

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pedagang eceran (retail) merupakan perdagangan yang sangat strategis di Indonesia karena mampu menyerap tenaga kerja setelah sektor pertanian. Jenis perdagangan retail terbagi dua, yakni retail tradisional yang secara langsung diwakili oleh pedagang kecil atau toko kelontong yang berada di pasar tradisional maupun di perumahan dan retail modern yang diwakili oleh supermarket dan minimarket seperti, Indomaret, Alfamart dan minimarket yang mengusung nama lokal.

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual dan pembeli secara langsung. Dalam pasar tradisional terjadi tawar menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Sedangkan pasar tradisional adalah pasar yang dimana penjual dan pembeli bertransaksi tidak secara langsung. Pembeli melihat harga pada label yang tercantum dalam barang (barcode), berada dalam bangunan dan pelayanannya secara mandiri atau dilayani oleh pramuniaga. (Ani Nurfadhilah, 2011)

Kehadiran peritel modern (Supermarket, Hypermarket, Minimarket) pada sekitar awal tahun 1980-an pada awalnya tidak mengancam pasar tradisional. Kehadiran para peritel modern yang menyasar konsumen menengah ke atas, saat

itu menjadi alternatif dari pasar tradisional yang identik pasar yang kumuh, dengan tampilan dan kualitas yang buruk, serta harga jual yang rendah serta tawar menawar konvensional. Namun sekarang ini kondisinya sudah berubah, perkembangan peritel modern khususnya waralaba minimarket di Indonesia sangat pesat sekali, di kota-kota besar seperti kota Jakarta sangat mudah sekali menjumpai minimarket, bahkan jarak antar satu minimarket dengan minimarket lainnya sangat berdekatan sekali. Tidak hanya di kota metropolitan tapi saat ini minimarket sudah merambah ke desa-desa atau di kota kecil di tanah air, seperti yang terjadi di Kecamatan Pamijahan Bogor yang saat ini menjadi objek penelitian penulis. Kondisi ini muncul sebagai konsekuensi dari berbagai perubahan di masyarakat sebagai konsumen, masyarakat menuntut hal yang berbeda di dalam aktivitas belanja. Kondisi ini ditambah dengan semakin meningkatnya tingkat pengetahuan, pendapatan, dan jumlah pendapatan keluarga ganda (suami-istri bekerja) dan dengan waktu yang terbatas. Konsumen menuntut peritel untuk memberikan “nilai lebih” dari setiap sen uang yang dibelanjakannya. Peritel harus mampu mengakomodasi tuntutan tersebut jika tidak ingin ditinggal pelanggannya.

Pada dasarnya minimarket dengan pedagang kecil (toko/warung) sama-sama memberikan manfaat untuk masyarakat, yaitu untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, seperti kebutuhan dapur, alat mandi, dan lain-lain. Yang membedakannya adalah kemudahan, kebersihan, kenyamanan serta berbagai fasilitas yang mungkin dapat memalingkan masyarakat yang biasa berbelanja di warung maupun toko untuk berbelanja di minimarket.

Kebebasan dalam melakukan kegiatan ekonomi yang tidak ada batasnya dapat merugikan golongan yang lemah dan kaum minoritas. Persaingan yang sangat bebas menyebabkan golongan yang kuat kedudukannya bertambah kuat lagi. Misalnya, pengusaha besar mematikan usaha kecil.

Persebaran Minimarket pada satu sisi memiliki dampak yang positif, hal ini membuktikan adanya pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi dan menciptakan investasi, namun disisi lain hal ini menyebabkan kelesuan para pedagang kios kecil tradisional, bahkan mematikan usaha mereka. Kehadiran pasar modern minimarket tersebut telah memunculkan iklim persaingan yang tidak sehat yang merugikan pedagang kios kecil.

Tidak menutup kemungkinan, kondisi yang timpang tersebut juga berpotensi menumbuhkan benih-benih kecemburuan sosial diantara para pelaku perdagangan, membuat kios kecil semakin terpuruk bahkan mati karena tergerus keberadaan minimarket yang menawarkan kenyamanan berbelanja, kemudahan pembayaran, kualitas baik dan nilai plus lainnya bila dibandingkan dengan apa yang dapat ditawarkan oleh pedagang kios tradisional.

