

**SKRIPSI**

**DAMPAK KEBERADAAN RITEL MODERN TERHADAP EKSISTENSI  
PASAR TRADISONAL PAGESANGAN KECAMATAN MATARAM**

***THE IMPACT OF MODERN RETAIL EXISTENCE ON THE EXISTENCE OF  
THE PAGESANGAN TRADITIONAL MATARAM DISTRICK MARKET***

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Adminitrasi Bisnis (S.AB)

Pada Program Studi Adminitrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Mataram



Oleh :

**IRFAN JAYA**  
NIM: 216120022

**KONSENTRASI ENTERPRENEUR  
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
2020**

**SKRIPSI**

**DAMPAK KEBERADAAN RITEL MODERN TERHADAP EKSISTENSI  
PASAR TRADISONAL PAGESANGAN KECAMATAN MATARAM**

***THE IMPACT OF MODERN RETAIL EXISTENCE ON THE EXISTENCE OF  
THE PAGESANGAN TRADITIONAL MATARAM DISTRICK MARKET***

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Adminitrasi Bisnis (S.AB)

Pada Program Studi Adminitrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Mataram



Oleh :

**IRFAN JAYA**  
NIM: 216120022

**KONSENTRASI ENTERPRENEUR  
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
2020**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**DAMPAK KEBERADAAN RITEL MODERN TERHADAP EKSISTENSI  
PASAR TRADISIONAL PAGESANGAN KECAMATAN MATARAM**

**OLEH :**

**IRFAN JAYA**  
**216120022**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk penelitian dan penyusunan skripsi pada  
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Mataram

Telah Mendapat Persetujuan Pada Tanggal, 18 Agustus 2020

**Menyetujui**

**Pembimbing I**



**Drs. Amil, MM**  
**NIDN.0831126204**

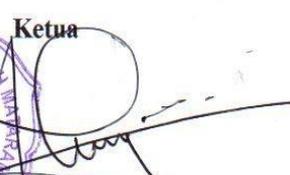
**Pembimbing II**



**Alfian Eikman, S. Sos, M.A**  
**NIDN. 0803048303**

**Mengetahui**

**Ketua Program Studi Administrasi Bisnis**

**Ketua**  
  
**Lalu Hendra Maniza, S.Sos, MM**  
**NIDN.0828108404**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**DAMPAK KEBERADAAN RITEL MODERN TERHADAP EKSISTENSI  
PASAR TRDISIONAL PAGESANGAN KECAMATAN MATARAM**

**OLEH :**

**IRFAN JAYA**

**216120022**

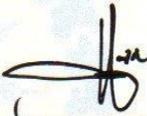
Naskah skripsi ini telah diuji dan dipertahankan dalam sidang ujian yang diselenggarakan :

**Mataram 18 Agustus 2020**

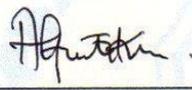
Dinyatakan Telah Dapat Diterimah Sebagai Salah Satu Syarat Ujian Memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Bisnis (S.AB) Diprogram Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Mataram.

Tim Penguji

**Drs. Amil, MM**  
**NIDN. 083112604**

(PU)  \_\_\_\_\_

**Alfian Eikman, S. Sos, MA.**  
**NIDN. 0803048303**

(PP)  \_\_\_\_\_

**Drs. H. Darmansyah, M. Si**  
**NIDN. 0008075914**

(PN)  \_\_\_\_\_

**Mengetahui**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Politik**  
**Universitas Muhammadiyah Mataram**  
**Dekan,**



**Dr. H. Muhammad Ali, M.Si.**  
**NIDN:0806066801**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : IRFAN JAYA  
Nim : 216120022  
Jenjang : S- 1 (Stara 1)  
Prodi : Ilmu Administrari Bisnis  
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Judul Skripsi : “Dampak Keberadaan Ritel Modern Terhadap Eksistensi  
Pasar Tradisional (Studi kasus pada pasar tradisional  
Pagesangan Kecamatan Mataram)”

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Dampak Keberadaan Ritel Modern Terhadap Eksistensi Pasar Tradisional Kecamatan Mataram” adalah hasil karya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya yang tulis atau yang di terbitkan orang lain kecuali sebagai acuan dan di kutip dengan mengikuti tata penulis karya ilmiah yang lazim. Apabila ternyata terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, hal tersebut menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sadar dan tapa rekayasa dari pihak-pihak manapun.

Mataram, 18 Agustus 2020

METERAI  
TEMPEL  
48321AHF58548714  
6000  
ENAM RIBU RUPIAH  
IRFAN JAYA  
NIM. 216120022



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM

UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. K.H.A. Dahlan No. 1 Mataram Nusa Tenggara Barat

Kotak Pos 108 Telp. 0370 - 633723 Fax. 0370-641906

Website : http://www.lib.ummat.ac.id E-mail : upt.perpusummat@gmail.com

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : IRFAN JAYA
NIM : 216120022
Tempat/Tgl Lahir : SUNGAWA 26-04-1996
Program Studi : ADMINISTRASI B.SNIS
Fakultas : FISIPOL
No. Hp/Email : 085-230-832-540
Jenis Penelitian : [X]Skripsi [ ]KTI [ ]

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram hak menyimpan, mengalih-media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Repository atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta atas karya ilmiah saya berjudul:

DAMPAK KEBERADAAN BTEL MODEREN TERHADAP EKISTENSI PASAR TRADISIONAL (Studi kasus: p.d.i. pasar Pagersangan Kecamatan Mataram.)

Segala tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Dibuat di : Mataram

Pada tanggal : 26-08-2020

Penulis

METERAI TEMPEL CDC38AHF595487136 6000 ENAM RIBURUPIAH IRFAN JAYA NIM. 216120022

Mengetahui, Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT

[Signature]

Skandar, S.Sos.,M.A. NIDN. 0802048904

## MOTTO

“ Sesungguhnya Allah tidak akan merubah keadaan suatu kaum sehinga mereka merubah keadaan yang ada pada dirimereka sendiri”

-QS. Ar Ra' d : 11-

“Pendidikan itu tidak membuat orang pitar, tetapi membuat orang yang ingin pitar bisa menjadi pintar”

-Mohtar Mas'oed-

“Sekarang kita memang anak singga tapi suatu saat nanti kita akan menjadi Raja Rimba”

-Anak Kuliah-

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini dengan mulia, penulis persembahkan kepada sayap-sayap malaikat tuhan yang penuh kasih menyulam jutaan rasa demi kebahagiaan kehidupan. Untuk mu kedua orang tua ku, Bapak Rais c dan Ibunda Warinang terimakasih menyertai lautan doa untuk keringat letih dan dan jerih payahmu, Dan untuk semua teman-temanku, dan sahabat ku yang tidak bisa kusebutkan satu-satu, terimakasih untuk selalu ada disaat saya butuh bantuan.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya serta telah memberikan petunjuk serta kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang sederhana ini. Tidak lupa pula penulis panjatkan shalawat beserta salam kepada Nabi Muhammad SAW serta para sahabat dan keluarga beliau yang telah membawa umat manusia dari alam kebodohan ke alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti sekarang ini.

Pembaca yang budiman, proposal skripsi ini membahas tentang ***Dampak keberadaan ritel modern terhadap eksistensi pasar tradisional Pagesangani Kecamatan Mataram.***

Penulis menyadari bahwa penulisan proposal skripsi ini terdapat banyak kekurangan, dan jauh dari kata kesempurnaan. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki penulis.

Dalam penyelesaian skripsi ini dan selama mengikuti pendidikan sarjana, penulis telah banyak menerima uluran tangan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram, Bapak Dr.H. Arsyad A. Gani, M.Pd
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Univeristas Muhammadiyah Mataram, Bapak Dr. H. Muhammad Ali, M.Si

3. Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram Bapak Lalu Hendra Maniza, S.Sos.,MM.
4. Bapak Drs. Amil,MM. Selaku Dosen Pembimbing Utama sekaligus sebagai orang tua dan sumber motivasi bagi penulis.
5. Bapak Alfian Eikman,S.Sos,M.A.Selaku Dosen Pembimbing pendamping sekaligus sebagai mentor terbaik dan sumber motivasi bagi penulis
6. Seluruh staf pengajar dan karyawan di lingkungan Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
7. Kepada rekan-rekan seperjuangan yang telah bersama selama berada di perguruan tinggi Universitas Muhammadiyah Mataram.
8. Kedua orang tua tercinta Bapak dan Ibu yang telah memberikan kasih sayang, peluh kasih, cinta dan doa yang teramat tulus hingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini.

