

# BULETIN EKONOMI

JURNAL MANAJEMEN, AKUNTANSI DAN EKONOMI PEMBANGUNAN

Volume 10, Nomor 2, Desember 2012

ISSN 1410-2293

*Application Assignment Method for Total Cost Minimize*

**Haryadi Sarjono**

Dampak Berdirinya Toko Modern terhadap Usaha Perdagangan Eceran Tradisional di Kota Yogyakarta

**Sri Suharsih & Asih S**

*The Link Between Discretionary Accounting Changes and Accounting Manipulation*

**Theresia Trisanti**

Peran *Corporate Entrepreneurship* terhadap Kinerja Perusahaan Studi pada Bank Sleman

**R. Heru Kristanto HC**

Hubungan Kepribadian, Kebutuhan, Usaha dan Motivasi Belajar di Yogyakarta

**D. Wahyu Ariani**

Analisis Tipologi Daerah dan Ketimpangan Pendapatan antar Provinsi di Indonesia Tahun 2003-2010

**M. Reza AM & Sri RBH**

Manajemen Transportasi Berkelanjutan dalam Pengembangan Industri Pariwisata di Yogyakarta

**Joko Tri Haryanto**

Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Hubungan Antara Kinerja Keuangan dengan Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan *Property* dan *Real Estate* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)

**Kaharudinsyah LS & Penta N**

Probabilitas Kebijakan Pembayaran Dividen Perusahaan di Indonesia (Studi Empirik pada Perusahaan-Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)

**Agung S & Sudarman**

Sikap Konsumen terhadap Produk Buah Naga Lokal dan Import di Pasar Modern

**Dwi Aulia Puspitanigrum**

BULETIN EKONOMI	VOLUME 10	Nomor 2	Halaman 111-229	Yogyakarta Desember 2012	ISSN 1410-2293
-----------------	-----------	---------	-----------------	-----------------------------	-------------------

# BULETIN EKONOMI

JURNAL MANAJEMEN, AKUNTANSI DAN EKONOMI PEMBANGUNAN

Volume 10, Nomor 2, Desember 2012

ISSN 1410-223

## DAFTAR ISI

Kata Pengantar .....	iii
Daftar Isi .....	v
<i>Application Assignment Method for Total Cost Minimize</i>	
Haryadi Sarjono .....	111-118
Dampak Berdirinya Toko Modern terhadap Usaha Perdagangan Eceran Tradisional di Kota Yogyakarta	
Sri Suharsih dan Asih Sriwinarti .....	119-126
<i>The Link Between Discretionary Accounting Changes and Accounting Manipulation</i>	
Theresia Trisanti .....	127-140
Peran <i>Corporate Entrepreneurship</i> terhadap Kinerja Perusahaan Studi pada Bank Sleman	
R. Heru Kristanto HC .....	141-150
Hubungan Kepribadian, Kebutuhan, Usaha dan Motivasi Belajar di Yogyakarta	
D. Wahyu Ariani .....	151-164
Analisis Tipologi Daerah dan Ketimpangan Pendapatan antar Provinsi di Indonesia Tahun 2003-2010	
M. Reza Ali Masykur dan Sri Rahayu Budi H .....	165-178
Manajemen Transportasi Berkelanjutan dalam Pengembangan Industri Pariwisata di Yogyakarta	
Joko Tri Haryanto .....	179-194
Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> terhadap Hubungan Antara Kinerja Keuangan dengan Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan <i>Property</i> dan <i>Real Estate</i> yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)	
Kaharudinsyah Leon Sakti dan Penta N .....	195-210
Probabilitas Kebijakan Pembayaran Dividen Perusahaan di Indonesia (Studi Empirik pada Perusahaan-Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)	
Agung Satmoko dan Sudarman .....	211-222
Sikap Konsumen terhadap Produk Buah Naga Lokal dan Import di Pasar Modern	
Dwi Aulia Puspitaningrum .....	223-229

## DAMPAK BERDIRINYA TOKO MODERN TERHADAP USAHA PERDAGANGAN ECERAN TRADISIONAL DI KOTA YOGYAKARTA

Sri Suharsih<sup>1</sup>  
Asih Sriwinarti<sup>2</sup>

### Abstract

*Seeing the trend of modern retail by business in the small medium scale that so rapidly increasing, the government of Kota Yogyakarta is considered necessary to empower the traditional retail business on a small scale in order to grow and develop in harmonize of both. This studi is aimed to analize was about positive and negative impacts caused by the existence of the national networking modern store to traditional retail businesses. By using qualitiative and quantitative descriptive analysis of primary data by 30 traditional retail businesses is concluded that the existence of modern retail store viewed more negative impact for traditional retail businesses. Its indicates that the government should review the regional legislation for the national networking modern store that its presence is not detrimental for the retail businesses.*

