

**KAJIAN SOSIAL EKONOMI MASYARAKAT
RENCANA PEMBANGUNAN LION SUPER INDO
DI JLN RE. MARTADINATA, KELURAHAN CIPAYUNG,
KECAMATAN CIPUTAT KOTA TANGERANG SELATAN**

Oleh : Kasmad

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi pedagang, konsumen dan masyarakat di sekitar lokasi rencana pendirian Lion Super Indo yang berada di Jalan RE. Martadinata Kelurahan Cipayung, Kecamatan Ciputat, Kota Tangerang Selatan, Propinsi Banten. Populasi dalam penelitian ini adalah para pedagang di sekitar lokasi rencana pembangunan, konsumen yang berbelanja di sekitar lokasi rencana pembangunan dan masyarakat Kelurahan Cipayung, Kecamatan Ciputat, Kota Tangerang Selatan, Propinsi Banten.

Untuk mencari besaran sampel dalam penelitian ini digunakan rumus Slovin Azhari (1996), dimana rumus tersebut adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Analisa dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dan kuantitatif yang disampaikan dalam narasi dan dalam bentuk tabel agar mudah dipahami, untuk mengetahui seberapa besar dukungan yang disampaikan para pedagang, konsumen dan masyarakat yang berada di sekitar lokasi rencana pembangunan terhadap rencana pembangunan Super Indo dianalisis dengan uji korelasi.

Kata Kunci : Masyarakat, Pedagang dan Konsumen.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Berdasarkan Peraturan Presiden RI No.112 tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor : 53/M-DAG/PER/12/2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar

Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, pendirian pusat perbelanjaan harus mengacu pada rencana Tata Ruang Wilayah Kota yang bersangkutan. Pembangunan pusat perbelanjaan juga harus disertai dengan analisa kondisi sosial ekonomi masyarakat setempat serta memperhitungkan keberadaan Pasar Tradisional dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang berada di

wilayah tersebut. Hal ini tentunya berkaitan dengan calon konsumen yang perlu diperhitungkan dan bagaimana respon calon konsumen terhadap rencana pembanungan sebuah pusat perbelanjaan. Berkaitan dengan pendirian Toko Modern, berdasarkan sensus penduduk tahun 2010, jumlah penduduk Indonesia mencapai angka 234,2 jiwa. Diantara jumlah tersebut, sekitar 60% merupakan kelompok produktif dan termasuk dalam kelompok menengah.

Kecamatan Ciputat merupakan salah satu kecamatan yang terletak di Kota Tangerang Selatan, Propinsi Banten. Di Kecamatan Ciputat telah berdiri Pasar Tradisional yang terkenal dengan sebutan Pasar Ciputat dan juga telah berdiri beberapa pusat perbelanjaan seperti ; Ramayana, Tip Top dan Careefour. Selain telah terdapat Pasar Tradisional dan beberapa Pusat perbelanjaan di Kecamatan Ciputat juga telah terdapat beberapa perusahaan Industri, berdasarkan data yang kami peroleh bahwa data industri yang ada di Kecamatan Ciputat sebagai berikut : industri kayu sebanyak 35 usaha, kerajinan anyaman sebanyak 1 usaha, kerajinan kain 6 usaha dan kerajinan makanan sebanyak 18 usaha.

Pengaruh globalisasi, pertumbuhan ekonomi dan meningkatnya kesejahteraan rakyat Indonesia dalam beberapa tahun ini, mempunyai dampak yang sangat luas

terhadap dunia bisnis, baik bisnis dibidang Industri, Perdagangan maupun bisnis dibidang Jasa. Terkait dengan bisnis dibidang perdagangan PT. Lion Super Indo yang bergerak dibidang jasa perdagangan secara eceran (ritel) dalam bentuk toko modern, turut berpartisipasi dalam pemenuhan akan kebutuhan masyarakat dengan membangun toko modern yang dikenal dengan **Super Indo Pasar Swalayan**. Salah satu toko modern yang akan dibangun terletak di Kelurahan Cipayung, Kecamatan Ciputat, Kota Tangerang Selatan dimana analisis sosial ekonomi ini dilakukan.

Dengan dibangunnya toko modern di kelurahan Cipayung Kecamatan Ciputat diharapkan akan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi pada sektor riil di sekitar lokasi pendirian Super Indo. Pusat perbelanjaan (Toko Modern) ini diharapkan dapat menjadi pusat perbelanjaan yang nyaman dan dapat memenuhi akan kebutuhan masyarakat, sehingga banyak konsumen yang dapat merasakan akan keamanan dan kenyamanan jika berbelanja di Super Indo sehingga mereka merasakan kepuasan dengan pelayanan yang didapatkan. Selain mendorong pertumbuhan ekonomi berdirinya Super Indo juga dapat memberikan kontribusi pada penyerapan tenaga kerja, khususnya tenaga kerja bagi masyarakat sekitar lokasi pembangunan

yang minimal dapat memenuhi 30% dari kebutuhan tenaga kerja secara keseluruhan yang dibutuhkan, tentunya sesuai dengan kualifikasi yang dibutuhkan.

Tujuan

Tujuan dilakukan Analisis Sosial Ekonomi adalah sebagai berikut :

1. Untuk menggambarkan peluang pendirian Super Indo berdasarkan kondisi ekonomi masyarakat dimana Super Indo akan didirikan.
2. Memproyeksikan dampak yang ditimbulkan baik dampak positif maupun dampak negatif akibat pendirian Super Indo.
3. Memberikan gambaran kebijakan PT. Lion Super Indo dalam rangka pemenuhan kebutuhan primer di Wilayah Super Indo didirikan.

