

STUDI KAJIAN SOSIAL EKONOMI

PENDIRIAN TOKO MODERN SUPERINDO

KOTA PEKALONGAN

TAHUN 2016



BUKU I

DOKUMEN UTAMA

KONSULTAN :



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEKALONGAN**

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kami panjatkan kehadlirat Tuhan Yang Maha Kuasa, bahwa atas berkah dan perkenan Nya, tim penyusun Studi Kajian Sosial Ekonomi Pendirian Toko Modern Superindo di Kota Pekalongan bisa menyelesaikan tugas yang dipercayakan ini dengan lancar.

Studi yang dilakukan ini bertujuan memberikan informasi riil tentang dampak yang muncul dan akan dirasakan oleh pihak-pihak yang terkait dengan pembukaan Superindo. Oleh karenanya tim melakukan studi dengan responden terdiri atas pedagang, konsumen, pelaku UMKM, dan pengamat ekonomi yang ada di Kota Pekalongan, sehingga analisis bisa dilakukan secara jujur dan obyektif.

Dokumen ini merupakan prasyarat bagi pendirian Toko Modern sebagaimana ditetapkan dalam Peraturan Presiden No. 112 Tahun 2007 dan Petunjuk Pelaksanaannya dalam Peraturan Menteri Perdagangan No.53/M-DAG/PER/12/2008.

Dokumen ini merupakan Dokumen **kesatu** dari seluruh tiga dokumen yang dibuat. Tiga Dokumen tersebut adalah sebagai berikut :

1. Dokumen Utama : Dokumen Analisis Sosial Ekonomi
2. Dokumen Rencana Pengelolaan Sosial Ekonomi (RKSE), dan
3. Dokumen Rencana Pemantauan Sosial Ekonomi (RPSE)

Karena dalam penyusunan studi ini tim membutuhkan bantuan berbagai pihak baik dalam hal penyediaan data maupun dalam proses pelaksanaan studi, maka pada kesempatan ini tim penyusun menyampaikan terima kasih atas bantuan semua pihak, dan mudah-mudahan dokumen ini bermanfaat.

Tim Penyusun

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. LATAR BELAKANG	1
1.2. TUJUAN.....	4
1.3. KELUARAN	4
1.4. METODOLOGI.....	5
BAB II PEMRAKARSA	8
2.1. LATAR BELAKANG PEMRAKARSA.....	8
2.2. RENCANA LOKASI TOKO MODERN SUPER INDO	9
BAB III SOSIAL KEPENDUDUKAN	10
3.1. STRUKTUR PENDUDUK MENURUT MATA PENCAHARIAN DAN PENDIDIKAN	10
3.2. SARANA PERDAGANGAN	12
3.3. TINGKAT PENDAPATAN EKONOMI RUMAH TANGGA	13
3.4. KEPADATAN PENDUDUK.....	15
3.5. PERTUMBUHAN PENDUDUK.....	16
BAB IV PEREKONOMIAN	18
4.1. KEMITRAAN DENGAN UMKM LOKAL.....	18
4.2. PENYERAPAN TENAGA KERJA LOKAL	18
4.3. KETAHANAN DAN PERTUMBUHAN PASAR TRADISIONAL SEBAGAI SARANA BAGI UMKM LOKAL ..	20
4.4. KEBERADAAN FASILITAS SOSIAL DAN FASILITAS UMUM YANG SUDAH ADA	21
4.4.1. Fasilitas Pendidikan.....	21
4.4.2. Fasilitas kesehatan.....	22
4.4.3. Fasilitas sosial lainnya.....	23

BAB V ANALISIS DAMPAK.....	24
5.1. RUANG LINGKUP.....	24
5.1.1. Dampak Penting yang ditelaah.....	24
5.1.2. Wilayah Kajian.....	25
5.2. PERKIRAAN DAMPAK PENTING	26
5.2.1. Omzet Pedagang Pasar Tradisional.....	26
5.2.2. Kesempatan Kerja	29
5.2.3. Kelembagaan Ekonomi dan Peluang Usaha Baru.....	30
5.2.4. Pendapatan Masyarakat.....	30
5.2.5. Perekonomian Lokal	30
5.2.6. Persepsi Masyarakat terhadap Kehadiran Toko Modern	31
5.3. EVALUASI DAMPAK PENTING.....	34
5.3.1. Penurunan Omzet Penjualan	34
5.3.2. Kesempatan Kerja	35
5.3.3. Dampak Terhadap Kelembagaan Ekonomi dan Peluang Usaha	36
5.3.4. Pendapatan Masyarakat.....	37
5.3.5. Perekonomian Lokal	38
5.3.6. Persepsi Masyarakat	39
5.4. TELAAH SEBAGAI DASAR PENGELOLAAN	40
BAB VI <i>CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY</i> (CSR).....	42

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Selaras dengan perkembangan tingkat kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat Indonesia, Wisata Perdagangan menjadi *trend* dan gaya hidup (*life style*) masyarakat Indonesia. Perubahan gaya hidup ini tidak hanya menyentuh masyarakat yang hidup di kota-kota besar, tetapi perubahan gaya hidup ini telah menyeruak ke kota-kota kecil. Perubahan gaya hidup ini juga tidak hanya menyentuh lapisan sosial ekonomi atas, tetapi juga telah mempengaruhi gaya hidup masyarakat lapis bawah. Fenomena ini membawa dampak pada lahirnya pasar dan toko-toko modern. Kini di hampir sudut-sudut kota sudah berdiri pasar-pasar modern, seperti supermarket, minimarket, mall, plaza dan pusat belanja (*trade center*) orang menyebut dengan istilah hypermarket. Kehadiran mall dan hypermarket akan mendorong meningkatnya aktivitas ekonomi publik. Pada satu bagian ada kelompok yang secara aktif memanfaatkan fasilitas mall dan hypermarket untuk kegiatan ekonomi. Dari sisi kepentingan ekonomi kian menjamurnya pasar modern mendorong terciptanya peluang bekerja bagi banyak orang, mulai dari jasa tenaga kerja satuan pengamanan, penjaga toko, pengantar barang, *cleaning service* hingga jasa transportasi. Dengan kata lain kehadiran mall, supermarket maupun hypermarket memberi sejumlah manfaat. Persoalannya kegiatan ekonomi selalu saja memiliki dampak positif dan

negatif. Dalam konteks inilah kehadiran pasar modern baik di kota-kota maupun di daerah sering kali mengundang reaksi negatif dari sejumlah kalangan. Hadirnya pasar-pasar modern yang kian menjamur tersebut jika tidak diantisipasi akan menggeser kegiatan ekonomi rakyat yang bergerak di pasar-pasar tradisional maupun ritel berskala kecil.

Data empiris telah menunjukkan bahwa menjamurnya pusat-pusat perbelanjaan seperti hypermart, mall, super market, swalayan, dan mini market menjadi sebab menurunnya pertumbuhan pasar-pasar tradisional. Dalam jangka waktu 4 tahun (2001-2005) pertumbuhan pasar tradisional mengalami penurunan drastis sedangkan pertumbuhan pasar modern meningkat secara drastis. Pasar tradisional menyusut 8% per tahun. Sementara itu, pasar modern di Indonesia tumbuh 31,4 % per tahun. (Nielsen, 2005) ¹

Perkembangan pembangunan suatu daerah akan menjadi magnet yang besar untuk menarik perhatian para investor. Sebagaimana Kota Pekalongan yang saat ini berkembang cukup pesat, dari sentra perdagangan Batik hingga properti, perhotelan, dan sentra perdagangan modern.. Dalam sentra perdagangan telah tumbuh pusat-pusat perdagangan modern seperti Shypermart dan Matahari Mall, Carrefour, Borobudur, Ramayana, Giant, dan dan lebih dari 25 toko-toko modern berbasis jaringan nasional seperti Alfamaart dan Indomaret.

¹ Lukman Muslimin dkk, kajian model pengembangan pasar pasar tradisional, jurnal ilmiah penelitian dan pengembangan perdagangan
<http://jurnal.pdii.lipi.go.id/admin/jurnal/1207346.pdf>

Perkembangan diatas menjadi alasan bagi pengembangan ritail lain untuk menguji kapasitas pasar sebagai areal persaingan dalam perebutan konsumen. Tidak terkecuali bisnis Ritail Mdern Super Indo milik PT Lion Super Indo.

Untuk mengantisipasi hal itu, Pemerintah Kota Pekalongan telah menetapkan ketentuan-ketentuan yang harus dipenuhi dalam rangka pendirian toko modern sebagaimana tertuang dalam Peraturan Presiden No. 112 Tahun 2007 tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan, dan toko modern yang petunjuk pelaksanaannya diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan No. 70/M-Dag/Per/12/2012 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.

Dalam Peraturan Menteri Perdagangan tersebut antara lain diatur bahwa Pendirian Pasar Tradisional atau Pusat Perbelanjaan atau Toko Modern selain *Minimarket* harus memenuhi persyaratan ketentuan peraturan perundang-undangan dan harus melakukan Analisis Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat, Keberadaan Pasar Tradisional dan UMKM yang berada di wilayah bersangkutan (Pasal 3 ayat 1).

