

# **PENGARUH TOKO MODERN TERHADAP TOKO USAHA KECIL SKALA LINGKUNGAN (STUDI KASUS: MINIMARKET KECAMATAN BLIMBING, KOTA MALANG)**

Melita Iffah, Fauzul Rizal Sutikno, Nindya Sari

Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota Fakultas Teknik Universitas Brawijaya  
Jl. Mayjen Haryono 167 Malang 65145, Indonesia  
email: melita.ardianti@gmail.com

## **ABSTRAK**

*Pertumbuhan toko modern jenis minimarket di Indonesia belakangan ini telah berkembang hingga ke wilayah, termasuk Kota Malang. Jarak antara toko usaha kecil dan lokasi minimarket yang berada dalam satu jangkauan pelayanan juga akan sangat berpengaruh pada preferensi masyarakat dalam menentukan tempat berbelanja. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik minimarket dan karakteristik toko usaha kecil, mengetahui persepsi dan preferensi masyarakat terhadap toko usaha kecil dan minimarket, dan mengetahui pengaruh dari keberadaan minimarket terhadap toko usaha kecil skala lingkungan berkaitan dengan jangkauan pelayanannya. Metode yang digunakan adalah IPA, crosstab, analisis pengaruh minimarket, dan overlay jangkauan pelayanan. Masing-masing fasilitas perdagangan, baik toko usaha kecil maupun minimarket memiliki kelebihan dan kekurangan berdasarkan variabel-variabel yang dinilai oleh konsumen pengunjung. Terdapat perubahan kecenderungan pada preferensi pemilihan tujuan berbelanja sebelum dan sesudah berdirinya minimarket di kawasan Kecamatan Blimbing. Berdasarkan jangkauan pelayanan, dapat diketahui bahwa semakin besar jangkauan minimarket, maka akan semakin banyak toko yang terfiksi dengan jangkauan pelayanannya. Satu minimarket berdampak terhadap 4 toko usaha kecil, dengan rata-rata friksi sebesar 57.29%. Berdasarkan penelitian, semakin jauh toko usaha kecil terhadap minimarket, pengaruh yang ditimbulkan akan semakin kecil. Namun, semakin dekat toko usaha kecil dengan minimarket, maka pengaruh yang sangat besar terjadi pada jumlah konsumen yang datang setiap harinya.*

*Kata kunci: Pengaruh, Toko usaha kecil, Minimarket, Jangkauan pelayanan*

## **ABSTRACT**

*The growth of modern stores, especially minimarket type, recently has grown up not only in big cities but also in a town, such as Malang. Since the distance between traditional retail and the minimarket is in a same range of services, it will influence the community preferences in determining a place to shop. The purpose of this study is to investigate the characteristics of traditional retail and minimarket, public perception and preference towards them, and also to understand the effect of the minimarket existence to the traditional retail associated with a range of services. This study uses many method of research such as IPA, crosstab, modern retail's impacts analysis, and service coverage overlay. Each trading facilities, both traditional and modern retail has their advantages and disadvantages based on the variables assessed by the consumer. There is a changes of trend in shopping destination selection preferences before and after the expansion of minimarket in the region Blimbing District. Based on the range of services, it is known that the greater service range of minimarket, it will effect to the much more traditional retail that is influence by the range of services. One of minimarket in the region Blimbing District has affected to the four traditional stores surrounding them, with an average of 57.29% friction. Based on the result from this research, when the traditional retail is far from minimarket, the effect is become smaller. But, when the traditional retail is near from minimarket, the biggest effect is on consumer who come in every each day.*

*Keyword: Impact, Traditional retail, Minimarket, Range of service*

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan toko modern di Indonesia mempengaruhi perkembangan toko di kota kecil. Kehadiran toko modern di Kota Malang sudah menjamur di berbagai lokasi, bahkan merambah hingga ke permukiman padat penduduk. Pertumbuhan toko modern jenis minimarket di Kota Malang cukup pesat, dan dimungkinkan

semakin lama akan semakin memberikan dampak buruk bagi toko usaha kecil pada umumnya. Hal ini berkaitan dengan preferensi masyarakat yang memiliki kemungkinan untuk cenderung beralih berbelanja di minimarket. Jarak antara toko usaha kecil dan lokasi minimarket yang berada dalam satu jangkauan pelayanan juga akan sangat

berpengaruh pada preferensi masyarakat dalam menemukan tempat berbelanja. Jika lokasi toko usaha kecil dan lokasi minimarket berada dalam satu lingkup pelayanan, maka besar kemungkinan masyarakat akan berbelanja di minimarket. Kehadiran minimarket telah menuntut toko usaha kecil untuk dapat meningkatkan pelayanan dan membenahi fasilitas pada tokonya untuk memberikan pelayanan terbaik kepada konsumennya. Hal ini memungkinkan terdapatnya perubahan pada preferensi masyarakat, untuk lebih memilih berbelanja di minimarket daripada berbelanja di toko kecil.

Sutikno (2009) dalam penelitiannya menyatakan preferensi konsumen terhadap pasar tradisional dan pasar modern dikategorikan pada preferensi konsumen terhadap kelengkapan barang, kepastian harga, kualitas barang, kesopanan pedagang, keramahan pedagang, kesiapan pedagang, keamanan pasar, kelengkapan fasilitas, kebersihan dan kenyamanan pasar. Hasil tersebut didapatkan dari hasil analisis persepsi konsumen dengan menggunakan metode IPA (Importance Performance Analysis).

