

PENGARUH KEHADIRAN TOKO MODERN TERHADAP KEBERLANGSUNGAN WARUNG TRADISIONAL DI KOTA PADANGSIDIMPUAN

Mahrani Rangkuti

Dosen Program Studi Pembangunan, Fakultas Ekonomi
Universitas Graha Nusantara Padangsidimpuan

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Padangsidimpuan. Pelaksanaan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kehadiran toko modern terhadap keberlangsungan warung tradisional di kota Padangsidimpuan dan mengetahui strategi yang dilakukan pemilik warung tradisional agar dapat bersaing dengan toko modern. Dalam penelitian ini terdapat variabel terikat (variabel dependen) yaitu kelangsungan usaha warung tradisional dan variabel bebas (variabel independen) yaitu kehadiran toko modern. Sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 30 sampel yang menjadi objek penelitian adalah warung tradisional yang berada di Kecamatan Padangsidimpuan Utara. Pengumpulan data dilaksanakan melalui penyebaran kuisioner secara langsung kepada pemilik usaha warung tradisional. Penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif. Setelah dilakukan perhitungan data diketahui nilai korelasi (r_{XY}) adalah sebesar 0,49. Dengan membandingkan ke dalam table interpretasi korelasi diketahui pengaruhnya “sedang”. Sehingga diketahui bahwa keberadaan Toko modern memberikan pengaruh terhadap keberlangsungan warung tradisional di Padangsidimpuan. Strategi warung tradisional agar dapat bersaing dengan minimarket adalah dengan cara menarik simpati dari setiap pembeli dan buka warung 24 jam. Adanya strategi bersaing dan bertahan warung tradisional dengan minimarket maka warung tradisional di masa datang akan terus berjalan dan tidak bangkut. Karena dengan strategi bersaing dan bertahan tersebut mereka sudah mendapatkan hasil penjualan yang tetap dan mencukupi. Dengan strategi bersaing dan bertahan warung tradisional akan terus berlangsung di masa datang.

Kata Kunci : Toko Modern, Warung Tradisional

ABSTRACT

This research was conducted in Padangsidimpuan City. The purpose of this research is to find out the influence of modern shops on the sustainability of traditional stalls in Padangsidimpuan city and to find out the strategies carried out by traditional shop owners in order to compete with modern shops. In this study there are dependent variables (the dependent variable) namely the continuity of traditional stall business and the independent variable (independent variable), namely the presence of a modern shop. Samples taken in this study amounted to 30 samples that are the object of research are traditional stalls in the District of North Padangsidimpuan. Data collection was carried out through the distribution of questionnaires directly to traditional stall business owners. This research was conducted by descriptive method. After calculating the data it is known that the correlation value (r_{XY}) is 0.49. By comparing into the correlation interpretation table the effect is "medium". So it is known that the existence of a modern shop has an influence on the

sustainability of traditional stalls in Padangsidempuan. The strategy of traditional stalls in order to compete with minimarkets is to attract sympathy from each buyer and open a 24-hour stall. The existence of a competitive strategy and survive traditional stalls with minimarkets, traditional stalls in the future will continue to run and not bankrupt. Because with this competitive and enduring strategy they have already gotten a steady and sufficient sales results. With a competitive strategy and survive traditional stalls will continue in the future.

Keywords: Modern Stores, Traditional Stalls

I. PENDAHULUAN

Berkembangnya pertumbuhan took modern seperti toko modern hingga ke daerah-daerah merupakan bentuk dari kemajuan perekonomian Indonesia secara makro, dan juga berdampak positif dalam mengurangi jumlah pengangguran dengan membuka banyak kesempatan kerja. Namun disisi lain, gairah ekonomi itu ternyata memicu keresahan dikalangan pelaku pengusaha warung tradisional khususnya pedagang eceran yang sekitaran lokasi usahanya terdapat toko modern.

Upaya pemerintah dalam mengendalikan toko modern yang semakin banyak adalah dengan menerbitkan sejumlah regulasi dengan tujuan menertibkan toko modern, diantaranya dalam permendagri No 53 Tahun 2008 tentang pedoman penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern.

