



**YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
YOGYAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI**



Jl. SWK 104 (Lingkar Utara) Condong Catur, Yogyakarta 55283  
Telp. FE. : (0274) 488255, 487270 Jur. EM. : 487275 Jur. EP. : 487274 Jur. EA. 487273 Fax. (0274) 480255

**SURAT PERINTAH**

Nomor : Sprin/52/V/2011/FE.2

Atas Dasar : Surat Ketua Jurusan Ilmu Ekonomi Nomor : B/48a/V/2011/IE tanggal 3 Mei 2011.

**DIPERINTAHKAN**

Kepada : Tenaga Pengajar Fakultas Ekonomi yang tersebut di bawah ini :

1. Dr. Sri Suharsih, SE, M.Si (NPY. 2 6912 95 0005 1) sebagai ketua peneliti
2. Asih Sri Winarti, SE, M.Si (NPY. 2 7409 99 0216 1) sebagai anggota peneliti

Untuk :

1. Melakukan Penelitian dengan judul: *Kajian Dampak Berdirinya Toko Modern di Kota Yogyakarta*
2. Melaksanakan Perintah ini dengan seksama dan penuh rasa tanggung jawab.
3. Melapor Kepada Dekan setelah melaksanakan Surat Perintah ini.
4. Apabila terdapat kekeliruan dalam Surat Perintah ini akan diadakan perubahan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di: Yogyakarta  
Pada Tanggal : 5 Mei 2011

a.n Dekan  
Wakil Dekan I

  
R Heru Kristanto HC, SE, M.Si.  
NPY. 2 6907 96 0132 1





# LAPORAN AKHIR

## KAJIAN DAMPAK BERDIRINYA TOKO MODERN DI KOTA YOGYAKARTA



DINAS PERINDUSTRIAN, PERDAGANGAN, KOPERASI,  
DAN PERTANIAN  
PEMERINTAH KOTA YOGYAKARTA  
2011



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT atas perkenanNya, sehingga kami bisa menyelesaikan laporan akhir kajian dampak berdirinya toko modern di Kota Yogyakarta. Laporan akhir ini disusun berdasarkan survey literature yang berkaitan dengan kajian, pengamatan data sekunder dan survey data primer dengan memberikan kuesioner kepada responden yaitu konsumen toko modern berbentuk minimarket di Kota Yogyakarta.

Laporan akhir ini terdiri dari tujuh bagian (VII Bab). Pada bab I disampaikan latar belakang, maksud dan tujuan, sasaran, input output kegiatan, dan metode pelaksanaan. Bab II disampaikan kondisi umum kota Yogyakarta. Bab III disampaikan kondisi toko modern di Kota Yogyakarta. Bab IV disampaikan kebijakan ritel dan Bab V disampaikan dampak toko modern terhadap konsumen. Bab VI disampaikan dampak toko modern terhadap pedagang kelontong dan Bab VII penutup yang berisi kesimpulan dan saran.

Akhirnya tim kajian berharap semoga kajian ini bisa digunakan sebagai rumusan pedoman penentuan kebijakan penataan toko modern dan pengembangan usaha perdagangan eceran tradisional agar bisa berkembang secara serasi, saling memerlukan, saling memperkuat serta saling menguntungkan/bersinergi dengan usaha perdagangan eceran modern di kota Yogyakarta secara keseluruhan.

Yogyakarta, 28 Juli 2011

Tim Kajian

Dr. Sri Suharsih, SE, MSi

Asih Sriwinarti, SE, MSi

## DAFTAR ISI

<b>Kata Pengantar</b>	<b>i</b>
<b>Daftar Isi</b>	<b>iii</b>
<b>Daftar Tabel</b>	<b>v</b>
<b>Daftar Gambar</b>	<b>vi</b>
<b>Bab I. Pendahuluan</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Maksud dan Tujuan	2
1.3. Ruang Lingkup	4
1.4. Masukan/ Input	4
1.5. Keluaran/ Output	4
1.6. Metode Pelaksanaan	4
<b>Bab II. Kondisi Kota Yogyakarta</b>	<b>6</b>
2.1. Keadaan Alam	6
2.2. Pembagian Wilayah	6
2.3. Penduduk	7
2.4. Tenaga Kerja	10
2.5. Pasar	10
2.6. PDRB	11
<b>Bab III. Kondisi Toko Modern di Kota Yogyakarta</b>	<b>13</b>
3.1. Toko Modern	13
3.2. Eksisting Toko Modern di Kota Yogyakarta	14
3.3. Rasio Minimarket dan Jumlah Penduduk	20
<b>Bab IV. Kebijakan Toko Modern</b>	<b>23</b>
4.1. Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007	23
4.2. Pokok-Pokok Pengaturan Perpres No. 112 Tahun 2007	25
4.3. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53 Tahun 2008	29

4.4. Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 79 Tahun 2010	30
4.5. Analisis Kebijakan	34
<b>Bab V. Dampak Toko Modern Bagi Konsumen</b>	<b>37</b>
5.1. Profil Responden Sektor Konsumen	37
5.2. Data Umum Responden	38
5.3. Persepsi Keberadaan Minimarket	46
5.4. Persepsi Dampak Positif Minimarket	48
5.5. Persepsi Dampak Negatif Minimarket	49
<b>Bab VI. Dampak Minimarket Terhadap Toko Kelontong</b>	<b>51</b>
6.1. Data Umum	52
6.2. Kapasitas Usaha	53
6.3. Usulan Pedagang Kelontong	59
<b>Bab VII. Kesimpulan dan Rekomendasi</b>	<b>61</b>
7.1. Kesimpulan	61
7.2. Rekomendasi	62
<b>Daftar Pustaka</b>	<b>64</b>
<b>Lampiran</b>	<b>65</b>



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang

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 diwilayah 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 ritel modern ditengah-tengah ritel tradisional adalah

berkurangnya pedagang toko kelontong dan menurunnya omzet dari pedagang tersebut (KPPU, 2009; 3).

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%.

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 agar dapat tumbuh dan berkembang secara serasi, saling memerlukan, saling memperkuat serta saling menguntungkan.

Dalam upaya mengarahkan, membimbing, melindungi serta menumbuh kembangkan suasana dan iklim yang menunjang perlu diketahui secara jelas peluang, hambatan dan upaya-upaya yang harus dilakukan oleh Pemerintah Kota Yogyakarta dalam upaya menumbuh kembangkan usaha perdagangan eceran tradisional agar bisa berkembang secara serasi, saling memerlukan, saling memperkuat serta saling menguntungkan dengan usaha perdagangan eceran modern.

Sehubungan dengan masalah tersebut diperlukan suatu kajian mengenai dampak berdirinya Toko Modern di Kota Yogyakarta dalam upaya menumbuh kembangkan usaha perdagangan eceran tradisional

agar bisa berkembang secara serasi, saling memerlukan, saling memperkuat serta saling menguntungkan dengan usaha perdagangan eceran modern.

### **1.2. Maksud Dan Tujuan**

Kajian Dampak berdirinya Toko Modern di Kota Yogyakarta ini dimaksudkan untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penentuan kebijakan lebih lanjut yang harus dilakukan oleh Pemerintah Kota Yogyakarta dalam upaya menumbuh kembangkan usaha perdagangan eceran tradisional agar bisa berkembang secara serasi, saling memerlukan, saling memperkuat serta saling menguntungkan dengan usaha perdagangan eceran modern.

Tujuan Kajian Dampak berdirinya Toko Modern di Kota Yogyakarta adalah :

1. Diperolehnya kondisi eksisting toko modern (mini market) yang berjaringan nasional di Kota Yogyakarta.
2. Tersedianya informasi yang jelas akan dampak (positif dan negatif) yang ditimbulkan dengan keberadaan toko modern (mini market) yang berjaringan nasional terhadap konsumen dan usaha perdagangan eceran tradisional
3. Tersedianya data acuan dan pedoman sebagai bahan penentuan kebijakan pengembangan usaha perdagangan eceran tradisional lebih lanjut agar bisa berkembang secara serasi, saling memerlukan, saling memperkuat serta saling menguntungkan dengan usaha perdagangan eceran modern di Kota Yogyakarta secara keseluruhan.

### **1.3. Ruang Lingkup**

Ruang lingkup pelaksanaan pekerjaan Kajian Dampak berdirinya Toko Modern dibatasi pada toko modern berbentuk mini market yang



berjaringan nasional yang ada di Kota Yogyakarta.

#### **1.4. Input/ Masukan**

Input / masukan dari kegiatan ini adalah

1. Data sekunder : data sekunder dalam kajian ini meliputi data pendukung yang memuat kondisi Kota Yogyakarta antara lain kondisi wilayah, jumlah penduduk, mata pencaharian penduduk, kondisi sarana dan prasarana wilayah serta data lain yang berkaitan dengan keberadaan usaha perdagangan tersebut.
2. Data primer : data primer dalam kajian ini adalah data umum konsumen toko modern dan data pedagang eceran tradisional (toko kelontong) yang ada disekitar toko modern (mini market) yang berjaringan nasional perdagangan eceran yang dikumpulkan secara langsung di wilayah Kota Yogyakarta.
3. Berbagai kebijakan mengenai pengaturan keberadaan toko modern baik peraturan di tingkat nasional maupun peraturan daerah.

#### **1.5. Output/ Keluaran**

Keluaran yang diharapkan dari kajian ini adalah tersusunnya buku pelaporan hasil kajian dampak berdirinya Toko Modern di Kota Yogyakarta.

#### **1.6. Metode Pelaksanaan**

##### **1.6.1. Pengumpulan Data**

Dalam kajian dampak berdirinya Toko Modern, data yang diperlukan yang akan dikumpulkan meliputi data primer dan data sekunder. Data primer adalah data seluruh toko modern (mini market) yang berjaringan nasional yang ada di Kota Yogyakarta, usaha perdagangan eceran tradisional yang ada disekitar toko modern (mini market) yang berjaringan nasional dan konsumen usaha perdagangan

eceran yang masing-masing memuat data umum yang dikumpulkan secara langsung.

Sedangkan data sekunder adalah merupakan data pendukung yang memuat kondisi di masing-masing kecamatan antara lain kondisi wilayah, jumlah penduduk, mata pencaharian penduduk, kondisi sarana dan prasarana wilayah serta data lain yang berkaitan dengan keberadaan usaha perdagangan tersebut.

#### 1.6.2. Analisis Data

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 berjangkauan nasional terhadap konsumen dan usaha perdagangan eceran tradisional di Kota Yogyakarta.

## BAB II

### KONDISI KOTA YOGYAKARTA

#### 2.1. Keadaan Alam

Kota Yogyakarta terletak antara  $110^{\circ}24'19''$ - $110^{\circ}28'53''$  Bujur Timur dan antara  $07^{\circ}49'26''$ - $07^{\circ}15'24''$  Lintang Selatan, dengan luas sekitar  $32,5 \text{ Km}^2$  atau 1,02 % dari luas wilayah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, jarak terjauh dari Utara ke Selatan kurang lebih 7,5 Km dan dari Barat ke Timur kurang lebih 5,6 Km. Kota Yogyakarta yang terletak di daerah dataran lereng aliran Gunung Merapi memiliki kemiringan lahan yang relatif datar (antara 0 - 2 %) dan berada pada ketinggian rata-rata 114 meter dari permukaan air laut (dpl).

Sebagian wilayah dengan luas 1.657 hektar terletak pada ketinggian kurang dari 100 meter dan sisanya (1.593 hektar) berada pada ketinggian antara 100 –199 meter dpl. Sebagian besar jenis tanahnya adalah regosol. Terdapat 3 sungai yang mengalir dari arah Utara ke Selatan yaitu Sungai Gajahwong yang mengalir di bagian timur kota, Sungai Code di bagian tengah dan Sungai Winongo di bagian barat kota. Secara administrative, Kota Yogyakarta terdiri dari 14 kecamatan dan 45 kelurahan dengan batas wilayah :

Sebelah Utara : Kabupaten Sleman

Sebelah Timur : Kabupaten Bantul dan Sleman

Sebelah Selatan : Kabupaten Bantul

Sebelah Barat : Kabupaten Bantul dan Sleman

#### 2.2. Pembagian Wilayah

Kota Yogyakarta terdiri dari 14 kecamatan, 45 kelurahan, 362 RW dan 2.523 RT dengan luas wilayah  $32,5 \text{ km}^2$ . Penggunaan lahan paling



banyak diperuntukkan bagi perumahan, yaitu sebesar 2.106,338 hektar dan bagian terkecil berupa lahan kosong seluas 20,041 hektar.

### 2.3. Penduduk

Berdasarkan hasil Sensus Penduduk 2000, penduduk Kota Yogyakarta berjumlah 397.398 orang yang terdiri dari 194.530 orang (48,95 persen) laki-laki dan 202.868 orang (51,05 persen) perempuan. Jumlah penduduk berdasarkan hasil Supas tahun 2005 sebanyak 435.236 orang. Dengan demikian rata-rata pertumbuhan penduduk periode tahun 2000-2005 sebesar 1,9 persen. Berdasarkan hasil proyeksi Sensus Penduduk, jumlah penduduk tahun 2008 tercatat 456.915 orang, dan pada tahun 2009 berjumlah 518. 800.

Komposisi penduduk berdasarkan jenis kelamin adalah 48,86 persen laki-laki dan 51,14 persen perempuan. Secara keseluruhan jumlah penduduk perempuan lebih tinggi dibandingkan dengan penduduk laki-laki seperti tampak dari rasio jenis kelamin penduduk yang lebih kecil dari 100. Rasio jenis kelamin adalah perbandingan antara banyaknya penduduk laki-laki dengan penduduk perempuan pada suatu daerah dan waktu tertentu. Biasanya dinyatakan dengan banyaknya penduduk laki-laki untuk 100 penduduk perempuan Dengan luas wilayah 32,50 km<sup>2</sup>, kepadatan penduduk Kota Yogyakarta 13.881 jiwa per km<sup>2</sup>.

Tabel 2.1. Banyaknya Kalurahan, RT dan Luas Wilayah Per Kecamatan 2009

No	Kecamatan	Kalurahan	Luas (km2)	Jumlah RT
1	Mantrijeron	3	2.61	230
2	Kraton	3	1.40	175
2	Mergangsan	3	2.31	216
4	Umbulharjo	7	8.12	326
5	Kotagede	3	3.07	164
6	Gondokusuman	5	3.99	275
7	Danurejan	3	1.10	160
8	Pakualaman	2	0.63	83
9	Gondomanan	2	1.12	110
10	Ngampilan	2	0.82	120
11	Wirobrajan	3	1.76	165
12	Gedongtengen	2	0.96	144

13	Jetis	3	1.70	167
14	Tegalrejo	4	2.91	188

Sumber : Yogyakarta Dalam Angka, 2010

Tabel 2.2. Banyaknya Penduduk Per Kecamatan Tahun 2009

No	Kecamatan	Jumlah
1	Mantrijeron	42.304
2	Kraton	29.660
2	Mergangsan	35.093
4	Umbulharjo	72.918
5	Kotagede	34.443
6	Gondokusuman	77.188
7	Danurejan	32.405
8	Pakualaman	15.152
9	Gondomanan	18.208
10	Ngampilan	23.746
11	Wirobrajan	29.811
12	Gedongtengen	25.107
13	Jetis	38.557
14	Tegalrejo	44.218
	Jumlah	518.800

Sumber : Yogyakarta Dalam Angka, 2010

Berdasarkan persebaran wilayah kecamatan, jumlah penduduk terbesar terdapat di Kecamatan Gondokusuman dengan jumlah 77.188 orang, diikuti Kecamatan Umbulharjo dengan jumlah 72.918 orang, dan Kecamatan Tegalrejo dengan jumlah 44.218 orang. Sementara itu jumlah penduduk terkecil adalah di Kecamatan Pakualaman dan Kecamatan Gondomanan.