Persepsi akan toko ritel memengaruhi pengalaman berbelanja secara sangat kuat. Persepsi yang bagus terhadap toko ritel akan menghasilkan pengalaman berbelanja yang bagus. Jika peritel ingin membentuk pengalaman berbelanja yang bagus di toko mereka, maka membentuk persepsi yang bagus terhadap harga, mutu, dan kelengkapan barang adalah hal yang sangat penting. (Hotniar dkk, 2000).

Hingga saat ini belum terdapat kebijakan yang mengatur mengenai pengembangan toko modern, baik di Kota Malang maupun di Kecamatan Blimbing. Diperlukan pengawasan yang ketat terhadap izin pendirian minimarket. Karena, dikhawatirkan dengan semakin berkembangnya minimarket akan menyulitkan usaha kecil seperti warung dan toko untuk bisa bertahan. Dengan dilakukannya penelitian mengenai Pengaruh Toko Modern Terhadap Toko Usaha Kecil (Studi Kasus Minimarket di Kecamatan Blimbing, Kota Malang), maka akan diketahui dampak yang terjadi. Sehingga dapat dikemukakan arahan- arahan ataupun rekomendasi terhadap pihak yang berkaitan untuk mengurangi dampak buruk yang terjadi.

Penelitian ini akan membahas secara spesifik pengaruh toko modern terhadap toko kelontong / pracangan, dengan jenis toko modern dipilih jenis minimarket. Sedangkan toko usaha kecil yang dipilih adalah toko kelontong / pracangan milik pribadi yang berada di wilayah studi.

Berubahnya preferensi masyarakat diawali dengan terbentuknya persepsi masyarakat dalam berbelanja. Adapun persepsi masyarakat yang dapat berubah adalah tingkat kepuasan konsumen diantara lain berkaitan dengan:

1. Barang
2. Harga
3. Suasana
4. Komunikasi
5. Pelayanan
6. Ketersediaan barang
7. Lokasi

Dengan berubahnya persepsi masyarakat tersebut, maka akan mempengaruhi preferensi masyarakat mengenai tujuan berbelanja.

Penelitian dilakukan pada bulan Maret – Mei tahun 2010.

## METODE PENELITIAN

Pelaksanaan penelitian mengenai Pengaruh Toko Modern Terhadap Toko Usaha Kecil Skala Lingkungan (Studi Kasus: Minimarket Kecamatan Blimbing, Kota Malang) menggunakan beberapa metode penelitian sebagai berikut:

### 1. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui metode survey primer dan survey sekunder. Data yang diperoleh melalui survey primer adalah data hasil peninjauan langsung yang meliputi data lokasi minimarket dan toko usaha kecil di sekitarnya, lokasi permukiman, karakteristik toko usaha kecil. Data dari hasil survey sekunder berupa rencana tata ruang dan literatur.

Selain itu, digunakan pula metode wawancara. Kuisisioner/angket juga digunakan sebagai salah satu metode pengumpulan data. Hasil yang diperoleh dari metode ini adalah pendapat dari konsumen, pendapat dari pemilik toko baik minimarket ataupun toko usaha kecil.

### 2. Metode Analisis Data

#### a. Analisis *Importance Performance Analysis* (IPA)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap toko usaha kecil dan minimarket di Kecamatan Blimbing. Selain itu juga dapat diketahui prioritas strategi yang harus dikembangkan selanjutnya.

#### b. Analisis Tabulasi Silang (*Cross Tab*)

Digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel dalam satu output. Variabel yang akan diuji adalah variabel-variabel yang berkaitan dengan persepsi konsumen pengunjung

terhadap toko usaha kecil maupun minimarket.

### c. Analisis Pengaruh Minimarket

Berfungsi untuk mengetahui pengaruh minimarket terhadap toko usaha kecil di Kecamatan Blimbing, berkaitan dengan karakteristik fisik maupun karakteristik non fisik.

### d. Analisis Overlay Jangkauan Pelayanan

Analisis ini berfungsi untuk mengetahui friksi yang terjadi pada jangkauan pelayanan dari minimarket terhadap toko usaha kecil. Hasil overlay akan menunjukkan seberapa besar minimarket berpengaruh terhadap toko usaha kecil.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Karakteristik Fasilitas Perdagangan di Kecamatan Blimbing, Kota Malang

#### A. Karakteristik Minimarket Di Kecamatan Blimbing

Karakteristik Minimarket di Kecamatan Blimbing terdapat tiga jenis minimarket waralaba yang terdapat di Kecamatan Blimbing, yaitu Indomaret, Alfamart dan Alfamidi. Masing-masing minimarket memiliki ijin yang berbeda. Ijin waralaba Indomaret dimiliki oleh PT. Indomarc Prismaatama, untuk ijin waralaba Alfamart dimiliki oleh PT. Sumber Alfaria Trijaya, sedangkan Alfamidi dimiliki oleh PT. Midi Utama Indonesia.

