

## **ANALISIS MANAJEMEN PASAR TRADISIONAL DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN PASAR MODERN**

**Hasan Muchtar Fauzi<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Prodi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,  
Universitas Abdurachman Saleh Situbondo  
Email : Hasanmuchtar.fauzi77@yahoo.com

### **ABSTRAK**

Arus globalisasi pasar bebas menyebabkan persaingan bisnis semakin kompleks. Pasar modern semakin pesat perkembangannya, seperti halnya Alfamart dan Indomart yang telah menjamur keberadaannya hingga ke pelosok desa, mereka menawarkan model berbelanja secara praktis dan menyenangkan bagi konsumen, karena bidikan mereka semua lapisan masyarakat. Implikasinya pasar tradisional kalah bersaing dan semakin tidak diminati oleh masyarakat, karena dari segi sarana, pelayanan serta kualitas barangnya kalah bersaing dengan pasar modern. Akibatnya daya beli masyarakat terhadap pasar tradisional menurun tiap tahunnya. Oleh sebab itu pasar tradisional dituntut untuk bersaing dengan pasar modern. Maka perlunya pembenahan terhadap pasar tradisional di wilayah Situbondo dan diantaranya adalah pasar Sumberkolak. Peran Pemerintah Daerah sangat diperlukan dalam mengambil langkah kebijakan pengelolaan pasar. Begitu juga kreativitas pedagang dalam mengembangkan dan menjalankan usaha dagangnya. Fakta dilapangan menunjukkan bahwa pengelolaan pasar tradisional Sumberkolak di Situbondo belum menciptakan sistem pengaturan yang komprehensif dan tidak konsisten penerapannya. Sehingga berdampak pada ketidakberdayaan para pedagang akibat dari semakin kuatnya pengembangan pasar modern. Begitu pun juga pelaku pasar itu sendiri yang kurang kreatif dalam menjalankan usaha bisnisnya. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa perlu dilakukan perubahan paradigma pengelolaan pasar, dimana pasar tradisional ditempatkan sebagai investasi jangka panjang yang bertujuan untuk meningkatkan dan mendistribusikan capital bagi kesejahteraan masyarakat. Selain itu peraturan yang terkait dengan pengelolaan pasar harus ditegakkan konsisten. Oleh karena itu pembenahan pasar tradisional harus dilakukan bersama – sama, baik oleh pengelola pasar itu sendiri maupun pihak pedagang yang harus kompetitif dalam menjalankan persaingan bisnisnya.

**Kata Kunci** : Persaingan Pasar Modern Dan Tradisional, Manajemen Pasar Tradisional

### **ABSTRACT**

Current Free-market globalization led to increasingly complex business competition. The more rapid development of the modern market, as well as Alfamart and Indomart that have mushroomed existence until remote village, they offer a model shop in a practical and fun for consumers, because they shot all levels of society. The implication of traditional markets less competitive and less demand by the public, because in terms of facilities, services and quality of the goods can not compete with modern markets. As a result, the purchasing power of a traditional market each year. Therefore, the traditional markets are required to compete with modern markets. Hence the need for improvements to the traditional markets in the

region and which are market Situbondo Sumberkolak. The role of local governments is crucial in taking policy measures of market management. Likewise, merchants creativity in developing and running a trading business. Fact the field indicate that the traditional market management Sumberkolak in Situbondo yet to create a comprehensive regulatory system and inconsistent application. So the impact on the helplessness of traders due to the increasing kuatnyapengembangan modern market. Likewise also market players themselves who kura bisninya creative in running the business. The results of this study concluded that it is necessary to change the paradigm of management of the market, where the market is traditionally placed as a long term investment that aims to improve and distribute capital to the welfare of society. In addition to the regulations related to the management of the market should be enforced consistently. Therefore, improvement of traditional markets harusdilakukan together - together, either by the market managers themselves nor the merchant have to be competitive in running its business competition.

