BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam sebuah negara pasti mempunyai cita-cita untuk mewujudkan masyarakatnya adil dan makmur. Pembangunan nasional yang dilakukan oleh bangsa Indonesia merupakan salah satu bentuk upaya agar tercapainya tujuan pembangunan sebuah negara yakni terciptanya kesejahteraan masyarakat yang sesuai dengan Undang-Undang Dasar dan Pancasila yakni sila ke lima. Dengan adanya pembangunan tersebut, pemerintah bermaksud untuk meningkatkan kemakmuran masyarakat secara bertahap dan berkesinambungan, yakni dengan cara melalui peningkatan pemenuhan kebutuhan konsumsi masyarakat. Karena peningkatan konsumsi masyarakat bergantung pada pendapatan yang mereka peroleh, sedangkan pendapatan yang mereka peroleh tergantung pada peningkatan produksi. Oleh sebab itu, sebagai pelaku ekonomi setiap individu masyarakat selayaknya turut serta dalam proses pembangunan.[1]

Upaya manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sudah ada ketika manusia itu dilahirkan. Setiap manusia akan membutuhkan harta untuk mencukupi segala kebutuhan hidupnya. Oleh sebab itu, setiap manusia akan berusaha untuk

---

[1] Gunawan Sumodiningrat, *Membangun Perekonomian Rakyat*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), hal.139

memperoleh harta kekayaan. Untuk memperoleh harta maka masyarakat bisa dengan mengalokasikan sumber daya yang tersedia. Ilmu Ekonomi merupakan suatu ilmu yang mempelajari tentang suatu upaya-upaya yang dapat dijalankan untuk pengalokasian sumber daya yang tersedia untuk mencapai sebuah kepuasan atau kemakmuran dari masyarakat sendiri. Pada aktivitas keseharian yang dilakukan oleh masyarakat seperti aktivitas produksi, konsumsi dan pertukaran, hal tersebut termasuk telah mengalokasikan sumber daya yang tersedia. Ketiga aktivitas yang terjadi pada keseharian masyarakat tersebut mempunyai cakupan yang sangat luas dan termasuk pada ilmu ekonomi mikro.

Ilmu ekonomi mikro memiliki keterkaitan dengan kejadian-kejadian ekonomi pada unit-unit kecil dalam kegiatan ekonomi yang dilakukan masyarakat. Ilmu ekonomi mikro mempelajari tentang fungsi pada masing-masing industri dan bagaimana cara mereka untuk mengambil tindakan khususnya pada perusahaan bisnis dan rumah tangga. Teori ekonomi mikro mengkaji berbagai masalah ekonomi yang bersifat individual, seperti: bagaimana perilaku seorang konsumen mengambil keputusan berkonsumsi terhadap suatu jenis produk, bagaimana perilaku produsen dalam berproduksi yang sesuai dengan yang diinginkan konsumen.[2]

Dalam kehidupan setiap individu selalu muncul dan dapat merasakan yang namanya masalah ekonomi. Hal pokok tersebut terjadi karena adanya kesenjangan

---

[2] Lia Amaliawiati dan Asfia Murni, *Ekonomika Mikro*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2014), hal. 3

atau ketidaksesuaian antara kebutuhan dan tersedianya alat pemuas kebutuhan tersebut. Bagaimana tidak, secara umum kebutuhan masyarakat sangatlah banyak dan bermacam-macam, sedangkan keberadaan alat pemuas terbatas. Kelangkaan sumber daya yang tersedia mengakibatkan terjadinya kesenjangan tersebut. Dengan demikian dapat diketahui bahwa pokok permasalahan ekonomi terletak pada unsur kelangkaan sumber daya yang ada. Sumber daya tersebut terdiri atas: Sumber Daya Manusia, Sumber Daya Alam dan Sumber Daya Modal.[3]

Kegiatan manusia dalam ilmu ekonomi dapat dikelompokkan menjadi tiga, yakni: Produksi, disini kegiatan manusia dapat menaikkan atau menciptakan nilai guna pada suatu barang. Kegiatan produksi tersebut dapat berupa: mengubah bentuk suatu barang, memperdagangkan suatu barang. Yang kedua yakni Konsumsi, merupakan kegiatan manusia yang memanfaatkan atau menghabiskan nilai guna dari pada suatu barang. Dan yang ketiga yakni distribusi. Setiap kali melakukan sebuah kegiatan ekonomi, harus dilandaskan atau didasarkan pada suatu prinsip, yakni: prinsip ekonomi, prinsip skala prioritas dan prinsip rasionalits, agar semua sumber daya dapat digunakan dan teralokasikan dengan baik dan maksimal. Ketiga kegiatan tersebut terangkum dalam sebuah segmen yakni ekonomi pasar.[4]

Ekonomi pasar merupakan suatu sistem ekonomi yang mekanismenya telah diatur, dikontrol dan diarahkan sedemikian rupa oleh pasar itu sendiri atau disebut

---

[3] *Ibid.*, hal. 8
[4] *Ibid.*, hal. 6

mekanisme pasar. Peraturan dalam kegiatan produksi dan distribusi barang diserahkan atau dipercayakan pada individu masing-masing. Dalam sistem ekonomi ini, pasar bertindak sebagai tempat penyedia barang ataupun jasa, dengan harga tertentu sesuai dengan barang atau jasa permintaan konsumen. Kegiatan perdagangan ini muncul dari usaha masyarakat untuk mencari barang di luar batas wilayah sebagai pemenuh kebutuhan hidup. Jika masyarakat tidak pernah melakukan perdagangan eksternal ini, maka tidak perlu muncul adanya pasar sebagai pemenuh kebutuhan masyarakat yang tidak dapat dipenuhi sendiri.