Di Kecamatan Pamijahan sendiri sedikitnya terdapat 15 minimarket yang di dominasi oleh minimarket Indomaret dan Alfamart, dan minimarket ini mulai merambah ke Kecamatan Pamijahan pada awal tahun 2010. Kehadiran minimarket saat ini bisa saja memberi dampak negatif terhadap para pedagang kecil di Kecamatan Pamijahan. Hal ini memungkinkan, karena pada beberapa waktu silam ada kabar yang entah itu benar atau tidak dari beberapa warga yang mengatakan bahwa para pedagang kecil melakukan unjuk rasa terkait

pembangunan minimarket di sekitar Kecamatan Pamijahan. Oleh karena itu, dengan adanya masalah tersebut penulis melakukan penelitian untuk membuktikan dan mengetahui bagaimanakah dampak minimarket terhadap pedagang kecil apakah mereka merasakan begitu banyak dampak negatifnya sehingga melakukan unjuk rasa seperti itu, dan bagaimana strategi para pedagang kecil ini dalam menghadapi persaingan dengan minimarket.

Dalam perspektif Islam, Islam memang menghalalkan usaha perdagangan, perniagaan dan atau jual beli. Namun tentu saja untuk orang yang menjalankan usaha perdagangan secara Islam, dituntut menggunakan tata cara khusus, ada aturan mainnya yang mengatur bagaimana seharusnya seorang Muslim berusaha di bidang perdagangan agar mendapatkan berkah dan ridha Allah SWT di dunia dan akhirat. Adapun etika perdagangan Islam tersebut antara lain: Shidiq (jujur), amanah (tanggung jawab), tidak menipu, menepati janji, tidak melupakan akhirat.

Minimarket dalam pandangan Islam merupakan sebuah konsep kerjasama yang menguntungkan antara dua belah pihak dalam mengembangkan usaha masing-masing, baik bagi *franchisor* maupun *franchisee*. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam konsep ta'awun dan syirkah. Firman Allah SWT : “dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan taqwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertaqwalah kamu kepada allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”.

Dari uraian latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang dampak berkembangnya minimarket terhadap retail tradisional, yaitu pedagang kecil. Oleh karena itu, atas dasar tersebut penulis akan melakukan

penelitian dalam sebuah judul skripsi yang berjudul *“Dampak Berkembangnya Waralaba Minimarket Terhadap Pedagang Kecil Dan Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam (Studi Kasus Di Kecamatan Pamijahan Kabupaten Bogor)”*.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, permasalahan yang dikemukakan dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana dampak berkembangnya waralaba minimarket terhadap pedagang kecil di Kecamatan Pamijahan Kabupaten Bogor?
2. Bagaimana strategi yang dilakukan pedagang kecil untuk menghadapi persaingan dengan minimarket di Kecamatan Pamijahan Kabupaten Bogor?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dampak berkembangnya waralaba minimarket terhadap pedagang kecil di Kecamatan Pamijahan Kabupaten Bogor.
2. Untuk mengetahui strategi yang dilakukan pedagang kecil untuk menghadapi persaingan dengan minimarket.

Sedangkan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat yang berarti bagi :

1. Bagi tempat penelitian, yaitu dapat menjadi bahan pertimbangan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk mengantisipasi dampak keberadaan

minimarket yang semakin pesat disekitar Pamijahan. Dan menjadi bahan pertimbangan untuk mengembangkan pedagang kecil di Kecamatan Pamijahan Kabupaten Bogor ini khususnya.

2. Bagi universitas, diharapkan dapat dijadikan bahan penelitian lebih lanjut dalam bidang yang berkaitan dengan retailing, perilaku konsumen, dan strategi pemasaran.
3. Bagi Umum, menambah pengetahuan dan wawasan mengenai strategi pemasaran dan perilaku konsumen.
4. Bagi peneliti, Sebagai sarana untuk mengaplikasikan berbagai teori yang diperoleh di bangku kuliah. Menambah pengalaman dan sarana latihan dalam memecahkan masalah-masalah yang ada di masyarakat sebelum terjun ke dalam dunia kerja yang sebenarnya.