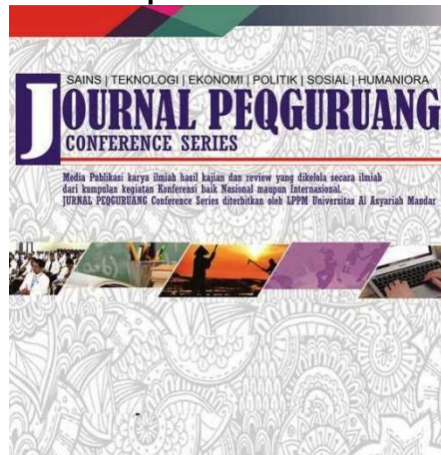


Graphical abstract



DAMPAK KEBERADAAN PASAR MODERN TERHADAP UMKM DI KECAMATAN POLEWALI

¹Sulihin Azis, ²Adriani, ³Ibnu Aulia Ikhsan
¹Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia,
Universitas Al Asyariah Mandar

*Corresponding author
ibnuaulia33@gmail.com

Abstract

Economic growth and increasingly rapid developments in Indonesia have resulted in a significant increase in the modern market in this country. This is based on the large number of people who use modern markets as a place to shop. The rapid growth of this modern market has both positive and negative impacts on surrounding grocery stores. Modern markets are markets that are managed with modern management, usually found in urban areas, as providers of services and goods with good quality and service to consumers who are generally upper middle class people. The aim of this research is to determine the impact of the existence of the Modern Market on MSMEs in Polewali District. There were 10 informants in this research. The existence of a modern market in the Polewali District area has had a huge impact on MSMEs around it, this is in line with research and the results of interview conducted by researchers. Based on the results of research conducted in Polewali District, it can be concluded that the income and number of customers obtained by MSMEs has decreased due to the existence of the modern market.

Keywords: impact of existence, modern market, MSMEs

Abstrak

Pertumbuhan ekonomi dan perkembangan zaman yang semakin cepat di Indonesia, membuat peningkatan pasar modern di negara ini mengalami peningkatan yang signifikan. Hal ini didasari oleh banyaknya masyarakat yang menjadikan pasar modern sebagai tempat berbelanja. Tumbuh pesatnya pasar modern ini mempunyai dampak positif dan dampak negatif terhadap toko kelontong di sekitarnya. Pasar modern merupakan pasar yang dikelola dengan manajemen modern, biasanya terdapat di kawasan perkotaan, sebagai penyedia jasa dan barang dengan mutu serta pelayanan yang baik kepada konsumen yang umumnya adalah masyarakat golongan menengah ke atas. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dampak keberadaan Pasar Modern Terhadap UMKM di Kecamatan Polewali. Adapun informan pada penelitian ini sebanyak 10 orang. Keberadaan pasar modern di daerah Kecamatan Polewali membawa dampak yang sangat besar bagi pelaku UMKM yang ada disekitarnya, ini sejalan dengan penelitian maupun hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Kecamatan Polewali ini dapat disimpulkan bahwa pendapatan dan jumlah pelanggan yang diperoleh pelaku UMKM mengalami penurunan akibat keberadaan pasar modern.

Kata Kunci: dampak keberadaan, pasar modern, UMKM

Article history

DOI: 10.35329/jp.v7i2.5686

Received : 2025-10-18 | Received in revised form : 2025-11-21 | Accepted :2025-11-25

1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi dan perkembangan zaman yang semakin cepat di Indonesia, membuat peningkatan pasar modern di negara ini mengalami peningkatan yang signifikan. Hal ini didasari oleh banyaknya masyarakat yang menjadikan pasar modern sebagai tempat berbelanja. Tumbuh pesatnya pasar modern ini mempunyai dampak positif dan dampak negatif terhadap toko kelontong di sekitarnya.

Pasar adalah tempat berkumpulnya sejumlah penjual dan sejumlah pembeli dimana terjadi transaksi jual beli barang atau jasa yang di produksi (Nel Arianty, 2013). Pemerintah menggunakan istilah pasar modern dengan toko modern sebagaimana dituangkan dalam Peraturan Menteri Perdagangan No. 53/MDAG/PER/12/2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, mendefinisikan toko modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk Minimarket, Supermarket, Department Store, Hypermarket (Endi Sarwoko, 2008).

