



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 5 Nomor 4 Tahun 2025 Page 6976-6982

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Dampak Kehadiran Minimarket Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Pasar Puan Maimun di Tanjung Balai Karimun

Roli Sambuardi

Universitas Karimun

Email: Rolis4mbuardi@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini mengkaji implikasi sosial ekonomi dari ekspansi minimarket terhadap tingkat pendapatan pedagang pasar tradisional di Pasar Puan Maimun, Tanjung Balai Karimun. Dengan menggunakan metodologi kualitatif yang didukung oleh survei lapangan, studi ini melibatkan 56 responden yang mewakili berbagai jenis pedagang aktif. Sebelum menjamurnya minimarket, pendapatan pedagang cenderung stabil dengan tingkat persaingan yang relatif rendah. Namun, kehadiran minimarket yang berlokasi dekat telah menyebabkan penurunan pendapatan harian yang signifikan. Sekitar 86% responden melaporkan penurunan pendapatan antara 15% hingga 50%. Temuan ini menegaskan bahwa format ritel modern membawa dampak yang mengganggu terhadap keberlangsungan usaha mikro dan kecil di pasar tradisional, yang dipicu oleh perubahan perilaku konsumen yang semakin mengutamakan aksesibilitas, efisiensi, dan kenyamanan dalam berbelanja.

Kata Kunci: *Ritel Modern, Pedagang Tradisional, Penurunan Pendapatan, UMKM, Perilaku Konsumen, Disrupsi Ekonomi*

Abstract

This research investigates the socio-economic implications of minimarket expansion on the income levels of traditional market vendors at Puan Maimun Market, Tanjung Balai Karimun. Employing a qualitative methodology supported by field surveys, the study involved 56 respondents representing a cross-section of active traders. Prior to the proliferation of minimarkets, vendor income was relatively stable, with minimal intra-market competition. However, the subsequent presence of minimarkets in close proximity has led to a measurable decline in traders' daily earnings. Approximately 86% of respondents reported income reductions ranging between 15% and 50%. These findings underscore the disruptive influence of modern retail formats on the sustainability of micro and small enterprises operating within traditional marketplaces, driven primarily by evolving consumer behaviors that prioritize accessibility, efficiency, and convenience.

Keywords: *Modern Retail, Traditional Vendors, Income Reduction, Msmes, Consumer Behavior, Economic Disruption*

PENDAHULUAN

Selama satu dekade terakhir, terjadi peningkatan yang signifikan dalam jumlah minimarket di Indonesia. Aktivitas perdagangan ritel, khususnya yang dijalankan melalui minimarket, merupakan salah satu komponen utama dalam dinamika sektor informal yang memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional. Perkembangan sektor ritel di Indonesia, baik dalam skala besar maupun kecil, menunjukkan tren ekspansi yang signifikan di seluruh wilayah urban, mencakup kawasan pusat kota hingga daerah peri-urban. Pesatnya pertumbuhan populasi perkotaan telah berimplikasi pada semakin terbatasnya akses terhadap lapangan kerja di sektor formal. Kondisi ini mendorong sektor informal untuk berperan sebagai alternatif strategis dalam penyediaan kesempatan kerja, khususnya bagi kelompok masyarakat yang terdampak oleh keterbatasan tersebut.

Perluasan jaringan minimarket ke wilayah pedesaan mencerminkan dinamika positif di tingkat makroekonomi Indonesia dan telah berhasil menyerap sejumlah tenaga kerja lokal. Meskipun demikian, riset empiris di berbagai wilayah menunjukkan bahwa keberadaan minimarket berkorelasi dengan penurunan pendapatan pelaku UMKM, misalnya penurunan pendapatan rata-rata sebesar sekitar 53,75% di Kota Palopo dan dampak penurunan pelanggan bagi pedagang tradisional di Kabupaten Parigi Moutong. Secara makro, meskipun tingkat pengangguran nasional menurun menjadi 4,91% pada Agustus 2024, dominasi sektor informal yang mencakup hampir 59% dari angkatan kerja menunjukkan bahwa UMKM tetap menjadi tumpuan lapangan kerja bagi masyarakat terdampak

keterbatasan akses kerja formal dan menghadapi tekanan kompetitif dari pertumbuhan minimarket.