Sebagai pusat kegiatan ekonomi masyarakat, pasar dapat diartikan sebagai tempat bertemunya atau berlangsungnya transaksi jual-beli antara konsumen atau pembeli dengan produsen atau penjual. Pasar tidak harus selalu merupakan sebuah tempat atau bangunan tertentu, melainkan hubungan yang terjadi pada penjual dan pembeli.[5] Pasar juga dapat diartikan sebagai pusat kebudayaan yang artinya merupakan tempat sarana untuk saling berinteraksi antar warga masyarakat sebagai tempat pusat informasi. Melalui interaksi yang terjadi dipasar yang melibatkan konsumen dan produsen, maka terbentuklah harga barang yang ada di pasar. Yang dimaksud dengan harga adalah banyaknya jumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan.

[5] Arifin Sitio dan Halomoan Tamba, *Koperasi Teori dan Praktik,* (Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2011), hal. 95

Suatu barang memiliki harga dikarenakan barang tersebut: mempunyai nilai guna, dibutuhkan dan ketersediaannya terbatas.[6]

Dalam sistem ekonomi, sebuah pasar mempunyai fungsi tersendiri, yang mana dari fungsi tersebut bertujuan untuk memuaskan perekonomian pasar dan mencapai kejayaan di dunia. Dari fungsi-fungsi tersebut harus dapat meyakinkan setiap orang bahwa dengan adanya pasar dapat memecahkan berbagai masalah.[7] Selama ini pasar telah menyatu dan menduduki tempat paling penting dalam sebuah kehidupan masyarakat sehari-hari. Dari pandangan masyarakat, pasar bukan hanya tempat bertemunya penjual dan pembeli melainkan juga sebagai wadah atau tempat untuk saling berinteraksi sosial.[8]

Perdagangan merupakan salah satu aktivitas penting dalam kehidupan manusia. Aktivitas perdagangan ini dilakukan untuk mencukupi kehidupan sehari-hari. Pertumbuhan penduduk yang sangat pesat menyebabkan kenaikan terhadap kebutuhan dan permintaan yang terjadi di masyarakat. Seiring dengan berkembangnya zaman serta pesatnya pertumbuhan penduduk, hal ini menyebabkan peningkatan kebutuhan akan pasar yang merupakan akses pemenuh kebutuhan hidup masyarakat. Peningkatan kebutuhan terhadap pasar menjadi cikal bakal muncul dan berkembangnya bentuk-bentuk pasar. Pada awalnya pasar ada dalam bentuk pasar rakyat yang tersebar di beberapa daerah. Namun, dengan

---

[6] Amaliawiati, *Ekonomika...*, hal. 17

[7] Henry Faisal Noor, *Ekonomi Publik*, (Padang: Akademi Permata, 2013), hal. 102

[8] Muhammmad Aziz Hakim, *Menguasai Pasar Mengeruk Untung*, (Jakarta: PT Krisna Persada, 2005), hal. 4

seiring berkembangnya kebutuhan manusia yang meningkat, munculah bentuk-bentuk pasar baru atau sering disebut pasar atau toko modern seperti supermarket dan minimarket.

Pada awalnya, pasar atau toko modern seperti supermarket dan minimarket hanya terdapat di kota-kota pada Negara maju. Di Indonesia, supermarket lokal telah ada sejak dulu, yakni tahun 1970-an meskipun hanya berada di kota-kota besar. Setelah itu supermarket bermerek asing mulai masuk ke Indonesia pada akhir tahun 1990-an. Sekarang ini banyak sekali berbagai macam supermarket yang bisa kita jumpai hampir di seluruh kota yang ada di Indonesia. Hal inilah yang menunjukkan bahwa perkembangan bisnis pasar modern yang berada di Indonesia cukuplah tinggi. Berbagai supermarket bermunculan di berbagai kota utama di Indonesia selama tiga dekade terakhir. Dan pada tahun 1998, pada saat awal pemberlakuan liberalisasi sektor ritel, pengelola supermarket asing mulai masuk ke dalam negeri.[9]

Kemajuan teknologi yang berkembang semakin cepat membuat semua menjadi semakin canggih, kemudahan dan kenyamanan di era sekarang pun mudah untuk didapatkan di berbagai sudut kota yang tidak lepas dari pasar.[10] Memang tidak bisa dipungkiri bahwa keberadaan pasar atau toko modern sekarang ini menjadi tuntutan dan konsekuensi dari gaya hidup modern yang berkembang di

---

[9] Suryadarma Daniel, *Dampak Supermarket Pasar dan Pedagang Ritel Tradisional di Daerah Perkotaan di indonesia,* (Jakarta: Laporan Penelitian Lembaga Penelitian Smeru, 2007), hal. 7

[10] Harmaizar Zaharuddin, *Menggali Potensi Wirausaha edisi 2,* (Bekasi Utara: CV Dian Anugrah Perkasa, 2006), hal. 26

masyarakat kita. Tidak hanya di pusat kota, tetapi juga sudah merambah sampai kota-kota kecil di tanah air. Kehadiran pasar atau toko modern memang membuat sensasi belanja tersendiri.

