

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Merupakan sebuah pemandangan yang sangat lumrah, sekarang ini, untuk melihat begitu banyaknya pasar modern (*hypermarket, supermarket dan minimarket*) bertebaran di kota-kota besar Indonesia. Hampir tiap sudut kota kini jamak dijumpai pasar modern tersebut. Halim dan Ismaini (2007) menyatakan bahwa menjamurnya pasar modern tersebut bermula dari Keppres No. 96/2000 tentang bidang usaha tertutup dan terbuka bagi penanaman modal asing. Dalam regulasi tersebut, usaha pedagang eceran merupakan salah satu bidang usaha yang terbuka bagi pihak asing. Bagi retail besar internasional, kebijakan tersebut jelas merupakan peluang yang sangat menjanjikan. Indonesia, dengan jumlah penduduk yang besar dan perilaku konsumsi masyarakatnya yang konsumtif, merupakan sebuah pasar yang sangat potensial untuk retail besar tersebut. Tak kurang pemain ritel besar dunia seperti Delhaize, Dairy Farm, Ahold, Makro, Tesco, Carrefour, dan Continent menginvasi pasar Indonesia, baik dengan cara menggandeng pemain lokal maupun bergerak sendiri.

Di satu sisi, menurut beberapa studi, keberadaan pasar modern tersebut menguntungkan konsumen dan supplier barang. Khususnya konsumen yang kini mendapatkan harga yang lebih rendah, variasi barang yang banyak, dan tempat berbelanja yang nyaman. Namun, hal sebaliknya terjadi pada para pedagang kecil, khususnya yang berdagang di pasar tradisional. Pasar tradisional, sebagai suatu entitas, secara langsung maupun tidak langsung menerima efek negatif dari keberadaan pasar modern tersebut. Omset penjualan pasar tradisional mengalami penurunan. Meskipun terdapat studi yang menyatakan bahwa penurunan tersebut disebabkan oleh daya beli masyarakat yang melemah, argumen itu sangat lemah jika dilihat bahwa ritel secara keseluruhan tumbuh dengan pesat.

Sebenarnya tergerusnya pasar tradisional oleh pasar modern tidak hanya terjadi di Indonesia. Fenomena ini juga terjadi di Amerika Serikat. *Mom & Pop Store* secara pasti mulai menghilang seiring dengan maraknya pasar modern. Ada juga studi yang memaparkan pola pergeseran struktur ritel di Amerika sejak hadirnya *Wall Mart*. Taiwan juga mengalami hal yang sama. Di Thailand, fenomena ini menyebabkan pemerintahnya mengeluarkan UU Usaha Ritel (*Royal Decree for Retail Act*) yang mengatur permasalahan ini. Dari sini dapat diambil kesimpulan bahwa invasi pasar modern (peritel besar) terhadap pasar tradisional (peritel kecil) merupakan gejala global yang terjadi di banyak negara.

1.2 Perumusan Masalah

Bisnis ritel adalah bisnis yang penuh dengan persaingan dan cukup kompleks. Seorang peritel yang tangguh harus memiliki beberapa hal seperti kemampuan membangun relasi dengan para pemasok, pengetahuan akan sumber daya, dan lain-lain. Hal-hal yang juga penting dimiliki oleh pasar tradisional. Halim dan Ismaeni (2007) mengungkapkan bahwa dalam pasar tradisional, yang menjadi permasalahan adalah struktur permodalan, proteksi dari kebijakan, profesionalisme pengelola ritel, sarana dan infrastruktur, spirit kewirausahaan, harmonisasi pasar tradisional dengan pasar modern, dan sensitifitas dalam merespon perubahan pasar yang sangat dinamis. Secara spesifik studi ini akan lebih memfokuskan meneliti kecenderungan kewirausahaan para pedagang di pasar tradisional.

Menurut Griffith et al (2007) kecenderungan kewirausahaan seorang peritel akan mempengaruhi pengetahuan atas pelanggan, pesaing, pemasok, dan regulasi yang berlaku. Kecenderungan kewirausahaan ini yang akan mempengaruhi kemampuan merespon pasar (*market responsiveness*). Kemampuan dalam merespon pasar ini kemudian yang menghasilkan kinerja dari peritel (*firm performance*). Dengan sedikit penyesuaian, Halim (2008) memodelkan kecenderungan kewirausahaan ini untuk kasus pasar tradisional di Indonesia. Lebih lanjut studi ini

mencoba menggali lebih dalam kapabilitas yang dimiliki pedagang pasar tradisional untuk dapat bersaing dengan pasar modern yang bertebaran sekarang ini.

