

Strategi Pemberdayaan Pengecer dan Penjual Tradisional dalam Meningkatkan Daya Saing terhadap Pasar Modern di Wilayah Tegal

Ida Farida ^{1,*}, Aryanto ², Sunandar ³

¹ Akuntansi; Politeknik Harapan Bersama; Jalan Mataram No 9 Tegal, (0283) 352000; e-mail: idafaridah90@yahoo.com.

² Akuntansi; Politeknik Harapan Bersama; Jalan Mataram No 9 Tegal, (0283) 352000; e-mail: ary.arya70@gmail.com

³ Akuntansi; Politeknik Harapan Bersama; Jalan Mataram No 9 Tegal, (0283) 352000; e-mail: nandars2ak@gmail.com

* Korespondensi: e-mail: idafaridah90@yahoo.com

Diterima: 06 Maret 2020; Review: 20 April 2020; Disetujui: 01 Mei 2020

Cara sitasi: Farida I, Aryanto, Sunandar. 2020. Strategi Pemberdayaan Pengecer dan Penjual Tradisional dalam Meningkatkan Daya Saing terhadap Pasar Modern di Wilayah Tegal. Jurnal Online Insan Akuntan. Vol. 5 (1): 27-40.

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemberdayaan pengecer dan penjual tradisional dalam meningkatkan daya saing terhadap pasar modern di wilayah Kota Tegal. Dalam penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif. Penelitian ini menafsirkan dan menguraikan data yang bersangkutan dengan situasi yang sedang terjadi, sikap serta pandangan yang terjadi di dalam suatu masyarakat, pertentangan antara dua keadaan atau lebih, hubungan antar variable yang timbul, perbedaan antar fakta yang ada serta pengaruhnya terhadap suatu kondisi, dan sebagainya. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pengecer dan penjual tradisional di Kota Tegal memiliki banyak kelemahan dalam menghadapi persaingan dengan minimarket modern. Meskipun ada beberapa undang-undang dan peraturan pemerintah tentang perlindungan pengecer / penjual tradisional dalam menghadapi pasar modern, peraturan ini tidak berfungsi secara optimal. Pengecer dan penjual tradisional dalam menghadapi persaingan memiliki strategi agar tetap bisa bertahan. Namun, dalam menerapkan strateginya para pelaku mengalami bermacam-macam kendala dalam mengatasi kendala-kendala yang ada dibutuhkan dukungan dari pemerintah.

Kata kunci: Pengecer, Penjual Tradisional, Daya saing, Pasar modern

Abstract: *The purpose of this study was to determine the strategy of empowering traditional retailers and sellers in enhancing competitiveness of modern markets in the City of Tegal. In this research the research method used is descriptive analysis. This study interprets and describes the data concerned with the situation that is happening, attitudes and views that occur in a society, conflict between two or more conditions, the relationship between variables that arise, differences between existing facts and their influence on a condition, and so on . The results of the study concluded that traditional retailers and sellers in Tegal City had many weaknesses in facing competition with modern minimarkets. Although there are several laws and government regulations regarding the protection of traditional retailers / sellers in dealing with modern markets, these regulations do not function optimally. Traditional retailers and sellers in the face of competition have a strategy to stay afloat. However, in implementing the strategy the actors experienced various obstacles in overcoming the existing obstacles needed support from the government.*

Keywords: Retailers, Traditional Sales, Competitiveness, Modern Markets

1. Pendahuluan

Indonesia adalah sebuah negara ekonomi berkembang yang memiliki populasi yang besar, dimana kemiskinan dan tingkat pengangguran masih menjadi permasalahan yang tak kunjung terselesaikan. Untuk memberantas permasalahan kemiskinan dan pengangguran, pemerintah mendorong masyarakat di daerah-daerah untuk dapat berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi nasional melalui bisnis ritel tradisional (Mubaryo, 1999). Pasar modern di Indonesia tumbuh tiga kali lipat dibandingkan pasar tradisional (Ganesha & Handini, 2013). Penjual modern seperti Indomaret dan Alfamart telah tumbuh menjamur di Indonesia bukan hanya di kota besar namun sampai ke pelosok daerah dan kota-kota kecil. Pengecer dan penjual tradisional banyak ditinggalkan karena kurangnya keunggulan kompetitif seperti sumber daya manusia serta teknologi yang digunakan. Akibatnya para pengecer dan penjual tradisional terancam gulung tikar dan bangkrut (Suyono & Farooque, 2016).

