

**Dampak Berkembangnya Waralaba Minimarket
(Indomaret Dan Alfamart) Terhadap Pendapatan Pedagang Kecil Atau Toko Kelontong
Di Kecamatan Banjarmasin Utara Kota Banjarmasin**

Muhammad Rizky Novriady*, Nasrudin

Program Studi Ekonomi Pembangunan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat

[*rezkynopri@gmail.com](mailto:rezkynopri@gmail.com)

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the impact of the establishment of a minimarket franchise on the income of small traders or grocery in North Banjarmasin sub-district. The data used are primary data and secondary data obtained through in-depth interviews based on questionnaires by researchers that have been prepared and observations of traders and buyers of grocery stores scattered in the city of Banjarmasin, northern Banjarmasin district. The analytical tool used is paired sample t-test. Furthermore, descriptive analysis is used to determine the impact of the existence of the minimarket franchise on grocery traders.

Based on paired sample t-test, it was proven that the existence of the franchise had an impact on the grocery store merchants in the city of Banjarmasin, North Banjarmasin. This can be seen from the decline in income from before and after the existence of a minimarket franchise.

Keywords: *Impact of mini market earnings on grocery stores*

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk menganalisis dampak berdirinya waralaba minimarket terhadap pendapatan pedagang kecil atau kelontong di kecamatan Banjarmasin Utara. Data yang digunakan merupakan data primer dan data skunder yang diperoleh melalui wawancara secara mendalam berdasarkan kuesioner oleh peneliti yang telah disiapkan dan pengamatan terhadap pedagang dan pembeli toko kelontong yang tersebar di kota Banjarmasin kecamatan Banjarmasin utara. Alat analisis yang digunakan ialah *paired sample t-test*. Selanjutnya analisis deskriptif yang digunakan untuk mengetahui dampak keberadaan waralaba minimarket tersebut terhadap Pedagang kelontong. Berdasarkan uji *paired sample t-test*, terbukti bahwa keberadaan waralaba tersebut berdampak pada pedagang toko kelontong kota banjarmasin kecamatan Banjarmasin utara. Hal itu terlihat dari penurunan pendapatan dari sebelum dan sesudah keberadaan waralaba minimarket.

Kata Kunci : Dampak waralaba mini market terhadap toko kelontong

PENDAHULUAN

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 kelontong yang berada di pasar tradisional maupun di perumahan atau pada sekitaran jalan besar dan retail modern dalam

bentuk supermarket dan minimarket. Retail modern tersebut seperti, Indomaret, Alfamart, Hypermart dan lokal minimarket.

Usaha toko kelontong salah satu sektor usaha yang masih mendapat perhatian dari banyak kalangan. Usaha toko kelontong tersebut termasuk dalam kategori usaha kecil dan dapat menunjukkan peranannya dalam kontribusi pembangunan nasional di Indonesia. Kenyataan tersebut tercermin usaha besar banyak jatuh dan tidak mampu untuk bertahan saat terjadi krisis global pada akhir 1997. Kenyataan tersebut berbeda dengan usaha kecil yang mampu bertahan disaat situasi yang kurang kondusif.

Minimarket mengusung konsep wisata belanja yang dekat dengan rumah. Konsep tersebut menawarkan kemudahan fasilitas, seperti mesin ATM (swasta atau/pun BUMN), drawing cash, dan paying debit card, serta ada minimarket menawarkan wahana bermain anak, promo atau memberikan bonus serta benefit lainnya. Menurut paradigma sebagian masyarakat berbelanja di minimarket dapat dipandang meningkatkan prestise. Faktor lainnya disebabkan oleh kemudahan, kebersihan dan kenyamanan dapat berdampak perilaku masyarakat yang berubah dari berbelanja di pasar tradisional maupun warung menjadi berbelanja di minimarket.

Keberadaan minimarket memperlihatkan bahwa secara tidak langsung kapitalisme mulai menjajah Indonesia. Hal tersebut bertentangan dengan azas perekonomian Indonesia dengan sistem ekonomi Pancasila berdasarkan azas kekeluargaan dalam bentuk koperasi. Sistem kapitalisme mengakomodir interest pemodal. Sistem tersebut memberikan keleluasaan owner capital untuk menjalankan entitas ekonomi yang bertujuan *profit oriented*. Dampak negatif dari sistem tersebut adalah tersisihnya pedagang tradisional yang memiliki modal kecil yang sulit bersaing dengan minimarket. Kenyataan tersebut dalam jangka panjang pedagang tradisional akan merugi dan bahkan mengalami kebangkrutan.

