

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Toko tradisional merupakan sebuah usaha yang dimiliki masyarakat sebagai sumber penghidupan untuk menompang hidup mereka sehari-hari baik sekarang ataupun yang akan datang. Selain mudah dalam pendiriannya, toko tradisional juga tidak membutuhkan dana yang besar sehingga mendapatkan keuntungan secara langsung dan termasuk bisnis keluarga, akan tetapi tidak dapat dipungkiri juga bahwa toko tradisional akan membuka lapangan pekerjaan yang baru bagi masyarakat disekitarnya. Toko tradisional secara fisik hanyalah seperti sebuah bangunan kecil kios-kios ataupun warung klontong yang menyediakan barang-barang kebutuhan sehari-hari seperti sembako, makanan dan minuman serta peralatan sehari-hari lainnya untuk dijual kepada masyarakat sesuai dengan kebutuhannya masing-masing. Didalam penjualannya toko tradisional hanya bisa mengambil barang dagangannya dari grosir saja dimana dalam skema perekonomiannya adalah barang dari pabrik diedarkan oleh distributor dan diambil oleh agen dan dibeli oleh grosir dan dijualbelikan pada toko tradisional yang langsung dibeli oleh konsumen.

Dengan berjalannya waktu, dimana zaman semakin berkembang dan maju, toko tradisional yang dahulu sangat diminati oleh setiap masyarakat sekarang lambat laun mulai mengalami kemunduran yang ditunjukkan dengan semakin berkurangnya jumlah toko tradisional yang ada, hal ini disebabkan karena timbulnya toko-toko

modern yang pada setiap jaringan jalan yang dinilai cukup potensial bagi pembisnis ritel. Selain itu juga anggapan bagi masyarakat bahwa toko tradisional masih kurang nyaman, bersih ataupun kurang terawat dalam pemeliharaan barang dagangannya sehingga dengan kesan tersebut menjadikan toko tradisinoal sepi dari peminat masyarakat yang ingin berbelanja disana, sehingga pundi-pundi ekonomi masyarakat berpendapatan menengah kebawah semakin berkurang dan beralih menjadi pekerja buruh lainnya. (Amir, M. Taufiq, Manajemen Ritel)

Kehadiran berbagai jenis usaha dilingkungan masyarakat seperti pembisnis ritel dan toko online menjadi tantangan baru bagi toko tradisional. Toko tradisional menghadapi situasi yang lebih kompetitif untuk bertahan menjadi tempat penyedia kebutuhan hidup sehari-hari bagi masyarakat. Dalam populasi toko tradisional semakin terdesak oleh pasar modern seperti mall, swalayan bahkan pasar online yang semakin tahun semakin menguasai pangsa pasar di Indonesia, dimana sedikit demi sedikit mengurangi eksistensi toko tradisional yang sudah ada.

Toko tradisional mengalami penurunan yang sangat drastis dibandingkan toko modern, dimana toko modern lebih dominan dikuasai oleh minimarket ataupun swalayan yang membuat toko tradisional semakin lama menghilang ditelan zaman yang serba canggih ini. Ditambah lagi keberadaan minimarket di dekat pemukiman masyarakat disatu sisi mempermudah masyarakat untuk berbelanja berbagai kebutuhan sehari-hari dengan pelayanan yang baik, fasilitas yang lengkap serta lingkungan yang bersih dan nyaman. Disisi lain keberadaan minimarket justru membuat para pelaku usaha toko tradisional menjadi kalah bersaing dalam segala hal,

baik bangunan ataupun pelayanan serta lingkungan. Selain itu, yang membuat pelaku usaha kecil dan toko tradisional kalah bersaing dengan minimarket adalah dengan jam kerja buka minimarket yang lebih lama dibandingkan dengan toko tradisional yang tidak bisa membuka 24 jam nonstop karena keterbatasan modal untuk menggaji karyawan dalam menjaganya.

Untuk menanggapi keluhan kesah dari berbagai kalangan penjual ditoko tradisional maka pemerintah mencanangkan dan mengeluarkan Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 2011 tentang Perlindungan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional serta Penataan Pusat perbelanjaan dan Toko Modern, dalam pasal 14 huruf c Perda ini disebutkan bahwa “Toko Modern yang berstatus waralaba dan atau berstatus cabang tidak boleh berjarak kurang dari 1.000 m (seribu meter) dengan Pasar Tradisional”, sehingga apabila masih dalam koridor jarak tersebut maka dilarang dalam pendiriannya.

Pemerintah juga mengeluarkan beberapa Peraturan Pemerintah dalam memberikan solusi kepada penjual pada toko tradisional yakni UU No. 20 tentang UMKM, pasal 25 nomor 1 yang menyatakan bahwa Pemerintah Daerah, Dunia Usaha dan Masyarakat memfasilitasi, mendukung, dan menstimulasi kegiatan kemitraan yang saling membutuhkan, mempercayai, memperkuat, dan menguntungkan”. Dan dari peraturan ini maka timbulah kebijakan tentang adanya TOMIRA (Toko Milik Rakyat) yakni nama yang diusulkan untuk Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) atau salah satu unit usaha BUMDes diseluruh Indonesia, TOMIRA bergerak dalam bidang perdagangan barang kebutuhan sehari-hari, TOMIRA juga bukan pesaing toko

tradisional akan tetapi mitra bagi toko tradisional serta media komunikasi bisnis BUMDes seluruh Indonesia. (Totok, Dinas Koperasi)

Kebijakan pemerintah melalui Toko Milik Rakyat yang berbasis modern ini terwujud dari gagasan kebijakan Pemerintah Kulon Progo. TOMIRA berdiri pada tahun 2011 dan resmi digunakan serta diterapkan bagi masyarakat dimana dalam perberlakuannya TOMIRA dengan sistem modern yang bekerja sama dengan minimarket yang dalam pembagiannya adalah 20% rak atau slot yang telah disediakan untuk masyarakat yang memiliki UMKM ataupun usaha dari Desa yang ditopang oleh KUD (Koperasi Unit Desa).