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Studi ini berusaha mengetahui, variabel apa saja yang mampu membentuk kecenderungan kewirausahaan dari para pedagang di pasar BSD dan Palmeriam. Selain itu, studi ini juga ingin mengetahui hubungan antara kecenderungan kewirausahaan dengan pengetahuan atas pelanggan, pesaing, pemasok, dan regulasi. Setelah itu, studi ini juga ingin mengetahui hubungan itu semua dengan kemampuan merespon pasar dan kinerja pedagang. Jika dibagi kedalam beberapa bagian maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui apakah kecenderungan kewirausahaan pedagang pasar tradisional memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengetahuan atas pelanggan.
2. Mengetahui apakah kecenderungan kewirausahaan pedagang pasar tradisional memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengetahuan atas pemasok.
3. Mengetahui apakah kecenderungan kewirausahaan pedagang pasar tradisional memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengetahuan atas pesaing.
4. Mengetahui apakah kecenderungan kewirausahaan pedagang pasar tradisional memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengetahuan atas peraturan.
5. Mengetahui apakah pengetahuan terhadap pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap respon atas kebutuhan pasar.
6. Mengetahui apakah pengetahuan terhadap pemasok memiliki pengaruh yang signifikan terhadap respon atas kebutuhan pasar.
7. Mengetahui apakah pengetahuan terhadap pesaing memiliki pengaruh yang signifikan terhadap respon atas kebutuhan pasar.

8. Mengetahui apakah pengetahuan terhadap peraturan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap respon atas kebutuhan pasar.
9. Mengetahui apakah respon atas kebutuhan pasar memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja peritel.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini bisa dirasakan oleh beberapa pihak:

1. Bagi peneliti sendiri, peneliti akan mengetahui secara jelas bagaimana tingkat kecenderungan kewirausahaan dari para pedagang di pasar tradisional sebagai asal usul dari kinerja pasar tradisional.
2. Bagi pihak PD Pasar Jaya sebagai BUMD yang mengelola pasar tradisional di Jakarta dan juga pengelola pasar BSD. Dengan studi ini diharapkan para pengelola pasar tersebut bisa mengolahnya dan menjadikannya sebagai bahan untuk meningkatkan kemampuan daya saing pasar tradisional. Pengelola diharapkan tidak hanya menjadi tukang palak dan sekedar rentenir saja, tapi bisa menjadi sebenar-benarnya pengelola yang profesional dan perhatian kepada para pedagang di pasar tradisional.
3. Bagi pihak ketiga, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya tentang pasar tradisional. Peneliti sadar betul bahwa penelitian ini hanya mencakup hal yang sangat kecil atas topik pasar tradisional. Tapi peneliti berharap satu langkah kecil ini setidaknya ikut memberikan sumbangsih yang berarti untuk kemaslahatan masyarakat.

1.4 Ruang Lingkup Penelitian

1.4.1 Unit Analisis

Objek penelitian ini meliputi para pedagang tradisional yang berdagang pada lapak resmi yang disediakan oleh pengurus pasar dan tidak mencakup pedagang liar dan pedagang kaki lima.

1.4.2 Wilayah Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada pasar tradisional yang dikelola oleh swasta dan perusahaan daerah. Dalam hal ini BSD yang berada di kota Tangerang dan Palmeriam yang berada di Jakarta Timur.

1.4.3 Periode Penelitian

Penelitian dirancang untuk dilakukan dalam empat belas minggu. Dimulai pada minggu kedua bulan April sampai dengan minggu keempat bulan Juli. Data primer dan sekunder akan dikumpulkan, dianalisis, dan diambil kesimpulan dari hasil analisis tersebut.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Desain Penelitian

Definisi dari desain penelitian adalah sebuah kerangka kerja yang digunakan dalam melakukan sebuah penelitian. Desain penelitian memberikan serangkaian prosedur dalam rangka untuk mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menstrukturkan dan atau menjawab permasalahan penelitian (Malhotra, 2004). Dalam penelitian ini akan menggunakan desain penelitian deskriptif

1.5.2 Metode Pengumpulan Data

1.5.2.1 Data Primer

Data primer didapatkan dari penelitian lapangan terhadap responden, wawancara dengan para pedagang dan pihak-pihak terkait, dan juga dengan kuesioner.