Persaingan yang ketat antara pebisnis supermarket serta minimarket merangsang mereka untuk memperluas pangsa pasar dengan melakukan ekspansi ke daerah-daerah dan kota-kota kecil. Dengan sumberdaya yang memadai serta tampilan dan tempat yang nyaman membuat masyarakat cenderung ingin berbelanja di supermarket ataupun minimarket modern. Tren ini yang mengancam keberadaan dan kelangsungan hidup pengecer dan penjual tradisional. Strategi harga jual yang rendah di pasar modern membuat para pengecer dan penjual tradisional sulit bersaing. Barang yang ditawarkan di pasar modern cenderung lebih berkualitas dengan harga yang pasti, sehingga pelanggan lebih memilih berbelanja di pasar modern (Suprpto, 2009). Pemasaran merupakan suatu system keseluruhan dari kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan baik kepada pembeli yang ada maupun yang potensial (Muliana Yulianti, Kooswardhono Mudikdjo, 1997). Alasan lain yang menunjukkan pentingnya strategi pemasaran adalah semakin kerasnya persaingan yang dihaapi oleh perusahaan pada umumnya (Wibowo, n.d.). Ini menguatkan perlunya strategi bagi bisnis tradisional seperti pengecer dan penjual tradisional untuk dapat bertahan di pasar demi kesejahteraan ekonomi masyarakat. (David, 2009)

Perluasan bisnis pasar modern pastinya akan memiliki dampak kepada pengecer dan penjual tradisional, demikian juga yang terjadi di Kota Tegal, tidak dipungkiri juga bahwa pengecer dan penjual tradisional dapat menjadi alternatif bisnis dalam

menghasilkan pekerjaan, terutama bagi mereka yang memiliki tingkat pendidikan rendah dan akan mengurangi tingkat pengangguran dan kemiskinan. Selain pemilihan produk yang tepat untuk dijual ke pasar yang harus menjadi focus dalam usaha bisnis saat ini adalah persainagn yang semakin ketat (Amalia, Hidayat, & Budiatmo, n.d.)Pengelolaan bisnis pengecer dan penjual tradisional perlu adanya strategi spesifik untuk meningkatkan daya saingnya untuk menghadapi pasar modern.