Berdasarkan lapangan kerja, Penduduk Kota Yogyakarta sebagian besar penduduk Kota Yogyakarta bekerja di sektor jasa dengan jumlah 108.660 orang, yang diikuti sektor perdagangan dengan jumlah 59.854 orang, dan sektor lainnya dengan jumlah 23.085 orang. Komposisi jumlah penduduk berdasarkan lapangan kerja dapat dilihat pada tabel 2.3.

Tabel 2.3. Penduduk Berusia 15 tahun Keatas  
Yang bekerja Berdasarkan Lapangan Kerja

No	Lapangan Usaha	Jumlah
1	Pertanian Pangan	265
2	Perkebunan	32
2	Perikanan	85
4	Peternakan	170
5	Pertanian Lainnya	229
6	Industri Pengolahan	11.351
7	Perdagangan	59.854
8	Jasa	108.660
9	Pengangkutan	5.082
10	Lainnya	23.085
	Jumlah	208.813

Sumber : Yogyakarta Dalam Angka, 2010

Berdasarkan data pada tabel 2.3. sektor perdagangan termasuk perdagangan ritel merupakan sektor yang menjadi hajat hidup orang banyak karena sekitar 20% dari jumlah penduduk Kota Yogyakarta menggantungkan hidup pada sektor perdagangan. Dengan karakteristik sektor perdagangan yang tidak membutuhkan keahlian khusus serta pendidikan tinggi untuk menekuninya, maka sebagian penduduk terutama yang tergolong UKM masuk dalam sektor ini.

Dalam perkembangannya justru pedagang-pedagang kecil yang mendominasi sektor perdagangan di Kota Yogyakarta. Pedagang-pedagang ini menjelma menjadi pedagang tradisional, pedagang toko kelontong dan masuk ke sektor informal sebagai Pedagang Kaki Lima (PKL). Munculnya pedagang-pedagang ini tidak dapat dihindari mengingat pertumbuhan penduduk yang tidak diimbangi dengan pertumbuhan lapangan pekerjaan. Disisi lain sektor pertanian di Kota Yogyakarta sudah mengalami pergeseran peran. Dengan mayoritas pedagang ritel yang merupakan kalangan menengah kebawah, maka perkembangan perdagangan ritel seharusnya memperhatikan kepentingan ritel



tradisional agar tidak menimbulkan permasalahan sosial di Kota Yogyakarta.

#### **2.4. Tenaga Kerja**

Jumlah pegawai negeri sipil di lingkungan Pemerintah Kota Yogyakarta pada tahun 2008 tercatat 9.860 orang, yang terdiri dari 88,39 persen pegawai pemerintah daerah dan 11,61 persen pegawai pemerintah pusat. Berdasarkan golongan kepangkatan, di Kota Yogyakarta terdapat pegawai negeri sipil daerah golongan I 3,02 persen, golongan II 20,39 persen, golongan III 50,50 persen dan sisanya golongan IV 26,09 persen. Jumlah Pencari kerja yang terdaftar pada Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi tahun 2008 sebanyak 10.988 orang yang terdiri dari 5.756 laki-laki dan 5.232 perempuan. Sebagian besar dari pencari kerja tersebut berpendidikan sarjana yaitu 85,06 persen, kemudian diikuti yang berpendidikan SMU (12,87 persen), Diploma (1,79 persen) dan sisanya berpendidikan S2, SMP, dan SD.

#### **2.5. Pasar**

Sektor perdagangan tidak terlepas dari peran pasar, di Kota Yogyakarta memiliki 32 pasar tradisional. Pasar Beringharjo merupakan pasar terbesar di Yogyakarta dengan luas 55.442,98 m<sup>2</sup> dan jumlah pedagang 5.472 orang yang berdagang di los. Pasar dengan jumlah los terbanyak setelah Pasar Beringharjo adalah Pasar Kranggan dan Pasar Demangan dengan luas masing-masing 7.400 m<sup>2</sup> dan 9.774 m<sup>2</sup> dengan jumlah los 1.243 dan 1104. Sebagian besar pedagang pasar tradisional di Kota Yogyakarta berdagang di dalam los yaitu sebanyak 11.519 orang, dan sangat sedikit yang berjualan dalam kios atau sebanyak 539 pedagang. Jumlah pasar dan pedagang di Kota Yogyakarta dapat dilihat pada tabel 2.4.

Tabel. 2.4. Pasar di Kota Yogyakarta

No	Nama Pasar	$\Sigma$ Pedagang
1	Beringharjo	5.472
2	Pathuk	197
3	Kranggan	1.243
4	Pingit	172
5	Kembang	84
6	Karang Waru	121
7	Demangan	782
8	Reksonegaran	-
9	Terban	214
10	Gendeng	102
11	Sanggrahan	22
12	Sentul	680
13	Lempuyangan	392
14	Sawo	42
15	Ledok Giri	57
16	Pace	36
17	Kota Gedhe	963
18	Gedong Kuning	218
19	Tunjungsari	12
20	Giwangan	1.104
21	Serangan	482
22	Legi	481
23	Senen	441
24	Suryobraton	28
25	Ngasem	379
26	Ngadikusuman	28
27	Gading	200
28	Pujokusuman	106
29	Karangkajen	37
30	Prawirotaman	581
31	Ciptomulyo	29
32	Pakuncen	718
	Jumlah	15.423

Sumber : Bappeda Provinsi DIY, 2010

## 2.6. PDRB

Kinerja perekonomian Kota Yogyakarta dapat dilihat dari perkembangan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Pada tabel 2.5. dapat dilihat perkembangan PDRB Kota Yogyakarta tahun 2007 – 2009.

Tabel 2.5. PDRB Kota Yogyakarta Tahun 2007 – 2009  
Atas Dasar Harga Konstan 2000 (juta rupiah)

No	Lapangan Usaha	Tahun		
		2007	2008	2009
1	Pertanian	21.351	19.209	18.140
2	Pertambangan	270.000	279.000	258.000
3	Industri Pengolahan	529.450	539.154	543.050
4	Listrik, Gas, dan Air	60.741	64.197	65.488
5	Bangunan	362.187	390.323	412.972
6	Perdagangan, Hotel	1.146.083	1.188.152	1.253.026
7	Pengangkutan Kom	862.341	910.568	984.783
8	Keuangan, Sewa	607.748	651.968	696.816
9	Jasa-jasa	982.333	1.012.551	1.046.615
	Jumlah	4.572.504	4.776.401	5.021.149

Sumber : Yogyakarta Dalam Angka, 2010

Dari tabel 2.5 dapat dilihat secara sektoral penyumbang pembentukan PDRB di Kota Yogyakarta. Sektor perdagangan dan hotel selama periode tahun 2007 – 2009 merupakan sektor yang paling besar kontribusinya terhadap pembentukan PDRB di Kota Yogyakarta, diikuti oleh sektor jasa dan sektor pengangkutan komunikasi. Hal ini juga mengindikasikan bahwa sektor perdagangan merupakan sektor yang perannya sangat besar terhadap pembentukan PDRB. Selain itu, dilihat dari sisi pengeluaran, PDRB yang ditopang oleh pola konsumsi juga memiliki hubungan yang erat dengan sektor perdagangan. Hal ini akan menjadi daya dorong pertumbuhan ekonomi di Kota Yogyakarta.



### BAB III

#### KONDISI TOKO MODERN DI KOTA YOGYAKARTA

##### 3.1. Toko Modern

Sektor perdagangan di Kota Yogyakarta selain di dukung oleh keberadaan pasar tradisional juga didukung oleh keberadaan toko modern. Toko modern, menurut Perpres No 112 tahun 2007 didefinisikan sebagai toko dengan sistem pelayanan mandiri menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk minimarket, supermarket, department store, hypermarket atau grosir perkulakan. Peraturan dalam pendirian toko modern adalah (i) memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat, keberadaan pasar tradisional, usaha kecil menengah di wilayah yang bersangkutan (ii) memperhatikan jarak toko modern dengan pasar tradisional yang ada (iii) menyediakan areal parkir yang paling sedikit seluas kebutuhan parkir satu unit kendaraan roda empat untuk setiap 60 m<sup>2</sup> luas lantai, dan (iv) menyediakan fasilitas yang menjamin pusat perbelanjaan atau toko modern bersih, sehat, aman, tertib, dan ruang publik yang aman.

Saat ini banyak jenis format dalam toko modern. Secara umum berbagai *brand* pelaku usaha toko modern dikelompokkan seperti yang disampaikan oleh tabel 3.1.

Tabel 3.1. Toko Modern Dalam Berbagai Format

Format	Contoh Brand
Hypermarket	Carrefour, Giant, Hypermart, Yogya, Superindo
Supermarket	Alfa, Hero, Ramayana, Sri ratu, Hero
Minimarket	Indomaret, Alfamart, Circle-K, Yomart
Perkulakan	Makro, Indogrosir
<i>Warehouse</i>	Ace Hardware, Index
<i>Department Store</i>	Metro, Matahari, Sogo
<i>Drugstore &amp; Personal Care</i>	Watson, Guardian, Boston, Century
<i>Electronic Specialist</i>	E-City, E-Solution
<i>Bookstore</i>	Gramedia.

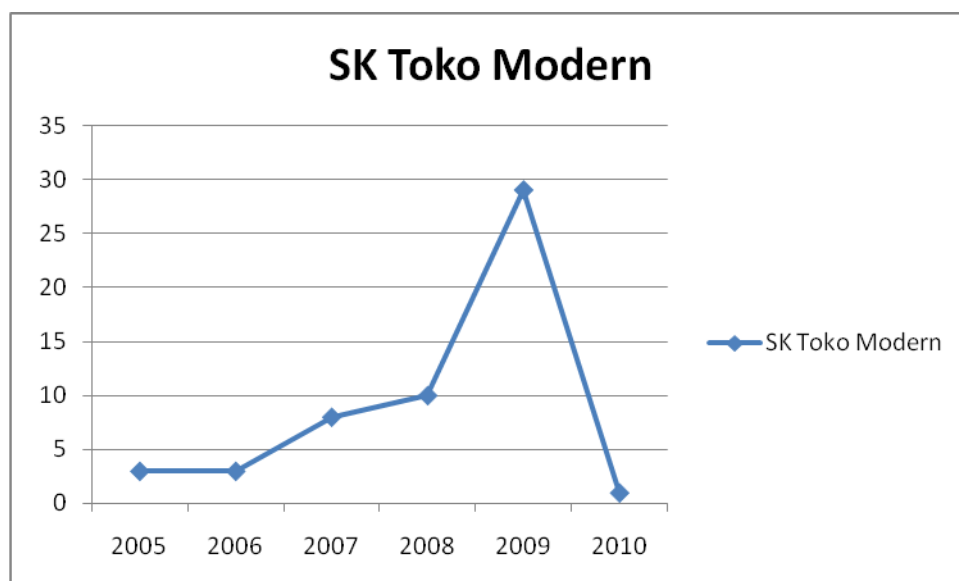
Sumber : KPPU, 2009

### 3.2. Eksisting Toko Modern di Kota Yogyakarta

#### 3.2.1. SK Pendirian Minimarket di Kota Yogyakarta

Toko modern di Kota Yogyakarta mengalami perkembangan yang sangat pesat. Sampai dengan tahun 2010 perkembangan toko modern mencapai lebih dari 200% dibandingkan dengan perkembangan pasar tradisional. Dalam kajian ini akan dilihat kondisi toko modern yang khusus berbentuk minimarket berjangkauan nasional. Toko modern berjangkauan

nasional dalam bentuk mini market mulai masuk di Kota Yogyakarta pada tahun 2005 yang diawali dengan beroperasinya toko minimarket Circle-K, dan diikuti oleh Indomaret dan Alfamart. Perkembangan SK pendirian usaha minimarket berjaringan nasional di Kota Yogyakarta dapat di lihat pada gambar 3.1.



Sumber : Disperindagkoptan Kota Yogyakarta, diolah

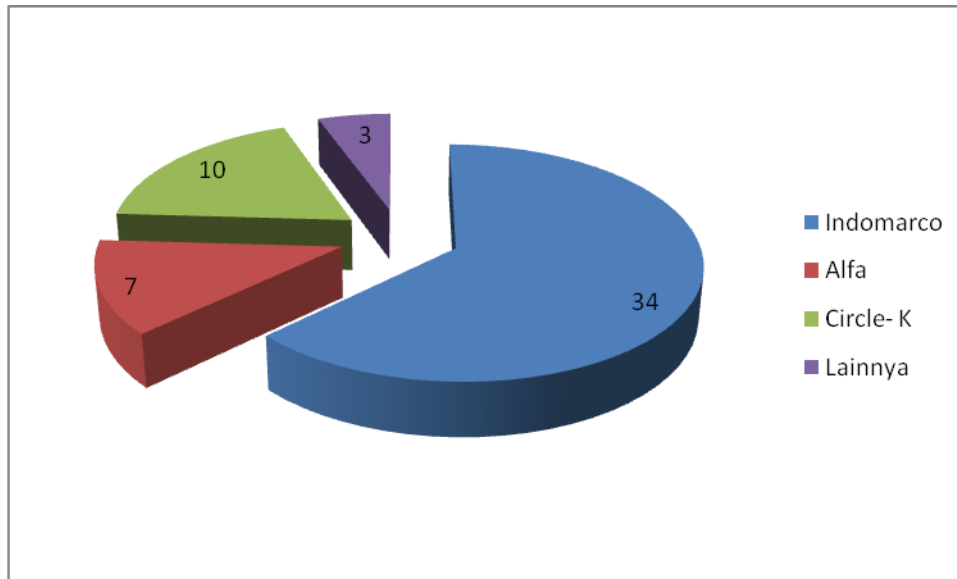
Gambar 3.1. Perkembangan SK Toko Modern

Pada gambar 3.1. 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 -2009 jumlah SK pendirian minimarket berjaringan nasional yang dikeluarkan Pemerintah Kota Yogyakarta berjumlah sebanyak 28 SK pendirian minimarket berjaringan nasional.

### 3.2.2. Pangsa Pasar Minimarket di Kota Yogyakarta



Dilihat dari pangsa pasar usahanya, minimarket berjaringan nasional di Kota Yogyakarta dikuasai oleh 3 minimarket yaitu Indomaret, Alfamart, dan Circle-K. Pangsa pasar oligopoli minimarket berjaringan nasional di Kota Yogyakarta dapat dilihat pada gambar 3.2.



Sumber : Disperindagkoptan Kota Yogyakarta, diolah

Gambar 3.2. Pangsa Pasar Minimarket di Kota Yogyakarta

Dari gambar 3.2 dapat dilihat bahwa penguasaan pangsa pasar terbesar dikuasai oleh minimarket Indomaret sebesar 65,3%, kemudian diikuti minimarket Circle-K sebesar 19,24%, Alfamart sebesar 13,46%.

### 3.2.3. Persebaran Minimarket Berjaringan Nasional di Kota Yogyakarta

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. Persebaran minimarket berjaringan nasional di Kota Yogyakarta dapat dilihat pada tabel 3.2.