Di era sekarang ini sedang berkembang pesat pasar atau toko modern yang hampir memunahkan pasar rakyat. Persaingan antara pasar rakyat dan pasar atau toko modern semakin tak terkendali akhir-akhir ini. Dapat dilihat bahwa banyaknya pasar atau toko modern yang sedang bermunculan akhir-akhir ini menyita minat konsumen untuk berbelanja di pasar rakyat. Perkembangan pasar atau toko modern di Indonesia meningkat lebih pesat dibandingkan perkembangan pasar rakyat. Pembangunan pasar atau toko modern yang berkembang pesat saat ini dirasa berdampak buruk pada pasar rakyat, karena dengan pesatnya pembangunan pasar atau toko modern, pasar rakyat mengalami penurunan eksistensinya di lingkungan masyarakat.

Pembangunan pasar atau toko modern juga berdampak pada lingkungan seperti berkurangnya lahan persawahan, tanah kota, kebun yang dipergunakan untuk membangun pasar atau toko modern tersebut. Dengan keberadaan pasar atau modern, dapat mengubah kondisi sosial masyarakat. Anak-anak yang sebelum adanya pasar modern mereka bermain bersama teman-temannya di sekitar rumah, kini setelah dibangun pasar modern mereka lebih memilih untuk bermain ataupun jalan-jalan ke mall atau sejenisnya. Karena dampak yang ditimbulkan seperti itu,

muncul desakan agar ada pembatasan pembangunan supermarket, khususnya dengan lokasi-lokasi yang berdekatan dengan pasar rakyat.[11]

Pembangunan pasar atau toko modern yang terus berkembang dengan pesat seperti sekarang ini, beberapa pihak mengklaim akan berdampak terhadap eksistensi pasar rakyat dan pelaku usaha sejenis di sekitarnya. Dalam suatu penelitian, menyatakan bahwa di Indonesia pasar atau toko modern telah tumbuh sebesar 31,4%. Akan tetapi di samping itu, pasar rakyat mengalami penurunan sebesar 8%. Apabila keadaan ini terus dibiarkan, maka tidak menutup kemungkinan bahwa pasar rakyat akan mengalami kepunahan.[12]

Meskipun gaya hidup modern kini mudah untuk ditiru dan perkembangan pasar modern semakin hebat, akan tetapi banyak masyarakat yang masih memiliki dan mempunyai budaya untuk tetap berkunjung dan berbelanja ke pasar rakyat. Keberadaan pasar atau toko modern juga menimbulkan persepsi yang berbeda-beda dari setiap kalangan. Ada beberapa kelompok masyarakat yang berpandangan positif terhadap keberadaan pasar atau toko modern. Misalnya bagi kelompok masyarakat kalangan menengah keatas, keberadaan pasar atau toko modern dirasa sangat menguntungkan karena dapat memberikan fasilitas yang nyaman dan leluasa saat berbelanja. Akan tetapi, banyak juga masyarakat yang berpandangan negatif atas keberadaan pasar atau toko modern ini.

---

[11] Daniel, *Dampak Supermarket.....*, hal. 6

[12] Eka Yuliasih, *Studi Eksplorasi Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Usaha Ritel Waserda Dan Pedagang Pasar Tradisional Di Kecamatan Klirong Kabupaten Kebumen,* (Yogyakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2013), hal. 15

Di lain sisi, ada pasar rakyat yang masih membutuhkan perhatian khusus dari pemerintah. Seperti halnya pasar rakyat yang saat ini masih berhadapan dengan berbagai masalah pengelolaan yang kurang profesional dan ketidaknyamanan bagi pengunjung. Selain itu minat pembeli untuk berbelanja di pasar rakyat kian semakin berkurang dengan karena berbagai alasan, seperti tempat yang kurang bersih dan panas, banyak pengamen, barang kurang terjamin mutunya dan sering terjadi tindakan kriminal.

Pada dasarnya pasar rakyat merupakan pasar yang berperan penting dalam memajukan pertumbuhan ekonomi di Indonesia, dan memiliki keunggulan bersaing secara ilmiah. Adanya pasar khususnya pasar rakyat, merupakan salah satu indikator yang paling nyata dalam kegiatan ekonomi masyarakat pada suatu wilayah.[13] Dengan keberadaan pasar rakyat saat ini dirasa sangat membantu, tidak hanya membantu bagi pemerintah daerah atau pemerintah pusat saja melainkan juga kepada masyarakat yang menggantungkan hidupnya dalam kegiatan berdagang serta memenuhi kebutuhan hidupnya. Pasar rakyat memiliki arti penting dalam upaya menyejahterakan kehidupan masyarakat baik pedagang, pembeli maupun pekerja pada kios tersebut.

Pasar rakyat identik dengan sistem tawar-menawar, hal inilah yang menjadi keunggulan pasar rakyat dibandingkan dengan pasar atau toko modern dimana penjual dan pembeli dapat melakukan proses transaksi terhadap barang yang akan

---

[13] Nahdliyul Izza, *Pengaruh Pasar Modern Terhadap Perdagangan Pasar Tradisional,* (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2011), hal. 40

dibeli, mutu barang yang akan dibeli dan yang terpenting menumbuhkan kesan akrab antara penjual dan pembeli. Interaksi sosial antara pedagang dan pembeli merupakan suatu budaya dalam masyarakat yang kemudian menjadi motivasi untuk berbelanja di tempat tersebut. Pasar rakyat banyak dijumpai di pedesaan yang umumnya menjual bahan-bahan makanan berupa ikan, sayur-sayuran, buah-buahan, daging, pakaian dan lain sebagainya. Struktur pengolahannya pun juga sangat tradisional.

