



Jurnal Ekspos

Badan Perencanaan Pembangunan, Penelitian, dan
Pengembangan Daerah Kabupaten Kudus



Analisis Penyebaran Toko Modern Berdasarkan Rencana Tata Ruang Wilayah di Kabupaten Kudus

Amalia^{1✉}, Abdul Hamid Setyawan²

1 Bappeda Kabupaten Kudus

✉ amalia.litbang@gmail.com

Info Artikel

Riwayat:

Diterima :

Direvisi :

Disetujui :

Kata kunci:

Minimarket, Pasar

Modern, Toko Modern

Abstrak

Penyebaran toko modern berbagai jenis di Kabupaten Kudus sangat pesat, diantaranya adalah Minimarket. Hampir setiap penjuru di Kabupaten Kudus sudah berdiri toko - toko modern yaitu Minimarket. Minimarket menawarkan konsep recreation shopping atau wisata belanja yang tidak jauh dari rumah. Selain itu fasilitasnya dilengkapi, seperti mesin ATM, penarikan tunai, pembayaran menggunakan kartu debit, dan bahkan beberapa dilengkapi dengan permainan anak serta promosi atau penawaran bonus lainnya. Bagi beberapa masyarakat belanja di Minimarket dapat meningkatkan kemudahan, kebersihan dan kenyamanan. Tetapi secara tidak langsung kehadiran toko modern memperlihatkan kapitalisme penjajahan ke Indonesia, maka dampaknya eksistensi pasar tradisional yang berbasis ekonomi kerakyatan mengalami penurunan. Hal ini dikarenakan munculnya pasar modern yang dinilai cukup potensial oleh pebisnis ritel. Ritel pasar modern yang mengalami pertumbuhan sangat pesat saat ini adalah minimarket dengan konsep waralaba atau *franchiacse*.

ISSN XXXX-XXXX (print)

ISSN XXXX-XXXX (online)

PENDAHULUAN

Pembangunan intinya bertujuan untuk menjadikan kehidupan masyarakat lebih makmur dan sejahtera. Kondisi miskin tidak menjadi keinginan setiap orang, sedangkan kehidupan yang makmur memungkinkan manusia dapat bermasyarakat dengan baik dan sejahtera tanpa menimbulkan kecemburuan sosial (Redcay & Schilbach, 2019). Untuk mencapai hal tersebut, keberhasilan pembangunan sering diidentikkan dengan tingkat pertumbuhan ekonominya. Dikarenakan semakin tinggi tingkat pertumbuhan ekonomi suatu negara, maka semakin tinggi pula tingkat kesejahteraannya. Dengan banyaknya jumlah pasar modern yang ada di semua kecamatan di Kabupaten Kudus, tampaknya belum memberikan dampak positif yang signifikan bagi keberadaan pasar tradisional dan pedagang yang ada di seputaran pasar modern tersebut. Termasuk turut menaikkan kelas produk usaha mikro kecil menengah (UMKM) lokal. Padahal di Kudus, ada belasan ribu pelaku UMKM sebagai kekuatan ekonomi kerakyatan yang sesungguhnya. Bukan sebuah kompetisi, melainkan bisa tumbuh bersama merupakan sebuah harapan bagi bangkitnya pelaku UMKM termasuk para pedagang kecil. Sebuah potensi besar dari masyarakat sudah seharusnya mendapat porsi dan peluang dari maraknya pasar modern, terlebih di tengah hantaman gelombang pandemi Corona Virus Disease-2019 (Covid-19).

Pandemi sudah mereda, kini saatnya ekonomi rakyat pulih dan bangkit seiring dengan keberadaan pasar modern.

MAKSUD DAN TUJUAN

Kegiatan Kajian Penataan toko modern di Kabupaten Kudus bermaksud untuk mengetahui konsep kebijakan yang terbaik dalam memberikan dampak positif keberadaan pasar modern bagi ekonomi kerakyatan.

Tujuan dari kajian ini adalah Pengklasifikasian penataan toko modern di Kabupaten Kudus berdasarkan konsep kebijakan yang terkait dan memberikan dampak positif bagi ekonomi kerakyatan dan Mengidentifikasi permasalahan dalam pengembangan penataan toko modern di Kabupaten Kudus supaya dapat meningkatkan dan mengembangkan ekonomi kerakyatan.

METODE PENELITIAN

Pasar Modern telah menjadi budaya dan gaya hidup baru bagi warga kota. Budaya Pasar Modern secara sadar telah mengajarkan warga kota untuk hidup lebih pragmatis dan praktis. Berdasarkan teori budaya, budaya baru lambat laun secara tidak langsung akan menghilangkan budaya lama yang telah ada misalnya ritual berbelanja di pasar tradisional. Berikut ciri-ciri Pasar Modern adalah sebagai berikut:

1. Kelangkaan Pasar Modern menjadikan sangat efisien karena para konsumen melakukan pekerjaan-pekerjaan yang biasanya dilakukan oleh pramuniaga secara pribadi melayani konsumen berbelanja.
2. Mempunyai penataan ruang yang membuat nyaman para pembeli.
3. Pelanggan sendiri yang melakukan pembelian, memilih barang sesuai keinginan dan mengisi keranjang belanja yang dibawa serta.
4. Pasar Modern lebih mencerminkan industrialisasi jasa.

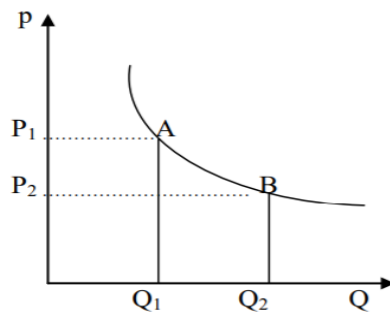
Kelebihan pasar modern yaitu fasilitas salah satunya seperti AC dan lokasi yang bersih yang membuat konsumen nyaman dan betah berbelanja, sedangkan kelemahan dari Pasar Modern jika dilihat dari sisi harga yang tidak bisa melakukan tawar menawar dan cenderung lebih mahal jika dibandingkan dengan Pasar Tradisional.