Kota Pekalongan juga telah telah menerbitkan dan memberlakukan Peraturan Walikota Pekalongan Nomor : 23 tahun 2010, tentang Perubahan atas Peraturan Walikota Pekalongan Nomor : 38 tahun 2009 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat perbelanjaan dan Toko Modern. Namun demikian tidak bisa dipungkiri bahwa keberadaan

sarana perdagangan sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi suatu daerah, sehingga pemenuhan “**aspek kecukupan**” dari sarana perdagangan yang ada menjadi sesuatu yang harus mendapat perhatian serius dari pemerintah Kota Pekalongan. Apalagi kenyataan bahwa di daerah tetangga (Kabupaten Batang dan Kabupaten Pekalongan) belum memiliki pusat perbelanjaan modern, sehingga masyarakat dari ke dua daerah tersebut akan belanja ke Kota Pekalongan.

1.2. TUJUAN

Tujuan dilaksanakan analisis kondisi sosial ekonomi pendirian toko modern Super Indo sebagai berikut:

- a. Untuk memastikan bahwa kehadiran Toko Modern Super Indo memang diperlukan oleh masyarakat Kota Pekalongan).
- b. Untuk memastikan bahwa kehadiran Toko Modern Super Indo tersebut tidak memberikan dampak negatif terhadap sistem perekonomian local yang sudah berjalan, khususnya pasar tradisional, pelaku usaha eceran lain, baik di kawasan pasar tradisional maupun di luar pasar tradisional, serta terhadap Usaha Menengah Kecil dan Mikro (UMKM).
- c. Untuk memastikan bahwa keberadaan Toko Modern Super Indo memberikan dampak positif bagi kehidupan masyarakat.

1.3. KELUARAN

Keluaran dari kajian ini adalah analisa kondisi sosial ekonomi yang memuat:

- a. Struktur penduduk menurut pencaharian dan pendidikan
- b. Tingkat pendapatan rumah tangga
- c. Kepadatan penduduk
- d. Pertumbuhan penduduk
- e. Kemitraan dengan UMKM lokal
- f. Penyerapan tenaga kerja lokal
- g. Ketahanan dan pertumbuhan pasar tradisional sebagai sarana bagi UMKM lokal
- h. Keberadaan fasilitas sosial dan fasilitas umum yang sudah ada
- i. Dampak positif dan negatif yang diakibatkan oleh jarak antara Toko Modern dengan pasar tradisional yang telah ada sebelumnya, dan
- j. Tanggung jawab sosial dunia usaha terhadap masyarakat (*corporate Social Responsibility*) Kota Pekalongan.

1.4. METODOLOGI

Data yang diperlukan dalam analisis ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan dan dilakukan wawancara terpadu (*guided interview*) terhadap empat kelompok responden sebagai berikut:

- a. Pedagang di dalam pasar tradisional
- b. Pedagang diluar pasar tradisional
- c. Masyarakat konsumen
- d. Pelaku UMKM

Pengelompokan responden tersebut secara rinci disajikan dalam tabel 1.1. sedangkan data sekunder diambil dari data statistik yang berkaitan dengan kajian atau studi yang dilakukan:

Tabel 1.1
Metode Pengambilan Sampel

No	Kelompok Responden	Jml. sampel
A Pedagang diluar Pasar Tradisional		
1	Toko kelontong	5
2	Kios buah	5
3	Pedagang elektronik dan alat listrik	5
4	Pedagang pakaian jadi	5
5	Pesdagang perkakas RT	5
6	Lain-lain	5
Jumlah Responden cluster 1		30
B Pedagang Eceran di Pasar Tradisional		
1	Toko kelontong	5
2	Pedagang buah	5
3	Pedagang barang elektronik dan alat listrik	5
4	Pedagang pakaian jadi	5
5	Pedagang perkakas RT	5
6	Pedagang sayur	5
7	Penjual daging dan ikan	5
8	Pedagang bumbu dll	5
9	Pedagang beras	5
10	Lain-lain	5
Jumlah Responden cluster 2		50
C Konsumen dan Masyarakat		
1	Konsumen pedagang diluar pasar tradisional	10
2	Konsumen pasar tradisional	10
3	Konsumen Pusat Perbelanjaan	10
4	Pelaku UMKM	10
Jumlah responden cluster 3		40
Total Sampel		120

Sasaran responden diutamakan berasal dari wilayah yang berdekatan

dengan calon lokasi Super Indo, sehingga ditetapkan sebagai berikut :

Pasar tradisional : Pasar Grogolan dan pasar Banjarsari

Konsumen : Yang beralamat disekitar Kelurahan Landungsari,
Sugihwaras, Noyontaan, poncol, dan Setono

Pelaku UMKM : Pengusaha di wilayah Kota Pekalongan

BAB II

PEMRAKARSA

2.1. LATAR BELAKANG PEMRAKARSA

Super Indo adalah supermarket yang merupakan anak dari perusahaan PT. Lion Super Indo sejak tahun 1997 telah tumbuh dan berkembang bersama masyarakat Indonesia. Kini, Super Indo telah memiliki 136 gerai yang tersebar di 18 kota besar di Indonesia dan didukung lebih dari 7.000 karyawan terlatih. Super Indo menyediakan beragam produk kebutuhan sehari-hari dengan kualitas yang dapat diandalkan, lengkap, harga hemat, dan lokasi toko yang mudah dijangkau. Kesegaran dan kualitas produk selalu dijaga melalui pilihan sumber yang baik dan penanganan dengan standar prosedur operasional yang selalu dipantau. Hal ini menjadikan Super Indo sebagai pilihan tempat berbelanja yang selalu "Lebih Segar", "Lebih Hemat" dan "Lebih Dekat".

Super Indo dikembangkan melalui kemitraan antara Salim Group, Indonesia dan Ahold Delhaize, Belanda. Ahold Delhaize adalah perusahaan ritel makanan dengan jaringan internasional yang berpusat di Zandaam, Belanda. Dengan lebih dari 375.000 karyawan, Ahold Delhaize memiliki 6.500 gerai yang tersebar di 11 negara, 3 Benua (Belgia, Amerika, Serbia, Rumania, Yunani, Luxemburg, Indonesia, Czech Republic, Portugal, Belanda, dan Jerman).

Dalam rangka menyediakan produk-produk segar dari sumber yang baik, Super Indo memiliki *standart operating procedure* di semua lini kerja yang terjaga. Sebagai pendukung produk-produk lokal, dimanapun Super Indo berada, Super Indo memiliki komitmen untuk memajukan perekonomian lokal dengan bermitra bersama petani lokal, dan pemberdayakan UMKM yang menjadi pemasok bagi gerai-gerai Super Indo.

Superindo terus tumbuh dan memperluas jaringan dan membuka kesempatan kerja bagi masyarakat lokal. Super Indo juga selalu mengedepankan lingkungan kerja yang kondusif yang dapat menginspirasi masyarakat luas untuk mengembangkan potensi karier bersama Super Indo.

2.2. RENCANA LOKASI TOKO MODERN SUPER INDO

Toko Modern Super Indo rencana akan didirikan di lokasi eks grosir di Jl. Dr. Wahidin No. 102 Pekalongan, Kelurahan Noyontaan Kecamatan Pekalongan Timur. Berikut adalah peta wilayah Kecamatan Pekalongan Timur dimana Toko Modern di dirikan.

Gambar. 1.1. Peta Lokasi Rencana Toko Modern Super Indo di Kota Pekalongan (Sumber: Google Map)



BAB III

SOSIAL KEPENDUDUKAN

3.1. STRUKTUR PENDUDUK MENURUT MATA PENCAHARIAN DAN PENDIDIKAN

Kota Pekalongan dikenal sebagai kota industri, perdagangan dan jasa, hal ini ditunjukkan oleh jumlah penduduk yang bekerja menurut jenis lapangan pekerja utama di Kota Pekalongan. Pada tahun 2015 jumlah penduduk Kota Pekalongan yang bekerja sebanyak 143.376 orang yaitu Pekerja laki-laki sebanyak 86.913 orang (60,62%) dan pekerja perempuan sebanyak 56.463 orang (39,38%). Dari 143.376 orang yang bekerja di lapangan pekerja industri sebanyak 55.159 orang (38,47%) selanjutnya diikuti oleh lapangan pekerja perdagangan sebanyak 28,14 Orang (28,14%), dan Lapangan pekerja Jasa sebanyak 23.929 orang (16,69).