*Keywords : traditional retail, modern retail*

### PENDAHULUAN

Sektor perdagangan merupakan industri yang strategis dalam kontribusinya terhadap perekonomian Kota Yogyakarta. Sektor perdagangan memiliki kontribusi yang besar terhadap pembentukan GDP Kota Yogyakarta. Selain itu sektor perdagangan juga memiliki peran yang sangat penting bagi perekonomian karena menyerap banyak tenaga kerja. Hal ini mengindikasikan bahwa banyak orang menggantungkan hidupnya pada sektor perdagangan. Dalam perkembangannya justru pedagang-pedagang kecil ini yang mendominasi jumlah tenaga kerja dalam sektor perdagangan di Kota Yogyakarta. Pedagang-pedagang ini menjelma menjadi pedagang pasar tradisional, pedagang toko kelontong bahkan masuk industri informal yaitu Pedagang Kaki Lima (PKL).

Di lihat secara nasional, perkembangan sektor perdagangan di Indonesia di dukung oleh sumbangan subsektor perdagangan industri ritel. Sejak tahun 1998 peta industri ritel mengalami perubahan besar terutama setelah pemerintah melakukan liberalisasi. Sejak saat itu peritel-peritel asing mulai berdatangan dan meramaikan industri ritel Indonesia. Berdasarkan data AC Nielsen tahun 2008, diketahui bahwa pertumbuhan ritel modern setiap tahunnya mencatat kisaran 10% sampai 30%. Hal ini ditunjukkan dengan adanya ekspansi ritel modern yang memasuki wilayah pemukiman rakyat. Ritel tradisional dan masyarakat yang berada di wilayah tersebut terkena dampaknya. Persaingan ritel modern dengan pedagang kelontong pada wilayah tersebut tidak dapat dihindari. Persaingan akibat menjamurnya ritel modern tersebut membawa dampak buruk terhadap keberadaan ritel tradisional. Salah satu dampak nyata dari kehadiran

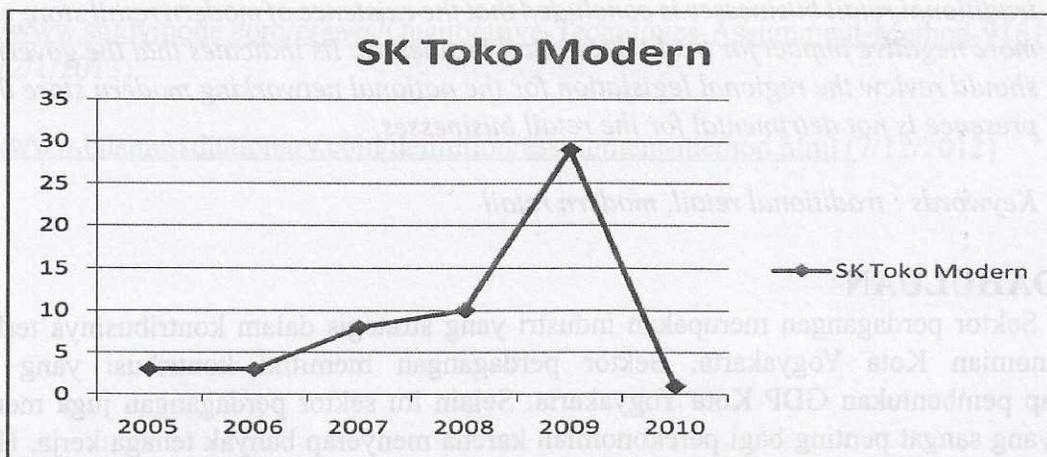
1 Dosen Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta, email : asiheko@yahoo.com

2 Dosen Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta, email : asihwinarti09@gmail.com

ritel modern ditengah-tengah ritel tradisional adalah berkurangnya pedagang toko kelontong dan menurunnya omzet dari pedagang tersebut (KPPU, 2009).

