



Implikasi Keberadaan Minimarket terhadap Pedagang Tradisional di Kecamatan Samarinda Utara, Kalimantan Timur

Zaenal Abidin ^{a,1*}

^a Universitas Mulawarman, Indonesia

¹ pitalokasavitri@gmail.com*

*korespondensi penulis

Informasi artikel

Received: 8 Mei 2021;

Revised: 18 Mei 2021;

Accepted: 31 Mei 2021.

Kata-kata kunci:

Ekonomi Kerakyatan;

Minimarket;

Pedagang Tradisional.

: ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kondisi pedagang tradisional di Kecamatan Samarinda Utara dilihat dari aspek konsumen, produk atau komoditas, dan harga mengetahui dampak kehadiran minimarket terhadap kinerja pedagang tradisional, dilihat dari omset dan keuntungan. Keberadaan minimarket di Kecamatan Samarinda Utara dapat berupa positif dan negatif. Dimana dampak positifnya adalah dengan keberadaan minimarket di lokasi ini, semakin memberikan warna tersendiri terhadap perekonomian Indonesia yang semakin berkembang dan dapat membantu masyarakat dengan mendapatkan keringanan dalam berbelanja salah satunya adalah potongan harga (discount). Sementara dampak negatifnya yaitu banyak pedagang-pedagang tradisional dengan berbagai ciri khas penjualannya merasa terancam dengan keberadaan minimarket di tengah-tengah mereka. Yang mana bertolak dengan konsep Ekonomi kerakyatan yang berbasis pada kekuatan ekonomi yang ada di rakyat. Pada Ekonomi Kerakyatan, menempatkan ekonomi rakyat sendiri adalah sebagai kegiatan ekonomi atau usaha yang dilakukan oleh rakyat kebanyakan. Hal ini populer yang dengan secara swadaya, mengelola sumber daya ekonomi apa saja yang dapat diusahakan dan dikuasainya.

Keywords:

People's Economy;

Minimarket;

Traditional Traders.

ABSTRACT

The Implications of Minimarket Existence for Traditional Traders in North Samarinda District, East Kalimantan. The purpose of this study was to determine the condition of traditional traders in North Samarinda District seen from the aspect of consumers, products/commodities, and prices to determine the impact of minimarket presence on the performance of traditional traders, seen from turnover and profits. The existence of minimarkets in North Samarinda District can be positive and negative. Where the positive impact is the existence of minimarkets in this location, increasingly giving its own color to the growing Indonesian economy and can help the community by getting relief in shopping, one of which is a discount or discount. While the negative impact is that many traditional traders with various characteristics of their sellers feel threatened by the existence of minimarkets in their midst. Which is contrary to the concept of a people's economy based on the economic power that exists in the people. In the People's Economy, placing the people's economy itself is an economic activity or business carried out by the common people. It is popular that by independently managing whatever economic resources can be cultivated and controlled.

Copyright © 2021 (Zaenal Abidin). All Right Reserved

How to Cite : Abidin, Z. (2021). Implikasi Keberadaan Minimarket terhadap Pedagang Tradisional di Kecamatan Samarinda Utara, Kalimantan Timur. *Konstruksi Sosial : Jurnal Penelitian Ilmu Sosial*, 1(3), 103–110. Retrieved from <https://journal.actual-insight.com/index.php/konstruksi-sosial/article/view/1310>



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/). Allows readers to read, download, copy, distribute, print, search, or link to the full texts of its articles and allow readers to use them for any other lawful purpose. The journal hold the copyright.

Pendahuluan

Indonesia merupakan negara berkembang (*developing country*) yang sampai saat ini masih terus melakukan peningkatan berbagai aspek kehidupan bernegara untuk memajukan dan membangun perekonomian negara. Campur tangan negara dalam bidang perekonomian khususnya pengaturan pasar dalam teori negara kesejahteraan (*welfare state*) merupakan hal yang sangat dibutuhkan. (Persaingan et al., 2021) Kegiatan berdagang merupakan salah satu cara masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya. Di Zaman modern ini banyak orang yang melakukan bisnis atau berwirausaha dengan berbagai aneka ragam sesuai dengan keterampilan dan kreativitas yang mereka miliki, tujuannya yaitu untuk menarik pelanggan supaya datang dan membeli produk-produknya. (Tradisional et al., 2021) Perdagangan atau kegiatan jual beli berlangsung di pasar. Pasar adalah tempat untuk membeli atau menjual barang, atau tempat bertemunya pedagang dan pembeli (Jawatir Pardosi et al., 2020).

