DAMPAK JARAK DAN JUMLAH MINIMARKET MODERN TERHADAP WARUNG TRADISIONAL DI KECAMATAN KEDAMAIAN BANDAR LAMPUNG

Arivina Ratih, Zulfa Emalia, Resha Moniyana, Raniken Falutvi

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh jarak dan jumlah minimarket modern terhadap target penjualan dan pertumbuhan nilai penjualan. Data diperoleh dari 60 pemilik warung tradisional di Kecamatan Kedamaian Bandar Lampung. Hasil pengujian dengan OLS menemukan, jarak minimarket modern dengan warung tradisional berpengaruh positif dan jumlah minimarket modern berpengaruh negatif terhadap target penjualan dan pertumbuhan nilai penjualan warung tradisional.

Kata kunci: Minimarket, Warung Tradisional

**Pendahuluan**

Keberadaan minimarket modern yang semakin menjamur di Bandar Lampung mulai menghawatirkan keberlangsungan usaha warung tradisional. Hal tersebut terjadi karena jenis produk yang diperjualbelikan mayoritas sama, hanya saja varian lebih lengkap ada di minimarket modern. Selain itu, minimarket modern memiliki seringkali menjual produk dengan harga lebih murah melalui program diskon, beli produk bonus produk, pembelian di nominal terentu bisa membeli produk tertentu lebih murah, hingga undian berhadiah menggiurkan.

Dampak negatif terjadi karena lokasi minimarket dan warung tradisional yang relatif dekat, sehingga terjadi persaingan yang tidak seimbang diantara keduanya, Dampak negatif minimarket modern terhadap warung tradisional dengan mempertimbangkan jarak terjadi di Kota Makassar (Mujahid dan Nurdin, 2018). Dampak negatif yang ditemukan adalah penurunan omzet penjualan dan jumlah pembeli, semakin banyak produk yang kadaluarsa, hingga waktu tutup warung menjadi lebih lama. Listihana *et.al* (2014) juga menemukan penurunan pendapatan hingga tutup usaha yang dialami oleh warung tradisional akibat keberadaan minimarket di Kecamatan Rumbai dan Rumbai Pesisir Kota Pekanbaru.

Fenomena persaingan tidak imbang antara warung tradisional dan minimarket modern menimbulkan reaksi dari pemerintah daerah. Yogyakarta mengeluarkan Peraturan Walikota No.79 tahun 2010 tentang Pembatasan Usaha Waralaba Minimarket di Kota Yogyakarta. Balqis (2018) juga menyatakan Kota Padang membatasi usaha minimarket berjaring. Kota Bandar Lampung juga memiliki peraturan tentang Persyaratan dan Penataan Minimarket, yang dituangkan dalam Peraturan Walikota Bandar Lampung nomor 17 Tahun 2009. Peraturan tersebut tidak secara tegas membatasi atau melarang usaha minimarket terutama yang berbentuk waralaba/ berjaring/ *franchise*, sehingga rentan merugikan usaha warung tradisional di sekitar lokasi pendirian minimarket.

**Metode Penelitian**

Minimarket modern dalam penelitian ini adalah minimarket yang berada di Bandar Lampung yaitu Alfamart, Indomart, dan Chamart. Chamart adalah minimarket lokal yang merupakan anak usaha dari Chandra Supermarket.

Warung tradisional adalah usaha yang dimiliki oleh perorangan atau keluarga bukan dalam bentuk *franchise*, menjual produk yang merupakan kebutuhan sehari-hari mirip/sama dengan produk yang dijual minimarket modern.

Dampak yang dilihat pada warung tradisional dinilai dari pencapaian target penjualan dan juga pertumbuhan nilai penjualan.

Penelitian dilakukan di Kecamatan Kedamaian Kota Bandar Lampung, dengan responden pemilik warung tradisional yang memenuhi persyaratan sebagai berikut:

1. Warung tradisional sudah berdiri terlebih dahulu di wilayah tersebut sebelum adanya minimarket minimal 1 tahun.

2. Warung tradisional dengan radius terjauh 1 km dari retail modern

Data responden awal diperoleh dari Dinas Koperasi dan UKM Kota Bandar Lampung, setelah turu lapang dan megikuti persyaratan tersebut di atas maka didapatlah responden sebanyak 60 orang sebagai pemilik warung tradisional. Untuk melihat pengaruh maka model regresi yang digunakan adalah sebagai berikut.