**Keywords** : Competition Of Modern And Traditional Markets, Traditional Market Management

## **PENDAHULUAN**

Banyaknya pusat perbelanjaan modern yang memiliki persamaan fungsi dengan pasar tradisional maka menimbulkan persaingan antara keduanya. Perbedaan yang mencolok antara pasar tradisional dengan pasar modern adalah dari sarana-prasarananya. dan akhirnya berujung pada tingkat pelayanan. Keterbatasan sarana prasarana yang ada di pasar tradisional berdampak pula pada tingkat kepuasan konsumen menjadi rendah. Bagi konsumen tentu akan memilih *alternatif* lain yang lebih memuaskan dalam kenyamanan berbelanja seperti pasar modern. Pesatnya pertumbuhan pasar modern membuat kota-kota besar dan sedang di Indonesia makin bersinar gemerlap. Akan tetapi kompetisi yang tidak berimbang serta kesuksesan *ekspansi* pasar modern di berbagai tempat, tidak menutup kemungkinan jumlah pasar tradisional yang gulung tikar akan terus bertambah. Keberadaan pasar tradisional terancam karena semakin menjamurnya swalayan dengan sistem *waralabanya* yang mampu *mempenetrasi* konsumen ke pelosok Desa.

Menurut riset AC Nielsen pada tahun 2006 menunjukkan bahwa pangsa pasar modern meningkat 11.8% selama lima tahun terakhir. Jika pangsa pasar dari pasar modern pada tahun 2001 adalah 24.8% maka pangsa pasar tersebut menjadi 32.4% tahun 2005. Hal ini berarti bahwa dalam periode 2001/2006, sebanyak 11.8% konsumen ritel Indonesia telah meninggalkan pasar tradisional dan beralih ke pasar modern. Napitupulu (dalam Pilyang, 2010:20). Jumlah tersebut kemungkinan akan terus bertambah seiring kehadiran pasar modern yang kian marak. Memang tidak bisa dipungkiri keberadaan pasar modern sudah menjamur disekitar tempat tinggal kita. Tempat-tempat tersebut menjanjikan berbelanja yang nyaman dengan harga yang tidak kalah menarik, namun dibalik semua keadaan tersebut menjadikan peritel kelas menengah dan bawah mengeluh.

Format *ritel* modern sekarang sengaja memunculkan toko *Midium* yang lebih besar dari *Mini Market* lanjut Susilo, tetapi lebih kecil dari *Super Market*. Peritel yang telah meluncurkan toko *Midium* adalah *Griya Hemat* dan *Alfamart Midi*." Toko *medi* menjadi *next generation* format ritel modern, toko itu tidak kecil dan tidak besar tetapi

*standari* ukuran menengah. Melihat kondisi yang terjadi pada era modernisasi saat ini, para pedagang di pasar tradisional harus menyadari bahwa, modernisasi telah merubah pergeseran nilai terhadap tempat-tempat perbelanjaan yang menjadi tuntutan dan konsekuensi dari gaya hidup, serta pola konsumsi modern sudah berkembang di masyarakat kita, tidak hanya terjadi di Kota *Metropolitan* tetapi sudah merambah ke Kota kecil di tanah air. Gaya berbelanja yang dipromosikan pasar modern begitu hebat oleh berbagai media, dan telah membuat *eksistensi* pasar tradisional terusik, namun demikian pasar tradisional harus mampu bertahan dan bersaing ditengah serbuan pasar modern dalam berbagai bentuknya.

#### **METODE PENELITIAN**

Dalam menentukan model penelitian menggunakan metode kualitatif; yang telah disesuaikan dengan permasalahan dan tujuan penelitian. Metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ungkapan atau catatan dari orang-orang dan perilaku mereka yang terobservasi. Pendekatan ini diarahkan pada keadaan-keadaan dan individu secara holistik (utuh). Jadi pokok kajiannya baik organisasi atau individu tidak akan diredusir terlebih dahulu (disederhanakan terlebih dahulu) yang sudah direncanakan sebelumnya Bogdan dan Taylor (dalam Moleong, 2004:30). Lofland dan Lofland (dalam Moleong, 2007:157) mengemukakan bahwa; sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan tindakan. Bisa juga berupa data tambahan seperti Dokumentasi dan lain-lain. Selain itu sumber datanya adalah informan dari kegiatan-kegiatannya yang bisa diamati dan Dokumentasi yang diperlukan sebagai penunjang data penelitian.

#### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

##### **1. Manajemen Pemerintah Daerah Dalam Mengelola Pasar Sumberkolak.**

###### **a. Pengaturan Zonasi**

Banyaknya pembangunan swalayan modern yang dekat dengan pasar tradisional Sumberkolak kian lama dapat mematikan *omset* penjualan dari pedagang pasar tradisional itu sendiri, seperti keberadaan Alfamart dan Indomart yang jaraknya hanya berkisar 30 meter hingga 60 meter dari pasar tersebut. Juga di pasar-pasar tradisional lainnya nampak sekali keberadaan swalayan seperti *Indormart* berlokasi di depan area pasar tradisional Olean dengan posisi berhadap-hadapan, juga di pasar Ardirejo dan pasar Wringin, yang hanya berjarak 20 hingga 30 meter dari area pasar swalayan modern.

###### **b. Penyediaan Fasilitas**

Banyak kendaraan parkir di pinggir jalan raya karena fasilitas parkir yang tersedia masih belum optimal dan kendaraan bermotor telah melebihi kapasitas parkir yang di sediakan. Tentunya aktivitas pasar yang dilakukan setiap pagi hari dapat mengganggu kelancaran lalu lintas berkendara. Beberapa pedagang mengusulkan kepada Kepala pasar agar sarana parkir diperbarui dengan baik, sehingga dapat memudahkan pengguna jasa parkir dan tidak hanya bisa ditempati oleh kendaraan bermotor saja, tetapi untuk parkir mobil juga tersedia. Kendalanya menurut petugas pasar, area parkir yang letaknya di halaman depan pasar tidak dikelola dan ditangani oleh petugas pasar, melainkan ditangani Dinas Perhubungan (DISHUB), dan pastinya penghasilan dari parkir tersebut juga diambil oleh Dinas Perhubungan.

c. Penarikan Retribusi

Mengenai target retribusi yang telah ditetapkan oleh Pemda setempat terhadap pengelola pasar sebenarnya tidak terlalu berat, karena penghasilan retribusi yang didapat melebihi kewajiban yang harus disetor ke DISPENDA. Akan tetapi pengelola pasar tidak pernah terbuka terhadap pihak DISPENDA mengenai hasil maksimal pendapatan Retribusi perharinya, Bahkan dari pihak pengelola pasarpun hanya sebagian petugas saja yang tahu betul pendapatan maksimal perharinya yang diperoleh dari pemungutan retribusi tersebut, yaitu hanya pemungut retribusi itu sendiri. Sedangkan terhadap petugas pasar lainnya memang terkesan ditutup-tutupi, sehingga timbul gejolak kecemburuan sosial dipihak pengelola pasar itu sendiri. Tidak adanya transparansi terhadap petugas lain mengenai hasil pemungutan retribusi menimbulkan kecurigaan dilingkungan *internal* petugas pasar. Dampaknya terhadap mereka yang tidak diberi tahu mengenai transparansi retribusi, berakibat pada tugas mereka yang tidak maksimal di lingkungan pasar, hingga pada akhirnya mereka juga mengadakan pungutan liar terhadap para pedagang atas nama wajib retribusi. Bahkan parahnya lagi menjadi *makelar* transaksi jual beli lahan, tidak peduli lahan yang dijual belikan adalah area yang tidak boleh ditempati berjualan, yang terpenting bagi mereka adalah bagaimana meraup retribusi semaksimal mungkin.