Tabel 3.2. Persebaran Minimarket Perkecamatan  
Di Kota Yogyakarta

## Kota Gedhe

No	Nama Pemohon	Lokasi	Jenis Usaha	Pasar Terdekat
1	Indomarco	Jl. Gedongkuning 5	minimarket	Pasar Gedongkuning
2	ALFA	Jl. Gedongkuning 60	minimarket	dan Kota Gede
3	Indomarco	Jl.Ngeksigondo	minimarket	

## Umbulharjo

No	Nama Pemohon	Lokasi	Jenis Usaha	Pasar Terdekat
1	Indomarco	Jl. Glagah Sari 98	Minimarket	Pasar Pace, Pasar Giwangan dan Pasar Gedongkuning
2	Indomarco	Jl. Sorogenen	Minimarket	
3	Indomarco	Jl. Golo 26	Minimarket	
4	Indomarco	Jl. Kusumanegara 24	Minimarket	
5	Indomarco	Jl. Pramuka 11	Minimarket	
6	CV Yulingkar Darma Kinasih	Jl. Glagahsari 111	Minimarket	
7	Afamart (CV Karya Indah)	Jl. Imogiri 210	Minimarket	
8	Circle-K	Kusumanegara 46	Minimarket	
9	Indomarco	Jl. Mentri Supeno	Minimarket	

## Pakualaman

No	Nama Pemohon	Lokasi	Jenis Usaha	Pasar Terdekat
1	Indomarco	Jl. Gajahmada 64	Minimarket	Pasar Sentul
2	Indomarco	Jl. Gajahmada 15	Minimarket	
No	Nama Pemohon	Lokasi	Jenis Usaha	Pasar Terdekat
1	Indomarco	Jl. Sisingamangaraja	Minimarket	Pasar Prawiortaman
2	Indomarco	Jl. Parangtritis 107	Minimarket	
3	Indomarco	Jl. Taman Siswa 85	Minimarket	
4	Alfa	Jl. Parangtritis 29	Minimarket	
5	Alfa	Jl. Sisingamangaraja 80	Minimarket	
6	PT Circle-K Indonesia Utama	Jl. Taman Siswa 136	Minimarket	

## Gondomanan

No	Nama Pemohon	Lokasi	Jenis Usaha	Pasar Terdekat
1	Indomarco	Jl. Brigjen Katamso 97 A	Minimarket	Pasar Pathuk dan Pasar Bringharjo
2	Indomarco	Jl. Bhayangkara 50	Minimarket	

## Mantrijeron

No	Nama Pemohon	Lokasi	Jenis Usaha	Pasar Terdekat
1	Indomarco	Jl. Bantul RT 59, RW 12	Minimarket	Pasar Gading dan Pasar Prawirotaman
2	Indomarco	Jl. Letjen Panjaitan 101	Minimarket	
3	Circle- K	Jl. Parangtritis 98	Minimarket	
4	Ida Rufida	Jl. Letjen DI. Panjaitan 4	Minimarket	

## Wirobrajan

No	Nama Pemohon	Lokasi	Jenis Usaha	Pasar Terdekat
1	Indomarco	Jl. HOS Cokroaminoto 91	Minimarket	Pasar Serangan
2	Indomarco	Jl. Kapten Tendean 36	Minimarket	
3	Indomarco	Jl. Martadinata 116	Minimarket	

## Ngampilan

No	Nama Pemohon	Lokasi	Jenis Usaha	Pasar Terdekat
1	Indomarco	Jl. Bhayangkara 71	Minimarket	Pasar Senen
2	Indomarco	Jl. KHA Dahlan 76	Minimarket	
3	Alfa	KH. Wakhid Hasyim 43	Minimarket	
4	Indomarco	KH. Wakhid Hasyim 55b	Minimarket	

## Gedongtengen

No	Nama Pemohon	Lokasi	Jenis Usaha	Pasar Terdekat
1	Indomarco	Jl. Malioboro 179	Minimarket	Pasar Kembang
2	Indomarco	Jl. Mangkubumi 17	Minimarket	



3	Circle-K (Dwi Mutiara Manunggal)	Jl. Malioboro 145	Minimarket	
---	----------------------------------	-------------------	------------	--

## Jetis

No	Nama Pemohon	Lokasi	Jenis Usaha	Pasar Terdekat
1	Circle-K (Dwi Mutiara manunggal)	Jl. Sudirman 14	Minimarket	Pasar Kranggan dan
2	Alfamart (Randi Rianto)	AM Sangaji	Minimarket	Pasar Pingit
3	Indomarco Prismatama	Jl. Magelang	Minimarket	

## Tegalrejo

No	Nama Pemohon	Lokasi	Jenis Usaha	Pasar Terdekat
1	Indomarco	Jl. Magelang 105	Minimarket	Pasar Karangwaru
2	Circle-K (Dwi Mutiara Manunggal)	Jl. Magelang 108	Minimarket	
3	Indomarco Prismatama	Jl. HOS Cokroaminoto 98	Minimarket	
4	Indomarco	Jl. Kyai Mojo 88	Minimarket	

## Danurejan

No	Nama Pemohon	Lokasi	Jenis Usaha	Pasar Terdekat
1	Indomarco	Jl. DR. Sutomo 21	Minimarket	Pasar Lempuyangan
2	Alfa	Jl. Hayam Wuruk 74	Minimarket	
3	Andreas Winarto	Jl. Hayam Wuruk 16	Minimarket	

## Gondokusuman

No	Nama Pemohon	Lokasi	Jenis Usaha	Pasar Terdekat
1	Indomarco	Jl. Timoho 11	Minimarket	
2	Indomarco	Jl. Gayam 18	Minimarket	
3	Indomarco	Jl. Herman Yohanes RT 3	Minimarket	

4	Indomarco	Jl. Laksda Adisucipto 75	Minimarket	Pasar Terban dan Pasar Demangan
5	Circle-K	Jl. Urip Sumoharjo 139	Minimarket	
6	Circle-K	Jl. Jendral Sudirman 40	Minimarket	
7	Circle-K	Jl. Timoho 29b	Minimarket	
8	Circle-K	Abu Bakar Ali 24b-26	Minimarket	

Sumber : Disperindagkoptan Kota Yogyakarta, 2010

Dari data pada tabel 3.2 dapat dilihat bahwa berdasarkan persebaran minimarket berjaringan nasional, kecamatan yang memiliki minimarket berjaringan nasional terbanyak adalah Kecamatan Umbulharjo dengan jumlah 9 minimarket, diikuti Kecamatan Gondokusuman dengan jumlah 8 minimarket, dan kecamatan Mergangsan dengan jumlah 6 minimarket.

### 3.3. Rasio Minimarket dan Jumlah Penduduk

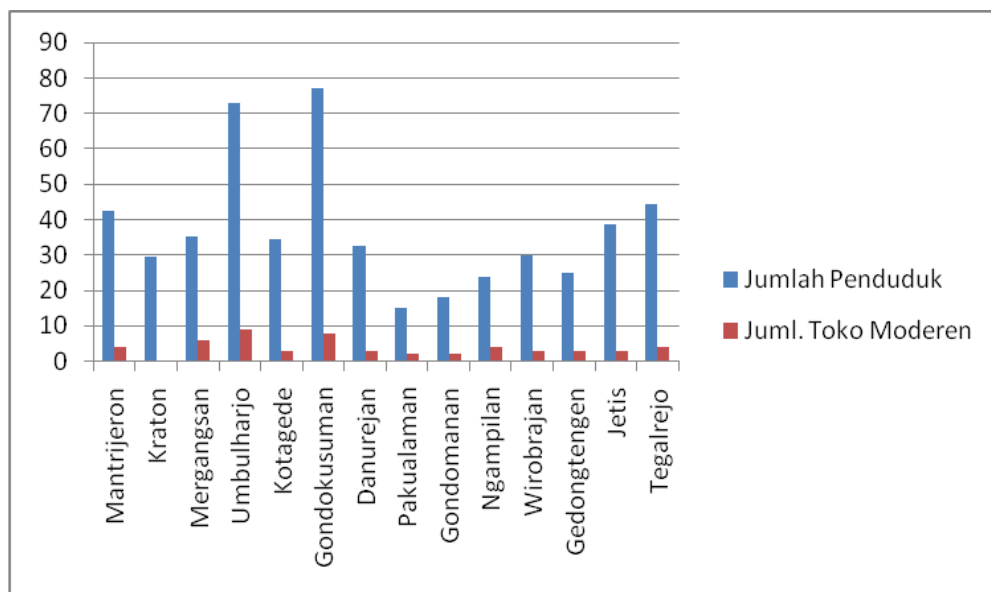
Dilihat dari rasio minimarket berjaringan nasional dengan jumlah penduduk tiap kecamatan, tiap minimarket melayani 5000 – 12.000 konsumen. Rasio terbesar di Kecamatan Jetis sebesar 12.852, diikuti oleh Kecamatan Kotagede sebesar 11.481, dan Kecamatan Tegalrejo sebesar 11.055. rasio Jumlah minimarket dengan jumlah penduduk perkecamatan di Kota Yogyakarta dapat dilihat pada tabel 3.4. dan gambar 3.3.

Tabel 3.3. Rasio Jumlah Penduduk Per Kecamatan dan Jumlah minimarket tahun 2009

No	Kecamatan	Jumlah	Toko Modern	Rasio
1	Mantrijeron	42.304	4	10.576
2	Kraton	29.660		
2	Mergangsan	35.093	6	5.849
4	Umbulharjo	72.918	9	8.102
5	Kotagede	34.443	3	11.481
6	Gondokusuman	77.188	8	9.649
7	Danurejan	32.405	3	10.802
8	Pakualaman	15.152	2	7.576

9	Gondomanan	18.208	2	9.104
10	Ngampilan	23.746	4	5.937
11	Wirobrajan	29.811	3	9.937
12	Gedongtengen	25.107	3	8.369
13	Jetis	38.557	3	12.852
14	Tegalrejo	44.218	4	11.055
	Jumlah	518.8	52	100

Sumber : Yogyakarta Dalam Angka, dan disperindagkoptan, 2010



Gambar 3.3. Rasio minimarket dan Jumlah Penduduk

Berdasarkan rasionya, keberadaan minimarket berjaringan nasional di Kota Yogyakarta sudah terlalu banyak jumlahnya. Mengingat banyaknya pasar tradisional dan pedagang ritel tradisional di Kota Yogyakarta, idealnya 1 minimarket berbanding 10.000 penduduk atau dengan kata lain rasio minimarket dengan jumlah penduduk adalah 10.000. Bahkan jika dihitung dengan jumlah minimarket dan toko tradisional idealnya 1 toko melayani 3000 penduduk, hal ini mengindikasikan bahwa Pemerintah Kota Yogyakarta tidak perlu mengeluarkan SK pendirian minimarket berjaringan nasional di Kota Yogyakarta pada tahun-tahun mendatang. Jika hal ini dilakukan maka dimungkinkan akan menimbulkan permasalahan sosial.

Dilihat dari lokasi pendirian minimarket sudah memenuhi peraturan mengenai jarak dengan pasar tradisional, namun pendirian minimarket masih belum memperhatikan jarak keberadaan peritel tradisional/ toko kelontong di wilayah yang bersangkutan. Permasalahan ini hendaknya menjadikan perhatian pemerintah dalam menyusun kebijakan yang berkaitan dengan perpasaran khususnya mengenai penataan minimarket dan toko modern di Kota Yogyakarta.

## **BAB IV**

### **KEBIJAKAN TOKO 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.

#### **4.1. Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007**

Pada tahun 2005 rancangan Peraturan Presiden tentang Perpasaran mulai di bahas. Akhir tahun 2007 Peraturan Presiden NO. 112 tahun 2007 dikeluarkan secara resmi. Beberapa isu utama yang mendorong dikeluarkannya Peraturan perpasaran tersebut adalah:

##### **1. Ritel Tradisional vs hipermarket**

Jarak antara ritel tradisional dengan hipermarket yang saling berdekatan menjadi persoalan tersendiri. Meskipun hasil penelitian KKPU memperlihatkan bahwa terdapat segmen yang berbeda antara keduanya, tetapi lokasinya yang saling berdekatan dengan ritel kecil/ tradisional

dapat menimbulkan permasalahan tersendiri. Di beberapa daerah tidak jarang ditemukan ritel modern yang bahkan bersebelahan dengan ritel tradisional.

## 2. Ritel Tradisional vs Mini market

Tumbuh pesatnya minimarket (berjejaring) kewilayah pemukiman berdampak buruk bagi ritel tradisional yang telah ada di wilayah tersebut. Keberadaan minimarket tersebut mematikan toko-toko kelontong yang masuk dalam jenis UKM yang berada di wilayah pemukiman.

## 3. Pemasok barang vs ritel modern

Penerapan berbagai macam *trading terms* oleh ritel modern yang memberatkan pemasok. Hubungan bisnis antara pemasok dan peritel bersifat negosiasi. Namun posisi ritel modern yang dominan, dapat menyebabkan tertekannya para pemasok karena peritel tersebut bisa dengan leluasanya menerapkan *trading terms* yang berlebihan. Dalam Perpres tersebut *trading terms* yang sebelumnya berjumlah 30 jenis dipangkas menjadi 7 jenis.

## 4. Pemberdayaan ritel tradisional

Kondisi ritel tradisional secara fisik sangat tertinggal. Ini merupakan salah satu alasan mengapa konsumen lebih memilih untuk berpindah ke ritel modern. Kondisi ritel tradisional harus dibenahi dari segi kenyamanan, keamanan, dan kebersihan agar tidak kalah bersaing dengan ritel modern. Upaya pemerintah untuk membenahi ritel tradisional sangat diperlukan karena pengelolaan ritel tradisional masih dipegang oleh Pemda setempat.

Dengan berbagai permasalahan yang ada sebelumnya diharapkan dapat menemukan titik cerah, adapun arah kebijakan dari Perpres No. 112 Tahun 2007 adalah :



1. Pemberdayaan ritel tradisional agar dapat tumbuh dan berkembang serasi, saling memerlukan, saling memperkuat, serta saling menguntungkan.
2. Memberikan pedoman bagi penyelenggaraan ritel tradisional, pusat perbelanjaan, dan toko modern.
3. Memberikan norma-norma keadilan, saling menguntungkan dan tanpa tekanan dalam hubungan antara pemasok barang dengan toko modern
4. Pengembangan kemitraan dengan usaha kecil, sehingga tercipta tertib persaingan dan keseimbangan kepentingan produsen, pemasok, toko modern dan konsumen.

#### **4.2. Pokok-Pokok Pengaturan Perpres No. 112 Tahun 2007**

##### **4.2.1. Lokasi pendirian ritel modern**

1. Lokasi pendirian ritel tradisional, pusat perbelanjaan, dan toko modern mengacu pada Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) dan peraturan zonasinya.
2. Pendirian ritel tradisional mempertimbangkan (i) kondisi sosial ekonomi masyarakat dan keberadaan pasar, usaha kecil, koperasi pada wilayah yang bersangkutan (ii) fasilitas yang menjamin pasar yang bersih, sehat, aman, tertib, dan tata ruang publik yang nyaman.
3. Pendirian pusat perbelanjaan dan toko modern mempertimbangkan hal-hal (i) kondisi sosial ekonomi masyarakat dan keberadaan pasar tradisional dan IKM yang ada di wilayah bersangkutan (ii) memperhatikan jarak antara hipermarket dengan pasar tradisional yang ada sebelumnya (iii) Fasilitas yang menjamin pusat perbelanjaan dan toko modern yang bersih, sehat, aman, tertib, dan tata ruang yang nyaman.

4. Waktu operasional atau jam buka toko modern (khusus untuk hipermarket, supermarket dan departemen store) diatur sebagai berikut (i) hari Senin – jumat pukul 10.00-22.00 waktu setempat (ii) hari Sabtu dan minggu pukul 10.00 – 23.00 waktu setempat (iii) hari besar keagamaan, libur nasional atau hari tertentu lainnya Bupati/walikota, Gubernur untuk DKI Jakarta dapat menetapkan jam kerja melampaui pukul 22.00 waktu setempat.

Keberadaan Perkulakan, Hipermarket, Pusat Perbelanjaan, Supermarket dan Departemen Store terkait dengan Sistem jaringan jalan :

1. Perkulakan hanya boleh berlokasi pada atau akses jalan arteri .
2. Hipermarket dan pusat perbelanjaan (i) hanya boleh berlokasi pada akses sistem jaringan jalan arteri atau kolektor (ii) Tidak boleh pada kawasan pelayanan lokal atau lingkungan perumahan di dalam kota/perkotaan.
3. Supermarket dan Department Store (i) tidak boleh berlokasi pada sistem jaringan jalan lingkungan) (ii) tidak boleh pada kawasan pelayanan lingkungan di dalam kota/ perkotaan.
4. Minimarket boleh berlokasi pada setiap sistem jaringan jalan, termasuk sistem jaringan jalan lingkungan pada kawasan pelayanan lingkungan didalam kota /perkotaan.

