

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Tinjauan Tentang Retail

1. Pengertian terkait Retail

Retail adalah semua jenis usaha bisnis yang secara langsung mengarahkan kemampuan pemasarannya untuk memuaskan konsumen akhir berdasarkan organisasi penjualan barang dan jasa sebagai inti dari distribusi tersebut.¹⁹

Retail adalah kegiatan usaha menjual barang atau jasa kepada perorangan untuk keperluan diri sendiri, keluarga atau rumah tangga. Sedangkan pengecer adalah pengusaha yang menjual barang atau jasa secara eceran kepada masyarakat sebagai konsumen, retail perorangan atau peritelan kecil memiliki jumlah gerai bervariasi, mulai dari satu gerai hingga lebih.²⁰ Menurut Kotler (2007), usaha eceran/*retailing* adalah suatu kegiatan penjualan barang dan jasa yang dilakukan oleh penjual kepada konsumen akhir untuk dikonsumsi sendiri dan bukan untuk dijual lagi.²¹ Adapun tujuan penjualan retail dibagi menjadi beberapa jenis, antara lain sebagai berikut,

- a. Perantara antara distributor dengan konsumen akhir

¹⁹Gilbert, David, *Retail Marketing Management (2nd ed)*, (England: Prentice-Hall, 2003), hal. 6

²⁰Hendri Ma'ruf, *Pemasaran Retail*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005), hal. 71

²¹Kotler dan Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran, Jilid 1 Edisi ke 9*, (Jakarta: Indeks, 2007), hal. 592.

- b. Penghimpunan berbagai kategori jenis barang yang menjadi kebutuhan konsumen
- c. Tempat rujukan untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan konsumen
- d. Penentu eksistensi barang dari manufaktur di pasar konsumen.²²

Secara garis besar di Indonesia, retail terbagi menjadi dua jenis, yaitu retail tradisional atau dapat juga disebut dengan pasar tradisional dan retail modern. Retail modern tidak banyak berbeda dari pasar tradisional, namun ritel jenis ini penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (*barcode*).

2. Macam-macam Retail

a. Retail Modern

Retail modern merupakan pengembangan dari retail tradisional. Retail modern merupakan suatu pasar yang berfungsi sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu pelayanan yang bagus kepada konsumen serta menggunakan manajemen modern, canggih dan profesional dan biasanya berlokasi di kawasan perkotaan. Dalam pengertian lain, toko modern adalah toko dengan system pelayanan mandiri, menjual, berbagai jenis barang secara

²²Asep Sudjana, *Manajemen Retail Modern*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), hal. 117

eceran yang berbentuk *Minimarket, Supermarket, Department Store, Hypermarket* ataupun grosir yang berbentu perkulakan.²³

Retail modern merupakan ritel dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk *minimarket, supermarket, departemen store, hypermart* ataupun grosir yang berbentuk perkulakan. 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:

- 1) Minimarket, kurang dari 400 m² (empat ratus meter persegi)
- 2) Supermarket, 400-5000 m² (empat ratus sampai lima ribu meter persegi)
- 3) Departement Store, diatas 400 m² (empat ratus meter persegi)
- 4) Hypermart, diatas 5.000 m² (lima ribu meter persegi)
- 5) Perkulakan, diatas 5.000 m² (lima ribu meter persegi).

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

²³Perpres RI No 112, 2007 tentang Penataan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan toko modern Bab 1 pasal 1 ayat 5

