

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Strategi adalah cara yang ditempuh untuk mencapai suatu tujuan berdasarkan analisa yang dilakukan terhadap adanya faktor internal dan eksternal. Pada sebuah organisasi bisnis dan perusahaan strategi merupakan cara untuk memperoleh keuntungan yang besar, sebaliknya dalam organisasi non bisnis atau non komersil strategi adalah cara untuk memuaskan anggotanya.²

Pengertian strategi ini pada prinsipnya berhubungan dengan tujuan yang akan dicapai, cara – cara penentuan serta metode penggunaan sarana – saran tersebut. Strategi ini terdiri dari kegiatan kegiatan penting yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan pengembangan. Secara konseptual yang diaksud strategi pengembangan adalah cara yang dilakukan untuk menganalisis perusahaan dan organisasi baik kondisi internal meliputi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki maupun meliputi peluang dan ancaman yang harus di hadapi, kemudian akan dicari alternatif untuk merumuskan strategi yang tepat dalam pengembangan yang akan dilakukan. Strategi pengembangan disini akan diterapkan dalam lingkup pasar.

² Syafrizal, *Ekonomi Regional* (Jakarta : Niaga Swadaya, 2008), hal 209

Pengertian pasar adalah tempat bertemunya antara penjual dan pembeli untuk saling berinteraksi dalam jual beli suatu kebutuhan seperti barang, jasa, dan tenaga kerja. Peran dari pasar sendiri sangat penting dalam menunjang perekonomian masyarakat, karena masyarakat bisa menambungkan hidupnya melalui pasar dengan cara berdagang. Pasar adalah sebuah mekanisme yang dapat mempertemukan pihak penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi atas barang dan jasa, serta proses penentuan harga. Syarat utama terbentuknya pasar adalah adanya pertemuan penjual dan pembeli, baik dalam satu tempat ataupun dalam tempat yang berbeda. Pasar memiliki peran yang cukup signifikan untuk menggerakkan roda perekonomian.³

Dapat dilihat dari bentuk karakteristik pasar terbagi menjadi dua, yakni pasar tradisional dan pasar modern. Hal ini bisa dilihat dari yang paling menonjol pada sisi sistem manajemen pasar, kualitas interaksi, dan transaksi serta fasilitas fisik yang diberikan. Pasar modern untuk menarik pelanggannya supaya memiliki keinginan belanja disana memprioritaskan konsep profesionalisme dan kualitas pelayanannya. Oleh karena itu, pada pembangunan di awal proyek ini mereka mempertimbangkan dengan baik antara perpaduan dan kenyamanan yang pas melalui penyediaan lahan parkir yang tidak sempit, ruang yang nyaman, kemudahan akses dengan transportasi umum, pemilahan jenis barang yang tepat, serta pelayanan yang

³ Ikhwan Abidin Basri, *Menguak Peikiran Ekonomi Ulama Klasik*, (Jakarta:Aqwam,2007), hal. 132

bisa memuaskan pelanggan. Sedangkan pada pasar tradisional identik dengan kondisi yang kumuh, jorok, dan berdesak – desakkan. Pelayanan dari pedagang yang sering memanipulasi terhadap kualitas dan kuantitas barang. Dengan ini masyarakat kurang mempercayai dan kurang tertarik untuk belanja di pasar tradisional.⁴

Pasar tradisional di Indonesia sudah berdiri sejak dahulu yang berawal dari adanya sistem barter. Pasar tradisional memiliki potensi yang bisa dibidang cukup tinggi karena merupakan representasi dari masyarakat yang berasal dari golongan menengah bawah. Mereka seperti para pedagang dengan skala kecil dan menengah menggantungkan ekonominya untuk menyambung hidupnya dengan cara berjualan. Sudah seharusnya pemerintah memberikan dukungan dan kontribusinya terhadap pasar rakyat demi meningkatkan kepuasan para pedagang melalui peningkatan pendapatan.