Penelitian ini mengidentifikasi strategi yang paling tepat dalam meningkatkan daya saing pengecer dan penjual tradisional dengan pasar modern. Penelitian ini berdasarkan *Resource Based Theory* (RBT) yang dikemukakan Wernerfelt (1984) menggambarkan bahwa pendekatan bisnis dalam meningkatkan keunggulan bersaing dengan mengembangkan sumberdaya yang dimiliki sehingga mampu mengarahkan pengusaha untuk bertahan dalam jangka panjang. Penelitian-penelitian terdahulu yang menjadi acuan adalah Priyono & Ekaputri (2008) yang menyatakan bahwa keberadaan grosir seperti supermarket, dapat mengancam pengecer atau penjual tradisional karena pelanggan cenderung berpindah tempat berbelanja dari penjual tradisional ke grosir modern. Penelitian Halim (2008) mengungkapkan bahwa permasalahan utama pengecer dan penjual tradisional tidak mampu bersaing dengan pasar modern adalah ketidakmampuan mengembangkan kewirausahaan mengoptimalkan sumberdaya pengetahuan. Suyono & Farooque (2016) yang menyatakan bahwa harus ada sinergi dan kerjasama antara pengecer / penjual tradisional, pemerintah, asosiasi pedagang, dan semua pihak yang berkepentingan agar pengecer dan penjual tradisional dapat terus bersaing dengan pasar modern.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pemberdayaan Pengecer Dan Penjual Tradisional Dalam Meningkatkan Daya Saing Terhadap Pasar Modern Di Wilayah Tegal “.Rumusan masalah pada penelitian ini adalah Bagaimana Strategi Pemberdayaan Pengecer dan Penjual Tradisional Dalam Meningkatkan Daya Saing Terhadap Pasar Modern di Wilayah Tegal. Tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah untuk mengetahui strategi pemberdayaan pengecer dan penjual tradisional dalam meningkatkan daya saing terhadap pasar modern di wilayah Tegal.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di wilayah Kota Tegal yaitu kepada pengecer dan penjual tradisional. Jenis penelitian ini adalah penelitian kausatif dengan metode pengumpulan data menggunakan survei kuesioner, wawancara, dan diskusi terarah bersama pengecer dan penjual tradisional dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperlukan dalam penelitian ini diperoleh dengan melakukan survei kuesioner dan wawancara. Adapun materi survei dan wawancara antara lain deskripsi responden, profil pengecer dan penjual tradisional, informasi berkaitan dengan usaha, dan dampak penjual modern yang dilakukan pada Bulan Desember 2019. Populasi penelitian ini adalah pelaku usaha kecil menengah yaitu pengecer dan penjual tradisional di wilayah Kota Tegal. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM binaan BRI (Bank Rakyat Indonesia) sejumlah 42 UMKM.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif dan kualitatif. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkapkan kejadian atau fakta, keadaan, fenomena, variabel dan keadaan yang terjadi saat penelitian berlangsung dengan menyuguhkan apa yang sebenarnya terjadi. Penelitian ini menafsirkan dan menguraikan data yang bersangkutan dengan situasi yang sedang terjadi, sikap serta pandangan yang terjadi di dalam suatu masyarakat, pertentangan antara dua keadaan atau lebih, hubungan antar variabel yang timbul, perbedaan antara fakta yang ada serta pengaruhnya terhadap suatu kondisi, dan sebagainya.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Deskripsi Responden

1. Jenis Kelamin dan Usia Responden

Dari hasil kuesioner diperoleh data bahwa dari keseluruhan responden yang berjumlah 42 orang didominasi oleh jenis kelamin perempuan sebesar 71%, sedangkan laki-laki sebesar 29%. Mayoritas responden berusia antara 20 – 29 tahun yaitu sebanyak 16 orang atau 38% dari keseluruhan responden, berusia antara 30 – 39 tahun sebanyak 13 orang atau 31%, dan yang berusia antara 40 – 49 juga sebesar 31%.

Tabel 1. Jenis Kelamin dan Usia Responden

Jenis kelamin	L	P	Kelompok Usia Responden		
			20-29	30-39	40-49
Jumlah responden	12	30	16	13	13
Persentase	29%	71%	38%	31%	31%

2. Latar Belakang Pendidikan Responden

Latar belakang responden didominasi lulusan SMA/SMK yaitu sebanyak 21 responden atau 50% dari total responden. Sedangkan yang lulusan dari perguruan tinggi yaitu 6 responden dari Diploma dan sebanyak 9 orang berpendidikan sarjana. Dari data kuesioner dapat dilihat bahwa beberapa responden masih tergolong berpendidikan rendah yaitu lulusan SMP berjumlah 5 orang dan lulusan SD berjumlah 1 orang.

Tabel 2. Latar Belakang Pendidikan Responden

Jenjang pendidikan	SD	SMP	SMA/SMK	D-III	Sarjana	Total
Jumlah Responden	1	5	21	6	9	42
Persentase	2%	12%	50%	14%	21%	100%

3.2 Profil Pengecer dan Penjual Tradisional

1. Bentuk Badan Hukum Usaha

Bentuk badan hukum usaha responden mayoritas adalah tanpa badan usaha sejumlah 22 responden, diikuti bentuk usaha perseorangan sejumlah 17 responden dan lainnya 3 responden. Dari data tersebut terlihat bahwa masih banyak pengecer dan penjual tradisional yang belum sadar pentingnya legal hukum usaha.