1. *Minimarket* adalah toko berukuran relatif kecil. Pada kelompok ini, hanya terdapat dua pemain besar yaitu Indomaret dan Alfamart.
2. *Supermarket* adalah bentuk toko retail 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. Pada kelompok ini, pemain utamanya seperti Hero, Carrefour, Suzuya Mall dan lain-lain.
3. *Department Store* (toko serba ada) adalah toko eceran modern yang berskala besar yang pengelolaannya dipisah dan dibagi menjadi bagian yang menjual pakaian wanita, pakaian pria, pakaian anak-anak dan lain-lain.
4. *Hypermart* adalah jenis toko modern yang memiliki luas lantai penjualan lebih dari 5.000 m² sehingga lebih luas dibandingkan dengan supermarket. Jumlah jenis barang yang dijual di *hypermart* sangat besar (lebih dari 50.000 item) dan meliputi banyak jenis produk. Barang-barang yang ditawarkan meliputi produk grosiran, minuman, *hardware*, bahkan bahan bangunan, perabot rumah tangga dan juga *furniture*.²⁴

b. Retail Tradisional

²⁴ Tri Joko Utomo, *Persaingan Bisnis Ritel : Tradisional VS Modern, Fokus Ekonomi*, 6(1), 2011, hal. 122-133.

Retail tradisional adalah retail yang bersifat tradisional yaitu sejumlah pengecer atau pedagang eceran yang berukuran kecil dan sederhana, misalnya kelontong, pengecer atau pedagang eceran yang berada di pasar tradisional seperti los, tenda dan lain-lain. Kelompok bisnis retail ini merupakan kelompok usaha kecil dan memiliki modal yang sedikit dengan menggunakan fasilitas yang sederhana. Berdasarkan pengertian tersebut, dapat diketahui bahwa retail tradisional merupakan segala macam bentuk pengecer yang berukuran kecil dan mempunyai modal sedikit.²⁵

Pasar tradisional atau juga bisa disebut sebagai retail tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah, termasuk kerjasama swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar.²⁶

Pasar tradisional adalah pasar umum yang menjual barang-barang kebutuhan sehari-hari. Tegasnya, pasar tradisional berarti pasar yang menjual barang kebutuhan sehari-hari dan secara resmi diakui oleh

²⁵ Euis Soliha, *Analisis Industri Ritel di Indonesia, Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, Vol. 15, No. 2, hal.130

²⁶ Perpres RI No. 112, 2007 tentang Penataan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan toko modern Bab 1 pasal 1 ayat 2.

pemerintah. Menurut pengertiannya, pasar merupakan suatu tempat bagi manusia dalam mencari keperluan sehari-harinya.²⁷

3. Strategi dalam Persaingan Bisnis Retail

Secara garis besar format usaha atau jenis usaha retail di Indonesia dibagi menjadi dua kategori utama yaitu retail modern dan retail tradisional. Perbedaannya terletak pada karakteristik usaha retail itu masing-masing. Diantaranya:²⁸

1) Pengaturan Penataan Produk

Usaha ritel modern memiliki penataan produk yang terbuka dan teratur, konsep terbuka merujuk pada kemudahan konsumen melihat setiap produk yang dimiliki toko tersebut. Sedangkan konsep teratur merujuk pada penataan yang terpola untuk setiap produk yang dijual, misalnya penataan produk berdasarkan kategori, merk, ukuran produk dan sebagainya. Konsep ini akan memudahkan konsumen mencari produk yang menjadi kebutuhannya. Bahkan menciptakan impulse buying yaitu pembelian yang tidak direncanakan sebelumnya dan terjadi saat konsumen sedang berbelanja di sebuah toko ritel.

Berbeda dengan ritel tradisional yang umumnya menata produk yang laku ditempat yang mudah terlihat dan produk yang kurang laku dibagian yang kurang terlihat. Produk tidak

²⁷ Anwar, *Pedoman Pembinaan Pasar Tradisional*, (Jakarta: Dirjen Departemen Perindustrian dan Perdagangan, 2001), hal. 4

²⁸ Micheal Adiwijaya, *8 Juru Jitu Mengelola Bisnis Ritel Ala Indonesia*, (Jakarta: PT Alex Media Komputido, Kelompok Gramedia), hal. 9

ditatadengan baik, sehingga konsumen harus bertanya terlebih dahulu jika ingin mencari suatu produk yang dicari saja. Hal ini menyebabkan hilangnya peluang untuk mendapatkan penjualan tambahan dari produk yang kurang laku.

