

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Negara Indonesia dikenal dengan populasi penduduknya yang menduduki peringkat nomer 4 terbanyak dan terpadat di dunia, Berdasarkan data dari situs *Worldometer - Real Time World Statistics* (2021) China menjadi peringkat 1 yaitu negara yang memiliki populasi sebanyak 1,443,551,884 jiwa, lalu disusul oleh India dengan peringkat 2 yang memiliki jumlah populasi sebanyak 1,390,342,294 jiwa, untuk peringkat 3 ditepati oleh *Uniterd State of America* (USA) sebanyak 332,471,867 jiwa, dan di peringkat ke 4 ditepati oleh negara kita yaitu Indonesia dengan jumlah penduduk sebanyak 275,730,189 jiwa.

Dikarenakan semakin tinggi populasi manusia maka kebutuhan hidup manusia juga akan semakin tinggi dengan semakin berkembang pesatnya teknologi memicu beragamnya aktivitas manusia dalam memenuhi kebutuhan ekonomi. Semakin berkembangnya jumlah penduduk menjadi faktor yang mengharuskan ekonomi masyarakat menjadi semakin maju baik dari segi kualitas maupun kuantitas.

Secara geografis Indonesia merupakan negara yang terletak pada garis khatulistiwa, letak geografis tersebut menjadikan indonesia sebagai negara beriklim tropis yang mendukung banyak aktivitas ekonomi masyarakat. Adapun keragaman aktifitas ekonomi masyarakat Indonesia meliputi keragaman aktivitas ekonomi di bidang pertanian, peternakan, perikanan, kehutanan, pertambangan, industri, perdagangan, dan jasa.

Pasar merupakan salah satu tempat untuk memenuhi aktivitas ekonomi dibidang perdagangan, pasar merupakan sebuah tempat berlangsungnya transaksi antar pembeli dan penjual. Pasar sendiri terdiri dari dua jenis pasar yaitu ada pasar modern dan pasar tradisional, pasar tradisional merupakan sebuah tempat berjual beli dimana konsumen masih dapat melakukan proses tawar menawar. Salah satu contoh dari pasar tradisional yang sering terlihat di pinggir jalan atau di

permukiman penduduk biasa disebut dengan warung kelontong, sedangkan pasar modern merupakan sebuah tempat di mana konsumen dapat membeli barang yang diinginkan tetapi di tempat ini sudah tidak dapat lagi dilakukan proses tawar-menawar seperti di pasar tradisional dikarenakan harga yang sudah dipatok.

Stanton (1993) berpendapat bahwa pasar merupakan sekumpulan orang yang memiliki keinginan untuk puas, uang yang digunakan untuk berbelanja, serta memiliki kemauan untuk membelanjakan uang tersebut. Jenis pasar yang tersedia di Indonesia tidak hanya ada satu jenis pasar saja tetapi ada berbagai jenis pasar yang ada di negara Indonesia, jenis pasar tersebut ada Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan toko modern, sedangkan untuk toko modern sendiri juga terbagi menjadi 5 jenis toko modern yaitu *minimarket*, *supermarket*, *hypermarket*, *department store*, dan *perkulakan*. Pada tahun 1998 toko modern memiliki kebebasan dalam eksistensinya, yang mana hal tersebut membuat banyaknya pengusaha asing yang masuk dan mendatangi pusat kota di Indonesia, hal tersebut yang menjadikan alasan toko modern menjamur ke berbagai wilayah permukiman.

**Tabel 1. 1 Data urutan minimarket per m<sup>2</sup> dibandingkan dengan luas wilayah dan jumlah penduduk**

1. Klasifikasi 1-20 Minimarket

Klasifikasi Rendah	NO	Kecamatan	Minimarket	Luas Wilayah (km <sup>2</sup> )	Kepadatan Penduduk Tahun	Luas Wilayah
						Jumlah Minimarket (m <sup>2</sup> )
	1	Cibiru	7	6,32	72.600	902,8
	2	Cinambo	7	3,68	25.500	525,7
	3	Gedebage	9	9,58	42.400	1.064,4
	4	Panyiuleukan	10	5,10	40.100	510
	5	Cidadap	11	6,11	52.600	555,4
	6	Mandalajati	16	6,67	72.500	416,8
	7	Astana Anyar	19	2,89	68.500	152,1
	8	Babakan Ciparay	19	7,45	142.400	392,1
	9	Sumur Bandung	19	3,40	34.100	571
	10	Bandung Kulon	20	6,46	138.800	323
	11	Bojongloa Kaler	20	3,03	119.400	151,5
	12	Cibeunying Kaler	20	4,50	67.100	225