Tabel 3. Bentuk Badan Hukum Usaha Responden

Badan hukum	Perseorangan	Koperasi	PT	CV	Lainnya	Tanpa badan usaha	Total
Jumlah Responden	17	0	0	0	3	22	42
Persentase	40%	0%	0%	0%	7%	52%	100%

2. Jumlah Pemilik Usaha

Dari hasil kuesioner menjelaskan bahwa dari 42 pemilik usaha yang menjadi responden, 39 toko dimiliki oleh satu orang (93%). Ini berarti pemilik tunggal mendominasi kepemilikan pengecer atau penjual tradisional di Kota Tegal. Dari hasil ini juga menjelaskan hanya ada dua usaha yang dimiliki lebih dari satu orang dan satu usaha tanpa penjelasan.

Tabel 4. Jumlah Pemilik Usaha

Jumlah Pemilik	1 orang	2 orang	3 orang	> 3 orang	Tidak ada penjelasan	Total
Jumlah Responden	39	1	0	1	1	42
Persentase	93%	2%	0%	2%	2%	100%

3. Ijin Usaha Pengecer dan Penjual Tradisional

Ada berbagai ijin usaha menurut peraturan hukum, yaitu (i) SIUP atau Surat Ijin Usaha Perdagangan, (ii) SITU atau Surat Ijin Tempat Usaha, (iii) TDP atau Tanda Daftar Perusahaan, (iv) HO yang menjelaskan tidak ada keberatan dari masyarakat di sekitar perusahaan. Tiap usaha bisa memiliki lebih dari satu ijin. Dari hasil kuesioner dapat dilihat bahwa mayoritas pengecer dan penjual tradisional di Kota Tegal yang dijadikan responden masih belum memiliki ijin usaha atau belum memiliki legalitas resmi yaitu sebesar 51% (23 usaha). Responden yang sudah memiliki SIUP ada 11 usaha, TDP ada dua usaha, HO ada satu usaha, dan lainnya ada delapan usaha.

Tabel 5. Ijin Usaha

Ijin Usaha	SIUP	SITU	TDP	HO	Lainnya	Tanpa ijin usaha	Total
Jumlah	11	0	2	1	8	23	45
Persentase	24%	0%	4%	2%	18%	51%	100%

4. Lama Usaha

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa 45% responden telah beroperasi selama 1-5 tahun, sementara 19% telah beroperasi selama kurang dari satu tahun, 17% telah beroperasi 6-10 tahun dan 19% beroperasi lebih dari 10 tahun.

Tabel 6. Lama Usaha

Lama Usaha	< 1 tahun	1-5 tahun	6-10 tahun	> 10 tahun	Total
------------	-----------	-----------	------------	------------	-------

Jumlah Responden	8	19	7	8	42
Persentase	19%	45%	17%	19%	100%

5. Jumlah Karyawan

Mayoritas usaha pengecer dan penjual tradisional yang menjadi responden tidak mempunyai karyawan yaitu sebanyak 25 (60%), artinya usaha dijalankan sendiri oleh pemilik. Usaha yang memiliki karyawan berjumlah 1-5 orang ada 7 responden, 6-10 karyawan ada 3 responden, dan yang memiliki karyawan lebih dari 10 berjumlah 7 responden.

Tabel 7. Jumlah Karyawan Usaha Responden

Jumlah Karyawan	Tanpa karyawan	1-5 karyawan	6-10 karyawan	> 10 karyawan	Total
Jumlah Responden	25	7	3	7	42
Persentase	60%	17%	7%	17%	100%