2) Harga yang tetap

Umumnya harga yang ditetapkan pada ritel modern bersifat tetap dan tidak dapat ditawar, kecuali terdapat program promosi, sedangkan pada ritel tradisional, konsumen terutama pelanggan setia dapat melakukan tawar menawar harga dengan pemilik toko. Inilah yang menjadi salah satu kekuatan ritel tradisional karena banyak konsumen yang merasa puas bila dapat membeli sebuah produk hasil tawar menawar. Selain itu, dalam ritel tradisional terciptanya hubungan atau komunikasi yang lebih erat antara penjual dan pembeli sehingga dapat berujung pada loyalitas konsumen apabila dikelola dengan baik.

3) Layanan mandiri

Ritel modern mengedepankan layanan mandiri (swalayan). Konsumen mencari sendiri produk yang akan dibeli dan kemudian membayarnya ke kasir. Keunggulan karakteristik ini tentu saja mengurangi jumlah tenaga penjual disebuah toko dan memberikan. Berbeda dengan ritel tradisional dimana penjaga toko atau pemilik toko selalu siap sedia melayani konsumen dan mencari produk sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen.

4) Penggunaan teknologi

Ritel modern mengadopsi teknologi modern untuk mempermudah proses belanja dalam sebuah toko. Teknologi tersebut seperti mesin *cash register*. Inilah salah satu keunggulan ritel modern atas ritel tradisional yang umumnya terkendala oleh minimnya dana untuk untuk mengaplikasikan teknologi tersebut, dan juga ketidakmampuan dalam memahami teknologi.

5) Jaminan kenyamanan berbelanja.

Ritel modern memberikan jaminan kenyamanan dalam berbelanja, dimulai dari kemudahan parkir, keramahan layanan, suasana yang nyaman (ruangan ber-AC dengan musik dan pencahayaan yang baik), banyaknya ragam pilihan produk, fasilitas modern dan bersih, serta penggunaan teknologi yang menjamin keakuratan dan kemudahan sistem pembayaran pada akhir transaksi. Situasi ini sangat kontras jika dibandingkan dengan ritel tradisional. Ritel tradisional umumnya tidak nyaman.

Hasil survei yang dilakukan oleh AC Nielsen (2007) menyatakan bahwa ada tiga jenis produk yang disukai konsumen Indonesia yaitu produk makanan segar, sembako, dan perawatan tubuh. Konsumen yang mengunjungi toko ritel modern, sebanyak 83-93% tetap mengunjungi toko ritel tradisional. Konsumen yang mengunjungi toko ritel tradisional untuk membeli produk

makanan segar dan sembako masih banyak. Namun, konsumen lebih suka berbelanja produk perawatan tubuh ditoko ritel modern.

Dalam menjalankan serta mempertahankan usaha para pelaku bisnis ritel untuk menghadapi persaingan yang sangat ketat ini, seharusnya memperhatikan strategi bisnis ritel, antara lain:²⁹

- a. Menentukan target pasar, meskipun bisnis ritel bisa menawarkan berbagai produk kebutuhan masyarakat, namun sebisa mungkin menentukan target konsumen yang ingin dijangkau, misalnia lebih menekankan harga yang lebih murah untuk menjangkau konsumen menengah ke bawah, atau menyediakan produk kualitas baik untuk menjaungkau sasaran pasar menengah ke atas.
- b. Menciptakan loyalitas pelanggan, memiliki konsumen yang loyal ini merupakan suatu strategi tepat untuk meningkatkan pemasaran, ini dapat membantu bisnis ritel untuk menghadapi persaingan pasar. Menciptakan program-program promosi yang dapat meningkatkan loyalitas konsumen.
- c. Memilih lokasi usaha yang strategis. Pemilihan lokasi usaha sangat mempengaruhi tingkat penjualan pada bisnis ritel, menyesuaikan lokasi dengan ritel yang ingin dijalankan, karena lokasi usaha menentukan potensi pasar.