Besar harapan, proposal skripsi ini mampu menjadi sumber referensi yang akurat dalam memperluas khasanah ilmu pengetahuan yang bermanfaat.

Akhir kata Semoga Allah Swt meridhoi segala usaha dan langkah kita semua.  
Amin.

**Mataram, Agustus 2020**

**Penulis**

**Irfan Jaya**

**DAMPAK KEBERADAAN RITEL MODERN TERHADAP EKSISTENSI PASAR  
TRADISIONAL PAGESANGAN KECAMATAN MATARAM**

**OLEH  
IRFAN JAYA  
216120022**

**ABSTRAK**

Keuntungan, pendapatan dan jumlah pembeli di pasar tradisional Pagesangan sebelum dan sesudah hadirnya ritel modern (Niaga dan Alfamart) di Kecamatan Mataram. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jumlah pendapatan, keuntungan dan pembeli di tradisional Pagesangan jumlah pedagang yang ada di pasar Pagesangan 500 orang yang menjual kebutuhan rumah tangga. Pasar tradisional Pagesangan menjual barang- barang yang sama dengan di ritel modern dan sampel sebanyak 30 orang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terjadi penurunan atau kenaikan yang signifikan bahkan cenderung stabil terhadap rata-rata jumlah keuntungan, pendapatan dan pembeli di pasar tradisional Pagesangan sebelum dan sesudah hadirnya ritel modern di Kecamatan Mataram jika dilihat berdasarkan data angka kasar yang didapatkan di lapangan. Sedangkan hasil analisis statistik menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan keuntungan, pendapatan dan jumlah pembeli yang signifikan bahkan cenderung stabil di pasar tradisional Pagesangan dari sebelum dan sesudah hadirnya Niaga dan Alfamart di Kecamatan Mataram.

**Kata Kunci: Keuntungan, Pendapatan, Jumlah Pembeli**

**THE IMPACT OF MODERN RETAIL EXISTENCE ON TRADITIONAL MARKET EXISTENCE**

**(A case study at the Pagesangan Traditional Market, Mataram District)**

**BY IRFAN JAYA  
21612022**

**ABSTRACT**

This study is about Profits, income and number of buyers in the Pagesangan traditional market before and after the arrival of modern retail (Niaga and Alfamart) in Mataram District. This study aims to determine the amount of income, profit and buyers in Pagesangan traditional market. The number of merchants in the Pagesangan market is 500 people who sell household necessities. The Pagesangan traditional market sells the same items as modern retailers and a sample of 30 people. The results showed that there was no significant decrease or increase, even tended to be as stable as the average number of profits, income and buyers in the Pagesangan traditional market before and after the presence of modern retail in Mataram District viewed based on the data obtained in the field. Meanwhile, the results of statistical analysis show that there are no differences in profits, income and the number of buyers which are relatively stable and even tend to be as durable in the Pagesangan traditional market both before and after the presence of Niaga and Alfamart in Mataram District.

**Keywords:** Profits, Income, Number of Buyers

MENGESAHKAN  
SALINAN FOTO COPY SESUAI ASLINYA  
MATARAM

KEMENTERIAN KEMAHAMATAN  
KOTA MATARAM

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PEGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>vi</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Penelitian.....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>7</b>
2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	7
2.2 Landasan Teori.....	9
2.2.1 Ritel Modern .....	9
2.2.2.Pengertian Pasar.....	12
2.2.3 Pasar Tradisional.....	14

2.2.4 Persaingan Pasar Tradisional dan Ritel Modern .....	17
2.3 Kerangka Berpikir .....	20
2.4 Hipotesa.....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>22</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	22
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	22
3.3 Sumber Data.....	22
3.3.1 Data Primer .....	22
3.3.2 Data Sekunder.....	23
3.4 Populasi dan Sampel .....	23
3.4.1 Populasi .....	23
3.4.2 Sampel.....	23
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.6 Teknik Analisis Data .....	25
3.7 Definisi Operasional Variabel.....	25
3.7.1 Eksistensi Pasar Tradisional.....	26
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>27</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	27
4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	27
4.1.2 Struktur Organisasi Pasar Pagesangan .....	28
4.2 Hasil Penelitian .....	29
4.2.1 Karakteristik Responden .....	29
4.2.2 Aktivitas Usaha Responden .....	32
4.2.3 Gambaran Sebelum dan Sesudah Hadirnya Ritel Modern.....	35
Keuntungan, Pendapatan dan Jumlah Pembeli di Pasar	
Tradisional Sebelum dan Sesudah	

Hadirnya Niaga (2013).....	36
Keuntungan, Pendapatan dan Jumlah Pembeli di Ritel Tradisional Sebelum dan Sesudah Hadirnya Alfamart (2014).....	38
Uji Prasyarat Analisis <i>Paired Sample T-test</i> .....	40
1. Uji Normalitas .....	41
2. Uji Homogenitas .....	46
3. Uji Linearitas .....	51
Pengujian Hipotesis dengan Analisis <i>Paired Sample Ttest</i> ....	52
Analalisis <i>Paired Sample T-test</i> Keuntungan, Pendapatan dan Jumlah Pembeli Sebelum dan Sesudah Hadirnya Niaga .....	52
Analalisis <i>Paired Sample T-test</i> Keuntungan, Pendapatan dan Jumlah Pembeli Sebelum dan Sesudah Hadirnya Alfamart .....	54
4.3 Pembahasan .....	56
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>57</b>
5.1 Kesimpulan .....	57
5.2 Saran .....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2 Perbedaan Pasar Tradisional Dengan Ritel Modern

Tabel 3.1 Definisi Oprasional Variabel

Tabel 4.1 Disteribusi Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.2 Distribusi Usia Responden

Tabel 4.3 Distribusi Karakteristik Pengalaman Responden

Tabel 4.4 Aktivitas Usahan Responden

Tabel 4.5 Jumlah Produk yang Tersedia, Jumlah Produk

Terlaku dan Pembeli di Pasar Tradisional

Tabel 4.6 Keuntungan, Pendapatan dan Jumlah Pembeli di Pasar

Tradisional Sebelum dan Sesudah Hadirnya Niaga (2013)

Tabel 4.7 Keuntungan, Pendapatan dan Jumlah Pembeli di Pasar

Tradisional Sebelum dan Sesudah Hadirnya Alfamart (2014)