Pasar dibagi menjadi dua kategori yakni, pasar tradisional dan pasar modern. Pasar Tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikuasai oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Daerah, yang berkantor berupa toko, kios, warung makan, dan tenda yang dimiliki atau dioperasikan termasuk kerjasama dengan. Dengan mengelola pedagang, kecil dan menengah, lembaga swadaya masyarakat, atau usaha kecil, koperasi dengan modal kecil, dan jual beli barang melalui negosiasi (Jawatir Pardosi, Rudi Agung Nugroho, Rita Mariati, 2021).

Di sisi lain, pasar modern dipahami sebagai jenis pasar di mana barang-barang dijual dengan harga yang pas, sehingga di pasar modern tidak ada negosiasi antara penjual dan pembeli tentang harga barang yang akan dibeli. Berbagai produk yang diperdagangkan di pasar modern telah teruji kualitasnya dan diberi harga yang sesuai (Suryaningi, 2016). Adanya kemajuan dalam lingkungan masyarakat yang beriringan dengan kemajuan teknologi mengharuskan kehidupan manusia menjadi lebih modern (Gultom, 2021).

Adanya gaya kehidupan modern sudah tentu menghasilkan suatu perubahan dalam masyarakat. Sebuah perubahan dalam masyarakat merupakan peradaban dalam sistem sosial dilingkungan masyarakat itu sendiri. (Tradisional et al., 2021) Pasar modern ini biasanya terletak di kawasan perkotaan atau pinggiran kota dengan lingkungan yang bersih dan nyaman serta fasilitas yang sangat baik. Perbedaan nyata antara pasar tradisional dan pasar modern adalah penjual dan pembeli pasar modern tidak melakukan kegiatan perdagangan secara langsung. Minimarket merupakan tempat perbelanjaan yang menjual segala kebutuhan sehari-hari manusia dengan pelayanan mandiri yaitu pengambilan barang sendiri, (Hidayah & Amin, 2021) pembeli hanya akan melihat harga barang yang ingin dibeli. Ketika memutuskan untuk membeli suatu produk, pembeli dilayani secara mandiri oleh kasir, berbeda dengan pasar tradisional yang transaksinya langsung diproses dan juga ada tawar-menawar.

Pasar modern dibedakan menjadi minimarket, supermarket, hypermarket, department store dan perkulakan. Pembedaan toko modern tersebut didasarkan atas luas lantai dan variasi barang dagangan. Minimarket, supermarket dan hypermarket menjual barang konsumsi terutama produk makanan dan produk rumah tangga lainnya secara eceran. Department Store menjual barang konsumsi utamanya produk sandang dan perlengkapannya secara eceran. Sedangkan, Perkulakan menjual secara grosir barang konsumsi (Bachtiar, 2017; Martin, 2017; Rozzaq, 2016; Satriawan, 2011).

Pesatnya perkembangan minimarket di lingkungan permukiman, selain memberi keuntungan bagi konsumen dalam hal kemudahan akses berbelanja, juga memberikan dampak buruk bagi keberadaan warung tradisional di sekitar (Nisa et al., 2021) Karena banyaknya fasilitas pendukung dan keunggulan pasar modern (minimarket) yang tidak terdapat di pasar tradisional, semakin banyak konsumen yang berpaling dan lebih memilih berbelanja di pasar modern. Seiring waktu, ini berdampak

negatif pada pedagang tradisional, yang memiliki pelanggan yang semakin sedikit (Ardiana, 2012; Arimawa & Leasiwal, 2018; Yusuf & Rohmah, 2020).

Penurunan jumlah pelanggan yang berbelanja di pasar tradisional tentunya akan menyebabkan penurunan pendapatan pedagang di pasar tradisional. Yang lebih memprihatinkan, sebagian besar pedagang di pasar tradisional adalah kalangan menengah ke bawah (Khusnul Khotimah, Dadang Hartanto, 2018; Kupita & Bintoro, 2012, 2012; Kusumawati et al., 2018; Yudhistira, 2019). Di sisi lain, pemilik pasar modern adalah kalangan menengah ke atas. Hal ini yang bisa menyebabkan kesenjangan ekonomi, dimana yang miskin menjadi semakin miskin sedangkan yang kaya menjadi semakin kaya.