Berdasarkan peraturan di atas, eksistensi usaha toko modern tidak terlepas dari analisis kondisi ekonomi dan sosial masyarakat. Oleh karena itu, kehadiran toko modern ini diharapkan mampu bersinergi dengan warung tradisional yaitu, dengan bermitra serta memberikan pembinaan dan pengembangan serta memperhatikan prinsip-prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan. Artinya apabila *benefit* positif yang dihasilkan dari pendirian toko modern lebih besar dari efek negatifnya, maka pendirian toko modern dapat dilaksanakan. Begitu pula sebaliknya, apabila toko modern tetap diizinkan, tanpa dokumen yang lengkap maka apabila muncul efek sosial dan ekonomi, maka Pemerintah sudah harus siap mengambil kebijakan yang

tegas untuk menyelesaikan persoalan tersebut.

Sutikno (2009) dalam penelitiannya menyatakan preferensi konsumen terhadap pasar tradisional dan pasar modern dikategorikan pada referensi konsumen terhadap kelengkapan barang, kepastian harga, kualitas barang, kesopanan pedagang, keramahan pedagang, kesigapan pedagang, keamanan pasar, kelengkapan fasilitas, kebersihan dan kenyamanan pasar.

Persepsi akan took modern 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).

Di Kota Padangsidempuan, kehadiran toko modern yakni Indomaret dan Alfamidi telah menyebar ke beberapa wilayah yang ada di Kota Padangsidempuan. Pelaku usaha warung tradisional turut merasakan dampak positif dan dampak negatif kehadiran toko modern ini. Berdirinya toko modern yang telah masuk di berbagai sudut wilayah, banyak memberikan manfaat di Kota Padangsidempuan, yakni telah banyak menghemat biaya transportasi dekat dengan konsumen seperti komplek perumahan maupun pemukiman warga. Selain itu juga memberi manfaat ekonomis karena banyak memberi fasilitas diskon sehingga membantu konsumen memperoleh harga yang lebih murah.

Persaingan antara warung tradisional dengan toko modern terus meningkat, namun laju pertumbuhan dari keduanya harus tetap terjaga dan dikendalikan dengan baik, mengingat peran warung tradisional dan toko modern seperti toko modern yang diberikan terhadap perekonomian yaitu sebagai salah satu sektor perdagangan yang mampu jadi penggerak roda perekonomian rakyat. Pemerintah harus mampu memberikan pengendalian dan pengawasan yang terkontrol terhadap kinerja aktivitas pada toko modern maupun tradisional agar keduanya dapat terus berjalan.

Dengan berkembangnya toko modern seperti toko modern membuat para pengusaha warung tradisional harus dapat bersaing dengan para pengusaha toko modern ini agar para konsumen tidak beralih berbelanja ke toko modern. Barang yang dijual di toko modern hampir menyerupai dengan barang yang dijual oleh warung tradisional. Barang yang dijual yaitu barang sembako, makanan dan minuman bahkan barang-barang impor juga diperjualkan di toko modern. Dari segi harga pun toko modern juga melakukan promosi disetiap waktunya, bahkan jarak antara toko modern dengan warung tradisional saat ini sangat berdekatan. Dengan meningkatnya perkembangan toko modern dikhawatirkan berdampak pada kelangsungan usaha warung tradisional.

Melihat dengan berkembangnya toko modern di Kota Padangsidempuan khususnya di Kecamatan Padangsidempuan Utara, peneliti ingin mengetahui kelangsungan usaha warung tradisional dengan meningkatnya perkembangan toko modern. Apakah dengan adanya perkembangan toko modern kelangsungan warung tradisional akan tetap berjalan dan bagaimana cara pemilik warung tradisional agar dapat bersaing dan bertahan dengan toko modern. Berdasarkan penjelasan latar belakang ini, maka peneliti membuat judul penelitian sebagai berikut : **“Pengaruh Kehadiran Toko Modern Terhadap Keberlangsungan Warung Tradisional di Kota Padangsidempuan”**.

II. KAJIAN TEORITIS

Pengertian Pengaruh

Pengertian pengaruh menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2001) adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.

Sedangkan menurut kamus Indonesia-Inggris, pengaruh merupakan suatu benturan atau dampak yang kuat (baik negatif maupun positif) antara dua benda atau manusia sehingga menyebabkan perubahan yang berarti pada momentum atau sistem yang berbenturan tersebut. Pengertian pengaruh lainnya adalah sesuatu yang merupakan akhir atau hasil suatu peristiwa (perbuatan atau keputusan).