Tabel 3.1
Jumlah Pekerja menurut Lapangan Usaha
di Kota Pekalongan Tahun 2015

No	Lapangan Pekerja Utama	Laki-laki	Perempuan	Jumlah	Persentase
1	Pertanian	3.803	367	4.170	2,91
2	Pertambangan	0	0	0	-
3	Industry	34.298	20.861	55.159	38,47
4	Listrik	518	0	518	0.36
5	Bangunan	8.741	0	8.741	0.61
6	Perdagangan	18.147	22.196	40.343	28,14
7	Angkutan	6.282	124	6.406	4.47
8	Keuangan	2.170	1.940	4.110	2,87
9	Jasa lain	12.954	10.975	23.929	16,69
	Jumlah	86.913	56.463	143.376	100

Sumber: BPS. Pekalongan Dalam Angka 2016

Sementara itu jika dilihat dari status pekerja utama, status pekerja utama di Kota Pekalongan terbanyak adalah status sebagai buruh/ karyawan/ pegawai dengan jumlah sebanyak 88.730 orang (61,89%) dan diikuti oleh status berusaha sendiri sebanyak 26.972 orang (18,81%).

Tabel 3.2.
Jumlah penduduk berumur 15 tahun keatas yang bekerja selama seminggu yang lalu menurut status pekerjaan utama dan jenis kelamin di kota pekalongan, 2015

Status Pekerja Utama	Jenis Kelamin		Jumlah
	Laki-laki	Perempuan	
Berusaha sendiri	15.852	11,120	26.972
Berusaha dibantu Buruh tidak tetap/ buruh tak dibayar	4.128	3.601	7.729
Berusaha dibantu Buruh tetap/ buruh dibayar	5.783	1.576	7,359
Buruh/Karyawan/Pegawai	55.934	32.796	88.730
Pekerja Bebas	2.563	391	2.954
Pekerja Keluarga/ Tak dibayar	2.653	6.979	9.632
Jumlah Total	86.913	56.463	143.376

Sumber: BPS, Kota Pekalongan Dalam Angka 2016

Kota Pekalongan dalam dimensi pembangunan Jawa Tengah pernah ditunjuk sebagai Pusat Pertumbuhan Ekonomi Wilayah II yang wilayahnya mencakup Kota Pekalongan, Kabupaten Pekalongan, Kabupaten Batang dan Kabupaten Pemalang. Kota Pekalongan saat ini merupakan Kawasan Andalan Tumbuh Cepat. Artinya Kota Pekalongan diharapkan menjadi kekuatan ekonomi yang mampu menjadi penyangga dan memfasilitasi aktivitas ekonomi di daerah sekitar Kota Pekalongan, seperti sarana perdagangan, perbankan, dan jasa akomodasi lain seperti jasa perhotelan.

Dilihat dari indikator makroekonomi Kota Pekalongan, Kota Pekalongan adalah kota yang mengalami pertumbuhan ekonomi yang baik. Hal ini ditunjukkan dari tingkat pertumbuhan ekonominya yang mampu melampaui pertumbuhan ekonomi Jawa Tengah dan pertumbuhan ekonomi nasional. Selama empat periode dari Pada Tahun 2015 pertumbuhan ekonomi kota Pekalongan sebesar :

Tabel 3.3.
Pertumbuhan Ekonomi Kota Pekalongan, Jawa Tengah dan Indonesia

Wilayah PDRB	Perbandingan Laju PDRB/PDB Kota Pekalongan, Jawa Tengah, Indonesia					
	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Kota Pekalongan	5.49	5.61	5.91	5.48	5	5.36
Jawa Tengah	5.30	5.34	5.11	5.27	5.47	5.28
Indonesia	6.17	6.03	5.56	5.01	4.88	5.02

Sumber: BPS, Kota Pekalongan Dalam Angka 2016

3.2. SARANA PERDAGANGAN

Kota Pekalongan memiliki banyak fasilitas perdagangan, selain pasar tradisional, ada juga fasilitas perdagangan modern di Kota Pekalongan, seperti supermarket dan mini market. Saat ini di Kota Pekalongan terdapat 11 pasar tradisional, 5 pasar swalayan (supermarket), dan 5 mini market dengan sekitar 25 cabang. Sarana perdagangan sebagaimana disebutkan di atas adalah sbb :

- a. Supermarket (pasar swalayan) :
 1. Plaza Pekalongan (Hypermart & Matahari Departement Store)
 2. Mall Pekalongan (Giant & Borobudur Departement Store)
 3. Dupan Square

4. Carrefour Mega Centre (CMC) Pekalongan
 5. Pekalongan Square (Ramayana Departement Store dan Robinson)
- b. Pasar Tradisional
1. Pasar Batik Grosir Setono
 2. Pasar Podosugih
 3. Pasar Anyar
 4. Pasar Pagi Kraton
 5. Pasar Induk Banjarsari
 6. Pasar Poncol
 7. Pasar Sugihwaras
 8. Pasar Induk Banyuurip
 9. Pasar Induk Grogolan Baru
 10. Pasar Panjang Wetan
 11. Pasar Induk Kuripan

c. Minimarket :

Jumlah minimarket diKota Pekalongan saat ini sudah mencapai 25 minimarket, baik mini market yang didirikan oleh perorangan maupun bisnis jejaring seperti Alfa Mart dan Indo Maret.

3.3. TINGKAT PENDAPATAN EKONOMI RUMAH TANGGA

PDRB Kota Pekalongan pada tahun 2015 sebesar Rp.6.043.095,73 juta. Jika pendapatan ini selanjutnya dibagi dengan jumlah penduduk Kota Pekalongan yang sebanyak 296.533, maka pendapatan perkapita penduduk

Kota Pekalongan pada tahun 2015 bisa mencapai angka sebesar Rp.20.379,167,68 per orang. Angka ini relatif besar dibandingkan pendapatan rata-rata nasional dan mampu menjadi faktor untuk mendorong berkembangnya ekonomi dan perdagangan di Kota Pekalongan.

Sementara itu jika dilihat dari kontribusi masing-masing sektor, maka terlihat bahwa sector pengeluaran konsumsi rumah tangga memberikan kontribusi yang terbesar dalam pembentukan PDRB Kota Pekalongan, yaitu sebesar Rp. 4.394.842.56 juta (72,72%). Selanjutnya untuk mengetahui tingkat pengeluaran perkapita adalah dengan cara membagi pengeluaran konsumsi rumah tangga dengan jumlah penduduk sehingga diperoleh angka sebesar Rp. 14,82 juta.

Tabel 3.4.
PDRB Kota Pekalongan
menurut Harga Konstan 2010 menurut Pengeluaran
Tahun 2010-2015

Jenis Pengeluaran	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga	3 488 363.08	3 667 808.53	3 855 316.41	4 031 464.64	4 211 572.32	4 394 842.56
Pengeluaran Konsumsi LNPRT	54 013.81	56 566.14	59 856.86	64 164.51	69 618.82	71 931.15
Pengeluaran Konsumsi Pemerintah	435 061.94	472 677.97	491 505.09	528 765.51	555 304.41	577 243.65
Pembentukan Modal Tetap Bruto	1 841 363.65	1 902 373.45	2 009 147.92	2 135 154.24	2 263 048.73	2 388 082.61
Perubahan Inventori	13 453.34	123 588.79	248 631.76	282 078.89	168 732.24	23 014.59
Ekspor Barang dan Jasa	2 847 465.72	3 021 323.54	3 162 568.18	3 428 451.34	3 613 303.25	3 831 022.03
Dikurangi Impor Barang dan Jasa	1 207 995.74	1 344 682.66	1 512 644.51	1 585 430.91	1 512 994.25	1 412 018.83
PDRB	4 624 260.08	4 878 332.22	5 151 813.52	5 456 196.88	5 755 282.26	6 043 095.73

Sumber: BPS PDRB Kota Pekalongan 2016.

Menurut Golongan pengeluaran perbulan, besarnya pengeluaran perbulan masih terbesar berkisar Rp. 1.000.000 sampai dengan Rp. 1.999.999

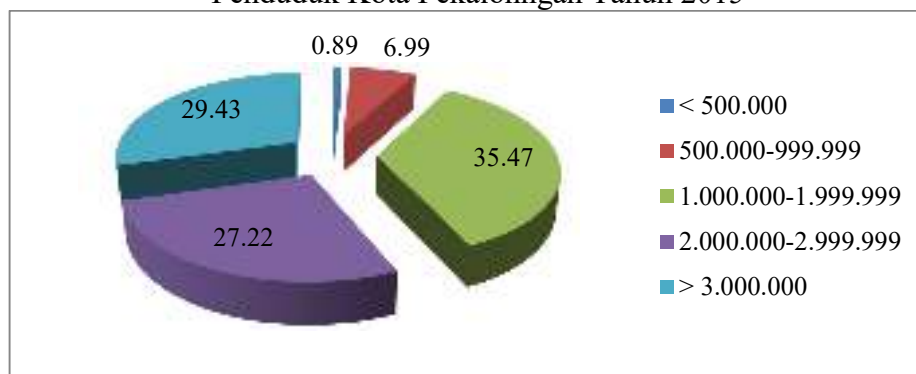
sebesar 35,47%. Selanjutnya diikuti oleh golongan pengeluaran lebih besar dari Rp. 3.000.000 sebesar 29,43%.