Hal yang disayangkan dalam Perpres ini adalah aturan keberadaan minimarket yang tetap diperbolehkan berada dalam wilayah pemukiman. Kemudian juga jam buka hanya dilakukan pengaturan pada hipermarket, departemen store, dan supermarket, tidak pada mini market. Dikhawatirkan keberadaan toko tradisional dipemukiman makin terpuruk karena tidak ada pengaturan yang jelas dan melindungi ritel kecil/tradisional.

#### 4.2.2. Batasan Luas Lantai penjualan Toko Modern

Didalam pengaturan perpasaran ditegaskan perbedaan antara ritel modern berdasarkan luas lantai toko:

1. Minimarket < 400 m<sup>2</sup>
2. Supermarket 400 – 5000 m<sup>2</sup>
3. Hipermarket dan perkulakan > 5000 m<sup>2</sup>
4. *Department Store* > 400 m<sup>2</sup>

#### 4.2.3. Keterkaitan Perpres No. 111 tahun 2007 tentang Daftar Negatif Investasi (DNI).

Berdasarkan peraturan mengenai DNI, kepemilikan asing dilarang untuk berinvestasi di minimarket atau ritel modern lainnya yang luasnya kurang dari 400 m<sup>2</sup>. Sedangkan untuk modal dalam negeri 100% boleh untuk berinvestasi pada minimarket dengan luas kurang dari 400 m<sup>2</sup>, supermarket dengan luas kurang dari 1. 200 m<sup>2</sup>, dan Department store dengan luas kurang dari 2000 m<sup>2</sup>.

#### 4.2.4. Kemitraan

Pemerintah berusaha melindungi kepentingan nasional yang meliputi ritel tradisional serta pemasok usaha kecil dengan menerapkan kemitraan antara usaha kecil dengan peritel modern dengan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan yang diatur dalam kemitraan :

1. Apabila dalam kerjasama usaha diatur *trading terms*, maka harus jelas, wajar dan berkeadilan, dan saling menguntungkan serta disepakati kedua belah pihak tanpa tekanan.
2. Biaya-biaya yang dapat dikenakan kepada pemasok adalah biaya-

biaya yang berhubungan langsung dengan penjualan produk pemasok.

Sementara itu, ketentuan dalam kemitraan antara pemasok usaha kecil dengan ritel modern adalah :

1. Tidak memungut biaya administrasi pendaftaran barang dan pemasok usaha kecil.
2. Pembayaran kepada pemasok usaha kecil dilakukan secara tunai, atau dengan alasan teknis tertentu dapat dilakukan dalam jangka waktu 15 hari setelah seluruh dokumen penagihan diterima.
3. Pembayaran tidak secara tunai dapat dilakukan sepanjang cara tersebut tidak merugikan pemasok usaha kecil, dengan memperhitungkan biaya risiko dan bunga untuk pemasok usaha kecil.

#### 4.2.5. Perijinan

Jenis ijin yang harus diperoleh ritel tradisional dan ritel modern sebelum memulai kegiatan usahanya

1. Pasar tradisional wajib memiliki Ijin Usaha pengelolaan Pasar Tradisional (IUP2T).
2. Pertokoan, mall, plaza, dan pusat perdagangan wajib memiliki ijin usaha pusat perbelanjaan (IUPP).
3. Minimarket, supermarket, department store, dan perkulakan wajib memiliki Ijin Usaha Toko Modern (IUTM).

Ketiga ijin diatas diterbitkan oleh Bupati/ Walikota dan Gubernur. Dalam hal ini Pemda sangat berperan besar dalam mewujudkan keberlangsungan ritel tradisional di daerahnya dengan lebih memperhatikan lokasi ritel modern yang ingin melakukan kegiatan usahanya. Setiap pelaku usaha pasar atau pedagang yang akan mengajukan ijin usaha harus menyertai dengan studi kelayakan (termasuk

AMDAL) dan rencana kemitraan dengan usaha kecil.

#### 4.2.6. Pembinaan dan Pengawasan

Perpres perpasaran melakukan upaya-upaya pemberdayaan terhadap ritel tradisional agar dalam perkembangannya ritel tradisional tidak tersingkir karena keberadaan toko modern, tetapi justru tumbuh berdampingan dan saling menguntungkan. Pemberdayaan terhadap ritel tradisional yang diatur dalam peraturan perpasaran tersebut adalah :

1. Mengupayakan sumber-sumber alternatif pendanaan untuk pemberdayaan.
2. Meningkatkan kompetensi pedagang dan pengelola.
3. Memprioritaskan kesempatan memperoleh tempat usaha bagi peritel tradisional yang telah ada sebelum dilakukan renovasi atau relokasi.
4. Mengevaluasi pengelolaan.

Ritel modern serta pusat perbelanjaan juga melakukan pemberdayaan terhadap ritel tradisional dengan adanya program kemitraan.

#### 4.2.7. Sanksi

Sanksi yang diberikan kepada pelanggar aturan Perpres perpasaran ini adalah dengan peringatan tertulis, pembekuan serta pencabutan ijin usaha.

### 4.3. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53 Tahun 2008

Setelah diterbitkannya Perpres No. 112 Tahun 2007, Departemen perdagangan merancang peraturan pelaksana Perpres sebagai pedoman pelaksanaan Perpres tersebut .

#### 4.3.1. Pengaturan Zonasi pendirian Pasar Tradisional, Pusat



perbelanjaan, dan Toko Modern : (i) Pendirian pasar tradisional, lokasi pendirian pasar tradisional, pusat perbelanjaan, dan toko modern harus sesuai dengan RTRWK/ RDTRWK. Sedangkan untuk kabupaten/ kota yang tidak memiliki RTRWK/ RDTRWK tidak boleh memberikan izin lokasi untuk pembangunan pusat perbelanjaan dan toko modern. (ii) Pendirian minimarket wajib mempertimbangkan kepadatan penduduk, perkembangan pemukiman baru, aksesibilitas wilayah, ketersediaan infrastruktur, serta keberadaan pasar tradisional dan warung/ toko di wilayah sekitar yang lebih kecil daripada minimarket tersebut. Pendirian minimarket tersebut diutamakan untuk diberikan kepada pelaku usaha yang berdomisili dekat dengan minimarket tersebut.

#### 4.3.2. Pola Kemitraan

1. Kemitraan dapat dilakukan dalam bentuk kerjasama pemasaran, penyediaan lokasi usaha, atau penerimaan pasokan dari pemasok kepada toko modern yang dilakukan secara terbuka.
2. Kerjasama pemasaran dapat dilakukan dengan bentuk (i) memasarkan barang produksi IKM yang dikemas atau dikemas ulang dengan merek pemilik barang, toko modern, atau merek lain yang sudah disepakati (ii) memasarkan produk IKM melalui etalase atau outlet dari toko modern.
3. Penyediaan lokasi usaha dilakukan oleh pengelola pusat perbelanjaan dan toko modern kepada IKM dengan menyediakan ruang usaha dalam areal pusat perbelanjaan atau toko modern.
4. Toko modern mengutamakan pasokan hasil produksi IKM, selama barang tersebut memenuhi persyaratan atau standar yang ditetapkan toko modern.
5. Pemasokan barang yang dilakukan IKM dibebaskan dari pungutan.

#### 4.3.3. Ketentuan Lain

Peritel asing dilarang untuk memasuki bisnis ritel skala minimarket, supermarket dibawah 1.200 m<sup>2</sup> dan Department store dengan luas lantai dibawah 2.000 m<sup>2</sup>.

#### **4.4. Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 79 Tahun 2010 tentang Pembatasan Usaha Waralaba Minimarket di Kota Yogyakarta**

4.4.1. Ruang lingkup dalam Peraturan Walikota ini mengatur mengenai :

1. Usaha waralaba yang berbentuk minimarket dengan sistem pelayanan mandiri, menjual secara eceran berbagai jenis barang kebutuhan sehari-hari.
2. anak cabang perusahaan yang menjual secara eceran berbagai jenis barang kebutuhan sehari-hari dengan menggunakan nama atau merk yang sama yang merupakan kerjasama langsung sebagai jejaring usaha dengan perusahaan besar yang berskala nasional.

4.4.2. Tujuan terhadap Usaha Waralaba Minimarket untuk :

1. Memberdayakan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di wilayah Daerah;
2. Mencegah pembentukan struktur pasar yang dapat melahirkan persaingan yang tidak wajar dalam bentuk monopoli, oligopoli dan monopsoni yang merugikan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah;
3. Mencegah terjadinya penguasaan pasar dan pemusatan usaha oleh orang-perseorangan atau kelompok orang atau badan tertentu yang dapat merugikan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah;
4. Menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah menjadi usaha yang tangguh dan mandiri;
5. Meningkatkan peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam perluasan kesempatan kerja dan berusaha serta peningkatan dan pemerataan pendapatan yang seimbang, berkembang dan berkeadilan.

4.4.3. Kriteria usaha mikro, kecil dan menengah digolongkan menjadi sebagai berikut :

1. Usaha mikro : (i) memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; (ii) memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah).
2. Usaha kecil : (i) memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; (ii) memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,- (dua milyar lima ratus juta rupiah).
3. Usaha menengah : (i) memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000.000,- (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; (ii) memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000,- (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000,- (lima puluh milyar rupiah).

4.4.4. Usaha Waralaba adalah usaha yang memenuhi kriteria sebagai berikut :

1. Memiliki ciri khas usaha;
2. Terbukti sudah memberikan keuntungan;
3. Memiliki standar atas pelayanan dan barang dan/atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis;
4. Mudah diajarkan dan diaplikasikan;
5. Adanya dukungan yang berkesinambungan;
6. Hak kekayaan intelektual yang telah terdaftar.

4.4.5. Usaha Pembatasan

1. Usaha waralaba minimarket berjarak paling dekat 400 (empat ratus)

meter dari pasar tradisional.

2. Usaha Waralaba minimarket hanya diperbolehkan di Jalan-jalan yang sudah ditentukan dalam peraturan Walikota.
3. Jumlah usaha waralaba minimarket di setiap kecamatan dibatasi sesuai dengan peraturan walikota.
4. Usaha waralaba minimarket yang tidak sesuai dengan ketentuan pembatasan dapat diberikan izin setelah mendapatkan persetujuan dari Tim Teknis Perizinan yang ditetapkan dengan Keputusan Walikota.
5. Persetujuan atau penolakan Tim Teknis Perizinan dengan memperhatikan hal-hal antara lain : (i) ketentuan tata ruang (ii) pemberdayaan UKM setempat (iii) kondisi sosial ekonomi masyarakat setempat dan (iv) pemanfaatan kawasan pemukiman

#### 4.4.5. Jalan-jalan Kota yang diperbolehkan untuk usaha minimarket

Adapun nama nama jalan yang diperbolehkan untuk pendirian usaha minimarket sesuai dengan peraturan Walikota Yogyakarta dapat di lihat pada tabel 4.1. sebagai berikut :

Tabel 4.1. Jalan-jalan Dikota Yogyakarta Yang diperbolehkan untuk usaha waralaba Minimarket

No	Nama Jalan	No	Nama Jalan
1.	Jalan Abu Bakar Ali	22.	Jalan Ngeksigondo
2.	Jalan Adi Sucipto	23.	Jalan Parangtritis
3.	Jalan AM Sangaji	24.	Jalan Perintis Kemerdekaan
4.	Jalan Bantul	25.	Jalan Piere Tendean
5.	Jalan Bhayangkara	26.	Jalan Pramuka
6.	Jalan Brigjen Katamso	27.	Jalan RE Martadinata
7.	Jalan Dr. Sutomo	28.	Jalan Suryopranoto
8.	Jalan Gajah Mada	29.	Jalan Tamansiswa

9.	Jalan Gayam	30.	Jalan Urip Sumoharjo
10.	Jalan Gandekan Lor	31.	Jalan Veteran
11.	Jalan Gedong Kuning	32.	Jalan Jend. Sudirman
12.	Jalan HOS Cokroaminoto	33.	Jalan Prof. Yohanes
13.	Jalan Ipda Tut Harsono/Timoho	34.	Jalan Hayamwuruk
14.	Jalan KH Ahmad Dahlan	35.	Jalan P. Mangkubumi
15.	Jalan KH Wakhid Hasyim	36.	Jalan DI. Panjaitan
16.	Jalan Kusumanegara	37.	Jalan Sisingamangaraja
17.	Jalan Kyai Mojo	38.	Jalan Sorogenen
18.	Jalan Magelang	39.	Jalan Tegalturi
19.	Jalan Malioboro	40.	Jalan Glagahsari
20.	Jalan Mataram	41.	Jalan Dagen
21.	Jalan Menteri Supeno		

#### 4.4.6. Kuota Minimarket Tiap Kecamatan di Kota Yogyakarta

Berdasarkan peraturan Walikota Yogyakarta telah ditetapkan jumlah kuota minimarket yang diijinkan untuk tiap kecamatan yang ditunjukkan oleh tabel 4.2. sebagai berikut :

Tabel 4.2. Kuota Waralaba Minimarket Tiap Kecamatan

No	Kecamatan	Jumlah
1.	Kecamatan Tegalrejo	4
2.	Kecamatan Danurejan	3
3.	Kecamatan Jetis	3
4.	Kecamatan Gedongtengen	3
5.	Kecamatan Gondokusuman	8
6.	Kecamatan Pakualaman	2

7.	Kecamatan Gondomanan	2
8.	Kecamatan Kraton	0
9.	Kecamatan Wirobrajan	3
10.	Kecamatan Mantrijeron	3
11.	Kecamatan Mergangsan	6
12.	Kecamatan Ngampilan	3
13.	Kecamatan Umbulharjo	9
14.	Kecamatan Kotagede	3
Jumlah		52

Sumber : Perwal Kota Yogyakarta 79/ 2010, 2010

#### 4.5. Analisis Kebijakan

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.

##### 4.5.1. Kebijakan Zonasi

Kebijakan zonasi merupakan kebijakan yang mencoba untuk menghindarkan 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.

##### 4 5.2. 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 pengaman sosial apabila pendirian minimarket menimbulkan efek sosial bagi pelaku perdagangan ritel tradisional.

#### 4.5.3. 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.

#### 4.5.4. 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.

## **BAB V**

### **DAMPAK TOKO MODERN BAGI KONSUMEN**

#### **5.1. Profil Responden Sektor Konsumen**

Kajian dampak berdirinya toko modern yang berbentuk minimarket di sektor konsumen melibatkan sebanyak 80 responden yang tersebar di seluruh kecamatan yang ada di Kota Yogyakarta. Khusus Kecamatan Kraton, dalam kajian ini tidak diambil sampel karena di wilayah tersebut tidak terdapat minimarket dengan jaringan nasional. Penentuan jumlah responden di suatu kecamatan didasarkan atas seberapa banyak jumlah minimarket yang ada di kecamatan tersebut sehingga semakin banyak jumlah toko modern maka semakin banyak sampel yang diambil. Distribusi responden selengkapnya tersaji dalam tabel 5.1 sebagai berikut:

<b>No</b>	<b>Kecamatan</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase</b>
1	Danurejan	5	6.25
2	Gedongtengen	4	5
3	Gondokusuman	9	11.25
4	Gondomanan	4	5
5	Jetis	5	6.25
6	Kotagede	4	5
7	Mantri Jeron	5	6.25
8	Mergangsan	8	10
9	Ngampilan	5	6.25
10	Pakualaman	8	10
11	Tegalrejo	6	7.5
12	Umbulharjo	12	15
13	Wirobrajan	5	6.25
14	Kraton	-	-
	Total	80	100

Sumber : Data primer, diolah

Hasil survei terhadap 80 konsumen di Kota Yogyakarta menunjukkan bahwa responden terbanyak ada di Kecamatan Umbulharjo yaitu sebanyak 15 % (12 responden) kemudian diikuti Kecamatan Gondokusuman sebanyak 11.25 % (9 responden), dan Kecamatan Mergangsan serta Kecamatan Pakualaman dengan masing-masing sebanyak 10 % (8 responden) lihat tabel 5.1.