**Tabel 1. Jumlah Minimarket Berdasarkan Jenis di Kecamatan Blimbing, Kota Malang**

| No.    | Kelurahan              | Jumlah Minimarket |            |           | Total |
|--------|------------------------|-------------------|------------|-----------|-------|
|        |                        | Alfa-mart         | Indo-maret | Alfa-midi |       |
| 1      | Kelurahan Balearjosari | 0                 | 0          | 0         | 0     |
| 2      | Kelurahan Arjosari     | 1                 | 0          | 0         | 1     |
| 3      | Kelurahan Polowijen    | 0                 | 1          | 0         | 1     |
| 4      | Kelurahan Purwodadi    | 1                 | 1          | 0         | 2     |
| 5      | Kelurahan Blimbing     | 1                 | 2          | 1         | 4     |
| 6      | Kelurahan Pandanwangi  | 2                 | 2          | 0         | 4     |
| 7      | Kelurahan Purwantoro   | 1                 | 2          | 0         | 3     |
| 8      | Kelurahan Bunulrejo    | 0                 | 1          | 0         | 1     |
| 9      | Kelurahan Kesatrian    | 0                 | 0          | 0         | 0     |
| 10     | Kelurahan Polehan      | 1                 | 1          | 0         | 2     |
| 11     | Kelurahan Jodipan      | 0                 | 1          | 1         | 2     |
| Jumlah |                        |                   |            |           | 20    |

Minimarket yang berada di Kecamatan Blimbing rata-rata berdiri sejak 1 – 4 tahun yang lalu. Minimarket yang ada di Kecamatan

Blimbing adalah minimarket yang masuk dalam kategori *franchise* atau sistem waralaba. Sistem kepemilikan ini merupakan sistem pemasaran atau distribusi barang dan jasa, dimana sebuah perusahaan induk (*franchisor*) memberikan kepada individu (*franchisee*) yang berskala kecil dengan hak-hak istimewa untuk melakukan suatu sistem usaha tertentu melalui cara yang sudah ditentukan, selama waktu tertentu dan di suatu tempat yang tertentu pula.

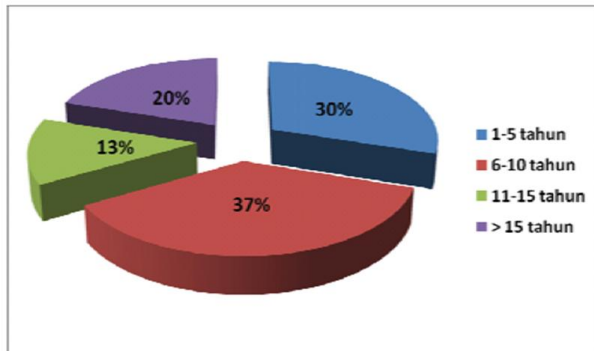
Sistem pelayanan yang diberlakukan di minimarket adalah *self-service*, dimana pengunjung diberikan kebebasan dalam memilih barang yang diinginkan, lalu membawanya ke kasir untuk dibayar. Jumlah konsumen dari masing-masing minimarket sangat bervariasi, namun mayoritas memiliki pengunjung sejumlah 100 – 300 orang tiap harinya. Jenis barang yang dijual di minimarket adalah kebutuhan sehari-hari masyarakat *end-user*, dimana masyarakat pembeli merupakan pengguna akhir yang menggunakan secara pribadi barang yang dibelinya, bukan untuk dijual kembali. Adapun jenis barang yang dijual adalah sembako (dalam jumlah eceran besar), alat mandi, makanan ringan (*snack*), alat rumah tangga, air minuman dalam gallon (isi ulang), rokok, obat-obatan, buah, dan media cetak.

Jam buka minimarket berkisar antara pukul 05.30 s/d 06.30. Sedangkan waktu tutup toko berkisar antara pukul 21.00 s/d 22.00. Namun ada pula minimarket yang buka 24 jam, seperti minimarket Alfamidi di Jalan A. Yani, di Kelurahan Blimbing. Salah satu kelebihan minimarket adalah tidak berlakunya jam istirahat dengan cara menutup toko. Sistem yang berlaku adalah pemberlakuan shift bagi para pekerjanya, yang jumlahnya lebih dari satu.

Minimarket dilengkapi dengan fasilitas-fasilitas yang mendukung kenyamanan berbelanja, misalnya saja adanya pendingin ruangan, lemari pendingin, kebersihan toko yang selalu terjaga, adanya pengelompokan barang berdasarkan jenisnya, dan juga keramahan pelayan. Sistem penyediaan barang pada minimarket seutuhnya bergantung pada kiriman dari supplier yang telah disediakan oleh pihak *franchisor*.

## B. Karakteristik Toko Usaha Kecil di Kecamatan Blimbing

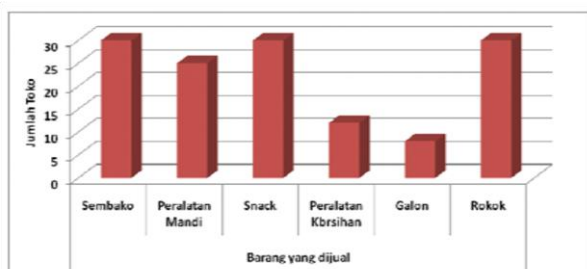
Karakteristik toko usaha kecil yang ada di Kecamatan Blimbing, jika ditinjau dari sistem kepemilikan, seluruhnya merupakan kepemilikan perseorangan, sehingga pembiayaan keberlangsungan toko seluruhnya ditanggung oleh pemiliknya.