TINJAUAN TEORI

1. **Pengertian Pedagang Eceran** adalah Pengusaha yang dalam lingkungan perusahaan atau pekerjaannya melakukan usaha perdagangan dengan cara sebagai berikut Tidak bertindak sebagai penyalur kepada pedagang lainnya; Menyerahkan Barang Kena Pajak (BKP) melalui tempat penjualan eceran seperti toko, kios, atau dengan cara penjualan yang dilakukan langsung kepada konsumen akhir, atau dari rumah ke rumah.
2. **Konsumen adalah** semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk di konsumsi pribadi (Kotler, 2000). Sedangkan menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), Konsumen adalah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.
3. **Masyarakat** sering dikenal dengan istilah *society* yang berarti sekumpulan orang yang membentuk sistem, yang terjadi komunikasi didalam kelompok tersebut. Menurut Wikipedia, kata Masyarakat sendiri diambil dari bahasa arab, Musyarak. Masyarakat juga bisa diartikan sekelompok orang yang saling berhubungan dan kemudian membentuk kelompok yang lebih besar. Biasanya masyarakat sering diartikan sekelompok orang yang hidup dalam satu wilayah dan hidup teratur oleh adat didalamnya.
4. **Pasar** adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plasa, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.
5. **Pasar Tradisional** adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah

- Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, model kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.
6. **Pusat Perbelanjaan** adalah suatu area tertentu yang terdiri dari satu atau beberapa bangunan yang didirikan secara vertikal maupun horizontal, yang dijual atau disewakan kepada pelaku usaha atau dikelola sendiri untuk melakukan kegiatan perdagangan barang.
 7. **Toko** adalah bangunan gedung dengan fungsi usaha yang digunakan untuk menjual barang dan terdiri dari hanya satu penjual.
 8. Toko Modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk Minimarket, Supermarket, Departement Store, hypermarket ataupun grosir yang berbentuk Perkulakan.
 9. **Pengelola** jaringan Minimarket adalah pelaku usaha yang melakukan kegiatan usaha di bidang Minimarket melalui satu kesatuan manajemen dan sistem pendistribusian barang ke outlet yang merupakan jaringannya.
 10. **Pemasok** adalah pelaku usaha yang secara teratur memasok barang kepada Toko Modern dengan tujuan untuk dijual kembali melalui kerjasama usaha.
 11. **Usaha Mikro**, Kecil dan Menengah yang selanjutnya disebut UMKM adalah kegiatan ekonomi yang berskala mikro, kecil dan menengah sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.
 12. **Kemitraan** adalah kerjasama usaha antara usaha kecil dengan usaha menengah dan usaha besar disertai dengan pembinaan dan pengembangan oleh usaha menengah dan usaha besar dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan, sebagaimana dimaksud dalam Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan.
 13. **Syarat perdagangan** (*trading terms*) adalah syarat-syarat dalam perjanjian kerjasama antara Pemasok dan Toko Modern/Pengelola Jaringan Minimarket yang berhubungan dengan pemasokan produk-produk yang diperdagangkan dalam Toko Modern yang bersangkutan.

14. Izin Usaha Pengelolaan Pasar

Tradisional selanjutnya disebut IUP2T, Izin Usaha Pusat Perbelanjaan selanjutnya disebut IUPP dan Izin Usaha Toko Modern selanjutnya disebut IUTM adalah izin untuk dapat melaksanakan usaha pengelolaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern yang diterbitkan oleh Pemerintah Daerah setempat.

KONDISISOSIAL EKONOMI KOTA TANGERANG SELATAN

A. Struktur Penduduk

1. Mata Pencarian

Mayoritas penduduk Kota Tangerang Selatan bekerja pada sektor sekunder dan tersier seperti, perdagangan, jasa kemasyarakatan dan industri sedangkan sektor primer

kontribusinya relatif kecil terhadap penyerapan tenaga kerja. Persentase penduduk yang memasuki angkatan kerja terus meningkat setiap tahunnya. Berdasarkan data yang diperoleh dari catatan Kependudukan Kota Tangerang Selatan tahun 2009 bahwa jumlah penduduk usia 15 tahun ke atas (angkatan kerja) sebanyak 850.243 jiwa, hal ini berarti bahwa jumlah angkatan kerja penduduk Kota Tangerang Selatan sebanyak 62,92 persen dan selebihnya sebesar 32,08 persen bukan angkatan kerja seperti sedang sekolah, ibu rumah tangga dan lainnya. Adapun secara rinci prosentase penduduk angkatan kerja Kota Tangerang Selatan disajikan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 1

Prosentase penduduk angkatan kerja menurut kegiatan utama

No	Keterangan	Penduduk Angkatan Kerja (%)		
		Laki-Laki	Perempuan	Total
1.	Bekerja	72,35	40,30	56,28
2.	Pengangguran	6,72	6,55	6,64
	Angkatan Kerja	79,07	46,85	62,92
3.	Sekolah	16,17	11,03	13,60
4.	Mengurus Rumah Tangga	1,20	39,37	20,33
5.	Lain-lian	3,56	2,74	3,15
	Bukan Angkatan Kerja	20,93	53,15	37,08

No	Keterangan	Penduduk Angkatan Kerja (%)		
		Laki-Laki	Perempuan	Total
	Jumlah	100,00	100,00	100,00
	Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja	79,07	46,85	62,92
6.	Pengangguran Terbuka	8,50	13,99	10,55

Sumber : BPS, Susesnas 2009 (diolah)

2. Pendidikan

Pendidikan merupakan faktor penting dalam meningkatkan Sumber Daya Manusia. Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Tangerang Selatan, prosentase komposisi penduduk Kota Tangerang Selatan tahun 2008 berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat dalam tabel 2.6. di bawah ini.