Nielson (2003) juga menyatakan bahwa pasar modern telah tumbuh sebesar 31,4 persen dan pasar tradisional telah tumbuh secara negatif sebesar 8 persen. Di Kota Yogyakarta ritel modern lokal sudah ada sejak tahun 1980an. Ritel modern asing mulai masuk ke Indonesia maupun Kota Yogyakarta sejak kebijakan mengenai investasi asing dibuka pada tahun 1998. Akibatnya terjadi penjamuran ritel modern pada tahun 2000, bahkan sejak tahun 2005 ritel modern berkembang menjadi minimarket yang siap melayani konsumen kelas menengah kebawah. Ritel modern yang berbentuk minimarket masuk Kota Yogyakarta sejak tahun 2005, yang diawali dengan masuknya Circle-K dan diikuti oleh Indomaret dan Alfamart. Sampai dengan tahun 2010 jumlah ritel modern mengalami perkembangan yang sangat pesat bahkan melebihi jumlah pasar tradisional. Perbandingan jumlah ritel toko modern (termasuk ritel modern) di Kota Yogyakarta dan pasar tradisional sudah melebihi 100% atau tepatnya 225,81%.

Perkembangan SK pendirian usaha minimarket berjaringan nasional di Kota Yogyakarta dapat di lihat pada gambar 1.



Sumber : Disperindagkoptan Kota Yogyakarta, diolah

Gambar 1.  
Perkembangan SK Toko Modern

Pada gambar 1 dapat dilihat bahwa SK pendirian minimarket mulai diberikan Pemerintah Daerah Kota Yogyakarta pada tahun 2005. Dalam perkembangannya pendirian minimarket berjaringan nasional mengalami pertumbuhan yang sangat pesat pada tahun 2008 – 2009. Selama periode tahun 2008 sampai tahun 2009 jumlah SK pendirian minimarket berjaringan nasional yang dikeluarkan Pemerintah Kota Yogyakarta berjumlah 28 SK pendirian minimarket berjaringan nasional.

Dilihat dari pangsa pasar usahanya, minimarket berjaringan nasional di Kota Yogyakarta dikuasai oleh 3 minimarket yaitu Indomaret, Alfamart, dan Circle-K. Pangsa pasar terbesar dikuasai oleh minimarket Indomaret sebesar 65,3%, kemudian diikuti minimarket Circle-K sebesar 19,24%, Alfamart sebesar 13,46%. Sementara jika dilihat dari persebaran minimarket berjaringan nasional di Kota Yogyakarta, minimarket berjaringan nasional tersebut tersebar hampir disemua kecamatan di wilayah Kota Yogyakarta, kecuali Kecamatan Kraton, hal ini disebabkan karena Kecamatan Kraton tidak diijinkan adanya usaha pendirian minimarket berjaringan nasional. Terdapat 14 Kecamatan di Kota Yogyakarta.

Melihat perkembangan usaha perdagangan ritel modern baik dalam skala kecil, menengah dan dalam skala besar maka usaha perdagangan eceran tradisional dalam skala kecil perlu diberdayakan. Dalam upaya mengarahkan, membimbing, melindungi serta menumbuhkan kembangkan suasana dan iklim yang menunjang perlu diketahui secara jelas peluang, hambatan dan upaya-upaya yang harus dilakukan oleh Pemerintah Kota Yogyakarta dalam upaya menumbuhkan kembangkan usaha perdagangan eceran tradisional.

Sehubungan dengan masalah tersebut diperlukan suatu kajian mengenai dampak berdirinya Toko Modern di Kota Yogyakarta terhadap usaha perdagangan eceran tradisional. Kajian tentang Dampak Toko Modern Terhadap Usaha Perdagangan Eceran di Kota Yogyakarta ini dimaksudkan untuk memperoleh informasi yang jelas akan dampak (positif dan negatif) yang ditimbulkan dengan keberadaan toko modern (mini market) yang berjarangan nasional terhadap usaha perdagangan eceran tradisional yang diperlukan dalam penentuan kebijakan lebih lanjut yang harus dilakukan oleh Pemerintah Kota Yogyakarta dalam upaya menumbuhkan kembangkan usaha perdagangan eceran tradisional agar bisa berkembang secara serasi, saling memerlukan, saling memperkuat serta saling menguntungkan dengan usaha perdagangan eceran modern.