## 2. Klasifikasi 21-40 Minimarket

Klasifikasi Sedang	No	Kecamatan	Minimarket	Luas Wilayah (km <sup>2</sup> )	Kepadatan Penduduk Per tahun	Luas Wilayah Jumlah Minimarket (m <sup>2</sup> )
	1	Batununggal	22	5,03	115.400	228,6
	2	Bojongloa Kidul	22	6,26	87.100	284,5
	3	Ranacasari	22	7,33	84.800	333,1
	4	Ujung Berung	22	6,40	89.300	290,9
	5	Bandung Kidul	24	6,06	60.200	275,4
	6	Andir	26	3,71	96.500	142,6
	7	Antapani	29	3,79	80.000	130,6
	8	Arcamanik	30	5,87	78.400	195,6
	9	Buah Batu	30	7,93	101.200	265,6
	10	Kiaracondong	30	6,12	126.600	204
	11	Bandung Wetan	36	3,39	26.700	94,1
	12	Sukasari	37	6,27	74.700	169,4
	13	Cibeuying Kidul	39	4,50	107.700	115,3
14	Regol	40	7,33	79.100	183,2	

## 3. Klasifikasi &gt;41 Minimarket

Klasifikasi Tinggi	No	Kecamatan	Minimarket	Luas Wilayah (km <sup>2</sup> )	Kepadatan Penduduk Per tahun	Luas Wilayah Jumlah Minimarket (m <sup>2</sup> )
	1	Cicendo	41	6,89	92.200	168
	2	Sukajadi	41	4,30	100.142	104,8
	3	Lengkong	53	5,90	66.100	111,3
	4	Coblong	63	7,35	110.100	116,3

Sumber: Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Bandung, Badan Pusat Statistik Kota Bandung, Kantor Kecamatan Sukajadi

Kehadiran toko modern sangat berkembang pesat terutama di Kecamatan Sukajadi karena Kecamatan Sukajadi memiliki jumlah minimarket dengan kategori klasifikasi tinggi dibandingkan dengan luas wilayah yang tidak terlalu luas, dengan dengan luas wilayah sebesar 430,00 hektar (Disdukcapil Kota Bandung, 2020) dan memiliki jumlah penduduk mencapai 100,142 jiwa. Maka toko modern dan warung kelontong akan banyak memberikan manfaat di Kecamatan Sukajadi, karena pada setiap 104,8 m<sup>2</sup> terdapat 1 buah minimarket

yang tersebar hal tersebut menjadi salah satu alasan yang telah banyak menghemat biaya transportasi terhadap konsumen dikarenakan toko modern dan warung kelontong banyak dijumpai di sekitar perumahan ataupun pemukiman penduduk.

Kecamatan Sukajadi dipilih menjadi lokasi penelitian dikarenakan wilayah tersebut memiliki keunikan sebagai daerah urban, Kecamatan Sukajadi memiliki minimarket yang berjumlah cukup banyak untuk sebuah kawasan pemukiman yaitu sebanyak 41 Minimarket, 5 Supermarket, 3 Departement Store, 1 Mall, dan 2 *Factory Outlet* (Dinas Perdagangan Dan Perindustrian Kota Bandung, 2020). Serta gaya hidup penduduk Sukajadi yang jauh lebih modern dikarenakan berkembang pesatnya daerah tersebut yang didukung dengan semakin banyaknya perumahan-perumahan yang dihuni oleh kalangan menengah keatas yang membuat penduduk sekitar memiliki kecenderungan untuk berbelanja di ritel modern, berikut merupakan data pertumbuhan toko modern di Kecamatan Sukajadi dari tahun ke tahun.

**Tabel 1. 2 Pertumbuhan Toko Modern di Kecamatan Sukajadi Tahun 2017-2020**

No	Tahun	Jumlah Minimarket
1	2017	20
2	2018	26
3	2019	35
4	2020	41

Sumber : Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Bandung, BPS Kota Bandung, Kantor Kacamatan Sukajadi

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa terjadinya pertumbuhan toko modern di Kecamatan Sukajadi cukup berkembang pesat dari tahun 2017 ke 2020 berkembang lebih dari 100%. Untuk mengantisipasi munculnya kanibalisme pelaku toko modern ini terhadap pelaku usaha lemah dalam hal ini warung kelontong diperlukannya pembinaan dan penataan, menurut Peraturan Presiden dan Peraturan Daerah telah diatur mengenai zonasi antara minimarket dan warung kelontong, inti dari peraturan tersebut ialah untuk mengatur zonasi tentang

pendirian tempat usaha perdagangan, bahwa lokasi toko modern terutama supermarket dan hypermarket tidak boleh berada pada setiap jalan lingkungan.

