

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Fungsi pengelolaan diyakini merupakan salah satu fungsi dari pemerintah guna untuk mencapai kesejahteraan masyarakat.¹ Tentunya ini juga berujung terciptanya konsep *Good Governance*, secara sederhana *Good Governance* pada umumnya diartikan pengelolaan pemerintah yang baik.

Dalam melaksanakan fungsi pengelolaan, pemerintah sekaligus dituntut untuk dapat memenuhi dan melindungi kebutuhan dan tuntutan tiap orang akan pelayanan publik sehingga keberadaan pemerintah dapat diterima oleh masyarakat.² Perlu diketahui bahwa ruang lingkup integral dari pelayanan publik salah satunya yaitu pengelolaan terhadap sarana dan prasarana pasar. Pengelolaan terhadap pasar ini dianggap penting karena untuk menghadirkan pasar yang lebih profesional baik demi kenyamanan para pedagang maupun masyarakat sebagai konsumen. Adapun tujuan dari pengelolaan terhadap pasar menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan dan pemberdayaan pasar tradisional yaitu dapat menciptakan pasar yang tertib, teratur aman, bersihm sehat dan meningkatkan pelayanan masyarakat.³

¹ Delly Mustofa, *Birokrasi Pemerintah*, (Bandung: Alfabeta, 2013), Hlm. 107.

² *Ibid.*, Hlm. 101.

³ *Ibid.*, Hlm. 107.

Di Indonesia, keberadaan pasar tradisional bukan semata merupakan unsur ekonomi tetapi lebih jauh kepada norma ranah budaya, sekaligus peradaban yang berlangsung sejak lama di berbagai wilayah di Indonesia. Di tengah arus modernitas keberadaan pasar tradisional sebagai suatu budaya bangsa saat ini mencoba untuk bertahan dan mengembangkan diri agar bisa bersaing di tengah arus tersebut.⁴

Pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah Daerah, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), dan Badan Usaha Milih Daerah (BUMD) termasuk kerjasama swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dengan proses jual beli barang degangan melalui tawar menawar, sedangkan pusat perbelanjaan atau sering disebut modern adalah suatu area tertentu yang terdiri dari satu atau beberapa bangunan yang didirikan secara vertikal maupun horizontal, yang dijual atau yang disewakan kepada pelaku usaha atau dikelola sendiri untuk melakukan kegiatan perdagangan barang.

Pasar tradisional memiliki berbagai potensi keunggulan, terutama keunggulan sosio emosional yang tidak dimiliki pasar modern. Kekuatan pasar

⁴ Yenika Sri Rahayu, *Strategi Pedagang Pasar Tradisional Menghadapi Persaingan Dengan Retail Modern dan Preferensi Konsumen*, (Blitar: Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya, 2012), Hlm. 5.

tradisional dapat dibuktikan dalam berbagai cara, termasuk harga yang relatif rendah, harga yang bisa ditawar, kedekatannya dengan pemukiman, dan berbagai macam barang segar. Keuntungan lainnya adalah kesempatan untuk menyentuh dan merasakan hal-hal yang seringkali cukup segar. Namun, hanya karena pasar tradisional memiliki keunggulan tertentu bukan berarti tanpa kekurangan. Pasar tradisional memiliki sejumlah kekurangan, termasuk persepsi bahwa pasar tersebut berlumpur, kotor, bau, dan penuh sesak dengan pembeli. Hal ini diperparah dengan ancaman perubahan kondisi sosial ekonomi masyarakat, dengan perempuan di perkotaan umumnya memiliki pekerjaan dan memiliki sedikit waktu untuk berbelanja di pasar tradisional.⁵

Munculnya berbagai jenis pasar modern yang berkembang pesat bagaikan jamur di musim hujan, pasar modern seperti minimarket dan supermarket kini semakin terlihat di setiap sudut kota, bahkan di perkotaan yang seharusnya pasar tradisional masih tumbuh dan berkembang.

