

BAB I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Permasalahan

Perdagangan di sektor ritel akhir-akhir ini semakin meningkat. Kebutuhan masyarakat akan keberadaan toko ritel yang lebih dekat tempat tinggalnya ataupun, tempat kerjanya, memberikan peluang kepada para pedagang untuk masuk di sektor ini.

Sampai dengan era 90-an, berdagang di sektor ritel menjadi suatu alternatif pilihan. Karakteristik bisnis ritel yang tidak membutuhkan modal yang besar, risiko rendah, tidak rumit pengelolaannya dan menguntungkan. Hal ini dikarenakan apa yang diperdagangkan di sektor ritel ini umumnya adalah barang-barang kebutuhan sehari-hari.

Peluang bisnis ini tidak hanya dilihat oleh para pengusaha kecil dan menengah. Para pengusaha bermodal besar pun menangkap sinyal adanya profit yang menguntungkan di sektor ini. Peluang bisnis yang masih terbuka lebar di bisnis ini, menjadi daya tarik bagi pengusaha besar untuk memasukinya. Dengan sistem yang memadai terwujudlah keinginan mereka yaitu ritel modern, salah satunya yang sekarang lebih kita kenal dengan minimarket.

Ketersediaan modal yang besar dan sistem jaringan distribusi yang luas, usaha ritel ini dapat menarik keuntungan dengan mudah. Bahkan usaha ritel ini semakin berkembang, sehingga kedudukan mereka sulit untuk disaingi atau diimbangi oleh para pengusaha ritel tradisional. Berkembangnya sektor ritel modern yang dipelopori Indomaret kemudian diikuti Alfamart membuat peluang usaha yang ada semakin kecil.

Dengan menggunakan konsep waralaba (*franchise*) dan modal yang cukup besar, jaringan minimarket berkembang dengan pesat. Pada saat ini, setidaknya ada dua nama minimarket yang berkembang dengan pesat, yaitu Indomaret (usaha waralaba minimarket dari PT. Indomarco Prismatama) dan Alfamart (usaha waralaba

minimarket dari PT. Sumber Alfaria Trijaya). Kedua minimarket tersebut bergerak di bidang yang sama, memperjualbelikan barang yang kurang lebih sama, dan mengincar target pangsa pasar yang sama.

Perkembangan minimarket menimbulkan kekhawatiran terhadap kegiatan perdagangan toko kelontong tradisional, terutama yang berlokasi di sekitar minimarket tersebut. Kehadiran minimarket di sekitar pemukiman telah mengambil alih konsumen dan juga potensi keuntungan dari pedagang-pedagang kelontong yang lama.

Dengan keinginan untuk selalu memperbanyak jaringan usaha, maka para pengusaha minimarket terus melakukan pembangunan – pembangunan toko mereka dengan lokasi yang semakin dekat di pemukiman penduduk. Tidak jarang dalam satu pemukiman penduduk terdapat lebih dari satu minimarket.

Pengembangan usaha minimarket yang semakin masif secara tidak langsung telah memberikan dampak terhadap pengusaha ritel tradisional, padahal banyak dari mereka menggantungkan pendapatan utamanya dari usaha berdagang barang ritel tersebut. Kondisi ini tidak sesuai dengan prinsip Islam yang tertuang dalam firman Allah SWT :

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِّنكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu...”(QS. 4 : 29)

Allah SWT memperbolehkan manusia melakukan perniagaan, akan tetapi harus berlaku dengan suka sama suka sehingga tidak menimbulkan perpecahan maupun membuat para pelaku bertindak dengan tidak adil. Persaingan yang terjadi harus

merupakan persaingan yang sehat, yaitu ketika semua pedagang dapat berjualan dengan nyaman dan aman sehingga mekanisme pasar dapat berjalan secara alami.

Struktur Pasar yang Islami adalah Pasar yang menciptakan tingkat harga yang adil. Adil dalam hal ini adalah tidak merugikan konsumen maupun produsen, terkait dengan surplus produsen dan surplus konsumen. Struktur Pasar dalam Islam didasarkan atas prinsip kebebasan, termasuk dalam melakukan kegiatan ekonomi.

Menurut Ibnu Taimiyah (1263-1328 M), struktur pasar Islami adalah yang menghendaki suatu persaingan yang sehat. Persaingan yang sehat tersebut terjadi dalam bingkai nilai dan moralitas Islam.

