

Pengaruh Persepsi Masyarakat tentang Minimarket terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Pedagang Pasar Tradisional Cikupa Kabupaten Tangerang

A. Damayanti¹, S. Afrizal², S. Kuntari³

^{1,2,3} Pendidikan Sosiologi, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

e-mail: anatasya.d1127@gmail.com

Abstrak

Pasar terbagi menjadi 2 jenis, yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Kecamatan Cikupa memiliki 1 pasar tradisional yang cukup terkenal, yaitu pasar Cikupa. Modernisasi memicu munculnya berbagai minimarket di kecamatan ini. Berdasarkan hasil observasi terdapat banyak minimarket yang ada di sekitar pasar Cikupa. Hal ini dapat menjadi masalah karena memicu persaingan yang tidak sehat, baik dengan minimarket maupun antar pedagang di pasar Cikupa. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi masyarakat tentang minimarket terhadap kondisi sosial ekonomi pedagang di pasar tradisional Cikupa. Adapun metode yang digunakan adalah metode kuantitatif kausal dengan jenis survey dengan menggunakan angket untuk mengumpulkan data primer penelitian. Teknik analisa data pada penelitian ini akan dipaparkan melalui statistik deskriptif dan inferensial. Adapun hasil dari penelitian ini adalah, persepsi masyarakat tentang minimarket berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kondisi sosial ekonomi pedagang di pasar tradisional Cikupa sebesar 60%.

Kata kunci: *Persepsi, Minimarket, Pasar Tradisional, Sosial Ekonomi, Pedagang*

Abstract

Markets are divided into 2 types, which are traditional markets and modern markets. Cikupa has 1 well-known traditional market, which is Cikupa Market. Modernization has triggered the emergence of various minimarkets in this district. Based on observations, there are many minimarkets around Cikupa Market. This can cause a problem because it triggers unhealthy competition, both with minimarkets and between traders in Cikupa Market. Therefore, this research aims to determine the influence of public perception of minimarkets on the socio-economic conditions of traders in Cikupa Traditional Market. This research used a causal quantitative method with a survey type that uses a questionnaire to collect primary data. Data analysis techniques in this research will be presented through descriptive and inferential statistics. The results of this study are that public perception of minimarkets has a negative and significant effect on the socio-economic conditions of traders in Cikupa Traditional Market by 60%.

Keywords : *Perception, Minimarket, Traditional Market, Socio-Economic, Market Traders.*

PENDAHULUAN

Manusia sebagai makhluk hidup secara naluriah akan melakukan upaya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Menurut Pandesia, dkk (2017:1316) kebutuhan hidup manusia terdiri dari 3 kebutuhan primer, yaitu sandang, pangan, dan papan. Kebutuhan pangan adalah hal yang sangat penting bagi manusia. Kebutuhan tersebut biasanya dapat ditemukan di pasar. Pasar merupakan tempat berlangsungnya transaksi jual beli antara pedagang dengan pembeli. Pasar terbagi menjadi 2 jenis, yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional biasanya masih memberlakukan sistem tawar menawar, sedangkan pasar modern/minimarket memberlakukan sistem kasir yang terstruktur. Minimarket biasanya dilengkapi dengan berbagai fasilitas pendukung, seperti penyejuk ruangan, atm, layanan pembayaran, dan lainnya. Hal tersebut membuat kondisi minimarket berbanding terbalik dengan pasar tradisional yang cenderung tidak tertata dan kotor.

Kecamatan Cikupa termasuk salah satu kecamatan yang ada di Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten yang terdiri dari 14 Desa dan 2 Kelurahan. Di kecamatan ini terdapat 1 pasar tradisional besar yang cukup terkenal, yaitu pasar Cikupa. Pasar ini berada di lokasi yang sangat strategis, sehingga sangat mudah dijangkau oleh masyarakat karena bisa diakses menggunakan transportasi umum, seperti angkot. Hal tersebut membuat jangkauan pasar ini menjadi luas sehingga membuat warga dari kecamatan lain juga turut berbelanja di pasar ini, diantaranya adalah Kecamatan Panongan dan Tigaraksa. Kategori barang yang beragam dan didukung dengan harga yang relatif terjangkau menambah nilai positif bagi pasar ini. Awalnya pasar ini hanya buka saat hari pasar, yaitu hari Selasa dan Sabtu, akan tetapi karena peminatnya yang semakin banyak maka pasar ini buka setiap hari dari pukul 5 pagi - 5 sore.

