

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Secara umum sektor perekonomian terbagi atas beberapa sektor yakni ada dari sektor primer, sektor sekunder ataupun tersier. Sektor seperti primer merupakan sektor penyedia bahan baku utama sedangkan sekunder adalah sektor yang mengarah ke bahan baku menjadi barang yang sudah jadi. Yang terakhir yakni tersier adalah mempunyai fungsi pendistribusian barang maupun jasa yang didapatkan dari sektor sekunder.

Salah satu sektor ekonomi yang mempunyai peran penting dalam kegiatan perekonomian adalah pasar, mengingat pasar merupakan tempat di mana kegiatan pendistribusian barang dan jasa dilakukan oleh produsen, distributor maupun oleh pedagang.¹ Sehingga mempunyai dampak signifikan bagi masyarakat yang terlibat di dalamnya, karena di dalamnya terdapat banyak transaksi yang terjadi. Jika pengelolaan pasar menjadi baik lantas mampu mengangkat perekonomian terutama para pelaku yang terlibat.

Perekonomian adalah salah satu hal yang penting agar suatu bangsa menjadi lebih maju.² Jika pemanfaatan sektor ekonomi seperti pasar dilakukan dengan maksimal masyarakat indonesia pasti juga pastinya akan berdampak signifikan, karena pasar juga salah satu penunjang ekonomi suatu wilayah.

Sejak zaman dulu pasar sudah dikenal oleh masyarakat. Mereka memanfaatkan sebagai tempat alat tukar menukar barang. Di pasar orang-orang yang membutuhkan barang dapat memperoleh barang. Zaman dahulu tidak ada atau belum mengenal alat yang pertukaran berupa uang. Masyarakat zaman dahulu saling menukarkan barang yang dibawanya untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan. Cara demikian ini disebut dengan barter. Barter dilakukan oleh dua pihak, baik

¹ Toti Indriawati dan Indri Yovita, "Analisis Sumber Modal Pedagang Pasar Tradisional di Kota Pekanbaru", *Jurnal Ekonomi*, vol 22, no.1, Universitas Riau, (2014): 1-2.

² Fitri Anggi Br Peranginangin dkk, "Analisis Kebijakan Pengembangan Pasar Bulu Kota Semarang Berdasarkan Perda nomor 9 tahun 2013 tentang Pengaturan Pasar Tradisional", *Jurnal Fakultas Sosial dan Ilmu Politik*, Universitas Diponegoro Semarang, (2013): 2.

perorangan maupun kelompok. Barter dapat berlangsung jika kedua pihak saling membutuhkan barang yang akan ditukar. Seiring perkembangan zaman, jual beli yang terjadi di pasar menggunakan uang yang berbentuk kertas maupun logam.³

Pasar merupakan tempat untuk sarana jual beli suatu barang maupun jasa yang dilakukan oleh pedagang (penjual) serta konsumen (pembeli) disuatu kelompok dan di wilayah tertentu. Sedangkan, pengertian dalam arti luas adalah permintaan dan penawaran pada jenis barang atau jasa tertentu.⁴

Karena modal maupun persediaan barang yang diperdagangkan tidak banyak, lantas pasar tradisional menjual sebuah barang lebih kepada aspek kuantitas. Pembeli dan penjual membuat suatu kesepakatan harga yang berlaku di pasar, dan suatu harga disesuaikan dengan pemilik sendiri. Lantas harga menjadi tidak pasti. Barang dagangan setiap orang bisa dijual di pasar tradisional karena pembeli di pasar tidak hanya menjadi pengunjung saja.⁵

Retail modern di kota pada zaman sekarang sulit sekali dibendung. Karena retail modern dan pasar tradisional bersaing sangat ketat karena tuntutan era globalisasi. Perekonomian menjadi seimbang apabila kebijakan daerah berjalan dengan baik. Karena jika tidak berjalan dengan baik, tentu pasar tradisional akan menjadi terancam. Masyarakat pedesaan dan pinggiran maupun kelas menengah ke bawah, rata-rata masih membutuhkan pasar tradisional. Sehingga melindungi pasar tradisional merupakan hal yang wajib untuk pemerintah.

Hak pakai pedagang terbatas, sebab pasar merupakan milik pemerintah sehingga pemerintah memiliki peran besar. Harusnya pemerintah serius memperhatikan terkait pasar tradisional. Masyarakat menjadi sejahtera apabila pemberdayaan pasar dilakukan secara berkelanjutan serta

³ Sri Kartini, *Pasar dalam Perekonomian* (Semarang: Mutiara Aksara, 2019), 1-2.