## **5.2. Data Umum Responden**

Data umum responden dapat dilihat pada tabel 5.1 dan 5.2 sebagai berikut :

<b>Tabel 5.2.</b>			
<b>Data Responden Konsumen</b>			
<b>No</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase</b>
1	Pria	35	44%
2	Wanita	45	56%
	Total	80	100
<b>Umur</b>			
1	20 - 30 Tahun	36	45%
2	31 - 40 Tahun	19	24%
3	> 41 Tahun	25	31%
	Total	80	100

Sumber : Data primer, diolah

Dari tabel 5.2 dapat dilihat bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin wanita (56%) dan sebagian besar responden berusia 20 – 30 tahun (45%).

<b>Tabel 5.3.</b>			
<b>Data Responden Konsumen</b>			
<b>No</b>	<b>Pendidikan</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase</b>
1	SD	3	4%
2	SLTP/SMP	10	13%
3	SLTA/SMA	52	65%
4	D3-S1	9	11%
5	Lainnya	6	8%
	Total	80	100
<b>Pekerjaan</b>			
1	Pelajar	15	19%
2	Karyawan	15	19%
3	Wiraswasta	22	28%
4	Ibu Rumah Tangga	12	15%
5	Lainnya	16	20%
	Total	80	100

Sumber : Data primer, diolah

Dari tabel 5.3. sebagian besar tingkat pendidikan responden adalah SLTA (65%). Di lihat dari pekerjaannya sebagian besar bekerja sebagai

wiraswasta (28%), karyawan dan pelajar (19%), dan ibu rumah tangga (15%).

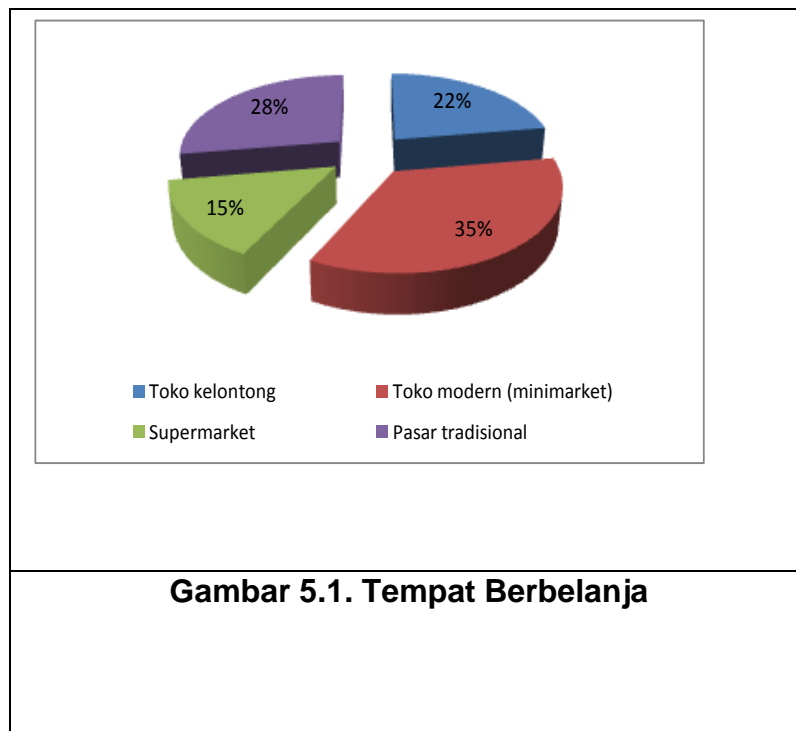
#### 5.2.1. Tempat berbelanja kebutuhan sehari-hari

Hasil survei menunjukkan bahwa sebanyak 35 persen responden memilih toko modern (minimarket) dalam berbelanja kebutuhan sehari-hari. Minimarket dipilih karena memiliki beberapa keunggulan diantaranya lokasinya yang dekat dengan rumah tinggal, pelayanan yang ramah, tempat yang bersih dan nyaman, serta barang yang ada cukup lengkap tersedia.

Sebanyak 28 persen responden memilih pasar tradisional dalam berbelanja. Cukup dekatnya lokasi pasar dan harga yang masih bisa ditawarkan menjadi alasan responden untuk berbelanja dipasar tradisional, selain itu barang yang tersedia juga cukup lengkap dan murah.

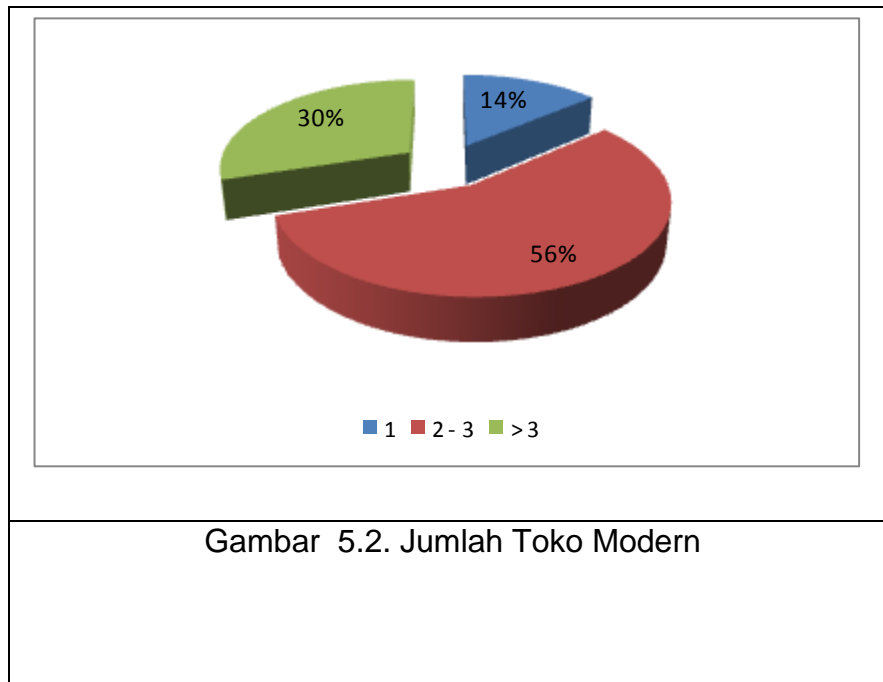
Kemudian sebanyak 22 persen responden memilih toko kelontong untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari. Toko kelontong dipilih karena lokasinya yang cukup dekat dengan rumah responden sehingga lebih efisien dan cepat dalam membeli barang kebutuhan sehari-hari.

Sedangkan sisanya sebanyak 15 persen responden memilih supermarket sebagai tempat untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari. Alasan dipilihnya supermarket antara lain tempat yang bersih, nyaman, pelayanan yang ramah, tersedia sayuran dan daging segar, barang yang lengkap, serta keramaian supermarket menjadi hiburan tersendiri bagi beberapa responden untuk sekedar jalan-jalan atau berlibur.



### 5.2.2. Jumlah Minimarket

Jumlah minimarket yang ada disekitar responden cukup bervariasi, namun menurut 56 persen responden jumlah minimarket yang ada disekitar lokasi tempat tinggalnya berjumlah 2 sampai 3 minimarket, sedangkan menurut 30 persen responden menilai jumlah minimarket yang ada disekitarnya berjumlah lebih dari 3 minimarket, sisanya sebanyak 14 responden menilai bahwa hanya ada satu minimarket yang ada disekitar lokasi tempat tinggal mereka.



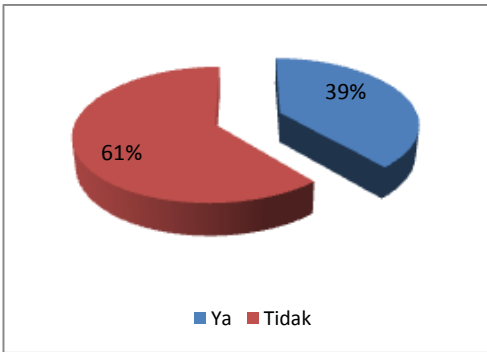
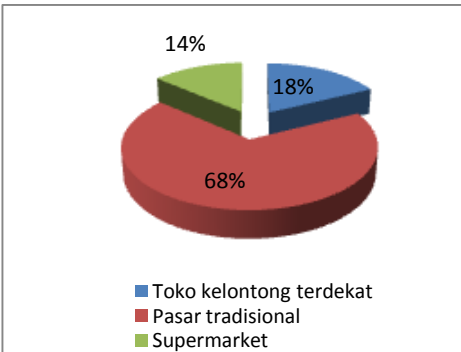
Gambar 5.2. Jumlah Toko Modern

Sedangkan barang-barang yang biasa di beli responden di minimarket cukup beragam, diantaranya: peralatan tulis, makanan ringan, air mineral, *soft drink*, perlengkapan mandi (sabun, sikat, pasta gigi, shampo, dll).

### 5.2.3. Ketersediaan barang kebutuhan di toko modern

Menurut sebagian besar responden (61 persen) menilai bahwa tidak semua barang kebutuhan sehari-hari tersedia di minimarket. Barang yang tidak terdapat di minimarket tersebut antara lain; sayuran dan daging segar, baju/pakaian, sepatu, perlengkapan elektronik, peralatan bengkel, bumbu dapur, jajanan pasar, serta buku bacaan.

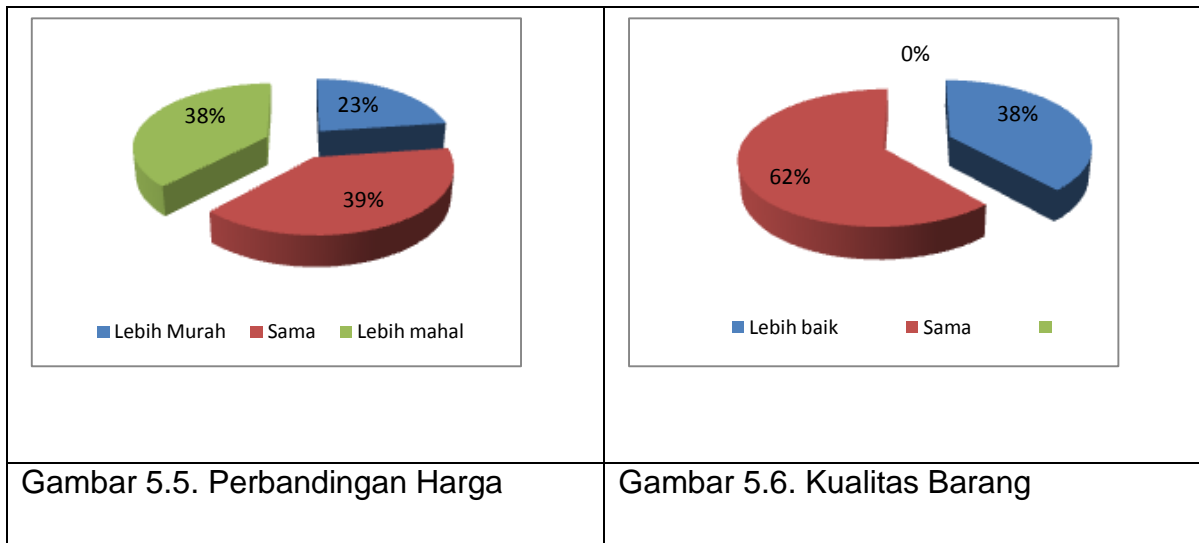


 <p>61% 39%</p> <p>■ Ya ■ Tidak</p>	 <p>14% 18% 68%</p> <p>■ Toko kelontong terdekat ■ Pasar tradisional ■ Supermarket</p>
<p>Gambar 5.3. Ketersediaan Barang Di Minimarket</p>	<p>Gambar 5.4. Ketersediaan Barang selain di Minimarket</p>

Sedangkan menurut 68 persen responden memilih pasar tradisional untuk membeli barang kebutuhan lain yang tidak tersedia di minimarket, sebanyak 18 persen responden memilih ke toko kelontong terdekat, dan sisanya sebanyak 14 persen lebih memilih untuk membeli di supermarket.

#### 5.2.4. Harga dan Kualitas barang

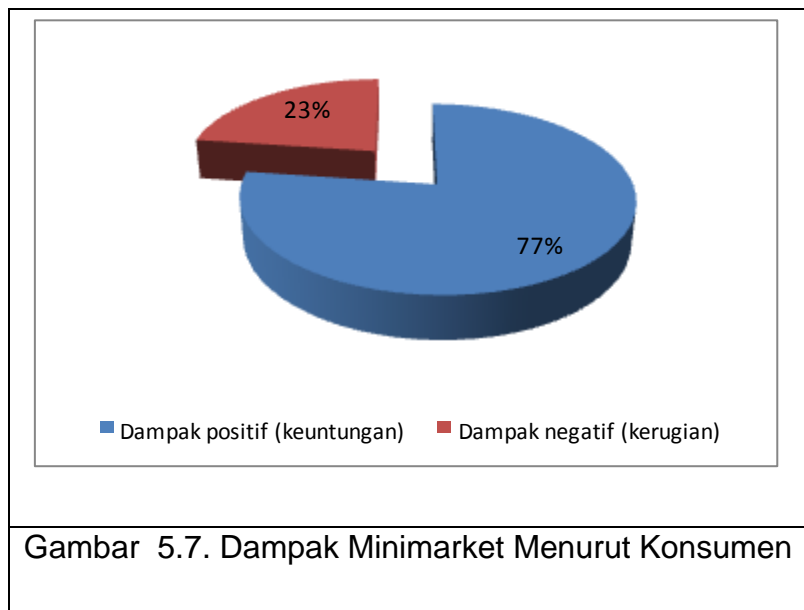
Sebanyak 39 persen responden berpendapat bahwa harga-harga barang kebutuhan sehari-hari di minimarket sama bila dibandingkan dengan toko kelontong, sementara menurut 38 persen responden berpendapat bahwa harga barang di minimarket lebih mahal dibandingkan toko kelontong, sedangkan sebanyak 23 persen responden berpendapat bahwa harga barang di toko kelontong lebih mahal dibandingkan dengan harga di minimarket (Gambar 5.5).



Dari segi kualitas barang, sebagian besar responden (62 persen) menilai bahwa barang yang ada di minimarket dinilai berkualitas sama dengan barang yang ada di toko kelontong. Hanya 38 persen responden yang berpendapat bahwa barang di minimarket memiliki kualitas lebih baik dibandingkan toko kelontong (Gambar 5.6).

#### 5.2.5. Dampak

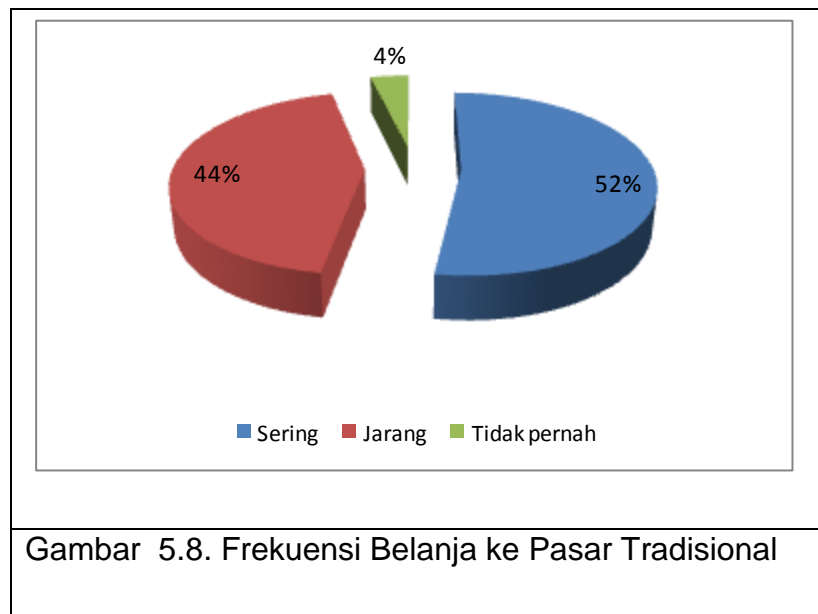
Keberadaan minimarket ditengah-tengah masyarakat menurut sebagian besar responden (77 persen) memiliki dampak positif atau lebih memberikan keuntungan. Manfaat positif tersebut diantaranya; minimarket buka 24 jam sehingga memudahkan pembeli dalam membeli barang kebutuhan, lokasi dekat dengan rumah responden sehingga waktu lebih efisien, toko bersih dan nyaman, barang yang dijual tertata rapi sehingga memudahkan pembeli memilih barang, kondisi barang terjamin, masa kadaluarsa produk lebih terawasi, *display* menarik, banyak program promosi dan diskon harga, serta lingkungan sekitar minimarket jadi lebih ramai dan hidup.