Dari pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh merupakan suatu daya yang dapat membentuk atau mengubah sesuatu yang lain. Maka pengertian pengaruh dari retail modern terhadap kesejahteraan pedagang pasar tradisional dapat diartikan sebagai daya yang dapat merubah keberlangsungan yang biasa terjadi di pasar tradisional, baik dari segi pendapatan, penjualan, dan lain sebagainya.

Konsep Toko (Ritel)

Usaha eceran atau ritel bisa dipahami sebagai semua kegiatan jual beli yang terlibat di dalam penjualan barang atau jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan penggunaan bisnis (Christina Widhya Utami, 2006:4).

Bisnis ritel merupakan bagian dari saluran distribusi yang memegang peranan penting dalam rangkaian kegiatan pemasaran dan merupakan perantara serta penghubung antara kepentingan produsen dan konsumen. Bisnis ritel tidak harus melibatkan penggunaan suatu toko. Bentuknya pun dapat berupa pesanan pembelian lewat telepon atau Surat, penjualan langsung, vending machine, dan sebagainya. Pemasaran eceran tidak hanya dapat digunakan oleh sebuah pengecer

saja, tetapi juga bisa oleh produsen sendiri ataupun penjual grosir, bila mereka melakukan distribusi dan penjualan langsung kepada konsumen.

Aktivitas nilai tambah yang ada pada bisnis ritel meliputi *assortment*, *breaking bulk*, *holding inventory*, dan *providing service*. *Assortment* merupakan keragaman barang yang dijual dalam suatu ritel yang dibagi dalam dua kelompok, yaitu *breadth assortment* dan *depth assortment*. *Breadth assortment* adalah keragaman kategori jenis barang yang ditawarkan suatu ritel kepada konsumen.

Sedangkan *depth assortment* adalah kelengkapan jenis barang pada masing-masing kategori. *Breaking bulk* adalah memecah barang dari kemasan per karton atau per pack untuk dijual secara satuan. Dengan *breaking bulk* konsumen dapat menikmati barang/jasa sesuai ukuran uang yang dimilikinya dan mendapatkan barang yang beragam.

Untuk memenuhi target penjualannya maka ritel menyediakan persediaan barang (*holding inventory*) agar pada saat konsumen membutuhkan suatu barang maka barang tersebut telah tersedia di toko. Persediaan barang ini akan mempengaruhi biaya operasional. Untuk mengkompensasi biaya operasional akibat adanya persediaan barang, maka ritel akan menambah sedikit margin keuntungan atau menambah sedikit harga jualnya.

Jenis-jenis Usaha Ritel

Menurut Christina W. Utami, (2008), usaha ritel (toko) dapat dibedakan menjadi dua yaitu:

1. Warung tradisional

Warung tradisional merupakan usaha ritel yang menekankan pada pengelolaan usaha dengan pendekatan konvensional dan tradisional dan biasanya warung tradisional merupakan milik pribadi yang dikelola secara tradisional. Ciri-ciri pengelolaan warung tradisional adalah sebagai berikut:

- a. kurang memiliki lokasi karena sering terkendala permodalan. Pengelola warung tradisional lebih sering memutuskan untuk memilih lokasi yang saat itu telah dimiliki.
- b. Tidak memperhitungkan potensi pembeli. Potensi pembeli sering diabaikan dalam pengelolaan warung tradisional.
- c. Jenis barang dagangan yang tidak terarah. Jenis barang dagangan sering terabaikan karena terkendala kurangnya kemampuan dan kemampuan tawar penawar peritel dalam membangun relasi bisnis dengan supplier.
- d. Tidak ada seleksi merek. Para pewarung tradisional terkendala dalam penyediaan barang dagangan dengan merek-merek favorit pelanggan.
- e. Kurang memperhatikan pemasok. Para pelaku pewarung tradisional biasanya hanya memperhatikan lunaknya mekanisme pembayaran barang dagangan daripada kualitas dan kesinambungan pengiriman barang dagangan di tokonya.
- f. Melakukan pencatatan penjualan secara sederhana bahkan banyak pewarung tradisional yang tidak melakukan pencatatan penjualan sama sekali.
- g. Tidak melakukan evaluasi terhadap keuntungan per produk.
- h. *Cash flow* tidak terencana. Banyak pewarung tradisional yang menjual barang dagangannya tidak secara tunai, sehingga sering terkendala pada aliran dana tunai. Selain itu, pewarung tradisional tidak memisahkan pembukuan toko dengan keluarga sehingga modal toko sering tersedot untuk memenuhi kebutuhan konsumsi.
- i. Pengembangan bisnis tidak terencana. Pewarung tradisional sering tidak mampu melakukan perencanaan pengembangan usaha karena terkendala rendahnya kontrol dan

mekanisme untuk melakukan evaluasi usaha.