Dampak positif dengan keberadaan minimarket dalam bentuk Indomaret dan Alfamart memiliki salah satunya adalah memberi kontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang relatif tinggi dan menciptakan iklim investasi serta menyerap tenaga kerja. Namun juga memiliki dampak negatif, yaitu menyebabkan kelesuan kios tradisional, bahkan mematikan usaha mereka karena kurang kompetitif dalam menjalankan usahanya.

Pedagang kios kecil kurang mampu bersaing dengan keberadaan pasar modern tersebut. Oleh karena pemerintah mengeluarkan Perpres No. 112/2007 pasal 1 ayat (12) mengatur zonasi jarak minimal minimarket adalah 1 kilometer dengan pedagang kios tradisional. Dikeluarkannya peraturan tersebut merupakan bentuk kepedualiaan/perhatian pemerintah bagi pedagang tradisional agar tidak tergerus dengan keberadaan pasar modern.

TINJAUAN PUSTAKA

Waralaba Minimarket.

PP RI No. 42/2007 tentang waralaba mendefinisikan hak khusus yang dimiliki oleh orang perorangan atau badan usaha terhadap sistem dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti menghasilkan dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.

Dasar Hukum Waralaba.

PP RI No. 16/1997 tgl. 18-6- 1997 diganti dengan PP Republik Indonesia No. 42/2007 tgl. 23 -7- 2007 dan Kep.Men. Perindag. Republik Indonesia No : 259/MPP/Kep/7/1997 tgl. 30-7-

1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba dalam dasar hukum waralaba di Indonesia.

Minimarket.

Pasar modern tidak berbeda dengan pasar tradisional. Dalam pasar modern memberikan kebebasan pembeli untuk memilih barang yang diinginkannya sesuai dengan kemampuan mereka untuk membayar. Kemampuan pembeli tersebut langsung dapat diukur dengan melihat harga yang tertera (barcode), display barang yang disusun rapi dengan pelayanan secara mandiri (swalayan) atau oleh pramuniaga. Variasi barang yang ditawarkan mulai dari bahan makanan seperti : buah, sayuran, daging sampai pada barang yang dapat bertahan lama. Bentuk pasar modern seperti pasar swalayan dan hypermarket, supermarket dan minimarket.

Pengertian Pendapatan.

Pendapatan adalah seluruh sumber ekonomi yang diterima oleh perusahaan dari transaksi penjualan barang dan penyerahan jasa kepada pihak lain (Harnanto, 1999:14).

Pendapatan menurut *ilmu ekonomi* merupakan nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula. Dengan kata lain, pendapatan adalah jumlah harta kekayaan awal periode ditambah keseluruhan hasil yang diperoleh selama satu periode, bukan hanya yang dikonsumsi.

Pedagang Kecil atau Toko Kelontong.

UU No. 9/1995 mendefinisikan usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000,- (dua ratus juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau yang memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000,- (satu milyar rupiah) dan milik warga negara Indonesia.

Toko kelontong adalah toko yang menyediakan kebutuhan rumah tangga, seperti sembilan bahan pokok (sembako), makanan, dan barang rumah tangga. Toko kelontong ditemukan berdampingan dengan pemilik Rumah yang tidak jauh dengan masyarakat seperti perkampungan, perumahan dan yang sering ditemui di dalam gang.

Pendapatan

Pendapatan adalah pendapatan yang diterima oleh masyarakat, selama periode tertentu, baik itu memberikan kontribusi kerja maupun tidak. Pendapatan individu merupakan pendapatan yang diterima seluruh rumah tangga dalam perekonomian (Deliarnov, 1995 : 43).

Pendapatan adalah pembayaran atau penggunaan faktor produksi yang dimilikinya dan dari sumber lain (Sadono, 2008)

Pengertian Omzet Penjualan

Omzet penjualan adalah jumlah pendapatan yang didapat dari hasil penjualan barang/jasa dalam kurun waktu tertentu secara terus menerus atau dalam satu proses akuntansi (Chaniago, 1995:14).