Karena keberadaan minimarket, banyak konsumen yang lebih memilih berbelanja di minimarket yang memiliki tempat yang nyaman dan sejuk berkat AC, mereka bebas memilih berbagai jenis produk, dan layanan yang ditawarkan cenderung lebih baik. Kecenderungan untuk memilih tempat berbelanja akan berdampak pada bagaimana menjadi lebih baik. Konsumen lebih memilih layanan minimarket dan oleh karena itu melihat minimarket sebagai peluang belanja yang menarik dibandingkan dengan berbelanja di pedagang tradisional dan toko-toko kecil di wilayah tersebut. Akibatnya, banyak konsumen yang beralih ke minimarket. (Peraturan et al., 2021)

Minimarket kini semakin populer di Indonesia, apalagi dengan hadirnya jaringan minimarket dengan sistem franchise atau waralaba seperti Alfamart dan Indomaret. Investor lokal dapat dengan mudah mendirikan waralaba minimarket karena modal yang dibutuhkan tidak terlalu besar. Pihak asing juga berinvestasi di pasar modern (minimarket) untuk menghasilkan keuntungan. Namun dalam jangka panjang, investasi tersebut akan mengurangi pendapatan nasional dan devisa negara. Hal ini dikarenakan banyaknya barang impor dan barang dari luar negeri yang masuk ke dalam negeri. Selain itu, keuntungan, bunga, dan beberapa dana lainnya masuk dalam kepentingan negara asal.

Dikarenakan kepercayaan bahwa pasar modern (mini market) lebih bersih, lebih bersih dan lebih praktis dibandingkan dengan pasar tradisional, minat masyarakat untuk berbelanja di mini market juga meningkat, namun tidak sedikit pula yang tetap setia pada pasar tradisional. Ini merupakan transisi dari kebutuhan fungsional ke kebutuhan psikologis. Kebutuhan fungsional adalah kebutuhan yang berhubungan langsung dengan bentuk dan penampilan (kinerja) produk, dan kebutuhan psikologis adalah kebutuhan yang berhubungan dengan kebutuhan mental konsumen yang terhubung. Itu bisa diisi dengan belanja dan pembelian barang.

Metode

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah kawasan Kecamatan Samarinda Utara, yang mana peneliti membatasi ruang lingkup pada pedagang tradisional di jalan A.W. Syahrani sebagai sasaran utama dalam penelitian ini. Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian dengan pendekatan kualitatif. Hal tersebut dilakukan agar peneliti dapat menggambarkan terjadinya fenomena sosial yang ada di pedagang tradisional Kawasan Kecamatan Samarinda Utara dengan keberadaan dari minimarket. Dengan menggunakan wawancara secara rinci, peneliti dapat melihat objek yaitu pedagang tradisional, konsumen toko tradisional, dan konsumen minimarket. Pendekatan kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang detail, termasuk maknanya. Jadi nantinya akan dijelaskan dan diperdalam mengenai Implikasi Keberadaan Minimarket Terhadap Pedagang Tradisional di Kecamatan Samarinda Utara. Kegiatan pengumpulan data adalah usaha yang dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan data atau informasi terkait demi pemenuhan di dalam menyusun artikel ini. Alat pengumpul data atau instrumen penelitian dalam metode kualitatif ialah si peneliti sendiri. Jadi, peneliti merupakan *key instrument*, dalam mengumpulkan data, peneliti harus terjun sendiri ke lapangan secara aktif. Adapun teknik yang digunakan dalam mendapatkan data- data tersebut adalah observasi dan wawancara secara

mendalam. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah analisis deskriptif pada pendekatan non statistik yang bersifat menggambarkan secara tepat suatu keadaan dan fenomena yang telah terjadi.

Hasil dan pembahasan

Ekonomi kerakyatan adalah sistem ekonomi yang pelaksanaannya berdasarkan pada kepentingan serta kemakmuran rakyat. Ekonomi kerakyatan merupakan sistem ekonomi yang diharapkan dapat ditegakkan di Indonesia sehingga dapat bermanfaat untuk bersama bukan hanya bagi salah satu pihak saja. Bangsa Indonesia menganut ideologi Pancasila. Maka sistem ekonomi yang dianut bangsa Indonesia juga harus seiring dan sejalan dengan ideologi Pancasila. Oleh karenanya sistem ekonomi bangsa Indonesia bisa disebut sebagai sistem ekonomi Pancasila. Sistem ekonomi Pancasila sangat cocok dengan karakter masyarakat bangsa Indonesia. Sistem ekonomi Pancasila sangat berbeda dengan sistem liberalis (hak kepemilikan yang sebebaskan-bebasnya) dan sosialis (hak kepemilikan yang diatur Negara sepenuhnya) yang dianut oleh negara lain.

