

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Tujuan didirikannya sebuah negara adalah untuk menciptakan masyarakat yang adil dan sejahtera. Untuk dapat mencapai tujuan tersebut maka sebuah negara harus melaksanakan pembangunan. Dengan adanya pembangunan, pemerintah berinisiatif untuk mewujudkan kesejahteraan warga masyarakat secara bertahap dan berkesinambungan, salah satunya yaitu dengan meningkatkan konsumsinya. Tingginya tingkat konsumsi sangat tergantung pada peningkatan produksi, oleh karena itu sebagai pelaku ekonomi setiap anggota masyarakat sudah seharusnya turut serta aktivitas pembangunan. Secara teoritis, jika seluruh ikut menghasilkan, maka keseluruhan juga ikut menikmati. Dengan demikian maka terwujudlah warga masyarakat yang adil, makmur, dan sejahtera.¹

Aktivitas ekonomi di negara Indonesia pada saat ini telah mengalami perubahan yang sangat signifikan. Pertumbuhan ekonomi dipengaruhi oleh beberapa aktivitas, salah satunya adalah bisnis di dunia perdagangan. Bisnis perdagangan adalah salah satu indikator kemajuan ekonomi dalam hal menyerap tenaga kerja. Aktivitas dalam bisnis perdagangan senantiasa membutuhkan fasilitas yang berupa ruang dengan sarana dan prasarana yang memadai untuk menampung aktivitas dalam bisnis perdagangan.

Sebagai pusat kegiatan ekonomi, pasar merupakan tempat bertemunya antara penjual dan pembeli, sedangkan sebagai pusat kebudayaan merupakan sarana tempat terjadinya interaksi antara warga masyarakat sebagai tempat pembauran dan pusat informasi. Bagi masyarakat pasar bukan hanya tempat bertemunya antara penjual dan pembeli tetapi juga sebagai wadah untuk berinteraksi sosial.

Pada saat ini keberadaan pusat perbelanjaan modern yang sudah mengakar diseluruh penjuru di Indonesia membuat persaingan pasar semakin ketat. Hadirnya kompetitor baru seperti Trans Mart, Alfa Midi, ADA, Ramayana, Hypermart, Matahari, dan Lotte Mart bukan hanya meramaikan pasar di Indonesia, kompetitor ini hadir dalam upaya untuk menunjang kebutuhan

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

masyarakat Indonesia yang sudah menjadi gaya hidup belakangan ini. Kehadiran pasar modern yang saat ini menyebar di kota Kudus menyebabkan posisi pasar tradisional lambat laun terkikis oleh adanya peradaban perdagangan pasar modern tersebut, sebab itu perlu pengembangan baru terhadap pasar tradisional.

Stigma yang melekat pada pasar tradisional selama ini adalah bahwa pasar tradisional sering dianggap sebagai pasar yang kotor, banyak sampah, bau busuk, panas, dan becek di musim hujan. Bahkan ada yang menganggap pasar tradisional sebagai sarang preman/copet, biang kemacetan, dan mutu barang tidak terjamin.²

Tabel 1.1 Data tingkat pertumbuhan ritel.

No	Ritel	Tingkat Pertumbuhan
1.	Supermarket	4,5%
2.	Independent grocers	9,5%
3.	Minimarket	11,5%
4.	Koperasi	12,1%

Sumber : Kompas.com, 2020³

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik di Indonesia pada tahun 2020, terdapat 14.182 unit pasar tradisional dengan sekitar 14 juta pedagang kecil. Pasar modern saat ini terus tumbuh dan berkembang tidak hanya terpusat pada satu daerah saja. Selain itu pembangunan pasar modern selalu diatur izin pembangunan agar mampu tersebar ke berbagai daerah di Indonesia dengan pertimbangan jarak dan jumlah pertumbuhan penduduk suatu daerah. Keberadaan pasar modern yang menjamur merupakan ancaman bagi keberadaan pasar tradisional.

Semakin meningkatnya persaingan bisnis antara pasar tradisional dengan pasar modern di Indonesia menyebabkan pasar tradisional atau pedagang kecil semakin tidak berdaya menerima kehadiran pasar modern. Hal inilah yang menuntut pasar tradisional lebih kreatif dan inovatif dalam menghadapi persaingan bisnis di era sekarang supaya dapat bersaing secara sehat dengan pasar modern.