METODE PENELITIAN

Pendekatan *kualitatif-deskriptif* digunakan dalam Penelitian ini dengan. Metode kualitatif adalah data dalam bentuk fenomena, keadaan, dan variable dari objek penelitian. Metode deskriptif adalah deskripsi/atau gambaran data terkumpul dari objek penelitian. Oleh karena itu data primer

akan disampaikan dalam bentuk tabel dan didukung oleh dokumentasi, sementara data sekunder juga akan dibarengi dengan tabel namun dibantu dengan pernyataan.

Tempat penelitian ini di wilayah Kecamatan Banjarmasin Utara Kota Banjarmasin. Unit analisis yang digunakan pada penelitian ini merupakan toko kelontong. Seluruh toko kelontong /atau pedagang kecil yang memiliki jarak kurang dari 100 m adalah sebagai populasi penelitian. Dan ada terdapat 14 toko kelontong yang berada pada radius tersebut di lingkungan kawasan waralaba minimarket. Teknik pengambilan sampel menggunakan seluruh populasi toko kelontong yang berada tidak jauh dari waralaba minimarket.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah menggunakan uji beda *t-test* yang digunakan untuk mencari apakah nilai sampel yang berbeda memiliki nilai rata-rata yang berbeda.

Dalam hal ini pengujian menggunakan *paired t-test* dimana dalam kelompok populasi yang sama akan tetapi ada mempunyai dua ataupun lebih data sampel sebagai dampak dari perbuatan yang diberikan terhadap populasi tersebut dengan rumus *alat analisis data ; Irwan Gani & Siti Amalia, 2014*

$$T \text{ hitung } t = \frac{X_1 - X_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2} - 2r \left(\frac{S_1}{\sqrt{n_1}}\right) \left(\frac{S_2}{\sqrt{n_2}}\right)}}$$

Keterangan :

- X_1 = Rata-rata sampel 1
- X_2 = Rata-rata sampel 2
- S_1 = Simpangan baku sampel 1
- S_2 = Simpangan baku sampel 2
- S_1^2 = Varians sampel 1
- S_2^2 = Varians sampel 2
- r = Korelasi antara 2 sampel

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Identitas responden merupakan kriteria yang berisi tentang jenis kelamin, status perkawinan dan tingkat pendidikan yang diambil dan sudah berapa lama mendirikan toko kelontong. Untuk mengetahui berbagai hal tersebut bisa kita lihat pada tabel dibawah ini

Tabel 1
Jenis kelamin pedagang toko kelontong
Pada Kecamatan Banjarmasin Utara kota Banjarmasin

Jenis kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	8	57,1
Perempuan	6	42,9
Jumlah	14	100

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan sebanyak 8 responden berkelamin pria atau sebesar 57,1% dan 6 responden berkelamin perempuan atau sebesar 42,9 % dari tabel 5.1 diatas bisa

disimpulkan bahwa pedagang toko kelontong yang berdekatan dengan waralaba minimarket didominasi individu berkelamin pria jika dibandingkan dengan pedagang toko kelontong yang berkelamin perempuan.

Status perkawinan bagi pedagang toko kelontong adalah hal yang sangat penting selain untuk kepentingan tenaga kerja juga sebagai bahan pertimbangan penting tenaga kerja juga sebagai bahan pertimbangan suatu pasar tenaga kerja dalam menempatkan tenaga kerja yang bersangkutan. Misalnya seorang tenaga kerja wanita yang sudah bersuami dan memiliki anak perlu memiliki pertimbangan sebaiknya tenaga kerja tersebut tidak ditempatkan jauh dari tempat tinggal tenaga kerja tersebut. Terkadang status perkawinan sumber daya manusia menjadi bahan pertimbangan dalam penerimaan SDM dan penempatannya. karena banyaknya sumber daya manusia yang belum menikah, sehingga untuk melihat status perkawinan pedagang toko kelontong Kecamatan Banjarmasin Utara kota Banjarmasin dapat dilihat pada tabel dibawah

Tabel 2
Status perkawinan pedagang toko kelontong Kecamatan Banjarmasin Utara kota Banjarmasin