Kelemahan utama pasar tradisional dalam bersaing dengan pasar modern adalah faktor karakteristik desain dan tampilan pasar, suasana, tata ruang, tata letak, variasi dan kualitas barang, promosi biaya, jam operasional pasar yang terbatas, dan optimalisasi ruang penjualan. Faktor lain yang berkontribusi terhadap keterbelakangan pasar tradisional adalah kurangnya daya dukung pedagang tradisional, yang meliputi strategi perencanaan yang buruk, akses modal yang terbatas karena jaminan yang tidak mencukupi, skala

⁵ Esther dan Didik, *Membuat Pasar Tradisional Tetap Eksis*, (Jakarta: Sinar Harapan, 2003), Hlm. 120.

ekonomi yang kurang, kurangnya kerjasama dengan pemasok besar, manajemen pengadaan yang buruk. , dan ketidakmampuan untuk beradaptasi dengan keinginan konsumen.

Pasar adalah suatu tempat dimana pembeli atau penjual bertemu untuk membeli atau menjual barang dan jasa atau faktor-faktor produksi. Dalam sehari-hari pasar diartikan sebagai suatu lokasi dalam artian geografis. Tetapi dalam pengertian teori ekonomi mikro adalah lebih luas lagi. Dalam teori ekonomi mikro pasar meliputi juga “pertemuan” antara pembeli dan penjual dimana antara keduanya tidak saling satu sama lain misalnia antara importir karet yang bertempat tinggal si Amerika dan eksportir karet di Indonesia yang melakukan transaksi jual beli melalui telex.⁶

Pasar modern terbuat dari bangunan yang megah dan permanen, fasilitas yang memadai, nyaman, aman, serta banyak diskon yang ditawarkan. Pasar modern merupakan pasar yang dikelola dengan manajemen modern, umumnya terdapat dikawasan perkotaan, sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen (umumnya anggota masyarakat kelas menengah ke atas) pasar modern antara lain mall, supermarket, departemen store, *shopping centre*, pasar swalayan, alfamart, indomaret dan lain sebagainya.

Pasar modern memiliki struktur yang indah dan permanen, serta fasilitas yang memadai, nyaman, dan aman serta berbagai diskon. Pasar yang dikelola manajemen modern dan umumnya terletak di wilayah perkotaan,

⁶ Ari Sudarman, *Teori Ekonomi Mikro*, Yogyakarta: BPEF, 2004, Hlm. 8.

berfungsi sebagai penyedia barang dan jasa berkualitas tinggi kepada konsumen (umumnya anggota masyarakat kelas menengah ke atas). Mall, supermarket, *departement store*, dan kompleks perbelanjaan adalah contoh pasar modern, seperti supermarket, alfamart, dan indomaret.

Keberadaan pasar modern juga memunculkan berbagai tanggapan dari berbagai kalangan masyarakat. Ada sebagian yang percaya bahwa keberadaan pasar modern adalah hal yang baik. Ketersediaan pasar modern misalnya, sangat berguna bagi kelas menengah ke atas karena mereka dapat membeli dengan mudah dan bebas di pasar modern. Namun, tidak jarang orang memiliki pandangan negatif atas keberadaannya. Mereka terganggu oleh kehadiran pasar modern di sekitar mereka.⁷

Munculnya berbagai jenis pasar modern yang sangat berkembang pesat bagaikan jamur dimusim hujan, gerai-gerai pasar modern seperti minimarket dan supermarket kini semakin banyak dilihat disetiap sudut perkotaan, bahkan di daerah sub urban yang seharusnya masih merupakan tempat bagi pasar tradisional tumbuh dan berkembang tetapi juga dapat dilihat adanya pasar modern.

Konsumen mencari dan mengunjungi pasar modern karena mengungguli pasar tradisional dalam hal bauran pemasaran, yang meliputi barang, harga, lokasi, dan promosi. Pertama, dari segi produk yang ditawarkan dapat dikatakan hampir identik, namun di pasar modern, variasi produk lebih

⁷ Nurmasari, *Dampak Pembangunan Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional Di Kota Pekanbaru*, Jurnal Aestetik, Vol. III No.2, 2019, Hlm 176-177.

banyak, tata letak produk lebih rapi, dan tentunya memudahkan konsumen untuk mencari informasi. dan membeli barang. Kualitas produk pasar saat ini lebih terjamin daripada pasar tradisional karena pasar modern selalu menjaga kualitas produknya untuk mempertahankan keunggulan kompetitifnya.