**Gambar 1. Persentase Lama Berdirinya Toko Usaha Kecil di Kecamatan Blimbing**

Jika ditinjau dari sistem pelayanan, mayoritas toko usaha kecil di Kecamatan Blimbing memiliki sistem pelayanan yang sepenuhnya dilayani oleh pemilik atau penjaga toko. Sehingga konsumen atau pengunjung cenderung tidak memiliki kebebasan penuh untuk memilih dan menentukan jenis barang yang akan dibeli.

Mayoritas pemilik toko usaha kecil tersebut membuka tokonya antara pukul 06.00 – 09.00. Sedangkan jam tutup toko biasanya antara pukul 20.00 – 21.30. Dikarenakan pemilik memiliki kendali penuh terhadap keberlangsungan tokonya, maka pemilik juga berhak menentukan waktu tutup sementara. Hal ini dikarenakan pemilik membutuhkan waktu untuk beristirahat. Jam tutup sementara (jam istirahat) biasanya dilakukan pada saat siang hari, antara pukul 12.00 – 15.00, dan toko akan dibuka kembali



pada pukul 16.00.

**Gambar 2. Jumlah Toko Usaha Kecil dengan Jenis Barang yang Dijual**

Toko usaha kecil yang dimiliki oleh warga masyarakat memiliki modal yang tidak sama besar jika dibandingkan dengan kepemilikan

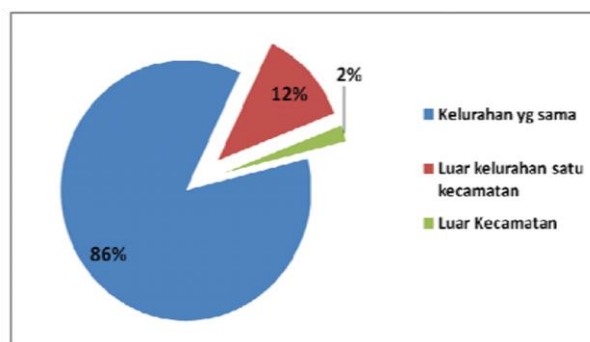
minimarket. Toko usaha kecil melakukan kulakan secara individual, yang dilakukan oleh masing-masing pemilik toko, dengan tujuan yang beraneka ragam, yaitu pasar, toko grosir, maupun menggunakan sistem supplier skala kecil.

## 2. Persepsi dan Preferensi Masyarakat terhadap Toko Usaha Kecil dan Minimarket

### A. Karakteristik Konsumen

Berdasarkan jenis kelamin, baik toko usaha kecil maupun minimarket memiliki pengunjung yang didominasi oleh pengunjung dengan jenis kelamin perempuan. Pada toko usaha kecil sebesar 65% dan pada minimarket sebesar 54%. Sedangkan jika ditinjau dari usia, range usia yang paling dominan sebagai pengunjung adalah usia 31 – 40 tahun. Pada toko usaha kecil sebesar 33% dan minimarket sebesar 39%. Rentang usia tersebut termasuk dalam kategori produktif secara ekonomi (usia 15 – 64 tahun).

Mayoritas pengunjung toko usaha kecil memiliki mata pencaharian sebagai ibu rumah tangga, sedangkan pengunjung minimarket mayoritas adalah pegawai swasta. Pendidikan terakhir dari pengunjung toko usaha kecil didominasi oleh pendidikan SMP (28%), sedangkan minimarket didominasi oleh tingkat pendidikan Sarjana (32%). Jika ditinjau dari tingkat pendapatan, kedua fasilitas perdagangan ini didominasi oleh pengunjung yang tidak / belum berpenghasilan.



**Gambar 3. Persentase Konsumen Pengunjung TUK Berdasar Asal Pengunjung di Kecamatan Blimbing Tahun 2010**

Konsumen pengunjung toko usaha kecil dan minimarket mayoritas memiliki pengunjung yang berasal dari lokasi kelurahan yang sama.

Terdapat perbedaan alasan dari pengunjung toko usaha kecil dan minimarket. Pengunjung memilih toko usaha kecil sebagai tempat berbelanja mayoritas karena lokasinya yang lebih dekat (36%). Sedangkan pengunjung minimarket sebesar 41% memiliki alasan lebih lengkapnya jenis barang di minimarket.

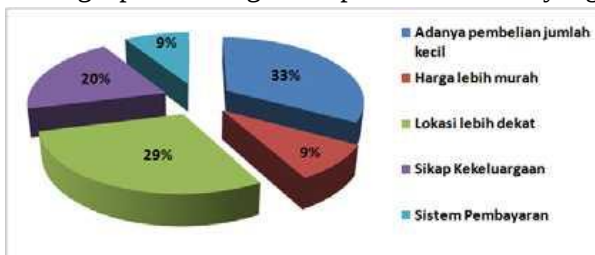
## B. Persepsi Masyarakat Pengunjung

Saat mengunjungi fasilitas perdagangan, baik toko usaha kecil maupun minimarket, jarak yang ditempuh mayoritas tidak lebih dari 1 kilometer dari tempat asal pengunjung. Cara yang dilakukan untuk menempuh perjalanan menuju toko usaha kecil adalah dengan berjalan kaki, sedangkan pengunjung minimarket dengan menggunakan motor.