2. Toko modern

Toko modern merupakan usaha ritel yang menekankan pengelolaannya secara modern. Ciri-ciri toko modern yaitu :

- a. Lokasi strategis merupakan faktor penting dalam bisnis toko modern. Petoko modern akan memilih lokasi yang strategis dengan memperhatikan kemudahan akses pelanggan, keamanan, dan fasilitas yang lebih terjamin.
- b. Prediksi cermat terhadap potensi pembeli. Dalam memutuskan pemilihan lokasi, peritel juga mempertimbangkan potensi pembeli di lokasi tersebut.
- c. Pengelolaan jenis barang dagangan terarah. Pengelolaan barang dagangan disesuaikan dengan segmen pasar yang dilayani oleh petoko modern.
- d. Seleksi merek sangat ketat. Toko modern sering mematok untuk menyiapkan merek-merek produk barang dagangan yang mempunyai pangsa pasar yang cukup besar. Hal tersebut bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dalam hal penyediaan merek-merek favorit pelanggan.
- e. Seleksi ketat terhadap pemasok. Petoko modern selalu memperhatikan kualitas barang dagangan, kesinambungan pengiriman barang dagangan, dan mekanisme pembayarannya dalam memilih pemasok.
- f. Melakukan pencatatan penjualan dengan cermat. Petoko modern melakukan pencatatan dengan sangat cermat bahkan dengan bantuan *software* yang memungkinkan melakukan pencatatan ribuan transaksi penjualan setiap harinya.
- g. Melakukan evaluasi terhadap keuntungan per produk. Melalui evaluasi produk, peritel dapat

mengklasifikasikan produk yang tergolong cepat terjual dan produk yang agak lambat terjualnya.

- h. *Cash flow* terencana. Petoko modern menjual barang dagangannya secara tunai sehingga aliran dana tunai dapat terencana dengan baik.
- i. Pengembangan bisnis terencana. Arah pengembangan bisnis toko modern direncanakan dengan baik dan berkesinambungan dalam jangka panjang.

Persaingan Bisnis

Persaingan bisnis yang semakin ketat membuat pihak suatu perusahaan untuk menggunakan strategi yang tepat bagi produk atau jasa yang dijualnya. Pihak perusahaan harus mengamati kondisi persaingan bisnis yang selalu berkembang atau berubah setiap saatnya. Persaingan bisnis adalah istilah yang sering muncul dalam berbagai literatur yang menuliskan perihal aspek hukum persaingan bisnis. Persaingan berasal dari bahasa inggris yaitu *competition* yang artinya persaingan itu sendiri, kompetisi atau kegiatan bersaing. Persaingan adalah ketika organisasi atau perorangan berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan (Kuncoro, 2005).

Dalam kamus manajemen persaingan bisnis terdiri dari:

- a. Persaingan sehat (*healthy competition*) adalah persaingan antara perusahaan-perusahaan atau pelaku bisnis yang diyakini tidak akan menuruti atau melakukan tindakan yang tidak layak dan cenderung mengedepankan etika-etika bisnis.
- b. Persaingan gorok leher (*cut throat competition*). Persaingan ini merupakan bentuk persaingan yang tidak sehat, dimana terjadi perebutan pasar antara beberapa pihak yang menghalalkan segala cara untuk

memenangkan suatu persaingan dalam bisnis.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Padangsidempuan Pelaksanaan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kehadiran toko modern terhadap keberlangsungan warung tradisional di kota Padangsidempuan dan mengetahui strategi yang dilakukan pemilik warung tradisional agar dapat bersaing dengan toko modern.

Dalam penelitian ini terdapat variabel terikat (variabel dependen) yaitu kelangsungan usaha warung tradisional dan variabel bebas (variabel independen) yaitu kehadiran toko modern.