Tabel 2

Prosentase Jumlah Penduduk Kota Tangerang Selatan Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Kecamatan	Pendidikan								Jumlah
		BH	TK	DO SD	SD	SLTP	SLTA	Diploma	Sarjana	
1.	Serpong	0,00	11,01	0,00	5,20	25,03	29,03	21,02	8,71	100
2.	Serpong Utara	0,00	11,01	0,00	5,20	25,03	29,03	21,02	8,71	100
3.	Ciputat	0,00	11,01	0,00	5,21	25,02	29,03	21,02	8,71	100
4.	Ciputat Timur	0,00	11,01	0,00	5,20	25,03	29,03	21,02	8,71	100
5.	Pamulang	0,00	11,01	0,00	5,21	25,02	29,03	21,02	8,71	100
6.	Pondok Aren	0,00	10,59	0,00	5,23	25,43	29,08	20,97	8,69	100
7.	Setu	3,23	3,06	8,35	23,08	14,42	32,85	8,05	7,05	100
	Kota Tangsel	0,14	10,55	0,38	6,02	24,64	29,22	20,42	8,63	100

Sumber : Kompilasi data Kota Tangerang Selatan tahun 2008

B. Tingkat Pendapatan Ekonomi Rumah Tangga.

Perekonomian merupakan faktor yang sangat penting dalam membangun suatu pemerintahan. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) suatu daerah merupakan salah satu indikator makro untuk mengetahui tingkat perekonomian suatu daerah. PDRB merupakan nilai tambah yang dihasilkan oleh seluruh unit usaha dalam suatu jumlah nilai barang dan jasa akhir yang dihasilkan oleh seluruh unit ekonomi. Adapun PDRB Kota Tangerang Selatan tahun 2009 adalah sebagai berikut :

Tabel 3

PDRB Kota Tangerang Selatan tahun 2009

No.	Tahun	PDRB Kota Tangerang Selatan (dalam juta Rp)	
		Atas dasar harga berlaku	Atas dasar harga konstan 2000
1.	2009	10.127.849,79	4.823.833,34

C. Kepadatan Penduduk.

Dengan luas wilayah 147,19 Km², kepadatan penduduk Kota mencapai 8.766 orang/Km². Kepadatan tertinggi terdapat di Kecamatan Ciputat Timur yaitu 11.589 orang/Km², kepadatan terendah di Kecamatan Setu yaitu 4.475 orang/ Km². sedangkan kepadatan di Kecamatan Ciputat dimana Lion Super Indo akan didirikan adalah 10.457 / Km².

D. Pertumbuhan Penduduk.

Jumlah penduduk Kota Tangerang Selatan berdasarkan data hasil Sensus Penduduk tahun 2000 berjumlah 863.747 jiwa, sedangkan pada tahun 2009 menjadi 1.163.483 jiwa atau laju pertumbuhan penduduk rata-rata 3,19% per tahun. Adapun jumlah penduduk Kecamatan Ciputat dimana Super Indo akan didirikan, jumlah penduduk pada bulan Mei tahun 2011 telah mencapai 232.257 jiwa yang terdiri dari 117.689 laki-laki

dan 114.568 perempuan yang tersebar di Tujuh Kelurahan.

E. Kemitraan dengan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).

Merujuk pada Peraturan Menteri Perdagangan Nomor : 53/M-DAG/PER/12/2008 dalam bab III tentang kemitraan usaha dengan UMKM salah satunya adalah :

1. Kemitraan dengan pola perdagangan umum dapat dilakukan dalam bentuk kerjasama pemasaran, penyediaan lokasi usaha, atau penerimaan pasokan dari Pemasok kepada Toko Menengah yang dilakukan secara terbuka.
2. Kerjasama usaha dalam bentuk penerimaan pasokan barang dari Pemasok kepada Toko Modern dilaksanakan dalam prinsip saling menguntungkan, jelas, wajar berkeadilan dan transparan.
3. Toko Modern mengutamakan pasokan barang hasil produksi UMKM selama barang tersebut

memenuhi persyaratan atau standar yang ditetapkan Toko Modern.

F. Penyerapan Tenaga Kerja.

Dengan rencana pendirian lion Super Indo di Jalan RE. Martadinata Kelurahan Cipayung, Kecamatan Ciputat, tentunya akan membutuhkan tenaga untuk menempati posisi :pramuniaga, kasir, keamanan dan lainnya.Dalam penerimaan tenaga kerja PT. Lion Super Indo diharapkan memprioritaskan tenaga kerja lokal tentunya bagi mereka yang memenuhi persyaratan yang telah ditentukan perusahaan.