Tabel 4.8 Hasil Perhitungan Normalitas Data Penelitian Keuntungan

Sebelum dan Sesudah Hadirnya Niaga

Tabel 4.9 Hasil Perhitungan Normalitas Data Penelitian Pendapatan

Sebelum dan Sesudah Hadirnya Niaga

Tabel 4.10 Hasil Perhitungan Normalitas Data Penelitian Jumlah Pembeli

Sebelum dan sesudah hadirnya Niaga

Tabel 4.11 Hasil Perhitungan Normalitas Data Penelitian Keuntungan

Sebelum dan Sesudah Hadirnya Alfamart

Tabel 4.12 Hasil Perhitungan Normalitas Data Penelitian Pendapatan

Sebelum dan Sesudah Hadirnya Alfamart

Tabel 4.13 Hasil Perhitungan Normalitas Data Penelitian Jumlah Pembeli

Sebelum dan sesudah hadirnya Alfamart

Tabel 4.14 Hasil Pengujian Homogenitas Varian Data Penelitian Keuntungan

Sebelum dan Sesudah Hadirnya Niaga

Tabel 4.15 Hasil Pengujian Homogenitas Varian Data Penelitian Pendapatan

Sebelum dan Sesudah Hadirnya Niaga

Tabel 4.16 Hasil Pengujian Homogenitas Varian Data Penelitian Jumlah

Pembeli Sebelum dan Sesudah Hadirnya Niaga

Tabel 4.17 Hasil Pengujian Homogenitas Varian Data Penelitian Keuntungan

Sebelum dan Sesudah Hadirnya Alfamart

Tabel 4.18 Hasil Pengujian Homogenitas Varian Data Penelitian Pendapatan

Sebelum dan Sesudah Hadirnya Alfamart

Tabel 4.19 Hasil Pengujian Homogenitas Varian Data Penelitian Jumlah

Pembeli Sebelum dan Sesudah Hadirnya Alfamart

Tabel 4.20 Hasil Analisis *Paired Sample T-test* Keuntungan Sebelum

Dan Sesudah Hadirnya Niaga

Tabel 4.21 Hasil Analisis *Paired Sample T-test* Pendapatan Sebelum

Dan Sesudah Hadirnya Niaga

Tabel 4.22 Hasil Analisis *Paired Sample T-test* Jumlah Pembeli Sebelum

Dan Sesudah Hadirnya Niaga

Tabel 4.23 Hasil Analisis *Paired Sample T-test* Keuntungan Sebelum

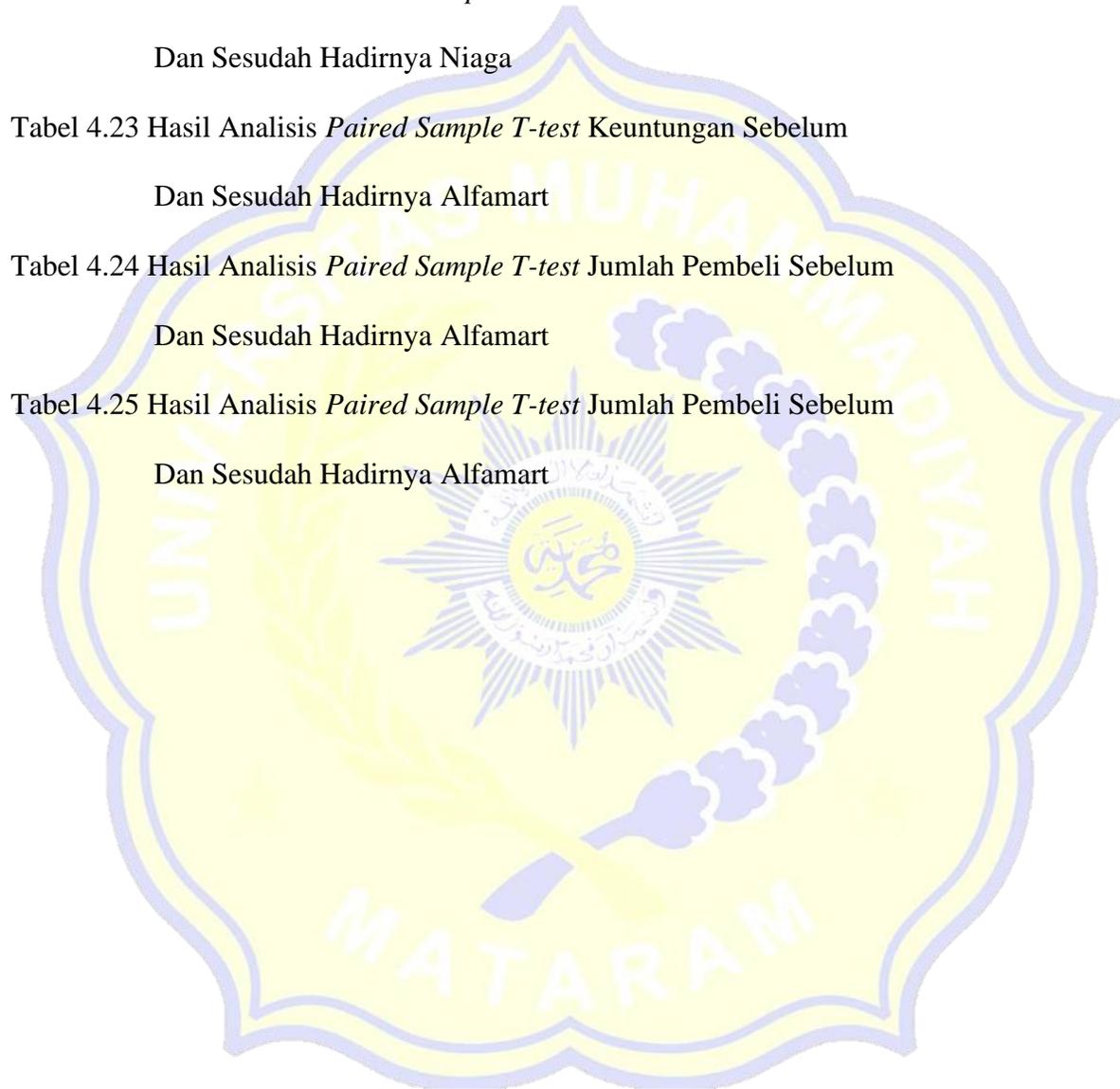
Dan Sesudah Hadirnya Alfamart

Tabel 4.24 Hasil Analisis *Paired Sample T-test* Jumlah Pembeli Sebelum

Dan Sesudah Hadirnya Alfamart

Tabel 4.25 Hasil Analisis *Paired Sample T-test* Jumlah Pembeli Sebelum

Dan Sesudah Hadirnya Alfamart

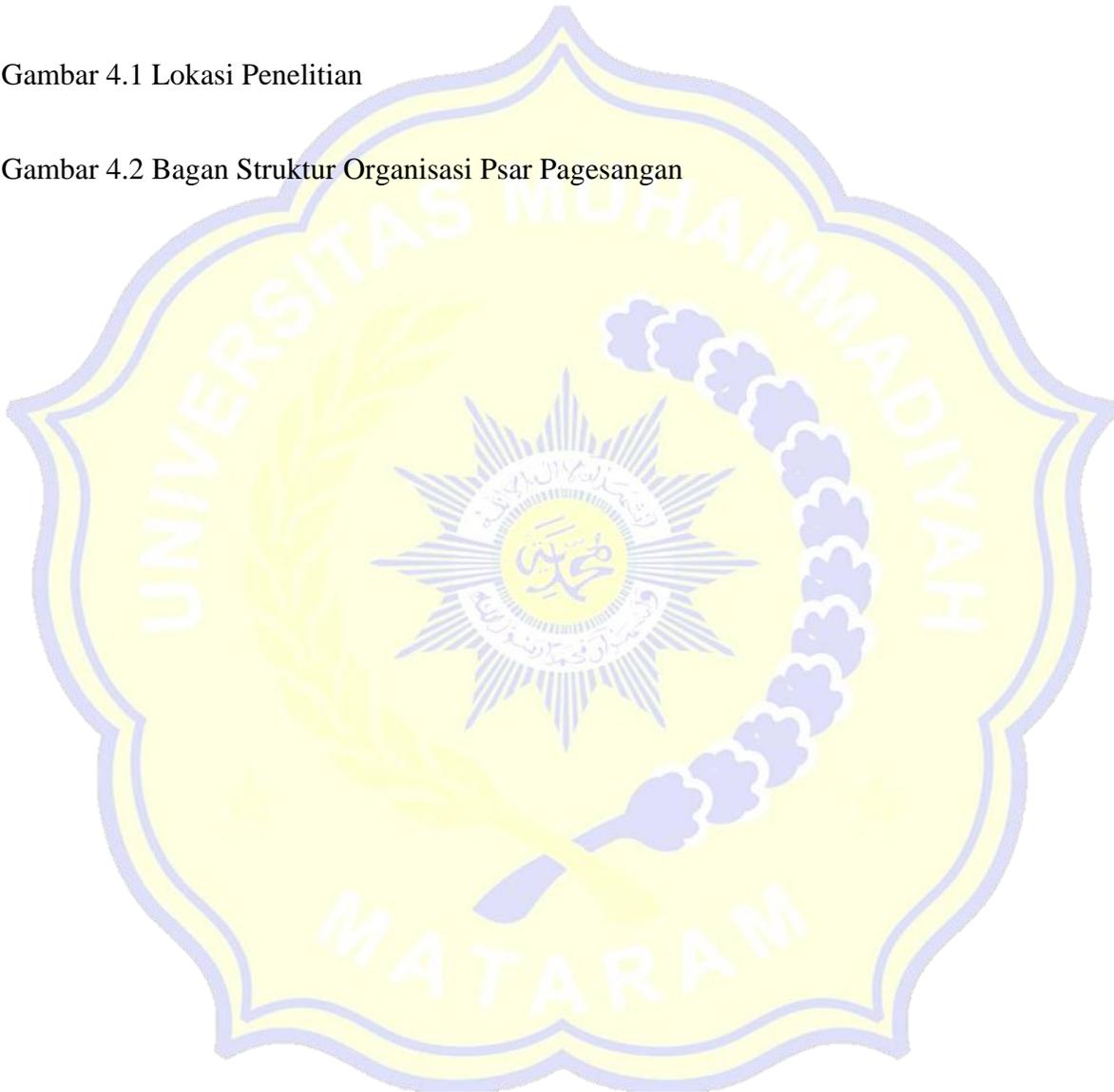


## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

Gambar 4.1 Lokasi Penelitian

Gambar 4.2 Bagan Struktur Organisasi Psar Pagesangan



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Seiring dengan berkembangnya zaman, bisnis ritel di Indonesia semakin berkembang. Semakin berkembangnya bisnis ritel di Indonesia ini di sebabkan oleh berubahnya tingkat pendapatan dan budaya masyarakat, sehingga membuat kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat. Kebutuhan setiap masyarakat berbeda-beda, tergantung dengan pendapatan yang dimiliki. Bagi masyarakat yang memiliki pendapatan lebih, pasti mereka ingin memiliki produk-produk yang lebih mewah, berbelanja dan menggunakan uangnya di tempat yang bersih, produk-produknya lengkap, tertata rapi dan tidak berdesak-desakan. Dengan demikian, dapat berdampak positif terhadap bisnis ritel dan khususnya adalah ritel modern.