⁴ Sri Kartini, *Pasar dalam Perekonomian*, 4.

⁵ Sunyoto, Ambar Sutjahjanti dan Yosta Yoserizal, "Prospek Pengembangan Pasar Tradisional di Kecamatan Tumpang Malang", *Jurnal Ilmiah*, vol 25, no. 2, (2017): 117.

dibangun dan dilindungi oleh pemerintah dan diterapkan sebagai hal wajib.⁶

Apabila berbicara masalah konsumen pada masa mendatang, konsumen akan berharap dan menginginkan sudut pandang yang mengalami peningkatan secara berkelanjutan yang disebut sebagai strategi. Jika suatu strategi diterapkan maka bisa mengurangi efek yang akan terjadi.⁷

Teori pengembangan organisasi menurut D.R. Brown & Harvey sebagaimana dikutip Taufiq Amir, pengembangan organisasi merupakan intervensi yang direncanakan, bersifat menyeluruh, dikelola dari manajemen, untuk meningkatkan keefektifan dan kesehatan organisasi, yang dalam prosesnya menggunakan ilmu perilaku. Pengembangan organisasi (PO) lebih ditunjukkan untuk peningkatan semangat dan perbaikan sikap demi organisasi yang lebih sehat. Dengan pendekatan yang lebih sistematis, manajer dapat melakukan pengelolaan atas fitur-fitur yang dianggap menyehatkan dan efektif dengan yang tidak.⁸

Pengembangan menggunakan cara pemberdayaan ekonomi pedagang pasar tidaklah semudah yang dibayangkan. Karena pengembangan pasar juga terkadang memakan biaya yang tidak sedikit, selain itu pula pengembangan pasar dengan cara menarik retribusi dianggap memberatkan bagi pedagang lama, upaya lain yang diterapkan juga terkadang bersebrangan antara pihak pengelola maupun para pedagang. Jadi, bukan kesejahteraan yang didapatkan melainkan pedagang malah menjadi terberatkan. Selain itu jika menambah tarif retribusi tentunya banyak pedagang tidak sanggup membayar retribusi tersebut. Karena pasar tradisional adalah kegiatan ekonomi yang penting bagi masyarakat. Jika pengembangan tidak dilakukan secara baik akan berdampak terhadap masyarakat sekitar tempat tersebut, yakni pedagang itu tersendiri.

Pasar Gembong terletak di Jalan Raya Gembong Kudus. berada di tempat yang sangat strategis sehingga Pasar Gembong

⁶ Siti Fatimah Nurhayati, "Pengelolaan Pasar Tradisional Berbasis Musyawarah untuk Mufakat", *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, Universitas Muhammadiyah Surakarta, vol 18, no.1, (2014): 49-50.

⁷ Taufiqurokhman, *Manajemen Strategik* (Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Moestopo Beragama, 2016), 21.

⁸ Taufiq Amir, *Perilaku Organisasi* (Jakarta: Kencana, 2017), 163-164.

mempunyai potensi yang besar mengingat letaknya disamping jalan penghubung antara Kota Pati dan Kudus. Selain itu di Kecamatan Gembong, pasar yang terbesar adalah Pasar Gembong itu sendiri. Sehingga Pasar Gembong sangatlah ramai orang berbelanja yang di dominasi oleh ibu-ibu yang tinggal di sekitaran Gembong. Barang yang di perjualbelikan di Pasar Gembong sama seperti di Pasar yang lain yaitu kebutuhan pokok masyarakat pada umumnya. Masa beroperasi Pasar Gembong mulai dari jam 04:30 sd jam 16:00 akan tetapi sampai malam sekalipun masih banyak pedagang yang berjualan, namun hanya di luar Pasar Gembong.

Menurut hasil wawancara peneliti dengan beberapa pedagang salah satunya pedagang bernama, Bapak Yogik (41), mengatakan kurang puas terhadap pengelola pasar terkait kondisi kebersihan pasar yang kurang bersih dengan bertumpuknya sampah, dan tim petugas kebersihan pasar yang lama mengangkut sampah, dan ini mengganggu kenyamanan pedagang dalam berjualan. Ketika saya berkunjung beberapa kali ke Pasar Gembong, bau menyengat dari sampah yang ditampung di luar pasar sangat mengganggu sekali padahal di luar Pasar ada banyak pedagang yang berjualan, padahal parkirannya ada di dekat penampungan sampah di Pasar Gembong tersebut sehingga sangat mengganggu kenyamanan baik pelanggan dan pedagang Pasar Gembong tersendiri.⁹