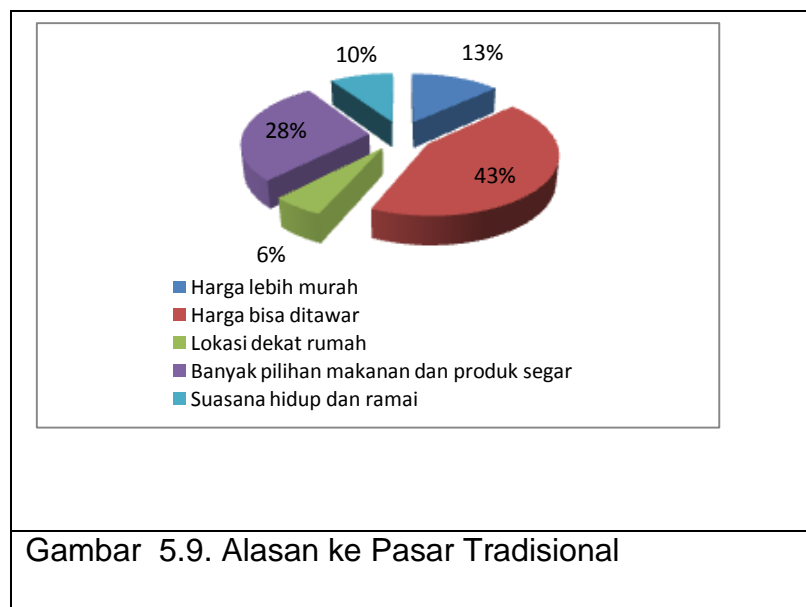
Selain manfaat yang dapat dinikmati, menurut 23 persen responden terdapat dampak negatif yang ditimbulkan terkait keberadaan minimarket ditengah masyarakat. Dampak negatif atau kerugian tersebut diantaranya; pasar tradisional menjadi sepi, mengurangi omset penjualan dan bahkan dapat mematikan toko kelontong yang ada disekitarnya, membuat gaduh, jalan semakin ramai dan menimbulkan macet pada jam-jam tertentu, mendidik masyarakat semakin bersifat konsumtif dan boros, menjebak masyarakat menjadi serba instant (malas), serta kegiatan ekonomi masyarakat menjadi kurang produktif.

#### 5.2.6. Pasar Tradisional.

Menurut sebagian besar reponden sebanyak 52 persen sering memilih berbelanja di pasar tradisional, sebanyak 44 persen responden jarang berbelanja dipasar tradisional, sedangkan sisanya sebanyak 4 persen responden memilih tidak pernah berbelanja dipasar tradisional.

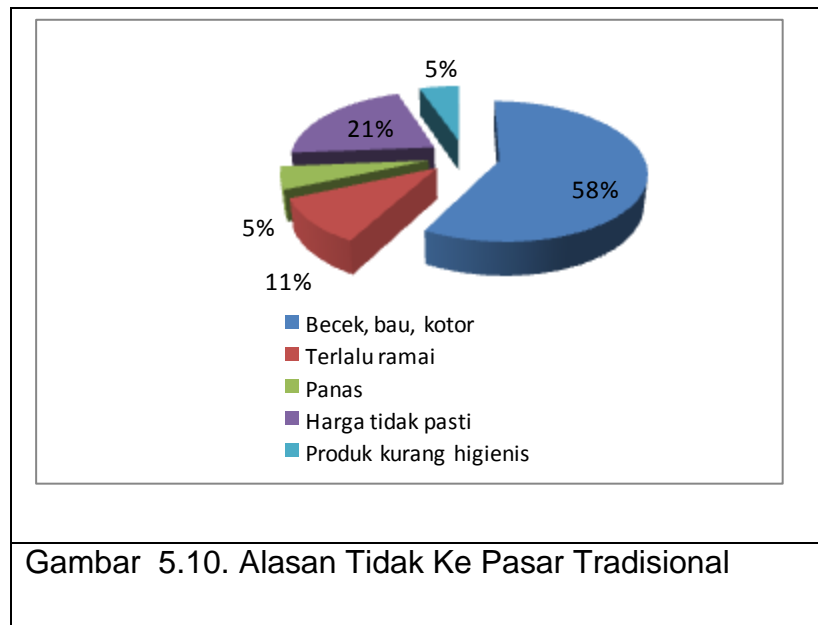


Adapun yang menjadi alasan responden yang memilih sering ke pasar tradisional karena harga dipasar tradisional masih memungkinkan untuk bisa ditawar sebanyak 43 persen, banyak pilihan makanan dan produk segar 28 persen, harga lebih murah sebanyak 13 persen (Gambar 5.9.).



Sedangkan menurut responden yang memilih jarang ataupun tidak

pernah berbelanja di pasar tradisional sebagian besar disebabkan karena kondisi pasar yang becek, bau dan kotor sebanyak 58 persen, harga yang tidak pasti 21 persen, dan terlalu ramai 11 persen (Gambar 5.10.).



### 5.3. Persepsi Keberadaan Minimarket

Berdasarkan persepsi masyarakat terkait keberadaan minimarket disekitar tempat tinggal responden terbagi menjadi 3 kelompok jawaban unggulan yaitu ; setuju, netral dan tidak setuju. Sebagian responden memiliki persepsi setuju terhadap empat hal antara lain: (i) Minimarket membantu memenuhi kebutuhan sehari-hari responden (59,49 persen), (ii) Responden mendukung berdirinya minimarket didaerahnya (45,00 persen), (iii) Keberadaan Minimarket telah memberikan dampak positif dalam masyarakat (41,77 persen), (iv) Minimarket membantu membuka lapangan pekerjaan baru di daerah sekitarnya (41,25 persen).

Responden berpendapat netral terhadap empat hal yaitu: (i) Responden setuju untuk mempermudah ijin pendirian Minimarket (42,50 persen), (ii) Minimarket lebih sesuai dengan perkembangan jaman dibandingkan dengan pedagang tradisional, (iii) Responden lebih senang

berbelanja di Minimarket dibandingkan dengan berbelanja di penjual eceran tradisional (35,44 persen), (iv) Responden mendukung usaha pemerintah membatasi ijin berdirinya Minimarket (33,75 persen).

Sedangkan kelompok terakhir adalah kelompok yang berpendapat tidak setuju. Responden berpendapat tidak setuju terhadap dua hal yaitu keberadaan Minimarket memberikan dampak negatif dalam masyarakat (37,97 persen) dan responden lebih senang berbelanja di Minimarket dibandingkan dengan berbelanja di penjual eceran tradisional (35,44 persen).

Tabel 5.4 Persepsi Keberadaan Minimarket

No	Keterangan	Bobot				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya mendukung berdirinya mini market di daerah saya	8,75	45,00	33,75	5,00	7,50
2	Mini Market membantu memenuhi kebutuhan sehari-hari saya	6,33	59,49	26,58	7,59	0,00
3	Mini Market membantu membuka lapangan pekerjaan baru di daerah saya	8,75	41,25	33,75	15,00	1,25
4	Keberadaan Mini Market memberikan dampak positif dalam masyarakat	5,06	41,77	36,71	16,46	0,00
5	Keberadaan Mini Market memberikan dampak negatif dalam masyarakat	1,27	24,05	35,44	37,97	1,27
6	Saya lebih senang berbelanja di Mini Market dibandingkan di pedagang eceran tradisional	3,80	20,25	35,44	35,44	5,06
7	Saya mendukung usaha pemerintah membatasi ijin berdirinya Mini Market	31,25	28,75	33,75	3,75	2,50
9	Menurut saya, Mini Market lebih sesuai dengan perkembangan jaman dibandingkan dengan pedagang eceran tradisional	1,25	32,50	40,00	21,25	5,00

#### 5.4. Persepsi Dampak Positif Minimarket

Terkait dampak Positif keberadaan minimarket, hampir seluruh kriteria pertanyaan diperoleh jawaban Setuju oleh sebagian besar responden. Adapun skor tertinggi diperoleh dalam hal: (i) ketersediaan fasilitas fisik yang cukup memadai seperti lapangan parkir yang luas dan mesin ATM (71,25 persen), (ii) Lokasi yang strategis, mudah dijangkau dan *Layout* yang menarik dan memudahkan pembeli memilih barang yang akan dibeli (masing-masing 61,25 persen), (iii) Puas dengan kebersihan di minimarket (60,00 persen).

No	Keterangan	Bobot				
		SS	S	N	TS	STS
1	Anda memilih berbelanja di Mini Market karena barang dagangannya yang lengkap	3,80	46,84	22,78	26,58	0,00
2	Barang dagangan di Mini Market memiliki kualitas yang baik	7,50	52,50	28,75	10,00	1,25
3	Anda selalu dapat menemui barang dagangan terbaru di Mini Market	5,00	47,50	22,50	23,75	1,25
4	Promosi dari Mini Market sangat baik, sehingga saya dapat mengetahui pilihan barang yang ada	6,25	48,75	35,00	8,75	1,25
5	Mini Market memberikan fasilitas fisik yang cukup memadai, seperti lapangan parkir yang luas dan ATM.	15,00	71,25	11,25	2,50	0,00
7	Saya senang berbelanja di Mini Market karena suasana toko yang sejuk dan nyaman	11,25	58,75	23,75	3,75	2,50
8	Saya memilih berbelanja di Mini Market karena lokasi yang strategis dan mudah dijangkau.	13,75	61,25	18,75	6,25	0,00
9	<i>Layout</i> Mini Market sangat baik, sehingga memudahkan saya dalam memilih barang.	5,00	61,25	27,50	6,25	0,00

10	Saya puas dengan kebersihan dan fasilitas fisik (ruangan yang lapang dan tempat parkir yang luas) di Mini Market	13,75	60,00	21,25	5,00	0,00
11	Saya puas dengan kualitas pelayanan di mini market	7,50	47,50	33,75	11,25	0,00
12	Saya puas dengan kelengkapan produk yang tersedia di mini market	6,25	43,75	32,50	17,50	0,00
13	Saya puas dengan jaminan keamanan dan kenyamanan dalam berbelanja di Mini Market	2,50	57,50	22,50	17,50	0,00
14	Saya puas dengan kemudahan memperoleh barang yang akan saya beli di Mini Market.	5,00	57,50	26,25	11,25	0,00
15	Harga makanan di mini market lebih murah dibandingkan dengan barang yang ditawarkan pedagang eceran tradisional	0,00	11,39	32,91	48,10	7,59

Hanya ada satu kriteria pertanyaan yang dinilai tidak Setuju oleh sebagian responden yaitu persepsi harga makanan dan minuman di mini market lebih murah dibandingkan dengan barang yang ditawarkan oleh pedagang eceran tradisional. Hal ini membuktikan bahwa menurut sebagian responden harga makanan di minimarket cenderung lebih mahal dibandingkan dengan harga makanan di toko tradisional.

### 5.5. Persepsi Dampak Negatif Minimarket

Selain dampak positif, responden juga memberikan persepsi dampak negatif terkait keberadaan minimarket di wilayahnya. Responden menilai Setuju bahwa keberadaan minimarket telah menyebabkan (i) omset penjualan pedagang eceran menurun (42,50 persen), (ii) responden cenderung berperilaku lebih konsumtif dalam berbelanja (37,50 persen), (iii) Minimarket merugikan pedagang eceran disekelilingnya (33,75 persen) dan (iv) kondisi jalan menjadi ramai serta dapat memicu



terjadinya kemacetan lalu lintas (31,25 persen).

No	Keterangan					
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa adanya mini market membuat kondisi jalan menjadi ramai dan macet	11,25	31,25	28,75	28,75	0,00
2	Saya merasa adanya mini market membuat saya menjadi lebih konsumtif dalam berbelanja	15,00	37,50	27,50	16,25	3,75
3	Saya merasa adanya mini market membuat kondisi lingkungan menjadi gaduh dan ramai	12,50	26,25	35,00	22,50	3,75
4	Saya merasa Mini market merugikan pedagang eceran tradisional di sekelilingnya	26,25	33,75	27,50	11,25	1,25
5	Saya merasa Mini market menyebabkan omzet penjualan pedagang eceran tradisional menjadi turun	21,25	42,50	22,50	12,50	1,25
6	Saya merasa Mini market menyebabkan turunnya tingkat kesejahteraan masyarakat sekitarnya	15,00	25,00	27,50	30,00	2,50

Sedangkan sebanyak 35,00 persen responden berpendapat netral terkait keberadaan minimarket yang membuat suasana sekitar menjadi gaduh dan ramai. Selain itu terdapat pula sebanyak 30,00 persen responden yang memilih tidak setuju bahwa keberadaan minimarket telah menyebabkan turunnya tingkat kesejahteraan masyarakat sekitarnya.

## BAB VI

### DAMPAK MINIMARKET TERHADAP TOKO KELONTONG

Kajian dampak berdirinya toko modern terhadap toko kelontong melibatkan sebanyak 30 responden yang tersebar di seluruh kecamatan yang ada di Kota Yogyakarta. Khusus Kecamatan Kraton, dalam kajian ini tidak diambil sampel karena di wilayah tersebut tidak terdapat toko modern dengan jaringan nasional. Penentuan jumlah responden di suatu kecamatan didasarkan atas seberapa banyak jumlah toko modern yang ada di kecamatan tersebut sehingga semakin banyak jumlah toko modern maka semakin banyak sampel yang diambil. Distribusi responden selengkapnya tersaji dalam tabel 6.1 sebagai berikut:

<b>No</b>	<b>Kecamatan</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase</b>
1	Danurejan	2	7%
2	Gedongtengen	2	7%
3	Gondokusuman	3	10%
4	Gondomanan	2	7%
5	Jetis	2	7%
6	Kotagede	3	10%
7	Mantrijeron	2	7%
8	Mergangsan	3	10%
9	Ngampilan	2	7%
10	Pakualaman	2	7%
11	Tegalrejo	2	7%
12	Umbulharjo	3	10%
13	Wirobrajan	2	7%
14	Kraton	-	-
	Total	30	100

Sumber : Data primer, diolah

Hasil survei terhadap 30 toko yang berada disekitar toko modern di Kota Yogyakarta menunjukkan bahwa responden terbanyak ada di Kecamatan Umbulharjo, Kecamatan Mergangsan, dan Kecamatan Gondokusuman yaitu masing-masing sebanyak 10 % (3 responden). Sedangkan di kecamatan-kecamatan lainnya masing-masing sebanyak 7 % (2 responden) lihat tabel 6.1.

### **6.1. Data Umum**

Berdasarkan hasil survei terhadap 30 responden toko kelontong yang berlokasi disekitar pasar modern yang ada di wilayah kota Yogyakarta diketahui sebanyak 60 persen responden berjenis kelamin Wanita, sedangkan sisanya sebanyak 40 persen berjenis kelamin Pria (Tabel 6.2.).

<b>Tabel 6.2.</b>			
<b>Data Responden Konsumen</b>			
<b>No</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase</b>
1	Pria	12	40%
2	Wanita	18	60%
	Total	30	100
<b>Umur</b>			
1	20 - 30 Tahun	4	13%
2	31 - 40 Tahun	12	40%
3	> 41 Tahun	14	47%
	Total	30	100

Sumber : Data primer, diolah

Sedangkan dari faktor usia responden, sebanyak 47 persen responden memiliki umur diatas 41 tahun, sebanyak 40 persen responden berumur antara 21 tahun sampai dengan 40 tahun, sedangkan sisanya sebanyak 13 persen responden berumur antara 20 tahun sampai dengan 30 tahun.