Pasar rakyat yang menjadi milik pemerintah melakukan sebuah perencanaan ekonomi dalam menghadapi persaingan pasar atau toko modern. Perencanaan ekonomi dapat diartikan sebagai upaya-upaya yang dikeluarkan pemerintah dalam mengoordinasi pembuatan keputusan ekonomi dalam jangka panjang, serta untuk memengaruhi , mengarahkan dan dalam beberapa kasus tertentu juga untuk mengendalikan tingkatan dan laju pertumbuhan variabel – variabel ekonomi pokok demi tercapainya tujuan-tujuan pembangunan. Upaya-upaya yang dilakukan pemerintah tersebut dengan melalui perbaikan revitalisasi pasar dari keadaan sebelumnya. Revitalisasi pasar dengan memperbaiki fisik dalam bentuk bangunan maupun dalam tataran manajemen pengelolaan dan administratif agar lebih profesional yang dilakukan oleh Dinas Pasar.[14]

Dari kedua pasar tersebut sama-sama sebagai pemenuh kebutuhan masyarakat, dan kedua pasar tersebut juga memiliki kekurangan dan kelebihan

---

[14] Annis Indah Masitha, *Dampak Sosial Ekonomi Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pedagang*, Jurnal Sosek Pekerjaan Umum, Vol. 2 No. 1, hlm. 42

masing-masing. Dimana pasar atau toko modern juga memiliki kelebihan tersendiri yakni mempermudah masyarakat dalam memenuhi kebutuhan konsumsi mereka sehari-hari, karena pasar atau toko modern menyediakan barang yang diperdagangkan dengan lengkap. Selain itu, pasar atau toko modern juga banyak berdiri di tengah-tengah pemukiman warga, sehingga mudah untuk dijangkau. Dengan munculnya pasar atau toko modern tersebut minat konsumen untuk ke pasar rakyat sangat berkurang dan beralih ke pasar modern tersebut. Disisi lain pasar rakyat juga memiliki kekurangan yakni seperti tempatnya yang dirasa kurang bersih, barang yang diperdagangkan tidak lengkap, dan lain-lain.

Kini banyak pasar rakyat yang telah direvitalisasi atau direnovasi sedemikian rupa dengan tujuan menarik kembali perhatian masyarakat dan agar pengunjung merasa nyaman untuk berbelanja di pasar rakyat. Lantai yang semula becek, direnovasi diganti dengan lantai keramik, kebersihan pun juga terjaga. Banyak orang yang senang berbelanja di pasar rakyat karena transaksi yang terbilang fleksibel alias adanya tawar menawar sampai kedua belah pihak setuju atau sepakat. Berbeda dengan pasar atau toko modern yang harganya sudah tertera pada barang dan harus dibayar sesuai dengan jumlah harga yang tertera pada label.

Setelah dilakukan revitalisasi pasar yang seharusnya akan meningkatkan kesejahteraan pedagang, namun ada beberapa pedagang yang mengalami penurunan pendapatan dan juga memiliki pendapatan tetap. Dengan adanya bangunan baru yang telah disiapkan untuk para pedagang yang berada di pinggir

jalanan, mereka menolak untuk berpindah tempat dagang dengan berbagai alasan, tempat yang terlalu kecil, pengap dan kalau mati lampu gelap.

Kabupaten Tulungagung sendiri memiliki 32 pasar rakyat yang tersebar di seluruh kecamatan, salah satunya yakni Pasar Rakyat Ngemplak. Pasar Rakyat Ngemplak ini merupakan salah satu pasar terbesar di Tulungagung dan pasar ini juga menjadi pusat perdagangan di Tulungagung. Pasar Rakyat Ngemplak ini terkenal sebagai penyedia atau unggul dalam perdagangan buah-buahan dan juga sayur-sayuran. Akan tetapi secara keseluruhan, pasar ini juga menyediakan berbagai macam kebutuhan lainnya, sebagai pemenuh kebutuhan masyarakat yang juga harganya relatif lebih murah dibanding pada tempat lainnya.

Pasar Rakyat Ngemplak pada awalnya hanya beroperasi pada sore hari, yaitu mulai pukul 16.00 sampai malam hari (pukul 24.00) setiap harinya, sehingga lebih dikenal dengan sebutan "Pasar Sore". Namun dengan berkembangnya pasar ini, maka Pasar Rakyat Ngemplak menjadi pasar yang selalu buka setiap saat, tanpa mengenal hari dan pasaran dan jam operasionlanya sehari semalam, yaitu mulai pukul 00.00 sampai pukul 00.00 lagi, atau dengan kata lain terus buka 24 jam.[15]

Pasar Rakyat Ngemplak ini merupakan salah satu pasar yang telah direvitalisasi. Revitalisasi pada Pasar Rakyat Ngemplak ini dilakukan secara bertahap, karena saking luasnya pasar ini. Pasar ini memiliki luas tanah kurang lebih 41.372 m2. Dan revitalisasi yang sudah dilakukan hanya pada bagian depan.

[15] Wawancara Dengan Bapak Sony (Bagian Pasar DISPERINDAG Kabupaten Tulungagung) Tanggal 30 Desember 2019

Sebelum direvitalisasi Pasar Rakyat Ngemplak ini kondisinya sangat memprihatinkan. Ketidaklayakan serta kurang memadainya sarana prasarana yang ada di pasar ini membuat pasar ini rendah tingkat kenyamanan dan juga memprihatinkan kebersihannya. Banyaknya pengunjung yang parkir motor sembarangan membuat pengunjung yang berjalan kaki kesusahan untuk berjalan. Tidak sedikit pula pengunjung yang menggunakan motor untuk berkeliling pasar.