Hadirnya hypermarkert Carrefour dan Continent pasar modern mulai bangkit di tahun 1999. Selain dalam bentuk hypermarket pasar modern juga mengalami perkembangan yang sangat pesat yaitu dalam bentuk lainnya seperti perkulakan, department store dan supermarket (Pramudiana, 2017).

Pasar modern adalah pasar yang dikelola dengan manajemen modern, biasanya terdapat di kawasan perkotaan, sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen yang umumnya adalah masyarakat golongan menengah ke atas. Pasar modern contohnya seperti supermarket, mall, *department store*, *shopping centre*, waralaba, toko mini swalayan, pasar serba ada, toko serba ada, dan lain sebagainya (Aryani, D. 2011).

Keberadaan pasar modern ini juga berpengaruh terhadap pandangan masyarakat tentang jumlah pelanggan maupun omset penjualan yang berkembang. Perubahan perilaku belanja masyarakat tampaknya disebabkan oleh kemudahan, dekat dengan tempat tinggal, fasilitas yang lengkap dan nyaman serta adanya promo yang diberikan oleh pihak pasar modern yang membuat para konsumen senang berbelanja ditempat tersebut. Minimarket menempati sebagai jenis pasar modern yang mendominasi sebagai tempat berbelanja yang disukai oleh masyarakat saat ini. Minimarket yang sering dikunjungi sebagai tempat berbelanja oleh masyarakat adalah Indomaret, Alfamart dan Alfamidi.

Perkembangan pasar modern yang sangat cepat akan berdampak juga terhadap pasar tradisional, apalagi di zaman sekarang yang serba canggih dan maju masyarakat akan lebih memilih hal-hal berbau modern. Namun untuk segi harga sendiri memang pasar modern memiliki harga jual yang tinggi dibandingkan dengan pasar tradisional. Tapi tetap saja konsumen lebih memilih berbelanja di pasar modern dikarenakan harga

yang ditawarkan lebih menarik dengan adanya promo dan *event* lainnya yang ditawarkan oleh pihak pasar modern.

Semakin pesatnya perkembangan pasar modern ini mendatangkan dampak yang banyak bagi keberadaan pasar tradisional yang sebagian besar memiliki usaha kecil perorangan. Pengelolaan pasar modern yang dikelola secara profesional oleh seorang manajer dengan menggunakan fasilitas yang lengkap, berbeda dengan pasar tradisional yang masih menggunakan fasilitas seadanya dengan berbagai kendala pengelolaan yang masih kurang efektif dan efisien. Perkembangan minimarket semakin pesat dan dikhawatirkan semakin lama semakin memberi dampak buruk bagi usaha kecil seperti usaha kelontong (Mardi, R, W. 2018).

Peraturan Presiden No 112 tahun 2007 “ Pasar dengan sistem pelayanan terbaik berupa pasar maupun toko dengan pelayanan yang juga mandiri terdapat didalamnya yang menjual barang eceran berbentuk Department store, Supermarket, Minimarket dan Hypermarket maupun grosir yang bentuknya perkulakan yaitu pasar modern. Terdapat aturan ritel modern yang diatur keberadaan lokasinya yaitu, diperbolehkannya lokasi minimarket ada dalam setiap sistem jaringan jalan, yang dimaksud yaitu sistem jaringan jalan lingkungan dalam kawasan pelayanan lingkungan perumahan di dalam kota maupun perkotaan.

Keberadaan pasar sampai sekarang ini, sudah berkembang cukup pesat karena adanya tambahan tidak terbatas dan semakin meluas keseluruh daerah yang ada di Kecamatan Polewali. Jika dibandingkan dengan tahun yang lalu, ritel modern hanya mempunyai beberapa puluhan gerai dan saat ini ritel modern sudah mempunyai ratusan gerai di berbagai tempat. Masyarakat saat ini mengutamakan kenyamanan dan pelayanan yang baik serta kebersihan dari pasar modern tersebut.

Dengan begitu, para konsumen lebih memilih pasar modern sebagai tempat yang nyaman untuk berbelanja dan tentunya akan semakin banyak lagi bermunculan pasar ritel modern yang lain. Ini tentu akan membuat pasar ritel tradisional semakin terpinggirkan dan kemungkinan untuk tutup itu sangat besar karena semakin berkurangnya konsumen yang berbelanja di pasar ritel tradisional tersebut. Dengan demikian pemilik pasar ritel tradisional harus berusaha dengan semaksimal mungkin untuk mempertahankan usahanya agar tetap berjualan (Supriono, 1998).