<b>Tabel 6.3.</b>			
<b>Data Responden Konsumen</b>			
<b>No</b>	<b>Pendidikan</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase</b>
1	SMP	4	13%
2	SMA	15	50%
3	D3-S2	4	13%
4	Lainnya	7	23%
	Total	30	100
<b>Pekerjaan</b>			
1	Pedagang Toko	7	23%
2	Wiraswasta	14	47%
3	Ibu Rumah Tangga	2	7%
4	Lainnya	7	23%
	Total	30	100

Sumber : Data primer, diolah

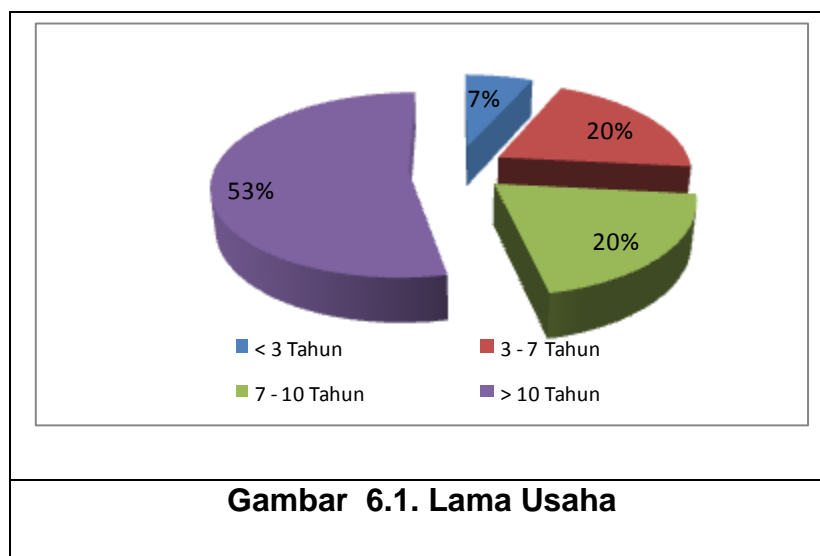
Berdasarkan pendidikan yang ditamatkan, sebanyak 50 persen responden telah menamatkan pendidikannya di jenjang Sekolah

Menengah Atas (SMA), Pendidikan lainnya sebanyak 7 persen responden, sedangkan jenjang pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) dan jenjang pendidikan Universitas masing-masing sebesar 13 persen. Dari 30 responden yang terpilih dalam kajian ini, sebanyak 47 persen responden memiliki mata pencaharian wiraswasta, pedagang toko dan pekerjaan lainnya sebanyak 23 persen, sedangkan sisanya sebanyak 7 persen responden adalah sebagai ibu rumah tangga (Tabel 6.3).

## 6.2. Kapasitas Usaha

### 6.2.1. Lama Usaha

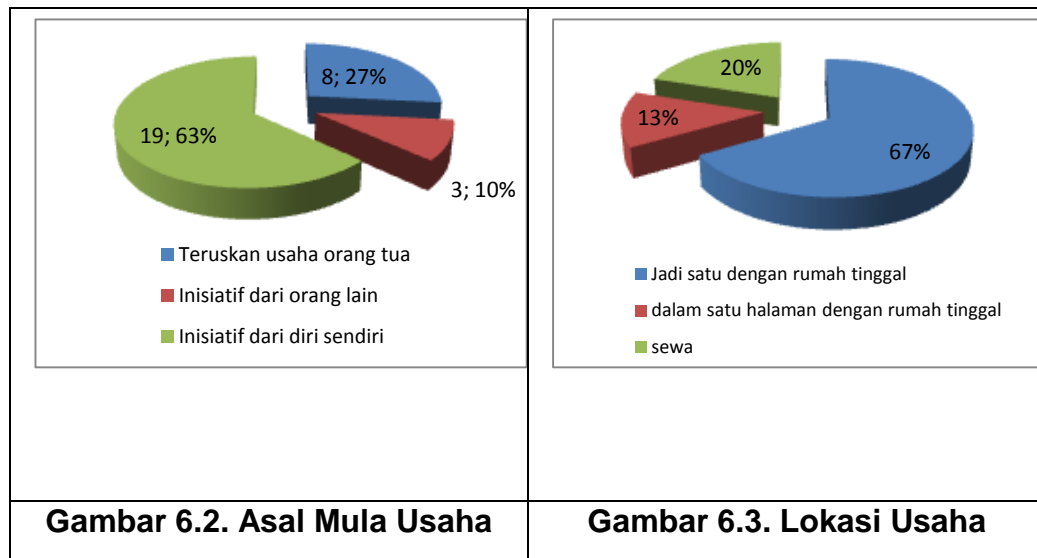
Berdasarkan kriteria lama usaha yang telah dijalani, sebagian besar responden telah menjalani usahanya lebih dari 10 tahun (53 persen), responden yang menjalani usaha selama 7 sampai dengan 10 tahun dan 3 sampai dengan 7 tahun masing-masing sebanyak 20 persen responden, sedangkan sisanya sebanyak 7 persen responden menjalankan usahanya dibawah 3 tahun.



### 6.2.2. Asal Mula dan Lokasi Usaha

Sebagian besar responden memulai usaha toko kelontongnya atas inisiatif sendiri (63 persen), sebanyak 27 persen responden meneruskan

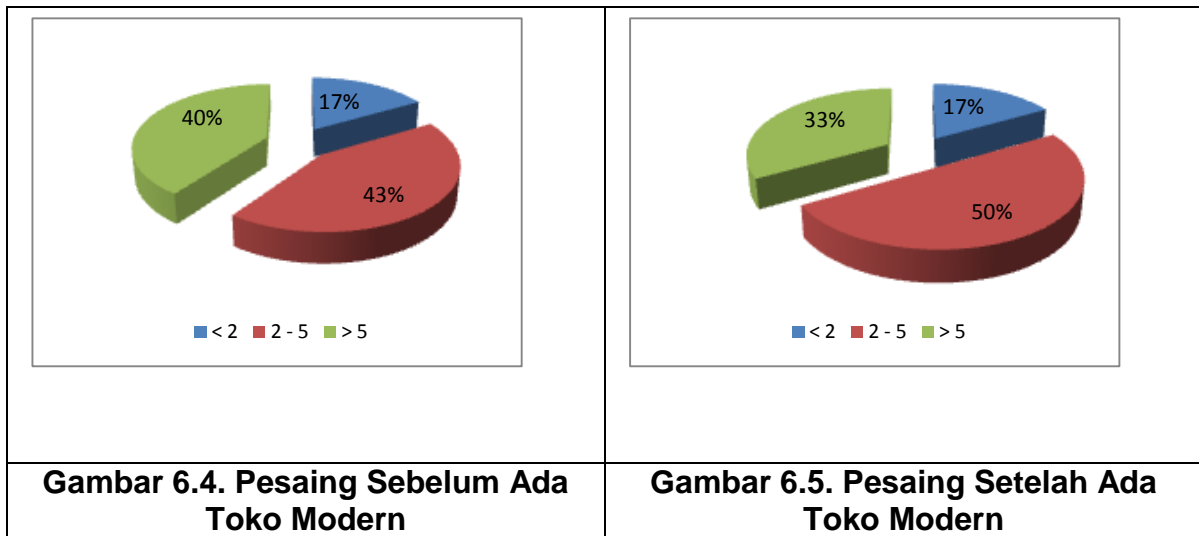
usaha yang sudah dimulai oleh orang tua responden, sedangkan sisanya sebanyak 10 persen responden memulai usaha atas inisiatif dari orang lain.



Lokasi usaha yang dipilih responden untuk usaha toko kelontongnya sebagian besar menjadi satu dengan rumah yang menjadi tempat tinggal responden tersebut (67 persen), sebanyak 20 persen responden memilih menyewa lahan untuk tempat berjualan, sedangkan sisanya sebanyak 13 persen responden memiliki tempat usaha dalam satu halaman yang menjadi satu dengan tempat tinggal responden.

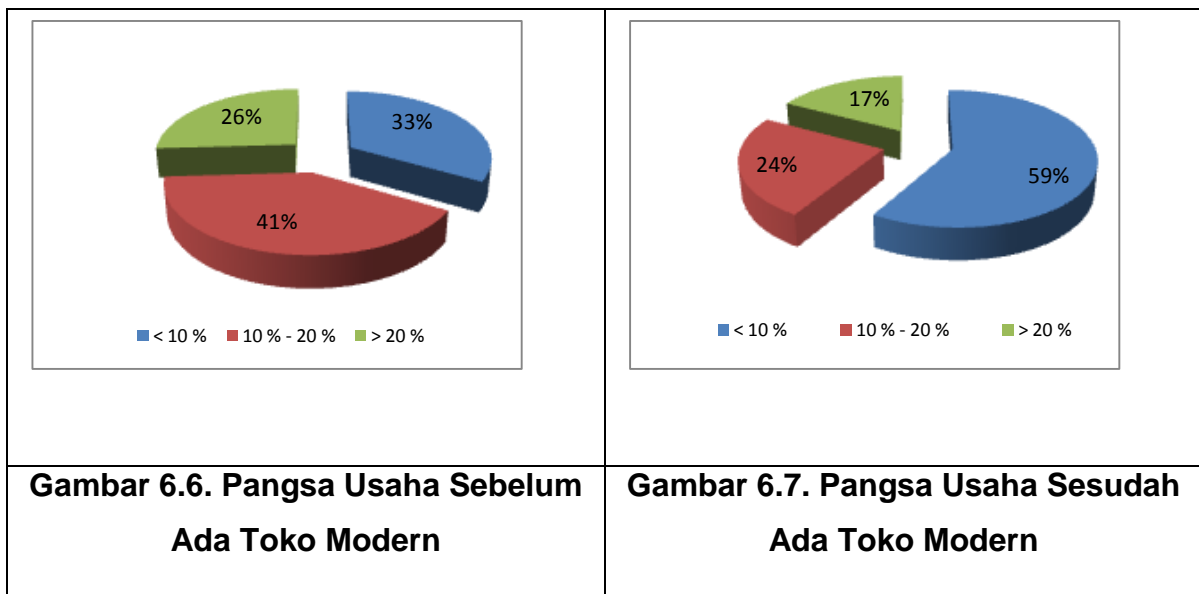
### 6.2.3. Pesaing Sebelum dan Sesudah Ada Toko Modern

Toko kelontong sesudah berdirinya minimarket disekitar tempat usaha mereka mengalami kenaikan jumlah pesaing usaha toko kelontongnya. Jika sebelumnya sebanyak 43 persen toko kelontong menghadapi pesaing 2-5, sesudah berdirinya minimarket jumlah responden yang mengatakan bahwa pesaingnya 2-5 toko mengalami kenaikan menjadi sebanyak 50 persen.



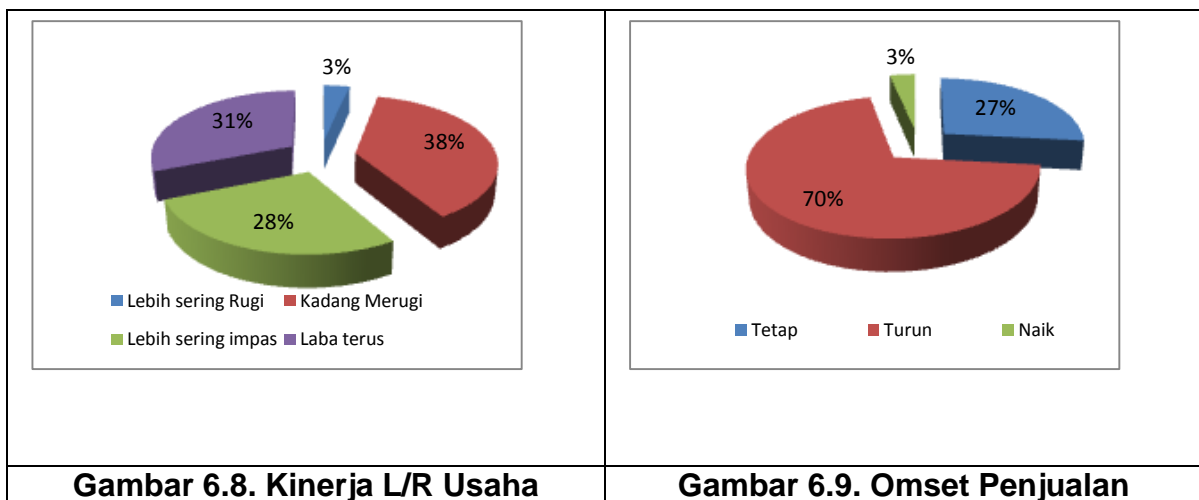
#### 6.2.4. Pangsa Usaha Sebelum dan Sesudah Ada Toko Modern

Menurut 41 persen responden, usaha toko kelontongnya memiliki pangsa usaha antara 10% sampai dengan 20%, sebanyak 33 persen responden memiliki pangsa usaha kurang dari 10%, sedangkan sisanya sebanyak 26% responden memiliki pangsa usaha diatas 20%.



### 6.2.5. Kinerja Laba Rugi Usaha dan Omset Penjualan

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.



Sebagian besar responden (70 persen) berpendapat bahwa setelah adanya minimarket disekitar tempat usahanya telah menyebabkan omset penjualannya menurun. 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.

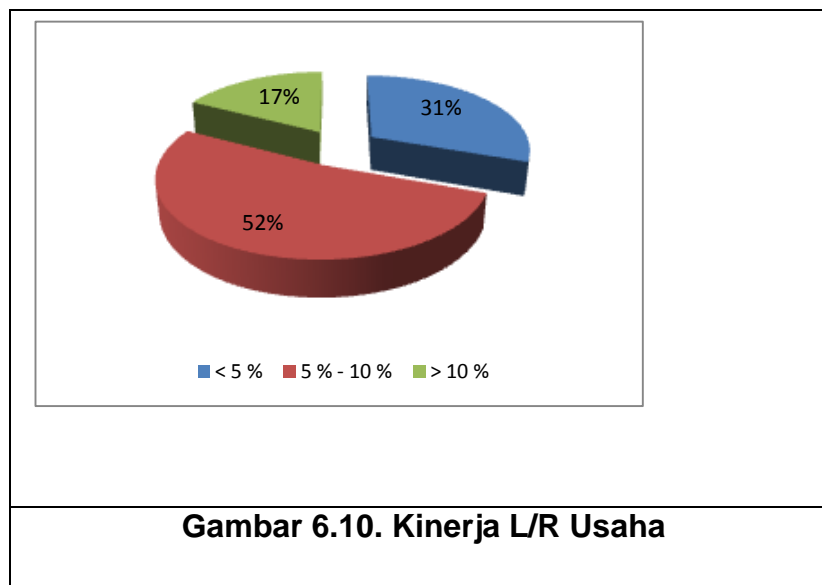
Sebanyak 27 persen responden berpendapat bahwa setelah didirikan minimarket disekitar tempat usahanya tidak mempengaruhi omset penjualan usahanya. Hal ini dikarenakan konsumen yang membeli barang di toko tradisional tersebut adalah pelanggan tetap atau hanya



warga sekitar saja sehingga konsumennya merupakan konsumen tetap. Sisanya sebanyak 3 persen atau 1 toko tradisional berpendapat bahwa omset penjualannya justru mengalami peningkatan omset penjualan setelah ada toko modern di sekitar tempat usahanya. Responden tersebut berpendapat bahwa harga barang yang dijualnya masih relative lebih murah dari harga barang yang ada di minimarket, sehingga membuat konsumen enggan beralih ke minimarket dan tetap memilih berbelanja di toko tradisional miliknya.

#### 6.2.6. Penurunan Omset

Sebagian besar responden (52 persen) mengalami penurunan omset antara 5% hingga 10%, sebanyak 31 persen responden mengalami penurunan.