G. Ketahanan dan pertumbuhan Pasar Tradisional sebagai sarana bagi UMKM lokal.

Beroperasinya sebuah Toko Modern akan mempengaruhi keadaan Pasar Tradisional yang ada disekitar lokasi, untuk itu Ketahanan dan Pertumbuhan Pasar Tradisional sebagai sarana bagi UMKM lokal harus diperhatikan agar tetap dapat tumbuh dan berkembang. Untuk mengantisipasi hal tersebut PT. Lion Super Indo mempunyai kebijakan bahwa barang yang disediakan harganya lebih tinggi dari harga barang sejenis yang ada di pasar

tradisional dan tetap dapat bersaing dengan Supermarket dan toko modern di wilayah setempat.

H. Dampak Positif dan Negatif.

Dengan keberadaan Super Indo tentunya akan menimbulkan dampak, baik itu dampak positif maupun dampak negatif. **Dampak positif dari pembangunan Super Indo antara lain sebagai berikut :**

1. Super Indo menyediakan barang-barang kebutuhan primer, sehingga pengunjung Super Indo dapat dengan mudah memilih dan membeli barang-barang yang dibutuhkan.
2. Keberadaan Super Indo dapat turut meggerakan perekonomian masyarakat dimana Super Indo tersebut didirikan.
3. Dengan keberadaan Super Indo tentunya akan menyerap tenaga kerja, sehingga akan mengurangi jumlah pengangguran, karena dimana suatu perusahaan didirikan disarankan untuk mempekerjakan masyarkat sekitar lokasi minimal 30% dari jumlah kebutuhan tenaga kerja, yang tentunya disesuaikan dengan persyaratan yang dibutuhkan.

Sementara dampak negatif dari pembangunan Super Indo antara lain :

1. Dengan beroperasinya Super Indo tentu berpotensi mengurangi pendapatan ritel kelas kecil dan menengah karena tidak mampu menghadapi persaingan dengan pengusaha ritel kelas besar.
2. Keberadaan Super Indo cenderung memanjakan konsumen dengan berbagai fasilitas dan kemudahan berbelanja.
3. Keberadaan Super Indo tentunya berdampak terhadap potensi kemacetan lalu lintas di sekitar Super Indo beroperasi dan juga mengurangi ruang terbuka hijau yang ada dilokasi Super Indo tersebut didirikan.

I. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility)

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu bentuk

kepedulian perusahaan terhadap masyarakat, tentunya akan memprioritaskan bagi masyarakat di sekitar lokasi kegiatan. CSR yang akan dilakukan antara lain : kepedulian dibidang kesehatan, pendidikan, pembinaan terhadap pengusaha UMKM, bazar murah pada momen-momen tertentu.

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian.

1. Tempat Penelitian.

Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Cipayung, Kecamatan Ciputa, Kota Tangerang Selatan, dimana Super Indo akan didirikan. Karena kajian sosial ekonomi masyarakat ini dilaksanakan sebagai persyaratan pendirian Toko Modern dimana toko modern tersebut akan didirikan. Adapun peta lokasi tempat penelitian dapat dilihat di bawah ini.



Gambar 1 : Lokasi Rencana Pendirian Super Indo

2. Waktu Penelitian

Waktu kegiatan penelitian dilakukan selama 3 bulan yaitu bulan Juli, Agustus dan September 2011.

B. Metode Pengumpulan Data dan Informasi

Dalam kajian sosial ekonomi ini terdiri dari dua data yang dikumpulkan yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer, yaitu data yang dikumpulkan melalui wawancara langsung atau dengan kuesioner, dengan tujuan untuk mengetahui persepsi masyarakat yang dijadikan sampel dalam penelitian ini. Terkait dengan rencana pendirian Super Indo di

Jl. R.E. Martadinata, Kecamatan Ciputat, Kota Tangerang Selatan. Yang menjadi target dalam rencana pengumpulan data ini ada 3 (tiga) sasaran populasi yaitu :

- 1) Para Pedagang
- 2) Konsumen
- 3) Masyarakat

Untuk mencari besaran sampel dalam penelitian ini digunakan rumus Slovin Azhari (1996), dimana rumus tersebut adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

dimana : N : jumlah populasi

n : jumlah sampel

1 : konstanta

e : standar error

Untuk meyakinkan bahwa sampel dapat mewakili populasi, dalam kajian sosial ekonomi pembangunan Super Indo ini sampel diambil dengan ketentuan :

1. Jarak pengumpulan data dan informasi didasarkan pada pertimbangan lokasi pendirian Super Indo dengan keberadaan pasar tradisional yang telah berdiri dan juga dengan toko modern yang telah ada.
2. Data untuk kajian dikumpulkan dari :
 - 1) Pedagang barang kebutuhan sehari-hari (sembako) dan barang-barang lain sejenis yang akan disediakan di Super Indo dan berada di sekitar lokasi pendirian Super Indo.
 - 2) Masyarakat yang berdomisili di sekitar lokasi pembangunan Super Indo.
 - 3) Para pembeli/konsumen yang membeli barang-barang kebutuhan sehari-hari (sembako) atau barang-barang lain yang sejenis yang akan disediakan di Super Indo.

2. Data Sekunder, data ini diperoleh melalui penelusuran literatur/studi pustaka, laporan (dokumen) dari Super Indo dan berbagai dinas yang terkait dengan kegiatan kajian ini.

C. Metode / Tehnik Analisa Data

Salah satu tehnik analisis data yang dapat diandalkan dalam penelitian adalah dengan metode survei dengan pendekatan korasional adalah formula statistika. Untuk mendapatkan data yang akurat dan dapat dipercaya maka data dianalisis secara kualitatif dan kuantitatif.