Status Perkawinan	Jumlah	Persentase (%)
Belum Menikah	1	7,1
Menikah	13	92,9
Cerai Hidup	0	0
Cerai Mati	0	0
Jumlah	14	100

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan Tabel 2 diatas menunjukkan karakteristik responden yg belum menikah sebanyak 1 orang atau 7,1% dan status orang yang sudah menikah sebanyak 13 orang atau 92,9% dapat disimpulkan dari tabel diatas bahwa orang yang menikah lebih banyak mendominasi sebagai pedagang toko kelontong yang berdekatan dengan waralaba minimarket, sehingga terbukti bagi status perkawinan yang sudah menikah lebih dominan sebagai pedagang tradisional sebagai bahan pertimbangan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi yang memadai sebagai pedagang yang menjual kebutuhan barang-barang pokok untuk keseharian dalam berumah tangga.

Menurut yamin (2013:1) pendidikan adalah media mencerdaskan kehidupan bangsa dan membawa bangsa ini menuju era pencerahan. Pendidikan bertujuan sebagai pondasi tatanan bangsa yang diselimuti dengan nilai-nilai kepintaran kepekaan dan kepedulian terhadap kehidupan bangsa dan bernegara. Pendidikan dan pelatihan merupakan suatu faktor penting pengembangan sumber daya manusia. Akan tetapi juga meningkatkan keterampilan bekerja, dengan demikian meningkatkan produktivitas kerja. Asumsi dasar human capital bahwa seseorang mampu meningkatkan penghasilannya melalui peningkatan pendidikan. Untuk melihat peningkatan pendidikan responden bisa dilihat dari tabel 3

Tabel 3
Tingkat pendidikan pedagang toko kelontong Kecamatan Banjarmasin Utara kota Banjarmasin

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
SD	2	14,3
SMP	3	21,4
SMA	7	50,0
DIPLOMA	1	7,1
SARJANA	1	7,1
Jumlah	14	100

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel 1.3 diatas dapat diketahui tingkat pendidikan responden yang bersekolah sampai SD berjumlah 2 orang atau 14,3%, tingkat pendidikan tamat SMP berjumlah 3 orang atau 21,4%, tingkat pendidikan SMA sebanyak 7 orang atau 50,0%, sedangkan pada jenjang yang lebih tinggi lagi yaitu DIPLOMA sebanyak 1 orang atau 7,1%, dan SARJANA sebanyak 1 orang atau 7,1%. Hasil tersebut mengungkapkan bahwa tingkat pendidikan SMA merupakan yang paling dominan dan terakhir ditempuh oleh para pedagang toko kelontong tersebut. Hal ini juga menunjukkan bahwa bagi dengan bermodalkan ijazah SMA sudah merupakan modal yang cukup bagi mereka sebagai pedagang toko kelontong. Untuk melihat lama usaha sebagai toko kelontong bisa dilihat pada tabel 4 berikut :

Tabel 4
Lama berdirinya atau berdagang sebagai toko kelontong di Kecamatan Banjarmasin Utara kota Banjarmasin

Lama berdiri	Jumlah	Persentase (%)
<= 5 tahun	8	57,1
Lebih dari 5 tahun	6	42,9
Jumlah	14	100

Sumber : Data Diolah

Jika dilihat dari tabel diatas yang paling dominan ialah pedagang yang berjualan kurang dari 5 tahun sebanyak 8 orang atau berjumlah 57,1% jika dilihat secara fakta dari data tersebut kisaran pedagang tersebut merupakan pedagang yang baru datang ke Kecamatan Banjarmasin Utara. Dan sisa pedagang yang 6 orang atau 42,9% merupakan orang asli yang berdomisili di Kecamatan tersebut dan membuka usaha sendiri dalam rangka membuka lowongan kerja bagi dirinya sendiri. Rata-rata orang yang berdagang di Kecamatan Banjarmasin Utara menghabiskan waktu 8-12 jam sehari.

Meningkatnya jumlah penduduk di kota Banjarmasin mengakibatkan daerah ini menjadi prioritas masyarakat dalam melirik peluang usaha sebagai penjual toko kelontong dan menjual bahan pokok keperluan masyarakat, sehingga ada peningkatan dari segi ekonomi bagi masyarakat ditambah lagi dari segi keramaian pada Kecamatan Banjarmasin Utara semakin meningkat ditambah lagi pemerintah daerah yang memperbolehkan berdirinya waralaba minimarket di kawasan tersebut untuk meningkatkan potensi pendapatan dan meningkatnya kegiatan masyarakat dapat mengakibatkan persaingan ketat yang akan berdampak baik atau buruk dari persaingan tersebut.