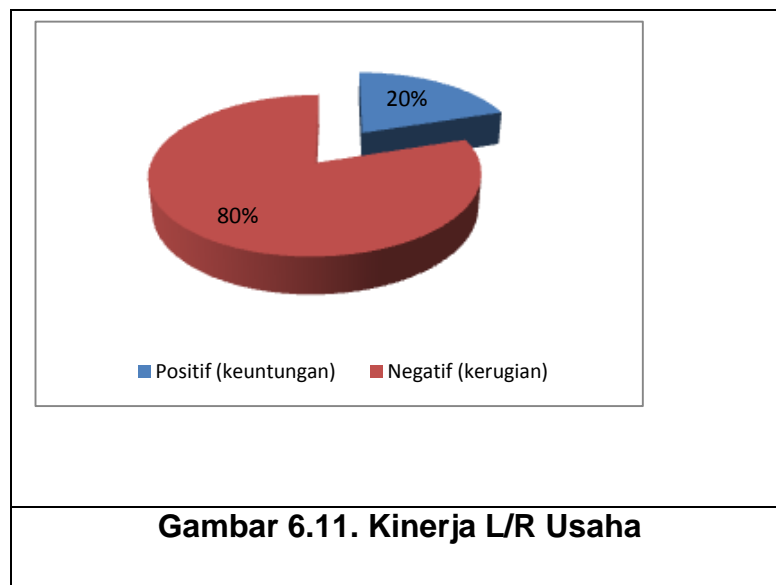


Usaha yang akan ditempuh responden jika omset usahanya terus mengalami penurunan adalah tetap mencoba untuk bertahan dengan kondisi yang ada sembari mencari solusi lainnya diantaranya mencoba membuka usaha baru dengan konsentrasi yang berbeda dengan toko modern, mencari usaha sampingan, melakukan spesialisasi 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.

#### 6.2.7. Dampak Keberadaan Minimarket bagi Toko Kelontong

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.

### **6.3. Usulan Pedagang 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:

1. Membatasi jumlah minimarket yang ada sekarang.
2. Jarak minimarket di tata ulang dan dijauhkan dari pemukiman atau perumahan warga.
3. Tinjau ulang jarak minimarket yang terlalu berdekatan.
4. Membatasi jam buka minimarket (tidak 24 jam lagi).
5. Memberikan bantuan modal dengan bunga ringan kepada toko tradisional untuk mengembangkan usaha.
6. Memberikan bantuan berupa pelatihan manajemen toko, sehingga dapat bersaing dengan minimarket yang ada.

## BAB VII

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 7.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah disampaikan, kajian ini menghasilkan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Beberapa kebijakan telah dikeluarkan dalam rangka penataan dan pengelolaan perpasaran, baik toko modern maupun pasar tradisional, baik ditingkat nasional maupun tingkat daerah.
2. Berdasarkan analisis data primer diketahui bahwa keberadaan minimarket di Kota Yogyakarta memberikan dampak positif bagi konsumen. Keberadaan minimarket ditengah-tengah masyarakat menurut sebagian besar responden (77 persen) memiliki dampak positif atau lebih memberikan keuntungan. Manfaat positif tersebut diantaranya; minimarket buka 24 jam sehingga memudahkan pembeli

dalam membeli barang kebutuhan, lokasi dekat dengan rumah responden sehingga waktu lebih efisien, toko bersih dan nyaman, barang yang dijual tertata rapi sehingga memudahkan pembeli memilih barang, kondisi barang terjamin, masa kadaluarsa produk lebih terawasi, *display* menarik, banyak program promosi dan diskon harga, serta lingkungan sekitar minimarket jadi lebih ramai dan hidup.

Selain manfaat yang dapat dinikmati, menurut 23 persen responden terdapat dampak negatif yang ditimbulkan terkait keberadaan minimarket ditengah masyarakat. Dampak negatif atau kerugian tersebut diantaranya; pasar tradisional menjadi sepi, mengurangi omset penjualan dan bahkan dapat mematikan toko kelontong yang ada disekitarnya, membuat gaduh, jalan semakin ramai dan menimbulkan macet pada jam-jam tertentu, mendidik masyarakat semakin bersifat konsumtif dan boros, menjebak masyarakat menjadi serba instant (malas), serta kegiatan ekonomi masyarakat menjadi kurang produktif.

3. Sementara itu dampak Keberadaan Minimarket bagi Toko Kelontong, menunjukkan 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 minimarket buka 24 jam, membuka lapangan pekerjaan, serta dapat memberikan inspirasi bagi toko tradisional untuk bisa bersaing dengan minimarket.

## 7.2. Rekomendasi

### **Pemerintah**

1. 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
2. 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
3. Peningkatan sarana prasarana usaha.
4. Memfasilitasi kemudahan mendapatkan kucuran dana untuk menambah modal usaha.

### **Pelaku Usaha Toko kelontong**

1. Meningkatkan ketrampilan dibidang manajemen usaha.
2. Meningkatkan omset penjualan melalui diversifikasi usaha.
3. Membuat *display* barang dagangan yang menarik serta nyaman bagi konsumen.
4. Melakukan kemitraan dengan berbagai pihak untuk mengembangkan usahanya (termasuk toko modern).
5. Pengembangan bisnis terencana.

### **Pelaku Usaha Ritel Modern**

1. Mematuhi ketentuan yang diberlakukan di lingkungan berdirinya usaha.

2. Mengadakan kemitraan dengan usaha ritel tradisional khususnya dalam hal pasokan barang dagangan (bersinergi).
3. Memperhatikan jarak pendirian usaha ritel modern dengan ritel tradisional, dalam hal ini jangan terlalu dekat jaraknya dengan ritel tradisional.

### **Akademisi**

1. Melakukan kajian lebih lanjut keberadaan usaha ritel modern bagi pola belanja masyarakat di kota Yogyakarta
2. Kajian dari aspek sosial ekonomi untuk mengetahui pola belanja masyarakat kota Yogyakarta
3. Berperan serta dalam usaha pengembangan ritel tradisional melalui pengabdian kepada masyarakat berupa pendampingan usaha maupun pelatihan manajemen usaha dan peningkatan jiwa kewirausahaan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

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

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

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

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

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.

Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Perpasaran

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53 Tahun 2008 tentang Penataan

dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern

SMERU (2007), *Dampak Supermarket Terhadap Pasar dan Pedagang Ritel Tradisional di Daerah Perkotaan di Indonesia*, Laporan Penelitian.

### Lampiran 1. Kuesioner untuk Responden

Bapak/ Ibu Yth

Disperindagkoptan Kota Yogyakarta bermaksud melakukan kajian dan evaluasi “Dampak berdirinya Toko Modern di Kota Yogyakarta”. Melalui kuesioner ini kami mengharapkan masukan dari Bapak/ Ibu mengenai hal-hal yang berkaitan dengan kegiatan tersebut. Atas bantuan dan kesediaannya, kami ucapkan terimakasih

#### PROFIL RESPONDEN

1. Jenis Kelamin	1. Pria 2. Wanita
------------------	----------------------



3. Umur	1. 20-30 tahun 2. 31-40 tahun 3. > 40 tahun
4. Kec. Tempat tinggal	

#### PETUNJUK

1. Berilah tanda silang (x) pada salah satu pilihan pendapat Bapak/ Ibu
2. Pada pilihan persepsi berilah tanda silang (x) pada salah satu kotak yang sesuai dengan pendapat Bapak/ Ibu, dimana;
  - SS = sangat setuju
  - S = Setuju
  - N = Netral
  - TS = Tidak Setuju
  - STS = Sangat tidak setuju

### KUESIONER DAMPAK BERDIRINYA MINIMARKET

#### KUESIONER UNTUK PEDAGANG ECERAN TRADISIONAL DI SEKITAR MINIMARKET

##### I. Kapasitas Usaha

1. Berapa tahun saudara menjalani usaha perdagangan eceran tradisional ini :
  - a. < 3 tahun
  - b. 3-7 tahun
  - c. 7-10 tahun
  - d. > 10 tahun
2. Asal mula usaha :
  - a. Meneruskan usaha orang tua
  - b. Inisiatif dari orang lain

- c. Inisiatif dari diri sendiri
3. Lokasi Usaha :
  - a. Jadi satu dengan rumah tinggal
  - b. Dalam satu halaman dengan rumah tinggal
  - c. Sewa
4. Berapakah jumlah pesaing untuk usaha yang sejenis di wilayah Saudara sebelum adanya toko modern :
  - a. < 2
  - b. 2-5
  - c. > 5
5. Berapakah jumlah pesaing untuk usaha yang sejenis di wilayah Saudara setelah adanya toko modern :
  - a. < 2
  - b. 2 – 5
  - c. > 5
6. Berapakah pangsa usaha Saudara dalam sebulan di wilayah Saudara sebelum adanya toko modern?
  - a. < 10 %
  - b. 10% - 20 %
  - c. > 20 %
7. Berapakah pangsa usaha Saudara dalam sebulan setelah adanya toko modern ?
  - a. < 10 %
  - b. 10 % - 20 %
  - c. > 20 %
8. Menurut Saudara, kinerja laba rugi usaha dalam sebulan sebelum adanya toko modern :
  - a. Lebih sering merugi
  - b. Kadang merugi
  - c. Lebih sering impas
  - d. Laba terus
9. Menurut saudara, omset penjualan saudara tiap bulan setelah adanya toko modern :
  - a. Tetap
  - b. Turun
  - c. Naik
10. Apa alasan Saudara untuk jawaban pertanyaan No. 9 ?
  - a. ....
  - b. ....
  - c. ....
  - d. ....
11. Jika pertanyaan no. 9 saudara menjawab naik atau turun, berapa kenaikan atau penurunan tersebut :
  - a. < 5 %
  - b. 5-10 %
  - c. > 10 %

12. Jika pertanyaan no. 9 Saudara menjawab turun, dan seandainya terus mengalami penurunan apa yang akan Saudara lakukan untuk mengatasi hal tersebut :
- .....
  - .....
  - .....
  - .....
13. Menurut saudara, apa manfaat yang saudara rasakan dengan adanya toko modern (minimarket) di sekitar lokasi usaha saudara:
- .....
  - .....
  - .....
  - .....
14. Menurut Saudara, apa kerugian yang saudara rasakan dengan adanya toko modern (minimarket) di sekitar lokasi usaha saudara:
- .....
  - .....
  - .....
  - .....
15. Menurut Saudara, mana dampak yang lebih besar saudara rasakan akibat adanya toko modern (minimarket) di sekitar lokasi usaha anda :
- Positif (keuntungan)
  - Negatif (kerugian)

## II. Usulan Saudara untuk peningkatan omzet

- Berkaitan dengan banyaknya toko modern, menurut Saudara, apa yang seharusnya dilakukan oleh pemerintah daerah untuk meningkatkan omzet usaha toko kelontong dan pasar tradisional :
  - .....
  - .....
  - .....
  - .....

## KUESIONER DAMPAK BERDIRINYA MINIMARKET UNTUK KONSUMEN

### I. Persepsi Masyarakat

1. Dimanakah biasanya Saudara berbelanja kebutuhan sehari-hari (pilih satu) :
  - a. Toko Kelontong
  - b. Toko Modern (minimarket)
  - c. Supermarket
  - d. Pasar Tradisional
  
2. Apa alasan Saudara untuk jawaban No. 1 :
  - a. ....
  - b. ....
  - c. ....

- d. ....
- e. ....
3. Ada berapa toko Modern di sekitar (dekat) Lokasi tempat tinggal anda ?
- 1
  - 2-3
  - > 3
4. Barang apa saja yang biasa anda beli di toko modern (minimarket)?
- .....
  - .....
  - .....
  - .....
5. Menurut Saudara, apakah semua kebutuhan Saudara sehari hari sudah tersedia semua di Toko Modern (minimarket):
- Ya
  - Tidak
6. Barang apa saja menurut Saudara yang biasanya tidak tersedia di Toko Modern (minimarket)?
- .....
  - .....
  - .....
  - .....
7. Jika jawaban No. 5 adalah tidak, dimanakah biasanya Saudara membeli barang-barang yang tidak tersedia di Toko Modern ?
- Toko Kelontong terdekat
  - Pasar tradisional
  - Supermarket
8. Menurut Saudara, harga barang-barang kebutuhan sehari-hari di Toko modern (minimarket) dibandingkan dengan toko kelontong :
- Lebih murah
  - Sama
  - Lebih mahal
9. Menurut Saudara, kualitas barang-barang kebutuhan sehari-hari di Toko modern dibandingkan dengan barang-barang yang tersedia di toko kelontong :
- Lebih baik

b. Sama

10. Menurut Saudara, apa manfaat yang saudara rasakan dengan adanya toko modern di sekitar tempat tinggal saudara :

- a. ....
- b. ....
- c. ....
- d. ....

11. Menurut Saudara, apa kerugian yang saudara rasakan dengan adanya toko modern (minimarket) di sekitar tempat tinggal anda :

- a. ....
- b. ....
- c. ....
- d. ....

12. Menurut saudara, manakah yang lebih banyak saudara rasakan dengan adanya toko modern di sekitar tempat tinggal saudara :

- a. Dampak Positif (keuntungan)
- b. Dampak negatif(kerugian)

## II. Pasar Tradisional

1. Apakah Saudara berbelanja di pasar tradisional?

- a. Sering
- b. Jarang
- c. Tidak pernah

2. Jika sering, mengapa Saudara berbelanja di pasar tradisional?

- a. Harga lebih murah
- b. Harga bisa ditawar
- c. Lokasi dekat rumah
- d. Banyak pilihan makanan dan produk segar
- e. Suasana hidup dan ramai

3. Jika tidak pernah, mengapa Saudara tidak pernah berbelanja di pasar tradisional?

- a. Becek, bau, kotor

- b. Terlalu ramai
- c. Panas
- d. Kurang aman
- e. Harga tidak pasti
- f. Produk kurang higienis

### III. Persepsi Keberadaan Toko Modern (Mini Market)

No	Keterangan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya mendukung berdirinya mini market di daerah saya					
2	Mini Market membantu memenuhi kebutuhan sehari-hari saya					
3	Mini Market membantu membuka lapangan pekerjaan baru di daerah saya					
4	Keberadaan Mini Market memberikan dampak positif dalam masyarakat					
5	Keberadaan Mini Market memberikan dampak negatif dalam masyarakat					
6	Saya lebih senang berbelanja di Mini Market dibandingkan di pedagang eceran tradisional					

7	Saya mendukung usaha pemerintah membatasi ijin berdirinya Mini Market					
8	Saya mendukung usaha pemerintah mempermudah ijin pendirian Mini Market					
9	Menurut saya, Mini Market lebih sesuai dengan perkembangan jaman dibandingkan dengan pedagang eceran tradisional					

#### IV. Persepsi Dampak Positif Toko Modern (Mini Market)

No	Keterangan	SS	S	N	TS	STS
1	Anda memilih berbelanja di Mini Market karena barang dagangannya yang lengkap					
2	Barang dagangan di Mini Market memiliki kualitas yang baik					
3	Anda selalu dapat menemui barang dagangan terbaru di Mini Market					
4	Promosi dari Mini Market sangat baik, sehingga saya dapat mengetahui pilihan barang yang ada					
5	Mini Market memberikan fasilitas fisik yang cukup memadai, seperti lapangan parkir yang luas dan ATM.					



7	Saya senang berbelanja di Mini Market karena suasana toko yang sejuk dan nyaman					
8	Saya memilih berbelanja di Mini Market karena lokasi yang strategis dan mudah dijangkau.					
10	<i>Layout</i> Mini Market sangat baik, sehingga memudahkan saya dalam memilih barang.					
11	Saya puas dengan kebersihan dan fasilitas fisik (ruangan yang lapang dan tempat parkir yang luas) di Mini Market					
12	Saya puas dengan kualitas pelayanan di mini market					
13	Saya puas dengan kelengkapan produk yang tersedia di mini market					
14	Saya puas dengan jaminan keamanan dan kenyamanan dalam berbelanja di Mini Market					
15	Saya puas dengan kemudahan memperoleh barang yang akan saya beli di Mini Market.					