Perilaku konsumen adalah suatu tindakan-tindakan nyata individu atau kumpulan individu, misalnya suatu organisasi yang dipengaruhi oleh aspek eksternal dan internal yang mengarahkan mereka untuk memilih dan mengkonsumsi barang atau jasa yang diinginkan. Santoso dan Amaliyah (2022) mendefinisikan perilaku konsumen suatu studi unit pembelian dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, pengalaman, serta ide.

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah lokasi, citarasa, kualitas, selera, usia, pendapatan, Pendidikan, harga, jumlah keluarga, promosi, sumber informasi. Kemudian menurut Santos et. al. (2022) faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah pengaruh kualitas produk, Kebersihan dan kenyamanan. Sedangkan menurut Mehta et. al. (2020) faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah pelayanan, kualitas produk, infrastruktur, fasilitas, kemudahan parkir dan kebersihan, harga, keakraban dengan pedagang, kedekatan lokasi, jam buka tutup, kendaraan umum menuju pasar dan isu kesehatan. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yang berbelanja bahan makanan harian di Pasar Modern dan Pasar Tradisional:

1. Harga

Permintaan suatu barang di pengaruhi oleh tingkat harganya. Hukum permintaan pada hakikatnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan semakin rendah harga suatu barang maka semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut, sebaliknya semakin tinggi harga suatu barang maka semakin sedikit permintaan terhadap barang tersebut (Hidayah, 2020). Hal tersebut digambarkan dalam diagram berikut.



Dimana:

P : Harga

Q : Jumlah barang yang diminta

A : Merupakan Permintaan yang terbentuk dari pertemuan P1 dan Q1

B : Merupakan Permintaan yang terbentuk dari pertemuan P2 dan Q2

Gambar 1. Kurva Permintaan

Kurva permintaan bergerak turun dari kiri atas ke kanan bawah menurut kebiasaan internasional, harga diukur pada sumbu tegak P dan jumlah diukur pada sumbu horizontal Q. Kurva permintaan pasar diperoleh dari penjumlahan berbagai jumlah barang yang mau dibeli oleh sekian banyak konsumen pada masyarakat dengan harga tertentu. Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual. Penetapan harga dan persaingan harga telah dinilai sebagai masalah utama yang dihadapi perusahaan. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atau dikenakan atas sebuah produk atau jasa. Penentuan harga barang atau jasa memainkan peranan strategis didalam perusahaan (Gupta et. al, 2021).

Harga dapat mempengaruhi permintaan konsumen. Tinggi rendahnya harga suatu produk akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli bahan makanan harian di Pasar Modern Hypermart dan Pasar Tradisional. Perubahan harga bahan makanan harian sangat responsif terhadap perubahan keputusan konsumen dalam memilih tempat berbelanja. Artinya, sedikit saja perubahan naik-turun harga bahan makanan harian akan mengubah keputusan konsumen dalam memilih tempat belanja.

2. Individu

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti umur, pendapatan, gaya hidup. gaya hidup seseorang menunjukkan pola kehidupan orang yang bersangkutan yang tercermin dari kegiatan, minat konsumen memilih tempat berbelanja. Sedangkan jumlah pendapatan seseorang akan mempengaruhi barang dan jasa yang akan dibeli. Semakin besar penghasilan akan semakin leluasa konsumen dalam memutuskan dan mengatur dan membeli segala kebutuhannya (Farahdiba, 2020). Perubahan penghasilan konsumen tidak selalu diiringi dengan perubahan sikap untuk membeli lebih banyak barang yang bersangkutan. Hal ini terutama tergantung pada jenis barang tersebut. Pada pembelian bahan makanan harian dengan meningkatnya penghasilan konsumen akan meningkatkan kualitas bahan makanan yang akan dikonsumsi

3. Lokasi

Lokasi adalah tempat untuk menyampaikan produk pada konsumen. Lokasi yang strategis akan mampu menarik perhatian konsumen. Produk tidak akan mempunyai arti apa-apa bagi konsumen apabila tidak disampaikan atau tidak tersedia pada saat dan tempat yang diinginkan oleh konsumen (Wiyono & Wardana, 2021). Lokasi atau tempat memiliki pengaruh yang nyata terhadap perilaku konsumen. Pada umumnya konsumen akan memilih toko terdekat dengan tempat tinggal mereka dan lokasi yang mudah dijangkau oleh kendaraan umum. Lokasi toko merupakan hal yang kritis bagi kelangsungan hidup toko yang bersangkutan.

4. Kualitas

Kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing. Oleh karena itu penjual ataupun perusahaan berusaha memfokuskan pada kualitas produk dan membandingkannya dengan produk yang ditawarkan oleh penjual ataupun perusahaan pesaing. Kualitas produk dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Ketika suatu produk yang diinginkan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen akan mempengaruhi perilaku konsumen tersebut. Kualitas suatu produk berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Persepsi konsumen terhadap kualitas adalah suatu produk dikatakan memiliki kualitas yang baik ketika produk tersebut masih dalam keadaan masih baik dan tidak rusak. Kualitas produk yang baik dapat membuat konsumen merasa puas terhadap produk yang mereka beli, dan akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang (Putra, 2021; Kumbara, 2021).

5. Informasi Produk

Informasi Produk Menurut Kim (2019) menyatakan bahwa : "*Informasi adalah data yang telah diklasifikasikan atau diolah untuk digunakan dalam proses pengambilan keputusan dalam membeli suatu produk*". Perilaku pembelian yang mencari variasi, dalam jenis pembelian ini beberapa konsumen melakukan pembelian dengan berganti merek untuk mencari produk sesuai dengan yang diharapkan. Informasi produk mempengaruhi perilaku konsumen saat memutuskan untuk membeli atau tidak suatu produk. Informasi produk dibutuhkan oleh konsumen untuk mengetahui harga suatu produk, merek, ukuran produk, komposisi dan jenis produk. Pencarian informasi dapat bersifat aktif maupun pasif. Informasi yang bersifat aktif dapat berupa kunjungan terhadap beberapa toko untuk membuat perbandingan harga dan kualitas produk, sedangkan pencarian informasi pasif, dengan membaca suatu pengiklanan di majalah atau surat kabar tanpa mempunyai tujuan khusus dalam perkiraannya tentang gambaran produk yang diinginkan.

6. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah suatu kondisi dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen terhadap sebuah produk dan jasa, sesuai atau terpenuhi dengan penampilan dari produk. Seorang pelanggan jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa maka sangat besar kemungkinan untuk menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk terhadap ekspektasi mereka. Penilaian pelanggan atas kinerja produk tergantung pada banyak faktor, terutama jenis hubungan loyalitas yang dimiliki pelanggan dengan sebuah merek. Konsumen sering membentuk persepsi yang lebih menyenangkan tentang sebuah produk dengan merek yang sudah mereka anggap positif. Kepuasan pelanggan telah digunakan sebagai suatu alat ukur dari gambaran perilaku konsumen karena diasumsikan bahwa kepuasan akan mempengaruhi intensitas pembelian dalam cara yang positif. Hubungan antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan adalah bila suatu perusahaan meningkatkan kepuasan kepada pelanggan maka loyalitas pelanggan juga akan meningkat pula, begitu pun sebaliknya. Jadi dalam hal ini kepuasan pelanggan merupakan penyebab terjadinya loyalitas pelanggan sehingga kepuasan pelanggan sangat mempengaruhi perilaku konsumen.

RTRW Kabupaten Kudus

Di dalam RTRW Kabupaten Kudus yang tertuang dalam Peraturan Daerah Kabupaten Kudus Nomor 1 Tahun 2022 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Kudus Tahun 2022-2042, terkait pengaturan pasar modern atau toko modern yang masuk dalam zona perdagangan dan jasa, tertuang dalam ketentuan peraturan zonasi yaitu dalam pasal 74 ayat (1) huruf b poin 2, Pasal 75 huruf a, Pasal 76 ayat (2) huruf b poin 2, Pasal 76 ayat (3) huruf b poin 2, dan Pasal 80 ayat (3) poin 1 (Utami et. al., 2022).

Perda Tentang Pengaturan Toko Modern

Kebijakan terkait pengaturan pasar modern di Kabupaten Kudus diatur dalam Peraturan Daerah Kabupaten Kudus Nomor 12 Tahun 2017 tentang Penataan dan Pembinaan Toko Swalayan di Kabupaten Kudus (Azzahra & Kusrini, 2023). Dalam perda tersebut disebutkan bahwa:

1. Toko modern dalam kebijakan tersebut termasuk dalam klasifikasi toko swalayan, yaitu toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk minimarket, supermarket, departemen store, hypermarket, ataupun grosir yang berbentuk perkulakan.
2. Toko Swalayan diklasifikasikan berdasarkan luas lantai penjualan, sistem penjualan, dan jenis barang dagangannya.
3. Batasan luas lantai penjualan Toko Swalayan adalah sebagai berikut :
 - a. Minimarket, sampai dengan 400 m² (empat ratus meter persegi);
 - b. Department Store, lebih dari 400 m² (empat ratus meter persegi);
 - c. Supermarket, lebih dari 400 m² (empat ratus meter persegi) sampai dengan 5.000 m² (lima ribu meter persegi);
 - d. Hypermarket, lebih dari 5.000 m² (lima ribu meter persegi); dan e. Perkulakan, lebih dari 5.000 m² (lima ribu meter persegi).
4. Sistem penjualan dan jenis barang dagangan Toko Swalayan adalah sebagai berikut :
 - a. Minimarket, Supermarket dan Hypermarket menjual secara eceran barang konsumsi terutama produk makanan dan produk rumah tangga lainnya;
 - b. Department Store menjual secara eceran barang konsumsi utamanya produk sandang dan perlengkapannya dengan penataan barang berdasarkan jenis kelamin dan/atau tingkat usia konsumen; dan
 - c. Perkulakan menjual secara grosir barang konsumsi.
5. Lokasi untuk pendirian Toko Swalayan wajib mengacu pada Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten dan Rencana Detail Tata Ruang Kabupaten, termasuk Peraturan Zonasinya.
6. Pendirian Toko Swalayan wajib memperhatikan :
 - a. kepadatan penduduk;
 - b. perkembangan permukiman baru;
 - c. aksesibilitas wilayah (arus lalu lintas);
 - d. dukungan/ketersediaan infrastruktur; dan
 - e. keberadaan dan keberlangsungan usaha warung dan toko eceran biasa di sekitarnya yang lebih kecil daripada Toko Swalayan tersebut.
7. Pendirian toko swalayan harus:
 - a. memenuhi persyaratan ketentuan peraturan perundang-undangan;
 - b. melakukan analisa kondisi sosial ekonomi masyarakat;
 - c. memperhatikan keberadaan dan keberlangsungan usaha toko eceran biasa dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang berada di wilayah yang bersangkutan;
 - d. menyediakan areal parkir paling sedikit seluas kebutuhan parkir 1 (satu) unit kendaraan roda empat untuk setiap 60 m² (enam puluh meter per segi) luas lantai penjualan.
8. Pendirian Toko Swalayan yang berbentuk minimarket wajib memenuhi ketentuan mengenai jumlah dan jarak dengan Pasar Rakyat.
9. Ketentuan jumlah Toko Swalayan yang berbentuk minimarket adalah paling banyak :
 - a. 19 (sembilan belas) minimarket di Kecamatan Kota Kudus;
 - b. 11 (sebelas) minimarket di Kecamatan Jati;
 - c. 3 (tiga) minimarket di Kecamatan Undaan;
 - d. 5 (lima) minimarket di Kecamatan Mejobo;
 - e. 5 (lima) minimarket di Kecamatan Jekulo;
 - f. 4 (empat) minimarket di Kecamatan Bae;
 - g. 6 (enam) minimarket di Kecamatan Dawe;
 - h. 4 (empat) minimarket di Kecamatan Gebog; dan