Pasar Rakyat Ngemplak ini mempunyai letak geografis yang sangat strategis karena termasuk dalam wilayah kota di Tulungagung. Pasar ini sangat dikenal oleh masyarakat Kabupaten Tulungagung, dan pasar ini juga selalu ramai setiap harinya. Pasar Rakyat Ngemplak ini juga menjadi salah satu pasar yang dituju atau diincar oleh para pengunjung dari luar kota. Pasar ini mempunyai potensi yang sangat besar dalam meningkatkan perekonomian, baik perekonomian pedagang, masyarakat sekitar maupun perekonomian di Tulungagung pada sektor perdagangan.

Di Tulungagung di dominasi oleh pertumbuhan pasar atau toko modern yang sangat cepat. Pasar atau toko modern terus bermunculan pada setiap tahunnya.

Tabel 1.1
PERBANDINGAN PASAR RAKYAT DAN PASAR ATAU TOKO MODERN DI TULUNGAGUNG PADA TAHUN 2018

No.	Nama Pasar Rakyat dan Lokasi	Pasar atau Toko Modern dan Lokasi
1.	**Kecamatan Tulungagung**	1. PT. SUMBER ALFARIA TRIJAYA Jl. P. Sudirman No.45 Kel. Kepatihan

No.	Nama Pasar Rakyat dan Lokasi	Pasar atau Toko Modern dan Lokasi
	1. Pasar Ngemplak Kelurahan Botoran	2. PT. SUMBER ALFARIA TRIJAYA Jl. Ki Mangun Sarkoro 01 Tamanan
	2. Pasar Wage Kelurahan Kenayan	3. PT. SUMBER ALFARIA TRIJAYA Jl. Letjend Suprapto
	3. Pasar Tamanan Kelurahan Tamanan	4. PT. SUMBER ALFARIA TRIJAYA Jl. Abd. Fatah Kel. Botoran
	4. Pasar Pds/Loak Kelurahan Karangwaru	5. PT. INDOMARCO PRISMATAMA Jl. Letjend Suprapto 34 A
2.	**Kecamatan Boyolangu**	6. PT. INDOMARCO PRISMATAMA Jl. MT. Hariyono
	1. Pasar Boyolangu Desa Boyolangu	7. PT. INDOMARCO PRISMATAMA Jl. Mayor Sujadi No. 34 Kel. Jepun
	2. Pasar Hewan Beji Desa Beji	8. PT. SUMBER ALFARIA TRIJAYA Jl. DR. Wahidin Sudiro Husodo 29 Kedungwaru
	3. Pasar Burung Beji Desa Beji	9. PT. SUMBER ALFARIA TRIJAYA Jl. Pahlawan Kedungwaru
3.	**Kecamatan Campur Darat**	10. PT. SUMBER ALFARIA TRIJAYA Jl. Mayor Sujadi Timur No. 150 Ds. Plosokandang, Kec. Kedungwaru
	1. Pasar Campurdarat Desa Campurdarat	11. PT. INDOMARCO PRISMATAMA Jl. Wahidin SH. Kedungwaru
	2. Pasar Ngentrong Desa Ngentrong	12. PT. INDOMARCO PRISMATAMA Jl. Stadion, Ds. Plandaan Kec. Kedungwaru
		13. PT. INDOMARCO PRISMATAMA Ds. Mangunsari Kec. Kedungwaru
4.	**Kecamatan Tanggunggunung**	14. PT. INDOMARCO PRISMATAMA Jl. Jayeng Kusuma Kec. Kedungwaru
	1. Pasar Tanggunggunung Desa Tanggunggunung	15. PT. INDOMARCO PRISMATAMA

No.	Nama Pasar Rakyat dan Lokasi	Pasar atau Toko Modern dan Lokasi
		Ds. Ketanon Kec. Kedungwaru Kab.
5.	**Kecamatan Besuki**	16. PT. SUMBER ALFARIA TRIJAYA Jl. Raya Boyolangu Kec. Boyolangu
	1. Pasar Besuki Desa Tanggulwelahan	17. PT. INDOMARCO PRISMATAMA Jl. Raya Boyolangu No. 04 Kec. Boyolangu Tulungagung
6.	**Kecamatan Bandung**	18. PT. INDOMARCO PRISMATAMA Jl. Mastrip Ds. Beji Kec. Boyolangu Tulungagung
	1. Pasar Bandung Desa Bandung	19. PT. INDOMARCO PRISMATAMA Ds. Tanjung Kec. Kalidawir
7.	**Kecamatan Pakel**	20. PT. INDOMARCO PRISMATAMA Jl. Raya Ngunut Kec. Ngunut
	1. Pasar Sukoanyar Desa Sukoanyar	21. PT. INDOMARCO PRISMATAMA Jl. Raya II No. 39 Kec. Ngunut
8.	**Kecamatan Gondang**	22. PT. INDOMARCO PRISMATAMA Ds. Ngunut Kec. Ngunut
	1. Pasar Gondang Desa Gondang	23. PT. SUMBER ALFARIA TRIJAYA Ds. Mergayu Kec. Bandung
9.	**Kecamatan Kauman**	24. PT. INDOMARCO PRISMATAMA Ds./Kec. Bandung
	1. Pasar Kauman Desa Kauman	25. PT. INDOMARCO PRISMATAMA Ds./Kec. Gondang
10.	**Kecamatan Pagerwojo**	26. PT. INDOMARCO PRISMATAMA Ds. Jarakan Kec. Gondang
	1. Pasar Pagerwojo Desa Pagerwojo	27. PT. SUMBER ALFARIA TRIJAYA Ds. Panjerejo Kec. Rejotangan
	2. Pasar Mulyosari Desa Mulyosari	28. PT. INDOMARCO PRISMATAMA Ds. Panjerejo Kec. Rejotangan
11.	**Kecamatan Karangrejo**	29. PT. INDOMARCO PRISMATAMA