Keberadaan toko usaha kecil dan minimarket di Kecamatan Blimbing adalah lebih dari satu tahun sebelum dilakukan penelitian ini.

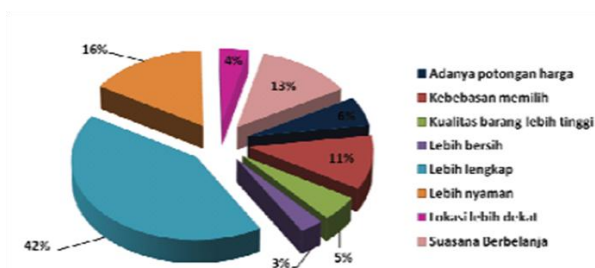
Frekuensi kedatangan pengunjung ke toko usaha kecil berbeda dengan pengunjung minimarket. Sebesar 87% frekuensi pengunjung mengunjungi toko usaha kecil sebanyak 2 – 8 kali dalam seminggu. Sedangkan konsumen mengunjungi minimarket kurang dari 2 kali dalam seminggu.

Berdasarkan persepsi pengunjung toko usaha kecil, kelebihan dari toko usaha adalah dari variable harga yang menawarkan harga lebih murah. Sedangkan minimarket memiliki kelebihan pada variabel barang, dimana kelengkapan barang merupakan variabel yang



dinilai lebih oleh konsumen.

**Gambar 4. Persepsi Masyarakat Kecamatan Blimbing Mengenai Kelebihan Toko Usaha Kecil**



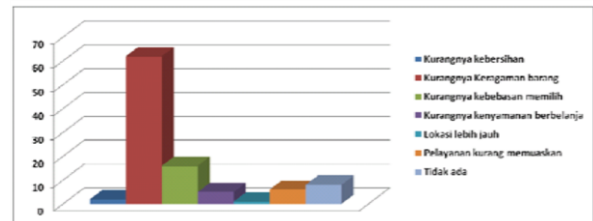
**Gambar 5. Persepsi Masyarakat Kecamatan Blimbing Mengenai Kelebihan Minimarket**

## C. Persepsi Masyarakat Umum (Non Pengunjung)

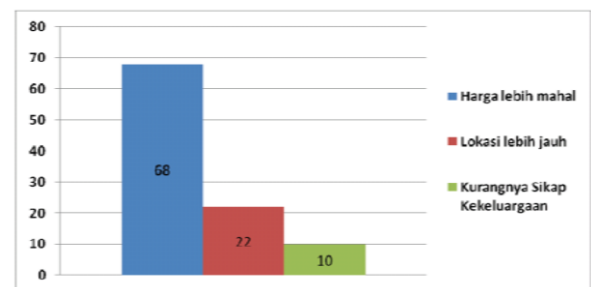
Persepsi non pengunjung bertujuan untuk mengetahui pendapat masyarakat secara netral, tanpa mengetahui apakah responden merupakan konsumen toko usaha kecil maupun minimarket.

Gambar 4 dan gambar 5 menunjukkan

bahwa terdapat perbedaan persepsi dari masyarakat Kecamatan Blimbing terhadap kelebihan masing-masing fasilitas perdagangan. Kelebihan toko usaha kecil adalah adanya pembelian eceran dalam jumlah lebih kecil dari yang ditawarkan oleh minimarket. Sedangkan kelebihan minimarket adalah kelengkapan barang dibandingkan dengan toko usaha kecil.



**Gambar 6. Persepsi masyarakat Kecamatan Blimbing mengenai kekurangan toko usaha kecil**



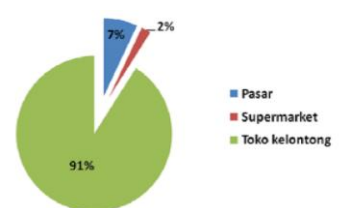
**Gambar 7. Persepsi Masyarakat Kecamatan Blimbing Mengenai Kekurangan Minimarket**

Kekurangan dari toko usaha kecil yang paling menonjol menurut masyarakat Kecamatan Blimbing adalah kurangnya kelengkapan barang, sedangkan kekurangan minimarket yang paling menonjol adalah harga yang lebih mahal.

Kedua fasilitas perdagangan tersebut memiliki kekurangan dan kelebihan masing-masing. Namun yang perlu diperhatikan adalah kekurangan toko usaha kecil yang masih cukup banyak untuk diperbaiki. Hal ini perlu diperhatikan untuk melindungi toko usaha kecil dari keterpurukan.

## D. Preferensi Masyarakat

Sebelum dan sesudah adanya minimarket berdampak pada pemilihan keputusan dalam menentukan tujuan berbelanja.



**Gambar 8. Persentase Penduduk Kecamatan Blimbing Berdasar Tujuan Berbelanja Sebelum Adanya Minimarket**



Dari gambar di atas dapat diketahui bahwa masyarakat yang awalnya berbelanja di toko usaha kecil, berkurang hingga 40%. Setelah adanya minimarket yang berdekatan dengan kampung penduduk di Kecamatan Blimbing, maka masyarakat mengubah keputusannya dalam menentukan tujuan berbelanja, yaitu untuk berbelanja di minimarket.