Dalam beberapa tahun terakhir ini, tepatnya pada tahun 2022 Kabupaten Polewali Mandar mulai diramalkan dengan keberadaan *retail modern*, diantaranya Indomaret, Afamart, dan Alfamidi. Dan tersebar di Kecamatan Polewali sebanyak 17 gerai.

Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) turut merasakan dampak dari keberadaan pasar modern ini (Alfamidi), persaingan dagang antara pasar ritel modern dengan UMKM disekitarnya memiliki

kesediaan penjualan yang sama namun memberikan pelayanan dan fasilitas yang berbeda sehingga membuat dampak yang cukup besar bagi UMKM disekitarnya baik dari pelanggan hingga omset penjualan yang dihasilkan. Berdasarkan latar belakang diatas yang telah diuraikan maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap UMKM di Kecamatan Polewali". Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui dampak keberadaan pasar modern terhadap UMKM di Kecamatan Polewali.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk memahami secara mendalam dan mendeskripsikan hal-hal yang berkaitan dengan objek yang akan diteliti. Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, objek, set kondisi, sistem pemikiran, ataupun kelas peristiwa pada saat ini.

Metode penelitian kualitatif sifatnya umum yaitu tentang kenyataan sosial dan perspektif partisipan. Pemahaman diperoleh ketika turun langsung lapangan untuk melakukan analisis terhadap masalah penelitian dan kemudian ditarik beberapa kesimpulan tentang kenyataan yang ada di lokasi penelitian. (Melkias, Sjuuib, Andiari. 2020)

Tujuan penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diteliti (Muh. Nazir 2013). Lokasi penelitimean ini ada di Kecamatan Polewali, adapun waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Juli 2024.

Pengambilan informan menggunakan teknik *Purposive Sampling* yaitu pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Informan dalam penelitian ini adalah dan pemilik toko kelontong dan pegawai Dinas Perindustrian dan Perdagangan Jumlah informan dalam penelitian ini ditetapkan 11 orang, yakni 1 orang dari Pegawai Dinas Koperasi UKM dan Perdagangan dan 10 orang dari Pemilik toko kelontong atau pelaku UMKM. Data penelitian diperoleh dari naskah, wawancara, foto, dan dokumen-dokumen lainnya, yang bertujuan untuk mengetahui dampak keberadaan pasar modern terhadap UMKM di Kecamatan Polewali. Teknik analisis data yang digunakan mencakup reduksi data, triangulasi data dan penarikan kesimpulan. (Moleng, 2019)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil wawancara yang telah di lakukan bersama dengan salah satu pegawai Dinas UKM Koperasi dan Perdagangan. Mengatakan bahwa keberadaan pasar modern terhadap UMKM yang ada di Kecamatan Polewali menurut pak Sayadi bahwa toko swalayan sebenarnya berdampak baik untuk UMKM disekitarnya, karena toko swalayan sendiri memiliki kewajiban untuk bermitra dengan UMKM. Contohnya seperti jika ada produk dari UMKM bisa berpeluang

untuk dimasukkan ke dalam toko swalayan. Namun realitas yang dilihat sekarang yakni belum ada toko swalayan yang melakukan kewajiban mereka untuk bermitra dengan UMKM. Selain itu, langkah yang diambil pemerintah dalam meningkatkan kualitas dan mutu perekonomian yakni dengan cara melakukan pelatihan-pelatihan agar membantu meningkatkan mutu produk UMKM. Langkah lain yang dilakukan juga seperti memfasilitasi agar produk UMKM bisa masuk ke dalam toko-toko modern dan juga bisa memasarkan produk UMKM secara luas.

Keberadaan pasar modern memberikan dampak yang sangat besar bagi toko kelontong disekitarnya, karena keberadaannya membawa kesengsaraan bagi pelaku UMKM dan bisa mematikan bisnis mereka. Sekarang ini keberadaan pasar modern sudah berada di mana-mana bahkan sudah masuk ke dalam lorong-lorong. Ada beberapa hal yang memaparkan fakta bahwa ada banyak toko-toko atau warung kecil yang terpengaruh. Pertama yakni pasar modern biasanya memberikan diskon harga yang membuat harga barang tersebut lebih murah yang membuat lemahnya daya saing UMKM. Kedua, mempunyai fasilitas seperti AC dan musik yang membuat pembeli betah saat berbelanja di pasar modern. Adapun layanan pelanggan penting, di mana pasar modern menawarkan pelayanan terbaik contohnya dari segi etika yakni kesopanan, keramahtamahan, dan kemudahan menemukan objek yang diinginkan pembeli.