Salah satu regulasi yang dikeluarkan oleh pemerintah dengan tujuan meningkatkan kualitas pasar tradisional diantaranya dengan mengeluarkan Peraturan Menteri dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012 tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional. Peraturan pada

⁴ Nel Arianty, Analisis Perbedaan Pasar Modern dan Pasar Tradisional Ditinjau Dari Strategi Tata Letak dan Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Posisi Tawar Pasar Tradisional (*Jurnal Manajemen & Bisnis*, Vol.13 No. 1, Tahun 2016), hal. 19. Diakses dalam <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/mbisnis/article/view/106>

Bab II pasal 2 disebutkan bahwa tujuan pengelolaan dan pemberdayaan pasar tradisional meliputi :

1. Menciptakan pasar tradisional yang tertib, teratur, aman, bersih, dan sehat.
2. Meningkatkan pelayanan kepada masyarakat.
3. Menjadikan pasar tradisional sebagai penggerak roda ekonomi daerah.
4. Menciptakan pasar tradisional yang berdaya saing dengan pusat pembelian dan toko modern.⁵

Penataan pasar tradisional dilakukan karena potensi pasar tradisional yang cukup besar dalam meningkatkan ekonomi kerakyatan dengan harapan pasar tradisional bisa berkembang menjadi pasar modern yang memberikan kepuasan pada pedagang.

Pada era sekarang ini, perkembangan pasar di Indonesia sangat pesat, perkembangan ini didominasi oleh tumbuh cepatnya pasar modern. Berkembangnya pasar modern ini hampir menggantikan seluruh posisi pasar tradisional di masyarakat. Strategi pengembangan yang dilaksanakan oleh pasar modern sudah sangat luas misalnya berbagai macam bentuk dan model penjualan yang menarik minat konsumen. Berbeda dengan pasar tradisional yang menggunakan model penjualan yang lama menjadi salah

⁵ Menteri dalam Negeri Republik Indonesia, *Peraturan enteri dalam Negeri Republik Indonesia* Nomer 20 Tahun 2012

satu fakta penyebab semakin tergesernya posisi pasar tradisional di minat masyarakat.

Dengan luas wilayah 126.140 Ha, Kabupaten Trenggalek terbagi menjadi 14 kecamatan dan 157 desa. Hanya 4 kecamatan yang mayoritas wilayahnya dataran yaitu Kecamatan Pogalan, Trenggalek, Tugu, dan Durenan. Sedangkan 10 Kecamatan lainnya adalah pegunungan. Data di bawah ini memaparkan jumlah pasar tradisional terbesar yang ada di Kabupaten Trenggalek yang berjumlah 5 pasar Tradisional. Jumlah keseluruhan pasar yang ada di Kabupaten Trenggalek yaitu setiap kecamatan memiliki rata rata 2 pasar yaitu 23 pasar tradisional.⁶

Tabel 1. 1

Pasar Tradisional terbesar yang ada di Trenggalek

No	Lokasi (Kecamatan)	Nama Pasar
1.	Kecamatan Trenggalek	Pasar Pon Trenggalek
2.	Kecamatan Pogalan	Pasar Bendo
3.	Kecamatan Gandusari	Pasar Gandu
4.	Kecamatan Karang	Pasar Karang
5.	Kecamatan Trenggalek	Pasar Shubuh Surondakan

Sumber : Satu Data Trenggalek⁷

⁶ BPK Perwakilan Provinsi Jawa Tmur, Kabupten Trenggalek, dalam <https://jatim.bpk.go.id/kabupatentrenggalek/#:~:text=Dengan%20luas%20wilayah%20126.140%20Ha,Kecamatan%20lainnya%20mayoritas%20desanya%20Pegunungan>, diakses pada 7 September 2023

⁷ <https://satudata.trenggalekkab.go.id/data/217/pasar-daerah-kabupaten-trenggalek>, diakses pada 7 September 2023

Berdasarkan data di atas, Pasar Pon yang terletak di pusat wilayah Kabupaten Trenggalek yaitu di Kecamatan Trenggalek menjadi salah satu dari 5 pasar terbesar yang ada di Trenggalek. Pasar pon mulanya pasar tradisional yang digunakan lokasi jual beli beberapa orang saja, namun seiring berjalannya waktu pasar pon semakin ramai pengunjung sehingga menarik perhatian para pedagang untuk berjualan di pasar pon. Jika pasar dikembangkan dengan baik, maka akan dapat mengubah citra pasar tradisional yang identik dengan kondisi kotor dan kumuh, menjadi lokasi perdagangan yang bersih, aman, dan nyaman. Hal ini juga akan berdampak pada meningkatnya daya beli masyarakat untuk melakukan jual beli sehingga juga akan meningkatkan kepuasan pedagang yang ada di lokasi pasar.⁸