²Anung Pramudyo, “Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional di Yogyakarta”, Jurnal JBMA, Vol.2, No.1, (2014), 85

³ Raharjo Utomo, “Persaingan Bisnis Ritel: Tradisional Vs Modern”, Jurnal Ekonomi Bisnis, Vol.7, No.2, (2020), 123

Kendati Pemerintah telah menetapkan kebijakan dan peraturan yang tertuang dalam Perpres No. 112 dan Kemendagri No. 53 yang mengatur tentang pasar modern dan pasar tradisional. Namun realitanya, peraturan tersebut tidak dijalankan dengan baik. Banyak peraturan yang dilanggar oleh pendiri pasar modern, misalnya masalah perizinan, jarak yang terlalu dekat dengan pasar tradisional, penyediaan tempat usaha bagi pedagang kecil. Disamping itu juga lemahnya manajemen dan buruknya infrastruktur pasar tradisional. Tata letak pasar tradisional berbeda dengan pasar modern. Pasar modern lebih teratur sehingga membuat konsumen merasa nyaman berbelanja, dengan harga yang tidak perlu ditawar lagi, dan sistem swalayan yang membuat konsumen melayani dirinya sendiri⁴.

Jadi dapat disimpulkan bahwa peningkatan terhadap pasar tradisional, memang perlu dilakukan dengan strategi-strategi yang memang benar-benar mampu menumbuhkan eksistensi dan perekonomiannya. Sebab dengan munculnya pasar modern saat ini masyarakat lebih dimanjakan dengan kualitas yang disediakan oleh pasar modern walau dalam harga lebih tinggi dengan pasar tradisional, namun masyarakat tertarik karena kenyamanan lingkungan, pelayanan, dan sitematik yang lebih modern.

Hal ini juga semestinya mampu diterapkan di pasar tradisional, asal para pedagang mau dan mampu bekerja sama serta mempunyai niat tinggi dalam hal budaya yang lebih maju. Sebab karena itu penelitian ini difokuskan untuk membantu para pedagang pasar tradisional mau bersama membangun ekosistem perdagangan yang lebih baik, contohnya meningkatkan kualitas barang, namun dengan harga yang relatif masih terjangkau, mempunyai dedikasi tinggi terhadap lingkungan pasar agar dapat memberikan kenyamanan terhadap konsumen.

Penelitian mengenai strategi pengembangan pasar tradisional sudah pernah dilaksanakan oleh beberapa peneliti terdahulu. Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh beberapa orang terkait dengan strategi pengembangan pasar tradisional.

⁴Arianty. Analisis Perbedaan Pasar Modern dan Pasar Tradisional Ditinjau dari Strategi Tata Letak dan Kualitas Pelayanan untuk Meningkatkan Posisi Tawar Pasar Tradisional. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol. 13, No.1(2013) :18

Penelitian pertama, yang dilaksanakan oleh Rohmat Wahyudi dalam hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pelaksanaan program pengembangan pasar tradisional yang dilakukan pengelola pasar dalam rangka meningkatkan kepuasan pedagang melalui revitalisasi pasar tradisional bertujuan meningkatkan daya saing pasar dan mengaktifkan kembali kegiatan pasar tradisional agar dapat bersaing dengan pasar modern. Selain itu, perlu adanya peningkatan kualitas SDM bagi para pedagang.⁵

Penelitian kedua, yang dilakukan oleh Ahmad Dakhoir, dalam hasil penelitiannya menunjukkan kehadiran secara umum pasar modern memiliki dua dampak yang harus diperhatikan, yaitu dampak positif pendirian pasar modern dapat mendorong pertumbuhan sosial dan ekonomi kota, sedangkan dampak negatifnya adalah keberlangsungan pasar tradisional dan usaha kecil sejenisnya terancam.⁶

Penelitian ketiga, yang dilakukan oleh Basuki Rachmat, dalam hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kehadiran pasar tradisional saat ini meskipun masih serba terbatas, namun masyarakat masih menyukai keberadaannya. Karena sifat pasar tradisional memudahkan pedagang pembeli untuk bertransaksi secara langsung dengan tatap muka sehingga terjadi kesepakatan harga. Dalam persaingan pasar tradisional dengan pasar modern, pasar tradisional masih kalah dari dukungan sarana dan prasarana dan kondisi lingkungan pasar secara nyata, Namun dari harga barang yang ditawarkan pasar tradisional memiliki keunggulan harga karena relatif lebih murah.⁷

Penelitian keempat, yang dilakukan oleh Syuhairi dkk, menunjukkan penelitian ini bertujuan mengidentifikasi, memetakan faktor yang berperan dalam model bisnis, mengidentifikasi peran melakukan analisis kesenjangan,

⁵Rohmat Wahyudi, "Strategi Pengembangan Pasar Tradisional dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang", *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, vol.21, no.01 (2019)

⁶ Ahmad Dakhoir, *Eksistensi Usaha Kecil Menengah dan Pasar Tradisional dalam Kebijakan Pengembangan Pasar Modern*, (Jurnal Studi Agama dan Masyarakat, Vol.14, No.01), 2018