1.5.2.2 Data Sekunder

Data sekunder dikumpulkan dari berbagai sumber eksternal seperti literatur jurnal, maupun artikel dari majalah, koran, dan situs-situs internet yang membahas topik penelitian.

1.5.3 Metode Pengambilan Sampel

1.5.3.1 Ukuran Sampel Populasi

Hair, et. al. (1998) menyarankan penelitian yang menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk menggunakan minimal 100 sampel. Sedangkan Bentler dan Chou (1998) menyarankan bahwa paling rendah rasio 5 responden per variabel teramati akan mencukupi untuk distribusi normal ketika sebuah variabel laten mempunyai beberapa variabel teramati. Dengan demikian, karena penelitian yang dilakukan peneliti memiliki 30 variabel maka total responden yang diambil per pasar minimal 100 responden. Atau 150 responden jika berdasarkan pendapat Bentler dan Chou (1998).

1.5.3.2 Metode Pengambilan Sampel

Metode sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dimana tiap responden yang memenuhi kriteria populasi tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel (Malhotra, 2004). Metode *non probability sampling* yang digunakan adalah *convenience sampling*

dimana pengambilan sampel ditujukan kepada pedagang pasar dimana penelitian dilakukan (Malhotra, 2004).

1.5.4 Metode Analisis Data

1.5.4.1 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi dan reliabilitas pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner dianggap sudah dianggap *reliable*, konsisten dan relevan terhadap variabel atau faktor dalam penelitian (Malhotra, 2004)

1.5.4.2 Distribusi Frekuensi

Distribusi frekuensi adalah distribusi secara matematis yang bertujuan untuk menghitung jumlah repon yang memiliki asosiasi dengan nilai yang berbeda dari satu variabel dan menunjukkan nilai tersebut ke dalam suatu presentase (Malhotra, 2004).

1.5.4.3 Analisis Faktor Konfirmatori

Analisis faktor konfirmatori merupakan model pengukuran yang berusaha untuk mengkonfirmasi apakah variabel-variabel teramati yang diajukan di dalam model memang merupakan refleksi dari sebuah variabel laten (Wijanto, 2008).

1.5.4.4 Analisis Struktural

Penelitian ini akan dianalisis dengan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM). Dengan metodologi ini maka estimasi nilai dilakukan secara simultan dari persamaan *multiple regression* dalam satu kerangka. Pada khususnya, seluruh hubungan yang langsung ataupun tidak langsung dalam model penelitian ini diestimasi secara simultan dan dengan demikian metode ini mengizinkan seluruh variabel berhubungan satu sama lain untuk dinilai di dalam konteks keputusan yang sama.

1.6 Sistematika Penulisan

1.6.1 Bab 1: Pendahuluan

Bab ini mencakup latar belakang penelitian, perumusan masalah, ruang lingkup, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian. Pada bagian ini juga diuraikan pendekatan penelitian secara singkat, metodologi penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

1.6.2 Bab 2: Landasan Teori

Berisi teori-teori yang mempunyai hubungan dengan penelitian dan model yang akan digunakan. Dalam penelitian ini teori yang akan dibahas adalah teori yang berkaitan dengan usaha ritel dan perilaku konsumen.

1.6.3 Bab 3: Profil Pasar Tradisional

Berisi tentang ulasan tentang pasar tradisional dari berbagai sumber. Membahas tentang potensi dan tantangan yang dihadapi pasar tradisional. Juga sedikit profil pengelola dan pihak-pihak yang bertanggungjawab atas pasar tradisional. Memaparkan juga sejumlah regulasi yang berkaitan dengan pasar tradisional.

1.6.4 Bab 4: Metodologi Penelitian

Berisi desain penelitian, metode pengumpulan data, variable-variabel, metode analisa, *scaling* (pengukuran teknik), dan *sampling* (target populasi, *sampling frame*, dan teknik pengambilan sampel).

1.6.5 Bab 5: Analisis dan Pembahasan

Bab ini memberikan gambaran mengenai pengolahan dan analisis data primer yang berhasil dikumpulkan yang menggunakan analisis statistik berupa:

- a. Uji Reliabilitas
- b. Distribusi Frekuensi
- c. Analisis Faktor Konfirmatori
- d. Analisis Model Struktural Rekursif

1.6.6 Bab 6: Kesimpulan dan Saran

Pada bagian ini akan diuraikan kesimpulan dari penelitian. Di bagian ini juga berisi keterbatasan penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya.