Kecamatan Cikupa mempunyai potensi demografi dan ekonomi yang besar, sehingga membuka peluang bagi perusahaan retail untuk melakukan ekspansi ke kecamatan ini. Hal tersebut dibuktikan dengan munculnya berbagai minimarket di sepanjang jalan, terlebih di sekitar Pasar Cikupa. Menurut Perda Kabupaten Tangerang no.14 Tahun 2011 tentang Penataan Toko Modern dan Pembinaan Pedagang Kecil, minimarket harus memperhatikan jarak dengan pasar tradisional. Berdasarkan survei Badan Pusat Statistik Indonesia (BPS), secara nasional terdapat 73,59% pasar tradisional yang berjarak <1 km dari minimarket. Berdasarkan hasil observasi, terdapat 16 minimarket yang berada di sekitar pasar cikupa. Keberadaan minimarket yang terlalu dekat dengan pasar tradisional ini dapat mempengaruhi dinamika yang ada di pasar tersebut, terlebih jumlahnya yang cukup banyak. Selain itu, sudah ada aturan yang mengatur tentang hal ini, akan tetapi kurang diperhatikan.

BPS juga menyatakan bahwa keberadaan minimarket dapat mempengaruhi tingkat keuntungan pedagang. Keberadaan minimarket yang terlalu dekat dengan pasar tradisional memicu pergeseran pilihan belanja masyarakat yang akan berdampak pada kondisi sosial ekonomi pedagangnya. Hal ini dikarenakan kondisi pasar tradisional yang bertolak belakang dengan minimarket. Oleh karena itu posisi minimarket yang terlalu dekat dengan pasar tradisional berpotensi menjadi ancaman bagi para pedagang di pasar tradisional (Bagaskara 2021:3). Hal ini memicu munculnya persaingan yang tidak sehat, baik antar pedagang maupun dengan minimarket karena lokasinya yang berada di zona ekonomi efektif.

Modernisasi memicu berbagai pergeseran dan perubahan pola perilaku pada masyarakat modern. Masyarakat ini mengutamakan keuntungan, seperti potongan harga, kemudahan dalam berbelanja, dan fasilitas pendukung. Keuntungan-keuntungan tersebut dapat ditemukan di minimarket. Minimarket identik dengan sistemnya yang terukur, serta tempat berbelanja yang nyaman. Hal tersebut memicu munculnya persepsi masyarakat akan minimarket. Persepsi tentang minimarket adalah pandangan masyarakat tentang minimarket, yang dapat meliputi suasana, kenyamanan, fasilitas pendukung, harga, dan pelayanan akan pelanggan.

Ciri khas yang ada di minimarket membuat berkembangnya persepsi-persepsi di masyarakat. Menurut Krisnawati, dkk (2019 : 29-30), faktor pembentuk persepsi tentang minimarket adalah citra merek, harga, dan penilaian pelanggan. Persepsi ini akan membuat masyarakat beralih dari pasar tradisional ke minimarket sehingga membuat pedagang harus berusaha untuk tetap bertahan. Beralihnya tempat belanja masyarakat dapat menjadi ancaman bagi kondisi sosial ekonomi pedagang di pasar tradisional. Kondisi sosial ekonomi adalah keadaan individu atau kelompok yang meliputi penghasilan, tingkat pendidikan, kesehatan, dan interaksi sosial (Wulansari, 2016 : 22).

Hal yang paling disorot dalam persaingan ini adalah pada perubahan pendapatan pedagang di pasar tradisional. Hal ini dikarenakan pendapatan adalah sumber untuk memenuhi kebutuhan primer maupun sekunder mereka. Menurunnya pendapatan dapat mengakibatkan terganggunya indikator lain, seperti kesehatan, pendidikan, dan interaksi sosial. Perubahan kondisi sosial ekonomi pedagang pasar tradisional di tengah ekspansi minimarket dapat dilihat sebagai dinamika kompleks yang melibatkan faktor ekonomi, sosial, dan peran pemerintah. Jika hal tersebut dibiarkan maka dapat menghancurkan ekosistem yang ada di pasar tradisional dan mengancam keberlangsungan hidup pedagang dan keluarganya.