➤ Toko Usaha Kecil

➤ **Minimarket**

pendidikan terakhir SMA, berusia antara 31 – 40 tahun, jenis pekerjaan pegawai swasta dengan tingkat penghasilan antara Rp. 750.000 – Rp. 1.000.000.

➤ Toko Usaha Kecil



Scatter plot showing 23 data points (numbered 1 to 23) plotted against two axes. The horizontal axis is labeled 'Tingkat Kepuasan' and the vertical axis is labeled 'Rata-Rata'. The plot is divided into four quadrants by dashed lines intersecting at the origin (marked with a red square). The quadrants are labeled KUADRAN IV (top-left), KUADRAN I (top-right), KUADRAN III (bottom-left), and KUADRAN II (bottom-right). The data points are distributed as follows:

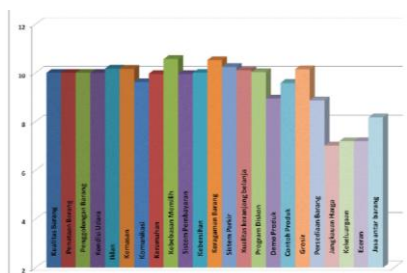
- KUADRAN IV:** Points 21, 17, 3, 4, 10, 11, 12, 18, 23, 19.
- KUADRAN I:** Points 1, 5, 2, 20, 22, 15, 14, 16, 13.
- KUADRAN III:** Points 2, 7, 8, 9, 6.
- KUADRAN II:** Points 21, 22.

Nomor variabel penilaian terhadap toko usaha kecil pada gambar diagram dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel 2. Variabel Penilaian terhadap Toko Usaha Kecil**

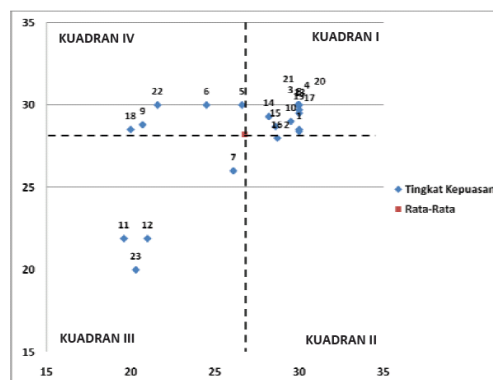
| Kuadran                                                                                                                                                                                                                            | No. | Aspek                      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|----------------------------|
| <b>Kuadran I</b><br><i>Keep Up The Good Work</i> (Atribut-attribut pada kinerja pelayanan suatu tempat dipandang penting oleh pelanggan/pengguna sebagai dasar keputusan dengan kinerja dan kualitas pelayanan adalah sangat baik) |     |                            |
|                                                                                                                                                                                                                                    | 1   | Keragaman barang           |
|                                                                                                                                                                                                                                    | 2   | Kualitas barang            |
|                                                                                                                                                                                                                                    | 5   | Persediaan barang          |
|                                                                                                                                                                                                                                    | 9   | Persediaan barang          |
|                                                                                                                                                                                                                                    | 9   | kekeluargaan               |
|                                                                                                                                                                                                                                    | 6   | Jangkauan harga            |
|                                                                                                                                                                                                                                    | 14  | Komunikasi                 |
|                                                                                                                                                                                                                                    | 15  | Keramahan                  |
|                                                                                                                                                                                                                                    | 22  | Eceran                     |
|                                                                                                                                                                                                                                    | 20  | Sistem pembayaran          |
| <b>Kuadran II</b><br><i>Possible Overkill</i> (Atribut-attribut pada kinerja pelayanan suatu tempat kurang penting bagi pelanggan/pengguna, tetapi mempunyai kualitas pelayanan yang baik.)                                        |     |                            |
|                                                                                                                                                                                                                                    | 13  | Kemasan                    |
|                                                                                                                                                                                                                                    | 8   | Kondisi udara              |
|                                                                                                                                                                                                                                    | 16  | Sistem parkir              |
| <b>Kuadran III</b><br><i>Low Priority</i> (Beberapa atribut pada pelanggan/pengguna mengalami penurunan, karena baik tingkat kepentingan dan kualitas pelayanan lebih rendah dari nilai rata-rata.                                 |     |                            |
|                                                                                                                                                                                                                                    | 7   | Program Diskon             |
|                                                                                                                                                                                                                                    | 10  | Iklan                      |
|                                                                                                                                                                                                                                    | 23  | Grosir                     |
|                                                                                                                                                                                                                                    | 11  | Demo produk                |
|                                                                                                                                                                                                                                    | 12  | Contoh produk              |
|                                                                                                                                                                                                                                    | 18  | Jarak antar barang         |
|                                                                                                                                                                                                                                    | 19  | Kualitas keranjang belanja |
| <b>Kuadran IV</b><br><i>Concentrate Here</i> (Atribut-attribut pada kinerja pelayanan suatu tempat sangat penting dalam keputusan pelanggan/pengguna, tetapi tidak memiliki kualitas pelayanan yang baik)                          |     |                            |
|                                                                                                                                                                                                                                    | 17  | Kebebasan Memilih          |
|                                                                                                                                                                                                                                    | 21  | Kebersihan                 |
|                                                                                                                                                                                                                                    | 3   | Penataan barang            |
|                                                                                                                                                                                                                                    | 4   | Penggolongan barang        |

## ➤ Minimarket

**Gambar 12. Diagram Tingkat Kepuasan Pengunjung Minimarket**

Pengunjung minimarket menyatakan

kepuasan yang tinggi atas variabel adanya kebebasan memilih. Pengunjung menyatakan kepuasan dalam hal memilih barang, dikarenakan pengunjung dapat dengan leluasa melihat, memilih dan memutuskan sendiri barang mana yang akan dibeli.