Sistem ekonomi Pancasila atau sistem ekonomi kerakyatan yang dianut bangsa Indonesia memberikan hak kepada setiap warga negara untuk dapat berusaha sesuai dengan kemampuan setiap warga negara dengan tetap menghormati hak-hak orang lain yang diatur negara sesuai dengan batasan-batasan tertentu yang tidak melanggar ketentuan perundang-undangan. Di Indonesia banyak orang yang kaya raya, ada lagi yang lebih banyak lagi yaitu menengah keatas, dan yang paling banyak adalah kelas ekonomi bawah. Namun diantara mereka tetap saling menghormati dan menghargai, bahkan diantara mereka tetap saling membutuhkan, dan tidak sedikit diantara mereka terjalin kerjasama yang saling menguntungkan.

Ekonomi kerakyatan merupakan terminologi yang digagas oleh Mohammad Hatta pasca kolonialisme Hindia Belanda dengan memperhatikan kondisi sosial ekonomi peninggalan pemerintah Hindia Belanda yang pada saat itu menempatkan kaum pribumi dalam kelas dan strata sosial paling bawah. Ekonomi kerakyatan diciptakan sebagai cara untuk menjadikan bangsa pribumi sebagai tuan di negeri sendiri. Kemudian, konsep ekonomi kerakyatan dinyatakan dalam konstitusi Republik Indonesia Pasal 33 UUD 1945, yang menjelaskan secara terperinci hal-hal sebagai berikut: (1) Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas azas kekeluargaan; (2) Cabang-cabang produksi yang penting bagi negara dan yang menguasai hajat hidup orang banyak (harus) dikuasai oleh negara; (3) Bumi, air dan segala kekayaan yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Dewasa ini, istilah ekonomi kerakyatan bergairah kembali seiring dengan kekecewaan masyarakat terhadap sistem ekonomi kapitalis yang selama ini dijalankan pemerintah. Ekonomi kerakyatan seakan menawarkan kembali solusi dari berbagai permasalahan ekonomi yang timbul di negeri ini, misalnya keinginan untuk penguasaan sektor strategis oleh masyarakat kecil, kepemilikan lahan oleh kaum menengah bawah dan masih banyak lagi keinginan-keinginan masyarakat yang seakan menjadi beban bagi istilah ekonomi kerakyatan itu sendiri.

Indonesia saat ini sedang gencar-gencarnya dalam mengembangkan perekonomian kerakyatan. Seluruh daerah-daerah di Indonesia dari Sabang sampai Merauke terus mengembangkan perekonomian kerakyatan dengan memperkenalkan apa saja yang menjadi potensi daerahnya. Baik berupa kuliner, kerajinan maupun kebudayaan. Ekonomi kerakyatan merupakan sistem ekonomi yang berpusat pada kekuatan ekonomi rakyat.

Tidak ketinggalan pada umumnya di Kaltim, khususnya di Samarinda. Kalimantan Timur merupakan negara yang kaya akan berbagai sumber daya alam seperti hutan, tambang emas, tambang batu bara, minyak, gas, perkebunan dan perikanan laut. Perekonomian Kaltim, termasuk koperasi, UMKM dan UKM berkembang pesat di wilayah tersebut.

Jika kita melihat di kota Samarinda, hampir di sepanjang jalan dipenuhi dengan usaha-usaha kecil menengah mulai dari toko-toko, hingga pedagang kaki lima. Di pinggiran kota Samarinda, tidak sedikit

yang berusaha dalam bidang pertanian, perkebunan, perikanan, peternakan dan usaha-usaha lain yang mampu saling bersinergi antara satu dengan lainnya, sehingga mampu memenuhi kebutuhan warga kota Samarinda. Tidak sedikit pula pada kawasan-kawasan tertentu menjadi pusat industri yang berskala menengah dan besar.

Sebagai bentuk perkembangan ekonomi, sekarang bisnis retail di Indonesia terus berkembang pesat, terutama ditandai dengan banyaknya mini market yang tumbuh di setiap daerah, baik di pedesaan maupun di perkotaan. Seiring dengan berjalannya waktu, pertumbuhan industri di tanah air telah membuat aktivitas bisnis retail meningkat dalam penjualan produk kepada pelanggan dalam hal memenuhi kebutuhan diri, keluarga atau orang lain disekitarnya. Salah satu minimarket yang cukup terkenal di Indonesia adalah Indomaret. Indomaret merupakan salah satu jenis perusahaan retail yang bergerak dalam bidang penjualan produk-produk yang digunakan konsumen untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari sesuai dengan kebutuhannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui implikasi keberadaan minimarket terhadap pedagang tradisional di Kecamatan Samarinda Utara, Kaltim.