²⁹*Ibid*, Micheal Adiwijaya, hal. 14

- d. Mencantumkan brand pada setiap produk .brand (merek) bukan hanya sekedar nama, jadi hendaknya mencantumkan logo disetiap label, harga produk, atau mencantumkan logo pada interior ruangan. Sehingga brand tersebut menjadi pembeda bisnis ritel dengan pesaing lainnya.
- e. Memberikan pelayanan yang prima kepada para konsumen, dengan membiasakan melayani konsumen dengan 3S & 1A (sambut, senyum, sapa dan antusias) kepada konsumen dari awal konsumen berbelanja sampai mereka selesai berbelanja. Cara ini sudah dilakukan pada sebagian kecil bisnis ritel seperti Indomaret, jadi konsumen merasa dihargai ketika berbelanja dan tidak segan untuk datang berbelanja lagi.

B. Tinjauan Tentang Pendapatan

1. Pengertian terkait pendapatan

Dalam kamus besar bahasa Indonesia pendapatan adalah hasil kerja (usaha atau sebagainya). Pendapatan seseorang juga dapat didefinisikan sebagai banyaknya penerimaan yang dinilai dengan satuan mata uang yang dapat dihasilkan seseorang atau suatu bangsa dalam periode tertentu. Reksoprayitno mendefinisikam: “Pendapatan (*revenue*) dapat diartikan sebagai total penerimaan yang diperoleh pada periode tertentu”. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah sebagai

jumlah penghasilan yang diterima oleh para anggota masyarakat untuk jangka waktu tertentu sebagai balas jasa atau faktor-faktor produksi yang telah disumbangkan.³⁰

2. Klasifikasi Pendapatan

Menurut Kusnadi menyatakan bahwa pendapatan dapat diklasifikasikan menjadi dua bagian, yaitu:

a. Pendapatan Operasional

Pendapatan operasional adalah pendapatan yang timbul dari penjualan barang dagang, produk atau jasa dalam periode tertentu dalam rangka kegiatan utama atau yang menjadi tujuan utama perusahaan yang berhubungan langsung dengan usaha (operasi) pokok perusahaan yang bersangkutan. Pendapatan ini sifatnya normal sesuai dengan tujuan dan usaha perusahaan dan terjadinya berulang-ulang selama perusahaan melangsungkan kegiatannya. Pendapatan operasional dapat diperoleh dari dua sumber yaitu:

- 1) Penjualan kotor yaitu semua hasil atau penjualan barang-barang maupun jasa sebelum dikurangi dengan berbagai potongan-potongan atau pengurangan lainnya untuk dibebankan kepada langganan atau yang membutuhkannya.

³⁰Reksoproyitno, *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi*, (Jakarta: Bima Grafika, 2004), hal. 79

- 2) Penjualan bersih yaitu hasil penjualan yang sudah diperhitungkan atau dikurangi dengan berbagai potongan-potongan yang menjadi hak pihak pembeli.

Jenis pendapatan operasional timbul dari berbagai cara, yaitu:

- a) Pendapatan yang diperoleh dari kegiatan usaha yang dilaksanakan sendiri oleh perusahaan tersebut.
 - b) Pendapatan yang diperoleh dari kegiatan usaha dengan adanya hubungan yang telah disetujui, misalnya penjualan konsinyasi.
 - c) Pendapatan dari kegiatan usaha yang dilaksanakan melalui kerjasama dengan para investor.
- b. Pendapatan Nonoperasional

Pendapatan yang diperoleh perusahaan dalam periode tertentu, akan tetapi bukan diperoleh dari kegiatan operasional utama perusahaan. Adapun jenis dari pendapatan ini dibedakan sebagai berikut:

- 1) Pendapatan yang diperoleh dari penggunaan aktiva atau sumber ekonomi perusahaan oleh pihak lain. Contohnya, pendapatan bunga, sewa, royalti dan lain-lain.