Modal merupakan hal penting dalam usaha karena modal sebagai potensi melihat perkembangan suatu usaha sehingga untuk melihat modal awal pedagang bisa dilihat pada tabel 5

Tabel 5
Modal awal pedagang toko kelontong di Kecamatan Banjarmasin Utara kota Banjarmasin

Modal	Jumlah	Persentase (%)
<=10juta	7	50
Lebih dari 10 juta	7	50
Jumlah	14	100

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel 5 bisa dilihat bahwa yang memiliki modal kurang dari 10 juta berjumlah 7 atau 50% dan jumlahnya sama dengan yang memiliki modal awal lebih dai 10 juta yaitu berjumlah 7 atau 50% juga. Sehingga bisa dilihat jumlah modal yang di dikeluarkan berdasarkan kemampuan masing-masing responden.

Masalah-masalah yang timbul seiring berjalannya waktu dengan kebijakan yang diterapkan pemerintah daerah dengan didorongnya meningkatnya laju pertumbuhan penduduk membuat ketertarikan investor khususnya yang bergerak di dalam bidang waralaba minimarket berdampak secara tidak langsung terhadap penurunan jumlah pendapatan dan pelanggan hal ini akan dibahas lebih lanjut pada bagian berikutnya.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Perbedaan jumlah pendapatan sebelum dan sesudah berdirinya waralaba minimarket *paired statistic*

Jumlah observasi (N) yang diambil dari 14 responden yang ditiap respondennya memiliki satu observasi data yaitu pendapatan sebelum dan sesudah berdirinya waralaba mini market

Tabel 6
Analisis Pendapatan Sebelum dan Sesudah

Pendapatan	Mean	N	Std. Dev	Std.Error
Sebelum	5.7786	14	4.78751	1.27952
Sesudah	1.9000	14	.58441	.15619

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan data diatas pendapatan pedagang toko kelontong (mean) setelah berdirinya waralaba mini market adalah 1,9000 sedangkan rata-rata pendapatan sebelum berdirinya waralaba minimarket adalah 5.77786 sedangkan standar error pendapatan sebelum berdirinya waralaba mini market ialah 1.27952 sedangkan standar error pendapatan sesudah berdirinya waralaba minimarket ialah 15619.

Berdasarkan paired sample statistic diatas, bisa dipastikan terdapat perbedaan pendapatan pedagang toko kelontong setelah dan sebelum berdirinya waralaba minimarket. Kesimpulan dapat diambil dari nilai standar error mean pada masing masing kelompok sampel diperhitungkan maka rata-ratanya berbeda [sesudah = 1.9000 ± 5.7786 ; sebelum = 15619 ± 1.27952] artinya dengan adanya perbedaan respon pedagang toko kelontong di Kecamatan Banjarmasin Utara melihat dari hasil rata-rata (mean) dan standar error rata-rata yang ditunjukkan dari hasil tersebut bahwa setelah berdirinya waralaba minimarket ada penurunan pendapatan dari segi responden, sehingga mereka mengeluh dengan kebijakan pemerintah yang memperbolehkan waralaba minimarket dalam kawasan tersebut tanpa memikirkan dampak buruk dari berdirinya waralaba minimarket tersebut karena dari hasil tersebut dapat dilihat sebelum berdirinya waralaba minimarket melalui mean dan standar error memiliki peningkatan yang baik melihat dari hasil uji statistik tersebut bisa dilihat perbedaan yang signifikan sebelum dan sesudah berdirinya minimarket. Terhadap pendapatan pedagang tradisional langsung terjadi penurunan tingkat pendapatan perlunya sistem kebijakan

dari Perda dalam melindungi pedagang toko kelontong harus dilaksanakan untuk memberikan solusi yang baik bagi masyarakat yang jadi pedagang toko kelontong.