No.	Nama Pasar Rakyat dan Lokasi	Pasar atau Toko Modern dan Lokasi
		Ds./Kec. Rejotangan
	1. Pasar Karangrejo Desa Karangrejo	30. PT. INDOMARCO PRISMATAMA Ds. Panggungrejo Kec. Kauman
12.	**Kecamatan Sendang**	31. PT. INDOMARCO PRISMATAMA Jl. Semeru Kec. Kauman
	1. Pasar Sendang Desa Sendang	32. PT. SUMBER ALFARIA TRIJAYA Ds. Sidorejo Kec. Kauman
	2. Pasar Dono Desa Dono	33. PT. INDOMARCO PRISMATAMA Jl. Raya Karangrejo
13.	**Kecamatan Ngantru**	34. PT. INDOMARCO PRISMATAMA Campurdarat
	1. Pasar Pojok Desa Pojok	35. PT. SUMBER ALFARIA Dsn. Sembon Kec. Karangrejo
	2. Pasar Ngantru Desa Ngantru	36. PT. SUMBER ALFARIA Dsn/Ds. Ringinpitu Kec. Kedungwaru
	3. Pasar Srikaton Desa Srikaton	37. PT. INDOMARCO PRISMATAMA Dsn. Klaten Ds. Tegalrejo Kec. Rejotangan
14.	**Kecamatan Kedungwaru**	38. PT. INDOMARCO PRISMATAMA Ds. Wates Kec. Sumbergempol
	1. Pasar Dahlia Desa Kedungwaru	39. PT. INDOMARCO PRISMATAMA Jl. Demuk Ds. Panjerejo Kec. Rejotangan
15.	**Kecamatan Sumbergempol**	40. PT. INDOMARCO PRISMATAMA Jl. Raya Tenggur Kec. Rejotangan
	1. Pasar Sumbergempol Desa Sumberdadi	41. PT. INDOMARCO PRISMATAMA Jl. Kepuh Rejo Kec. Ngantru
	2. Pasar Bendilwungu Desa Bendilwungu	42. PT. SUMBER ALFARIA TRIJAYA Ds. Kalangan Kec. Ngunut
16.	**Kecamatan Ngunut**	43. PT. SUMBER ALFARIA TRIJAYA

No.	Nama Pasar Rakyat dan Lokasi	Pasar atau Toko Modern dan Lokasi
		Ds. Panjerejo Kec. Rejotangan
	1. Pasar Ngunut Desa Ngunut	44. PT. SUMBER ALFARIA TRIJAYA Jl. Raya Ngunut No. 06 Ds/Kec. Ngunut
	2. Pasar Hewan Ngunut Desa Gilang	45. PT. INDOMARCO PRISMATAMA Jl. Raya Sodo Ds. Sodo Kec. Pakel
17.	**Kecamatan Rejotangan**	46. PT. INDOMARCO PRISMATAMA Jl. Raya Gragalan Ds. Plosokandang Kec. Kedungwaru
	1. Pasar Rejotangan Desa Rejotangan	47. PT. INDOMARCO PRISMATAMA Jl. Raya Batangsaren Ds. Batangsaren Kec. Kauman
	2. Pasar Panjerejo Desa Panjerejo	48. PT. INDOMARCO PRISMATAMA Jl. Mayjen Sungkono No. 31 Kel. Kutoanyar
18.	**Kecamatan Kalidawir**	49. CV. DUTA ALKESINDO Ds. Jarakan Kec. Gondang
	1. Pasar Karangtalun Desa Karangtalun	50. CV. KARYA AGUNG Jl. Patimura No. 06 Ds. Gedangsewu Kec. Boyolangu
	2. Pasar Domasan Desa Domasan	51. CV. NICKY BERKAT ANUGERAH Jl. Pahlawan No. 08 Ds/Kec. Kedungwaru
19.	**Kecamatan Pucanglaban**	52. PT. INDOMARCO PRISMATAMA Dsn. Karangtengah Ds. Pulosari Kec. Ngunut
	-	53. PT. INDOMARCO PRISMATAMA Ds. Ringinpitu Kec. Kedungwaru
		54. PT. INDOMARCO PRISMATAMA Jl. Raya Sawo Ds. Sawo Kec. Campurdarat