⁷ H. Basuki Rachmat, *Keberadaan Pasar Tradisional Bersaing di Tengah-tengah Pasar Modern (Studi Kasus Pasar Ujungberung Kota Bandung Provinsi Jawa Barat)*, *Jurnal Otonomi Keuangan Daerah*, Vol.6, No.1, (2018)

menganalisis kelayakan usaha, serta menyusun strategi pengembangan model bisnis. Salah satu metode pengembangan bisnis ini adalah melalui metode Business Model Canvas (BMC). Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari hasil observasi/pengamatan, sedangkan data sekunder diperoleh dengan mengakses informasi/data dari manajemen dan instansi.⁸

Penelitian kelima, yang dilakukan oleh Mustafa Gani, menyatakan bahwa keberadaan pasar tradisional sangat penting dan strategis bila ditinjau dari aspek ekonomi, sosial, budaya, dan politik. Kehadiran pasar tradisional dengan konsep kesederhanaan dan harga yang terjangkau akan mengarahkan ekonomi sehingga proses perputaran barang akan lancar, akan tetapi keberadaan pasar tradisional perlu dibenahi dan diolah agar kehadirannya tetap mampu bertahan oleh pasar modern.⁹

Berdasarkan penelitian-penelitian diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa untuk meningkatkan eksistensi pasar tradisional perlu adanya strategi khusus dan juga kerjasama antara pemerintah dan lembaga terkait untuk dapat menunjang hal tersebut. Berdasarkan latarbelakang diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di pasar terkait dengan usaha mengembangkan budaya bisnis modern dalam meningkatkan eksistensi pasar tradisional, dengan judul **“Strategi Pengembangan Budaya Bisnis Modern Dalam Meningkatkan Eksistensi Pasar Tradisional (Studi Kasus di Pasar Baru Jekulo Kabupaten Kudus)”**

B. Fokus Penelitian

Pada penelitian ini peneliti berfokus pada strategi pengembangan bisnis modern dalam meningkatkan eksistensi pasar tradisional Baru Jekulo, Kudus.

⁸Syuhairi, Arief Daryanto, dan Amzul Rifin. “Strategi Peningkatan Daya Saing Pasar Rakyat Melalui Pengembangan Model Bisnis”, *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, vol.6 no.3 (2020)

⁹Mustafa Gani, “Pengelolaan pasar Tradisional Dalam Sinergitas Pasar Midern Di Indonesia”, *Bongaya Journal for Research in Management*, vol.1 no.1 (2018)

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana budaya bisnis di pasar tradisional Pasar Baru Jekulo Kudus?
2. Bagaimana strategi pengembangan budaya bisnis modern dalam meningkatkan eksistensi pasar tradisional di pasar baru jekulo Kudus?

D. Tujuan Penelitian

Maka berdasarkan rumusan masalah diatas adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui budaya bisnis di pasar tradisional Pasar Baru Jekulo Kudus.
2. Untuk mengetahui strategi pengembangan budaya bisnis modern dalam meningkatkan eksistensi pasar tradisional di pasar baru Jekulo Kudus.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis:

Penelitian ini diharapkan dapat sebagai bahan referensi untuk memberikan sebuah kontribusi pemikiran dalam bidang bisnis kepada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Menejemen Bisnis Syariah.

2. Manfaat secara Praktis:

a. Bagi Pasar Tradisional:

- 1) Sebagai masukan untuk pengembangan pasar tradisional.
- 2) Diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dan pemahaman untuk meningkatkan eksistensi pasar tradisional.

b. Bagi Peneliti lain

- 1) Hasil penelitian dapat dijadikan acuan atau sumber referensi bagi peneliti ketika akan melakukan penelitian yang hampir sama.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman pokok permasalahan yang akan di bahas, maka penulisan skripsi ini disusun dengan sistematika sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Pada bagian ini memuat halaman judul, halaman nota persetujuan pembimbing, halaman pengesahan skripsi,

halaman pernyataan, halaman motto, halaman persembahan, halaman kata pengantar, halaman abstraksi, halaman daftar isi, dan halaman daftar gambar.

2. Bagian Isi

Bagian isi terdiri dari beberapa bab yaitu:

BAB I : Pendahuluan

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II : Kajian Pustaka

Bab ini berisi tentang pengembangan bisnis modern terhadap pasar tradisional, di pasar baru jekulo kudus, pengembangan eksistensi pasar tradisional, penelitian terdahulu dan kerangka berpikir.

BAB III : Metode Penelitian

Bab ini terdiri dari pendekatan penelitian, sumber data, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, uji keabsahan data, dan analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini terdiri dari gambaran umum objek penelitian, deskripsi data penelitian, serta analisis pembahasan.

BAB V : Penutup

Bab ini terdiri dari simpulan, saran-saran, dan penutup.

3. Bagian Akhir

Dalam bagian ini berisi daftar pustaka, riwayat pendidikan penulis, dan lampiran-lampiran.