Sayangnya, berdasar beberapa fakta dan pandangan terkait pasar tradisional memiliki kesan yang buruk dengan kondisi pasar yang kotor dan kumuh. Para pedagang juga mengeluhkan akan kondisi pasar yang tidak layak secara fisik maupun strategi pengembangannya. Unsur ketidakadilan mengenai lokasi berjualan juga menjadi bukti adanya problema dalam pengembangan pasar tradisional yaitu banyak pedagang lama yang membayar sewa lokasi berdagang namun sebagian pedagang baru memilih berjualan di area yang sembarangan dan tidak membayar sewa. Kondisi

⁸ Sistem Inforasi SATU DATA STATISTIK SEKTORAL, *Pasar Daerah Kabupaten Trenggalek*, dalam <https://satudata.trenggalekkab.go.id/data/217/pasar-daerah-kabupaten-trenggalek>, diakses pada 7 September 2023

sarana dan prasarana pasar tradisional juga kerap dikeluhkan oleh pedagang yang mempengaruhi kepuasan mereka dalam berdagang. Dalam hal ini pemerintah harus berkontribusi dalam pengembangan pasar yang layak bagi pedagang supaya menghilangkan kesan buruk di masyarakat. Seperti halnya Pasar Pon Kabupaten Trenggalek secara fisik pemerintah sudah melakukan pembangunan dengan membangun lokasi Pasar Pon menjadi lokasi yang indah, bersih, dan sangat menarik minat konsumen. Secara fisik sudah layak, namun banyak dikeluhkan oleh pedagang terkait pengelolaan yang tidak kunjung diperbaiki oleh pengelola pasar pon Kabupaten Trenggalek.

Pedagang yang melakukan aktivitas perniagaannya di Pasar Pon Kabupaten Trenggalek ini beragam, laki – laki, perempuan, tua, muda, dapat dijumpai di lokasi ini. Pasar Pon Trenggalek biasanya ramai pembeli pada hari hari tertentu misalnya menjelang hari raya Idul Fitri, juga pada malam hari misalnya pada malam minggu banyak kawula muda yang memanfaatkan lokasi pasar pon untuk berjualan angkringan. Dengan memaksimalkan potensi yang ada di Pasar Pon ini dapat meningkatkan pendapatan yang berdampak pada kepuasan pedagang dan mendorong kemajuan ekonomi. Agar pencapaian ini dapat dilakukan secara maksimal maka dianggap perlu menggali potensi yang ada untuk dikembangkan lebih jauh. Akan tetapi, jika orientasi berdagang hanya untuk mendapat keuntungan maka para pedagang akan menghalalkan segala cara untuk memperoleh apa yang mereka inginkan, dalam hal ini perilaku negatif bisa terjadi.

Pasar Pon Trenggalek merupakan salah satu dari beberapa pasar terbesar yang ada di Kabupaten Trenggalek yang dikelola oleh Pemerintah Kabupaten Trenggalek yang secara resmi pengelolaannya di serahkelolakan dari KemenPUPR kepada Pemerintah Kabupaten Trenggalek. Cakupan pedagang dan konsumen di Pasar Pon Trenggalek sangat luas dariseluruh wilayah Kabupaten Trenggalek karena akses yang mudah serta lokasi yang strategis.

Strategi pengembangan yang dilakukan di Pasar Pon Kabupaten Trenggalek secara tidak langsung melanjutkan tujuan awal pembangunan Pasar Pon secara fisik yaitu meningkatkan perekonomian lokal pada masa terjadinya Covid-19. Pada sekarang ini pengembangannya tidak hanya dilakukan pada bentuk fisik pasar saja, namun juga pengembangan dalam pengelolaan dengan tujuan terperolehnya kepuasan pedagang sebagai pelaku kegiatan ekonomi di pasar. Jika kepuasan baik konsumen maupun pedagang terpenuhi maka cita cita bernegara untuk menjadi negara yang makmur bisa direalisasikan.