Yn = β0 + β1X1 + β2X2 + et

dimana :

Yn = Y1 adalah target penjualan (%); Y2 adalah nilai pertumbuhan penjualan (%) X1  = jumlah minimarket

X2 = jarak (meter)

β0 = konstanta

et = residual model

β1, β2 = nilai koefisien dari masing – masing variabel independen

**Hasil**

Setelah pengujian asumsi klasik dilakukan, maka hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Hasil Estimasi Pencapaian Target Penjualan (Y1)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Variabel | Koefisien | Std. Error | t-Statistik | Probabilitas |
| C | 0.80447 | 0.04820 | 16.69043 | 0.0000 |
| X1 | -0.07622 | 0.01919 | -3.97209 | 0.0002 |
| X2 | 0.00019 | 7.31111 | 2.61709 | 0.0113 |
| R-Squared = 0.34353 |
| F-statistik = 14.9144 |

Jarak minimarket (X2) dan jumlah minimarket (X1) berdampak signifikan terhadap pencapaian target penjualan (Y1) warung tradisional dengan tingkat kesalahan statistik 5 persen. Semakin jauh jarak minimarket dengan warung tradisional membuat warung tradisional berhasil mencapai penjualan yang ditargetkan. Hal ini dimungkinkan terjadi karena tingkat persaingan yang semakin rendah. Hal yang sama juga terjadi dengan jumlah minimarket, semakin banyak minimarket modern di sekitar warung tradisional maka semakin susah target penjualan dicapai.

Tabel 2. Hasil Estimasi Pencapaian Pertumbuhan Penjualan (Y2)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Variabel | Koefisien | Std. Error | t-Statistik | Probabilitas |
| C | 0.58989 | 0.04689 | 12.57965 | 0.0000 |
| X1 | -0.04147 | 0.01867 | -2.22168 | 0.0303 |
| X2 | 0.00016 | 7.11110 | 2.25860 | 0.0278 |
| R-Squared = 0.19094 |
| F-statistik = 6.72635 |

Dampak jarak minimarket (X2) dan jumlah minimarket (X1) terhadap pencapaian pertumbuhan nilai penjualan (Y1) sama seperti pada pencapaian target penjualan. Semakin jauh jarak minimarket modern dari warung tradisional dan semakin sedikit jumlah minimarket di sekitar warung tradisional, memungkinkan pertumbuhan nilai penjualan tercapai.

Hal tersebut di atas adalah fenomena yang terjadi di daerah penelitian, hal ini terjadi karena mayoritas konsumen minimarket modern dan warung tradisional adalah sama yaitu penduduk yang bermukim di sekitar tempat usaha berada. Sebagian kecil konsumen lainnya adalah masyarakat yang kebetulan melintas di sekitar tempat usaha. Semakin tinggi persaingan, ditandai dengan jarak yang dekat dan jumlah minimarket yang relatif banyak, berpotensi merugikan usaha warung tradisional. Beberapa warung tradisional sudah tidak lagi ada ketika penelitian dilakukan, informasi ini didapatkan dari pemilik warung yang menjadi responden penelitian.

Warung tradisional dengan pengelolaan yang tidak terencana baik akan sangat mudah menderita kerugian saat lokasinya berdekatan dengan minimarket modern. Harga produk yang murah, promosi, kemudahan pembayaran, kenyamanan tempat belanja, hingga kelengkapan variasi produk menjadi daya tarik sehingga konsumen cenderung berbelanja di minimarket. Tidaklah salah jika pemerintah daerah Yogyakarta dan Sumatera Barat sangat membatasi pendirian minimarket, karena berupaya melindungi usaha masyarakat lokal.

**Simpulan**

Jumlah minimarket memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja usaha warung tradisional di Kecamatan Kedamaian Kota Bandar Lampung. Sedangkan jarak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha warung tradisional di Kecamatan Kedamaian Kota Bandar Lampung. Penelitian selanjutnya diharapkan bisa lebih mengeksplorasi upaya yang dilakukan warung tradisional untuk bertahan dari persaingan dengan minimarket.

**Referensi**

Balqis, Monica. 2018. Faktor-faktor Penghambat Ritel Berjaringan Masuk ke Kota

 Padang sampai Tahun 2017. *Jurnal* *Politik*. Vol.3.N0.2.

Dwi, Vijayanti Made. 2016. *Pengaruh Lama Usaha dan Modal Terhadap Pendapatan dan Efisiensi Usaha Pedagang*. EP,UNUD.

Hanink, Dean M. 1997. *Principles and Applications of Economic Geography.*

 *Economy, Policy, Environment*. John Wiley and Sons.

Iffah, Melita. Fauzul Rizal Sutikno. Nindya Sari. 2011. Pengaruh Toko Modern Terhadap Toko Usaha Kecil Skala Lingkungan (Sudi Kasus: Minimarket

Kecamatan Blimbing Kota Malang). *Jurnal Tata Kota dan Wilayah*. Vol.3.No.1.

Kotler, Philip. 2005. *ManajemenPemasaran*Jilid I dan II PT. indeks. Jakarta.

Listihana, Wita Dwika. Afvan Aquino. Arizal. Dampak Keberadaan Minimarket

Terhadap Modal Kerja dan Pendapatan Warung Tradisional di Kecamatan Rumbai dan Rumbai Pesisir Kota Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*. Vol.11. No.1

Mujahid. Nasyirah Nurdin. 2018. Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap

 Warung Kecil di Kota Makassar. *Jurnal Sinar Manajemen.* Vol.5. No.1.

Teguh, Muhammad. 2010*. EkonomiIndustri*. Jakarta: PT Raja GrafindoPersada.

Widarjono, Agus. 2016. *Ekonometrika: PengantardanAplikasinya*. UPP STIM

 YKPN, Yogyakarta.