



Dampak Kehadiran Mini Market Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Manunggal Jaya Kabupaten Kutai Kartanegara

Diah Pitaloka

Program Studi Ilmu Hukum, Universitas Mulawarman

^{1*}pitalokadiah2310@gmail.com

Abstrak

Hasil dari observasi yang dilakukan di Desa Manunggal Jaya Kecamatan Tenggarong Seberang diperoleh informasi kurangnya ketertarikan pembeli atau konsumen terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah dikarenakan banyaknya yang berpendapat bahwa minimarket lebih rapi, bersih dan praktis selain itu mini market dilengkapi fasilitas seperti air conditioner (AC), tempat duduk dan meja tunggu, dapat melakukan pembayaran non tunai atau menggunakan credit card dan aplikasi pembayaran lainnya. Dalam upaya meningkatkan konsumen terhadap Usaha mikro kecil menengah maka perlu adanya perubahan untuk membangkitkan ketertarikan masyarakat sebagai konsumen. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dari adanya mini market terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) selama masa pandemi Covid-19 pada Desa Manunggal Jaya Kecamatan Tenggarong Seberang. Jenis penelitian pada penelitian ini adalah penelitian empiris dengan subjek yang digunakan adalah masyarakat yang memiliki usaha mikro kecil menengah (UMKM) yaitu anggota, karyawan dan pelanggan. Berdasarkan hasil dari penelitian didapatkan bahwa usaha mikro kecil menengah mengalami penurunan omzet dilihat dari segi konsumen dan keuntungan pada masa pandemi covid-19 yang dipengaruhi dari adanya mini market.

Kata Kunci : UMKM, Pengaruh Mini Market, Pendapatan Usaha

PENDAHULUAN

Pada Maret 2020 Indonesia dihadapkan dengan masa pandemi Covid-19 yang disebabkan oleh virus SARS-CoV-2. Penyebarannya yang begitu cepat, sehingga membuat pemerintah Indonesia menerapkan kebijakan berlakunya lock down yang dilakukan untuk membatasi interaksi banyak orang. Kebijakan yang dibuat hampir berdampak keseluruhan aspek kehidupan masyarakat Indonesia termasuk pada dunia perekonomian.

Manusia merupakan makhluk sosial, untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang beragam manusia melakukan aktivitas perdagangan. Perdagangan merupakan aktivitas jual- beli yang dilakukan manusia jual- beli tersebut bisa berupa barang ataupun jasa. Merujuk pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 tahun 2014 tentang Perdagangan menerangkan bahwa pembangunan di bidang ekonomi diarahkan dan dilaksanakan untuk memajukan kesejahteraan umum melalui pelaksanaan demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional sebagaimana diamanatkan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Di Indonesia ekonomi berdasarkan pada usaha bersama. Di mana dapat diartikan bahwa ekonomi Indonesia adalah ekonomi yang tidak akan merugikan usaha- usaha kecil dan juga tidak mengganggu aktivitas umum. Sistem ekonomi Indonesia adalah sistem ekonomi pancasila yaitu system ekonomi yang mengacu pada sila- sila dalam Pancasila, yang terwujud dalam lima landasan ekonomi yaitu ekonomi moralistik, ekonomi kemanusiaan, nasionalisme, demokrasi ekonomi dan diarahkan untuk mencapai keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia.

Seiring dengan kemajuan teknologi dan informasi dalam kehidupan masyarakat yang membuat kehidupan manusia menjadi semakin maju dan modern hal ini sangat berdampak pada aktivitas perdagangan. Banyak inovasi- inovasi yang diberikan agar pembeli dapat tertarik dan membeli produk yang mereka sajikan mulai dari bangunan hingga produk yang terbaru. Hal ini dapat kita lihat pada maraknya toko modern di desa manunggal jaya.

Toko modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri yang menjual berbagai jenis barang secara eceran. Pengertian toko modern menurut Pasal 1 Nomor 5 Perpres 112/2007 adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk Minimarket, Supermarket, Department Store, Hypermarket ataupun grosir yang berbentuk Perkulakan.