Keberadaan ritel modern saat ini tidak hanya tertuju kepada masyarakat kelas menengah keatas, tetapi juga mulai tertuju pada masyarakat kelas menengah ke bawah. Dahulu ritel modern hanya terdapat di perkotaan-perkotaan besar seperti Jakarta, Surabaya, Medan dan daerah perkotaan lainnya, akan tetapi sekarang telah masuk dan berkembang di daerah kabupaten dan kecamatan di desa-desa.

Menurut catatan Federasi Organisasi Pedagang Pasar Indonesia (FOPPI) bahwa telah terjadi penyusutan jumlah pasar tradisional sebesar 8% pertahun di seluruh Indonesia (Utomo, 2011:104), sedangkan jumlah pasar

modern di Indonesia tumbuh 31,4% per tahun. Jika kondisi ini semakin dibiarkan, maka dapat membuat para pedagang kecil akan kehilangan mata pencahariannya. Pasar tradisional mungkin akan tersingkirkan secara perlahan dan dapat membuat tenggelam seiring dengan perkembangan dunia ritel saat ini yang di dominasi oleh ritel modern.

Selain itu, dalam sebuah artikel Marketing *online*, Gozali (2013:1) berpendapat bahwa jumlah ritel modern di Indonesia pada tahun 2007-2012 mengalami pertumbuhan rata-rata 17,57% per tahun. Jumlah usaha ritel di Indonesia hanya sebanyak 10.365 gerai pada tahun 2007, dan kemudian meningkat sebanyak 7.787 gerai pada tahun 2011 menjadi 18.152 gerai yang tersebar di seluruh Indonesia. Menurut catatan Asosiasi Perusahaan Ritel Indonesia.

(Gozali, 2013;10), bahwa pertumbuhan bisnis ritel di Indonesia berkisar antara 10%-15% per tahun. Pertumbuhan jumlah gerai dibarengi dengan meningkatnya jumlah penjualan, dimana penjualan ritel yang hanya sebesar Rp 49 triliun pada tahun 2006 dan pada tahun 2011 meningkat tajam hingga mencapai Rp120 triliun per tahun.

Menurut (Purwanto,2012:116), meningkatnya jumlah dan penjualan ritel modern disebabkan oleh urbanisasi yang dapat mempercepat pertumbuhan penduduk di daerah perkotaan serta dapat meningkatkan pendapatan perkapita. Urbanisasi merupakan suatu kegiatan perpindahan penduduk dari desa atau daerah perkampungan ke kota besar. Sehingga

berdampak terhadap peningkatan jumlah dan penjualan di ritel modern. Selain itu, (Purwanto, 2012:127), juga menyebutkan bahwa enam tahun berjalan yaitu dari tahun 1998 hingga 2003, *hypermarket* tumbuh 27% per tahun yaitu dari 8 menjadi 49 gerai di seluruh Indonesia. Pedagang pasar tradisional yang menjual produk yang sama dengan yang dijual di *supermarket* dan *hypermarket*, akan terkena dampak dari keberadaan *supermarket* dan *hypermarket*. Akan tetapi, pedagang ritel tradisional yang menjual makanan segar seperti sayuran, buah-buahan dan ikan, tidak terlalu terkena dampak dari kehadiran *supermarket* dan *hypermarket* tersebut dan masih bisa bersaing, karena pembeli masih lebih suka berbelanja di pasar tradisional.

Saat ini di Kecamatan Mataram sudah mulai bermunculan ritel modern yang dibangun sangat dekat dengan pasar tradisional Pagesangan salah satunya adalah:

1. Niaga yang mulai beroperasi pada tahun 2013.

Niaga berlokasi di JL Seriwijaya NO 80, Kecamatan Mataram yang mulai beroperasi pada tahun 2013, jarak Niaga dengan pasar tradisional Pagesangan cukup dekat yaitu sekitar 1,6 KM. Niaga menjual Berbagai jenis barang di perjual belikan di Niaga. Mulai dari penjualan makanan dan minuman kemasan, perlengkapan kamar mandi seperti sabun, shampo, pasta gigi, sikat gigi, deterjen, dan lain sebagainya. Disana juga menjual perlengkapan dapur seperti kecap, saus, minyak goreng, gula, garam, dan

telur, ada perlengkapan kosmetik. Tidak hanya itu saja, di Niaga juga anak menjual perlengkapan anak-anak seperti popok, juga menjual mainan dan pakaian anak-anak, pakaian lakilaki dan perempuan dewasa. Juga menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari masyarakat dengan luas area penjualan kurang dari 200m<sup>2</sup>Kemudian di susul juga dengan hadirnya ritel modern lainnya.

## 2. Alfamart yang mulai beroperasi pada tahun 2014.

Alfamart merupakan ritel modern yang berlokasi di JL Gajah Mada NO 32, Jarak antara Alfamart dengan pasar tradisional pagesangan cukup dekat yaitu sekitar kurang lebih 200 M, dari pasar Pagesangan. Di Alfamart hanya menjual produk-produk seperti makanan dan minuman kemasan, perlengkapan kamar mandi, perlengkapan dapur, perlengkapan anak-anak seperti popok bayi dan produk perlengkapan kosmetik. Produk-produk itu semua tertata rapi dan bagus.

Sebagai tempat perbelanjaan, Niaga dan Alfamart memiliki tempat yang cukup strategis yaitu dekat dengan pemukiman penduduk, juga memiliki tempat yang nyaman, bersih, adem, produk-produk yang diperjual belikan tertata rapi serta adanya harga produk yang di diskon. Setelah hadirnya Niaga dan Alfamart di Kecamatan Mataram, masyarakat di Kecamatan Mataram mulai berbelanja kebutuhan sehari-harinya di ritel yang berjenis modern tersebut.

Suasana dan bentuk ritel modern dan pasar tradisional jauh berbeda. Pada pasar tradisional, barang-barang yang diperjual belikan tidak tertata rapi, suasananya panas, berdesakan, tidak ada diskon dan lain-lain. Sedangkan di ritel modern, barang-barang yang diperjualbelikan tersusun rapi, teratur, suasana dingin, ada harga diskon, tempatnya bagus.

Berdasarkan uraian dan permasalahan tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang permasalahan tersebut dalam bentuk proposal skripsi yang berjudul “Dampak Keberadaan Ritel Modern Terhadap Eksistensi Pasar Tradisional (Studi kasus di pasar tradisional Pagesangan Kecamatan Mataram)”.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas dapat di ketahu masalah yaitu: “Bagaimana dampak keberadaan ritel modern terhadap eksistensi pasar tradisional Pagesangan Kecamatan Mataram”?