Dengan hadirnya minimarket diantara pedagang tradisional maka kecenderungan para pembeli pun akan timbul untuk memilih tempat berbelanja yang lebih diminati. Konsumen memandang minimarket sebagai tempat yang lebih menarik untuk berbelanja dibandingkan dengan toko-toko kecil yang ada disekitarnya, karena para konsumen lebih menyukai pelayanan yang diberikan oleh minimarket dibanding toko-toko kecil tersebut. Hal itu menyebabkan konsumen banyak yang lebih memilih berbelanja ke minimarket (Sanusi et al., 2012). Menurut pernyataan seorang pedagang, *“Sejak ada minimarket ini, sekarang ini para konsumen yang biasanya berbelanja ke toko kami pindah berbelanja di minimarket karena di minimarket tempatnya lebih bersih dan nyaman, ini sangat mmerugikan bagi kami”* (Hasil wawancara dengan seorang pedagang tradisional di kecamatan Samarinda Utara).

Instan, bersih, nyaman, dan pelayanan yang baik menjadi kumpulan alasan mengapa konsumen lebih menyukai berbelanja di minimarket dibandingkan dengan toko-toko kecil ataupun warung. Jika dibandingkan dengan berbelanja di toko tradisional dimana tempatnya yang penyusunan barangnya tidak beraturan, barang-barang yang kadang berdebu karena jarang di bersihkan, dan tak jarang ada barang yang kadaluwarsa serta alasan-alasan lain kenapa konsumen lebih senang berbelanja di minimarket. Menurut pernyataan konsumen, *“Barang-barang yang tersusun rapi dan juga tempat yang bersih dan nyaman serta harga yang lebih murah yang membuat lebih memilih minimarket sebagai tempat berbelanja”* (Hasil Wawancara dengan konsumen minimarket di Kecamatan Samarinda Utara)

Pedagang tradisional pada awalnya memiliki pendapatan yang cukup untuk mengembangkan usahanya. Namun, setelah adanya minimarket, keuntungan mereka mulai menurun secara perlahan seiring dengan menurunnya jumlah konsumen yang berbelanja di toko tradisional. Hal ini menyebabkan pedagang tradisional kekurangan pelanggan, dan bahkan toko tradisional tidak buka sepenuhnya atau sering tutup, yang berdampak serius pada pendapatan pedagang tradisional.

Kegiatan pedagang tradisional merupakan salah satu subsektor dari sektor perdagangan yang menunjukkan kecenderungan peningkatan dari tahun ke tahun. Peningkatan ini terjadi seiring dengan peningkatan peran sektor perdagangan besar dan eceran dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Namun peningkatan ini cenderung turun dari tahun ke tahun dan pertumbuhannya kalah dibanding pertumbuhan pasar modern yang meliputi minimarket, alfamart, dan indomaret. (Br. Ginting, 2018)

Keberadaan minimarket ini tentu menguntungkan banyak pihak, namun tidak bagi para pedagang tradisional. Setelah munculnya minimarket, pedagang tradisional justru banyak mengeluh karena omset penjualan yang turun dan barang-barang yang mereka jual kini banyak yang tidak laku, dan lebih buruknya lagi, banyak toko tradisional yang gulung tikar.

Hadirnya minimarket ini ternyata merupakan saingan berat yang dirasakan pedagang tradisional karena banyak barang yang kurang laku dan keuntungan mereka kini kian menurun, walaupun ternyata ada juga beberapa pedagang tradisional yang tidak merasakan dampak negatifnya, mereka ialah pedagang tradisional yang tempat dagangannya letaknya berada jauh dari minimarket. Pendapatan yang kini mulai menurun membuat pedagang tradisional harus mencari ide agar tetap bisa menjalankan usahanya, dengan pendapatan yang pas-pasan, walaupun ada pedagang yang tidak terlalu merasakan dampaknya akan tetapi dampaknya terasa karena gaya baru hidup konsumen yang berubah. (Sugiyanto, 2009)

Dari hasil penelitian penulis, dapat disimpulkan bahwa beberapa faktor menjelaskan antara lain banyaknya pedagang tradisional yang terkena dampak keberadaan minimarket. Pertama, Faktor harga, Dimana minimarket menawarkan lebih banyak terdapat diskon yang membuat harga barang-barang tersebut relatif lebih murah. Kedua, Faktor Fasilitas, Dimana minimarket memiliki fasilitas yang lebih baik dibandingkan dengan toko tradisional seperti adanya AC, kebersihan tempat, dan juga penyusunan barang-barang yang rapi yang membuat konsumen merasa betah dan nyaman untuk belanja di tempat tersebut. Faktor yang paling penting adalah, ketiga, Pelayanan terhadap konsumen, Dimana minimarket memberikan pelayanan yang sangat bagus terhadap para konsumen, seperti: kesopanan, penyambutan pada konsumen, sampai dengan membantu menanyakan atau langsung mencarikan barang yang ingin dibeli oleh konsumen.