Permasalahan adanya toko modern mendesak pemerintah untuk mengeluarkan regulasi agar kondisi ritel menjadi lebih baik. Pada tingkat nasional Pemerintah pada tahun 2007 mengeluarkan Peraturan Presiden No. 112 tahun 2007 tentang penataan dan pembinaan Pasar Tradisional, Toko Modern, dan Pusat Perbelanjaan. Kemudian pada Tahun 2008 diterbitkan aturan pelaksana dari Perpres tersebut yaitu peraturan menteri Perdagangan Nomor 53 Tahun 2008 tentang Pedoman penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Toko Modern, dan Pusat Perbelanjaan.

Sebagai bagian dari upaya perlindungan dalam perpres 112/ 2007, Permendag 53/2008, serta PerWal, Pemerintah pusat maupun pemerintah daerah melakukan berbagai pembatasan terhadap usaha ritel modern antara lain melalui mekanisme zonasi, perijinan, dan pembatasan waktu buka.

#### 1. Kebijakan Zonasi

Kebijakan zonasi merupakan kebijakan yang mencoba untuk menghindari dan mengurangi persaingan antara ritel modern dan ritel tradisional. Hal ini disebabkan kapasitas keduanya berbeda apabila dibandingkan dari sudut kapital. Perbedaan kapital akan menyebabkan perbedaan kemampuan menciptakan *value creation*. Dalam hal ini pemerintah hendaknya tidak hanya mengatur jarak antara minimarket dengan pasar tradisional, tetapi juga harus memperhatikan jarak dengan ritel tradisional/ toko kelontong pada wilayah yang bersangkutan.

#### 2. Kebijakan Perijinan

Dalam Perpres, Permendag, maupun Perwal dinyatakan bahwa proses peijinan harus diimplementasikan secara benar. Hal ini dapat dilihat dari persyaratan pendirian minimarket harus dilengkapi dengan studi kelayakan termasuk analisis mengenai dampak lingkungan terutama aspek sosial budaya dan dampaknya bagi pelaku perdagangan ritel tradisional / pedagang kelontong. Pemerintah harus sudah siap dengan jaringan pengamanan sosial apabila pendirian minimarket menimbulkan efek sosial bagi pelaku perdagangan ritel tradisional.

#### 3. Kebijakan Pembatasan Waktu Buka

Kebijakan ini merupakan bentuk nyata untuk melindungi pedagang ritel tradisional. Dalam Perpres, Permendag, dan Perwal waktu jam buka untuk *hypermarket*, supermarket dan *department store* ditetapkan pukul 10.00 sampai pukul 22.00 untuk setiap Hari Senin – hari Jumat dan pukul 10.00 sampai 23.00 untuk setiap Hari Sabtu dan Hari Minggu. Seharusnya hal ini juga berlaku bagi minimarket. Pembatasan jam buka minimarket akan sangat membantu pedagang kelontong di pasar tradisional maupun pedagang kelontong diwarung dan toko kecil lainnya. Melalui kebijakan jam buka ini diharapkan ruang bagi pelaku perdagangan tradisional masih ada.

#### 4. Lokasi Minimarket

Menurut Perwal Kota Yogyakarta, usaha Waralaba minimarket hanya diperbolehkan di Jalan-jalan yang sudah ditentukan dalam peraturan Walikota dan jumlah usaha waralaba minimarket di setiap kecamatan dibatasi sesuai dengan peraturan walikota. Pada kebijakan ini pemerintah hendaknya meninjau kembali beberapa pendirian minimarket yang berada pada jalan masuk pemukiman misalnya di Jalan Golo.

Hasil penelitian kerjasama antara Deputi Bidang Pengkajian Sumber Daya UKMK Kementrian Koperasi dan UKM dengan PT. Solusi Dinamika Manajemen (2005) yang menggunakan metode analisis deskriptif maupun kuantitatif. Analisis kuantitatif menggunakan analisis univariat (Mann Whitney test dan t-test serta analisis regresi logistik menemukan bahwa terdapat terdapat perbedaan/penurunan omset penjualan pasar tradisional akibat adanya pasar modern.

Meuthia Rosfadhila (2007) mengukur dampak keberadaan supermarket terhadap pasar tradisional. Dalam penelitian ini digunakan pendekatan kuantitatif dengan metode difference-in-difference (DiD) dan model ekonometrika. Sampel yang diambil adalah pedagang pasar tradisional di daerah Bandung dan Depok. Ditemukan bahwa supermarket tidak terbukti secara langsung memberi dampak terhadap kinerja usaha pedagang tradisional.