Tabel 3.5.
Golongan Pengeluaran Perbulan
Penduduk Kota Pekalongan Tahun 2015

Golongan Pengeluaran Per Bulan (Rp.)	2015
< 500.000	0,89
500.000-999.999	6,99
1.000.000-1.999.999	35,47
2.000.000-2.999.999	27,22
> 3.000.000	29,43

Sumber: BPS. Pekalongan dalam Angka 2016

Gambar 3.1.
Golongan Pengeluaran Perbulan
Penduduk Kota Pekalongan Tahun 2015



Sumber: Pekalongan dalam Angka 2016, Data diolah

3.4. KEPADATAN PENDUDUK

Luas Kota Pekalongan sebesar 45.25 Km², terbagi menjadi 4 Kecamatan, yaitu Kecamatan Pekalongan Barat, Kecamatan Pekalongan Timur, Kecamatan Pekalongan Selatan, dan Kecamatan Pekalongan Utara dengan tingkat rata-rata kepadatan perwilayah kecamatan sebanyak 6.554

jiwa/ Km². Tingkat kepadatan tertinggi di wilayah Kecamatan Pekalongan Barat yaitu sebanyak 9.240/ Km² dan terendah Kecamatan Pekalongan Utara sebanyak 5.341 jiwa/ Km². Tingkat kepadatan penduduk Kota Pekalongan pada tahun 2015 dijelaskan dalam tabel Tabel 3.6.

Tabel 3.6.
Kepadatan Penduduk Kota Pekalongan
Menurut Kecamatan Tahun 2015

Kecamatan	Luas (Km ²)	Penduduk (jiwa)	Kepadatan Penduduk (jiwa/km ²)
Pekalongan Barat	10,05	92.814	9.240
Pekalongan Timur	9,52	64.636	6.789
Pekalongan Selatan	10,80	59.613	5.520
Pekalongan Utara	14,88	79.47	5.341
Kota Pekalongan	45,25	296.533	6.554

Sumber: BPS. Pekalongan dalam Angka 2016

3.5. PERTUMBUHAN PENDUDUK

Laju Pertumbuhan penduduk Kota Pekalongan tergolong rendah, yaitu dengan rata-rata pertumbuhan penduduk setiap tahun di bawah 1%. dengan menggunakan rata-rata pertumbuhan penduduk 0,91% tersebut, maka pada tahun 2016 dan 2017 jumlah penduduk Kota Pekalongan diperkirakan masing-masing sejumlah 326.186 jiwa dan 358.804 jiwa. Pertambahan penduduk di Kota Pekalongan berasal dari pertumbuhan penduduk alami, juga disebabkan oleh pendatang dari wilayah lain.

Pertumbuhan penduduk yang tinggi adalah konsekuensi logis dari dampak perkembangan ekonomi suatu daerah. Saat ini Perekonomian Kota Pekalongan tengah tumbuh secara signifikan, baik dari bisnis usaha paling kecil seperti pedagang kaki lima sampai usaha besar seperti usaha properti,

pusat perbelanjaan dan toko modern, bisnis perbankan, bisnis otomotif, hingga bisnis perhotelan. Kondisi ini menjadi alasan bagi penduduk wilayah lain datang ke Kota Pekalongan untuk mencari pekerjaan. Perpindahan mereka ke Kota Pekalongan pada gilirannya akan mempengaruhi jumlah dan pertumbuhan penduduk Kota Pekalongan. Jika kondisi ini tidak dikendalikan akan berimplikasi pada kualitas lingkungan kota, sumberdaya manusia, dan ekonomi. Menurunnya daya tampung kota, berimplikasi pada kualitas sumberdaya manusia, dan akhirnya akan mereduksi kualitas pertumbuhan ekonomi.

Tabel 3.7.
Pertumbuhan Penduduk Kota Pekalongan
Tahun 2011-2015

Tahun	Jumlah Penduduk	Laju Pertumbuhan
2011	278.368	0,79
2012	287.978	0,93
2013	290.870	1
2014	293.704	0,97
2015	296.533	0,96
Rata-rata		0,91

Sumber: BPS. Pekalongan Dalam Angka 2016, diolah

BAB IV

PEREKONOMIAN

4.1. KEMITRAAN DENGAN UMKM LOKAL

Sebagai bagian dari konsep tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) PT Lion Super Indo. menyelenggarakan kemitraan dengan Usaha Menengah Kecil dan Mikro (UMKM) local di Kota Pekalongan. Program kemitraan Super Indo dengan UMKM Lokal adalah pemberian akses pasar, bantuan promosi, serta evaluasi kinerja produk.

Pemberian akses pasar, bantuan promosi, dan evaluasi kinerja produk ini akan diimplimentasikan melalui upaya penyerapan supplier dari lingkungan setempat, dari mulai produk makanan, dan produk-produk UMKM lainnya. Produk-produk yang dihasilkan UMKM di Kota Pekalongan akan ditampilkan di gerai Super Indo Pekalongan. Jika hasil evaluasi kinerja produk UMKM lokal dinilai bagus dan memenuhi standar yang telah ditentukan, maka Super Indo akan membantu memasarkan produk tersebut di semua jaringan Super Indo yang tersebar di Indonesia.

4.2. PENYERAPAN TENAGA KERJA LOKAL

Super Indo adalah supermarket di Indonesia. Bisnis ini sudah berkembang sejak tahun 1997. Hingga tahun 2016 Super Indo sudah memiliki 136 gerai yang sebagian besar tersebar di kota-kota besar terutama di Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Semarang dan Surabaya dengan jumlah 7000 karyawan terlatih. Setiap gerai umumnya menjual berbagai produk makanan, minuman dan barang kebutuhan hidup lainnya.

Berdirinya Toko Modern akan memberikan peluang kesempatan kerja baru bagi masyarakat Kota Pekalongan. Pada awal beroperasinya Toko Modern Super Indo rencananya akan menyerap karyawan sebanyak 50 karyawan. Dari 50 karyawan, 30 karyawan (60%) akan orang akan dipenuhi dengan cara memutasi karyawan Toko Modern Super Indo yang ada. Sementara yang 20 karyawan (40%) akan dipenuhi dengan merekrut tenaga baru yang berasal dari dari warga Kota Pekalongan terutama dari warga sekitar lokasi Toko Modern Super Indo. Jika belum mencukupi kualifikasi tenaga yang dibutuhkan, maka akan diperluas ke wilayah Kora Pekalongan.

Karyawan karyawan ini bekerja dalam lingkup tugas bervariasi dimana diperlukan kombinasi antara inisiatif dan tanggungjawab yang memungkinkan mereka untuk terus berkembang.

Setiap anggota tim Super Indo harus melakukan tindakan terbaik dalam memajukan kepentingan bersama, mulai dari staf penjualan yang melayani belanja masyarakat dan setiap lini personil yang menjaga toko hingga administrasi dan personil tingkat manajemen. Gerai yang efektif adalah tentang sumber daya manusia dan pelayanan. Pembeli mengharapkan respon yang akurat, cepat dan ramah dari personil toko.

Dalam rangka mencapai bisnis yang baik agar mendapatkan produktivitas maksimum dan loyalitas dari staf terlatih, sopan, termotivasi dan setia dilakukan program pelatihan bagi personil toko.

4.3. KETAHANAN DAN PERTUMBUHAN PASAR TRADISIONAL SEBAGAI SARANA BAGI UMKM LOKAL

Pasar sebagai tempat yang penting dalam penyaluran barang. Sesuai dengan perkembangan pembangunan, saat ini banyak hadir pusat perbelanjaan baik tradisional maupun modern dimana konsumen bisa berbelanja lebih efisien. Pada tahun 2015 ada 11 pasar tradisional di Kota Pekalongan dan menyebar di seluruh wilayah kecamatan di Kota Pekalongan. Di Kecamatan Pekalongan Barat ada 3 Pasar yaitu pasar Podosugih, Pasar Anyar, dan Pasar Kraton. Di Kecamatan Pekalongan Timur ada 3 yaitu Pasar Banjarsari, Pasar Poncol, dan Pasar Sugihwaras. Kecamatan Pekalongan Selatan ada 4 pasar yaitu Pasar Banyurip, Pasar Grogolan Baru, Pasar Kuripan, dan Pasar Sayun Baru, dan di Kecamatan Pekalongan Utara ada 1 pasar yaitu Pasar Panjang Wetan. Jumlah Pedagang sebanyak 4.516 pedagang yang terdiri dari 192 pedagang toko, 1.063 pedagang kios, 2.052 pedagang los, dan 1.209 pedagang eceran.