- 2) Pendapatan yang diperoleh dari penjualan aktiva diluar barang dagangan atau hasil produksi. Contohnya, penjualan surat-surat berharga, penjualan aktiva tak berwujud.³¹

C. Tinjauan Tentang Pasar

1. Pengertian Pasar

Dalam ilmu ekonomi, pengertian pasar memiliki arti yang lebih luas dari pada hanya sekedar tempat pertemuan antara penjual dan pembeli untuk mengadakan transaksi jual beli barang. Pengertian pasar tidak harus dikaitkan dengan suatu tempat yang dinamakan pasar dalam pengertian sehari-hari. “Pasar mencakup keseluruhan permintaan dan penawaran, serta seluruh kontak antara penjual dan pembeli untuk mempertukarkan barang dan jasa”³²

Menurut Dahl dan Hammond, 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.³³ Dalam pengertian lain, pasar merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli dimana penjual nantinya kan

³¹ Kusnadi, *Akuntansi Keuangan Menengah (Prinsip, Prosedur, dan Metode) Edisi Keduapuluhsatu*, (Jakarta: Salemba Empat, 2000), hal. 19

³² Rita Hanafie, *Pengantar Ekonomi Pertanian*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2010), hal. 176

³³Tri Widodo, *Studi Tentang Peranan Unit Pasar dalam Pengelolaan Sampah di Pasar Merdeka Kota amarinda*, *e-Jurnal Administrasi Negara*, Vol.1, No. 1, 2013, hal. 30

mendapatkan imbalan pendapatan dan pembeli memperoleh barang dan jasa yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhannya. Fungsi pasar ialah sebagai mata rantai yang mempertemukan penjual (yang mempunyai barang dan jasa) dengan pembeli (yang mempunyai uang dan menginginkan barang atau jasa).

Berdasarkan beberapa pengertian pasar di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pasar merupakan suatu tempat bertemu nya 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.

2. Fungsi Pasar

Pasar memiliki tiga fungsi, yaitu fungsi distribusi, fungsi pembentukan harga dan fungsi promosi. Ketiga fungsi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:³⁴

a. Fungsi Distribusi

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

b. Fungsi Pembentukan Harga

³⁴ Saraswati,dkk, *Be Smart Ilmu Pengetahuan Sosial (Geografi, Sejarah, Sosiologi, Ekonomi)*, (Jakarta: 2008, Media Pratama), hal. 87

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.

c. 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 ditawarkan.

D. Penelitian Terdahulu

Salah satu yang dijadikan sebagai acuan dalam melakukan suatu penelitian yang menjadikan penulis untuk dapat memperluas teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang hendak dilakukannya adalah maksud dari penelitian terdahulu. Dalam hal ini, penulis akan menguraikan penelitian sebelumnya untuk dijadikan acuan sebagai pendukung dari penelitian ini.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Cahaya Novita³⁵, dalam penelitiannya perkembangan minimarket sangat berpengaruh terhadap

³⁵Cahaya Novita. Skripsi. *Dampak Kehadiran Minimarket Terhadap Pendapatan Pedagang Eceran & Grosir di Desa Hessa Air Genting Kecamatan Air Batu Kabupaten Asahan*. Universitas Islam Negeri Sumatra Utara, Medan: 2018.

pendapatan pedagang grosir dan eceran. Jumlah perubahan pendapatan merupakan suatu masalah yang menjadi peranan utama dalam penelitian ini.