No.	Nama Pasar Rakyat dan Lokasi	Pasar atau Toko Modern dan Lokasi
		55. TANOSI Kel. Kutoanyar Kec/Kab.Tulungagung
		56. CV. SEDULUR SEJAHTERA Jl. Raya Karangtalun Ds. Karangtalun Kec. Kalidawir
		57. CANDI MINIMARKET Jl. Teuku Umar No. 57-59 Kel. Kutoanyar
		58. PT. SUMBER ALFARIA TRIJAYA Ds. Wajak Lor Kec. Boyolangu
		59. 99 SWALAYAN Jl. Raya Puser Ds. Sumberdadap Kec. Pucanglaban
		60. PT. INDOMARCO PRISMATAMA Jl.P. Diponegoro Kel. Tamanan
		61. PT. INDOMARCO PRISMATAMA Jl. Hos Cokroaminoto Ds. Sobontoro Kec. Boyolangu
		62. PT. INDOMARCO PRISMATAMA Ds. Winong Kec. Kedungwaru
		63. PT. INDOMARCO PRISMATAMA Jl. Raya Demuk Ds/Kec. Ngunut
		64. CV. PUTRA JAYA Jl. Bandung Durenan Ds. Suruhan Lor Kec. Bandung
		65. CV. WIRA PERKASA ABADI Jl. Dr. Wahidin Sudiro Husodo Ds/Kec. Kedungwaru
		66. PT.DUNIA BELANJA INDONESIA Jl.P. Diponegoro, Kel. Tamanan
		67. PT.DUNIA BELANJA INDONESIA Jl.Abdul Fatah Barat, Kel.Botororan

No.	Nama Pasar Rakyat dan Lokasi	Pasar atau Toko Modern dan Lokasi
		68. PT.INDOMARCO PRISMATAMA Jl.Abdul Fatah No.10 Ds. Mangunsari Kec .Kedungwaru
		69. PT. ERA NGUNUT RETAILINDO Jl. Raya Ngunut Kec. Ngunut
		70. PT. INDOMARCO PRISMATAMA Ds. Wates Kec. Sumbergempol
		71. PT. INDOMARCO PRISMATAMA Jl. Stadion, Ds. Plandaan Kec. Kedungwaru
		72. PT. INDOMARCO PRISMATAMA Ds. Balesono Kec. Ngunut

Sumber: Data Pasar Rakyat dan Pasar Modern 2018 dari DISPERINDAG

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah pasar rakyat memang lebih sedikit dibandingkan dengan jumlah pasar atau toko modern yang ada di Tulungagung. Pasar rakyat memang dari segi kuantitas tidak bertambah, akan tetapi dari segi kualitas diperbaiki guna untuk kenyamanan pengunjung.

Dari latar belakang masalah seperti di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap masalah yang terjadi pada pasar rakyat tersebut. Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui strategi apa yang bisa digunakan untuk mengembalikan eksistensi pasar rakyat agar mampu bersaing dengan pasar atau toko modern, apalagi pendirian pasar-pasar modern tersebut tidak jauh dari tempat pasar rakyat. Oleh sebab itu, penulis mengambil judul penelitian ini **"STRATEGI PENGEMBANGAN PASAR RAKYAT**

NGEMPLAK KABUPATEN TULUNGAGUNG OLEH UNIT PELAKSANA TEKNIS DINAS (UPTD) PASAR DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN PASAR MODERN”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang dan identifikasi masalah di atas, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana potensi Pasar Rakyat Ngemplak dalam meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar ?
2. Bagaimana pengaruh adanya pasar atau toko modern bagi perekonomian pedagang Pasar Rakyat Ngemplak ?
3. Bagaimana strategi Pasar Rakyat Ngemplak agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan pasar atau toko modern ?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan ingin menjawab permasalahan yang telah dirumuskan di dalam rumusan masalah di atas. Secara konkrit, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mendeskripsikan potensi Pasar Rakyat Ngemplak dalam meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar
2. Untuk mendeskripsikan pengaruh adanya pasar atau toko modern bagi perekonomian pedagang Pasar Rakyat Ngemplak
3. Untuk mendeskripsikan strategi Pasar Rakyat Ngemplak agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan pasar atau toko modern

D. Batasan Masalah

Agar penulisan skripsi ini tidak menyimpang serta mengambang dari tujuan yang sudah tersusun, sekaligus dapat mempermudah peneliti dalam mencari data dan informasi yang diperlukan mengenai pasar rakyat. Maka peneliti memberikan batasan-batasan pada penulisian hasil penelitiannya, yakni:

1. Penelitian berfokus pada potensi dari Pasar Rakyat Ngemplak dan hal-hal yang berkaitan dengan persaingannya dengan pasar modern
2. Penelitian berfokus pada strategi pengembangan pasar rakyat yang berupa revitalisasi Pasar Rakyat Ngemplak.

E. Manfaat Penelitian

Dalam suatu penelitian, baik penelitian yang bersifat formal maupun nonformal pasti mengharapkan ada manfaatnya. Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian yang penulis lakukan ini, yakni diantaranya:

1. Manfaat Teoritis

Untuk pihak UPTD pasar rakyat, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai strategi yang perlu diterapkan atau dikembangkan di Pasar Rakyat Ngemplak sebagai daya tarik kepada konsumen atau pelanggan agar tetap menjadi pelanggan setia pasar rakyat.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Lembaga Pasar Rakyat Ngemplak

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang dapat dipertimbangkan oleh pihak pasar dalam menyusun rencana/strategi serta kebijakan dimasa sekarang dan masa mendatang guna meningkatkan daya tarik pembeli.

b. Bagi Akademis

Bagi Akademis, penelitian ini selain dapat dijadikan sebagai koleksi juga dapat dijadikan referensi bagi akademin Institut Agama Islam Negeri Tulungagung ataupun untuk orang lain yang membutuhkan hasil penelitian ini.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Pada penelitian ini memberikan informasi tentang strategi pengembangan yang seperti apa pada Pasar Rakyat Ngemplak agar tetap eksis di kalangan masyarakat dan mampu untuk bersaing dengan pasar modern. Sehingga penelitian ini dapat dijadikan pedoman atau referensi bagi peneliti selanjutnya.