Menurut Sugiyono (2013:80) Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu, populasi penelitian ini adalah seluruh pemilik warung tradisional yang berada di Kota Padangsidempuan.

Metode pengambilan sampel yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah *probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2008). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*. *Simple random sampling* adalah pengambilan anggota sampel dari populasi secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2008:64).

Sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 30 sampel yang menjadi objek penelitian adalah warung tradisional yang berada di Kecamatan Padangsidempuan Utara.

Pengumpulan data dilaksanakan melalui penyebaran kuisisioner secara langsung kepada pemilik usaha warung tradisional.

Kuisisioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang

utama didalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada (Siregar, 2011).

Pengisian angket penelitian yang baik diisi oleh responden tanpa campur tangan peneliti. Untuk menghindari hasil yang objektif jika melihat kondisi responden yang kurang memahami item pertanyaan, maka peneliti membantu responden dalam pengisian angket penelitian. Aspek dalam kuisisioner di penelitian ini adalah harga, pelayanan, variasi produk, kenyamanan dan waktu.

Penyebaran kuisisioner dilaksanakan mulai tanggal 23 Februari 2018 hingga 15 Maret 2018.

Penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif, yaitu data yang dikumpulkan berbentuk kata-kata, gambar bukan angka-angka. Adapun tujuan penelitian deskriptif adalah untuk membuat pencandraan secara sistematis, faktual dan akurat untuk mendapatkan fakta dan sifat populasi atau daerah tertentu. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui bagaimana analisis pengaruh toko modern terhadap warung tradisional di Kota Padangsidempuan. Dalam penelitian ini sumber data primernya yaitu diperoleh melalui hasil kuisisioner dengan para informan yang telah ditentukan yaitu pelaku usaha warung tradisional. Sedangkan sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah berupa dokumen yang berhubungan dengan toko modern dan warung tradisional.

Data kuisisioner yang telah terkumpul setelah penyebaran dikelompokkan dan dibersihkan (*cleaning*) sehingga menjadi informasi yang mudah dikenali dan layak untuk dianalisis yang nanti pada akhirnya dapat dijadikan dasar pengambilan kesimpulan. Pengolahan dan analisis data untuk melihat korelasi dilakukan dengan analisis statistik.

Rumus yang digunakan pearson product moment:

$$r_{xy} = \frac{N \cdot \sum xy - (\sum x) \cdot (\sum y)}{\sqrt{N \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2 \cdot N \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

Keterangan :

- n = Jumlah Responden
- ΣX = Jumlah skor Variabel X yaitu variabel bebas
- ΣY = Jumlah skor distribusi Y yaitu variabel terikat
- ΣXY = Jumlah perkalian skor X dan skor Y
- ΣX^2 = Jumlah kuadrat skor variabel X
- ΣY^2 = Jumlah kuadrat skor variabel Y
- r_{XY} = Koefisien korelasi variabel X dan Y

Tabel 3.1
Pedoman untuk memberikan Interpretasi koefisien korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
0.00-0.199	Sangat Rendah
0.20-0.399	Rendah
0.40-0.599	Sedang
0.60-0.799	Kuat
0.80-1.000	Sangat Kuat

Tabel interpretasi koefisien korelasi berfungsi untuk mengetahui seberapa kuat pengaruh antara variable bebas dengan variable terikat. Atau seberapa kuat pengaruh antara variable keberadaan toko modern (X) terhadap variabel keberlangsungan warung tradisional (Y).

IV. HASIL PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan angket sebanyak 30 yang diisi oleh 30 responden, dimana respondennya adalah pemilik usaha warung tradisional. Berikut ini adalah data responden menurut jenis kelamin, tingkat usia, pendidikan terakhir, lama usaha yang dijalani dan keuntungan per bulan yang di dapat.

Tabel dibawah ini menjelaskan mengenai gambaran responden berdasarkan jenis kelamin :

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Laki - Laki	12	40
Perempuan	18	60
Jumlah	30	100

Dari tabel 4.1 terlihat bahwa jenis kelamin responden laki-laki lebih banyak dibanding jenis kelamin responden perempuan, dimana jenis kelamin responden laki-laki berjumlah sebanyak 12 orang dengan persentase sebesar 40% dan jenis kelamin responden perempuan sebanyak 18 orang dengan persentase sebesar 60%. Jadi jumlah dari seluruh responden adalah 30 orang.