3.3 Informasi Berkaitan dengan Usaha Responden

1. Pembukuan dan Pelaporan

Pada Tabel 8 menggambarkan kegiatan pembukuan dan pelaporan tentang jalannya usaha yang telah dilakukan oleh responden. Hasil tersebut dapat dilihat bahwa terdapat 24 (32%) responden yang telah melakukan pembukuan total penjualan. Laporan total penjualan merupakan laporan yang paling banyak dilakukan oleh responden. Jumlah responden yang telah melakukan pembukuan laporan persediaan ada 12 (16%), Harga Pokok Produksi 8 responden (11%), mencatat biaya operasional 8 responden (11%), menghitung dan melaporkan Pajak Penghasilan hanya ada 2 responden (3%), total piutang 5 responden (7%) dan total utang 4 responden (5%). Dari 42 responden terdapat 13 responden (17%) yang belum melakukan pembukuan, artinya selama menjalankan usahanya mereka tidak melakukan pencatatan.

Tabel 8. Bentuk Pembukuan dan Pelaporan Responden

Bentuk Pembukuan dan Pelaporan	Jumlah	Persentase
Total penjualan	24	32%
Jumlah persediaan barang dagang	12	16%
Harga Pokok Produksi	8	11%

Biaya operasional	8	11%
Pajak penghasilan (PPh)	2	3%
Total piutang	5	7%
Total utang	4	5%
Tanpa pembukuan	13	17%
	76	100%

2. Sumber Informasi Bisnis

Pada Tabel 9 menggambarkan bagaimana responden memperoleh sumber-sumber informasi untuk membuka ataupun mengembangkan usahanya. Terbanyak adalah yang bersumber dari pengetahuan dan pengalaman sendiri sebanyak 22 responden (41%). Responden lain memperoleh informasi bisnis dari pasangan sebanyak 10 responden (19%), dari keluarga 8 (15%), dari teman 3 (6%), dari pebisnis lain 6 (11%), dari iklan atau promosi online 4 (7%), dan satu responden menyatakan tidak ada.

Tabel 9. Sumber Informasi Bisnis Responden

Sumber Informasi Bisnis	Jumlah	Persentase
Pengetahuan dan pengalaman sendiri	22	41%
Pasangan (suami/istri)	10	19%
Keluarga	8	15%
Teman	3	6%
Pebisnis lain	6	11%
Iklan/Promosi online	4	7%
Tidak ada	1	2%
	54	100%

3. Asosiasi Pengusaha atau Pedagang

Tabel 10 menyajikan data mengejutkan di mana hanya 12 pemilik toko (29%) dari responden yang terlibat dalam asosiasi pengecer dan penjual tradisional. Mayoritas responden tidak terlibat dalam asosiasi karena mereka tidak mengerti ada asosiasi seperti itu..

Tabel 10. Keikutsertaan Asosiasi Pengusaha / Pedagang

Ikut Asosiasi	Jumlah	Persentase
Ya	12	29%

Tidak	30	71%
	42	100%

4. Hambatan Utama

Tabel 11 menunjukkan bahwa hambatan yang paling banyak dialami oleh sebagian besar responden adalah kesulitan dalam mencari sumber modal (27%) dan kompetisi dengan pesaing yaitu pasar modern (23%). Beberapa responden menyatakan tidak mengalami hambatan (21%), sejumlah responden menyatakan ada hambatan lainnya (17%), lokasi bisnis (6%), bunga bank yang tinggi (4%), dan keamanan dari pencurian (2%).

Tabel 11. Hambatan Utama Bisnis Responden

Hambatan Utama	Jumlah	Persentase
Kesulitan sumber modal	13	27%
Bunga bank tinggi	2	4%
Kompetisi dengan pesaing	11	23%
Lokasi bisnis	3	6%
Transportasi	0	0%
Keamanan dari pencurian	1	2%
Lainnya	8	17%
Tidak ada	10	21%
	48	100%

5. Resiko Bisnis

Hasil kuesioner pada Tabel 12 menunjukkan bahwa resiko bisnis yang paling dikhawatirkan oleh sebagian besar responden adalah kompetisi bisnis sejumlah 24 responden. Kemudian resiko yang dikhawatirkan yaitu piutang tak tertagih, pencurian aset, dan kesehatan pemilik usaha. Ada tujuh responden yang menyatakan tidak ada resiko yang dikhawatirkan.