**Gambar 13. Diagram Kartesius Minimarket**

Nomor variabel penilaian terhadap minimarket pada gambar diagram dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel 3. Variabel Penilaian Terhadap Minimarket**

| Kuadran                                          | No. | Aspek               |
|--------------------------------------------------|-----|---------------------|
| <b>Kuadran I</b><br><i>Keep Up The Good Work</i> |     |                     |
|                                                  | 2   | Kualitas Barang     |
|                                                  | 3   | Penataan Barang     |
|                                                  | 4   | Penggolongan Barang |
|                                                  | 8   | Kondisi Udara       |
|                                                  | 10  | Iklan               |
|                                                  | 13  | Kemasan             |
|                                                  | 14  | Komunikasi          |
|                                                  | 15  | Keramahan           |
|                                                  | 17  | Kebebasan Memilih   |
|                                                  | 20  | Sistem Pembayaran   |
|                                                  | 21  | Kebersihan          |
| <b>Kuadran II</b><br><i>Possible Overkill</i>    |     |                     |
|                                                  | 16  | Sistem parkir       |
| <b>Kuadran III</b><br><i>Low Priority</i>        |     |                     |
|                                                  | 7   | Program Diskon      |
|                                                  | 11  | Demo Produk         |
|                                                  | 12  | Contoh Produk       |
|                                                  | 23  | Grosir              |
| <b>Kuadran IV</b><br><i>Concentrate Her</i>      |     |                     |
|                                                  | 5   | Persediaan Barang   |
|                                                  | 6   | Jangkauan Harga     |
|                                                  | 9   | Kekeluargaan        |
|                                                  | 22  | Eceran              |

| Kuadran | No. | Aspek             |
|---------|-----|-------------------|
|         | 18  | Jasa antar barang |

### 3. Pengaruh Minimarket terhadap Toko Usaha Kecil

#### A. Karakteristik fisik

Berdasarkan hasil pengamatan, terdapat beberapa toko yang telah merubah tampilan toko mereka. Mereka bekerja sama dengan pihak lain untuk merubah tampilan toko mereka. Sebanyak 79% toko telah bekerja sama dengan pihak lain untuk mendapatkan sponsorship / bantuan dalam merenovasi atau merubah tampilan toko mereka. Jenis barang yang dijual tidak mengalami perubahan yang signifikan akibat keberadaan minimarket. Hanya saja menurut hasil penelitian, pemilik toko usaha kecil mengurangi jumlah pasokan barang dagangannya dikarenakan modal yang ikut berkurang.

#### B. Karakteristik Nonfisik

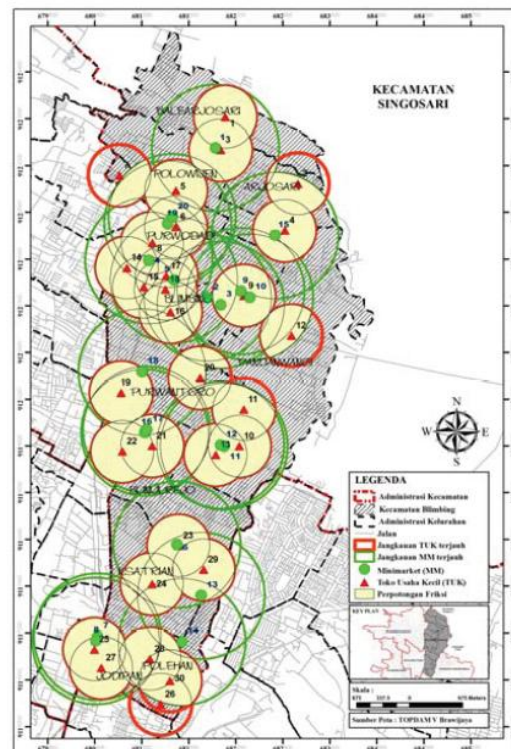
Adanya minimarket berdampak pada besarnya modal, jumlah tenaga kerja, jumlah pendapatan, jumlah konsumen dan sistem penjualan.