Pada tahun 2015 perubahan jumlah pedagang di Kota Pekalongan mengalami penurunan jika dibandingkan dengan tahun 2014. Pada tahun 2014 jumlah total pedagang di Kota Pekalongan sebanyak 6.325. sehingga pada tahun 2015 jumlah pedagang turun sebanyak 1.809 pedagang (28,60%). Penurunan jumlah pedagang terbesar adalah pedagang yang menempati los yaitu sebanyak 1.102 pedagang (34,94%). Berikutnya yang mengalami penurunan urutan kedua adalah pedagang yang menempati kios yaitu sebanyak 461 pedangan (30,25%), pedagang toko mengalami

penurunan 55 pedagang (22,27%), dan pedagang eceran mengalami penurunan jumlah pedagan sebanyak 191 pedagang (13,64%). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa ketahanan pasar tradisional sebagai sarana bagi aktivitas bagi pedagang pasar dan UMKM mengalami kemerosotan. Alasan pedagang meninggalkan pasar tradisional baik yang menempati los, maupun kios-kios mereka tidak lepas dari aktivitas pasar tiban yang beroperasi secara bergilir dalam satu minggu di jalan-jalan strategis di Kota Pekalongan. adanya perubahan gaya hidup (*life style*) konsumen. Belanja bagi konsumen tidak sekedar mencari barang berkualitas dengan harga murah. Tetapi lingkungan saat berbelanja yang memberi rasa aman, nyaman, dan bersih menjadi alasan penting lainnya. Perubahan gaya hidup ini yang menjadi alasan konsumen memilih toko-toko modern dan pusat perbelanjaan.

4.4. KEBERADAAN FASILITAS SOSIAL DAN FASILITAS UMUM YANG SUDAH ADA

4.4.1. Fasilitas Pendidikan

Perkembangan Kota Pekalongan di bidang pendidikan mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Kondisi ini terlihat dari perubahan secara fisik sarana dan prasarana pendidikan yang ada di Kota Pekalongan, baik pendidikan formal maupun non formal seperti sarana kursus dan bimbingan belajar lainnya. Hal ini mengisyartkan bahwa terjadi peningkatan partisipasi penduduk di bidang pendidikan.

Pada tahun 2015 di Kota Pekalongan jumlah TK sebanyak 77 buah, SD sebanyak 98 buah, SMP 28 buah, SMA sebanyak 10 buah dan SMK sebanyak 13 buah. Banyaknya murid TK adalah 2.714 laki-laki dan 2.530 perempuan. Murid SD sebanyak 11.874 laki-laki dan 10.537 perempuan. Murid SMP sebanyak 6.352 laki-laki dan 6.494 perempuan. Murid SMA sebanyak 2.334 laki-laki dan 2.942 perempuan. Murid SMK sebanyak 3.796 laki-laki dan 3.693 perempuan. Di samping itu Kota Pekalongan juga terdapat sejumlah perguruan tinggi seperti UNIKAL, STIMIK, IAIN, STIE MUHAMMADIYAH, POLITEKNIK PUSMANU, dan AKADEMI KESEHATAN, serta 8 lembaga Kursus yaitu lembaga kursus Akuntansi sebanyak 3 buah dan lembaga kursus Bahasa Inggris sebanyak 6 buah.

4.4.2. Fasilitas kesehatan

Keberadaan fasilitas kesehatan sangat strategis dalam upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat. Kondisi kesehatan masyarakat yang prima adalah bagian yang tidak terpisahkan dari tingginya produktivitas kerja masyarakat. Rendahnya produktivitas kerja masyarakat bisa disebabkan kualitas kesehatan masyarakat yang buruk. Kualitas kesehatan masyarakat perlu didukung adanya sarana dan prasarana kesehatan dalam jumlah yang memadai untuk dapat melayani seluruh masyarakat yang membutuhkan pelayanan kesehatan. Pada tahun 2015 fasilitas kesehatan yang ada di Kota Pekalongan meliputi Rumah Sakit, Rumah Sakit bersalin, dan Rumah Bersalin berjumlah 8 buah yaitu Rumah Sakit Pemerintah sebanyak 1 buah dan Swasta sebanyak 6 buah. Rumah Sakit Bersalin Swasta sebanyak 1

buah, Rumah bersalin Klinik swasta sebanyak 1 buah. Puskesmas pemerintah sebanyak 12 buah. Puskesmas pembantu pemerintah sebanyak 28 buah, dan Puskesmas Keliling pemerintah sebanyak 12 buah. Posyandu Pemerintah sebanyak 390 buah. Balai Pelayanan Umum pemerintah sebanyak 2 buah. Balai Pelayanan Paru-paru pemerintah sebanyak 1 buah. Apotik pemerintah sebanyak 2 buah dan swasta sebanyak 48 buah. Pedagang Besar Farmasi pemerintah sebanyak 1 buah. Industri Alat Kesehatan swasta sebanyak 1 buah dan Laboratorium klinik swasta sebanyak 4 buah.

4.4.3. Fasilitas sosial lainnya

Pada tahun 2015 jumlah sarana peribadatan di Kota Pekalongan adalah : Masjid sebanyak 124 buah dan Musola sebanyak 682 buah. Gereja sebanyak 12 buah, Vihara sebanyak 3 buah, Pura sebanyak 3 buah, dan klenten sebanyak 2 buah.

Disamping itu terdapat berbagai fasilitas sosial lainnya seperti : Perkumpulan kesenian: Drama sebanyak 8 buah. Band sebanyak 30 buah,. Keroncong sebanyak 3 buah. Grup tari sebanyak 13 buah. Karawitan sebanyak 4 buah. Pencak silat sebanyak 5 buah, kasidah sebanyak 58 buah. Banyaknya pilar-pilar partisipasi masyarakat adalah:. Kader Kepemimpinan Sosial Wanita sebanyak 90 buah. Pekerja Sosial Masyarakat sebanyak 288 buah, Karang Taruna sebanyak 51 buah, dan organisasi sosial lain sebanyak 7 buah.

BAB V

ANALISIS DAMPAK

Analisis dampak dilakukan terutama terhadap keberadaan pasar tradisional, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) lainnya yang berada disekitar lokasi

5.1. RUANG LINGKUP

5.1.1. Dampak Penting yang ditelaah

Dampak penting yang ditelaah dalam analisis ini merupakan dampak yang terjadi pada tahap operasi. Dampak yang ditimbulkan pada tahap-tahap pembangunan yang lain tidak dikaji dalam analisis ini. Selain itu dampak penting yang ditelaah hanya menyangkut sosial ekonomi karena beroperasinya Toko Modern.

Identifikasi dampak dilakukan terhadap obyek yang terkena dampak dan dampak penting yang ditimbulkan terhadap obyek yang bersangkutan. Obyek yang diidentifikasi karena dampak sosial ekonomi pembangunan Toko Modern sebagaimana diamanatkan dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 53/M-DAG/PER/12/2008 tentang Pedoman dan Pembinaan Pasar Tradisional, dan Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern terutama bab II Pasal 2 . Pada bab II Pasal 2 dan ayat (2) point (i) dampak yang diidentifikasi meliputi dampak positif dan dampak negative yang diakibatkan oleh jarak Toko Modern dengan Pasar Tradisional. untuk itu analisis dilakukan terhadap pelaku usaha baik yang didalam pasar

tradisional maupun berada diluar pasar tradisional yang secara ringkas disajikan dalam tabel 5.1. sebagai berikut:

Tabel 5.1
Obyek dan dampak yang ditelaah

No	Obyek Yang Ditelaah	Dampak yang ditelaah
A	Pedagang diluar Pasar Tradisional	1. Omzet pedagang Pasar Tradisional dan Toko-toko di sekitar pendirian Toko Modern 2. Kesempatan kerja 3. Kelembagaan ekonomi 4. Pendapatan masyarakat 5. Perekonomian local 6. Persepsi masyarakat terhadap kehadiran Toko Modern.
1	Toko kelontong	
2	Kios buah	
3	Pedagang elektronik dan alat listrik	
4	Pedagang pakaian jadi	
5	Pesdagang perkakas RT	
6	Lain-lain	
B	Pedagang Eceran di Pasar Tradisional	5. Perekonomian local 6. Persepsi masyarakat terhadap kehadiran Toko Modern.
1	Toko kelontong	
2	Pedagang buah	
3	Pedagang barang elektronik dan alat listrik	
4	Pedagang pakaian jadi	
5	Pedagang perkakas RT	
6	Pedagang sayur	
7	Penjual daging dan ikan	
8	Pedagang bumbu dll	
9	Pedagang beras	
10	Lain-lain	
C	Konsumen dan Masyarakat	
1	Konsumen pedagang diluar pasar tradisional	
2	Konsumen pasar tradisional	
3	Konsumen Pusat Perbelanjaan	
4	Pelaku UMKM	

5.1.2. Wilayah Kajian

Secara rinci wilayah kajian adalah Kecamatan Pekalongan Timur di sekitar Rencana Toko ModernSuper Indo meliputi kelurahan Poncol, Noyontaan, Keputran, Baros, Landungsari, Klego, dan Kelurahan Setono.

5.2. PERKIRAAN DAMPAK PENTING

5.2.1. Omzet Pedagang Pasar Tradisional

Di pasar tradisional besarnya omzet penjualan pedagang sangat dipengaruhi oleh lokasi dimana para pedagang berjualan. Pedagang yang berjualan di luar pasar cenderung memiliki rata-rata omzet penjualan yang lebih besar dibandingkan dengan rata-rata omzet penjualan pedagang yang ada di dalam pasar.