Berbeda dengan peranan warung kelontong yang selalu ada disekitar perumahan penduduk, bahkan disetiap jalan lingkungan dan gang kecil, hal tersebut sangat memudahkan penduduk untuk melakukan transaksi jual beli dan memenuhi kebutuhan pokoknya tanpa harus pergi jauh dan harga yang ditawarkan cenderung lebih murah dibandingkan dengan toko modern, dan dari segi kelengkapan barang warung klontong dari beberapa pedagang ada yang dapat bersaing kelengkapan barangnya dengan minimarket seperti alfamart, indomaret, yomart, circkel k yang ada.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Melonjaknya pertumbuhan minimarket pada tahun 2020, pada tahun 2017 minimarket di Kecamatan Sukajadi hanya berjumlah 20, namun pada tahun 2020 terjadi lonjakan lebih dari 100% menjadi sebanyak 41 minimarket.
2. Melonjaknya pertumbuhan minimarket apakah sesuai dengan aturan yang berlaku
3. Keberadaan warung kelontong dapat tergeser peranannya dan dapat mengakibatkan penurunan pendapatan

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas dapat dirumuskan masalah yaitu :

1. Bagaimana pola persebaran toko modern dan warung kelontong di Kecamatan Sukajadi Kota Bandung?
2. Bagaimana pendapatan warung kelontong setelah adanya toko modern di Kecamatan Sukajadi Kota Bandung?

3. Bagaimana respon masyarakat terhadap warung kelontong dan toko modern di Kecamatan Sukajadi Kota Bandung?
4. Bagaimana dampak dari persebaran toko modern terhadap pendapatan warung kelontong di Kecamatan Sukajadi Kota Bandung?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang penulis kemukakan di atas , maka penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana pola persebaran dari toko modern dan warung kelontong di Kecamatan Sukajadi Kota Bandung
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari kehadiran toko modern terhadap pendapatan warung kelontong di Kecamatan Sukajadi Kota Bandung
3. Untuk mengetahui bagaimana respon konsumen, lebih condong berbelanja ke warung kelontong atau ke toko modern di Kecamatan Sukajadi Kota Bandung
4. Untuk mengetahui dampak dari persebaran toko modern terhadap pendapatan warung kelontong di Kecamatan Sukajadi Kota Bandung.

#### **1.5 Manfaat Peneliian**

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan acuan dan pedoman bagi penelitian selanjutnya khususnya ilmu geografi dalam cangkupan geografi sosial dan ekonomi.

2. Manfaat Praktis

- a. Agar pemerintah dapat lebih teliti dalam penerapan UU yang ada dalam hal jarak antara toko modern dengan warung kelontong.

- b. Sebagai bahan pertimbangan bagi pedagang warung kelontong untuk dapat mengatur jarak dengan toko modern, mengatur strategi pemasaran, dan target marketing yang sesuai.

## 1.6 Definisi Operasional

Penegasan istilah diperlukan untuk menghindari kesalahpahaman dalam menafsirkan sebuah istilah. Definisi operasional adalah bagaimana cara mendapatkan data atau mengukur variabel yang telah ditetapkan. Maka peneliti menegaskan beberapa istilah yang dipakai dalam judul sebagai berikut.

### 1. Dampak

Dampak yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu adalah *Impact*/pengaruh baik *positif* ataupun *negative* bagi warung kelontong terhadap *dampak* apakah yang terjadi.

### 2. Persebaran

Persebaran yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui jenis persebaran toko modern dan warung kelontong apakah mengelompok, acak, atau seragam.

### 3. Toko modern

Toko modern yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu minimarket. Minimarket memiliki luas lantai penjualan maksimal 400 M<sup>2</sup> dan memiliki sistem pelayanan yang diterapkan di minimarket yaitu dengan menggunakan sistem pelayanan mandiri dimana pembeli dapat mengambil barang yang diinginkan dari rak-rak yang sudah terdisplay dengan sendiri lalu membayar ke kasir barang-barang yang sudah dipilih oleh pembeli.

### 4. Warung Kelontong

Warung kelontong yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu warung-warung yang menjual berbagai keperluan sehari-hari yang berada pada Kecamatan Sukajadi.

## 5. Pendapatan

Pendapatan yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu omset bersih dan omset kotor dalam sebulan yang didapatkan oleh warung kelontong sebelum dan sesudah adanya toko modern yang berada di sekitar warung tersebut.

## 6. Respon Masyarakat

Respon yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu hasil atau kesan yang didapat dari suatu pengamatan tentang subjek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan-pesan tersebut.