Hasil observasi yang dilakukan di Desa Manunggal Jaya Kecamatan Tenggarong Seberang diperoleh informasi kurangnya ketertarikan pembeli atau konsumen terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah dikarenakan banyaknya yang berpendapat bahwa minimarket lebih rapi, bersih dan praktis selain itu mini market dilengkapi fasilitas seperti air conditioner (AC), tempat duduk dan meja tunggu, dapat melakukan pembayaran non tunai atau menggunakan credit card dan aplikasi pembayaran lainnya. Dalam upaya meningkatkan konsumen terhadap Usaha mikro kecil menengah maka perlu adanya perubahan untuk membangkitkan ketertarikan masyarakat sebagai konsumen.

Menurut Hendri ma'rif (2005:84) pengertian minimarket adalah: "Toko yang mengisi kebutuhan masyarakat akan warung yang berformat modern yang dekat dengan permukiman penduduk sehingga dapat mengungguli toko atau warung."

Menurut Ade Komarudin (2014:1-2). Konsep usaha mikro, kecil dan menengah memiliki banyak pengertian: pertama, usaha yang didirikan untuk tujuan kegiatan ekonomi dan bukan kegiatan nirlaba; kedua, usaha yang bersifat produktif atau menghasilkan keuntungan atau laba dari usaha; ketiga, usaha yang bersifat mandiri atau berdiri sendiri bukan bagian, cabang, ataupun afiliasi dari usaha lain dan; keempat, usaha yang dimiliki oleh perseorangan ataupun badan usaha. Sedangkan menurut Keputusan Presiden RI No. 99 tahun 1998 pengertian Usaha Kecil adalah: "Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat". Sedangkan, menurut UU Republik Indonesia No. 9 tahun 1995: Usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

Dengan demikian penulis melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari adanya mini market terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) selama masa pandemi Covid-19 pada Desa Manunggal Jaya Kecamatan Tenggarong Seberang.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang saya gunakan adalah penelitian empiris, yaitu penelitian dengan adanya data- data lapangan sebagai sumber data utama, seperti hasil wawancara dan observasi. Penelitian empiris digunakan untuk menganalisis hukum yang dilihat sebagai perilaku masyarakat yang berpola dalam kehidupan masyarakat yang selalu berinteraksi dan berhubungan dalam aspek kemasyarakatan. Peneliti memilih metode ini karena penelitian akan dilakukan dengan pencarian data melalui wawancara, dokumentasi, dan observasi. Sesuai dengan subjek dari penelitian ini yaitu UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Usaha Mikro Kecil Menengah Dilihat dari Aspek Konsumen

Rata-rata Konsumen pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) didominasi oleh konsumen yang memiliki warung atau toko. Konsumen tersebut membeli barang secara partai dan grosir kemudian konsumen yang memiliki warung atau toko tersebut menjualnya kembali pada usaha toko milik pribadinya. Selanjutnya terdapat konsumen rumah tangga, konsumen rumah tangga menjadi salah satu konsumen yang terbesar karena usaha mikro kecil menengah menyediakan berbagai kebutuhan rumah tangga yang dapat diakses hanya dengan mengunjungi satu toko saja. Bagi ibu- ibu rumah tangga ini merupakan salah satu cara yang mempermudah mereka ketika harus keluar untuk berbelanja barang kebutuhan sehingga hanya perlu mendatangi salah satu toko saja tanpa perlu bersusah payah mengunjungi toko satu dan lainnya hanya untuk membeli sebuah barang. Dan terdapat konsumen lainnya seperti anak sekolah dan pekerja yang tidak dapat diidentifikasi secara menyeluruh karena konsumen ini tidak pasti atau bukan konsumen tetap seperti konsumen rumah tangga dan konsumen yang memiliki warung atau toko.

Dalam menetapkan sebuah harga pada produk yang di jual dari hasil wawancara pada usaha mikro kecil menengah yang terdapat pada desa manunggal jaya kabupaten kutai kartanegara menyatakan bahwa harga jual ditetapkan berdasarkan dari margin pembelian ke produsen dan ditambah dengan keuntungan yang diinginkan atau diharapkan oleh pemilik usaha mikro kecil menengah. Biasanya harga jual pada produk usaha antara satu usaha mikro kecil menengah dengan yang lainnya relatif memiliki harga yang sama walaupun harganya berbeda biasanya perbandingan harga yang ditunjukkannya juga tidak terlalu melambung tinggi ataupun rendah karena biasanya mereka mengambil produk usaha pada satu produsen yang sama. Karena hal perbandingan harga tersebut sehingga menyebabkan ketatnya persaingan antar pedagang dalam menetapkan harga jual.