Pertumbuhan minimarket yang semakin masif di Kabupaten Karimun diperkirakan akan memberikan dampak jangka panjang yang merugikan bagi keberlangsungan pedagang pasar tradisional. Hal ini tidak terlepas dari perubahan preferensi konsumen yang cenderung memilih berbelanja di minimarket karena faktor kemudahan dan kenyamanan. Kedekatan lokasi antara minimarket dan pasar tradisional dalam satu wilayah layanan yang sama turut memengaruhi pola belanja masyarakat, sehingga berpotensi menurunkan daya saing pasar tradisional.

Pemerintah Kabupaten Karimun mewajibkan setiap pemilik dan pengelola minimarket serta toko modern untuk menyediakan ruang khusus tanpa biaya bagi produk-produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) lokal. Kebijakan ini bertujuan untuk mendorong kolaborasi yang saling menguntungkan antara ritel modern dan pelaku UMKM sebagai bagian dari strategi penguatan ekonomi daerah. Ketentuan tersebut secara resmi diatur dalam Peraturan Bupati Karimun Nomor 5 Tahun 2018 tentang Izin Usaha Toko Modern (IUTM).

Pedagang pasar tradisional merupakan bagian dari kategori Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang telah lama eksis dan mengalami pertumbuhan signifikan di Indonesia. Keberadaan mereka tersebar luas, baik di wilayah perkotaan maupun pedesaan, dengan lokasi strategis yang umumnya berada di sekitar kawasan permukiman guna memudahkan aksesibilitas konsumen dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Pedagang di pasar tradisional umumnya menyediakan beragam komoditas yang dibutuhkan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari, mencakup kebutuhan pokok seperti hasil pertanian (buah-buahan dan sayur-sayuran), produk perikanan, serta sandang seperti pakaian. Kemunculan minimarket di awal tahun 2000-an tidak menjadi ancaman bagi pedagang pasar tradisional, terutama di Tanjung Balai Karimun. Pada saat itu, mereka sebagian besar menasar pelanggan kelas menengah dan atas. Namun, situasi telah berubah drastis, karena meningkatnya tingkat pendidikan, pendapatan, dan jumlah pasangan berpenghasilan ganda (suami dan istri bekerja) serta terbatasnya waktu. Konsumen menginginkan pengecer memberikan "nilai tambah" untuk setiap Rp 1,- yang mereka belanjakan. Jika pengecer ingin mempertahankan pelanggan mereka, mereka harus mampu memenuhi permintaan ini.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan mencakup metode survei lapangan serta studi pustaka dengan pendekatan kualitatif sebagai dasar analisis. Istilah 'kualitatif' berasal dari pendekatan observasional yang berfokus pada pemahaman terhadap perilaku dalam konteks alami, bukan pada representasi angka. Penelitian kualitatif menitikberatkan pada penerapan metode dan pendekatan yang sesuai dengan paradigma naturalistik, dengan tujuan memperoleh pemahaman yang mendalam terhadap fenomena sosial yang dikaji.

Metode penelitian kualitatif kerap dipandang sebagai pendekatan yang bersifat artistik karena proses pelaksanaannya yang lebih fleksibel dan tidak sepenuhnya terstruktur secara kaku. Di samping itu, metode ini juga bersifat interpretatif, mengingat fokus utamanya terletak pada pemaknaan terhadap data empiris yang dikumpulkan di lapangan. Pendekatan ini digunakan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam serta menggali makna kontekstual yang relevan dengan fenomena yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan cara memberikan kuesioner secara langsung kepada responden di Pasar Puan Maimun, khususnya para pedagang yang berjualan di sana. Para peneliti membagikan 56 kuesioner. Setiap kuesioner diberikan kepada seorang responden, yang diharapkan mengisi item-item dalam kuesioner berdasarkan keadaan sebenarnya. Dari 56 kuesioner yang disebarkan kepada para pedagang tradisional pasar puan maimun ini.

Tabel 1. Jenis-Jenis Usaha Para pedagang di Pasar Puan Maimun

No	Jenis Usaha	Jumlah
1.	Pedagang sayuran dan ikan	150
2.	Kios sembako	26
3.	Pedagang pakaian	56

Dari tabel di atas, dapat kita lihat bahwa yang paling banyak jenis jualan adalah pedagang sayuran dan ikan sebanyak 150 orang, lalu kios sembako sebanyak 26 orang, dan pedagang pakaian sebanyak 56 orang. Sehingga, jika kita jumlahkan total pedagang aktif yang berjualan di pasar puan maimun sebanyak 232 pedagang. Dalam penelitian ini, peneliti memilih 56 pedagang sebagai responden; namun, karena keterbatasan waktu dan faktor lainnya, peneliti tidak dapat mencakup semua pedagang.