George Herbert Mead (dalam West - Turner. 2008 : 96), menciptakan 3 konsep inti pemikiran yang terdiri dari mind, self, dan society yang merupakan salah satu konsep dari teori

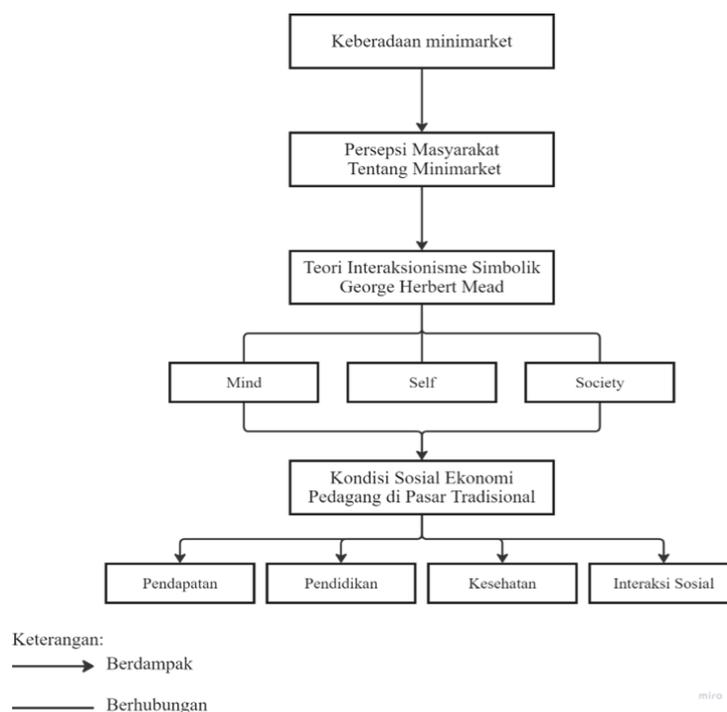
interaksionisme simbolik. Konsep tersebut dianggap menjadi penyebab dari respon yang diberikan pada setiap interaksi. Respon tersebut akan membentuk sebuah pemikiran yang dipakai sebagai acuan untuk bersikap dan bertindak (persepsi). Hal tersebut menegaskan bahwa persepsi individu merupakan awal dari tahapan tindakan manusia dalam merespon dan bertindak berdasarkan interaksi dan persepsi yang diterima.

Dengan interpretasi dan pemberian makna pada simbol-simbol, teori ini bertujuan untuk memahami bagaimana hal tersebut mempengaruhi persepsi dan kondisi sosial ekonomi pedagang di pasar tradisional. Inovasi dan ekspansi bisnis dapat memicu terjadinya perubahan sosial di masyarakat. Pergeseran target pasar dan promo yang ditawarkan minimarket semakin bervariasi dan menguntungkan konsumen. Hal tersebut membuat persepsi akan minimarket yang eksklusif berubah. Perubahan persepsi tersebut mengubah perilaku belanja konsumen yang turut mempengaruhi omset penjualan para pedagang di pasar tradisional.

Berdasarkan uraian-uraian dan fakta yang ada di lapangan, maka identifikasi masalahnya sebagai berikut:

1. Perubahan minat berbelanja masyarakat karena kehadiran minimarket di dekat Pasar Cikupa.
2. Persepsi masyarakat tentang minimarket memicu terganggunya ekosistem yang ada di pasar tradisional dan mengancam kondisi sosial ekonomi pedagangnya.
3. Kesenjangan dan persaingan menimbulkan dampak negatif bagi dinamika sosial yang ada di pasar, serta menimbulkan ketegangan antar pedagang.