Dampak dari Adanya Minimarket terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah pada Masa Pandemic Covid-19

Dari hasil penelitian yang dilakukan pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan Mini market atau lebih sering dikenal dengan Indomaret di desa manunggal jaya kabupaten Kutai Kartanegara dilihat dari kriteria jumlah konsumen, keuntungan dan jumlah karyawan pada masa pandemi covid-19 diperoleh bahwa sebelum adanya mini market omzet penjualan atau keuntungan yang diperoleh dari usaha mikro kecil menengah ini cukup stabil dan bisa dibilang usaha tersebut memiliki keuntungan yang meningkat sehingga banyak masyarakat yang memilih untuk membuka toko atau usaha mikro kecil menengah untuk memenuhi kebutuhan primer dan sekunder dalam kehidupan sehari-hari.

Tetapi semenjak keberadaan mini market ini melebar luas sebagian besar usaha mikro kecil menengah banyak mengalami penurunan omzet daripada biasanya terlebih lagi pada saat mini market mengadakan promo potongan harga yang membuat harga barang produksi yang biasanya normal menjadi sangat rendah dan membuat banyak masyarakat atau konsumen banyak berpindah tempat dan memilih untuk berbelanja di mini market. Tumbuh pesatnya minimarket ke wilayah pemukiman, berdampak buruk bagi warung tradisional yang telah ada di wilayah tersebut terutama dalam mencari penghasilan. Dimana penghasilan tersebut digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari yang diambil dari hasil keuntungan penjualan.

Dampak adanya minimarket terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dari segi omset. Dari 10 responden, yang mengalami penurunan omset sebesar 8 responden. Dan 2 responden mengatakan bahwa omset mereka tidak mengalami perubahan atau netral. Bila dilihat dari segi pendapatan, rata-rata pendapatan bersih Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sebelum adanya pasar modern dapat mencapai 3.500.000,00/bulan namun mengalami penurunan

hingga 2.000.000,00/bulan. Bila dilihat dari segi jumlah pelanggan, Usaha Mikro Kecil Menengah mengalami penurunan setiap harinya dilihat dari semakin sedikitnya pelanggan yang membeli kecuali pelanggan tetap toko.

Faktor lain yang menyebabkan usaha mikro kecil menengah ini makin mengalami penurunan omzet yaitu masa pandemic covid-19. Pemerintah menerapkan adanya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat yang membuat banyaknya masyarakat yang kehilangan pekerjaan dan banyak konsumen yang membeli barang secara grosir karena diterapkannya pembatasan ini membuat banyak masyarakat yang tidak keluar rumah. Hal ini menyebabkan penurunan omzet usaha karena harga barang grosir dibandingkan dengan eceran signifikan lebih rendah ditambah lagi banyaknya promo- promo yang dilakukan oleh mini market.

Bila dilihat dari aspek ketenagakerjaan, karyawan UMKM menerapkan secara kekeluargaan bahkan terkadang yang bekerja pada UMKM banyak yang berasal dari kerabat atau keluarga dari pemilik usaha sehingga tidak terjadi perputaran karyawan secara berkala. Sedangkan karyawan pada mini market memiliki penerapan yang cukup berbeda. Contoh; mini market pada umumnya menerapkan manajemen pekerjaan yaitu tanggung jawab akan keamanan barang yang diserahkan kepada karyawan. Sehingga apabila ada salah satu barang yang hilang maka karyawan wajib menanggung dari kerugian tersebut. Hal ini yang menyebabkan banyaknya karyawan yang memilih untuk berganti pekerjaan atau terjadinya perputaran karyawan pada mini market karena banyak karyawan yang tidak mampu untuk menanggung kerugian yang disebabkan oleh kehilangan barang.