Adapun kebijakan ini pertama kali dilaksanakan dan direalisasikan adalah di Daerah Istimewa Yogyakarta tepatnya di Kabupaten Kulon Progo yang telah ditetapkan Peraturan Daerah pada tahun 2011 dan diberi kesenjangan waktu pada 2 tahun untuk proses akuisisi minimarket menjadi TOMIRA (Toko Milik Rakyat) di tahun 2014. Adapun tabel perkembangannya adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1.
Perkembangan Tomira

Tahap I	2014	3 TOMIRA
Tahap II	2015	4 TOMIRA
Tahap III	2016	3 TOMIRA
Tahap IV	2017	3 TOMIRA
Tahap V	2018	3 TOMIRA

Sumber data: Dinas Koperasi Kabupaten Kulon Progo 2018

Dari tabel 1.1 bisa diketahui bahwa dari tahun 2014 hingga saat ini Tomira mengalami peningkatan yang sangat signifikan dimana setiap tahunnya mengalami

peningkatan 3 proses akuisisi dan juga kerjasama kemitraan dengan koperasi yang ada di Kulonprogo. Adapun perkembangan TOMIRA (Toko Milik Rakyat) dari hasil take over dan kerjasama kemitraan adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2.
Perkembangan Tomira dari Hasil Take Over dan Kerjasama Kemitraan

No.	Nama Tomira	Pengelola	Jumlah UMKM (Anggota)	Omset (Rupiah)
1	Jomboan	KSU Binangun Prima	12	9.000.000
2	Dekso	Koperasi Koppaneka	20	14.703.000
3	Bendungan	KSU BMT Giri Makmur	13	8.230.000
4	Temon	KSU Trijata	26	15.070.000
5	Lendah	KSU Legowo	7	3.509.000
6	Proliman	KPN Sumber Rejeki	15	9.500.000
7	Kijosuta	Koperasi Mitra Prima Daya	18	10.400.000
8	Harapan	KUD Harapan	28	13.222.000
9	Sentolo Mukti Bareng	Koperasi Mukti Bareng	22	12.403.000
10	Khudori	Koperasi Benih Kasih	22	11.504.000
11	Sentolo	KUD Gangsar	12	11.977.500
12	Diponegoro	Koperasi Binaria	26	15.352.000
13	Anugrah	Kopwan Sempulur	9	7.405.000
14	Brosot	Kopwan Dahlia	8	13.037.500
15	Samigaluh	BMT Al-Azka	4	4.703.700
16	Nanggulan	Koperasi Sae	10	6.800.000
Total			252	166.816.200

Sumber data: Dinas Koperasi Kabupaten Kulon Progo 2018

Dari tabel 1.2 dapat kita ketahui bahwa jumlah UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) yang telah berkerjasama adalah 252 anggota. Dari data tersebut

bahwa Tomira yang terendah omsetnya adalah Tomira Samigaluh dengan total Rp 4.703.700 dan tertinggi adalah Tomira Diponegoro dengan total Rp 15.352.000. Pada hasil tersebut maka peneliti akan mengambil Tomira tertinggi karena sebagai acuan Tomira yang lainnya agar dapat berkembang seperti halnya Tomira Diponegoro. Akan tetapi masih banyak masyarakat awam yang belum mengetahui tentang Tomira dan bagaimanakah persepsi ataupun pandangan masyarakat UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) tentang adanya kebijakan Tomira, apakah memberikan pemberdayaan ekonomi serta memberikan nilai kepuasan? .

Berdasarkan fenomena dan latar belakang di atas penulis tertarik untuk meneliti bagaimana implementasi adanya program kebijakan pemerintah melalui Toko Milik Rakyat dan bagaimanakah persepsi masyarakat? Oleh karena itu dalam penelitian ini penulis mengambil judul “Analisis Persepsi Masyarakat UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) Dengan Adanya Kebijakan Pemerintah Melalui Program TOMIRA (Toko Milik Rakyat) di Kabupaten Kulonprogo”

B. Batasan Masalah Penelitian

Dalam penelitian ini penulis membatasi penelitian agar tidak menyimpang dari latar belakang, adapun batasan masalahnya adalah hanya terfokus pada persepsi masyarakat pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) yang menjadi anggota Tomira Diponegoro di daerah Kulon Progo

C. Rumusan Masalah Penelitian

Perumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi masyarakat UMKM Tomira Diponegoro tentang kebijakan pemerintah dengan adanya Tomira di Kabupaten Kulonprogo?
2. Berapakah Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) UMKM di Tomira Diponegoro?

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini mempunyai tujuan diantaranya:

1. Menganalisis persepsi masyarakat UMKM Tomira Diponegoro tentang kebijakan pemerintah dengan adanya Tomira di Kabupaten Kulonprogo
2. Mengetahui Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) UMKM di Tomira Diponegoro

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memberikan manfaat diantaranya:

1. Bagi rakyat, sebagai bahan pertimbangan dalam tetap memilih untuk tetap bermitra dengan tomira atau tidak
2. Bagi pemerintah, sebagai bahan referensi atau pertimbangan dalam pembuatan kebijakan-kebijakan yang berhubungan peningkatan pertumbuhan ekonomi rakyat