Berdasarkan uraian di atas, penulis merasa tertarik untuk mengangkat judul : **“Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Menjadi Pasar Modern Dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang (Studi Kasus Pasar Pon Kabupaten Trenggalek)”**.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana perencanaan strategi pengembangan pasar tradisional menjadi pasar modern dalam meningkatkan kepuasan pedagang di Pasar Pon Kabupaten Trenggalek ?
2. Bagaimana pelaksanaan strategi pengembangan pasar tradisional menjadi pasar modern dalam meningkatkan kepuasan pedagang di Pasar Pon Kabupaten Trenggalek ?
3. Bagaimana evaluasi strategi pengembangan pasar tradisional mejadi pasar modern dalam meningkatkan kepuasan pedagang di Pasar Pon Kabupaten Trenggalek ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Untuk menganalisis perencanaan strategi pengembangan pasar tradisional menjadi pasar modern dalam meningkatkan kepuasan pedagang di Pasar Pon Trenggalek.
2. Untuk menganalisis pelaksanaan strategi pengembangan pasar tradisional menjadi pasar modern dalam meningkatkan kepuasan pedagang di Pasar Pon Trenggalek.
3. Untuk menganalisis evaluasi strategi pengembangan pasar tradisional menjadi pasar modern dalam meningkatkan kepuasan pedagang di Pasar Pon Trenggalek.

D. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka peneliti membatasi masalah agar tidak meluasnya pokok permasalahan yang telah ada dan memberi pembahasan yang sesuai dengan tujuan yang di tetapkan, maka akan di beri pembatasan yaitu :

1. Strategi pengembangan pasar tradisional menjadi pasar modern
2. Kepuasan pedagang
3. Pasar Pon Trenggalek

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan berguna sebagai suatu karya ilmiah yang dapat menunjang perkembangan ilmu pengetahuan dan dapat menjadi bahan informasi yang mendukung peneliti maupun pihak lain. Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan banyak manfaat bagi pengembangan ide, gagasan, maupun pemikiran guna meningkatkan kemajuan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang ekonomi. Dapat memberi masukan dalam mengembangkan kepuasan pedagang yang ada di Pasar Pon Kabupaten Trenggalek dan juga memberikan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan strategi pengembangan pasar tradisional dalam meningkatkan kepuasan pedagang.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi pengelola pasar

Penelitian ini diharapkan dapat mejadi masukan dan bahan pertimbangan oleh pengelola pasar Pon Kabupaten Trenggalek khususnya dalam hal strategi pengembangan potensi pasar dalam meningkatkan ekonomi masyarakat.

b. Kegunaan untuk peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai potret pengembangan pasar tradisional.

c. Bagi akademik

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk referensi guna menambah wawasan dan pengetahuan para pembaca

d. Bagi peneliti lanjutan

Penelitian ini bisa dijadikan rujukan referensi peneliti selanjutnya mengenai kajian imu pengetahuan peningkatan eekonomi masyarakat.

F. Penegasan Istilah

1. Secara Konseptual

Pada suatu penegasan istilah disini terdapat suatu variabel atau makna terkait dengan sumber yang sudah ada didalam suatu penelitian, yang mana nantinya inti yang telah didapatkan akan dijadikan suatu makna atau variabel, sehingga nantinya juga akan dirumuskan melalui faktor-faktor

variabel yang telah diamati. Dari sini makna yang didapat dalam penelitian ini yakni sebagai berikut:

a. Strategi Pengembangan

Strategi adalah fondasi tujuan organisasi untuk mencapai suatu sasaran khusus. Pengembangan dalam teori manajemen organisasi didefinisikan sebagai pengembangan keorganisasian yang meliputi serangkaian tindakan manajemen puncak suatu organisasi, dengan partisipasi para anggota keorganisasian, guna melaksanakan proses perubahan dan pengembangan dalam organisasi yang bersangkutan, hingga dari kondisi yang sedang berlaku sekarang, melalui proses yang berlangsung dalam waktu, dapat dilaksanakan aneka macam perubahan, hingga pada akhirnya dicapai kondisi yang lebih memuaskan dan lebih sesuai dengan tuntutan lingkungan.⁹

b. Pasar Tradisional

Istilah dari pasar tradisional adalah pasar yang dikelola secara sederhana dengan bentuk fisik tradisional yang menerapkan system transaksi tawar menawar secara langsung dimana fungsi utamanya adalah untuk melayani kebutuhan masyarakat. Harga yang berlaku di pasar tradisional ini mempunyai sifat yang tidak pasti, oleh karena itu bisa dilakukan tawar menawar. Satu komponen utama pembentukan komunitas