Permasalahan pemberdayaan UMKM sampai sekarang ini masih pelik dan bergelut pada masalah-masalah *klasik* contohnya yaitu kesulitan akses terhadap informasi, pasar, teknologi dan permodalan. Kondisi ini membuat usaha yang dilakukan terlihat seperti berjalan di tempat. Masalah tersebut mewarnai iklim usaha UMKM, sehingga UMKM tidak mudah untuk membangun akses pada permodalan, pengembangan sistem produksi, pengembangan kualitas SDM, pengembangan pasar, pengembangan sistem informasi, dan pengembangan teknologi. Pemberdayaan UMKM tidak lepas dari konsep dasar pembangunan yang menjadi medium pertumbuhan UMKM. Merancang konsepsi dasar pemberdayaan UMKM merupakan membangun suatu sistem yang dapat memanilizr semua masalah yang berkaitan dengan keberhasilan usaha UMKM. Salah satu aspek yang menentukan keberhasilan suatu UMKM yakni iklim usaha.

Aspek itu sendiri terkait erat dengan kemampuan sistem yang di bangun, sedangkan sistem yang dibangun terkait dengan banyak pelaku (aktor) dan banyak variable (faktor) yang berpengaruh nyata serta bersifat jangka panjang (multies years). Adanya sifat tersebut maka faktor-faktor ini sulit diukur keberhasilannya sebagai buah karya suatu instansi atau suatu rezim pemerintahan. Oleh sebab itu kondusifitas dari setiap faktor tersebut harus ditumbuhkan dan terus diperbaiki.

Untuk mengetahui kondisi dari setiap faktor dan para pelaku yang berperan di dalamnya perlu dilakukan evaluasi setiap waktu, setiap tempat dan setiap sektor

kegiatan usaha UMKM Usaha-usaha UMKM yang berbasis sumber daya manusia dan sumber daya lokal merupakan solusi terbaik untuk mengoptimalkan potensi sumber daya nasional, tetapi untuk menjadikan UMKM sebagai basis pembangunan daerah yang sekaligus mendukung keberhasilan pembangunan nasional masih dihadapkan pada banyak masalah yaitu pertama, Rendahnya Produktifitas UMKM dan Koperasi yang berdampak pada timbulnya kesenjangan antara UMKM dengan Usaha besar. Kedua terbatasnya akses UMKM kepada sumberdaya produktif seperti permodalan, teknologi, pasar dan informasi. Ketiga tidak kondusifnya usaha yang dihadapi oleh UMKM sehingga terjadi marjinalisasi dari kelompok ini.

Terlihat disini pasar sudah mengontrol negara yang mengatas namakan semua hanya untuk keperluan kebutuhan konsumen untuk membentuk ruang konsumen yang sangat mencolok dalam bentuk mall, pemukiman mewah, seperti pasar modern yang biasa disebut minimarket ini. Teori ini sejalan dengan yang disebutkan oleh teori kapitalisme modern Mazhab Frankurt mengemukakan bahwa hal itu didasari oleh kemakmuran dan konsumerisme. Oleh sebab itu kini banyak pasar modern yang dibangun salah satunya adalah minimarket yang mengatasnamakan untuk kemakmuran masyarakat serta untuk kepentingan konsumen.

Beberapa gerai minimarket kini terlihat banyak tersebar di manapun bahkan di tempat padat penduduk, seperti Alfamart dan Indomaret bahkan yang lainnya. Pendirian pasar modern ini ternyata tidak hanya harus mendapat perizinan dari kantor perizinan, kantor kecamatan dan kantor kelurahan tetapi juga pasar modern ini harus mendapat izin dari masyarakat setempat dengan cara mengumpulkan tanda tangan persetujuan dari warga. Banyak masalah yang dilalui oleh pasar tradisional ketika berhadapan dengan pusat perbelanjaan modern, minimarket, dan hypermarket.