Dari sudut pandang dunia ekonomi, jelas terlihat bahwa toko tradisional dengan modal yang relatif kecil akan kalah bersaing dengan minimarket yang memiliki modal dan kekuatan pasar yang cukup besar. Persaingan yang tidak seimbang antara toko tradisional dan minimarket sering memiliki implikasi sosial, karena toko-toko tradisional telah tergeserkan dengan adanya minimarket dan mengakibatkan hilangnya mata pencaharian bagi sebagian orang. Selain ketidakseimbangan modal dan keterampilan terkait modal, ada juga model manajemen toko tradisional yang harus diwaspadai. yang mana sampai saat ini masih terjebak dalam model yang lama dan pengelolaan yang masih jauh dari upaya menawarkan model yang bisa lebih menarik konsumen, dan manajemen masih harus menempuh jalan panjang untuk menyediakan model yang layak dan Lebih menarik bagi konsumen. Kesan lama, tidak aman, tidak menyenangkan, dan masih banyak lagi barang-barang buruk lainnya masih terdapat dalam diri toko tradisional di mata konsumen.

Pedagang tradisional rata-rata berpendidikan rendah, jadi ketika ditanya strategi apa yang digunakan untuk bersaing dan bertahan untuk menarik pelanggan serta mencegah mereka pindah ke minimarket, pedagang tradisional hanya menjawab tidak ada strategi khusus. Mereka hanya menjawab selalu mengutamakan pelayanan yang ramah pada konsumen dan memberikan kepercayaan penuh ketika memiliki debitur serta faktor harga yang sangat penting, harga merupakan faktor penting dan juga merupakan faktor utama yang dapat menarik pelanggan. Sebuah bisnis yang kompetitif membutuhkan strategi. Strategi adalah aset terpenting untuk bertahan hidup. Menurut Swastha (2002: 193) bagi perusahaan kecil maupun perusahaan yang ingin meningkatkan efisiensinya, dapat mengadakan segmentasi pasar. Mereka dapat memusatkan kegiatan pemasaran pada segmen-segmen pasar yang dipilih. Jika sasaran pasarnya sudah ditentukan melalui riset pemasaran, maka perusahaan harus membuat suatu rencana yang baik untuk memasuki segmen pasar yang dipilih. Keputusan-keputusan dalam pemasaran dapat dikelompokkan ke dalam empat strategi, yaitu : strategi produk, strategi harga, dan strategi promosi, strategi distribusi. Kombinasi dari keempat strategi tersebut akan membentuk *marketing mix*. (Rahayu & Fitanto, 2013)

Citra buruk dari toko-toko tradisional mempengaruhi kehidupan banyak orang dan harus ditanggapi serius oleh pemerintah. Meningkatkan pasar tradisional menjadi kawasan perbelanjaan yang nyaman, menarik dan positif merupakan tantangan besar yang harus dihadapi pemerintah sebagai rasa tanggung jawab terhadap masyarakatnya. Pemerintah juga harus lebih memperhatikan keberadaan pasar tradisional. Pemerintah juga harus melakukan perubahan pada pasar tradisional seperti pasar modern

(mini market) yang mana pasar tradisional harus dikembangkan agar pasar tradisional tidak tersingkirkan dalam pertarungan perebutan konsumen. Pemerintah harus mendorong terhadap perkembangan pasar tradisional, meningkatkan pelayanan publik dan membangun pasar tradisional di tempat yang nyaman, bersih, dan aman merupakan strategi yang baik bagi para pedagang tradisional agar tetap kompetitif. Pemerintah harus melakukan perombakan di pasar tradisional untuk membantu pedagang tradisional bersaing dengan pasar modern. Pemerintah harus lebih semangat menjalankan ekonomi kerakyatan melalui potensi pasar dan melindunginya dari perkembangan pasar modern.