Dari tabel 5.2. terlihat bahwa rata-rata omzet tertinggi adalah pedagang pakaian jadi yang berada di luar pasar, yaitu sebesar Rp. 4.500.000, dan terendah adalah pedagang elektronik yang berada di dalam pasar, yaitu sebesar Rp.600.000. sementara itu rata-rata keuntungan tertinggi adalah kelompok pakaian jadi yang berada diluar pasar tradisional dengan keuntungan sebesar Rp. 800.000 dan terendah adalah kelompok barang elektronik yang berada di luar pasar tradisional yaitu sebesar Rp. 100.000. berikut adalah tabel yang menjelaskan rata-rata omset dan keuntungan pedagang baik yang berada di dalam maupun di luar pasar tradisional di Kota Pekalongan.

Tabel 5.2
Rata-rata omzet dan keuntungan pedagang
di dalam dan di luar Pasar Tradisional.

No	Jenis Pedagang	Lokasi	Omzet Pedagang			Keuntungan Pedagang		
			Tertinggi	Terendah	Rata-Rata	Tertinggi	Terendah	Rata-Rata
1	kelontong	di dalam	20.000.000	500.000	4.023.077	2.000.000	100.000	484.615
		diluar	10.000.000	1.500.000	4.000.000	1.400.000	300.000	655.556
2	Buah	di dalam	5.000.000	2.000.000	3.333.333	1.000.000	350.000	650.000
		diluar	2.000.000	250.000	1.437.500	400.000	25.000	256.250
3	elektronik	di dalam	700.000	500.000	600.000	105.000	100.000	102.500
		diluar	3.000.000	600.000	1.800.000	150.000	50.000	100.000
4	pakain jadi	di dalam	4.000.000	200.000	1.885.714	500.000	50.000	289.286
		diluar	10.000.000	1.000.000	4.500.000	2.000.000	100.000	800.000
5	perkakas	di dalam	1.000.000	200.000	900.000	200.000	40.000	163.333
		Diluar	5.000.000	150.000	1.787.500	300.000	15.000	141.250
6	sayur	di dalam	2.000.000	200.000	927.778	300.000	50.000	138.889
		Diluar	na	na	na	na	na	na
7	daging dan ikan	di dalam	1.500.000	1.000.000	1.200.000	250.000	50.000	120.000
		Diluar	na	na	na	na	na	na
8	lain lain	di dalam	1.500.000	500.000	1.050.000	500.000	100.000	262.500
		Diluar	8.000.000	500.000	3.875.000	1.000.000	100.000	625.000

Sumber : data diolah

Dilihat dari Perkembangan rata-rata omzet para pedagang tradisional baik yang ada didalam maupun yang di luar pasar menunjukkan dalam satu bulan terakhir selama masa survey menunjukkan bahwa rata-rata omzet pedagang tidak mengalami perubahan yang berarti atau sama saja dibandingkan satu bulan sebelumnya.

Tabel 5.3.
Kondisi Perkembangan Usaha Pedagang di Pasar Tradisional

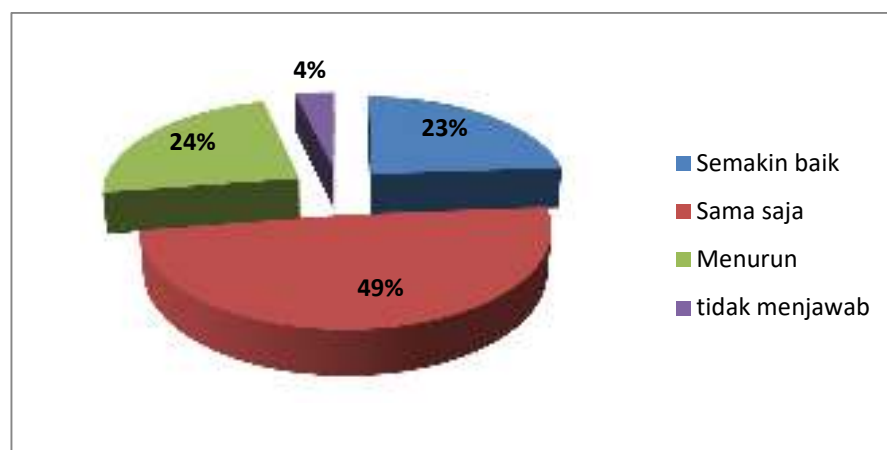
No	Sattus	Pedagang di dalam Pasar		Pedagang di luar pasar	
		jumlah	Persen	Jumlah	Persen
1	Semakin baik	13	26,00	6	20,00
2	Sama saja	24	48,00	15	50,00
3	Menurun	11	22,00	8	26,67
4	Tidak menjawab	2	4,00	1	3,33
	Jumlah	50	100	30	100

Sumber: data diolah

Dari tabel tersebut terlihat bahwa jumlah pedagang yang tidak mengalami perubahan omzet penjualan masih didominasi pedagang yang beroperasi di diluar pasar yaitu sebesar 50.00 %. Begitu juga pedagang yang mengalami perbaikan omzet penjualan lebih banyak pedagang yang beroperasi di luar pasar. Yaitu sebesar 20%. Namun dilihat dari penurunan omzet penjualan, baik pedagang yang beroperasi di dalam maupun yang beroperasi di luar pasar tradisional prosentase jumlah pedagang sama yaitu sebanyak 26,67%.

Dari 26,67% pedagang yang mengalami penurunan kebanyakan pedagang yang menjual jenis barang seperti mie instan, bumbu dapur, gula, susu, alat elektornik, dan sirup. Penurunan pembelian terhadap jenis barang-barang ini dimungkinkan karena barang-barang tersebut adalah barang-barang yang laku dijual di toko-toko modern.

Gambar 5.1
Rekapitulasi Perkembangan Usaha di Kota Pekalongan



Sumber: data diolah

Secara total dapat dikatakan bahwa perkembangan usaha di Kota Pekalongan yang meliputi pedagang baik yang berada di dalam maupun di luar pasar tradisional adalah sama saja dalam artian tidak mengalami perkembangan yang berarti (*stagnant*) terlihat dari jumlah responden yang mencapai 49%. Sementara yang mengalami perkembangan omset penjualan dan penurunan omset penjualan masing-masing 23% dan 24%. Dan yang tidak tahu sebanyak 4 %

5.2.2. Kesempatan Kerja

Berdirinya Toko Modern akan memberikan peluang kesempatan kerja baru bagi masyarakat Kota Pekalongan. Pada awal beroperasinya Toko ModernSuper Indo rencananya akan menyerap karyawan sebanyak 50 orang. Dari 50 orang karyawan, 30 orang (60%) akan orang akan dipenuhi dengan memutasi tenaga kerja Toko Modern Super Indo yang ada. Sementara yang 20 orang (40%) akan dipenuhi dengan merekrut tenaga baru yang berasal dari dari warga Kota Pekalongan terutama dari warga sekitar lokasi Toko Modern Super Indo. Jika belum mencukupi kualifikasi tenaga yang dibutuhkan,maka akan melebar ke wilayah sekitarnya.

Kesempatan kerja lain yang dapat ditimbulkan dengan berdirinya Toko Modern adalah penyerapan tenaga dari supplier yang bekerja sama dengan Toko Modern, terutama produk-produk UMKM dan timbulnya usaha baru bagi kecil yang membuka usaha di lingkungan Toko Modern.

5.2.3. Kelembagaan Ekonomi dan Peluang Usaha Baru

Keberadaan Ramayana di Kota Pekalongan akan memungkinkan kelembagaan ekonomi seperti Koperasi dan lembaga usaha lain akan lebih berkembang dan dinamis serta munculnya peluang-peluang usaha baru bagi masyarakat Kota Pekalongan. Dengan Konsep *Corporate Social Responsibility*. PT. Lion Tbk. Menyelenggarakan kemitraan dengan Usaha Menengah Kecil dan Mikro (UMKM) lokal di Kota Pekalongan. Program kemitraan Super Indo dengan UMKM Lokal adalah pemberian akses pasar, bantuan promosi, serta evaluasi kinerja produk. Dalam upayanya mengembangkan lembaga ekonomi lokal Super Indodapat memasarkan produk UMKM lokal yang berkualitas di semua jaringan Super Indo yang tersebar di Indonesia.

5.2.4. Pendapatan Masyarakat

Dampak beroperasinya Toko Modern Super Indo akan memberikan dampak positif peningkatan pendapatan disekitarnya akan mengalami perubahan. Hal ini disebabkan karena alternatif pekerjaan bertambah. Disamping itu dengan dibukanya Toko Modern Super Indo ini juga bisa membuka peluang usaha meningkatkan pendapatan penduduk.

5.2.5. Perekonomian Lokal

Dampak positif beroperasinya Toko Modern Super Indo adalah perekonomian Kota Pekalongan menjadi tumbuh lebih aktif dan dinamis. Banyak peluang ekonomi yang dapat ditawarkan dengan adanya Toko Modern, UMKM, koperasi, dan lembaga ekonomi lain yang ada di Kota

Pekalongan dapat memanfaatkan peluang kerja sama dengan Toko Modern Super Indo secara baik.