Tabel dibawah ini menjelaskan mengenai gambaran responden berdasarkan tingkat usia. Pembagian responden berdasarkan tingkat terbagi menjadi empat, yaitu kurang dari 29 tahun, 30 tahun sampai dengan 39 tahun, 40 tahun sampai dengan 49 tahun, dan lebih dari 49 tahun. Deskripsi responden berdasarkan tingkat usia akan dijelaskan dalam tabel 4.2.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Usia

Usia	Jumlah Responden	Persentase (%)
<29 tahun	5	16,67
30- 39 tahun	15	50,00
40 - 49 tahun	7	23,33
>50 tahun	3	10,00
Jumlah	30	100

Dari tabel 4.2 dapat dilihat bahwa tingkat usia dari responden lebih banyak antara 30 sampai dengan 39 tahun sebanyak 15 orang dengan persentase 50%, sedangkan responden dengan tingkat usia terendah sebesar 3 orang dengan persentase 10 % yaitu pada usia diatas 50 tahun.

Tabel di bawah ini menjelaskan mengenai pembagian responden berdasarkan latar belakang pendidikan terakhir. Pembagian responden berdasarkan latar belakang pendidikan terakhir dibagi menjadi lima, yaitu sekolah dasar, sekolah menengah pertama, sekolah menengah atas, diatas tingkat SMA (D1,D2,D3,S1 dan seterusnya)

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Usia	Jumlah Responden	Persentase (%)
SD	3	10,00
SMP	4	13,33
SMA	16	53,33
>SMA	7	23,33
Jumlah	30	100

Dari tabel 4.3 dapat dilihat bahwa tingkat pendidikan terakhir dari responden lebih banyak yang lulusan SMA yaitu sebanyak 16 orang dengan persentase 53,33%, sedangkan responden dengan tingkat pendidikan terendah sebesar 3 orang dengan persentase 10% yaitu dengan pendidikan terakhir SD.

Tabel di bawah ini menjelaskan mengenai pembagian responden berdasarkan lama usaha yang sedang dilakukan. Pembagian responden berdasarkan lama usaha yang sedang dilakukan terbagi menjadi lima, yaitu kurang dari 2 tahun, 2 tahun sampai 4 tahun, 4 sampai 6 tahun, 6 tahun sampai 8 tahun, dan lebih dari 8 tahun.

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha Yang Dilakukan

Lama Usaha	Jumlah Responden	Persentase (%)
< 2 tahun	3	10,00%
2-4 tahun	8	26,67%
4-6 tahun	12	40,00%
6-8 tahun	4	13,33%
> 8 tahun	6	20,00%
Jumlah	20	100

Berdasarkan tabel 4.4, diperoleh informasi bahwa mayoritas responden sebanyak 40% atau 12 responden yang mempunyai lama usaha 4 sampai 6 tahun, kemudian 26,67% atau 8 responden yang mempunyai lama usaha 2 sampai 4 tahun dan lebih dari 8 tahun sebanyak 20% atau 6 responden sedangkan yang mempunyai lama usaha kurang dari 2 tahun sebanyak 3 responden dengan persentase 10, dan responden yang mempunyai lama usaha 6 sampai 8 tahun sebanyak 4 responden atau 13,33 %.

Tabel di bawah ini menjelaskan mengenai kisaran omset penjualan usaha yang diterima pelaku usaha warung tradisional setiap hari. Omset pelaku usaha warung tradisional di bagi menjadi dua, yaitu sebelum kehadiran toko modern dan setelahnya.

Tabel 4.5.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Omset Penjualan Setiap Hari Sebelum Kehadiran Toko Modern

Omset penjualan/Hari	Jumlah Responden	Persentase (%)
< 1 juta	5	16,67
1-2 juta	11	36,67
2-3 juta	8	26,67

>3 juta	6	20,00
Jumlah	30	100

Berdasarkan tabel 4.5.1 di atas diperoleh informasi bahwa mayoritas responden sebanyak 36,67% atau 11 responden yang mempunyai omset penjualan 1 sampai dengan 2 juta, kemudian 26,67% atau 8 responden yang mempunyai omset penjualan 2 sampai dengan 3 Juta, 20% atau 6 responden yang mempunyai omset penjualan diatas 3 juta, dan responden yang mempunyai omset penjualan kurang dari 1 juta, 16,67% atau 5 responden.