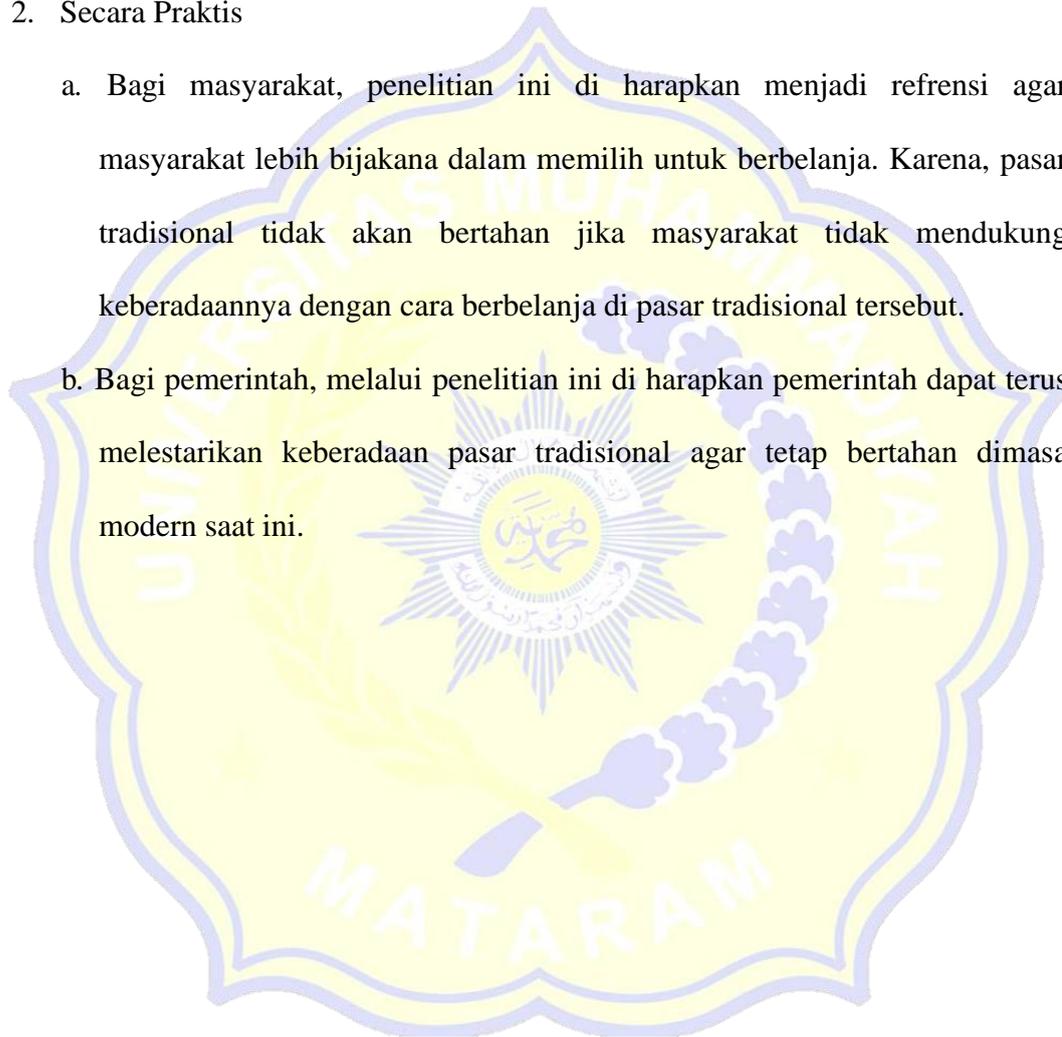
### **Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana dampak keberadan ritel modern terhadap eksistensi pasar tradisional Pagesangan setelah adanya ritel modern di Kecamatan Mataram.

### **Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan di atas, maka penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Secara teoritis, hasil dari penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat bagi semua elemen untuk mengembangkan ilmu pengetahuannya dalam dunia perekonomian berkaitan tentang pentingnya keberadaan pasar tradisional di era globalisasi saat ini.
2. Secara Praktis
  - a. Bagi masyarakat, penelitian ini di harapkan menjadi refrensi agar masyarakat lebih bijakana dalam memilih untuk berbelanja. Karena, pasar tradisional tidak akan bertahan jika masyarakat tidak mendukung keberadaannya dengan cara berbelanja di pasar tradisional tersebut.
  - b. Bagi pemerintah, melalui penelitian ini di harapkan pemerintah dapat terus melestarikan keberadaan pasar tradisional agar tetap bertahan dimasa modern saat ini.



**BAB II**  
**LANDASAN TEORI**

**2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan**

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu yang Relevan**

No	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Variabel Penelitian	Alat Analisi	Hasil Penelitian
1	Endi Sarwoko (2008)	Dampak keberadaan pasar modern terhadap kinerja pedagang pasar tradisional di Wilayah Kabupaten Malang.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Omset</li> <li>• Keuntungan</li> <li>• Jumlah tenaga kerja</li> </ul>	Uji beda sampel berpasangan ( <i>paired sampel test</i> )	Setelah beroperasinya Alfamart dan Indomaret di sekitar pasar tradisioanl, mengalami penurunan di bandingkan dengan tahun sebelumnya.
2	Agus Susilo (2009)	Dampak keberadaan pasar modern terhadap usaha ritel koperasi/waserda dan pasar tradisional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Omset</li> <li>• Keuntungan</li> <li>• Jumlah tenaga kerja</li> </ul>	<i>Difference – in – difference.</i>	Keberadan pasar modern berdampak terhadap omset dimana telah terjadi penurunan sebesar 8%

3	Safitri (2011)	Dampak ritel modern terhadap kesejahteraan penjual tradisional Taggeranf	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jumlah pendapatan</li> <li>• Kondisi kesejahteraan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analisis SWOT</li> <li>• Metode <i>difference-inference</i> (DID)</li> </ul>	Keberadaan ritel modern berdampak turunya omset dan kesejahteraan penjual di pasar Taggerang
---	-------------------	--	--	---	--

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu di atas, dapat di simpulkan bahwa keberadaan ritel modern berdampak terhadap keberlangsungan di pasar tradisional.

Berdasarkan pembahasan tersebut, penelitian ini berbeda dengan apa yang sudah pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Adapun yang menjadi perbedaannya adalah. Penelitian ini menggunakan metode *ex post facto* dengan pendekatan kuantitatif. Di karnakan penelitan *ex post facto* merupakan suatu penelitian yang dilakukan dengan cara menentukan akibat lalu menemukan sebab. Penelitian *ex post facto* juga dapat didefinisikan dengan “penelitian yang dilakukan untuk meneliti peristiwa yang telah terjadi yang kemudian merunut ke belakang untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat menimbulkan kejadian tersebut.

## Landasan Teori

### Ritel Modern

Kata ritel berasal dari Bahasa, Prancis yaitu *Ritellier* yang berarti memecah sesuatu atau memotong. Menurut Sujana (2005:19), ritel atau *retail* secara harfiah adalah “eceran atau perdagangan eceran, dan peritel/*retailer* di artikan sebagai pengecer atau pengusaha perdagangan eceran”. Sedangkan menurut Umar (2005:112), usaha eceran/*retailing* adalah suatu kegiatan penjualan barang dan jasa yang di lakukan oleh penjual kepada konsumen akhir untuk di konsumsi sendiri dan bukan untuk dijual lagi.

Menurut (Suryadarma. 2007:90), ritel modern adalah dimana barang diperjual belikan dengan harga pas, dengan pelayanan yang baik dan serta banyaknya pilihan produk yang tersedia di ritel modern. Tempat berlangsungnya ritel ini adalah di mall dan tempat-tempat modern lainnya. Barang yang dijual memiliki variasi jenis yang beragam. Selain menyediakan barang-barang lokal, ritel modern juga menyediakan barang impor. Barang yang dijual mempunyai kualitas yang relatif lebih terjamin karena melalui penyeleksian terlebih dahulu secara ketat sehingga barang yang *rijek*/tidak memenuhi persyaratan klasifikasi akan ditolak.

Ritel merupakan bagian terpenting dalam kegiatan rantai konsumsi. Karena ritel dapat diartikan sebagai usaha eceran yaitu semua jenis usaha

yang secara langsung mengarahkan kemampuan pemasarannya untuk memuaskan konsumen akhir.

Bisnis ritel merupakan suatu kegiatan penjualan barang yang dilakukan secara eceran pada berbagai tipe gerai, seperti pasar, kios, *department store*, butik dan lain-lain yang umumnya dipergunakan langsung oleh pembeli yang bersangkutan.

Ritel modern merupakan pengembangan dari ritel tradisional. Ritel modern merupakan suatu pasar yang berfungsi sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu pelayanan yang bagus kepada para konsumen serta menggunakan manajemen modern, canggih dan profesional dan biasanya berlokasi di kawasan perkotaan.

Regulasi pemerintah mengenai bisnis ritel di berlakukan (Perpres RI No. 112 Tahun 2007) tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Ritel Modern. Ritel modern adalah ritel dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk *Minimarket, Supermarket, Department Store, Hypermarket* ataupun grosir yang berbentuk Perkulakan. Ritel modern ini diwakili oleh Carrefour, Ramayana, Indomaret, Alfamart dan sebagainya.