5.2.6. Persepsi Masyarakat terhadap Kehadiran Toko Modern

Persepsi masyarakat terhadap Toko Modern Super Indo telah terbentuk sebelum kehadiran Toko Modern Super Indo di Kota Pekalongan. Persepsi ini tumbuh seiring dengan pemberitaan-pemberitaan media masa yang telah dikonsumsi masyarakat selama ini. Persepsi masyarakat terhadap kehadiran Toko modern dibedakan kedalam dua hal, yaitu 1) persepsi mereka terhadap kehadiran toko modern, dan 2) 1) Persepsi Penjual atas pengaruh kehadiran toko modern terhadap usaha mereka.

Pada persepsi pertama, yang menjadi responden adalah kelompok pedagang, kelompok konsumen, dan UMKM. Bagi pedagang kehadiran Toko Modern Super Indo tidak ubahnya sebagai pesaing sedangkan konsumen dan UMKM kehadiran Super Indo dianggap lebih menguntungkan. Persepsi Masyarakat terhadap keberadaan Toko Modern Super Indo di Kota Pekalongan disajikan dalam Tabel 5.4.

Tabel 5.4
Persepsi Masyarakat terhadap Pendirian Toko Modern Super Indo di Kota Pekalongan

No	Keterangan	Pedagang Pasar Tradisional		Konsumen	Pelaku UMKM	Jumlah	Persentase
		di dalam	diluar				
1	Setuju	23	10	18	8	59	49.17
2	Tidak tahu	12	10	5	1	28	23.33
3	Tidak setuju	15	10	7	1	33	27,50
Jumlah		50	30	30	10	120	100

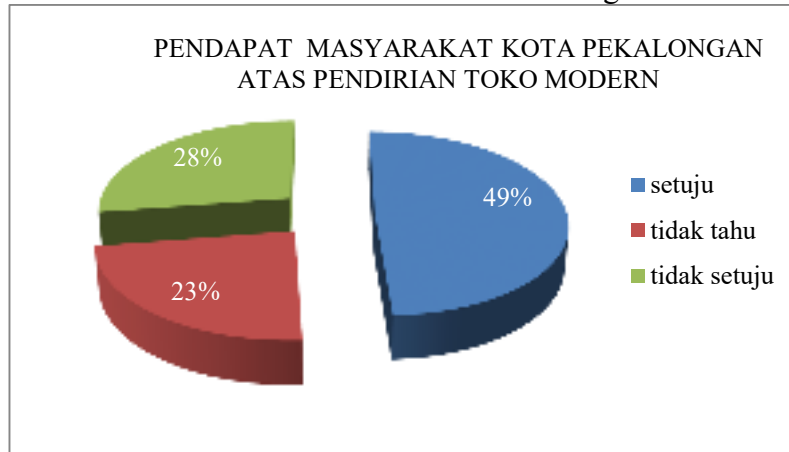
Sumber: Data Primer

Dari tabel tersebut dapat dijelaskan bahwa lebih dari 49 % masyarakat yang terdiri dari Pedagang di tradisional, Konsumen, dan pelaku UMKM setuju dengan adanya kehadiran Toko Modern baru di Kota Pekalongan. Dan yang menyatakan tidak sependapat sebanyak 27 %, yang lain menyatakan tidak tahu.

Alasan Pedagang setuju kehadiran Toko Modern akan berdampak pada: 1) menambah peluang usaha, 2) perekonomian dapat meningkat, dan 3) akan menjadikan masyarakat banyak pilihan. Pedagang yang tidak setuju berargumentasi bahwa kehadiran Toko Modernn akan berdampak pada: 1) bisa menurunkan omset penjualan, dan 2) pasar modern sudah terlalu banyak.

Konsumen yang menyatakan setuju berpendapat bahwa kehadiran Toko Modern akan akan berdampak pada :1) Pilihan barang lebih banyak, 2) Bertambahnya tempat hiburan, 3) Kota Pekalongan akan menjadi ramai dan dinamis, dan 4) dapat meningkatkan ekonomi rakyat kecil. Sementara itu bagi pelaku UMKM kehadiran Toko Modern akan berdampak : 1) meningkatkan pertumbuhan ekonomi, dan 2) memberikan peluang kerjasama.

Gambar 5.2
Pendapat Masyarakat Kota Pekalongan
atas Pendirian Kota Pekalongan



Sumber: data diolah.

Pada Persepsi yang kedua, yaitu persepsi para pedagang atas pengaruh kehadiran toko modern di Kota Pekalongan terhadap perkembangan usaha mereka.

Tabel 5.5
Pengaruh Kehadiran Toko Modern Terhadap Perkembangan Usaha

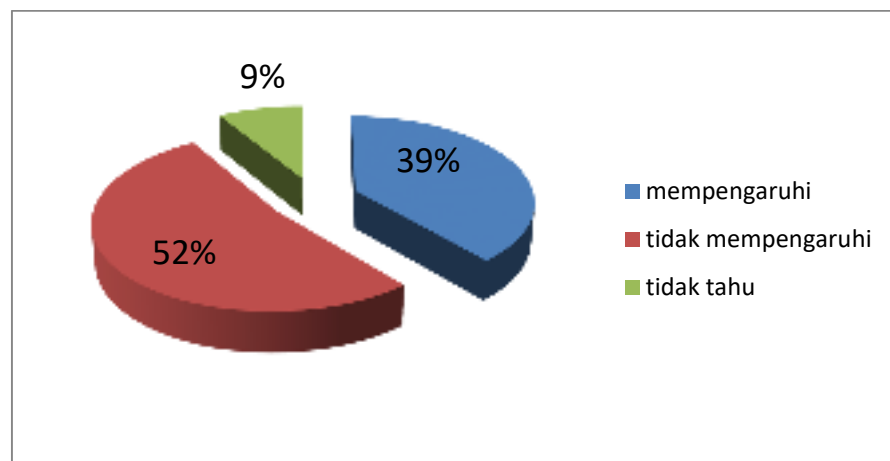
No	Status	Pedagang di dalam Pasar		Pedagang di luar pasar	
		Jumlah	Persen	Jumlah	Persen
1	Mempengaruhi	19	38,00	12	40,00
2	Tidak mempengaruhi	25	50,00	17	56,67
3	Tidak tahu	6	12,00	1	3,33
	Jumlah	50	100	30	100

Sumber : data diolah

Dari tabel diatas dapat ditunjukkan bahwa menurut responden baik yang ada di dalam pasar maupun yang ada di luar pasar menyatakan bahwa kehadiran toko modern tidak akan mempengaruhi usaha mereka sebesar 52%, sementara yang berpendapat akan mempengaruhi sebanyak 39%, dan sisanya tidak

berpendapat atau tidak tahu. Berikut adalah persepsi yang menunjukkan persepsi masyarakat atas pengaruh kehadiran toko modern.

Gambar 5.3
Pengaruh Kehadiran Toko Modern Terhadap Perkembangan Usaha



5.3. EVALUASI DAMPAK PENTING

5.3.1. Penurunan Omzet Penjualan

Dari hasil survey bahwa terdapat 30 % pedagang di pasar tradisional telah mengalami penurunan omzet penjualan. Diperkirakan kehadiran Toko Modern akan berdampak negatif bagi pelaku pedagang terutama pedagang eceran baik yang berada di dalam pasar maupun yang berada di luar pasar tradisional. penurunan ini dimungkinkan bahwa seluruh barang yang laku dijual oleh pedagang pasar atau toko tradisional seluruhnya dijual di Toko Modern.

a. Jumlah pedagang yang terkena dampak

Dampak penurunan omzet penjualan ini diperkirakan akan menimpa seluruh pedagang yang berada di pasar tradisional atau toko tradisional di luar pasar tradisional

b. Lamanya dampak berlangsung

Penurunan omzet ini diperkirakan akan mengalami titik stabil apabila suasana emosional masyarakat sudah mereda, yaitu pada saat permintaan barang tertentu tersebut disediakan oleh pedagang pada toko/ pasar tradisional dengan keunggulan-keunggulan yang kurang lebih sama dengan yang ditawarkan oleh Toko Modern

c. Berbalik tidaknya dampak

Dampak diperkirakan akan berbalik normal kembali apabila terdapat pembiayaan yang tepat kepada pedagang di pasar tradisional dan pedagang eceran baik yang ada di dalam maupun di luar pasar tradisional

d. Intensitas dampak

Intensitas dampak diperkirakan akan terjadi selama Toko Modern Super Indo beroperasi di Kota Pekalongan.