Dengan berkembangnya usaha minimarket, itu membuat usaha toko kelontong menjadi terhambat, pengusaha ritel tradisional banyak yang bangkrut karena usahanya tidak bisa dipertahankan lagi. Hal ini sangat tidak sesuai dengan firman Allah SWT :

... لَا يَكُونُ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ ...

“...Supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang Kaya saja di antara kamu...” (QS.59:7)

Pada akhirnya hanya pengusaha dengan modal besar saja yang dapat bertahan dalam perdagangan ritel kebutuhan sehari-hari, para pengusaha ritel tradisional secara perlahan akan bangkrut. Dengan demikian prinsip distribusi pendapatan Islam tidak terpenuhi, seharusnya orang bisa berdagang dengan persaingan yang sehat seperti dalam konsep pasar persaingan sempurna, akan tetapi kenyataannya tidak seperti itu.

1.2 Rumusan Masalah

Jumlah usaha ritel minimarket di Indonesia pada beberapa tahun belakangan ini cenderung mengalami kenaikan. Mengacu pada data AC Nielsen pada laporan *trend* belanja konsumen tahunan, maka didapatkan fakta bahwa perkembangan minimarket sangatlah pesat. Pada tahun 2003 jumlah minimarket ada 4,038 gerai, sedangkan pada

akhir 2007 jumlah tersebut naik menjadi 8,889 gerai. Dengan sistem *franchise* yang mereka terapkan, kemungkinan berkembangnya minimarket sangat terbuka.

Pemerintahpun mempunyai beberapa peraturan yang seharusnya dapat menjaga agar peritel modern tidak bisa mendirikan gerainya secara langsung di tengah-tengah pemukiman yang padat penduduk, di mana lokasi tersebut terdapat pasar tradisional atau pengusaha kecil menengah yang sejenis. Sebagaimana diatur dalam Perda No. 2 Tahun 2002 yang salah satu pasalnya mengatakan bahwa jarak antara hipermarket ataupun minimarket dengan pasar tradisional harus berkisar 2,5 km.

Akan tetapi pada kenyataannya, sejumlah ritel modern dibangun dekat dengan lokasi toko kelontong tradisional. Peraturan Presiden No. 112 tahun 2007 tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan, dan toko modern, pada Pasal 4 sudah jelas menyatakan bahwa pendirian pusat perbelanjaan dan toko modern wajib:

1. Memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat, keberadaan pasar tradisional, usaha kecil dan kecil menengah yang ada di wilayah yang bersangkutan;
2. Memperhatikan jarak antara Hypermarket atau minimarket dengan pasar tradisional yang telah ada sebelumnya.

Kehadiran pengusaha ritel modern ditengah masyarakat diperkirakan mempunyai dampak bagi eksistensi pengusaha ritel tradisional. Jaringan produsen luas, penyaluran distribusi cepat, sehingga kelebihan-kelebihan tersebut akan menjadi sulit untuk diikuti oleh sebagian pengusaha ritel tradisional.

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah perkembangan minimarket telah mengganggu eksistensi pedagang kelontong tradisional.

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka pertanyaan penelitian dalam tesis ini adalah :

1. Bagaimana omset toko kelontong di kelurahan Jatibening Bekasi sebelum berdirinya minimarket?
2. Bagaimana omset toko kelontong di kelurahan Jatibening Bekasi setelah berdirinya minimarket?
3. Seberapa besar penurunan omset yang terjadi pada toko kelontong di daerah Kelurahan Jatibening Baru ?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengacu kepada rumusan masalah yang sudah di jelaskan di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Mengetahui karakteristik toko kelontong di Kelurahan Jatibening Baru Bekasi, setelah berkembangnya minimarket.
2. Mengetahui penurunan omset yang terjadi di toko kelontong

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan manfaat dari penelitian ini dapat dijadikan dasar untuk pengambilan kebijakan yang lebih adil dalam persaingan usaha dagang, tanpa harus menjatuhkan pihak saingan dan saling berbuat adil antara saingan usaha tersebut.

Dengan menerapkan aturan main yang jelas mengenai tata letak dan mengimplementasikan aturan tersebut dengan konsisten maka diharapkan dapat terwujud usaha-usaha dagang baru yang maju dan makmur, tidak terbatas hanya kepada kalangan tertentu saja.