⁹ J.Winardi, Manajemen Perubahan: *Manajemen Perubahan : (The Management Of Change)* Edisi Pertama Kencana Prenada Media grup, 2015), hal. 140

masyarakat baik di desa maupun di kota sebagai lembaga distribusi berbagai macam kebutuhan manusia seperti bahan makanan, sumber energi, dan sumber daya lainnya. perkembangan penduduk dan kebudayaan selalu diikuti oleh perkembangan pasar tradisional sebagai salah satu pendukung penting bagi kehidupan manusia sehari-hari terutama di kawasan pedesaan.¹⁰

c. Pasar Modern

Pasar modern merupakan pasar yang dibangun dan dikelola dengan metode manajemen modern, yang didukung oleh teknologi yang mengutamakan pelayanan dan kenyamanan berbelanja. Karakteristik pasar modern dan pasar tradisional cenderung sama, hanya saja pada pasar modern terdapat implementasi perkembangan zaman misalnya terkait tata cara pembayaran dan lain sebagainya.¹¹

d. Kepuasan Pedagang

Kepuasan pedagang merupakan tanggapan masyarakat terhadap sinkronnya antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja atau hasil yang didapat. Pada hakikatnya pengertian kepuasan pedagang mencakup

¹⁰ Esther dan Didik, *Membuat Pasar Tradisional Tetap Eksis*, (Jakarta: Sinar Harapan, 2003), hal. 121

¹¹ Pariaman Sinaga, *Makalah Pasar Tradisional VS Pasar Tradisional*, (Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM).

perbedaan yang ada antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang didapatkan.¹²

2. Secara Operasional

Secara operasional dari judul "Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Menjadi Pasar Modern Dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang di Pasar Pon Kabupaten Trenggalek" menjelaskan bahwa dengan adanya strategi pengembangan pasar tradisional ini suatu cara agar pedagang yang berada di pasar Pon Kabupaten Trenggalek saat ini terus dapat berkembang serta meningkatkan kepuasan para pedagang yang berada di Pasar Pon Kabupaten Trenggalek.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi pada keseluruhan penelitian ini terdiri dari bagian awal, bagian utama, dan bagian akhir. Adapun uraian dari bagian-bagian tersebut antara lain:

1. Bagian Awal

Bagian awal terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak.

2. Bagian Utama

¹² Resti Putri Lestari, *Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang (Studi Kasus Pasar Stabat)*, (Skripsi Tidak Diterbitkan, Sumatra Utara 2019), hal. 23–24

- a. BAB I Pendahuluan: Bab I terdiri dari konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, identifikasi dan batasan masalah, manfaat penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan skripsi.
- b. BAB II Landasan Teori: Bab II terdiri dari landasan teori, penelitian terdahulu, dan kerangka konseptual.
- c. BAB III Metode Penelitian: Pada bab III ini akan membahas pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.
- d. BAB IV Hasil Penelitian: Bab IV ini akan membahas mengenai paparan data dan temuan dari hasil penelitian yang telah dilakukan.
- e. BAB V Pembahasan: Bab V berisi tentang analisis dengan cara melakukan konfirmasi dan sintesis antara temuan penelitian dengan teori dan penelitian yang terdahulu.
- f. BAB VI Kesimpulan: Bab VI terdiri dari kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

3. Bagian Akhir

Bagian akhir ini terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran yang berisi pedoman wawancara, surat izin penelitian, surat pernyataan keabsahan tulisan, daftar riwayat hidup, dokumentasi penelitian, dan kendali bimbingan skripsi.