Persamaan antara penelitian diatas dengan penelitian sekarang terletak pada focus penelitiannya yaitu tentang dampak keberadaan retail modern terhadap pendapatan yang diperoleh oleh pedagang pasar tradisional. Sedangkan perbedaannya yaitu dalam penelitian diatas memfokuskan pada salah satu jenis retail modern saja tidak mengambil dari jenis-jenis retail modern pada umumnya, sedangkan penelitian sekarang tentang pengaruh pendapatan pedagang pasar tradisional dengan adanya retail modern secara keseluruhan tidak hanya karena adanya minimarket.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Windatria,³⁶ dalam penelitiannya keuntungan, pendapatan, dan jumlah pembeli sebelum dan sesudah berkembangnya retail modern terhadap retail tradisional mengalami peningkatan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang terletak pada focus penelitian yaitu terfokus pada perolehan pendapatan. Sedangkan perbedaan dari penelitian ini yaitu dengan menganalisis semua pengaruh berkembangnya retail modern dan tidak hanya terfokus dengan perolehan pendapatan.

³⁶Windatria, Skripsi: *Dampak Keberadaan Ritel Modern Terhadap Keberlangsungan Ritel Tradisional (Studi Kasus di Wilayah Kecamatan Banda Sakti, Kota Lhokseumawe)*, (Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2018)

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Dianur Hikmawati dan Chaikal Nuryakin,³⁷ adanya retail modern yang berdiri didekat retail tradisional tidak mampu mempertahankan pedagang di retail tradisional, sehingga retail tradisional secara perlahan ditinggalkan oleh konsumen (masyarakat). Persamaan antara penelitian ini yaitu sama-sama meneliti dampak keberadaan retail modern terhadap retail tradisional. Sedangkan perbedaannya terletak pada focus penelitian ini terfokus pada minat pedagang dan konsumen untuk berkunjung dan berbelanja tidak untuk menganalisis perubahan intern dari pedagang.

Menurut Lidiawati dan Muhammad Mufti Imam Suyanto,³⁸ pada penelitiannya omset, laba, perputaran barang dagangan, harga dan biaya sebelum dan sesudah adanya retail modern mengalami perubahan signifikan yang mana sebelum adanya retail modern omset, modal, laba, perputaran barang dagangan, harga dan biaya lebih besar daripada sesudah adanya retail modern.

Adapun persamaan dari analisis diatas sama-sama terfokus pada perubahan omset atau pendapatan pedagang pasar tradisional. Sedangkan perbedaannya terletak pada omset tetapi pada penelitian ini lebih meneliti secara luas tidak hanya omset yang diteleti.

³⁷ Dianur Hikmawati dan Chaikal Nuryakin, *Keberadaan Retail Modern dan Dampaknya terhadap Pasar Tradisional di DKI Jakarta*. (Universitas Indonesia- Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia. Vol. 12, No. 2 Januari 2017, p-ISSN 14411-5215; e-ISSN 2406-9280

³⁸ Lidiawati dan Muhammad Mufti Imam Suyanto, *Analisis Dampak Usaha Ritel Modern terhadap Ritel Tradisional (Studi Kasus di Wilayah Kabupaten Sumba Barat)*, Universitas Cordova- Jurnal Modal Sosial dan Ekonomi. Vol. 3 No. 1, Desember 2019.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Nicken Ayu Aulian Putri,³⁹ Adanya persaingan antara retail modern dan tradisional dikarenakan berkembang pesatnya Indomaret di Kecamatan Trimurjo yang mengakibatkan retail tradisional seperti warung kelontong mengalami kemunduran, namun warung kelontong menggunakan strategi harga yang lebih murah dan penambahan modal untuk memenuhi produk yang belum tersedia sebelumnya.

Persamaan dari kedua penelitian ini yaitu sama-sama memfokuskan tentang adanya pengaruh retail modern terhadap retail tradisional. Sedangkan perbedaan dari keduanya terletak pada objek penelitian yaitu pada penelitian diatas memfokuskan warung kelontong yang berada di sekitar indomaret, sedangkan penelitian ini meneliti retail tradisional secara keseluruhan seperti pasar tradisional yang ada di Tulungagung.