- i. 5 (lima) minimarket di Kecamatan Kaliwungu.
10. Jarak Toko Swalayan berbentuk minimarket sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dengan Pasar Rakyat adalah paling sedikit 1.000 m (seribu meter).
11. Setiap orang atau badan yang akan melakukan kegiatan usaha di bidang Toko Swalayan wajib memiliki IUTS dari Bupati, dengan persyaratan pengajuan sebagai berikut:
 - a. Toko Swalayan yang berdiri sendiri:
 - 1) fotocopy izin prinsip dari Bupati;
 - 2) hasil analisa kondisi sosial ekonomi masyarakat serta rekomendasi dari SKPD yang membidangi perdagangan;
 - 3) fotocopy Keterangan Rencana Kota;
 - 4) fotocopy Izin Mendirikan Bangunan;
 - 5) fotocopy Izin Gangguan;
 - 6) fotocopy Akte pendirian Perusahaan dan/atau perubahannya yang telah mendapat pengesahan dari pejabat yang berwenang atau didaftarkan ke Instansi yang berwenang apabila pemohon merupakan badan hukum/badan usaha;
 - 7) rencana Kemitraan dengan Usaha Mikro dan Usaha kecil; dan
 - 8) surat pernyataan kesanggupan melaksanakan dan mematuhi ketentuan yang berlaku.
 - b. Toko Swalayan yang terintegrasi dengan bangunan yang digunakan sebagai fasilitas pelayanan umum masyarakat :
 - 1) hasil analisa kondisi sosial ekonomi masyarakat serta rekomendasi dari SKPD yang membidangi perdagangan;
 - 2) fotocopy izin usaha pusat perbelanjaan atau bangunan lainnya tempat berdirinya pasar rakyat;
 - 3) fotocopy akte pendirian perusahaan dan/atau perubahannya yang telah mendapat pengesahan dari pejabat yang berwenang atau didaftarkan ke Instansi yang berwenang apabila pemohon merupakan badan hukum/badan usaha;
 - 4) surat pernyataan kesanggupan melaksanakan dan mematuhi ketentuan yang berlaku; dan
 - 5) rencana kemitraan dengan UMKM untuk pusat perbelanjaan.
12. IUTS berlaku selama perusahaan masih menjalankan usaha Toko Swalayan pada lokasi yang sama dan wajib didaftar ulang setiap 5 (lima) tahun.
13. Dalam melaksanakan usahanya, pengelola Toko Swalayan wajib memprioritaskan tenaga kerja yang berasal dari wilayah sekitar berdirinya Toko Swalayan tersebut.
14. Jam kerja toko swalayan adalah sebagai berikut:
 - a. Untuk hari senin sampai dengan jumat, pukul 10.00 WIB sampai dengan paling lama pukul 22.00 WIB;
 - b. untuk hari Sabtu dan Minggu, pukul 10.00 WIB sampai dengan paling lama pukul 23.00 WIB;
 - c. untuk hari besar keagamaan, hari libur nasional, pukul 10.00 WIB sampai dengan paling lama pukul 24.00 WIB;
 - d. untuk minimarket yang terintegrasi dengan bangunan yang digunakan sebagai fasilitas umum pelayanan masyarakat dapat beroperasi selama 24 (dua puluh empat) jam.
15. Setiap pelaku usaha Toko Swalayan wajib:
 - a. menyampaikan laporan kegiatan usahanya setiap 6 (enam) bulan sekali, meliputi :
 - b. melaporkan setiap perubahan yang terkait dengan perusahaannya paling lambat 30 (tiga puluh) hari terhitung sejak terjadinya perubahan kepada Kepala Perangkat Daerah yang membidangi perdagangan;
 - c. melakukan daftar ulang setiap 5 (lima) tahun sekali;
 - d. menjalin kemitraan dengan UMKM dan Koperasi;
 - e. menyediakan barang dagangan hasil produksi dalam negeri paling sedikit 80% (delapan puluh persen) dari jumlah dan jenis barang yang diperdagangkan, kecuali telah

- mendapatkan izin dari Menteri yang menyelenggarakan urusan pemerintahan bidang perdagangan;
- f. menaati ketentuan sebagaimana ditetapkan dalam IUTS dan peraturan perundang-undangan, khususnya mengenai perpajakan, retribusi serta larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.
 - g. meningkatkan mutu pelayanan dan menjamin kenyamanan konsumen;
 - h. menjaga keamanan dan ketertiban tempat usaha;
 - i. memelihara kebersihan, keindahan lokasi dan kelestarian lingkungan tempat usaha;
 - j. mencegah setiap orang yang melakukan kegiatan perjudian dan perbuatan lain yang melanggar kesusilaan serta ketertiban umum di tempat usahanya;
 - k. mencegah penggunaan tempat usaha untuk kegiatan peredaran / penjualan / pemakaian minuman beralkohol, obat-obatan terlarang serta barangbarang terlarang lainnya yang tidak sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
 - l. menyediakan sarana kesehatan, sarana persampahan dan drainase, kamar mandi dan toilet serta fasilitas ibadah bagi karyawan dan konsumen;
 - m. memberikan kesempatan kepada karyawan dan konsumen untuk melaksanakan ibadah;
 - n. mentaati perjanjian serta menjamin keselamatan, kesehatan dan kesejahteraan karyawan;
 - o. menyediakan alat pemadam kebakaran yang siap pakai dan mencegah kemungkinan terjadinya bahaya kebakaran di tempat usaha;
 - p. mencantumkan seluruh harga barang yang diperdagangkan secara jelas, mudah dibaca dan dilihat oleh konsumen dalam nilai rupiah;
 - q. menyediakan tempat untuk pos ukur ulang dan pengaduan konsumen;
 - r. menyediakan areal parkir yang cukup; dan
 - s. menyisihkan sebagian keuntungannya sebesar 2% (dua persen) dari laba bersih per tahun untuk dialokasikan sebagai biaya tanggung jawab sosial perusahaan (corporate social responsibility) kepada Pasar Rakyat dan/atau masyarakat di lingkungan sekitar lokasi usahanya.
16. Setiap pelaku usaha Toko Swalayan dilarang :
- a. melakukan penguasaan atas produksi dan/atau penguasaan barang dan/atau jasa secara praktek monopoli;
 - b. menimbun dan/atau menyimpan bahan kebutuhan pokok masyarakat di dalam gudang dalam jumlah melebihi kewajaran untuk tujuan spekulasi yang akan merugikan kepentingan masyarakat;
 - c. menimbun dan/atau menyimpan barang-barang yang sifat dan jenisnya membahayakan kesehatan dan keamanan;
 - d. menjual barang-barang yang tidak sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;
 - e. mengubah atau menambah sarana tempat usaha tanpa izin dari Kepala Dinas;
 - f. memakai tenaga kerja di bawah umur;
 - g. memakai tenaga kerja asing tanpa izin sesuai peraturan perundang-undangan;
 - h. menjual barang diluar luas lantai bangunan yang digunakan untuk berjualan;
 - i. menjual barang dengan cara pemasaran secara berkeliling;
 - j. menjual barang produk segar dalam bentuk curah untuk minimarket; dan/atau
 - k. menjual minuman beralkohol.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Minimarket merupakan toko modern yang menjual segala macam barang dan makanan, namun tidak selengkap dan sebesar sebuah supermarket. Minimarket berperan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sehari-hari serta sudah menjadi tempat belanja favorit masyarakat yang tidak ingin melakukan perjalanan jauh untuk berbelanja (Anuar, 2022). Dalam pengelolaannya, minimarket atau toko modern diawasi oleh pemerintah daerah berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Kudus Nomor 12 Tahun 2017 tentang Penataan dan Pembinaan Toko Swalayan di

