Manajemen Minimarket. Depok : Raih Asa Sukses (Penebar Swadaya Grup).
- Soliha, Euis. (2008). Analisis Industri Ritel di Indonesia. Jurnal Bisnis dan Ekonomi, 15(2), 128-142.
- Soliha (2008), “ANALISIS INDUSTRI RITEL DI INDONESIA” Jurnal Bisnis
- Sasikirana, Hardyani. (2014). Skripsi : Dampak Kehadiran Ritel Modern terhadap Omzet Pedagang Pasar Tradisional di Kota Surakarta Provinsi Jawa Tengah. Bogor : Institut Pertanian Bogor.
- Tanujaya (2017), “Perancangan Standard Operational Procedure Produksi Padi Perusahaan Coffein” Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, Vol. 2, No. 1, (Hal. 90-95).
- Tilaar, S (2010), “Tinjauan Sebaran Lokasi Aglomerasi Industri Di Indonesia” Jurnal TEKNO, Vol.07, No. .52, (Hal. 90-96)
- Tansala. (2017). “Kecamatan Lore Utara Dalam Angka 2017”. Badan Pusat Statistik Kabupaten Poso.
- Umar, Husein. (2005). Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Whidya Utami, Christina (2006). Manajemen Ritel : Strategi dan Implementasi Ritel Modern. Selemba Empat, Jakarta.
- Widodo,Tri. 2013. Studi Tentang Peranan Unit Pasar dalam Pengelolaan Sampah di Pasar Merdeka Kota Samarinda, eJurnal Administrasi Negara, 1 (1), 27
- Wijayanti, Dian. (2013). Skripsi : Dampak Kejadiran Ritel Modern Indomaret terhadap Keberlangsungan Usaha Ritel Tradisional di Kota Pemalang. Salatiga : Universitas Kristen Satya Wacana.
- Yustika (2008), “Refleksi Kompetisi Hypermarket dan Pasar Tradisional” Jurnal Bisnis & Ekonomi Politik, Vol. 9(2), (Hal. 1-74)