Penataan pasar tradisional yang dilakukan karena potensi pasar tradisional yang cukup besar dalam meningkatkan ekonomi kerakyatan dengan harapan pasar tradisional yang dianggap kumuh dan kotor mampu berkembang menjadi pasar yang lebih bersih

Pengelolaan pasar menjadi tanggung jawab pemerintah sebagai pelayanan sektor publik terhadap masyarakat karena dengan meningkatkan pelayanan sektor publik terhadap masyarakat karena dengan meningkatkan pengelolaan pasar tradisional yang baik dan efisien akan meningkatkan pula kepuasan pedagang maupun konsumen. Sebaliknya jika pengelolaan yang diberikan oleh pemerintah kurang efektif dan kurang efisien sementara pihak yang dilayani terus dituntut untuk memenuhi kewajiban dengan jalan membayar berbagai jenis retribusi, sementara disisi lain hak-hak mereka kurang dipenuhi, akhirnya akan timbul ketidakpuasan dari para konsumen atau pelanggan pasar maupun pedagang pasar, semakin lama pedagang maupun konsumen akan meninggalkan pasar tradisional karena di dalam pasar dipungut biaya, sementara itu kenyamanan serta pelayanan terhadap sarana dan prasarana tidak dirasakan sesuai dengan keinginan para pelanggan.⁸

⁸ Ega Agus Setyawan, *Strategi Analisis SWOT Dalam Pengelolaan Pasar Tradisional untuk Meningkatkan Kepuasan Pedagang dan Konsumen di Pasar Ngemplak Kabupaten Tulungagung*, (Tulungagung: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2020), Hlm. 5.

Di tengah maraknya pusat perbelanjaan baru yang megah dan modern pun pasar tradisional ternyata masih memiliki budaya untuk tetap berkembang dan berbelanja ke pasar tradisional.

Terdapat perbedaan yang sangat mendasar antara pasar tradisional dan pasar modern. Perbedaan itulah adalah di pasar tradisional masih terjadi proses tawar-menawar harga, sedangkan di pasar modern harga sudah pasti ditandai dengan label harga. Dalam proses tawar-menawar terjalin kedekatan personal dan emosional antara penjual dan pembeli yang tidak mungkin didapatkan ketika berbelanja di pasar modern. Terdapat suatu suasana yang khas di setiap pasar tradisional yang sangat menarik. Berbelanja di pasar tradisional memberikan suatu pertualangan dan *experience* tersendiri yang didapatkan di pasar modern.

Perubahan gaya hidup konsumen dalam perilaku membeli barang pasar diantaranya dipengaruhi oleh kemudahan dan penjaminan mutu dari pasar modern diantaranya: Pertama melalui skala ekonominya, pasar modern dapat menjual lebih banyak produk yang lebih berkualitas dengan harga yang lebih murah. Kedua informasi daftar harga setiap barang tersedia dan dengan mudah diakses publik. Ketiga pasar modern menyediakan lingkungan berbelanja yang lebih nyaman dan bersih, dengan jam buka yang lebih panjang dan menawarkan aneka pemilihan pembayaran seperti kartu kredit untuk peralatan rumah tangga berukuran besar. Keempat produk yang dijual di pasar

modern, seperti bahan pangan, telah melalui pengawasan mutu dan tidak akan dijual bila telah kedaluwarsa.⁹

Fenomena globalisasi memang tidak bisa dibendung. Demikian pula, perubahan perilaku dan kebiasaan konsumen dalam berbelanja. Namun, beberapa tahun ini ekspansi sektor ritel cenderung keblabasan. Di sektor ritel selama ini, ibaratnya berlaku hukum rimba. Siapa yang kuat dia menang, tanpa ada wasit penengah.¹⁰