Islam menganjurkan kita untuk berusaha, salah satu upaya dari usaha tersebut adalah berdagang, akan tetapi ketika dalam perdagangan tersebut telah terjadi sebuah usaha-usaha persaingan yang tidak islami, maka keuntungan yang ingin dicapai bersama justru tidak dapat terwujud.

1.5 Batasan Penelitian

Agar Penelitian ini bisa lebih terarah dan jelas, maka ada beberapa Batasan Penelitian yang dilakukan, antara lain :

1. Wilayah Penelitian ini hanya dibatasi di daerah Bekasi, lebih khusus lagi di Kelurahan Jatibening Baru, Kecamatan Pondok Gede.
2. Jumlah responden penelitian dibatasi 20 responden untuk toko kelontong dan 25 responden untuk konsumen barang kebutuhan sehari-hari

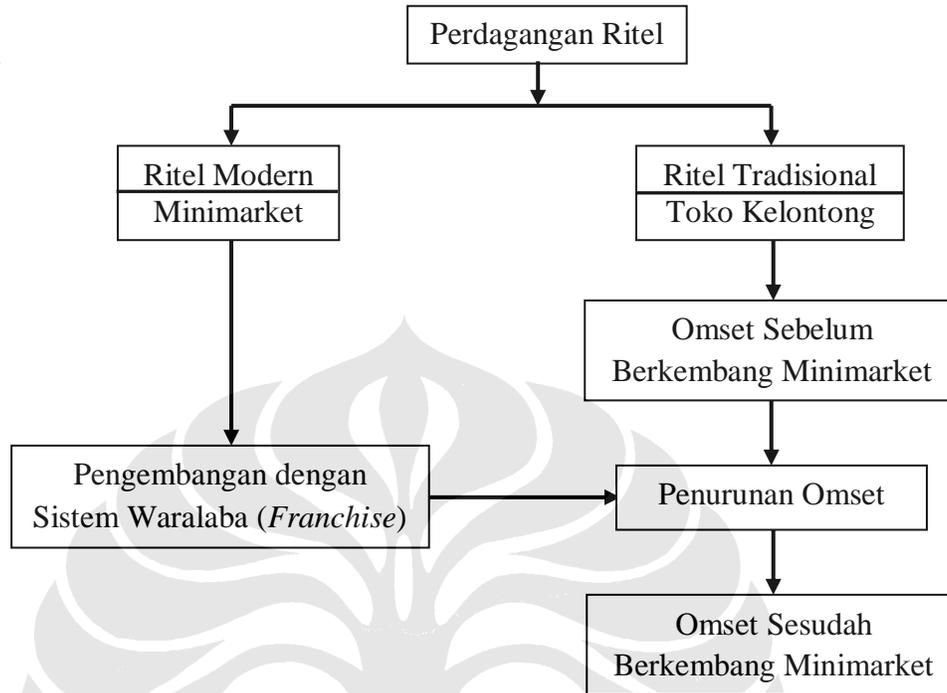
1.6 Kerangka Pemikiran

Perdagangan ritel barang kebutuhan sehari – hari terdapat dua jenis usahanya yaitu ritel tradisional yang biasanya disebut dengan toko kelontong dan yang satunya adalah ritel modern salah satunya yang biasa dikenal dengan minimarket.

Ritel modern melakukan pengembangan usahanya untuk bisa mencapai masyarakat lebih dekat lagi dengan menggunakan metode waralaba (*franchise*) dari metode waralaba tersebut berdirilah minimarket-minimarket baru ke dalam pemukiman masyarakat baik itu di perumahan atau pedesaan. Akan tetapi di lingkungan tersebut sebelumnya telah berdiri lebih dahulu ritel tradisional yang berjualan barang yang sama dengan minimarket.

Kehadiran minimarket diperkirakan membuat penurunan dari omset penjualan sehari-hari dari ritel tradisional, dengan melihat kondisi omset sebelum minimarket berdiri dan omset sesudah minimarket berdiri, maka akan didapatkan data mengenai kondisi toko kelontong sampai dengan keadaan saat ini.