Dari hasil analisis dan dukungan data yang telah didapatkan menunjukkan bahwa usaha mikro kecil menengah terkena dampak secara signifikan dilihat dari aspek omzet keuntungan dari adanya mini market dan sebelum adanya kehadiran mini market terlihat jelas bahwa terjadi penurunan omzet keuntungan dari UMKM. Sedangkan apabila dilihat dari jumlah karyawan atau pekerja antara UMKM dan mini market ditemukan bahwa tidak ada dampak yang signifikan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian yang berjudul dampak kehadiran mini market terhadap pendapatan usaha mikro kecil menengah pada masa pandemi Covid-19 di desa manunggal jaya Kabupaten Kutai Kartanegara didapatkan kesimpulan bahwa usaha mikro kecil menengah mengalami penurunan omzet dilihat dari segi konsumen dan keuntungan pada masa pandemi covid-19 yang dipengaruhi dari adanya mini market. Saran yang dapat diberikan dari peneliti terhadap Pemerintah Daerah hendaknya pemerintah daerah mulai menyadari bahwa usaha mikro kecil menengah (UMKM) merupakan salah satu roda dari perekonomian di daerah. Oleh sebab itu diharapkan pemerintah daerah dapat memberikan perlindungan kepada usaha mikro kecil menengah agar terciptanya persaingan usaha yang sehat. Salah satunya yaitu bentuk kebijakan atau menertibkan kembali lokasi atau jarak antara usaha mikro kecil menengah dengan mini market. Dan saran bagi UMKM sebaiknya melakukan upaya dalam meningkatkan eksistensi, misalnya memperbaiki fasilitas, kualitas pelayanan, dan memberikan potongan harga untuk pembelian pada jumlah tertentu agar menarik konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, P. (2013). Pengaruh sebaran lokasi minimarket terhadap jangkauan pelayanan pasar tradisional di Kecamatan Banyuwani. *Jurnal Pembangunan Wilayah & Kota*, 9(1), 97-109.
- Aryani, D. (2011). Efek pendapatan pedagang tradisional dari ramainya kemunculan minimarket di kota malang. *JDM (Jurnal Dinamika Manajemen)*, 2(2).
- Kurniaty, H. (2017). Pengaruh Jumlah Pembeli Terhadap Keuntungan pada Toko Kelontong Sebelum dan Sesudah Berdirinya Mini Market di Kota Buntok Kalimantan Tengah. *Anterior Jurnal*, 17(1), 28-32.
- Malau, N. A. (2016). "Ekonomi Kerakyatan Sebagai Paradigma Dan Strategi Baru Dalam Pembangunan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Ilmiah Research Sains*", 2(1), 1-8. Diakses pada <http://repo.unima.ac.id/id/eprint/1967/1/EKONOMI-KERAKYATAN-SEBAGAI-PARADIGMA-DAN-STRATEGI-BARU-DALAM-PEMBANGUNAN-EKONOMI-INDONESIA.pdf>.
- Sandi, S. P. H., & Maemunah, M. (2020). Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap Warung Kecil di Kabupaten Karawang. *BUANA ILMU*, 5(1), 137-146.
- SARASWATI, S. N. (2017). "Analisis Dampak Keberadaan Minimarket Indomaret dan Alfamart terhadap UKM dalam Kaitannya dengan Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern (Studi di Kota Pontianak). *Jurnal NESTOR Magister Hukum*, 4 (4), 209788". Diakses pada <https://media.neliti.com/media/publications/209788-analisis-dampak-keberadaan-minimarket-in.pdf>.
- Sarwoko, E. (2008). "Dampak keberadaan pasar modern terhadap kinerja pedagang pasar tradisional di wilayah Kabupaten Malang." *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 4(2), 97-115. Diakses pada <http://ejournal.unikama.ac.id/index.php/JEKO/article/view/880>.
- Wuryanti, P. D. (2017). "Implementasi Peraturan Daerah Sleman Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Perizinan Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern Kabupaten Sleman Terhadap Minimarket Waralaba di Kabupaten Sleman". Diakses pada <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/6860>
- Covid, P. & Utami, T. (2020). Makalah ekonomi kerakyatan pengembangan ekonomi kerakyatan di Indonesia era pandemi covid. Diakses pada https://www.researchgate.net/profile/Tri-Utami-11/publication/346937724_MAKALAH_PENGEMBANGAN_EKONOMI_KERAKYATAN_DI_INDONESIA_ERA_PANDEMI_COVID-19/links/5fd3197545851568d154df19/MAKALAH-PENGEMBANGAN-EKONOMI-KERAKYATAN-DI-INDONESIA-ERA-PANDEMI-COVID-19.pdf.