## 1.7 Penelitian Terdahulu

**Tabel 1. 3 Penelitian Terdahulu**

No	Nama Penulis	Tahun	Judul	Metode	Hasil Penelitian
1	Fahrul Amri	2017	Analisis Perbandingan Jumlah Keuntungan (Laba) Pedagang Kelontong Setelah Berdirinya Alfamart	Metode Kuantitatif dengan jenis Penelitian, Penelitian Lapangan (Field Research)	Sebelum dan sesudah berdirinya alfamart terjadinya beberapa perubahan bagi Pedagang Kelontong, mulai dari pengeluaran barang dagangan yang berkurang, yang mana rata-rata toko kelontong belanja untuk kebutuhan dagangan sebelum adanya Alfamart dapat mencapai 33 juta perbulan setelah adanya Alfamart mengalami pengurangan menjadi 26 juta perbulan yang membuat profit menjadi lebih sedikit daripada sebelum adanya Alfamart, sebelum adanya Alfamart Toko Kelontong dapat mendapatkan profit mencapai 13 juta perbulan setelah adanya Alfamart menjadi 9 juta perbulan, dan pengeluaran untuk tenaga kerja juga berkurang dikarenakan pengurangan jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan
2	Abdul Kadir Aslam	2017	Pengaruh Pertumbuhan Minimarket Terhadap Minat dan Kebiasaan Belanja Masyarakat di Kelurahan	Deskriptif Kualitatif	Setiap tahun terjadinya pertumbuhan minimarket di Kelurahan Tamamaung Kota Makasar, Pada 2013 ada 5 minimarket, 2014 bertambah 3 gerai, 2015 bertambah 5 gerai, 2016 bertambah 5 gerai, dan 2017 bertambah 1 gerai, jadi total minimarket yang ada di Kelurahan Tamamaung sebanyak 19 Gerai.

			Tamamaung Kota Masar		Lalu untuk hasil dari pengaruh minimarket terhadap kebiasaan belanja masyarakat di Kelurahan Tamamaung memiliki minat dan kebiasaan berbelanja yang tinggi yaitu sebesar 81,92% atau dengan angka aktual mencapai 4916.
3	Sari Wahyu Aramiko	2011	Dampak Pasar Ritel Modern Terhadap Pasar dan Pedagang Ritel Traditional di Kota Tangerang Selatan dan Upaya Penanggulangannya	Deskriptif Kuantitatif	Jumlah Supermarket dan rata-rata pendapatan Pedagang Pasar Traditional memiliki hubungan pengaruh terbalik dimana semakin meningkatnya persebaran Supermarket dari tahun 2005-2010 menyebabkan terjadinya penurunan jumlah rata-rata omset Pedagang Pasar Traditional. Upaya yang dapat dilakukan oleh Pedagang Pasar Traditional dari bermunculannya berbagai Supermarket yaitu dengan cara perbaikan infrastruktur, kebersihan yang memadai, dan kenyamanan lingkungan pasar.
4	Muhammad Imron	2015	Pengaruh Pasar Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Traditional (Studi Kasus Pasar Traditional Andi Tadda Kota Palopo)	Metode Kuantitatif dengan jenis Penelitian, Penelitian Lapangan (Field Research)	Pasar Modern tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Pasar Traditional, hal tersebut dapat dilihat dari 100 pedagang yang ada dan hanya 14 pedagang saja yang terpengaruh oleh keberadaan Pasar Modern, dikarenakan Pasar Modern dan Pasar Traditional memiliki peminat dan kelasnya tersendiri, dan juga Pasar Modern dan Pasar Traditional memiliki cara persaingan yang unik.
5	Cahaya Novita	2018	Dampak Kehadiran Minimarket Terhadap Pendapatan	Survey Lapangan dengan Metode Kualitatif	Pendapatan Pedagang Eceran dan Grosir sebelum hadirnya minimarket cukup stabil, dikarenakan hanya ada persaingan antara Pedagang Eceran dan Grosir, sebelum adanya Minimarket pendapatan

			<p>Pedagang Eceran dan Grosir di Desa Hessa Air Genting Kecamatan Air Batu Kabupaten Asahan</p>	<p>para pedagang 2-5 juta perhari yang dihasilkan oleh 5 pedagang dan 6-10 juta perhari yang dihasilkan oleh 2 pedagang. Namun setelah hadirnya Minimarket terjadi perubahan pendapatan, Para pedagang mengalami penurunan omset, 5 pedagang mengalami penurunan omset sebesar 25%-50% atau 1-3 juta perhari, dan 2 pedagang lainnya mengalami penurunan omset sebesar 15%-20% atau 6-8 juta perhari.</p>
--	--	--	---	---