Dalam Pasal 6 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 70/M-DAG/PER/12/2013 Peraturan Menteri ini tentang Pedoman Penataan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, disebutkan bahwa luas lantai penjualan toko modern meliputi:

- a. Minimarket, kurang dari  $400\text{ m}^2$  (empat ratus meter persegi)
- b. Supermarket, lebih dari  $400\text{ m}^2$  (empat ratus meter persegi)
- c. Department Store, lebih dari  $400\text{ m}^2$  (empat ratus meter persegi)
- d. Hypermarket, lebih dari  $5.000\text{ m}^2$  (lima ribu meter persegi)
- e. Perkulakan, lebih dari  $5.000\text{ m}^2$  (lima ribu meter persegi)

Menurut Utomo (2011:101), ritel modern yang terdiri dari *minimarket, supermarket, hypermarket dan department store* dapat didefinisikan sebagai berikut:

1. *Minimarket* adalah toko berukuran relatif kecil. Pada kelompok ini, hanya terdapat dua pemain besar yaitu Indomaret dan Alfamart.
2. *Supermarket* adalah bentuk toko ritel yang operasinya cukup besar. Toko modern ini menjual segala macam kebutuhan seperti makanan, minuman, pasta gigi, sabun mandi, pakaian, serta produk-produk non-food seperti mainan, majalah dan lain-lain.
3. *Department store* (toko serba ada) adalah toko eceran modern yang berskala besar yang pengelolaannya di pisah dan dibagi menjadi bagian yang menjual pakaian wanita, pakaian pria, pakaian anak-anak dan lain-lain. *Department store* mempunyai luas lantai penjualan kira-kira  $400\text{ m}^2$ .
4. *Hypermarket* adalah jenis toko modern yang memiliki luas lantai penjualan lebih dari  $5.000\text{ m}^2$  sehingga lebih luas di bandingkan

dengan supermarket. Jumlah jenis barang yang dijual di *hypermarket* sangat besar (lebih dari 50.000 item) dan meliputi banyak jenis produk. Barang-barang yang di tawarkan meliputi produk grosiran, minuman, *hardware*, bahan bangunan, perabot rumah tangga dan juga *furniture*.

Menurut Utomo (2011:104) disebutkan bahwa, pada kelompok ini hanya 3 ritel yang menguasai 88,5% pangsa omset *hypermarket* di Indonesia dari 5 ritel. Tiga ritel utama itu adalah Carrefour yang telah menguasai lebih kurang 50% pangsa omset, Hypermart (Matahari Putra Prima) dengan pangsa 22,1% dan Giant (Hero Grup) dengan 18,5% *hypermarket* yang ada di seluruh Indonesia.

### **Pengertian Pasar**

Pada dasarnya, pasar dapat diartikan sebagai tempat bertemunya antara penjual dan pembeli untuk melakukan suatu transaksi jual beli barang dan jasa. Pengertian pasar berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 112 Pasal 1 Tahun 2007 mendefinisikan pasar sebagai area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai Pusat Perbelanjaan, Pasar Tradisional, Pertokoan, *Mall*, Plaza, Pusat Perdagangan maupun sebutan lainnya.

Menurut Dahl dan Hammond (Widodo, 2013:27), “pasar adalah sebagai suatu lingkungan atau ruang tempat kekuatan permintaan dan penawaran bekerja untuk menentukan atau memodifikasi harga sehingga

terjadi pertukaran kepemilikan barang dan jasa serta adanya fakta kegiatan fisik dan institusional”. Pasar juga dapat diartikan sebagai tempat untuk mengadakan transaksi pertukaran benda-benda, jasa ekonomi dan uang, yang di dalamnya terdapat komunikasi dan interaksi yang terjadi antara penjual dan pembeli sehingga nantinya akan tercipta suatu harga berdasarkan kesepakatan bersama.

Berdasarkan beberapa pengertian pasar diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pasar merupakan suatu tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli dimana penjual nantinya akan mendapatkan imbalan pendapatan dan pembeli memperoleh barang dan jasa yang diinginkan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya melalui kesepakatan harga bersama.

Pasar memiliki tiga fungsi (Saraswati dkk, 211:87), yaitu (1) fungsi distribusi, (2) fungsi pembentukan harga, dan (3) fungsi promosi. Ketiga fungsi pasar tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### 1. Fungsi Distribusi

Pasar berperan sebagai penyalur barang dan jasa dari produsen ke konsumen melalui transaksi jual beli. Pihak produsen menyalurkan hasil produksinya melalui perantara atau pedagang di pasar.

#### 2. Fungsi Pembentukan Harga

Penjual yang melakukan penawaran barang dan pembeli yang melakukan permintaan atas barang yang dibutuhkannya melalui transaksi

jual beli dengan kesepakatan harga terlebih dahulu, biasanya harga yang dikehendaki penjual, lebih tinggi daripada yang diinginkan oleh pembeli, tetapi akhirnya harus ada harga yang disepakati bersama agar transaksi terjadi.

### 3. Fungsi promosi

Pasar juga dapat digunakan untuk memperkenalkan produk baru dari produsen kepada calon konsumennya. Dengan berbagai media, pasar melakukan promosi agar calon konsumen tertarik dengan barang yang di

#### **Pasar Tradisional**

Pasar Tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi, dalam hal mana organisasi pasar yang ada masih sangat sederhana, tingkat efisiensi dan spesialisasi yang rendah, lingkungan fisik yang kotor dan pola bangunan yang sempit (Aryani, 2011:169). Pasar tradisional dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah.

Dalam Peraturan Menteri Perdagangan No. 53/M-DAG/PER/12/2008 di jelaskan bahwa pasar tradisional adalah pasar yang di bangun dan di kelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, badan usaha milik negara dan badan usaha milik daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang di miliki/di kelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil,

modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar.

Menurut (Aryani.,2011:172), beberapa potensi dan ciri pasar tradisional, yaitu:

1. Kemampuan pasar tradisional dalam menyerap komoditi lokal dari kawasan sekitarnya.
2. Berfungsi sebagai *supplier* untuk berbagai input pertanian, perumahan, serta kebutuhan pokok masyarakat secara luas.
3. Pasar Tradisional memiliki segmentasi pasar tersendiri, yang membedakannya dari ritel modern.
4. Para pedagang yang beroperasi di pasar umumnya kaum wanita sehingga sangat bermanfaat bagi peningkatan kesempatan berusaha untuk kaum wanita, dalam arti wanita umumnya memiliki keunggulan di bandingkan dengan pria dalam melayani konsumen.
5. Potensi pasar akan semakin penting karena *market turn over* yang cukup cepat dengan sistem pembayaran tunai.

Menurut (Ekapribadi. W. 2007:88), kekuatan pasar tradisional dapat di lihat dari beberapa aspek. Aspek-aspek tersebut di antaranya:

1. Harganya yang lebih murah dan bisa di tawar.
2. Dekat dengan permukiman.
3. Memberikan banyak pilihan produk yang segar.

Kelebihan lainnya adalah pengalaman berbelanja yang luar biasa, di mana kita bisa melihat dan memegang secara langsung produk yang umumnya masih sangat segar. Akan tetapi dengan adanya hal tersebut bukan berarti pasar tradisional bukan tanpa kelemahan. Selama ini justru pasar tradisional lebih di kenal kelemahannya (Ekapribadi. W. 2007:90).

Kelemahan itu antara lain adalah kesan bahwa pasar terlihat becek, kotor, bau dan terlalu padat lalu lintas pembelinya. Di tambah lagi ancaman bahwa keadaan sosial masyarakat yang berubah, di mana wanita di perkotaan umumnya berkarir sehingga hampir tidak memiliki waktu untuk berbelanja ke pasar tradisional (Cadilla. 2011:97).

Selain kelemahan-kelemahan di atas, faktor desain dan tampilan pasar, atmosfir, tata ruang, tata letak, keragaman dan kualitas barang, promosi pengeluaran, jam operasional pasar yang terbatas, serta optimalisasi pemanfaatan ruang jual merupakan kelemahan terbesar pasar tradisional dalam menghadapi persaingan dengan ritel modern (Ekapribadi. W. 2007:90).

Menurut (Sarwoko. 2008:103), permasalahan umum yang di hadapi pasar tradisional. Adalah antara lain:

1. Banyaknya pedagang yang tidak tertampung.
2. Pasar tradisional mempunyai kesan kumuh.
3. Dagangan yang bersifat makanan siap saji mempunyai kesan kurang higienis.