Jalan lingkungan adalah jalan umum yang memiliki fungsi untuk melayani angkutan lingkungan dengan ciri yaitu perjalanan jarak dekat, kecepatan rata-rata rendah. Pasar tradisional boleh bertempat pada setiap sistem jaringan jalan, termasuk sistem jaringan jalan lokal atau jalan lingkungan pada wilayah pelayanan bagian kota/kabupaten atau lokal atau lingkungan (perumahan) di dalam kota maupun kabupaten. Jalan lokal merupakan jalan umum yang fungsinya melayani angkutan setempat adapun cirinya yakni perjalanan jarak dekat, kecepatan rata-rata rendah, dan jumlah jalan masuk tidak dibatasi. Faktor dari penjelasan di atas juga masuk ke dalam inti penelitian dimana ada beberapa aspek yang menyebabkan adanya efek perubahan terhadap pendapatan, omset dan jumlah pelanggan pelaku usaha UMKM Dampak positif dan negatif dari kehadiran ritel modern terhadap berjalannya UMKM di Kecamatan Polewali dapat dilihat dari 2 aspek yaitu jumlah pendapatan dan pelanggan.

4. SIMPULAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan, peneliti menyimpulkan bahwa terdapat banyak dampak yang ditimbulkan oleh keberadaan pasar modern ini selain dampak negatif ternyata ada juga dampak positif dari keberadaan pasar modern ini. Namun, dampak positif yang dirasakan dari pasar modern ini hanya sedikit saja.

Dampak negatif yang ditimbulkan oleh pasar modern ini adalah penurunan pendapatan pelaku UMKM baik perhari maupun perbulan mereka selain itu jumlah pelanggan juga mengalami penurunan setelah munculnya pasar modern disekitar toko yang mereka dirikan.

Dampak positifnya sendiri yakni jika pihak pasar modern menawarkan promo-promo, terkadang para pedagang membeli di pasar modern karena dengan adanya promo tersebut harga yang mereka dapatkan lebih murah dibanding dengan penjual eceran yang selalu mereka tempati untuk berbelanja, adanya harga murah seperti ini dimanfaatkan baik oleh pelaku UMKM untuk menjual barang tersebut di toko mereka dengan harga yang lebih tinggi. Dan dengan berada dekat pasar modern ini biasanya mereka juga berbelanja kebutuhan disana tanpa harus pergi jauh membeli ketempat lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryani, D. (2011). *Efek Pendapatan Pedagang Tradisional Dari Ramainya Kemunculan Minimarket Di Kota Malang*. JDM - Jurnal Dinamika Manajemen, 2(2), 169–180. <https://doi.org/10.15294/jdm.v2i2.2481>.
- Endi Sarwoko, Jurnal Ekonomi Modernisasi: “*Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional Di Wilayah Kabupaten Malang*”, (Universitas Kanjuruhan Malang), Vol 4, Nomer 2/ juni 2008, 98.
- Mardi,R.W (2018). *Analisis Pengaruh Restrukturisasi Kredit Terhadap Kredit Bermasalah Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Medan*. Jurnal Ilmiah Research Sains, 4(2).
- Melkias, Sjuuib, Andiriani. (2020). *Strategi Dinas Perumahan, Kawasan Pemukiman dan Pertanahan Kabupaten Mamasa Dalam Penataan Pemukiman Kumuh di Kelurahan Mamasa*. Jurnal Vol 5, No. 2 (2020): MITZAL, Volume 5, Nomor 2, Nopember 2020
- Moleng, L. J. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Jakarta: Gramedia.
- Muh. Nazir. (2013). *Metode Penelitian*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Nel Arianty, “*Analisis Perbedaan Pasar Modern Dan Pasar Tradisional Ditinjau Dari Strategi Tata Letak (Lay*

Out) Dan Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Posisi Tawar Pasar Tradisional' Dalam Jurnal Manajemen & Bisnis, Vol. 13, No. 01 April 2013.

Peraturan Menteri Perdagangan No. 53/M-DAG/PER/12/2008 tentang *Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.*

Peraturan Presiden No. 112 Tahun 2007 *tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Moden.*

Pramudiana Devy Ika. (2017). *Perubahan Perilaku Konsumtif Masyarakat Dari Pasar Tradisional Ke Pasar Modern.* Vol. 1 No. 1.

Supriono R.A, *Manajemen Strategi Dan Kebijakan Bisnis,* (Yogyakarta: BPFU UGM, 1998).