d. Tata Tertib Berjualan dan Penanganan Kebersihan

1) Tata tertib berjualan

Kasus pelanggaran mengenai tata tertib merupakan hal yang sering terjadi di pasar Sumberkolak dan juga pasar pasar lainnya di wilayah Situbondo sekitarnya. Sebenarnya jika para pedagang diberi pengertian mengenai apa yang mereka perbuat, tentunya akan patuh menerima terhadap peraturan yang berlaku, sehingga akan menyadari terhadap apa yang telah mereka lakukan di pasar. Persoalannya adalah Mantri atau petugas pasar lainnya enggan menegur atau mengingatkan mereka yang melanggar, dan pada akhirnya para pedagang lalai terhadap peraturan tersebut. Faktor lain adalah pengawasan yang kurang *intensif* dari petugas pasar tradisional terhadap aktivitas para pedagang yang ada. Respon yang lambat dari petugas dengan membiarkan masalah berlarut-larut akan menyebabkan suatu pelanggaran yang lebih parah lagi dilakukan oleh pedagang. Karena suatu perbuatan yang tidak mendapatkan teguran, berimplikasi pada perbuatan *arogansi* dengan bertindak sesukanya di pasar tradisional.

2) Penanganan Kebersihan

Pada umumnya anggapan masyarakat terhadap lingkungan pasar tradisional identik dengan kesan kumuh atau kurang kondusif tata ruang yang tidak teratur/semerawut, sehingga sebagian masyarakat yang selektif terhadap kebersihan enggan berkunjung kepasar tradisional. Bahkan becek, bau, kotor, dan jalannya yang sempit adalah akibat dari ketidak disiplin para pedagang dan petugas pasar dalam menjaga tata ruang dan kebersihan di lingkungan pasar.

Masalah kebersihan yang tidak ditangani dengan maksimal oleh petugas pasar maupun pedagang, tentunya akan menghambat aktivitas pasar itu sendiri, hingga pada akhirnya pedagang dan petugas pasar akan merasakan kerugian dari ketidak disiplinannya dalam mengelola pasar. Seperti halnya penataan selokan dan *irigasi*

yang kurang tepat dengan posisi ditengah-tengah pasar Sumberkolak, ditambah lagi oleh pedagang dengan sembarangan membuang sampah, tentunya rawan sekali terjadi banjir, apalagi diwaktu musim hujan.

Bahkan selain tersebut diatas yang seringkali menjadi penyebab meluapnya air sungai kehalaman pasar adalah para petani yang mengairi sawahnya secara berlebihan tanpa mempertimbangkan dampaknya. Oleh sebab itu banyak pedagang dan konsumen mengeluh, karena tidak adanya penanganan serius dari petugas pasar dan pihak pengairan mengenai *renovasi* irigasi yang posisinya berada di tengah lingkungan pasar yang dapat merugikan pedagang karena mengganggu aktivitas mereka, terutama pengguna lapak dan lesehan di halaman pasar. Kurangnya kesadaran pedagang terhadap kebersihan juga dapat dilihat dari kedisiplinan mereka sehari-hari. Terutama penjual sayur yang membuang sisa sayurnya sembarangan, padahal masing-masing dari mereka sudah disediakan tempat sampah tetap saja kurang peduli untuk membuang pada tempatnya. Alasan dari pedagang yang membuang sampah sembarangan karena sudah ada petugas pasar yang akan membersihkan sampah yang berserakan tersebut. Padahal jika kita disiplin membuang sampah pada tempat yang telah disediakan, tentunya dapat mengurangi beban petugas pasar, sehingga mereka dapat bekerja lebih efektif.

Hambatan lain mengenai kebersihan adalah kurang optimalnya petugas kebersihan dalam membersihkan sampah di lingkungan pasar. Hal itu bisa di lihat dari cara keseharian mereka dalam menangani dan membersihkan sampah yang ada. Petugas kebersihan tidak sepenuhnya membersihkan semua sampah di area pasar. Mereka lebih sering membersihkan sampah yang mudah saja untuk dibersihkan. Apabila ditegur mengenai pekerjaannya yang kurang maksimal, mereka menyangkal dengan alasan gaji yang diterima masih terlalu sedikit. Minimnya gaji dijadikan alasan oleh petugas kebersihan, yang berpengaruh terhadap kinerja mereka tidak maksimal melakukan tugasnya. Karena mereka juga harus membagi waktu untuk mencari tambahan lain guna menunjang kebutuhan keluarganya.