Haji Partam (53) mengungkapkan pula bahwa pedagang merasa kurang puas terhadap kondisi fasilitas yang ada, serta masih banyaknya pedagang berjualan di luaran pasar, banyak pedagang liar yang ada di sekitar pasar. Bapak Partam merupakan pedagang pasar Gembong Pati mengatakan pasar lumayan bersih, namun karena posisi pasar yang di dalam sehingga para konsumen lebih suka membeli barang di luar pasar karena mudah diakses dan tidak perlu repot masuk ke pasar.¹⁰

Kurang bagusnya ventilasi udara maupun alat pendingin, mengakibatkan bangunan panas yang terasa oleh banyak

⁹ Yogik, wawancara oleh penulis, 07 Desember, 2019, wawancara 1, transkrip

¹⁰ Partam, wawancara oleh penulis, 07 Desember, 2019, wawancara 2, transkrip

pedagang. Beliau juga menuturkan masih banyak tukang parkir ilegal yang menarik parkir pengendara secara liar. Berdasarkan uraian tersebut lantas judul penelitian yang diangkat adalah: **“Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Gembong untuk Pemberdayaan Ekonomi Pedagang Kecil” (Studi Kasus di Pasar Gembong)**

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian sesuai dengan judul yang diambil, terbatas pada strategi terkait pengembangan yang ada di pasar tradisional Gembong.

C. Rumusan Masalah

Seperti uraian diatas masalah yang dikaji penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pengembangan pasar untuk pemberdayaan ekonomi pedagang kecil di pasar Gembong?
2. Bagaimana kendala dalam pengembangan pasar untuk pemberdayaan ekonomi pedagang kecil di pasar Gembong?
3. Bagaimana solusi menghadapi kendala dalam pengembangan untuk pemberdayaan ekonomi pedagang kecil di pasar Gembong?

D. Tujuan Penelitian

Bentuk tujuan yang dilakukan dalam penelitian antara lain:

1. Dapat mengenal bagaimana strategi pengembangan yang diterapkan di Pasar Tradisional Gembong untuk pemberdayaan ekonomi pedagang kecil.
2. Dapat mengenali kendala yang dialami ketika melakukan pengembangan untuk pemberdayaan ekonomi pedagang kecil Pasar Tradisional Gembong
3. Dapat mengenali solusi ketika terjadi kendala dalam pengembangan untuk pemberdayaan ekonomi pedagang kecil di Pasar Tradisional Gembong

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Untuk tambahan ilmu dan literasi sebagai dasar ketika melakukan suatu penelitian mengenai pengembangan Pasar terutama bagi Pasar Tradisional.

2. Manfaat Praktis

a. Untuk Pasar: Diharapkan dengan penelitian ini akan membuat kontribusi bagi pengelola Pasar Tradisional untuk mengelola Pasar sehingga Pasar menjadi maju sesuai yang diharapkan.

b. Untuk Masyarakat: Diharapkan dengan adanya penelitian ini masyarakat menjadi teredukasi serta menambah khasanah keilmuan terkait pengembangan Pasar Tradisional.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini antara lain:

1. Bagian pendahuluan

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

2. Bagian isi

Bagian isi terdiri atas 5 bab yakni pendahuluan, landasan teori, metodologi penelitian, deskripsi dan pembahasan penelitian, dan penutup.

BAB I: Pendahuluan

Isinya berbentuk latar belakang, permasalahan yang ada, ruang lingkup penelitian, tujuan suatu penelitian, manfaat suatu penelitian dan sistematika.

BAB II: Kajian Pustaka

Pada bab ini berisi mengenai teori yang diterapkan ketika membuat skripsi mengenai teori strategi pengembangan, kepuasan pedagang, penelitian yang dilakukan terdahulu, kerangka berpikir. Kajian pustaka dilakukan untuk dasar dalam menyusun landasan berpikir ketika melakukan penelitian dan digunakan sebagai acuan ketika melakukan suatu penelitian.

BAB III: Metodologi Penelitian

Pada bab ini berisi tentang metode penelitian skripsi, sampel yang dipilih dalam penelitian, sumber dan cara pengumpulan data, teori terkait, mengukur variabel suatu penelitian, dan metode yang dilakukan terhadap analisis data penelitian.

BAB IV: Deskripsi penelitian dan analisis pembahasan

Bab ini menyajikan mengenai hasil dari penelitian yang diperoleh dari data yang sudah dianalisis.

BAB V: Penutup

Bab ini isinya adalah mengenai kesimpulan dari penelitian dan saran-saran.

3. Bagian akhir

Pada bagian ini memuat daftar pustaka yang diterapkan di hasil karya tulis skripsi dan lampiran-lampiran yang dibutuhkan dalam skripsi.