Berdasarkan uraian-uraian di atas maka berikut adalah gambaran kerangka berpikir penelitian:



Gambar 1. Kerangka Berpikir Penelitian

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan survey. Menurut Sugiyono (2017 : 7) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan positivisme. Metode ini digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, adapun teknik pengumpulan datanya menggunakan instrumen penelitian berupa angket untuk data primer dan studi literatur untuk data sekunder. Populasi penelitian ini berjumlah 440 pedagang dengan sampel yang terdiri dari 75 pedagang, dan teknik analisis datanya menggunakan analisis statistik deskriptif dan inferensial menggunakan aplikasi SPSS versi 22. Alur penggunaannya terdiri dari beberapa tahapan, yaitu:

1. Uji Validitas
2. Uji Reliabilitas
3. Uji Normalitas
4. Uji Homogenitas
5. Uji Hipotesis (Uji t parsial)

Variabel penelitian ini terdiri dari masing-masing 1 variabel X (persepsi masyarakat tentang minimarket) dan 1 variabel Y (kondisi sosial ekonomi pedagang). Berdasarkan hal tersebut maka hipotesisnya adalah

Ha : Terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y

H0 : Tidak terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengolahan data pada angket penelitian yang disebarkan kepada 75 responden sebagai sampel penelitian. Melalui pengolahan data statistik deskriptif maka didapat nilai rata-rata (Mean) untuk variabel persepsi masyarakat adalah 55. Terdapat 29 responden yang memiliki skor di bawah rata-rata dengan persentase sebesar 39%. Sedangkan sebanyak 46 responden memiliki skor di atas rata-rata dengan persentase sebesar 61%, dengan perolehan skor paling banyak tersebar pada 3 interval kelas yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. Distribusi Frekuensi Variabel X

Kelas	Frekuensi	%	Hasil
48 - 49	3	4%	Sangat Buruk Sekali
50 - 51	12	16%	Sangat Buruk
52 - 53	14	19%	Buruk
54 - 55	14	19%	Cukup Buruk
56 - 57	14	19%	Cukup Baik
58 - 59	11	15%	Baik
60 - 61	4	5%	Sangat Baik
62 - 63	3	4%	Sangat Baik Sekali
Total	75	100%	

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi di atas, dapat dilihat bahwa kelas mayoritas jawaban berada pada interval 52 – 53, 54 – 55, dan 56 – 57 dengan jumlah masing masing kelas memiliki 14 responden dengan persentase 19%. Jumlah tersebut menandakan bahwa masyarakat memiliki persepsi buruk, cukup buruk, dan cukup baik terhadap minimarket.

Secara keseluruhan, persepsi masyarakat tentang minimarket sudah cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari bangunan yang baik dan dilengkapi oleh berbagai fasilitas pendukung yang menunjang pengalaman masyarakat ketika berbelanja. Hal tersebut juga ditambah dengan kebersihan di minimarket yang lebih terjaga dibandingkan dengan pasar tradisional. Akan tetapi masyarakat merasa tidak puas terhadap pelayanan yang dilakukan pekerja di minimarket. Hal tersebut dapat menjadi penyebab bervariasinya persepsi masyarakat tentang minimarket karena frekuensi jawaban pada interval kelas terbagi menjadi 3 interval kelas yang berbeda.

Berdasarkan hasil pengolahan data pada angket penelitian yang disebarkan kepada 75 responden sebagai sampel penelitian. Melalui pengolahan data statistic deskriptif maka didapat nilai rata-rata (Mean) untuk variabel kondisi sosial ekonomi pedagang adalah 49.97 yang dapat dibulatkan menjadi 50. Terdapat 32 responden yang memiliki skor di bawah rata-rata dengan persentase sebesar 43%. Sedangkan sebanyak 43 responden memiliki skor di atas rata-rata dengan persentase sebesar 57%, dengan perolehan skor paling banyak tersebar pada interval kelas 49 – 50 yang terdiri dari 19 responden dengan persentase 25%. Berdasarkan tabel distribusi frekuensi tersebut menunjukkan bahwa kondisi sosial ekonomi pedagang di pasar Cikupa cukup buruk yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Variabel Y