Kabupaten Kudus. Minimarket atau toko modern di Kabupaten Kudus berkembang sangat pesat. Minimarket terbentuk dari letak atau lokasi yang ditunjang dengan adanya aksesibilitas dan konektivitas yang menghubungkan dengan daerah sekitar. Minimarket tidak hanya dibangun pada jalan-jalan utama, tetapi juga hingga pada jalan lokal dan perumahan.

Berdasarkan kondisi eksisting toko modern khususnya indomaret dan Alfamart di Kabupaten berjumlah 80 buah yang tersebar di seluruh kecamatan, sedangkan berdasarkan data dari BPS Kabupaten Kudus, toko modern yang tersedia di Kabupaten Kudus sebanyak 144 (Ristiani, 2022). Berdasarkan kedua sumber data tersebut, jumlah toko modern di Kabupaten Kudus salah satunya dipengaruhi oleh kepadatan penduduk, semakin tinggi kepadatan penduduknya, maka semakin banyak pula jumlah toko modern. Seperti di Kabupaten Kudus, terdapat 6 kecamatan yaitu Kecamatan Kota, Kecamatan Kaliwungu, Kecamatan Jati, Kecamatan bae, Kecamatan Mejobo, dan Kecamatan Jekulo yang memiliki kepadatan penduduk tinggi dibandingkan dengan kecamatan lainnya, memiliki jumlah toko modern paling banyak.

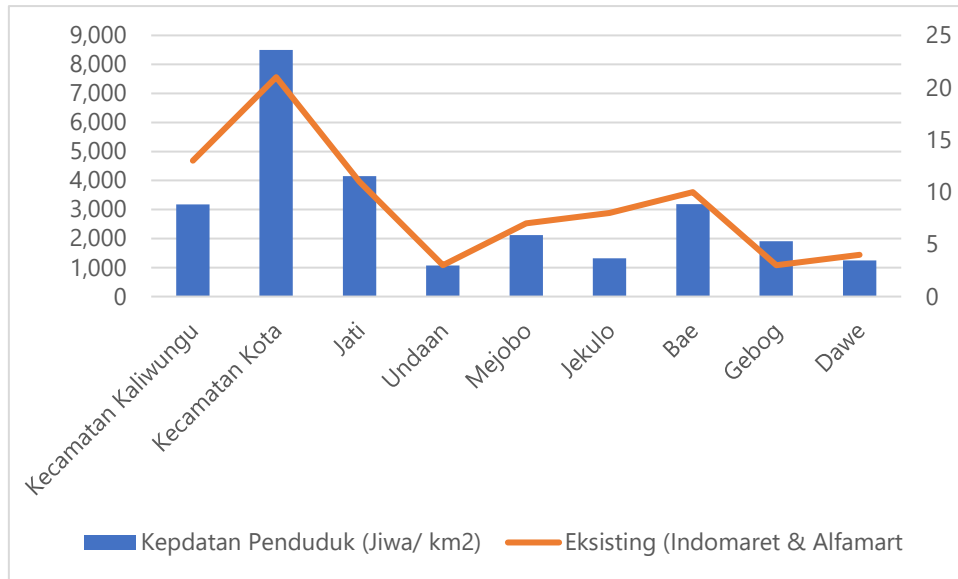
Toko modern jejaring seperti Indomaret dan Alfamart yang tersebar di 6 (enam kecamatan tersebut) yaitu 21 buah di Kecamatan Kota, 13 buah di Kecamatan Kaliwungu, 11 buah di Kecamatan Jati, 10 buah di Kecamatan Bae, 8 buah di Kecamatan Jekulo, 7 buah di Kecamatan Mejobo (Rusdianto, 2022). Sedangkan untuk jumlah toko modern baik Indomaret, Alfamart dan minimarket lainnya, di Kecamatan Kota tersedia sebanyak 27 buah, Kecamatan Jekulo sebanyak 24 buah, Kecamatan Jati sebanyak 23 buah, Kecamatan Bae sebanyak 19 buah, Kecamatan Mejobo sebanyak 14 buah, dan Kecamatan Kaliwungu sebanyak 13 buah. Untuk lebih jelasnya perbandingan jumlah toko modern dan kepadatan penduduk di Kabupaten Kudus dapat dilihat pada tabel dan grafik berikut.

Tabel 1. Perbandingan Jumlah Toko Modern dengan Kepadatan Penduduk di Kabupaten Kudus

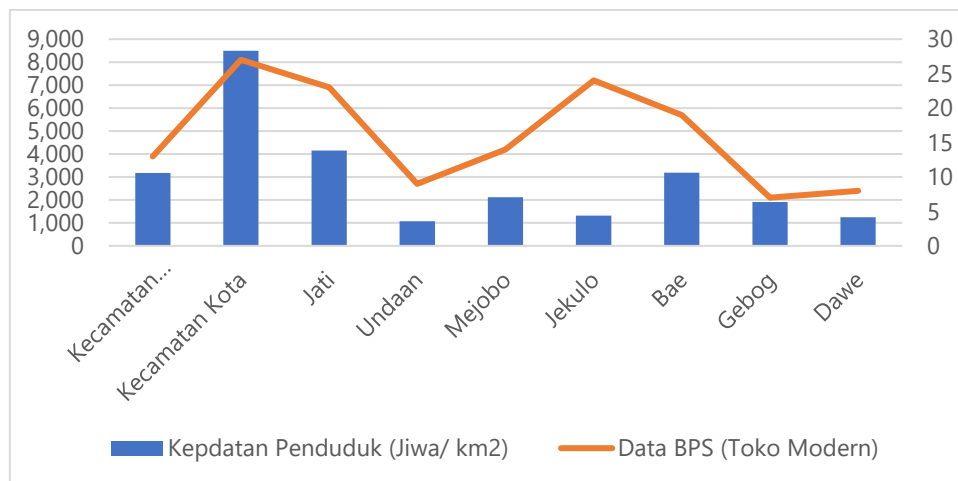
No.	Kecamatan	Kepadatan Penduduk (Jiwa/km ²)	Jumlah Minimarket/ Swalayan/ Toko Modern	
			Eksisting (Indomaret & Alfamart)	Data BPS (Toko Modern)
1	Kecamatan Kaliwungu	3.179	13	13
2	Kecamatan Kota	8.500	21	27
3	Jati	4.152	11	23
4	Undaan	1.072	3	9
5	Mejobo	2.117	7	14
6	Jekulo	1.316	8	24
7	Bae	3.185	10	19
8	Gebog	1.904	3	7
9	Dawe	1.249	4	8
	Jumlah	2.005	80	144