#### C. Jangkauan Pelayanan

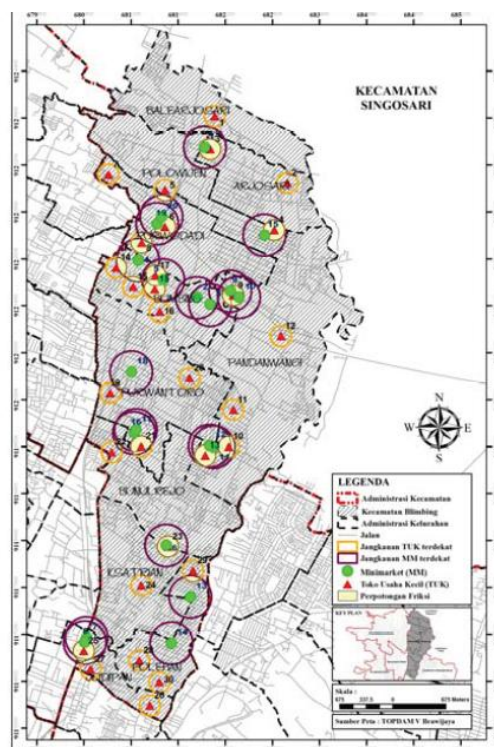
Masing-masing fasilitas perdagangan, baik toko usaha kecil dan minimarket memiliki eksisting jangkauan pelayanan yang berbeda. Toko usaha kecil memiliki jangkauan pelayanan yang relative lebih kecil jika dibandingkan dengan minimarket. Toko usaha kecil memiliki pangsa pasar yang cenderung berada di sekitarnya, sedangkan minimarket pangsa pasarnya lebih luas, dikarenakan lokasinya yang strategis (misal : tepi jalan raya).

Setelah dilakukan overlay antara kedua jangkauan pelayanan fasilitas perdagangan tersebut, didapatkan hasil yang bahwa dari masing-masing fasilitas perdagangan yang awalnya memiliki jangkauan pelayanan masing-masing, jika di-overlay-kan akan menghasilkan friksi ataupun konflik.

Konflik yang terjadi dikarenakan jangkauan pelayanan dari minimarket yang *overlapping* dengan jangkauan pelayanan toko usaha kecil. Jangkauan pelayanan minimarket yang cenderung lebih besar akan mengiris atau bahkan menutupi jangkauan pelayanan dari toko usaha kecil.



**Gambar 14. Peta Friksi Jangkauan Pelayanan Minimarket**  
Jangkauan Terjauh >> Toko Usaha Kecil  
Jangkauan Terjauh



**Gambar 15. Peta Friksi Jangkauan Pelayanan Minimarket**  
Jangkauan Terdekat >> Toko Usaha Kecil  
Jangkauan Terdekat

Peta tersebut merupakan dua contoh friksi (konflik) yang terjadi antara minimarket dengan toko usaha kecil. Dua peta tersebut merupakan contoh dengan kemungkinan paling ekstrem, dimana minimarket dengan jangkauan pelayanan terjauh di *overlay* dengan toko usaha kecil dengan jangkauan terjauh. Sedangkan contoh peta kedua adalah minimarket dengan jangkauan pelayanan terdekat di- *overlay* dengan toko usaha kecil dengan jangkauan terdekat.

Terdapat 9 hasil *overlay* antara masing-masing fasilitas perdagangan dengan masing-masing jangkauan pelayanannya. Berdasarkan hasil analisis, dapat diketahui bahwa setiap minimarket berfriksi dengan 4 toko usaha kecil yang berada di sekitarnya. Friksi yang terjadi pada satu minimarket terjadi sebesar 57.29% terhadap masing-masing toko usaha kecil. Minimarket memberikan dampak terbesar terhadap jumlah konsumen yang datang ke toko usaha kecil. Persentase sebesar 34% menunjukkan bahwa saat toko usaha kecil berada semakin dekat dengan minimarket, maka semakin banyak toko usaha kecil yang mengeluhkan adanya pengurangan jumlah konsumen yang berkunjung pada tiap harinya.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Terdapat perbedaan karakteristik toko usaha kecil dan minimarket di Kecamatan Blimbing, diantaranya meliputi sistem kepemilikan, sistem pelayanan, waktu operasional dan tujuan kulakan. Persepsi masyarakat memunculkan kelebihan dan kekurangan dari masing-masing fasilitas perdagangan. Masing-masing fasilitas perdagangan, baik toko usaha kecil maupun minimarket memiliki kelebihan dan kekurangan berdasarkan variabel- variabel yang dinilai oleh konsumen pengunjung. Terdapat perubahan kecenderungan pada preferensi pemilihan tujuan berbelanja sebelum dan sesudah berdirinya minimarket di kawasan Kecamatan Blimbing. Berdasarkan jangkauan pelayanan, dapat diketahui bahwa semakin besar jangkauan minimarket, maka akan semakin banyak toko yang terfriksi dengan jangkauan pelayanannya. Satu minimarket berdampak terhadap 4 toko usaha kecil, dengan rata- rata friksi sebesar 57.29%. Berdasarkan penelitian, semakin jauh toko usaha kecil terhadap minimarket, pengaruh yang ditimbulkan akan semakin kecil. Namun, semakin dekat toko usaha kecil dengan minimarket, maka pengaruh yang sangat besar

terjadi pada jumlah konsumen yang datang setiap harinya.

Perlu diberikan batasan yang jelas untuk pengembangan minimarket ke depannya. Hal ini untuk melindungi eksistensi toko usaha kecil sebagai kekuatan ekonomi menengah kebawah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Hotniar, Basu Swastha, Toto. *Model Pengaruh Persepsi Akan Toko Ritel Modern Pada Pengalaman Berbelanja*.
- Sutikno, Fauzul Rizal. 2009. *Pergerakan Penduduk terhadap Pasar Tradisional dan Pasar Modern di Kota Malang*. Prosiding Seminar Nasional Identitas Kota-kota Masa Depan di Indonesia. Bali.