Suryadarma, et.all (2007) meneliti tentang Dampak Supermarket terhadap Kebijakan Pasar dan Pedagang Ritel Tradisional di Daerah Perkotaan di Indonesia, menemukan bahwa, secara statistik, superkarket hanya berdampak pada menurunnya jumlah pegawai yang dipekerjakan oleh pedagang tradisional. Keberadaan supermarket tidak berpengaruh terhadap omset penjualan dan keuntungan pedagang tradisional. Dari analisis kualitatif ditemukan bahwa supermarket bukanlah penyebab utama kelesuan usaha yang dialami oleh pedagang tradisional.

### METODE PENELITIAN

Dalam kajian dampak berdirinya Toko Modern terhadap usaha perdagangan eceran di Kota Yogyakarta, data yang diperlukan meliputi data primer dan data sekunder. Data primer adalah data seluruh toko modern (mini market) yang berjaringan nasional yang ada di Kota Yogyakarta dan usaha perdagangan eceran tradisional yang ada disekitar toko modern (mini market) yang berjaringan nasional yang masing-masing memuat data umum yang dikumpulkan secara langsung. Penentuan sampel khususnya pedagang eceran tradisional dilakukan dengan metode *purposive sampling* (Soeratno dan Arsyad, 1993). Sedangkan data sekunder adalah merupakan data pendukung yang berkaitan dengan keberadaan usaha perdagangan tersebut yang bersumber dari BPS, Bappeda, Disperidagkoptan maupun sumber lain yang terkait.

#### Definisi Operasional Variabel

1. Usaha Perdagangan Eceran Tradisional adalah toko kelontong atau pedagang eceran tradisional yang berjualan di sekitar toko modern (minimarket) yang berjaringan nasional yang ada di wilayah kota Yogyakarta
2. Toko Modern adalah minimarket yang berjaringan nasional yang ada di kota Yogyakarta.

Data yang telah dikumpulkan berupa data primer selanjutnya dilakukan analisis diskriptif kualitatif dan kuantitatif. Hasil analisis data merupakan informasi yang menyampaikan dampak keberadaan toko modern (mini market) yang berjaringan nasional terhadap usaha perdagangan eceran tradisional di Kota Yogyakarta.

### ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

Kajian dampak berdirinya toko modern terhadap toko kelontong melibatkan 30 responden yang tersebar di seluruh kecamatan yang ada di Kota Yogyakarta. Dari 30 responden,

60 persen responden berjenis kelamin wanita sedangkan 40 persen berjenis kelamin laki-laki. Sebanyak 53 persen dari responden, telah menjalani usahanya selama lebih dari 10 tahun dengan lokasi usaha sebagian besar (67 persen) menjadi satu dengan rumah tempat tinggal responden. Sebanyak 47 persen dari responden, memiliki mata pencaharian wiraswasta dan pedagang toko atau dengan kata lain 47 persen dari 30 responden, menggantungkan hidupnya pada usaha toko kelontong yang mereka miliki. Rata-rata pendidikan responden adalah Sekolah Menengah Atas atau SMA (50 persen dari responden).

Dampak Toko Modern Bagi Usaha Perdagangan Eceran Tradisional/Toko Kelontong

### 1. Omset Penjualan

Sebagian besar responden (70 persen dari 30 responden atau 21 responden) berpendapat bahwa setelah adanya minimarket disekitar tempat usahanya telah menyebabkan omset penjualannya menurun. Dari 21 responden tersebut, 52 persen menyatakan mengalami penurunan omset antara 5 – 10 persen. Turunnya omset penjualan tersebut dikarenakan konsumen banyak yang beralih ke toko modern yang ada disekitar tempat usaha responden. Selain itu, jam buka minimarket yang selalu buka 24 jam semakin memudahkan konsumen dalam memperoleh barang sehingga membuat toko kelontong mengalami kesulitan untuk bersaing (selengkapnya lihat tabel 1).