Sumber: Data Dalam Angka Tahun 2022, diolah

Gambar 2. Perbandingan Jumlah Eksisting Toko Modern (Indomaret & Alfamart) dengan Kepadatan Penduduk di Kabupaten Kudus



Gambar 3. Perbandingan Jumlah Eksisting Toko Modern dengan Kepadatan Penduduk di Kabupaten Kudus (Data BPS dalam Lidinillah, 2020)



Sedangkan jumlah toko modern menurut data dari BPS yang dirinci tiap kecamatan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2. Sebaran Toko Modern Dirinci Tiap Desa/ Kelurahan di Kecamatan Kota

No.	Desa/ Kelurahan	Jumlah Minimarket/ Swalayan
1	Purwosari	4
2	Janggalan	0
3	Demangan	1
4	Sunggingan	1
5	Panjunan	2
6	Wergu Kulon	0
7	Wergu Wetan	1
8	Mlati Kidul	1
9	Mlati Norowito	2

10	Mlati Lor	1
11	Nganguk	0
12	Kramat	1
13	Demaan	1
14	Langgar Dalem	0
15	Kauman	0
16	Damaran	3
17	Kerjasan	0
18	Kajeksan	0
19	Krandon	2
20	Singocandi	0
21	Glantengan	2
22	Barongan	0
23	Kaliputu	1
24	Burikan	1
25	Rendang	3
	Jumlah	27

Sumber: Data Dalam Angka Kecamatan Kota, 2022

Toko modern di Kecamatan Kota sebanyak 27 buah yang tersebar 16 desa/ kelurahan, yaitu 4 buah di Kelurahan Purwosari, Desa Damaran dan Rendang masing-masing terdapat 3 buah toko modern, Kelurahan Panjunan, Mlati Norowito, Krandon, dan Glantengan masing-masing 2 buah toko modern, Desa Demangan, Sunggingan, Wergu Wetan, Mlati Kidul, Mlati Lor, Kramat, Demaan, Kaliputu, dan Burikan terdapat 1 buah toko modern.

Tabel 3. Toko Modern Dirinci Tiap Desa di Kecamatan Kaliwungu

No.	Desa/ Kelurahan	Jumlah Minimarket/ Swalayan
1	Blimbing Kidul	0
2	Banget	0
3	Setro Kalangan	0
4	Garung Kidul	0
5	Kedungdowo	3
6	Gamong	0
7	Sidorekso	0
8	Papringan	1
9	Kaliwungu	0
10	Mijen	1
11	Karangampel	0
12	Garong Lor	2
13	Prambatan Lor	1
14	Prambatan Kidul	2
15	Bakalan Krapyak	3
	Jumlah	13

Sumber: Data Dalam Angka Kecamatan Kaliwungu, 2022

Toko modern yang terdapat di Kecamatan Kaliwungu sebanyak 13 buah yang tersebar di 7 Desa yaitu 3 buah Toko modern di Desa Kedungdowo, 3 buah toko modern di Desa Bakalan Krapyak, 2 buah di Desa Garong Lor, dan 1 buah masing-masing di Desa Papringan, Mijen, dan Desa Prambatan Lor.

Tabel 4. Toko Modern Dirinci Tiap Desa di Kecamatan Bae

No.	Desa/ Kelurahan	Jumlah Minimarket/ Swalayan
1	Peganjaran	3
2	Panjang	5
3	Purworejo	0
4	Bacin	0
5	Pedawang	2
6	Dersalam	3
7	Ngembalrejo	3
8	Karangbener	0
9	Gondangmanis	2
10	Bae	1
	Jumlah	19

Sumber: Data Dalam Angka Kecamatan Bae, 2022

Toko modern di Kecamatan Bae tersedia 19 buah, yang tersebar di 8 desa yaitu Desa Panjang tersedia sebanyak 5 buah, Desa Peganjaran, Dersalam, dan Ngembalrejo tersedia masing-masing 3 buah, Desa Gondangmanis sebanyak 2 buah, dan Desa Bae tersedia sebanyak 1 buah.

Tabel 5. Toko Modern Dirinci Tiap Desa di Kecamatan Dawe

No.	Desa/ Kelurahan	Jumlah Minimarket/ Swalayan
1	Sarirejo	1
2	Cendono	2
3	Margorejo	0
4	Rejosari	1
5	Kandang Mas	0
6	Lau	0
7	Piji	2
8	Puyoh	0
9	Soco	0
10	Ternadi	0
11	Kajar	0
12	Cranggang	0
13	Tergo	0
14	Glagah Kulon	0
15	Dukuhwaringin	0
16	Kuwukan	0
17	Colo	2
18	Japan	0
	Jumlah	8

Sumber: Data Dalam Angka Kecamatan Dawe, 2022

Di Kecamatan Dawe tersedia 8 buah toko modern yang tersebar di 5 desa yaitu 2 buah toko modern masing-masing berada di Desa Cendono, Desa Piji, dan Desa Colo, 1 buah masing-masing berada di Desa Sarirejo, dan Desa Rejosari.