Tabel 12. Resiko Bisnis Responden

Resiko Bisnis	Jumlah	Persentase
Kompetisi bisnis	24	52%
Kesehatan pemilik	3	7%
Piutang tak tertagih	6	13%
Bencana alam	0	0%
Pencurian aset / barang dagangan	6	13%
Tidak ada	7	15%

46

100%

3.4 Dampak Minimarket Modern terhadap Penjual dan Pengecer Tradisional di Kota Tegal

1. Strategi Bersaing dengan Pasar Modern

Tabel 13 menjelaskan strategi yang dilakukan oleh pemilik toko tradisional dalam menghadapi persaingan dengan perluasan minimarket modern, yaitu, Indomaret dan Alfamart. Strategi yang paling banyak diadopsi oleh pengecer dan penjual tradisional dalam bersaing dengan minimarket modern adalah harga yang mampu bersaing sebanyak 20 responden. Strategi kedua adalah melakukan pelayanan prima kepada konsumen dan melakukan promosi sebanyak 15 responden. Strategi ketiga adalah menyediakan produk yang lengkap dan beragam sehingga berbeda dengan penjual modern (9 responden). Kemudian berturut-turut modal yang kuat dan lokasi bisnis yang strategis menjadi pilihan strategi yang diterapkan pengecer dan penjual tradisional di Kota Tegal. Lima responden memilih melakukan strategi lainnya.

Tabel 13. Strategi Bersaing dengan Pasar Modern

Strategi Bersaing	Jumlah	Presentase
Perbedaan produk dengan yang lain	9	16%
Harga yang bersaing	20	35%
Lokasi bisnis yang strategis	3	5%
Pelayanan prima & promosi	15	26%
Modal usaha yang kuat	5	9%
Lainnya	5	9%
	57	100%

2. Kendala dalam Menerapkan Strategi Bersaing

Tabel 14 menjelaskan bahwa kendala yang dialami responden ketika menerapkan strategi untuk bersaing dengan pasar modern yang paling banyak adalah terbatasnya modal yang dimiliki (13 responden). Kendala kedua yang dialami responden adalah terbatasnya sumber daya manusia (10 responden). Kendala lain yang dialami adalah persaingan tidak sehat dengan kompetitor (8 responden), persediaan produk terbatas (6 responden), harga beli tinggi (4 responden), dan kendala lainnya (7 responden).

Tabel 14. Kendala Dalam Menerapkan Strategi Bersaing

Kendala dalam menerapkan strategi	Jumlah	Presentase
Persediaan produk terbatas	6	13%
Harga beli tinggi	4	8%
Kesulitan akses transportasi	0	0%
Persaingan tidak sehat dengan kompetitor	8	17%
Modal terbatas	13	27%
Sumber daya manusia terbatas	10	21%
Lainnya	7	15%
	48	100%

3.5 Pembahasan

Berdasarkan hasil kuesioner dan survei yang dilakukan peneliti, dapat dilihat bahwa pengecer dan penjual tradisional menghadapi banyak kelemahan dalam bersaing dengan supermarket dan minimarket modern yang semakin meluas. Kelemahannya dapat dilihat dari beberapa perspektif, yaitu masih ada yang berpendidikan rendah, tidak memadainya ijin usaha, masih ada yang tidak melakukan pembukuan dan pelaporan yang memadai, modal yang terbatas dan kesulitan akses sumber modal, sumber informasi bisnis yang terbatas, dan tidak terlibat ke dalam asosiasi seprofesi.

Data menunjukkan bahwa tingkat pendidikan pelaku usaha masih ada yang ditingkat rendah, meskipun sebagian kecil berpendidikan tinggi. Hal ini menyebabkan pengelolaan manajemen usahanya masih tertinggal dibandingkan dengan supermarket atau minimarket modern. Dalam hal jumlah karyawan pun sebagian besar tanpa karyawan atau usaha dikelola sendiri oleh pribadi. Sebagian yang memiliki karyawan mengaku memperkerjakan karyawan yang bersedia digaji rendah sehingga dapat menekan biaya operasional. Hal ini bisa menjadi keunggulan untuk bersaing dengan minimarket modern jika bisa dikelola dengan baik, dengan biaya operasional yang lebih rendah sehingga harga jual barang akan bisa bersaing.