Tabel 2. Jumlah Toko dan Berdasarkan Lama Berdagang

Lama Berdagang	Jumlah	Persentase
1-5 tahun	24	42%
6-10 tahun	30	54%
Lebih dari 11 tahun	2	4%
	56	100%

Tabel di atas menampilkan jumlah toko dan durasi operasionalnya. Dua puluh empat toko (42%) telah beroperasi selama satu hingga lima tahun, 30 toko (54%) telah beroperasi selama enam hingga sepuluh tahun, dan dua toko (4%) telah beroperasi selama lebih dari sebelas tahun.

Berdasarkan rata-rata jumlah toko dan lama berdagang yang biasanya berkisar 6-10 tahun, dapat disimpulkan bahwa pedagang pasar tradisional di Pasar Puan Maimun sudah berpengalaman dan dapat merasakan dampak kehadiran minimarket yang semakin berkembang setiap tahunnya di Tanjung Balai Karimun, Kabupaten Karimun.

Hasil Uji Validitas Data

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner tersebut. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan SPSS WINDOW 22 STATISTIC Pearson Correlation. hasil pengujian validitas data disajikan pada tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel 1

Item	R hitung	R tabel	Keterangan
P1	0,461	0,258	Valid
P2	0,634	0,258	Valid
P3	0,333	0,258	Valid
P4	0,283	0,258	Valid
P5	0,421	0,258	Valid
P6	0,596	0,258	Valid
P7	0,400	0,258	Valid
P8	0,393	0,258	Valid
P9	0,581	0,258	Valid
P10	0,587	0,258	Valid

Dari tabel hasil uji validitas pengujian Variabel 1, dari 10 pertanyaan kuesioner berdasarkan indikator, semuanya dinyatakan valid, karena memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (dalam penelitian ini adalah 0,258).

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel 2

Item	R hitung	R tabel	Keterangan
P1	0,209	0,258	Tidak Valid
P2	0,354	0,258	Valid
P3	0,203	0,258	Tidak Valid
P4	0,443	0,258	Valid
P5	0,538	0,258	Valid
P6	0,328	0,258	Valid
P7	0,523	0,258	Valid
P8	0,333	0,258	Valid
P9	0,309	0,258	Valid
P10	0,362	0,258	Valid

Setelah dikakukan pengujian variabel 2, dari 10 pertanyaan berdasarkan indikator, dinyatakan 2 item (P1, dan P3) tidak valid, karena memiliki r hitung yang kurang atau lebih kecil dari r tabel. Sedangkan, 8 pertanyaan lainnya dinyatakan valid karena, memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (dalam penelitian ini adalah 0,258).

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebelum kehadiran minimarket, pendapatan pedagang di Pasar Puan Maimun relatif stabil, dengan kompetisi yang terbatas di antara sesama pedagang pasar tradisional. Sebagian besar pedagang memperoleh pendapatan harian antara Rp2 juta hingga Rp5,5 juta. Namun, setelah kehadiran minimarket di wilayah tersebut, terjadi penurunan signifikan terhadap pendapatan pedagang. Sebanyak 48 pedagang mengalami penurunan pendapatan harian sebesar 25%–50%, sementara 8 pedagang mengalami penurunan sebesar 15%–20%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keberadaan minimarket berdampak negatif terhadap pendapatan dan stabilitas ekonomi pedagang pasar tradisional.

DAFTAR PUSTAKA

- Moleong, L. J. (2019). Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tambunan, T. T. H. (2009). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia: Perkembangan, Isu dan Kebijakan. Jakarta: LP3ES.
- Darma, S. (2013). Strategi Pemberdayaan UMKM di Indonesia. Bandung: Refika Aditama.
- Kuncoro, M. (2013). Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi (Edisi 4). Jakarta: Erlangga.
- Hasibuan, M. S. P. (2016). Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran (Edisi 4). Yogyakarta: Andi.
- Umar, H. (2008). Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta: Rajawali Pers.
- Basrowi & Suwandi. (2008). Memahami Penelitian Kualitatif. Jakarta: Rineka Cipta.
- Faisal, S. (2010). Format-Format Penelitian Sosial: Dasar-dasar dan Aplikasi. Jakarta: Rajawali Press.
- Widiyanti, M. (2020). UMKM dan Daya Saing di Era Global. Malang: UB Press.
- Bappenas. (2020). Laporan Pembangunan UMKM Nasional. Jakarta: Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional RI.