Tabel 6. Toko Modern Dirinci Tiap Desa di Kecamatan Gebog

No.	Desa/ Kelurahan	Jumlah Minimarket/ Swalayan
1	Getasrabi	0
2	Klumpit	0
3	Gribig	2
4	Karangmalang	1
5	Padurenan	0
6	Bersito	2
7	Jurang	0
8	Gondosari	2
9	Kedungsari	0
10	Menawan	0
11	Rahwatu	0
	Jumlah	7

Sumber: Data Dalam Angka Kecamatan Gebog, 2022

Di Kecamatan Gebog tersedia 7 buah toko modern yang tersebar 4 desa yaitu 2 buah toko modern masing-masing berada di Desa Gribig, Desa Bersito, dan Desa Gondosari, dan 1 buah di Desa Karangmalang.

Tabel 7. Toko Modern Dirinci Tiap Desa di Kecamatan Jati

No.	Desa/ Kelurahan	Jumlah Minimarket/ Swalayan
1	Tanjung Karang	4
2	Jetis Kapuan	0
3	Loram Kulon	1
4	Jati Wetan	3
5	Jati Kulon	5
6	Pasuruhan Lor	0
7	Pasuruhan Kidul	0
8	Ploso	0
9	Getas Pejaten	3
10	Loram Wetan	3
11	Jepang Pakis	0
12	Megawon	1
13	Tumpang Krasak	1
14	Ngembal Kulon	2
	Jumlah	23

Sumber: Data Dalam Angka Kecamatan Jati, 2022

Di Kecamatan Jati tersedia 23 toko modern yang tersebar di Desa jati Kulon sebanyak 5 buah, Desa Tanjung Karang sebanyak 4 buah, Desa Jati Wetan, Desa Geas Pejaten, dan Desa Loram Wetan tersedia masing-masing sebanyak 3 buah, Desa Ngembal Kulon tersedia sebanyak 2 buah, Desa Megawon dan Desa Tumpang Krasak masing-masing tersedia 1 buah.

Tabel 8. Toko Modern Dirinci Tiap Desa di Kecamatan Jekulo

No.	Desa/ Kelurahan	Jumlah Minimarket/ Swalayan
1	Sedang	0
2	Bulungcangkring	4
3	Bulung Kulon	2
4	Sidmulyo	0
5	Gondoharum	1
6	Terban	0
7	Pladen	2
8	Klaling	3
9	Jekulo	4
10	Hadipolo	4
11	Tanjungrejo	1
12	Honggosaco	3
	Jumlah	24

Sumber: Data Dalam Angka Kecamatan Jekulo, 2022

Toko modern di Kecamatan Jekulo tersedia sebanyak 24 buah, yang tersebar di Bulungcangkring, Desa Jekulo, Desa Hadipolo masing-masing tersedia sebanyak 4 buah, Desa Klaling dan Desa Honggosaco masing-masing tersedia sebanyak 2 buah, Desa Gondoharum dan Desa Tanjungsrejo masing-masing 1 buah.

Tabel 9. Toko Modern Dirinci Tiap Desa di Kecamatan Mejobo

No.	Desa/ Kelurahan	Jumlah Minimarket/ Swalayan
1	Gulang	0
2	Jepang Pakis	3
3	Payaman	1
4	Kirig	0
5	Temulus	2
6	Kesambi	0
7	Jojo	0
8	Hadiwarno	1
9	Mejobo	2
10	Golantepus	2
11	Tenggeles	3
	Jumlah	14

Sumber: Data Dalam Angka Kecamatan Mejobo, 2022

Di Kecamatan Mejobo tersedia toko modern sebanyak 14 buah yang tersebar di 7 desa yaitu Desa Jepang Pakis dan Desa Tenggelesa masing-masing 3, Desa Temulus, Desa Mejobo, Desa Golantepus masing-masing tersedia sebanyak 2 buah toko modern, Desa Payaman dan Hadiwarno masing-masing sebanyak 1 buah.

Tabel 10. Toko Modern Dirinci Tiap Desa di Kecamatan Undaan

No.	Desa/ Kelurahan	Jumlah Minimarket/ Swalayan
1	Wonosoco	0
2	Lambangan	0
3	Kalirejo	2

4	Medini	0
5	Sambung	1
6	Glagahwaru	0
7	Kutuk	1
8	Undaan Kidul	0
9	Undaan Tengah	0
10	Karangrowo	0
11	Larikrejo	0
12	Undaan Lor	2
13	Wates	2
14	Ngemplak	1
15	Terangmas	0
16	Berugenjang	0
	Jumlah	9

Sumber: Data Dalam Angka Kecamatan Undaan, 2022

Toko modern di Kecamatan Undaan tersedia sebanyak 9 buah yang tersebar di 6 desa yaitu Desa Kalirejo, Desa Undaan Lor, dan Desa Wates tersedia sebanyak 2 buah tokomodern, Desa Sambung, Glagahwaru, Kutuk, dan Desa Ngemplak masing-masing tersedia sebanyak 1 buah.

Terkait persebaran dan jumlah toko modern, dalam Peraturan Daerah Nomor 12 Tahun 2017 tentang Penataan dan Pembinaan Toko Swalayan di Kabupaten Kudus sudah diatur mengenai jumlah toko modern di setiap kecamatan, sebagaimana disebutkan dalam Pasal 8, yaitu:

- (1) Pendirian Toko Swalayan yang berbentuk minimarket wajib memenuhi ketentuan mengenai jumlah dan jarak dengan Pasar Rakyat.
- (2) Ketentuan jumlah Toko Swalayan yang berbentuk minimarket sebagaimana dimaksud pada ayat (1) adalah paling banyak:
 - a. 19 (sembilan belas) minimarket di Kecamatan Kota Kudus;
 - b. 11 (sebelas) minimarket di Kecamatan Jati;
 - c. 3 (tiga) minimarket di Kecamatan Undaan;
 - d. 5 (lima) minimarket di Kecamatan Mejobo;
 - e. 5 (lima) minimarket di Kecamatan Jekulo;
 - f. 4 (empat) minimarket di Kecamatan Bae;
 - g. 6 (enam) minimarket di Kecamatan Dawe;
 - h. 4 (empat) minimarket di Kecamatan Gebog; dan
 - i. 5 (lima) minimarket di Kecamatan Kaliwungu.
- (3) Dikecualikan dari ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) untuk Toko Swalayan yang berbentuk minimarket yang didirikan oleh bukan jaringan/waralaba, atau minimarket yang terintegrasi dengan bangunan yang digunakan sebagai fasilitas umum masyarakat.
- (4) Jarak Toko Swalayan berbentuk minimarket sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dengan Pasar Rakyat adalah paling sedikit 1.000 m (seribu meter).