F. PENEGASAN ISTILAH

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam penafsiran istilah dalam penelitian ini, maka peneliti akan menjelaskan istilah-istilah penting dalam hasil penelitian ini, adapun istilahnya yakni sebagai berikut:

1. Definisi konseptual

   a. Strategi

      Strategi merupakan suatu cara yang ditempuh untuk tercapainya suatu tujuan, berdasarkan pada analisa yang dilakukan terhadap faktor eksternal maupun internal.[16] Strategi adalah ilmu serta seni untuk mendayagunakan sumber daya yang ada untuk melaksanakan kebijaksanaan-kebijaksanaan tertentu dalam keadaan damai maupun perang.[17] Strategi merupakan fondasi dari tujuan organisasi untuk mencapai sasaran tertentu.[18]

   b. Pengembangan

      Pengembangan dalam manajemen dapat diartikan sebagai pengembangan keorganisasian yang meliputi serangkaian tindakan manajemen suatu organisasi, dengan partisipasi dari para anggota, dalam

---

[16] Sjafrizal, *Ekonomi Regional*, (Jakarta: Niaga Swadaya, 2008), hal. 209
[17] Tim Penyusun Kamus, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakartaa; Balai Pustaka, 1988)
[18] Sukarto Reksohadiprodjo, *Manajemen Strategik*, (Yogyakarta: BPFE 1987), hal. 11

proses perubahan pada organisasi yang bersangkutan. Hingga pada akhirnya dicapai kondisi yang lebih baik atau memuaskan.[19]

c. Pasar rakyat

Pasar rakyat adalah tempat bertemunya antara penjual dengan pembeli yang disertai dengan adanya transaksi secara langsung dan adanya proses tawar menawar, bangunan pasar rakyat biasanya terdiri dari kios-kios, los dan dasaran terbuka. Pasar rakyat menyediakan kebutuhan masyarakat sehari-hari, seperti bahan pokok makanan, buah, sayur-sayuran, pakaian, dll.[20]

d. Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD)

Unit pelaksana teknis dinas merupakan unsur pelaksana teknis dinas, yang mempunyai tugas melaksanakan sebagian tugas dinas sosial di bidang pelayanan umum.[21]

e. Persaingan

Persaingan dapat diartikan sebagai suatu proses sosial, dimana perorangan atau kelompok-kelompok saling bersaing, untuk mencari keuntungan melalui bidang-bidang tertentu yang menjadi pusat perhatian

---

[19] J. Winardi, *Manajemen Perubahan: (The Management Of Change) Edisi Pertama,* (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2015), hal. 140

[20] Satria, *Pasar Modern dan Psar Tradisional,* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hal. 18

[21] Dinas Sosial Daerah Istimewa Yogyakarta, "UPTD", dalam *http://dinsos.jogjaprov.go.id/?page_id=938*, diakses 26 Juni 2020

publik dengan cara menarik perhatian publik, tanpa mempergunakan kekerasan atau ancaman.[22]

f. Pasar modern

Pasar modern merupakan suatu pasar yang dibangun oleh pemerintah, swasta, atau koperasi yang berbentuk *mall*, *supermarket*, *departement store*, dan *shopping center* yang dikelola oleh manajemen modern dengan mengutamakan pelayanan dan kenyamanan berbelanja.[23]

2. Operasional

Berdasarkan penegasan konseptual di atas, maka secara operasional yang dimaksud dari "Strategi Pengembangan Pasar Rakyat Dalam Menghadapi Persaingan Pasar Atau Toko Modern" adalah bagaimana cara pasar rakyat dapat tetap eksis dan tetap mempunyai banyak pelanggan walaupun sedang marak-maraknya berkembang pasar atau toko modern. Dan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai bagaimana cara pasar rakyat tetap mampu bertahan.

G. SISTEMATIKA PENULISAN SKRIPSI

Agar mempermudah dan memperjelas dalam penyusunan penelitian ini, maka lebih baik dibuat susunan secara sistematis. Secara garis besar, penyusunan dalam penelitian ini terbagi menjadi enam bab, diantaranya:

---

[22] Yusnedi Achmad, *Sosiologi Politik*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), hal. 30
[23] *Ibid.*, hal. 9

BAB I merupakan Pendahuluan yang menjelaskan tentang latar belakang masalah pada penelitian ini, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat hasil penelitian, penegasan istilah, sistematika penulisan skripsi.

BAB II merupakan Landasan Teori yang menjelaskan tentang beberapa pokok teori yang terkait dengan variabel yang diteliti. Pokok teori ini bisa didapat dari berbagai sumber pustaka.

BAB III merupakan Metode Penelitian yang menjelaskan mengenai pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, tahap-tahap penelitian.

BAB IV merupakan Hasil Penelitian yang memaparkan tentang data dengan topik yang sesuai dengan pertanyaan-pertanyaan yang tertera dalam rumusan masalah dan hasil analisis data.

BAB V merupakan Pembahasan berisi tentang analisis dari data dan informasi yang didapat mengenai variabel.

BAB VI merupakan Penutup yang berisikan kesimpulan, saran atau rekomendasi.