1. Analisa Kualitatif

Analisa kualitatif digunakan untuk mengetahui gambaran mengenai identitas dan karakteristik responden serta tanggapan dan harapan mengenai rencana pendirian Super Indo di Jalan R.E. Martadinata, Ciputat, Tangerang Selatan.

2. Analisa Kuantitatif

Analisa kuantitatif dilakukan dengan tujuan untuk memproyeksikan dampak pendirian Super Indo di Jl. R.E. Martadinata, Ciputat. Jawaban responden dibuat tabulasi dan dikelompokkan berdasarkan

jawaban yang sama kemudian diprosentasekan terhadap jumlah responden dan disajikan dalam bentuk tabel agar mudah dipahami. Untuk mengetahui seberapa besar dukungan dari pedagang, konsumen dan masyarakat terhadap rencana pembangunan Super Indo. Setelah data dikumpulkan, sebelum disajikan data diolah dan dianalisis terlebih dahulu dengan uji validitas, reliabilitas uji korelasi.

a. Uji Validitas.

Validitas diperlukan untuk mengetahui tingkat kesahihan jawaban instrumen yang telah diadarkan kepada responden, instrumen dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat, (Arikunto, 1996:158).

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur tingkat kepercayaan instrumen reliabel, dapat dipercaya, dapat diandalkan untuk menguji tingkat reliabilitas

instrumen yang diperoleh dengan cara menganalisa data satu kali pengujian (Arikunto 1996 : 170).

c. Uji Korelasi

Uji korelasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar dukungan dari pedagang, konsumen dan masyarakat terhadap rencana pembangunan Super Indo.

ANALISA PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Lokasi Pendirian Super Indo Pasar Swalayan.

Pendirian Super Indo Pasar Swalayan terletak di Jalan R.E. Martadinata, Kelurahan Cipayung, Kecamatan Ciputat, Kota Tangerang Selatan. Lokasi Super Indo Pasar Swalayan tersebut merupakan lokasi bekas Tip Top Pasar Swalayan yang kini telah berpindah lokasi, walaupun masih berlokasi di Jalan R.E. Martadinata, Kelurahan Cipayung, Kecamatan Ciputat Kota Tangerang Selatan dengan jarak sekitar dua kilometer dari lokasi lama yang

sekarang dipergunakan untuk Super Indo.

Adapun gambar batas lokasi Super Indo dengan lingkungan sekitar adalah sebagai berikut :

Batas sebelah Utara



Batas sebelah Timur



Batas sebelah Barat



Batas sebelah Selatan



Gambar 2 : Batas Lokasi Super Indo

2. Perdagangan di Sekitar Lokasi Super Indo.

Disekitar lokasi pendirian Super Indo Jalan R.E. Martadinata, Ciputat Kota Tangerang Selatan terdapat 2 (dua) Pasar Tradisional, yaitu Pasar Ciputat yang berjarak

sekitar 1 kilometer dan Pasar Cimanggis yang berjarak sekitar 500 meter. Disamping pasar tradisional dalam radius sekitar 500 meter dari lokasi pembangunan Super Indo juga terdapat toko modern Carrefour dan pada radius sekitar dua kilometer terdapat toko modern

Tip Top Pasar Swalayan yang dulu menempati lokasi yang kini di tempati Super Indo. Dari hasil pemantauan bahwa mayoritas toko modern, pusat perbelanjaan serta pasar yang berada di Kecamatan Ciputat berada di Sekitar Jalan R.E. Martadinata dimana jalan ini merupakan akses jalan yang cukup ramai dan strategis untuk kegiatan usaha.

Berdasarkan hasil survei lapangan pada saat mengedarkan kuesioner dan wawancara dengan para pedagang di sekitar lokasi pembangunan Super Indo Pasar Swalayan di Jalan R.E. Martadinata bahwa jumlah pedagang yang berada di sekitar lokasi berjumlah 350 pedagang dari jumlah tersebut 100 pedagang diantara sebagai sampel dalam penelitian ini. Dari 100 pedagang yang jadi sampel didominasi oleh para pedagang sembako yang mencapai tujuh puluh delapan pedagang, delapan pedagang perabot rumah tangga, delapan pedagang elektronik dan tujuh pedagang pakaian.

Adapun kondisi Pasar Ciputat yang berjarak sekitar satu kilometer dari lokasi Super Indo

adalah luas area 5.670 m² dengan jumlah kios 1.136 kios, 386 los dan 608 pedagang kaki lima. Sedangkan Pasar Ciputat Permai yang dikenal dengan pasar Cimanggis luas area 1.000 m² dengan jumlah kios 12 kios, 40 los dan 366 pedagang kaki lima. Selain pasar tradisional yang berada disekitar lokasi, terdapat pula toko-toko tradisional dan usaha perdagangan lainnya.

B. Aksesibilitas Wilayah

Lokasi pendirian Super Indo Pasar Swalayan di Jalan R.E. Martadinata, Ciputat ini terletak di daerah dengan tingkat arus kendaraannyapadat, karena jalan ini merupakan jalur kendaraan dari dan ke Parung, Pamulang, Lebak Bulus. Jadi boleh dikatakan untuk menjangkau Super Indo dilokasi ini cukup mudah. Berdasarkan pengamatan, angkutan umum yang melalui jalur di depan Super Indo yaitu D07 Ciputat - Reni, D29 Ciputat - Parung, D14, Ciputat - Pamulang dua, D15 Ciputat – Muncul dan D28 Ciputat – Cinere, Depok. Adapun kondisi lalu-lintas di depan Super Indo dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 3 : Kondisi Lalulintas di depan Super Indo

C. Pembahasan

Analisa Pembahasan dalam penelitian ini menggunakan analisa kuantitatif, dimana analisa kuantitatif yang ditampilkan pada penelitian ini hanya pada uji korelasi untuk mengetahui seberapa besar dukungan dari pedagang, masyarakat dan konsumen terhadap rencana pendirian Super Indo di Jalan RE.Martadinata ini.