Tabel 7
Nilai Korelasi

Pendapatan	N	Correlation	Sig.
Sebelum-Sesudah	14	.638	.004

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel 7 merupakan nilai korelasi antar tingkat pedagang toko kelontong dengan waralaba minimarket sebelum dan sesudah berdirinya tempat tersebut adalah 0,638 dengan nilai signifikan 0,004 yang berarti ada hubungan pendapatan sebelum dan sesudah ($P < 0.05$).

Hal ini menunjukkan dari hasil tersebut di dalam, sebelum dan sesudah berdirinya waralaba minimarket ada hubungan erat untuk melihat adanya pengaruh didalam sebelum dan sesudah berdirinya minimarket yang dilihat dari segi pendapatan.

Tabel 8
Analisis Pendapatan Toko Kelontong Sebelum dan Sesudah Ada Minimarket

Pendapatan	Mean	SD	SE	Paired Differences of		T	df	Sig.
				Lower	Upper			
Sebelum-Sesudah	-3.87857	4.4378	1.1860	1.31626	6.44088	-3.270	13	0.00
		1	5					6

Sumber : Data Diolah

Nilai mean sebesar 3.87587 menunjukkan tanda negatif nilai selisih dari pendapatan pedagang toko kelontong setelah dan sebelum berdirinya waralaba minimarket di Kecamatan Banjarmasin Utara pendapatan lebih kecil setelah berdirinya minimarket. Dengan demikian hasil tersebut menunjukkan adanya penurunan pendapatan pada toko kelontong, sehingga dengan adanya selisih pendapatan tersebut mendapatkan hasil negatif, karena kebijakan dari pemerintah melalui berdirinya minimarket standard error mean sebesar 1.18605 lebih besar dari nilai mean. Komparasi kedua angka tersebut secara inferensial bermakna sebelum dan sesudah berdirinya minimarket terdapat perbedaan. Hasil tersebut diperkuat dengan nilai t_{hitung} pada uji pired t test yaitu sebesar -3.270 dengan $p = 0.006$ ($p < 0.05$) yang berarti terdapat perbedaan tingkat pendapatan pedagang toko kelontong antara sebelum dan sesudah berdirinya waralaba minimarket.

2. Perbedaan jumlah pelanggan sebelum dan sesudah waralaba minimarket

Tabel 9
Analisis Jumlah Pelanggan Sebelum dan Sesudah Waralaba Minimarket

Jumlah Pelanggan	Mean	N	SD	SE
Sebelum	13.9286	14	4.59873	1.22906
Sesudah	8.1429	14	2.82454	.75489

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan rata-rata jumlah pelanggan pedagang toko kelontong (mean) setelah berdirinya minimarket ialah 8.1429 sedangkan rata-rata jumlah pelanggan sebelum berdirinya minimarket adalah 13.9286 standar error jumlah pelanggan toko kelontong setelah berdiri

minimarket (mean) adaah 0.75489 sedangkan rata-rata sebelum berdirinya minimarket adalah 1.22906. Berdasarkan deskripsi diatas terdapat jumlah perbedaan pelanggan toko kelontong setelah dan sebelum berdirinya minimarket. Kesimpulan ini diambil mengingat jika nilai standar error mean pada setiap masing-masing sampel maka rata-ratanya cukup berbeda [setelah = 8.1429 ± 13.9286 ; sebelum = 1.22906 ± 0.75489]. Artinya dengan perbedaan jumlah pelanggan pada responden pedagng toko kelontong di Kecamatan Banjarmasin Utara dari hasil rata-rata (mean) dan standar error rata-rata yang ditunjukkan dari hasil tersebut bahwa seteleh berdirinya waralaba mini market terdapat penurunan pelanggan bagi responden toko kelontong.

Tabel 10

Analisis Korelasi Jumlah Pelanggan Sebelum dan Sesudah Waralaba Minimarket

Jumlah Pelanggan	N	Correlation	Sig.
Sebelum-Sesudah	14	0.747	0.002

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan nilai korelasi antara jumlah pelanggan toko kelontong setelah dan sebelum berdirinya waralaba minimarket adalah 0.747 dengan tingkat signifikansi 0.002. angka korelasi ini menyiratkan bahwa hubungan antara kedua sampel sangat erat dan signifikan. Keputusan ini diambil mengingat nilai signifikansi korelasi dibawah 0,05. Hal ini menunjukkan dari hasil tersebut di dalam sebelum dan sesudah berdirinya waralaba minimarket adanya hubungan yang erat untuk melihat adanya pengaruh atau tidak setelah berdirinya minimarket dari segi jumlah pelanggan toko kelontong di Kecamatan Banjarmasin Utara.