Tabel 1

Omset Penjualan responden Setelah adanya Toko Modern	
Responden (%)	Penurunan Omset Penjualan (%)
31	< 5%
52	5 - 10
17	>10%

Sumber : data primer, diolah

Sementara itu, 27 persen dari 30 responden (8 responden) berpendapat bahwa setelah didirikan minimarket disekitar tempat usahanya tidak mempengaruhi omset penjualan usahanya. Hal ini dikarenakan konsumen yang membeli barang di toko tradisional tersebut adalah pelanggan tetap atau hanya warga sekitar saja sehingga konsumennya merupakan konsumen tetap. Sisanya sebanyak 3 persen atau 1 toko tradisional berpendapat bahwa omset penjualannya justru mengalami peningkatan setelah ada toko modern di sekitar tempat usahanya. Responden tersebut berpendapat bahwa harga barang yang dijualnya masih relatif lebih murah dari harga barang yang ada di minimarket, sehingga membuat konsumen enggan beralih ke minimarket dan tetap memilih berbelanja di toko tradisional miliknya.

### 2. Pangsa Usaha

Pangsa usaha responden sebelum dan setelah adanya toko modern, mengalami penurunan. Menurut 26 persen responden, usaha toko kelontongnya memiliki pangsa usaha lebih dari 20 persen sementara setelah adanya toko modern, hanya 17 persen yang memiliki pangsa usaha lebih dari 20 persen (selengkapnya lihat tabel 2).

Tabel 2

Pangsa Usaha Responden Sebelum dan Setelah adanya Toko Modern

Pangsa Usaha (%)	Responden (%)	
	Sebelum ada Toko Modern	Setelah ada Toko Modern
>20	26	17
10 – 20	41	24
<10	33	59

Sumber : data primer, diolah

Usaha yang akan ditempuh responden jika omset usahanya terus mengalami penurunan adalah tetap mencoba untuk bertahan dengan kondisi yang ada sembari mencari solusi lainnya diantaranya mencoba membuka usaha baru dengan konsentrasi yang berbeda dengan toko modern, mencari usaha sampingan, melakukan spesialisasi barang yang dijual, melayani pembelian dengan kredit, mengantar barang sampai ke konsumen, ataupun mencari modal tambahan untuk digunakan menambah stock barang dan mencoba untuk bersaing harga dengan toko modern. Selain itu cara yang dianggap masih cukup mumpuni adalah dengan menjaga hubungan baik dengan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang ramah agar tetap menjadi pelanggan tetap.

### 3. Kinerja Laba Rugi Usaha

Sebanyak 38 persen responden menyatakan bahwa dalam jangka waktu satu bulan sebelum didirikan minimarket di wilayahnya, kinerja Laba/Rugi usahanya terkadang sudah mengalami kerugian, sebanyak 31 persen responden menyatakan selalu laba, 28 persen responden menyatakan lebih sering impas, dan hanya 3 persen responden saja yang sering merugi. Sementara setelah adanya toko modern, 52 persen responden menyatakan bahwa setelah adanya toko modern di wilayahnya menyebabkan kinerja laba rugi usahanya mengalami penurunan sebesar 5 – 10 persen (selengkapnya lihat tabel 3).

Tabel 3

Kinerja Laba Rugi Usaha Responden Setelah adanya Toko Modern

Responden (%)	Penurunan Omset Penjualan (%)
31	< 5%
52	5 - 10
17	>10%

Sumber : data primer, diolah

### 4. Dampak Positif dan Negatif

Sebagian besar responden (80 persen) beranggapan bahwa keberadaan minimarket disekitar tempat usahanya lebih banyak menimbulkan dampak negatif atau kerugian bagi usaha toko tradisionalnya. Dampak negatif tersebut antara lain berpindahnya konsumen yang sudah menjadi pelanggan toko tradisional tersebut sehingga menurunkan omset penjualan.

Sedangkan menurut 20 persen responden berpendapat bahwa keberadaan minimarket tersebut memberikan dampak positif bagi usahanya. Dampak positif tersebut berupa kemudahan dalam memperoleh barang kebutuhan sehari-hari tanpa terbatas waktu karena toko modern buka 24 jam, membuka lapangan pekerjaan, serta dapat memberikan inspirasi bagi toko tradisional untuk bisa bersaing dengan minimarket.