Persaingan antara pasar tradisional dan pasar modern memang tidak bisa dihindari. Maraknya minimarket di kota-kota sudah tidak dapat dibendung. Hal yang bisa dilakukan adalah siap menghadapinya dan antisipasi agar tidak tergerus keberadaan pasar tradisional oleh pasar modern. Dalam hal ini kebijakan pemerintah daerah sangat dibutuhkan untuk menjaga keseimbangan jalannya perekonomian di Kota Samarinda. Jika pasar modern hadir dengan tampilan yang menarik dengan menjaga kenyamanan belanja serta memberikan fasilitas kebersihan, rapi, sejuk, dan menggunakan teknologi modern maka pemerintah daerah harus peka dan peduli untuk meningkatkan kualitas dari pasar tradisional juga.

Simpulan

Eksistensi dari keberadaan minimarket ini ternyata telah berdampak sangat besar bagi pedagang tradisional, kehadirannya telah membawa kesengsaraan bagi pedagang tradisional dengan menurunnya omset penjualan bahkan lebih buruknya lagi pedagang tradisional akan terancam mengalami gulung tikar. Memang sebenarnya keberadaan minimarket berupa dampak positif dan negatif. Keberadaan minimarket yang memberikan warna yang semakin unik pada perekonomian yang ada memiliki efek positif. Selain itu, keberadaan minimarket ini dapat mendukung masyarakat dengan menawarkan kemudahan berbelanja, salah satunya adalah diskon. Namun dampak negatifnya adalah banyak pedagang tradisional yang terancam keberadaan minimarket di tengah-tengah mereka. Maka tidak heran jika sebagian pedagang tradisional lebih memilih meninggalkan kawasan ini dan mencari tempat baru yang bisa dijadikan tempat baru untuk mencari rezeki. Kelebihan yang dimiliki oleh minimarket mulai dari harga, dimana minimarket banyak memberi potongan-potongan harga yang membuat harga barang tersebut relatif lebih murah. Kedua, fasilitas, dimana minimarket memiliki fasilitas-fasilitas yang lebih baik seperti AC yang membuat konsumen merasa betah untuk belanja di tempat tersebut. Ketiga, yang paling penting adalah pelayanan terhadap konsumen yang dimana Minimarket memberikan pelayanan yang baik, misalnya: kesopanan, penyambutan, sampai dengan mencarikan barang yang diinginkan oleh konsumen. Kualitas barang dan pelayanan membuat para Pedagang tradisional di Kecamatan Samarinda Utara ini kalah bersaing dengannya, karena kualitas barang dan pelayanan yang diberikan para toko-toko tradisional lainnya tidak sebaik yang diberikan minimarket yang membuat persaingan itu menimbulkan dampak negatif terhadap pedagang tradisional, baik dari segi permintaan maupun pendapatan. Hal ini disebabkan karena konsumen lebih memilih minimarket sebagai tempat untuk berbelanja dibandingkan dengan toko-toko tradisional yang rendah kualitas dan pelayanannya. Akibatnya, pedagang tradisional kalah saing karena permintaan akan barang-barang terhadap toko-toko tradisional menjadi berkurang karena konsumen beralih ke Minimarket.

Referensi

- Ardiana, P. A. (2012). Persepsi pedagang di pasar agung Denpasar tentang program pemberdayaan manajemen pasar percontohan. *Buletin studi ekonomi*, 17(2), 202–210.
- Arimawa, P. S., & Leasiwal, F. (2018). Dampak keberadaan pasar modern terhadap eksistensi pasar tradisional di kota Tobelo kabupaten halmahera utara. *Jurnal pundi*, 2(3), 287–292. <https://doi.org/10.31575/jp.v2i3.100>
- Bachtiar, R. (2017). *Penataan toko modern dengan pasar tradisional di kecamatan gunungpati*.
- Br. Ginting, S. Y. (2018). Keberadaan mini market alfamart dan indomaret kaitannya dengan tingkat