4. Ritel modern yang banyak tumbuh dan berkembang merupakan pesaing serius pasar tradisional.
5. Rendahnya kesadaran pedagang untuk mengembangkan usahanya dan menempati tempat dasaran yang sudah ditentukan.
6. Masih rendahnya kesadaran pedagang untuk membayar retribusi.
7. Masih adanya pasar yang kegiatannya hanya pada hari pasaran.

Dalam hal mata rantai pasokan, 40% pedagang menggunakan pemasok profesional, sementara 60% lainnya mendapatkan barangnya dari pusat-pusat perkulakan. Hampir 90% pedagang membayar tunai kepada pemasok. Keadaan ini berarti bahwa pedagang di pasar tradisional sepenuhnya menanggung resiko kerugian dari usaha dagangannya. Ini berbeda dengan *Supermarket* yang umumnya menggunakan metode konsinyasi atau kredit. Terkait dengan modal usaha, 88% pedagang menggunakan modal sendiri yang berarti minimnya akses atau keinginan untuk memanfaatkan pinjaman komersial untuk mendanai bisnisnya. Hal ini bisa menjadi hambatan terbesar dalam memperluas kegiatan bisnis mereka (Suryadarma, dkk. 2007:98).

### **Persaingan Pasar Tradisional dan Ritel Modern**

Menurut (Adam, Smith,2003:120), dalam suatu negara perekonomian dapat berjalan dengan efektif dan efisien apabila tidak ada campur tangan dari pemerintah. Setiap individu mempunyai kebebasan untuk berusaha dalam meningkatkan ekonominya. Dalam usaha untuk meningkatkan ekonomi,

setiap individu akan berusaha untuk efektif dan efisien menghasilkan produk, sehingga persaingan antar individu terjadi. Dengan persaingan, maka akan membuat produksi, konsumsi, alokasi sumber daya alam, sumber daya manusia, dan modal menjadi efisien.

Perbedaan karakteristik antara pasar tradisional dengan ritel modern dapat di lihat di bawah ini:

**Tabel 2.2**  
**Perbedaan Pasar Tradisional dengan Ritel Modern**

No	Aspek	Pasar Tradisional	Ritel Modern
1.	Harga	Harga tawar-menawar	Harga pasti
2.	Lokasi	Tersebar di kota dan desa	Di daerah perkotaan
3.	Modal	Modal kecil	Modal besar
4.	Manajemen	Manajemen belum profesional	Manajemen modern
5.	Konsumen	Golongan menengah ke bawah	Golongan menengah keatas
6.	Fisik	Kurang baik, ada sebagian baik	Baik dan mewah
7.	Metode pembayaran	Transaksi tunai	Pembayaran dapat menggunakan kartu kredit atau debit
8.	Pemilikan	Di kelola pemerintah	Umumnya di kelola swasta
9.	Promosi	Jarang ada program promosi	Banyak promosi

10.	Bentuk pasar	Pedagang tradisional skala kecil dan skala sedang	
-----	--------------	---	--

Sumber: Hasil Data Penelitian, (Windatria, 2018:22)

Berdasarkan karakteristik diatas, terlihat perbedaan yang besar antara pasar tradisional dengan Ritel modern. Meskipun demikian, perbedaan yang besar tidak menutup kemungkinan adanya persaingan antara Ritel modern dengan pasar tradisional. Persaingan ini terjadi ketika konsumen di hadapkan untuk memilih salah satu diantara keduanya sebagai tempat berbelanja (Soeratno. 2003:89).

Keunggulan dari ritel modern adalah tidak hanya menggunakan strategi harga tetapi juga strategi non-harga. Untuk strategi harga, ritel modern melalui skala ekonominya (*economies of scale*) dapat menjual lebih banyak produk yang berkualitas dengan harga yang lebih murah. Selain itu, ritel modern juga menggunakan strategi limit harga, strategi pemangsaan lewat pemangkasan harga (*predatory pricing*), dan di skriminasi harga antar waktu misalnya *diskon* harga pada hari minggu dan pada waktu tertentu. Sedangkan strategi non-harga antara lain kenyamanan, kebersihan, iklan, pengawasan mutu, informasi harga dapat diakses publik, aneka pilihan pembayaran tunai maupun kredit, iklan, membuka gerai lebih lama khususnya hari minggu, *bundling/tying* (pembelian secara gabungan), dan parkir gratis (Ifah. M. F. R. 2011:55).

Keunggulan yang di miliki oleh ritel modern menjadi kelemahan pasar tradisional. Walaupun memiliki sejumlah kelemahan, pasar tradisional juga memiliki keunggulan yang tidak di miliki oleh ritel modern. Keunggulan pasar tradisional terletak pada harga yang lebih murah, segar dan dapat di tawar serta kentalnya aspek sosial-budaya daerah setempat. Melihat keunggulan pasar tradisional tersebut, perlunya peran pemerintah untuk memberikan perlindungan pasar tradisional dengan melakukan revitalisasi pasar tradisional baik fisik maupun manajemen pengelolaannya (Ekapribadi. W, 2007:120).

### **Kerangka Berfikir**

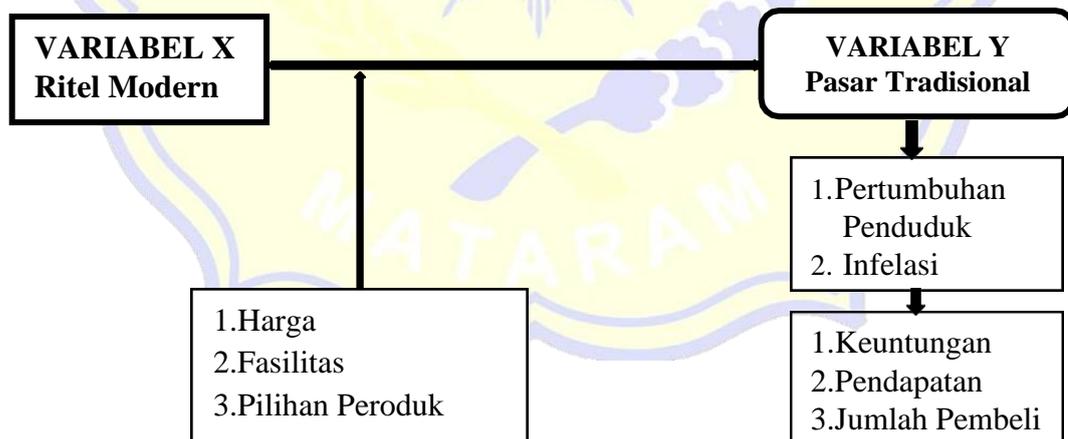
Kerangka berpikir menurut (Sugiyono, 2018:95), mengemukakan bahwa, kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah di identifikasikan sebagai masalah yang penting.

Penelitian ini mengkaji tentang dampak keberadaan ritel modern terhadap eksistensi pasar tradisional Pagesangan Kecamatan Mataram. Keberadaan ritel modern sudah marak ditengah masyarakat Kecamatan Mataram, selain lokasi yang dekat dengan rumah masyarakat ritel modern juga menitik beratkan pada strategi harga, pilihan produk, fasilitas dan pelayanan yang baik. Kenyamanan dalam berbelanja di ritel modern tentu memikat minat pembeli untuk lebih memilih berbelanja di ritel modern.

Keberadaan ritel modern ditengah masyarakat membawa perubahan pada sistem berbelanja. Harga yang dapat dilihat, serta banyaknya pilihan produk yang tersedia, fasilitas yang tersedia sangat lengkap dan pelayanan yang diberikan sangat memuaskan membuat pembeli dimanjakan oleh kelebihan yang diberikan ritel modern.