Kelas	Hasil	%	Keterangan
45-46	11	15%	Sangat Buruk
47-48	14	19%	Buruk
49-50	19	25%	Cukup Buruk
51-52	13	17%	Cukup Baik
52-54	14	19%	Baik
55-56	4	5%	Sangat Baik
Total	75	100%	

Secara keseluruhan, kondisi sosial ekonomi pedagang pasar tradisional Cikupa berada di kondisi cukup buruk. Hal ini dapat dilihat dari mayoritas jawaban responden yang berada pada interval 49 – 50 dengan persentase sebesar 25% dan terdiri dari 19 responden. Hal ini dapat dilihat dari kesulitan mereka dalam memenuhi kebutuhan pokok, tidak memiliki asuransi, serta sering kali terjadi konflik antar pedagang. Selain itu, seluruh responden sudah berupaya untuk meningkatkan pelayanan mereka supaya bisa tetap bersaing dengan minimarket.

Berdasarkan hasil analisis kuesioner penelitian menggunakan statistik inferensial melalui pengujian hipotesis pada analisis regresi linier sederhana, jika merujuk pada kriteria nilai signifikansi kurang dari 0.05 (Sig. < 0.05) maka Ha diterima dan H0 ditolak. Sedangkan, jika nilai signifikansi lebih dari 0.05 (Sig. > 0.05) maka H0 diterima dan Ha ditolak. Adapun hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t-parsial dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Pengujian Hipotesis (Uji t-parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	77.532	4.218		18.379	.000
Persepsi Masyarakat Tentang Minimarket	-.501	.077	-.608	-6.546	.000

a. Dependent Variable: Kondisi Sosial Ekonomi Pedagang

Berdasarkan hasil pengujian tersebut, diperoleh nilai Sig 0.000, yang mana nilai tersebut < 0.05, yang artinya Ha diterima dan Ho ditolak. Atau bisa juga dikatakan bahwa persepsi tentang minimarket berpengaruh signifikan terhadap kondisi sosial ekonomi pedagang. Selanjutnya untuk melihat arah hubungan antar variabel, dapat dilakukan dengan melihat nilai t-hitung. Adapun berdasarkan hasil pengujian, nilai t-hitung yang didapat adalah sebesar -0.6546. Nilai negatif (-) pada t hitung menunjukkan arah hubungan yang negatif antara variabel X terhadap variabel Y. Artinya, semakin baik persepsi masyarakat tentang minimarket maka semakin buruk pula kondisi sosial ekonomi pedagang di pasar Cikupa.

Selanjutnya untuk mengetahui besaran hubungan pengaruh variabel X terhadap variabel Y dapat dilakukan dengan melakukan uji koefisien determinasi dengan melihat nilai R. Adapun hasil pengujian koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.608 ^a	.370	.361	2.339

a. Predictors: (Constant), Persepsi Masyarakat Tentang Minimarket

b. Dependent Variable: Kondisi Sosial Ekonomi Pedagang

Berdasarkan tabel tersebut, diketahui nilai R sebesar 0.608 yang berarti besaran pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah sebesar 60%. Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa persepsi masyarakat tentang minimarket berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kondisi sosial ekonomi pedagang pasar Cikupa sebesar 60.8%.

Teori interaksionisme simbolik memandang bahwa manusia melakukan interaksi berdasarkan simbol yang mereka yakini dalam masyarakat. Proses interaksi yang dilakukan di pasar tradisional dapat dilihat dari proses jual beli antara pedagang dengan pembeli. Adapun simbol yang dimaksud adalah hal yang telah disepakati dan berlaku di masyarakat. Pada konteks penelitian ini, simbol yang dimaksud adalah harga. Diberlakukannya sistem tawar menawar di pasar tradisional merupakan simbol yang disepakati baik oleh penjual maupun pembeli, oleh karena itu pembeli bisa menawar harga yang ditawarkan. Sedangkan, di minimarket simbol yang disepakati adalah harga yang tidak bisa ditawar karena memberlakukan sistem kasir terstruktur.

Dalam konsep mind, Mead mendefinisikan mind sebagai suatu proses percakapan batin dengan diri sendiri. Menurut Mead segala Tindakan yang dilakukan manusia bersumber dari pikirannya. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian, dimana persepsi masyarakat tentang minimarket terbagi menjadi 3 interval kelas yang berbeda dengan interpretasi buruk, cukup buruk, dan cukup baik. Variasi tersebut disebabkan karena mereka mempunyai preferensi/pilihan tersendiri untuk berbelanja.