- penghasilan pedagang tradisional di wilayah kecamatan talang kelapa kabupaten banyuasin sumatera selatan. *Jurnal swarnabhumi : jurnal geografi dan pembelajaran geografi*, 3(1), 67. <https://doi.org/10.31851/swarnabhumi.v3i1.2432>
- Gultom, Andri Fransiskus (2022) Jembatan Ilmu yang Rapuh. Kompas (6). ISSN 0215-207X
- Hidayah, B., & Amin, C. (2021). *Analisis pola spasial dan faktor pemilihan lokasi minimarket di kabupaten klaten*. 22(2), 171–182.
- Jawatir Pardosi. Rudi agung nugroho, rita mariati, j. (2021). *Pelatihan dan pendampingan wirausaha muda di universitas mulawarman*. 5, 394–399.
- Jawatir Pardosi, Manullang, J. R., Rudy Agung Nugroho, & andi noor asikin. (2020). Pengembangan kewirausahaan di universitas mulawarman untuk mencetak wirausaha muda yang inovatif. *Jurnal pengabdian untukmu negeri*, 4(2), 297–301. <https://doi.org/10.37859/jpumri.v4i2.2224>
- Khusnul khotimah, dadang hartanto, n. A. (2018). Menguak kesenjangan antara pasar modern dan pasar tradisional. *Competence journal of management studies*, 12, 239–257. <https://journal.trunojoyo.ac.id/kompetensi/article/view/4960/3368>
- Kupita, w., & bintoro, r. W. (2012). Implementasi kebijakan zonasi pasar tradisional dan pasar modern (studi di kabupaten purbalingga). *Jurnal dinamika hukum*, 12(1), 45–59. <https://doi.org/10.20884/1.jdh.2012.12.1.201>
- Kusumawati, b., riva'i, m., & chaerudin, a. (2018). Kebijakan strategis peningkatan kapasitas pasar tradisional dan pedagang kaki lima dengan konsep kemitraan di tangerang selatan. *Liquidity*, 2(2), 179–188. <https://doi.org/10.32546/lq.v2i2.120>
- Martin, i. (2017). Penerapan kebijakan zonasi dalam penataan pasar tradisional dan pasar modern kota bandung (suatu tinjauan yuridis dari perspektif otonomi daerah). *Jurnal wawasan yuridika*, 1(2), 107. <https://doi.org/10.25072/jwy.v1i2.131>
- Nisa, I. S., Fitriyanti, s., siska, d., perkantoran, k., provinsi, p., selatan, k., selatan, k., & tradisional, w. (2021). *Pengaruh minimarket waralaba terhadap warung effect of modern retails towards warung in south*. 16, 181–195. <https://doi.org/10.47441/jkp.v16i2.191>
- Peraturan, a., no, p., & tentang, t. (2021). *Memproteksi warung kelontong dari ekspansi minimarket dan revolusi minimarket dan revolusi industri 4. 0 penataan dan pembinaan pasar tradisional*, pusat. September, 112–132. <https://doi.org/10.25077/jakp>
- Persaingan, d., minimarket, u., & kecil, t. P. K. (2021). [https://binaswadaya.org/id/diakses tanggal 10 februari 2020 418](https://binaswadaya.org/id/diakses_tanggal_10_februari_2020_418). 5(3), 418–446.
- Rahayu, y. S., & fitanto, b. (2013). Strategi pedagang pasar tradisional menghadapi persaingan dengan retail modern dan preferensi konsumen (studi kasus pada pasar legi kota blitar) yenika. *Jurnal ilmiah mahasiswa feb*, 1–10.
- Rozaq, i. A. (2016). *Peran sekolah pasar dalam membangun pendidikan ekonomi kerakyatan*. July, 1–23.
- Sanusi, s., hardiyanto, w., & bagus, n. (2012). Dampak keberadaan mini market terhadap pedagang kaki lima (pk1) di sepanjang jalan mt. Haryono dinoyo malang jawa timur. *Jurnal ilmu sosial dan ilmu politik universitas tribhuwana tunggadewi*, 1(2), 42355.
- Satriawan, b. Dkk. (2011). Revitalisasi pasar tradisional dan peran pemerintah untuk meminimalkan kesenjangan ekonomi. *Media trend*, 6(1), 83–93. <http://infestasi.trunojoyo.ac.id/mediatrend/article/view/1757/1455>
- Sugiyanto, s. (2009). Dampak keberadaan pasar modern terhadap pedagang pasar tradisional. *Die: jurnal ilmu ekonomi dan manajemen*, 5(4), 97–115. <https://doi.org/10.30996/die.v5i4.84>
- Suryaningsti. (2016). *Pengoptimalisasian nilai-nilai pancasila sebagai upaya memperkuat semangat nasionalisme*.
- Tradisional, P., kota, d. I., provinsi, t., & utara, m. (2021). *Dampak kehadiran minimarket pada kondisi sosial ekonomi pedagang tradisional di kota tidore provinsi maluku utara*. 2(1), 72–76.
- Yudhistira, S. J. (2019). *Harmonisasi pasar tradisional dengan pasar modern di eks kawedanan jatisono kabupaten wonogiri, jawa tengah*.
- Yusuf, N., & Rohmah, T. (2020). View metadata, citation and similar papers at core.ac.uk. *Pengaruh penggunaan pasta labu kuning (cucurbita moschata) untuk substitusi tepung terigu dengan penambahan tepung angkak dalam pembuatan mie kering*, 274–282.