Dengan adanya fenomena diatas, maka peneliti tertarik meneliti dan mengkaji lebih dalam terkait persoalan yang menjadi masalah polemik pada pengngelolaan pasar tradisional seperti ini. Berdasarkan uraian diatas dan permasalahan tersebut maka penulis tertarik untuk meneliti tentang permasalahan tersebut dalam bentuk skripsi yang berjudul “Strategi Pengelolaan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen”

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana perencanaan pasar tradisional dalam meningkatkan kepuasan konsumen di pasar Moropelang Kecamatan Babat Kabupaen Lamongan?
2. Bagaimana pelaksanaan pasar tradisional dalam meningkatkan kepuasan konsumen di pasar Moropelang Kecamatan Babat Kabupaten Lamongan?
3. Bagaimana pengawasan pasar tradisional dalam meningkatkan kepuasan konsumen di Moropelang Kecamatan Babat Kabupaen Lamongan?

⁹ Setiadi, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta: Kencana, 2003), Hlm. 30.

¹⁰ Dedi Mulyadi, 2021, *Pemberdayaan Pasar Tradisional Di Tengah Kepungan Pasar Modern*, Bandung: Media Sains Indonesi, Hlm 2.

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendiskripsikan perencanaan pasar tradisional dalam meningkatkan kepuasan konsumen di pasar Moropelang Kecamatan Babat Kabupaen Lamongan
2. Untuk mendiskripsikan pelaksanaan pasar tradisional dalam meningkatkan kepuasan konsumen di pasar Moropelang Kecamatan Babat Kabupaen Lamongan
3. Untuk mendiskripsikan pengawasan pasar tradisional terhadap kepuasan konsumen di pasar Moropelang Kecamatan Babat Kabupaen Lamongan

D. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang, permasalahan dibatasi yang lebih mengarahkan keterkaitan antara pengelolaan pasar tradisional terhadap kepuasan konsumen

E. Manfaat Penelitian

1. Kegunaan teoritis

Dalam penelitian ini sangat di harapkan bermanfaat dan berfaedah bagi perluasan ilmu pengetahuan dan penerapannya tentang peran industri dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi dalam bidang Ekonomi. Dan menambah wawasan keilmuan terkait Pengelolaan Pasar Tradisional Terhadap Kepuasan Pembelic

2. Kegunaan Praktis

Dapat membantu bagi masyarakat untuk memahami dan mengetahui pengelolaan pasar tradisional terhasap kepuasan konsumen dan sebagai upaya dalam rangka mewujudkan kesejahteraan pada masyarakat melewati kepuasan konsumen

3. Akademik

Dari hasil penelitian yang telah ditulis peneliti dapat menjadikan tambahan kutipan baru dan referensi bagi mahasiswa dalam jurusan Ekonomi Syariah Di kampus UIN Sayyid Ali Rahmatuallah Tulungagung

4. Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini di harapkan digunakan para peneliti selanjutnya guna bahan referensi yang akan digunakan sebagai penelitian selanjutnya mengenai pengaruh pasar modern terhadap pendapatan para pedagang pasar tradisional

F. Penegasan Istilah

1. Konseptual

a. Manajemen Strategi

Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarhan, dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi.¹¹

b. Pasar

¹¹ Toni H Handoko, *Manajemen*, (Yogyakarta: BPFE, 2003), Hlm. 2.

Menurut Philip Kotler pasar adalah tempat bagi penjual dan pembeli melakukan transaksi untuk memenuhi kebutuhannya.¹²

c. Pasar Modern

Pasar modern, tidak banyak berbeda dengan pasar tradisional, namun dalam pasar modern antara penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (*barcode*), akses lebih kecil, berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan secara mandiri atau dilayani oleh pramuniaga.¹³ Barang-barang yang dijual tidak hanya bahan makanan seperti: buah, sayur, daging. Tetapi sebagian besar barang lainnya yang dijual adalah barang yang dapat bertahan lama.

d. Pasar Tradisional

Pasar merupakan suatu tempat transaksi jual beli yang dilakukan oleh penjual dan pembeli pada saat tertentu.¹⁴ Sedangkan pasar tradisional secara istilah pasar berasal dari kata "*mercatu*" yang memiliki arti berdagang. Dengan kata lain pasar adalah tempat bertemunya antara pedagang dan konsumennya untuk diarahkan oleh keadaan suatu kegiatan mengenai permintaan dan penawaran dalam lingkup, proses, ruang dan waktu.

e. Kepuasan

¹² Philip Kotler, *Manajemen dan Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2001), Hlm 162.