Tabel 4.5.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Omset Penjualan Setiap Hari Setelah Kehadiran Toko Modern

Omset penjualan/Hari	Jumlah Responden	Persentase (%)
< 1 juta	13	43,33%
1-2 juta	11	36,67%
2-3 juta	4	13,33%
>3 juta	2	6,67%
Jumlah	30	100

Berdasarkan tabel 4.5.2 di atas diperoleh informasi bahwa mayoritas responden sebanyak 43,33% atau 13 responden yang mempunyai omset penjualan kurang dari 1 juta, kemudian yang paling sedikit di omset penjualan diatas 3 juta yaitu hanya 6,67 % atau 2 responden.

Tabel 4.6.
Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kredit Perbankan (X) dan Kemajuan Sektor UMKM (Y)

No	X	X ²	Y	Y ²	XY
1	20	17	400	289	340

No	X	X ²	Y	Y ²	XY
2	22	17	484	289	374
3	18	16	324	256	288
4	18	18	324	324	324
5	15	13	225	169	195
6	17	13	289	169	221
7	17	13	289	169	221
8	17	13	289	169	221
9	16	13	256	169	208
10	18	13	324	169	234
11	16	14	256	196	224
12	17	16	289	256	272
13	14	16	196	256	224
14	15	12	225	144	180
15	15	12	225	144	180
16	19	17	361	289	323
17	16	18	256	324	288
18	16	14	256	196	224
19	15	15	225	225	225
20	15	15	225	225	225
21	16	14	256	196	224
22	17	13	289	169	221
23	17	13	289	169	221
24	16	13	256	169	208
25	18	13	324	169	234
26	16	14	256	196	224
27	17	16	289	256	272

No	X	X ²	Y	Y ²	XY
28	14	16	196	256	224
29	15	22	225	144	180
30	20	40	400	484	440
Σ	502	441	8498	6635	7439

Berdasarkan tabel perhitungan korelasi antara variabel X dan variabel Y, maka diperoleh jumlah nilai data sebagai berikut:

$$N \text{ (Jumlah Responden)} = 30$$

$$\Sigma X \text{ (Jumlah skor Variabel X)} = 502$$

$$\Sigma Y \text{ (Jumlah skor distribusi Y)} = 441$$

$$\Sigma XY \text{ (Jumlah perkalian skor X dan skor Y)} = 7439$$

$$\Sigma X^2 \text{ (Jumlah kuadrat skor variabel X)} = 6635$$

$$\Sigma Y^2 \text{ (Jumlah kuadrat skor variabel Y)} = 441$$

Setelah dilakukan perhitungan data diketahui nilai korelasi (r_{XY}) adalah sebesar 0,49. Dengan membandingkan ke dalam table interpretasi korelasi diketahui pengaruhnya “sedang”. Sehingga diketahui bahwa keberadaan Toko modern memberikan pengaruh terhadap keberlangsungan warung tradisional di Padangsidimpuan.

Masing-masing fasilitas perdagangan, baik warung tradisional dan toko modern memiliki eksisting jangkauan pelayanan yang berbeda. Warung tradisional memiliki jangkauan pelayanan yang relative lebih kecil jika dibandingkan dengan toko modern. Warung tradisional memiliki pangsa pasar yang cenderung berada di sekitarnya, sedangkan toko modern 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 toko modern yang *overlapping* dengan jangkauan pelayanan warung tradisional. Jangkauan pelayanan toko modern yang cenderung lebih besar akan mengiris atau bahkan menutupi jangkauan pelayanan dari warung tradisional.

Strategi warung tradisional agar dapat bersaing dengan toko modern, dari jawaban yang telah diisi oleh objek penelitian yaitu warung tradisional, ada 2 strategi yang menurut mereka dapat bersaing dengan toko modern yaitu menarik simpati dari setiap pembeli dan buka warung 24 jam.

Praktik pendirian toko modern seperti minimarket, Indomaret dan alfamidi yang berdekatan dengan warung tradisional ini menimbulkan kemudharatan bagi salah satu pihak yaitu pemilik warung tradisional. Karena baik secara langsung maupun tidak langsung pendirian minimarket akan mengurangi pendapatan atau omset dari pedagang-pedagang tradisional sehingga mereka harus menanggung beban dari pada pendirian minimarket. Berhubungan dengan salah satu pihak yang pasti ada dirugikan, maka kemaslahatan tidak akan terwujud. Padahal kita tahu tujuan ekonomi syariah adalah untuk menciptakan kemaslahatan.

