

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha pada dewasa ini ditandai dengan makin tajamnya persaingan. Oleh karena itu peranan pemasaran semakin penting dan merupakan ujung tombak setiap perusahaan. Keberhasilan usaha suatu perusahaan ditentukan oleh keberhasilan pemasarannya. Pemasaran merupakan kunci keberhasilan suatu perusahaan.

Pemasaran mempunyai peranan yang penting dalam masyarakat karena pemasaran menyangkut berbagai aspek kehidupan, termasuk bidang ekonomi dan sosial. Karena kegiatan pemasaran menyangkut masalah mengalirnya produk dari produsen ke konsumen, maka pemasaran menciptakan lapangan kerja yang penting bagi masyarakat. Dengan demikian pemasaran merupakan sektor yang penting dalam pendapatan masyarakat. Di samping itu, perlu disadari bahwa sebagian besar pengeluaran uang masyarakat konsumen mengalir ke kegiatan pemasaran.

Pentingnya pemasaran dalam masyarakat, tercermin pula pada setiap kehidupan dalam masyarakat yang tidak terlepas dari kegiatan pemasaran yang terdapat media advertensi yang digunakan untuk meempresentasikan produk, toko tempat kita berbelanja dan banyak lagi kegiatan, merupakan kegiatan pemasaran. Selain itu pemasaran selalu mendorong untuk dilakukannya penelitian dan inovasi, sehingga menimbulkan terdapatnya produk-produk baru. Hal ini karena pemasaran selalu berusaha mengunggah dan menarik para konsumen, kegiatan mana membutuhkan tenaga kerja yang cukup banyak.

Setiap orang akan selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhannya dengan menggunakan atau mengkonsumsi produk yang ada. Usaha untuk memenuhi kebutuhan tersebut dilakukan dengan menarik manfaat atau kegunaan suatu produk. Manfaat atau kegunaan suatu produk, dilihat dari teori ekonomi adalah ditimbulkan dari kegunaan (utilitas) karena bentuk, kegunaan karena tempat, kegunaan karena waktu, dan kegunaan karena pemilikan.

Sebagian besar usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia dilakukan melalui pemasaran. Hal ini, terutama disebabkan karena proses pemasaran menambah kegunaan (utilitas) dari produk yang ada, yaitu kegunaan karena waktu, kegunaan karena tempat, dan kegunaan karena kepemilikan. Jadi fungsi pemasaran, seperti pembelian, penjualan, pengangkutan, dan pergudangan, merupakan proses untuk menambah kegunaan (utilitas) produk yang ada.

Fungsi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting dalam meningkatkan daya guna suatu barang, yang tadinya kurang berarti di suatu tempat atau pada suatu waktu, menjadi tinggi nilainya di daerah lain atau saat berikutnya. Dengan meningkatnya daya guna suatu barang, kebutuhan dan keinginan manusia dapat terpenuhi dengan baik. Oleh karena itu pulalah ada yang menyatakan, pemasaran merupakan usaha untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. Oleh karena itu, meningkatnya kegiatan pemasaran di suatu daerah dapat mencerminkan tingginya taraf hidup dan tingkat sosial masyarakat di daerah tersebut.

Semakin tinggi taraf hidup dan tingkat sosial suatu masyarakat, semakin banyak tingkat pilihan masyarakat tersebut untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Dalam hal ini masyarakat tersebut telah meningkat tingkat kebutuhan dan keinginannya, dari sekedar pemenuhan kebutuhan dan keinginan yang lebih tinggi lagi seperti kebutuhan keselamatan dan keamanan kebutuhan sosial dan kebutuhan kepuasan pribadi.

Untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat konsumen, pemasaran berperan disamping melakukan kegiatan penelitian produk baru dan pengembangan produk yang ada, juga menciptakan kemungkinan product mix dan diversifikasi produk. Semua ini dilakukan sejalan dengan perkembangan tingkat kesejahteraan masyarakat disuatu daerah.¹

Dalam beberapa dasawarsa terakhir, terminologi kesejahteraan sosial, usaha kesejahteraan sosial, dan pekerjaan sosial seringkali digunakan secara berrgantian dan saling menggantikan. Hal ini terjadi karena ketiga konsep tersebut saling terkait. Meskipun demikian masing masing mempunyai pengertian tersendiri.²

¹ Sofyan Assauri, *manajemen Pemasaran (konsep, Dasar, dan Strategi)*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002, hal. 15-17

² Isbandi Rukmino, *Psikologi, Pekerjaan Sosial, dan Ilmu Kesejahteraan Sosial*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 1994, hal. 3

Pasar Tradisional Karangbener Bae Kudus merupakan satu diantara pasar tradisional yang ada di kota Kudus. Pasar yang berada di desa Karangbener kecamatan Bae Kabupaten Kudus, itu selalu menjadi tujuan masyarakat untuk membeli barang kebutuhan dalam jumlah kecil saja, karena para penjual maupun pembeli umumnya dalam segi ekonomi masuk dalam ekonomi menengah kebawah.

Pasar dengan bangunan satu lantai tersebut setiap hari selalu dipenuhi pengunjung, dari masyarakat desa Karangbener hingga sekitar desa, tidak itu saja, pasar tradisional tersebut juga dipenuhi oleh para pekerja dari pabrik Djarum, karena lokasi sangat dekat dengan pabrik atau seperti menjadi bagian dari pabrik itu. Apalagi menjelang jam pulang pekerja, pasar tersebut menjadi tujuan utama para pekerja pabrik untuk membeli beberapa kebutuhan pokok, seperti sayuran, daging, ikan, bahan pokok sandang dan lainnya.