Di bawah ini adalah bentuk kerangka pemikirannya:

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Berfikir**



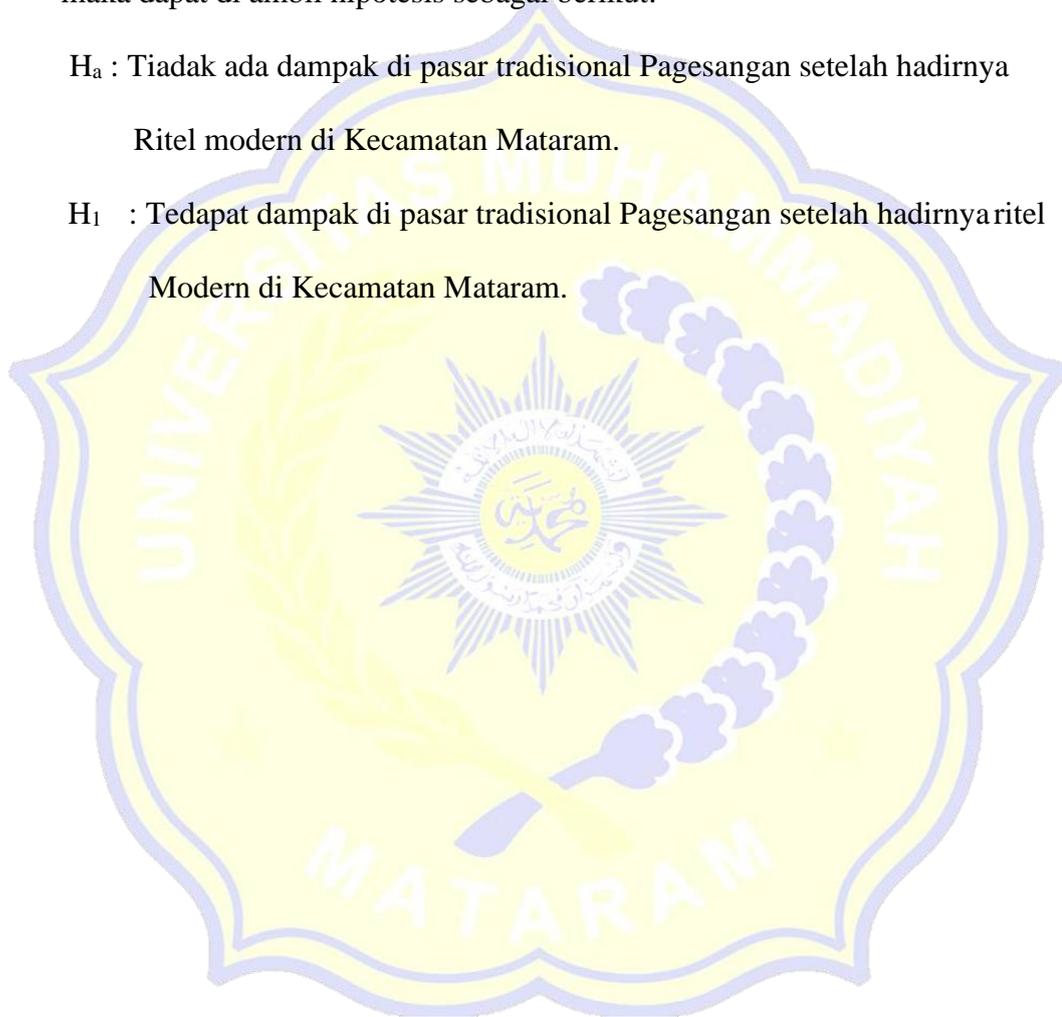
Sumber: Menurut (Suryadarma, 2007: 90). Dan (Putri, Windarni, 2018:69).

## Hipotesis

Menurut (Sugiyono, 2018:99), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah di nyatakan dalam bentuk pertanyaan. Berdasarkan dari penelitian di atas maka dapat di ambil hipotesis sebagai berikut:

H<sub>a</sub> : Tiadak ada dampak di pasar tradisional Pagesangan setelah hadirnya Ritel modern di Kecamatan Mataram.

H<sub>1</sub> : Tedapat dampak di pasar tradisional Pagesangan setelah hadirnya ritel Modern di Kecamatan Mataram.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **Jenis Penelitian**

Penulis menggunakan jenis penelitian *ex post facto* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. *Ex post facto* yang berarti setelah kejadian. Menurut (Gay, Husein, Umar, 2005:95). *ex post facto* merupakan suatu penelitian yang dilakukan dengan cara menentukan akibat lalu menemukan sebab. Penelitian *ex post facto* juga dapat didefinisikan dengan “penelitian yang dilakukan untuk meneliti peristiwa yang telah terjadi yang kemudian merunut ke belakang untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat menimbulkan kejadian tersebut” (Maturidi, 2014:11).

## **Lokasi dan Waktu Penelitian**

Riset ini mengambil lokasi penelitian di salah satu pasar tradisional di wilayah Kota Mataram yakni pada Pasar Pagesangan JL. Gajah Mada Kecamatan Matram.

Adapun waktu penelitian ini akan di laksanakan pada awal bulan Juli, 2020, hingga selesai.

## **Sumber Data**

### **Data Primer**

Menurut (Sugiono. 2018: 156), data primer adalah sumber data yang di peroleh dari responden dengan mengisi kuesioner yang diberikan, adapun responden pada penelitian ini yaitu penjual yang ada di pasar Pagesangan.

### **Data Sekunder**

Data Sekunder menurut (Sugiono. 2018: 157), adalah sumber yang tidak langsung di peroleh dari catatan, Buku, Artikel, buku-buku sebagai teori, dan lain sebagainya. Sumber data skunder dalam penelitian ini di peroleh melalui UPT Pasar Pagesangan.

## **Populasi dan Sampel**

### **Populasi**

Menurut Sugiono (2018:126), populasi merupakan keseluruhan subjek dalam ruang lingkup yang di teliti. Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi penelitian yaitu para pedagang tradisonal di Pasar Pagesangan yang menjual barang yang sejenis dengan barang yang dijual di Niaga dan

Alfamart. Barang-barang yang dijual tersebut seperti makanan dan minuman kemasan, perlengkapan kamar mandi, perlengkapan dapur, dan perlengkapan anak-anak seperti popok bayi Jumlah pedagang tradisional yang ada di Pasar PAGESANGAN di Kecamatan Mataram dengan jumlah populasi 500 orang penjual.

### 3.4.2 Sampel

Menurut Sugiono (2018:127), sampel merupakan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Rumus di bawah ini adalah untuk menentukan jumlah sampel:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N= Jumlah Populasi

e = Tingkat kesalahan sampel 5%

1 : Bilangan konstan

$$n = \frac{500}{500 ( 5\% )^2 + 1}$$

$$n = \frac{500}{1 + 500 ( 0,025 )}$$

$$n = \frac{500}{1 + 12,5}$$

12,525

$n = 30$

Sesuai dari hasil perhitungan dari rumus di atas di peroleh sampel 30 penjual dari 500 pedagang dengan taraf kesalahan 5% maka sampel yang didapatkan adalah 30 responden.

Teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel dalam penelitian adalah teknik *simple random sampling*. *Simple random sampling* adalah penarikan sampel secara acak sederhana tanpa memperhatikan setarta yang ada dalam populasi. (Sugiono 2018:129).

#### **Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data merupakan kegiatan yang penting dalam melakukan penelitian. Karena pengumpulan data tersebut akan menentukan berhasil atau tidaknya suatu penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Kuesioner (angket). Menurut (Sugiono,2018:199), kuesioner (angket) merupakan “teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawab.

#### **Teknik Analisis Data**

Untuk melihat adanya perubahan signifikan yang dialami oleh para pedagang tradisional sebelum dan sesudah adanya ritel modern, maka digunakanlah teknik analisis uji t. Uji t yang digunakan adalah teknik uji

beda dua sampel berpasangan (*paired sample t-test*). Uji ini bertujuan untuk menguji signifikan atau tidaknya perbedaan nilai rata-rata dari sampel berpasangan.

### **Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional variabel adalah istilah yang digunakan untuk memudahkan pembaca untuk memahami hal-hal yang diperlukan dalam penelitian ini. Dengan adanya penjelasan tentang istilah-istilah tersebut maka diharapkan agar pembaca tidak salah dalam menafsirkan penelitian ini. Sesuai dengan judul yang dikemukakan diatas, maka dapat didefinisikan istilah yang terdapat dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

#### **3.6.1 Eksistensi Pasar Tradisional**

Eksistensi pasar tradisional yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kemampuan pasar tradisional untuk bertahan dalam perekonomian setelah adanya ritel modern yang dilihat dari pendapatan, keuntungan dan jumlah pembeli dari sebelum dan sesudah adanya ritel modern. Variabel pendapatan, keuntungan dan jumlah pembeli dapat di definisikan dalam tabel berikut:

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi</b>
Pendapatan	Pendapatan perbulan pedangang pasar

	tradisional dengan satuan Rupiah.
Keuntungan	Keuntungan usaha perbulan yang diperoleh pedagang pasar tradisional dengan satuan Rupiah.
Jumlah Pembeli	Jumlah pembeli perbulan yang berbelanja di pasar tradisional sebelum dan sesudah adanya ritel modern dengan satuan orang.