Menurut mead, self mengacu pada cara individu memahami dan mengevaluasi diri mereka berdasarkan persepsi. Mead menekankan pentingnya interaksi dan pengalaman dalam pembentukan pemahaman individu. Hal ini menunjukkan bahwa segala tindakan manusia merupakan cerminan dari interpretasi makna pada objek di sekitarnya. Dengan kata lain, semakin banyak pengalaman yang dimiliki individu maka mereka akan semakin pintar memilih tindakan atau hal apa yang paling sesuai dengan kondisi mereka. Oleh karena itu, pada konteks penelitian ini self dapat diartikan dengan hasil dari interpretasi persepsi menjadi tindakan nyata, yaitu perubahan/peralihan pilihan belanja masyarakat.

Mead menekankan bahwa interaksi sosial berperan penting dalam pembentukan identitas dan perilaku masyarakat. Proses interaksi di pasar tradisional memiliki nilai keunikan tersendiri karena menggunakan sistem tawar menawar, sedangkan di minimarket menggunakan sistem kasir. Dampak dari persepsi tersebut terlihat pada tingkat pendapatan pedagang yang semakin menurun. Hal tersebut akan memberikan dampak buruk pula bagi keluarga pedagang yang dapat memicu berbagai permasalahan sosial lainnya. Para pedagang harus memangkas keuntungan demi bisa memberikan harga yang kompetitif, sehingga membuat mereka kesulitan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Selain itu, peralihan belanja tersebut membuat terganggunya dana pendidikan bagi anak, dan kesulitan membayar asuransi kesehatan. Kondisi tersebut menjadi pemicu meningkatnya persaingan dan menimbulkan ketegangan antar pedagang.

Berdasarkan hasil penelitian, mereka menyetujui bahwa sering terjadi ketegangan antar pedagang karena bersaing dengan minimarket di sekitar pasar Cikupa. Akan tetapi, sisi positifnya hal tersebut dapat menyadarkan para pedagang. Mereka senantiasa meningkatkan pelayanan dan berbenah diri supaya tetap bisa bersaing dengan minimarket.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan data, maka dapat disimpulkan bahwa persepsi masyarakat tentang minimarket berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kondisi sosial ekonomi pedagang pasar tradisional Cikupa sebesar 60%. Hal ini merujuk pada hasil uji hipotesis yang menunjukkan nilai signifikansi kurang dari 0.05 (Sig. < 0.05). Berdasarkan hasil pengujian tersebut, diperoleh nilai Sig 0.000, yang mana nilai tersebut < 0.05, yang artinya H_a diterima dan H_o ditolak. Adapun nilai dari t hitung yang didapat adalah -0.6546, nilai negatif (-) pada t hitung menunjukkan arah hubungan antar variabel. Artinya semakin baik persepsi masyarakat tentang minimarket, maka semakin kondisi sosial ekonomi pedagang pasar Cikupa akan semakin memburuk.

DAFTAR PUSTAKA

- Bagaskara, R. (2021). Dampak Sebaran Lokasi Supermarket Terhadap Kelangsungan Pasar Tradisional Menurut Persepsi Pedagang Di Kelurahan Peterongan Kecamatan Semarang Selatan Kota Semarang (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung Semarang).
- Krisnawati, dkk. (2019). Citra Merek Persepsi Harga dan Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Minimarket Indomaret Lontar Surabaya. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*.
- Pandesia, A., dkk. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Griya Paniki Indah Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 5(2).
- Peraturan Daerah Kabupaten Tangerang No. 14 tahun 2011
- Ritzer, G., (2012). *Teori Sosiologi Dari Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Terakhir Postmodern*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Sugiyono (2019)., *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung :Alfabeta.
- Wulansari, (2019). Pengaruh Persepsi Tentang Minimarket Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Pedagang di Pasar Tradisional Ciputat Kota Tangerang Selatan Provinsi Banten (Bachelor's thesis, FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).