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

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Setelah dilakukan perhitungan data diketahui nilai korelasi (r_{XY}) adalah sebesar 0,49. Dengan membandingkan ke dalam table interpretasi korelasi diketahui pengaruhnya “sedang”. Sehingga diketahui bahwa keberadaan Toko modern memberikan pengaruh terhadap keberlangsungan warung tradisional di Padangsidimpuan.

Strategi warung tradisional agar dapat bersaing dengan minimarket adalah dengan cara menarik simpati dari setiap pembeli dan buka warung 24 jam. Cara menarik simpati dari setiap pembeli dengan selalu ramah dan sopan kepada para pembeli yang datang berbelanja ke warung tradisional sehingga menimbulkan rasa akrab ketika berbelanja dan tidak akan beralih ke minimarket. Warung dibuka 24 jam juga satu strategi bersaing dengan minimarket, karena tidak semua minimarket di sekitar warung tradisional dibuka selama 24 jam.

Cara bertahan warung tradisional bersaing dengan minimarket yaitu dengan cara berjualan bensin eceran, berjualan pulsa elektrik dan berjualan beras secara literan. Maka warung tradisional dapat bertahan dalam menghadapi persaingan dengan minimarket.

Adanya strategi bersaing dan bertahan warung tradisional dengan minimarket maka warung tradisional di masa datang akan terus berjalan dan tidak bangkut. Karena dengan strategi bersaing dan bertahan tersebut mereka sudah mendapatkan hasil penjualan yang tetap dan mencukupi. Dengan strategi bersaing dan bertahan warung tradisional akan terus berlangsung di masa datang.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan dari hasil lapangan, peneliti mengharapkan penyempurnaan untuk penelitian selanjutnya karena penelitian ini masih terdapat kekurangan. Maka berikut beberapa saran peneliti:

1. Saran Praktis

Saran praktis ditujukan kepada pengambil kebijakan yang berhubungan dengan Warung tradisional dan Toko modern. Karena semakin pesatnya perkembangan minimarket di Kota Padangsidempuan dikhawatirkan berdampak pada kelangsungan usaha warung tradisional. Karena kemunculan

minimarket saat ini sudah memasuki wilayah yang sangat dekat dengan pemukiman masyarakat. Diharapkan pemerintah Kota Padangsidempuan lebih ketat dalam mengawasi penataan minimarket agar pendirian minimarket memperhatikan keberadaan pasar tradisional ataupun warung tradisional di sekitar yang lebih kecil daripada minimarket tersebut.

2. Saran Teoritis

Saran teoritis ditujukan kepada peneliti selanjutnya. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan indikator lain yang berhubungan dengan pengaruh dari perkembangan minimarket terhadap kelangsungan usaha warung tradisional. Yang nantinya mungkin dapat menemukan strategi baru agar warung tradisional selalu bersaing dan bertahan dalam menghadapi persaingan dengan minimarket.

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, G & Kotler P. 1997. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Cetakan Pertama, Jakarta: Erlangga.
- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hendri, Ma'ruf. 2005. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Indeks
- Mudrajad, Kuncoro. 2005. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga
- Priyatno, Duwi. 2013. *Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.

- Pardiana Wijayanti. 2011. *Analisis Pengaruh Perubahan Keuntungan Usaha Warung Tradisional Dengan Munculnya Minimarket (Studi Kasus Di Kecamatan Pedurungan Kota Semarang)*. Semarang: Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro.
- Sujana, Asep ST. 2005. *Paradigma Baru Dalam Manajemen Ritel Modern*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Subagyo, Pangestu. 2004. *Statistik terapan*. Yogyakarta: BPFE.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tim Penyusun BPS Kota Padangsidempuan. 2017.
- Kurniawan Rahmat. *Analisis Dampak Toko Modern Terhadap Keberadaan Usaha Mikro, Kecil, Menengah Di Kota Padangsidempuan*. Jurnal AT-TAWASSUTH: Volume IV No. 1 Januari - Juni 2019: 208 - 230