Menurut Endi Sarwoko,⁴⁰ keberadaan pasar modern hanya memberikan dampak terhadap tingkat keuntungan pedagang pasar tradisional, tidak memberikan dampak signifikan terhadap omset dan jumlah tenaga kerja di pasar tradisional. Persamaan penelitian ini yaitu meneliti dampak keberadaan retail modern terhadap pasar tradisional. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitiannya yang pada penelitian terdahulu ini mencakup keuntungan serta tenaga kerja di

³⁹ Nicken Ayu Aulian Putri. Skripsi. *Persaingan Bisnis Retail Modern dengan Retail Tradisional (Studi di Kelurahan Tempuran Kecamatan Trimurjo Lampung Tengah)*, Institut Agama Islam Negeri Metro, 2020.

⁴⁰ Endi Sarwoko, *Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional di Wilayah Kabupaten Malang*. Jurnal Ekonomi Modernisasi- Universitas Kanjuruhan Malang. Vol. 4, No. 2 Juni 2008.

pasar tradisional dan penelitian sekarang hanya melakukan penelitian terhadap dampak untuk perolehan pendapatan pedagang pasar wage.

Menurut Ariska Aji Nugroho,⁴¹Keberadaan pasar modern memiliki dampak negatif terhadap omset, pendapatan, dan jumlah pelanggan pada usaha dan pedagang pasar tradisional. Persamaan penelitian terdahulu yaitu sama-sama meneliti pengaruh keberadaan retail modern terhadap retail tradisional. Sedangkan perbedaan dari keduanya yaitu meneliti perbedaan omset dan meneliti jumlah pelanggan dan penelitian yang sekarang hanya meneliti pendapatan dari pedagang pedagang retail tradisional.

Menurut Ema Yohana Sihombing dan Paidi Hidayat,⁴²Kehadiran retail modern berdampak signifikan terhadap omset tradisional, inisiatif pengambilan strategi harga pada retail tradisional, serta inisiatif pengambilan strategi kerapian toko pada ritel tradisional. Keberadaan retail modern juga mengakibatkan menurunnya jumlah pelanggan di pasar tradisional. Persamaan penelitian terdahulu dan sekarang yaitu sama-sama meneliti pengaruh adanya retail modern terhadap retail tradisional. Sedangkan perbedaan dari keduanya yaitu dalam penelitian terdahulu ini meneliti lebih luas seperti perputaran barang dagangan dan jumlah

⁴¹ Ariska Aji Nugroho, Skripsi. *Dampak Perkembangan Minimarket Terhadap Kestabilan Ekonomi Pedagang di Pasar Tradisional Desa Sukorejo Kecamatan Sukorejo Kabupaten Kendal Tahun 2012-2013*. Universitas PGRI Yogyakarta, 2016.

⁴² Ema Yohana Sihombing dan Paidi Hidayat, *Analisis Dampak Kehadiran Ritel Modern terhadap Ritel Tradisional di Kota Medan (Studi Kasus Kehadiran Ritel Indomaret di Empat Kecamatan Kota Medan)*. Jurnal Ekonomi dan Keuangan. Vol. 1, No. 4, Maret 2013.

oedagang dan penelitian sekarang hanya meneliti pendapatan pedagang pasar tradisional.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Wyati Saddewisasi dkk,⁴³Jumlah omset penjualan, perputaran barang dagangan, jumlah jam buka, laba bersih, laba kotor dan biaya usaha mempunyai perbedaan yang nyata antara sebelum dan sesudah adanya retail modern, keberadaan retail modern berpengaruh negatif terhadap omset penjualan, perputaran barang dagangan, dan laba kotor usaha sedangkan terhadap biaya usaha berpengaruh positif.

Adapun persamaan dari kedua penelitian ini yaitu sama-sama meneliti pengaruh adanya retail modern terhadap retail tradisional. Sedangkan dari peneliti terdahulu tidak hanya meneliti adanya perbedaan omset tetapi meneliti yang lebih luas Jumlah omset penjualan, perputaran barang dagangan, jumlah jam buka, laba bersih, laba kotor dan biaya usaha hanya akan meneliti pendapatan dari pedagang retail tradisional.