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran



1.7 Hipotesis Penelitian

Pengembangan suatu usaha merupakan kegiatan yang menguntungkan, perusahaan akan lebih mempunyai banyak cabang sehingga pendapatan yang diperolehpun menjadi bertambah. Akan tetapi, sebuah pengembangan usaha sebaiknya jangan sampai mengorbankan usaha – usaha sejenis yang telah ada sebelumnya, justru akan lebih baik jika sebuah kerjasama yang terjadi, bukanlah persaingan yang saling menjatuhkan.

Ketika minimarket – minimarket baru terus berdiri, dengan jangkauan ke lingkungan masyarakat yang semakin dekat, diharapkan kondisi tersebut tidaklah mempengaruhi usaha – usaha mandiri dengan sistem yang masih tradisional. Pada masa Rasulullah SAW juga sering terjadi perkembangan usaha, hal tersebut sangat baik karena berarti usaha yang dirintis menjadi lebih maju dan lebih baik dari sebelumnya. Hanya saja apabila pengembangan usaha tersebut menjadi pengaruh

bagi usaha sekitarnya, maka perlu dipertimbangkan dampak yang akan terjadi tersebut.

Berdasarkan hal tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah dalam penelitian ini adalah :

H_0 : Perkembangan minimarket tidak mempunyai pengaruh terhadap eksistensi Toko Kelontong di sekitarnya

H_1 : Perkembangan minimarket mempunyai pengaruh terhadap eksistensi Toko Kelontong di sekitarnya

1.8 Metode Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian dasar, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui permasalahan secara komprehensif, yang dapat digunakan untuk mengambil keputusan mengenai solusi yang dibutuhkan (Sekaran, 2000). Berdasarkan metodenya, penelitian ini dapat dikategorikan pada penelitian survei, dimana data diambil dari sebagian populasi yang ada, dan kemudian dilakukan generalisasi untuk semua populasi.

Desain penelitian ini adalah kombinasi dari penelitian kualitatif dan kuantitatif. Penelitian kualitatif digunakan untuk mengetahui reaksi para pengusaha toko ritel kebutuhan sehari-hari tradisional terhadap perkembangan minimarket yang ada di lingkungan mereka, apakah sudah mempunyai dampak yang negatif ataupun positif. Sementara Penelitian kuantitatif digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari pembangunan minimarket – minimarket terhadap omset pendapatan pengusaha toko ritel tradisional.

Untuk menjawab pertanyaan penelitian pertama akan didapatkan dari hasil pengumpulan data primer berupa kuesioner yang akan disebarkan kepada 20 responden toko kelontong. Untuk menjawab pertanyaan penelitian kedua akan menggunakan metode statistika *Wilcoxon* untuk mengetahui seberapa besar penurunan omset yang dialami oleh toko kelontong.

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah kombinasi dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari observasi dan wawancara dengan

pengusaha toko kelontong agar didapatkan perolehan omset mereka pada saat sebelum dan sesudah berdirinya minimarket di lingkungan mereka.

Data didapatkan dengan menyebarkan kuesioner kepada 20 responden di daerah Kelurahan Jatibening Baru, Pondok Gede - Bekasi. Sedangkan data sekunder diperoleh dari laporan tahunan usaha ritel, majalah, surat kabar, dan artikel di internet. Data penelitian dianalisis dengan menggunakan program SPSS versi 15.0.

1.9 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terbagi dalam 5 (lima) bab, seperti berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini dikemukakan latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, hipotesis, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN LITERATUR DAN TEORITIS

Pada bab dua akan dijabarkan berbagai tinjauan literatur dan teori-teori yang berkaitan dengan bahasan masalah juga hasil penelitian sebelumnya yang terkait dengan permasalahan dalam penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini akan diuraikan kerangka konseptual, metode penelitian yang terdiri dari teknik pengambilan sampel, variabel-variabel yang diteliti, teknik pengumpulan dan pengolahan data, dan model yang digunakan.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi profil lembaga, deskripsi objek penelitian, analisis dan

pembahasan dilakukan terhadap hasil penelitian yang diperoleh.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi kesimpulan dan saran-saran berdasarkan hasil analisis melalui tinjauan yang dianggap perlu untuk meningkatkan pengetahuan bagi pihak-pihak terkait, juga rekomendasi untuk penelitian berikutnya.