### 5. Usulan Pedagang Toko Kelontong

Berkaitan dengan banyaknya minimarket yang ada, responden pedagang toko kelontong memberikan usulan kepada pemerintah daerah agar keberadaan toko kelontong dan pasar tradisional tetap terlindungi dan tidak kalah bersaing dengan minimarket diantaranya adalah:

membatasi jumlah minimarket yang ada sekarang, jarak minimarket di tata ulang dan dijauhkan dari pemukiman atau perumahan warga, tinjau ulang jarak minimarket yang terlalu berdekatan, membatasi jam buka minimarket (tidak 24 jam lagi), memberikan bantuan modal dengan bunga ringan kepada toko tradisional untuk mengembangkan usaha dan memberikan bantuan berupa pelatihan manajemen toko, sehingga dapat bersaing dengan minimarket yang ada.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Beberapa kebijakan telah dikeluarkan dalam rangka penataan dan pengelolaan perpasaran, baik toko modern maupun pasar tradisional, baik ditingkat nasional maupun tingkat daerah. Namun demikian, berdasarkan analisis data primer diketahui bahwa dari 30 responden toko kelontong, 80 persen menyatakan bahwa toko modern lebih banyak memberikan dampak negatif. Dampak negatif yang dirasakan meliputi berkurangnya omset penjualan toko kelontong dan bahkan dapat mematikan toko kelontong yang ada disekitarnya karena berpindahnya konsumen yang sudah menjadi pelanggan toko tradisional/kelontong tersebut ke toko modern.

Pemerintah hendaknya meninjau kembali Perda bagi pendirian minimarket yang mencakup antara lain : pembatasan jumlah minimarket dalam satu wilayah (misalnya : dalam satu kecamatan hanya diperbolehkan 1 sampai dengan 2 minimarket), jarak antara minimarket dan toko kelontong, pola kemitraan antara peritel tradisional dan minimarket misalnya dalam hal pasokan barang dagangan, pembatasan jam buka bagi usaha minimarket

Perlu upaya pengembangan ritel tradisional melalui pelatihan dan pembinaan manajemen usaha yang meliputi antara lain : manajemen keuangan, pemasaran (meliputi *marketing mix*, *space management/ display* barang dagangan), manajemen persediaan barang dagangan, dan manajemen sumberdaya manusia, peningkatan sarana prasarana usaha, memfasilitasi kemudahan mendapatkan kucuran dana untuk menambah modal usaha.

## DAFTAR PUSTAKA

Bappeda Kota Yogyakarta (2007), *Peraturan Daerah Provinsi DIY Nomor 4 Tahun 2009 tentang RPJMD Tahun 2007 – 2011*, Pemerintah Kota Yogyakarta, Yogyakarta.

BPS (berbagai terbitan), *Kota Yogyakarta dalam Angka*, Yogyakarta, Tahun 2005 – 2010.

Deputi Bidang Pengkajian Sumberdaya UKMK Kementrian Koperasi dan UKM dengan PT. Solusi Dinamika Manajemen, (2005), *Penelitian Dampak Keberadaan Pasar Modern (Supermarket dan Hypermarket) Terhadap Usaha Ritel Koperasi/ Waserda dan Pasar Tradisional*, Jurnal Pengkajian Koperasi dan UKM Nomor 1 Tahun I – 2006.

Disperindagkoptan Kota Yogyakarta (2010), *Kajian Dampak Berdirinya Toko Modern di Kota Yogyakarta*, Hasil Survey Kerjasama antara Disperindagkoptan Kota Yogyakarta dengan Jurusan Ilmu Ekonomi UPN “Veteran” Yogyakarta, tidak dipublikasikan.

KPPU (2009), *Positioning Industri Ritel*, Laporan Penelitian.

Nielsen, C (2003), *Modern Supermarket (terjemahan AW Mulyana)*, Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.

raturan Menteri Perdagangan Nomor 53 Tahun 2008 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern.

Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Perpasaran.

Rosfadhila, M., (2007), *Dampak Keberadaan Supermarket terhadap Pasar Tradisional*, Lembaga Penelitian SMERU.

Soeratno dan Lincoln Arsyad, (1993), *Metode Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis*, UPP AMP YKPN, Yogyakarta.

Suryadarma, D., A. Poesoro, S. Budiwati, Akhmadi, dan M. Rosfadhila, (2007), *Dampak Keberadaan Supermarket terhadap Kebijakan Pasar dan Pedagang Ritel Tradisional di Daerah Perkotaan di Indonesia*, Lembaga Penelitian SMERU.

Tabel 1

Perubahan Struktur Pasar Ritel Tradisional dan Modern di Kota Yogyakarta (2005-2010)

Tahun	Pasar Ritel Tradisional (%)	Pasar Ritel Modern (%)
2005	75,5	24,5
2006	72,5	27,5
2007	68,5	31,5
2008	65,5	34,5
2009	62,5	37,5
2010	58,5	41,5