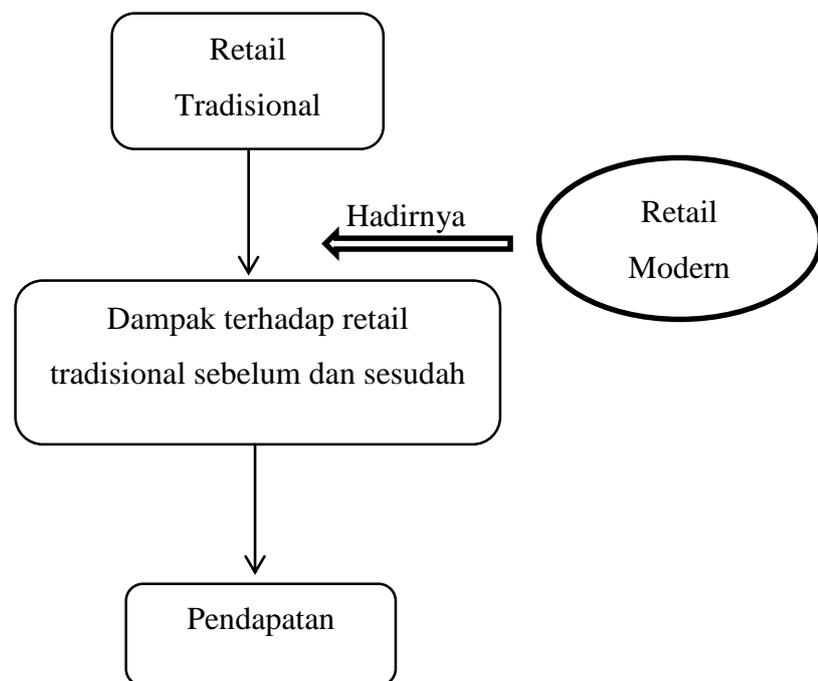
Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sari Wahyu Aramiko,⁴⁴ Keberadaan Retail modern menyebabkan menurunnya jumlah rata-rata omset pedagang pasar tradisional dan adanya kesamaan barang yang dijual menyebabkan berkurangnya pelanggan di retail tradisional.Persamaan dari

⁴³ Wyati Saddewisasi dkk, *Analisis Dampak Usaha Ritel Modern Terhadap Usaha Ritel Tradisional (Studi Kasus di Wilayah Kecamatan Gunungpati, Mijen, Tembalang dan Banyuwani)*. Jurnal Riptek. Vol. 5, No. 1 Tahun 2011.

⁴⁴ Sari Wahyu Aramiko, skripsi. *Dampak Ritel Modern terhadap Pasar dan Pedagang ritel Tradisional di Kota Tangerang Selatan dan Upaya Penanggulangannya*, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta: 2011.

kedua penelitian ini yaitu jika penelitian terdahulu sama-sama meneliti adanya dampak retail modern terhadap retail tradisional. Sedangkan perbedaan peneliti terdahulu dengan sekarang memiliki perbedaan dengan menganalisis seluruh pengaruh pengaruh berkembangnya retail modern yang diteliti dan sekarang hanya meneliti pengaruh retail modern terhadap pendapatan yang diperoleh sebelum dan sesudah adanya retail modern.

E. Kerangka Konseptual



Keterangan:

Retail tradisional merupakan salah satu tempat untuk melakukan jual beli antara pedagang dan pembeli serta kegiatan pemenuhan konsumsi masyarakat di Kabupaten Tulungagung. Didalam retail tradisional, masyarakat dapat memperoleh kebutuhan sandang pangan dalam waktu dan tempat yang sama. Namun dengan adanya retail modern yang mulai

berkembang khususnya di wilayah Kabupaten Tulungagung mengakibatkan adanya perubahan yang dialami oleh pedagang retail tradisional. Salah satu dari dampak tersebut adalah adanya perubahan dalam hal pendapatan yang di peroleh oleh pedagang retail tradisional khususnya pedagang di Pasar Wage Tulungagung.