5.3.2. Kesempatan Kerja

Keberadaan Toko Modern akan berdampak positif terhadap peningkatan kesempatan kerja. Sebagaimana sudah dijelaskan di atas bahwa peningkatan kesempatan kerja berasal dari 1) perekrutan karyawan, 2) peluang kerjasama bagi UMKM sebagai *supplier*, 3) peluang usaha baru di lingkungan Toko Modern.

a. Lamanya dampak berlangsung

Dampak positif ini akan terus dinikmati oleh masyarakat selama Toko ModernSuper Indo beroperasi, sebagian warga Kota Pekalongan meningkat penghasilannya karena sebagai karyawan, demikian juga warga di sekitar Toko Modern Super Indo meningkat penghasilannya karena dapat membuka usaha baru berupa membuka warung makan dan persewaan rumah kos.

b. Berbaliknya tidaknya dampak

Berbalik tidaknya dampak positif sangat tergantung pada terus dan tidak Toko Modern Super Indo beroperasi. Selama Toko Modern Super Indo dapat berkembang dengan dinamis dan menjadi stimulant bagi tumbuh berkembangnya perekonomian Kota Pekalongan dampak positif ini tidak akan berbalik, bahkan akan semakin meluas. Hal sebaliknya dapat terjadi jika Toko Modern mengalami perkembangan yang menurun.

c. Intensitas dampak

Intensitas dampak positif akan berlangsung selama Toko Modern Super Indo beroperasi. Dan masyarakat akan mendapatkan peningkatan penghasilan yang lebih tinggi jika Toko Modern Super Indo semakin berkembang. Intensitas peningkatan penghasilan masyarakat akan sangat bergantung pada jenis usaha masyarakat.

5.3.3. Dampak Terhadap Kelembagaan Ekonomi dan Peluang Usaha

Dengan adanya program *Sustainable Product* diperkirakan akan menimbulkan dampak positif terhadap kelembagaan perekonomian,

utamanya koperasi. Ini terjadi karena mau tidak mau kelembagaan ekonomi berupa koperasi akan tumbuh dan menjadi kuat agar mampu bermitra dengan Toko Modern. Sebab penguatan kelembagaan ekonomi ini akan mempunyai arah dan tujuan yang jelas yang menguntungkan baik bagi lembaga itu sendiri maupun bagi anggotanya. Selain itu program *Sustainable Product* juga akan memperkuat Usaha Menengah, Kecil, dan Mikro guna memproduksi barang yang berkualitas secara kontinyu.

a. Lamanya Dampak

Dampak ini akan terjadi terus selama Toko Modern masih terus beroperasi dan diharapkan dampak ini pada akhirnya tidak hanya tergantung dari Toko Modern sebagai media penjualan dan promosi, tetapi juga dapat berkembang menjadi lembaga dan usaha yang lebih kuat yang mempunyai pasar lebih luas.

b. Berbalik Tidaknya Dampak

Sifat khusus dari dampak ini dapat terus maju sejauh kualitas dan persyaratan lain mampu terus dipenuhi dan ditingkatkan.

c. Intensitas Dampak

Dampak ini intensitasnya dapat lebih cepat bilamana penguatan kelembagaannya berhasil dan ketergantungan pasarnya tidak tunggal.

5.3.4. Pendapatan Masyarakat

Operasional Toko Modern diperkirakan akan memberikan dampak positif terhadap pendapatan masyarakat, baik yang terserap menjadi

karyawan langsung maupun yang mendapat efek penggandaan dari keberadaan Toko Modern tersebut.

a. Lamanya Dampak

Dampak ini akan terjadi terus berlanjut selama Toko Modern masih terus beroperasi dan diharapkan, khususnya bagi masyarakat yang kena efek penggandaan, dampak ini pada akhirnya tidak hanya tergantung dari keberadaan tetapi sudah kuat untuk berdiri sendiri sebagai wirausaha yang tangguh.

Dampak ini, khususnya bagi karyawan langsung, akan berbalik menjadi kehilangan pendapatan apabila Toko Modern berhenti beroperasi.

b. Intensitas Dampak

Dampak ini intensitasnya dapat lebih cepat (terutama bagi masyarakat yang mendapat efek penggandaan) bilamana pertumbuhan UMKM mampu lebih cepat dari yang ditargetkan.

5.3.5. Perekonomian Lokal

Operasional Toko Modern Super Indo di Kota Pekalongan diperkirakan akan memberikan dampak positif terhadap perekonomian lokal melalui peningkatan pendapatan masyarakat, efek penggandaan, setoran pajak dan retribusi ke pemerintah Kota Pekalongan.

a. Lamanya Dampak

Dampak ini akan berlangsung selama Toko Modern masih terus beroperasi di Kota Pekalongan

b. Berbalik Tidaknya Dampak

Dampak ini dapat berbalik apabila Toko Modern Super Indo berhenti beroperasi di Kota Pekalongan.

c. Intensitas Dampak

Dampak ini intensitasnya dapat lebih cepat seiring dengan pertumbuhan dan kemajuan usaha Toko Modern Super Indo.

5.3.6. Persepsi Masyarakat

Keberadaan Toko Modern Super Indo diperkirakan akan memberikan dampak positif terhadap persepsi masyarakat khususnya konsumen. Dampak positif itu timbul karena adanya beberapa manfaat sebagaimana dicantumkan Tabel 5.6

Tabel 5.6
Persepsi Masyarakat Terhadap Toko Modern

No	Persepsi	Persen
1.	Harga lebih murah	26,27
2.	Lebih Praktis	46,67
3.	Keamanan dan kenyamanan	10,0
4.	Lainnya (Pelayananandan kemudahan)	16,67

Sumber : Hasil Primer

a. Sifat Dampak

Sifat dampak yang ditimbulkan dari persepsi masyarakat ini adalah umum bagi konsumen barang-barang kebutuhan rumah tangga.

b. Lama dan Intensitas Dampak

Dampak ini diperkirakan akan berlangsung selama operasional Toko Modern dan intensitasnya akan semakin kuat bila Toko Modern

semakin berkembang dan maju, dan akan melemah jika berlaku sebaliknya.

c. Berbalik tidaknya Dampak

Dampak ini diperkirakan dapat berbalik juga pedagang tradisional dapat meningkatkan diri khususnya seperti yang dipersepsikan oleh masyarakat terhadap Toko Modern Super Indo.

5.4. TELAAH SEBAGAI DASAR PENGELOLAAN

Pada sistem dampak seperti yang disajikan merupakan interaksi dari dampak-dampak yang mungkin terjadi, termasuk di dalamnya dampak-dampak positif maupun negatif. Dampak positif merupakan harapan yang nyata dari beroperasinya Toko Modern Super Indo Super Indo, sedangkan dampak negatif merupakan satu hal yang harus diantisipasi sejak dini, jika tidak diperhatikan akan dapat menjadi permasalahan yang serius di kemudian hari.

Masyarakat merupakan muara dari seluruh dampak yang terjadi, yaitu kemungkinan timbulnya dampak sosial ekonomi akibat beroperasinya Toko Modern Super Indo. Apabila dampak negatif ini berlanjut terus menerus dengan intensitas yang tinggi maka akan berbalik mempengaruhi kegiatan beroperasinya Toko Modern ke arah negatif. Salah satu dampak yang diperkirakan akan timbul tersebut adalah menurunnya total penjualan dan omset pedagang dan pasar tradisional. Permasalahan tersebut juga akan dapat menurunkan perekonomian lokal dengan tidak berkembangnya ekonomi kerakyatan. Oleh karena itu permasalahan penurunan penjualan

dan omzet tersebut harus mendapat prioritas pengelolaan yang cukup tinggi dari Pemerintah Kota Pekalongan.

BAB VI

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)

Sebagai bentuk kepedulian terhadap kelembagaan pasar seperti Koperasi Paguyuban kegiatan tanggung jawab sosial (*Corporate Responsibility Social*), PT. Lion Super Indo akan memberikan bantuan hibah ke Koperasi Paguyuban Pedagang Pasar tradisional di Kota Pekalongan, terutama pasar tradisional terdekat dari lokasi pendirian Toko Modern Super Indo. PT. Lion Super Indo juga akan menjalin kemitraan dengan pedagang pasar dengan memberikan bantuan berupa modal usaha yang akan diberikan melalui koperasi. Pengeloaan bantuan dana tersebut rencananya akan diserahkan sepenuhnya kepada paguyuban untuk mengelola. Fokus CSR dari PT. Lion Super Indo adalah kepada pedagang dan supplier. Kegiatan ini direncanakan akan dilaksanakan setiap tahun sampai lima tahun ke depan.

Sebagai bentuk kepedulian terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) CSR PT. Lion Super Indo juga akan diarahkan untuk memberikan bantuan kepada UMKM yang dialokasikan melalui kecamatan. PT. Lion Super Indo memiliki komitmen untuk memajukan perekonomian lokal dengan bermitra bersama petani lokal, dan pemberdayakan UMKM yang menjadi pemasok bagi gerai-gerai Super Indo.

Sementara itu sebagai bentuk kepedulian terhadap perkembangan pendidikan di Kota Pekalongan CSR dari PT. Lion Super Indo akan diarahkan kepada pemberian bantuan buku dan sejumlah dana untuk mengembangkan

pendidikan di Kota Pekalongan. Bantuan yang diberikan PT. Lion Super Indo tersebut merupakan uang pengembalian yang diberikan konsumen yang berbelanja.