1. Pedagang.

Pedagang adalah kelompok yang dinilai paling terkena dampak dari maraknya aktivitas perdagangan (ritel) skala besar yang termasuk di dalamnya adalah Super Indo. data pedagang berdasarkan data kompilasi diketahui bahwa jumlah pedagang di Jl. R.E. Martadinata dengan jarak 500 m dari lokasi Super Indo sebanyak 350

pedagang, pedagang di pasar tradisional Cimanggis yang berjarak sekitar 500 m dari Super Indo sekitar 300 pedagang. Jadi jumlah usaha perdagangan disekitar lokasi pendirian Super Indo di Jl. R.E. Martadinata sebanyak 650 pedagang. Berdasarkan data tersebut maka jumlah sampel yang perlukan dapat ditetapkan sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} = n = \frac{650}{1+650(0,1)^2} =$$

86,67 dibulatkan menjadi 90 namun dalam prakteknya sampel yang diambil sampai seratus responden.

- 1) Apakah bapak/Ibu setuju dengan rencana dibangunnya Super Indo ?
- 2) Bagaimana dengan adanya pesaing dengan omze Bapak/Ibu nantinya ?

- 3) Bagaimana dengan harga barang yang dijual di Super Indo ?

Tabel 4

Jawaban dan Harapan Pedagang

No	Jawaban dari ke tiga pertanyaan	Jumlah
1.	Setuju dan tidak masalah dengan rencana berdirinya Super Indo.	100
2.	Persaingan tidak berpengaruh terhadap omset.	69
3.	Persaingan sedikit berpengaruh terhadap omzet.	28
4.	Harga terjangkau/lebih murah	88
Jumlah		285

2. Masyarakat

Masyarakat merupakan penduduk yang terkena dampak secara administrative dengan rencana suatu kegiatan, masyarakat disekitar lokasi pembangunan Super Indo, berdasarkan data yang diperoleh dari data kependudukan kota Tangerang Selatan hasil sensus tahun 2010 bahwa kepadatan penduduk di Kecamatan Ciputat adalah 10.566 jiwa/km². Dengan demikian jumlah responden yang diambil dapat ditentukan sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} = n = \frac{10566}{1 + 10.566(0,1)^2} =$$

99,06 dibulatkan **100** responden.

- 1) Apakah bapak/Ibu setuju dengan rencana dibangunnya Super Indo ?
- 2) Bagaimana dengan harga barang yang dijual di Super Indo ?
- 3) Bagaimana dengan status tempat tinggal Bapak/Ibu ?
- 4) Kemana biasanya bapak / ibu membelan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari ?

Tabel 5

Jawaban dan Harapan Masyarakat

No	Jawaban dari ketiga pertanyaan	Jumlah
1.	Setuju dan tidak masalah dengan rencana berdirinya Super Indo.	100
2.	Harga terjangkau / lebih murah	84
3.	Status tempat tinggal milik sendiri.	56
4.	Menyatakan berbelanja ke Super Market	19
Jumlah		259

3. Konsumen

Konsumen adalah sasaran dimana sebuah pusat perbelanjaan akan didirikan untuk memprediksi kondisi calon kosumen yang akan membeli barang-barang sejenis yang akan disediakan di Super Indo, berdasarkan informasi yang diperoleh dan pengamatan pembeli yang melakukan transaksi disekitar lokasi pendirian Super Indo berkisar antara 4.500-5.000 transaksi per hari, jadi rata-rata 4.750 transaksi per hari. Sehingga responden yang dibutuhkan dapat ditetapkan sebagai berikut :

5)

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} = n = \frac{4.750}{1+4.750(0,1)^2} =$$

97,93 dibulatkan menjadi 100 responden.

- 1) Apakah bapak/Ibu setuju dengan rencana dibangunnya Super Indo ?
- 2) Apakah bapak/ibu pernah berbelanja di Super Indo ?
- 3) Bagaimana dengan harga barang yang dijual di Super Indo ?
- 4) Apakah bapak/ibu puas jika berbelanja di Super Market ?

Tabel 6

Jawaban dan Harapan Konsumen

No	Harapan Responden	Jumlah
1.	Setuju dan tidak masalah dengan rencana berdirinya Super Indo.	98
2.	Pernah belanja di Super Indo	98
3.	Harga terjangkau / lebih murah	75
4.	Puas jika belanja di Super Market	33
Jumlah		304

Dari ketiga tabel hasil kuesioner ini dibuat tabel gabungan untuk melakukan uji korelasi, adapun tabel gabungan tersebut sebagaimana disampaikan di bawah ini :

Tabel 7

Jawaban dan Harapan Pedagang, Masyarakat dan Konsumen

No.	Pertanyaan	Jawaban Responden		
		Pedagang (X1)	Masyarakat (X2)	Konsumen (X3)
1.	Setuju dan tidak masalah dengan rencana berdirinya Super Indo.	100	100	98
2.	Persaingan tidak berpengaruh terhadap omzet.	69	-	-
3.	Persaingan sedikit berpengaruh terhadap omzet.	28	-	-
4.	Harga terjangkau/lebih murah	88	84	75
5.	Status tempat tinggal milik sendiri		56	
6.	Menyatakan berbelanja di Super Market		19	
	Pernah berbelanja di Super Indo			98
	Puas jika berbelanja di Super Maket			33
Jumlah		285	259	304