Sebagian besar pengecer dan penjual tradisional belum memiliki ijin usaha artinya tidak memiliki lisensi hukum dari pemerintah. Tidak adanya ijin secara resmi untuk usaha akan menghambat kegiatan bisnis, terutama ketika akan mengajukan pinjaman modal dari perbankan. Karena untuk memperoleh

pinjaman modal dari perbankan syarat utamanya harus memiliki ijin usaha. Alasan sebagian besar tidak memiliki ijin usaha dikarenakan rumitnya mengurus persyaratan dan prosedur birokrasi serta biaya untuk mendapatkan surat ijin usaha.

Pembukuan dan pelaporan yang tidak memadai merupakan kelemahan yang dapat menjadi masalah besar bagi bisnis pengecer dan penjual tradisional. Dari data hasil keusioner menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil yang menunjukkan pendapatan mereka dan melaporkan pajaknya. Sementara sejumlah pengusaha tidak memiliki pembukuan dan pencatatan sama sekali, beberapa yang lain hanya melakukan pembukuan sederhana seperti total penjualan dan jumlah persediaan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar belum menyadari manfaat pentingnya pembukuan dan pencatatan untuk akses pendanaan dari bank. Selain itu juga manfaat lain antara lain memastikan keuntungan usaha. Diharapkan perhatian dari pemerintah dan instansi lain seperti perguruan tinggi untuk bisa memberikan pelatihan dan pendidikan tentang teknik pembukuan dan pelaporan bisnis.

Sumber informasi bisnis yang terbatas adalah masalah lain bagi bisnis tradisional untuk tetap bersaing dengan pasar modern. Terungkap bahwa toko tradisional terutama mengandalkan sumber-sumber swasta untuk mendapatkan informasi bisnis dan hanya sedikit toko tradisional memiliki tautan ke jaringan bisnis, lembaga pemerintah, dan asosiasi perdagangan untuk menerima informasi dan / atau pembaruan yang berkaitan dengan bisnis mereka. Ditemukan juga bahwa hanya sedikit toko tradisional yang terlibat dalam asosiasi pengecer dan penjual tradisional di wilayah Tegal karena ketidaktahuan tentang ada tidaknya asosiasi perdagangan di wilayahnya sehingga efektivitas peran asosiasi yang rendah dalam memfasilitasi berbagai informasi yang dibutuhkan oleh pengecer / penjual tradisional.

Hambatan utama pengecer dan penjual tradisional adalah kesulitan akses ke sumber modal. Hasil ini sejalan dengan penelitian Suyono & Farooque (2016) yang juga menyatakan bahwa modal menjadi salah satu masalah utama. Sementara lembaga penyalur pinjaman modal seperti bank memberikan persyaratan yang semakin ketat dan sulit menurut pelaku usaha,

seperti jaminan agunan, surat ijin usaha, catatan pembukuan usaha, dan lain-lain. Oleh karena itu, dibutuhkan dukungan dari pemerintah untuk membantu pengecer dan penjual tradisional memiliki akses yang lebih baik ke sumber modal baik perbankan maupun dari program-program pemerintah sendiri. Kebijakan ini akan membantu pengecer dan penjual tradisional dalam memecahkan masalah keterbatasan modal.

Strategi yang paling banyak diterapkan oleh pelaku usaha adalah harga yang bersaing. Pelaksanaan strategi dalam bersaing ini menghadapi kendala yaitu keterbatasan modal. Dengan demikian pemerintah harus mengambil inisiatif untuk menyediakan akses mudah memperoleh modal bagi pengecer dan penjual tradisional agar dapat bertahan dan tidak tergerus oleh supermarket dan minimarket modern. Hasil ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan Suyono & Farooque (2016) yang dilakukan di Kabupaten Banyumas yang menyatakan bahwa strategi yang banyak dilakukan adalah dengan keanekaragaman dan kelengkapan produk.

