

ABSTRAK

Industri ritel modern yang mengalami pertumbuhan cukup pesat di Indonesia saat ini adalah minimarket dengan konsep waralaba. Perkembangan minimarket ini disebabkan banyak faktor, salah satunya perubahan pola konsumsi masyarakat saat ini yang bisa dikatakan pada tahap transisi, dari ritel tradisional ke ritel modern, khususnya minimarket. Perkembangan minimarket berpotensi menimbulkan penyalah gunaan posisi dominan. Hal ini dapat memicu terjadinya praktik monopoli sehingga mengakibatkan persaingan tidak sehat antara pelaku usaha ritel, baik ritel modern maupun ritel tradisional. Salah satu persaingan antar ritel modern dapat dilihat pada persaingan Alfamart dengan Indomaret. Berdasarkan alasan tersebut, maka penting untuk dilakukan penelitian tentang penentuan pasar relevan untuk minimarket yaitu menentukan di pasar mana minimarket bersaing dan siapa saja yang menjadi pesaingnya.

Kehadiran para peritel modern yang menyasar konsumen menengah ke atas, saat itu lebih menjadi alternatif dari pasar tradisional yang identik dengan kondisi pasar yang kumuh, dengan tampilan dan kualitas yang buruk, serta harga jual rendah serta sistem tawar menawar konvensional. Namun sekarang ini kondisinya sudah banyak berubah. Persaingan yang terjadi saat ini tidak hanya antara pasar modern tetapi juga terhadap pasar tradisional.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan survey langsung ke lapangan untuk menentukan koordinat dari pasar tradisional dan minimarket. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber pertama dengan cara wawancara langsung dengan para pedagang pasar tradisional. Dan data sekunder merupakan sumber data yang dapat memberikan informasi atau data tambahan yang dapat memperkuat data pokok baik berupa manusia atau benda seperti majalah, buku, koran,dll.

Penentuan sampel penelitian ini menggunakan teknik sampling *purposive* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan kebutuhan data yang diperlukan peneliti, yaitu siapa saja yang berdagang di pasar – pasar tradisional di Kecamatan Jatiwangi yang telah berdagang sebelum minimarket dibangun. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah pada peta posisi persebaran minimarket, tampak posisi Indomaret dan Alfamart saling berdekatan dengan pasar tradisional. Selain itu lokasi minimarket yang berdekatan dengan pasar tradisional mengakibatkan penurunan omset para pedagang kelontong di pasar tradisional di Kecamatan Jatiwangi.

ABSTRACT

The modern retail industry experienced growth fairly rapidly in Indonesia currently is a minimarket with the concept of franchising. The development of markets is due to many factors, one of which changes the pattern of consumption of today's society to be said at this stage of transition, from the traditional to the modern retail retail, particularly the minimart. The development of potentially inflict abuse minimart dominant position. This can trigger the occurrence of monopolistic practices that lead to unhealthy competition between retail trade, both modern as well as traditional retail. One of competition between modern retail can be seen in competition with Alfamart Indomaret. Based on these reasons, it is important to do research on the determination of the relevant market for determining the market where competitive markets and anyone who became rivals.

The presence of the retailers modern targeting consumers upper middle-income, that time more becomes an alternative of the traditional marketplace that is identical with market conditions rws, by the look of, and quality of being inclement and the selling price of low as well as a system of bargain conventional. But now it their condition had changed so much. Competition happened now is not only between modern market but also against traditional markets.

The methods used in this study is to survey directly into the field to determine the coordinates of a traditional market and a minimarket. Primary data obtained directly from the source first by way of direct interviews with traders in traditional markets. And secondary data is data source that can provide additional information or data that can amplify data subject either human beings or objects such as magazines, books, newspapers, etc.

Determination of the sample of this research using a purposive sampling technique, namely the determination of the sample based on consideration of the necessary data needs of researchers, needs is anyone who traded in sub-district jatiwangi traditional market has traded before minimarket built. Results obtained in this research is minimarket, spreads position on a map looked alfamart indomaret position and close together with traditional market. Besides the location minimarket adjacent to traditional market turnover the a haberdasher resulting in a decline in traditional markets in jatiwangi sub-district.