Uji korelasi

Adapun uji korelasi dalam kajian sosial ekonomi masyarakat ini dihitung dengan rumus product moment pearson sebagai berikut :

$$r_{X_i X_t} = \frac{n(\sum X_i \cdot X_t) - (\sum X_i) \cdot (\sum X_t)}{\sqrt{\{n(\sum X_i^2) - (\sum X_i)^2\} \{n(\sum X_t^2) - (\sum X_t)^2\}}}$$

Keterangan :

- r = Nilai korelasi product moment
- $r_{X_i X_t}$ = Koefisien korelasi antara skor butir (X_i) dan skor total (X_t)
- n = Jumlah Sampel
- X_i = Skor butir ke i
- X_t = Skor total
- X_i^2 = Kuadrat dari X_i
- X_t^2 = Kuadrat dari X_t
- $\sum X_i \cdot X_t$ = Jumlah perkalian X_i dan X_t

a. Korelasi Pedagang dengan Masyarakat.

Korelasi pedagang dengan Masyarakat, diambil dari tanggapan responden terhadap rencana pedirian Super Indo Jalan R.E. Martadinata Ciputat dihitung dengan rumus product moment pearson.

$$r_{X1 X2} = \frac{n(\sum X1 X2) - (\sum X1) \cdot (\sum X2)}{\sqrt{\{n(\sum X1^2) - (\sum X1)^2\} \{n(\sum X2^2) - (\sum X2)^2\}}}$$

N	$\sum X1 X2$	$\sum X1$	$\sum X2$	$\sum X1^2$	$\sum X2^2$
100	15403	285	259	18307	21248

$$r_{X1 X2} = \frac{100(15403) - (285) \cdot (259)}{\sqrt{\{100(18307) - (285)^2\} \{100(21248) - (259)^2\}}}$$

$$r_{X1 X2} = \frac{1466485}{\sqrt{1897348}} = 0,7729$$

Hasil uji korelasi antara Pedagang ($X1$) dengan Masyarakat ($X2$) mendapatkan angka 0,7729. Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi antara pedagang dan

masyarakat terhadap rencana pembangunan Super Indo maka dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t_{hitung} = \frac{0,7729\sqrt{100-2}}{\sqrt{1-(0,7729)^2}} = \frac{7,613}{\sqrt{0,402}} = \frac{7,613}{0,635} = 11,989$$

Jadi t_{hitung} adalah 11,989

Perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} , untuk kesalahan 0,05 uji dua pihak dan $dk = n-2$ dalam t_{tabel} menunjukkan angka 2,46 dan $t_{hitung} = 11,989$ maka H_0 tolak, artinya ada korelasi positif antara pedagang dengan masyarakat. Untuk menyatakan seberapa besar dukungan antarpedagang dan masyarakat, ditentukan dengan rumus koefisiensi determinan yaitu :
 $K_p = r \times 100\% = 0,7729 \times 100\% = 77,29\%$ artinya

pedagang dan masyarakat saling mendukung terhadap rencana pendirian Super Indo Pasar Swalayan Jalan R.E. Martadinata, Kecamatan Ciputat, Tangerang Selatan.

b. Korelasi Pedagang dengan Konsumen.

Korelasi pedagang dengan Konsumen, diambil dari tanggapan responden terhadap rencana pedirian Super Indo Jalan R.E. Martadinata Ciputat dihitung dengan rumus product moment pearson.

$$r_{X1 X3} = \frac{n(\sum X1X3) - (\sum X1).(\sum X3)}{\sqrt{\{n(\sum X1^2) - (\sum X1)^2\} \{n(\sum X3^2) - (\sum X3)^2\}}}$$

N	$\sum X1X3$	$\sum X1$	$\sum X3$	$\sum X1^2$	$\sum X3^2$
100	17853	285	304	18307	21248

$$r_{X1 X3} = \frac{100(17853) - (285).(304)}{\sqrt{\{100(18307) - (285)^2\} \{100(21248) - (304)^2\}}}$$

$$r_{X1 X3} = \frac{1698660}{1885631} = 0,9008$$

Hasil uji korelasi antara Pedagang (X1) dengan Konsumen (X3) mendapatkan angka 0,9008. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara pedagang dan konsumen terhadap rencana pembangunan Super Indo maka dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t_{hitung} = \frac{0,9008\sqrt{100-2}}{\sqrt{1-(0,9008)^2}} = \frac{8,873}{\sqrt{0,188}} = \frac{8,873}{0,434} = 20,445$$

Jadi t_{hitung} adalah 20,445

Perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} , untuk kesalahan 0,05 uji dua pihak dan $dk = n-2$ dalam t_{tabel} menunjukkan angka 2,46 dan $t_{hitung} = 20,445$ maka H_0 tolak, artinya ada korelasi positif antara pedagang dengan konsumen. Untuk menyatakan seberapa besar kontribusi pedagang dengan konsumen ditentukan dengan rumus koefisiensi determinan yaitu : $Kp = r \times 100\% = 0,9008 \times 100\% = 90,08\%$ artinya pedagang dengan

konsumen memberikan dukungan yang kuat terhadap rencana pendirian Super Indo Pasar Swalayan Jalan R.E. Martadinata, Kecamatan Ciputat, Tangerang Selatan.

c. Korelasi Masyarakat dengan Konsumen.