¹³ Baso Swasta dan Irawan, *Managemen Pemasaran Modern, Liberty* (Yogyakarta: Delta Khairunnisa, 2002)

¹⁴ Baso Swasta dan Ibnu Sukotjo, *Pengantar Bisnis Modern: Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2007), Hlm. 191. seda

Kepuasan adalah upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Namun, ditinjau dari perspektif perilaku konsumen istilah kepuasan konsumen lantas menjadi sesuatu yang kompleks.¹⁵

2. Secara Operasional

Berdasarkan penegasan konseptual diatas maka secara operasional penelitian yang berjudul “Pengelolaan Pasar Tradisional Terhadap Kepuasan Konsumen” merupakan kajian mengenai pengelolaan pasar tradisional terhadap kepuasan konsumen.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk memudahkan memahami gambaran umum sesuai pembahasan yang sistematis, maka peneliti perlu mengemukakan sistematika penulisan penelitian ini. Sehingga diatur sedemikian rupa dalam satu sistematika penulisan berikut:

1. Bagian Awal Skripsi

Bagian pendahuluan skripsi berisi tentang halaman judul skripsi, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, halaman kata pengantar, halaman daftar isi, dan halaman abstrak.

2. Bagian Isi Skripsi

Bagian Isi Skripsi Secara garis besar, penulisan penelitian ini terdiri dari 6 (enam) bab. Masing-masing bab memiliki sub bab yang akan

¹⁵ Fanddy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Jawa Timur, Banyumedia Publishing: 2007), Hlm. 349.

memberikan penjelasan secara terperinci dan sistematis serta berkesinambungan agar dapat dipahami. Adapun sistematika penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN, dalam bab pertama akan dijelaskan gambaran singkat pembahasan yang akan dibahas dalam skripsi, yang terdiri dari: Latar belakang, identifikasi penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI, pada bab ini berisikan uraian tentang tinjauan pustaka yang berasal dari buku-buku teks yang berisi teori-teori dasar (*grand theory*) dan teori-teori yang dihasilkan dari penelitian-penelitian terdahulu. Dimana keberadaan teori tersebut digunakan sebagai penjelasan atau bahan pembahasan hasil penelitian di lapangan, yang terdiri dari: pengelolaan, pasar, pasar tradisional, pasar modern, kepuasan konsumen.

BAB III : METODE PENELITIAN, pada bab ini berisikan tentang pendekatan dan jenis penelitian yang dipilih, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahapan penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN, bab ini berisi tentang paparan data/temuan penelitian yang disajikan dalam sebuah

pertanyaan-pertanyaan penelitian dan hasil analisis data. Paparan data tersebut diperoleh dari pengamatan wawancara dan deskripsi informasi lainnya. Sehingga dalam bab ini merupakan penyajian paparan data dari lapangan yang telah disusun sedemikian rupa, yang terdiri dari: gambaran umum objek penelitian, hasil temuan, dan analisis data.

BAB V : PEMBAHASAN, bab ini membahas mengenai hasil dari penelitian pengaruh pasar modern terhadap pendapatan para pedagang pasar tradisional strategi bertahan pedagang pasar tradisional serta kaitannya dengan latar belakang maupun fokus penelitian dan teori yang ada, yang terdiri dari:, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan atau pengelolaan dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

BAB VI : PENUTUP, bab ini berisi tentang kesimpulan yang diperoleh dari hasil pembahasan serta saran-saran yang ditujukan peneliti kepada berbagai pihak yang berkepentingan terhadap objek penelitian.

3. Bagian Akhir Skripsi

Bagian akhir skripsi berisi tentang daftar pustaka dan lampiran-lampiran yang digunakan sebagai acuan dalam menyusun skripsi.