4. Kesimpulan

Dari pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa pengecer dan penjual tradisional di Kota Tegal memiliki banyak kelemahan dalam menghadapi persaingan dengan minimarket modern. Meskipun ada beberapa undang-undang dan peraturan pemerintah tentang perlindungan pengecer / penjual tradisional dalam menghadapi pasar modern, peraturan ini tidak berfungsi secara optimal. Pengecer dan penjual tradisional dalam menghadapi persaingan memiliki strategi agar tetap bisa bertahan. Namun, dalam menerapkan strateginya para pelaku mengalami bermacam-macam kendala. Dalam mengatasi kendala-kendala yang ada dibutuhkan dukungan dari pemerintah.

Saran bagi pengecer dan pedagang tradisional perlu mengembangkan strategi bersaing yang tepat agar mampu bertahan dari persaingan dengan pasar modern. Pemerintah daerah Kota Tegal pun harus berperan serta dalam membantu para pengecer dan pedagang tradisional melalui kebijakan-kebijakan yang mendukung untuk mengatasi hambatan-hambatan yang dialami para pengecer dan pedagang tradisional. Keterbatasan pada penelitian ini jumlah responden yang masih sedikit,

sehingga untuk penelitian selanjutnya sebaiknya menambah jumlah responden untuk mendapatkan hasil data yang lebih akurat dan maksimal.

Referensi

- Amalia, A., Hidayat, W., & Budiarmo, A. (n.d.). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada Ukm Batik, 1–12.
- David, F. R. (2009). *Manajemen Strategis (Terjemahan Dono Sunardi)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ganesha, N., & Handini, Y. D. (2013). Analisis Strategi Pemasaran Pedagang Tradisional Bidang Fesyen Dalam Menghadapi Modernisasi Pasar Di Pasar Pamenang Kabupaten Kediri (Marketing Strategy Analysis of Fashion Traditional Businesses Concerning Modernization Market at Pamenang Market Kediri. *Artikel Ilmiah Hasil Penelitian Mahasiswa*Artikel Ilmiah Hasil Penelitian Mahasiswa, i, 1–7.
- Gunawan, R. (2015). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Anggota Kelompok Usaha Kecil dan Mikro (UKM) Binaan UP3HP di Kota Bengkulu. *Ekombis Review*, 73–81.
- Halim, R. E. (2008). Pengaruh pembentukan kemampuan dinamis melalui kecenderungan kewirausahaan sebagai stimulan untuk kinerja penjual tradisional. *Bisnis Dan Ekonomi Politik*, 9(2), 47–70.
- Mubaryo. (1999). *Reformasi Sistem Ekonomi: Dari Kapitalis Menuju Ekonomi Kerakyatan*. Yogyakarta: Aditya Media.
- Muliana Yulianti, Kooswardhono Mudikdjo, ma'mun S. (1997). Kajian Strategi dan Bauran Pemasaran Batik Garutan (Studi Kasus : Perusahaan Batik Tulis Garutan RM, Garut, Jawa Barat) Muliana Yulianti , Kooswardhono Mudikdjo dan Ma'mun Sarma.
- Priyono, E., & Ekaputri, E. (2008). Analisis biaya-manfaat untuk penampilan pengecer besar. *Bisnis Dan Ekonomi Politik*, 9(2), 9–54.
- Suprpto, H. (2009). Pasar Modern (Survei Pelanggan di Kota Yogyakarta), 4(1), 1–10.
- Suyono, E., & Farooque, O. Al. (2016). Toward a Model of Traditional Retailers and Sellers Empowerment in Improving Competitiveness Against Modern Markets in Banyumas Region , Indonesia. *DLSU Business & Economics Review*, 2(25.2), 147–165.
- Wernerfelt, B. (1984). A Resource-based View of the Firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171–180.
- Wibowo, D. H. (n.d.). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi pada Batik Diajeng Solo), 29(1), 59–66.