Korelasi Masyarakat dengan Konsumen, diambil dari tanggapan responden terhadap rencana pendirian Super Indo Jalan R.E. Martadinata Ciputat dihitung dengan rumus product moment pearson.

$$r_{X2 X3} = \frac{n(\sum X2 X3) - (\sum X2).(\sum X3)}{\sqrt{\{n(\sum X2^2) - (\sum X2)^2\} \{n(\sum X3^2) - (\sum X3)^2\}}}$$

n	$\sum X2 X3$	$\sum X2$	$\sum X3$	$\sum X2^2$	$\sum X3^2$
100	17607	259	304	16521	21248

$$r_{X2 X3} = \frac{100(17607) - (259).(304)}{\sqrt{\{100(16521) - (259)^2\} \{100(21248) - (304)^2\}}}$$

$$r_{X2 X3} = \frac{1681964}{1794817} = 0,9371$$

Hasil uji korelasi antara Masyarakat (X2) dengan Konsumen (X3) mendapatkan angka 0,9371. Untuk mengetahui seberapa besar dukungan antara Masyarakat dan konsumen terhadap rencana pembangunan Super Indo maka dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t_{hitung} = \frac{0,9371\sqrt{100-2}}{\sqrt{1-(0,9371)^2}} = \frac{9,230}{\sqrt{0,122}} = \frac{9,230}{0,349} = 26,449$$

Jadi t-hitung adalah 26,449

Perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel}, untuk kesalahan 0,05 uji dua pihak dan dk = n-2 dalam t_{tabel} menunjukkan angka 2,46 dan t_{hitung} = 26,449 maka Ho tolak, artinya ada korelasi positif antara masyarakat dengan konsumen. Untuk menyatakan seberapa besar dukungan antara

masyarakat dan konsumen ditentukan dengan rumus koefisiensi determinan yaitu :
 $Kp = r \times 100\% = 0,9371 \times 100\% = 93,71 \%$ artinya masyarakat dan konsumen memberikan dukungan yang kuat terhadap rencana pendirian Super Indo Pasar Swalayan Jalan R.E.

Martadinata, Kecamatan
Ciputat, Tangerang Selatan.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Korelasi Pedagang dengan Masyarakat, hasil perhitungan memperoleh angka sebesar 77,29 % artinya pedagang dan masyarakat saling mendukung terhadap rencana pendirian Super Indo Pasar Swalayan Jalan R.E. Martadinata, Kecamatan Ciputat, Tangerang Selatan.
2. Korelasi Pedagang dengan Konsumen, 90,08% artinya pedagang dengan konsumen memberikan dukungan yang kuat terhadap rencana pendirian Super Indo Pasar Swalayan Jalan R.E. Martadinata, Kecamatan Ciputat, Tangerang Selatan.
3. Korelasi Masyarakat dengan Konsumen, 93,71% artinya masyarakat dan konsumen memberikan dukungan yang kuat terhadap rencana pendirian Super Indo Pasar Swalayan Jalan R.E. Martadinata, Kecamatan Ciputat, Tangerang Selatan.

B. Saran-saran

1. Dengan dukungan yang kuat dari Pedagang, Masyarakat dan konsumen PT. Lion Super Indo harus komitmen dengan rekomendasi yang diberikan terkait dengan rencana pendirian Super Indo Pasar Swalayan di Jalan R.E. Martadinata Kecamatan Ciputat, Kota Tangerang Selatan seperti : program CSR, pembinaan Usaha Kecil, Mikro dan Menengah, penempatan tenaga kerja dari lingkungan setempat.
2. PT. Lion Super Indo harus tetap berusaha menjalin kerjasama dengan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di wilayah sekitar dan memperhatikan pasar tradisional agar tetap dapat bertahan dengan cara menjual barang-barang sejenis dengan harga lebih tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari, *Metode Statistika untuk Penelitian*, Yogyakarta: AMP YKPN, 2000
- Arikunto, Suharsini, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Rineka Cipta, Jakarta, 2009.
- Affandi S. *Riset Pemasaran, Materi Kuliah Pada Program Pasca Sarjana Universitas Pamulang Prorgam Studi Manajemen*, 2010.
- Hasmanto B. *Metodologi Penelitian Materi Kuliah Pada Program Pasca Sarjana Universitas Pamulang Program Study Manajemen*, 2009
- Hermawan. A. *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*, PT. Grasindo, Jakarta, 2005
- Peraturan Presiden RI No. 112 *tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern*, Jakarta, 2007.
- Peraturan Menteri Perdagangan No. 53/M-DAG/PER/12/2008 *tentang Pedoman Penataandan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern*, Jakarta, 2008.
- Kompilasi Data untuk *Penyusunan RTRW Kota Tangerang Selatan*, 2008
- Standar Kebutuhan Pusat Perbelanjaan dengan Kepadatan Penduduk per Ha*, DPPU Cipta Karya, Jakarta, 1994.
- BPS Kota Tangerang Selatan, *Data-data Pendukung Kajian Sosial Ekonomi di Kota Tangerang Selatan*, 2010
- PT. Lion Superindo, *Data-data Pendukung Penyusunan Kajian Sosial Ekonomi*, Jakarta, 2010