Tabel 11

Analisis Komparasi Jumlah Pelanggan Sebelum dan Sesudah Waralaba Minimarket

Pendapatan	Mean	SD	SE	Paired Differences of		T	df	Sig.
				CI 95%				
				Lower	Upper			
Sebelum-Sesudah	-5.78571	3.1176	.83323	3.98563	7.58580	-6.944	13	.000

6

Sumber : Data Diolah

Nilai mean sebesar (5.78571) menunjukkan tanda negatif selisih perbedaan jumlah pelanggan toko kelontong sebelum dan sesudah berdirinya minimarket di kawasan Kecamatan Banjarmasin Utara jumlah pelanggan toko kelontong setelah berdirinya mini market relatif lebih kecil dari sebelum berdirinya minimarket dengan demikian ada perubahan dalam jumlah pelanggan yang dirasakan pedagang toko kelontong, akhirnya dengan adanya selisih jumlah pelanggan pada toko kelontong menunjukkan dampak yang negatif bagi responden yang bersangkutan yaitu pedagang toko kelontong.

Standar error mean sebesar 0.83323 lebih besar dari nilai mean (5.78571). Nilai tersebut secara inferensial jumlah pelanggan sebelum dan setelah adanya minimarket mengalami perbedaan. Nilai t hitung pada paired t test didapatkan -6.944 dengan tingkat signifikansi uji dua arah sebesar 0.000. hasil tersebut dapat diberikan kesimpulan bahwa terdapat perbedaan pendapatan pedagang toko kelontong sebelum dan sesudah berdirinya waralaba minimarket di Kecamatan Banjarmasin Utara Kota Banjarmasin.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Terjadinya perbedaan jumlah pendapatan sebelum dan sesudah berdirinya waralaba minimarket yang ditunjukkan rata-rata pendapatan sebelum berdirinya waralaba minimarket berkisar Rp.5.000.000 perbulan menjadi Rp. 1.900.000 perbulan setelah berdirinya waralaba minimarket.
2. Jumlah pelanggan memberikan dampak yang berat dengan menurunkan jumlah pembeli sehingga akan menurunkan jumlah pendapatan yang dilihat sebelum berdirinya waralaba minimarket jumlah pelanggan berkisar $14 \pm$ orang per hari setelah berdirinya toko kelontong berkurang sampai 8 orang per harinya.

Saran

1. Perlunya pengawasan dari pemerintah bagi pengusaha waralaba minimarket di Kecamatan Banjarmasin Utara agar tidak terlalu berdampak pada jumlah pembeli toko kelontong di Kecamatan Banjarmasin Utara.
2. Adanya pembatas-pembatas yang didirikan untuk membatasi ruang berdirinya waralaba minimarket di Kecamatan Banjarmasin Utara sehingga waralaba minimarket dan pedagang toko kelontong bisa bersaing secara sehat.

DAFTAR REFERENSI

- Horax, Dathiessa Claudia, 2013. *Kajian Sosiologi Hukum Terhadap Keberadaan Waralaba Minimarket Di Kota Makassar*. Universitas Hasanudin Makassar.
- Rahman, Dedi dkk. 2012. *Dampak Keberadaan Waralaba Minimarket terhadap Kelangsungan Bisnis Toko di Sekitarnya : Berdasarkan Penelitian di Beberapa Kota pada Kurun Waktu 2012, 2008 Desember 2012*.
- Rivai, M. Muchtar. 2012. *Pengaturan Waralaba di Indonesia "Perspektif Hukum dan Bisnis"*. Jurnal Liquidity, Vol. 1, No. 2.
- Setiawan, Jeri dkk, 2012. *Pengaruh Keberadaan Minimarket Terhadap Kelangsungan Hidup Pedagang Kelontong di Kelurahan Klender, Kec. Duren Sawi, Jakarta Timur*. Jurnal Spatial Wahana Informasi dan Komunikasi, Vol .10. No. 1.
- Sukirno, S. 2010. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.