Berdasarkan penjelasan di atas, sudah tentukan mengenai jumlah toko modern khususnya toko modern yang berjejaring, tetapi berdasarkan kondisi eksistng, terdapat beberapa kecamatan yang tersedia toko modern dengan jumlah melebihi ketentuan di atas. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 11. Jumlah Toko Modern Eksisting dan Jumlah Toko Modern sesuai Ketentuan Perda No. 12 Tahun 2017 di Kabupaten Kudus

No.	Kecamatan	Jumlah Minimarket/ Swalayan/ Toko Modern		Selisih
		Eksisting (Indomaret & Alfamart)	Berdasarkan Ketentuan Perda No 12 Tahun 2017 (Minimarket/ Swalayan)	
1	Kaliwungu	13	5	+8
2	Kota	21	19	+3
3	Jati	11	11	0
4	Undaan	3	3	0
5	Mejobo	7	5	+2
6	Jekulo	8	5	+3
7	Bae	10	4	+6
8	Gebog	3	4	+1
9	Dawe	4	6	-2
	Jumlah	80	62	+18

Sumber: Analisis, 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah toko modern di Kabupaten melebihi jumlah yang sudah ditentukan dalam Perda. Kecamatan yang terdapat toko modern dengan jumlah yang melebihi ketentuan dalam perda meliputi Kecamatan Kaliwungu, Kecamatan Kota, Kecamatan Mejobo, Kecamatan Jekulo, Kecamatan Bae, dan Kecamatan Gebog. Sedangkan kecamatan yang tersedia toko modern yang kurang dari ketentuan dalam perda hanya di Kecamatan Dawe.

SIMPULAN

Secara spasial kebijakan terkait lokasi pengembangan toko modern/ pasar modern/ swalayan/ minimarket tidak diatur dalam Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Kudus, karena skala peta RTRW tidak menjangkau secara rinci untuk menggambarkan lokasi toko modern tersebut. Tetapi dalam RTRW terkait toko modern/ pasar modern/ swalayan/ minimarket diatur dalam ketentuan umum peraturan zonasi yang masuk dalam kegiatan perdagangan dan jasa.

SARAN

Toko modern di Kabupaten Kudus diharapkan tidak hanya memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk mendapatkan barang-barang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, tetapi dapat memberikan peluang yang besar bagi perkembangan UMKM terutama sebagai sarana pemasaran dan promosi, sehingga akan meningkatkan sektor UMKM, meningkatkan perekonomian pelaku UMKM dan dapat memperkuat struktur perekonomian wilayah Kabupaten Kudus. Oleh karena perlu adanya kebijakan pemerintah dalam upaya untuk mendukung pengembangan UMKM di Kabupaten Kudus.

DAFTAR PUSTAKA

- Anuar, K. (2022). PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PELAKU USAHA UMKM TERHADAP KEBERADAAN TOKO MODERN. *PROCEEDING IAIN Batusangkar*, 1(1), 1077-1084.
- Azzahra, L. M., & Kusrini, E. (2023). PENGARUH PENDAPATAN PEDAGANG, JARAK TEMPUH, DAN TATA LETAK KOTA TERHADAP REVITALISASI PASAR

BITINGAN KABUPATEN KUDUS DALAM PERSPEKTIF ISLAM. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Manajemen Agribisnis*, 1(1), 1-20.

- Farahdiba, D. (2020). Konsep dan strategi komunikasi pemasaran: perubahan perilaku konsumen menuju era disrupsi. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 8(1), 22-38.
- Gupta, V., Ivanov, D., & Choi, T. M. (2021). Competitive pricing of substitute products under supply disruption. *Omega*, 101, 102279.
- Hidayah, N. (2020). Analisis Permintaan Dan Penawaran Terhadap Barang Pokok Dan Non Pokok. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(2), 29-37.
- Kim, M. (2019). Digital product presentation, information processing, need for cognition and behavioral intent in digital commerce. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 50, 362-370.
- Kumbara, V. B. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604-630.
- Lidinillah, M. F. (2020). *Analisis Penerapan Perda Kudus Tentang Penataan Swalayan Dengan Prinsip Tawazun (Studi Keberadaan Minimarket Terhadap Eksistensi Toko Kelontong Di Kota Kudus)* (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS).
- Mehta, S., Saxena, T., & Purohit, N. (2020). The new consumer behaviour paradigm amid COVID-19: permanent or transient?. *Journal of health management*, 22(2), 291-301.
- Putra, R. (2021). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 516-524.
- Redcay, E., & Schilbach, L. (2019). Using second-person neuroscience to elucidate the mechanisms of social interaction. *Nature Reviews Neuroscience*, 20(8), 495-505.
- Ristiani, E. (2022). *Pengaruh Lokasi dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Istana Ayam Barongan Kudus)* (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS).
- Rusdianto, A. (2020). *Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Komparatif Konsumen Indomaret dan Alfamart Batanghari)* (Doctoral dissertation, IAIN Metro).
- Santoso, D. A., & Amaliyah, F. (2022, December). Keterampilan Proses Mahasiswa PGSD dalam Pembelajaran Kooperatif dengan Strategi Course Review Horay secara Daring. In *Prosiding Seminar Nasional Dies Natalis Universitas Muria Kudus* (Vol. 1, No. 1, pp. 204-209).
- Santos, V., Ramos, P., Sousa, B., Almeida, N., & Valeri, M. (2022). Factors influencing touristic consumer behaviour. *Journal of Organizational Change Management*, 35(3), 409-429.
- Utami, W., Hadi, A. H., & Dewi, A. R. (2022). ANALISIS SPASIAL PERUBAHAN PENGGUNAAN LAHAN AKIBAT PEMBANGUNAN JALAN LINGKAR KUDUS

DI DESA JATI WETAN. *GEOGRAPHY: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan*, 10(2), 211-226.

Wiyono, W., & Wardhana, I. A. (2021). Analisis Lokasi, Keberagaman Produk, Harga dan Perilaku Konsumen dengan Minat sebagai moderasi terhadap Kepuasan Konsumen Muslim. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 4(2), 1096-1103.