Pasar tradisional desa Karangbener berdiri sejak tahun 2010 dengan jumlah pedagang 217 pedagang, pedagang tersebut berasal dari desa Karangbener sendiri ada juga desa lainnya.

Dari setiap tahun selalu ada pedagang baru di pasar tersebut, kebanyakan pedagang baru ini adalah pensiunan beberapa pabrik di Kudus, biasanya mereka para pedagang baru selalu berusaha untuk mencari tempat untuk berdagang, padahal pasar tempatnya tidak begitu luas. Maka dari itu pihak paguyuban meminta masukan kepada pihak desa karena pasar adalah aset desa agar supaya memperluas pasar. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan pasar memberikan manfaat atau kontribusi baik terhadap pedagang atau masyarakat desa Karangbener dan sekitarnya.³

Berdasarkan kutipan di atas, maka dalam penelitian ini penulis tertarik menganalisis dalam skripsi yang berjudul “ANALISIS PERAN PASAR TRADISIONAL DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYRAKAT DI DESA KARANGBENER BAE KUDUS”

B. Fokus Penelitian

Sesuai dengan judul yang peneliti ambil Peran Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Desa Karangbener Bae Kudus.

³ Hasil wawancara dengan Bapak Agus Suyono selaku ketua Paguyuban Pedagang Pasar Tradisional Desa Karangbener Bae Kudus 23/03/2017

Fokus penelitian ini bertujuan memberikan gambaran uraian secara jelas dengan batasan-batasan kajian penelitian untuk mempermudah penulis dalam menganalisis hasil penelitian, maka penelitian ini difokuskan pada Peran pasar tradisional dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Karangbener Bae Kudus.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana situasi dan kondisi pasar tradisional Desa Karangbener Bae Kudus ?
2. Bagaimana kesejahteraan masyarakat Desa Karangbener Bae Kudus ?
3. Bagaimana peran pasar tradisional dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Karangbener Bae Kudus ?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui situasi dan kondisi pasar tradisional Desa Karangbener Bae Kudus.
2. Untuk mengetahui kesejahteraan masyarakat Desa Karangbener Bae Kudus.
3. Untuk mengetahui peran pasar tradisional dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Karangbener Bae Kudus.

E. Manfaat Penelitian

Dengan penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan dibidang Ekonomi Syariah. Dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi yang bermanfaat bagi pembaca sebagai salah satu sumber referensi untuk kepentingan keilmuan dalam mengatasi masalah yang sama atau terkait dimasa yang akan datang. Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini antara lain:

1. Manfaat Teoritis

- a. Untuk ilmu pengetahuan

Penelitian ini di harapkan dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan khususnya dalam teori ekonomi Islam dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat ke depan.

- b. Untuk lembaga
Sebagai masukan yang membangun guna meningkatkan kualitas lembaga yang ada, serta dapat menjadi pertimbangan untuk diterapkan pada lembaga yang ada di Indonesia sebagai solusi terhadap permasalahan.
 - c. Untuk masyarakat umum
Bagi masyarakat, diharapkan dapat dijadikan sumber informasi dan referensi untuk kemungkinan penelitian topik-topik yang berkaitan baik bersifat melengkapi ataupun lanjutan.
2. Manfaat Praktis
- a. Jika permasalahan pertama tentang situasi dan kondisi pasar tradisional dapat ditentukan maka, data tersebut dijadikan untuk bahan penelitian lebih lanjut atau bahan referensi penelitian.
 - b. Jika permasalahan kedua tentang kesejahteraan masyarakat dapat ditentukan maka, data tersebut dijadikan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat secara bertahap di setiap kabupaten atau kota.
 - c. Dan permasalahan ketiga tentang peran pasar tradisional dapat ditentukan maka, data tersebut dijadikan untuk memberikan pemahaman peran pasar dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

F. Sistematika Penulisan Sekripsi

Sistematika dalam penulisan sekripsi atau penelitian ini di maksudkan untuk mendapatkan gambaran dalam penyusunan sekripsi ini secara menyeluruh, penulis akan mengungkapkan sistematikanya yang terdiri dari tiga bagian sebagai berikut :

1. Bagian Awal
Bagian awal ini terdiri dari halaman sampul, halaman judul, halaman nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman surat pernyataan, halaman motto, halaman persembahan, halaman kata pengantar, halaman abstrak, halaman daftar isi, halaman, daftar gambar, halaman daftar tabel, dan daftar singkatan.
2. Bagian Isi
Dalam penulisan sekripsi ini penulis membagi pembahasan ke dalam lima bab, antara bab satu dengan bab lain saling berhubungan karena merupakan satu kesatuan yang utuh, kelima bab itu adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan bab ini meliputi latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Kajian pustaka bab ini berisi tentang pengertian peran, pengertian pasar, jenis pasar, kesejahteraan, penelitian terdahulu, dan kerangka berfikir.

BAB III: METODE PENELITIAN

Metode penelitian dalam bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, uji keabsahan data, dan metode analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan dalam bab ini berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, deskripsi data, pembahasan, dan implikasi penelitian.

BAB V : PENUTUP

Penutup dalam penelitian ini berisi tentang kesimpulan, saransaran dan kata penutup. Bagian akhir terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat pendidikan penulis.

3. Bagian Akhir

Bagian akhir terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat pendidikan penulis.