### 3) Penanganan Keamanan Pasar

Kasus kehilangan yang sering terjadi tentu juga tidak lepas dari tanggung jawab petugas pasar yang kurang tegas menindak pelaku pencurian atau menginvestigasi keamanan yang kurang bertanggung jawab di pasar. Setiap pergantian Mantri pasar sepertinya tidak merubah sistem keamanannya yang tetap saja selalu bermasalah bagi para pedagang. Dari beberapa kasus kehilangan yang terjadi seringkali langsung dilimpahkan terhadap pihak kepolisian tanpa sepengetahuan dari Mantri pasar itu sendiri, sebab anggapan pedagang jika meminta pertimbangan terhadap petugas pasar permasalahannya bukan cepat selesai, tetapi tambah rumit hingga pada akhirnya tidak ada kejelasan tindak lanjutnya.

Pentingnya ikut menjaga keamanan bagi para pedagang. Menjalin kerjasama dan komunikasi yang baik antara pedagang dengan keamanan sangat diperlukan sekali. Pada tahun-tahun sebelumnya jika dirata-rata mengenai kasus kehilangan yang terjadi di pasar tradisional Sumberkolak hampir setiap 3 bulan sekali menimpa para pedagang. Banyak dari mereka mengeluh karena barang dagangannya raib begitu saja, dan juga Kiosnya yang dibobol maling. Sebenarnya jika mereka introspeksi diri terhadap kesalahan yang terjadi, tentu tidak selalu tanggung jawab petugas keamanan saja yang dinilai kurang memperhatikan masalah kehilangan. Akan tetapi kasus yang



terjadi juga disebabkan oleh teledornya para pedagang meletakkan barang dagangannya di pasar.

Kalau kita mau sadar terhadap upah yang diterima petugas keamanan, dan diukur dengan tingkat kebutuhan zaman sekarang tentu sangat kecil sekali gaji yang mereka peroleh. Bahkan kalah besar dengan UMR gaji yang diterima buruh pabrik. Inisiatif beberapa pedagang untuk menaikkan gaji petugas keamanan dilakukan, seperti mengusulkan aspirasinya terhadap petugas pasar, guna musyawarah bersama dengan para pedagang, supaya gaji keamanan dinaikkan agar mereka lebih disiplin mengemban tugasnya, serta lebih sejahtera tingkat pendapatannya. Akan tetapi rencana yang dibuat hanya *isapan jempol belaka*, hingga saat ini tidak ada tindak lanjut mengenai peningkatan kesejahteraan keamanan yang berjaga di pasar tersebut. Dan jika gaji keamanan tetap tidak dinaikkan, hampir di pastikan tanggung jawab keamanan tetap tidak maksimal, bahkan bisa jadi bertambah tidak aman.

#### 4) Aktivitas Pedagang Dalam Mengelola dan Mengembangkan Usahanya.

Pasar tradisional Sumberkolak sejatinya memiliki keunggulan bersaing alamiah yang tidak dimiliki oleh pasar modern, lokasi yang strategis, area penjualan yang luas, keragaman barang dan harga yang rendah, sistem tawar-menawar yang menunjukkan keakraban antara penjual dan pembeli merupakan keunggulan yang dimiliki oleh pasar tradisional. Walaupun menyandang keunggulan alamiah, tetapi memiliki berbagai kelemahan yang menjadi karakter dasar dan sangat sulit diubah. Faktor *desain* dan tampilan pasar, atmosfer, tata ruang, tata letak, keragaman dan kualitas barang, promosi penjualan, jam operasional yang terbatas, serta optimalisasi pemanfaatan ruang jual merupakan kelemahan terbesar dalam menghadapi persaingan dengan pasar modern.

#### 5) Distribusi Barang

Terdapat kendala pendistribusian barang di pasar tradisional Sumberkolak, hal itu disebabkan beberapa faktor, diantaranya adalah; (1) Barangnya yang memang langka karena hanya sebagian kecil petani saja yang menanam, (2) Karena ketepatan saja, bersamaan tidak menanam sayuran tertentu sehingga mengalami kelangkaan barang, (3) Adanya barang tersebut memang musiman, biasanya kalau sudah musim hujan kurang bagus kualitasnya, bahkan barang yang ditanam cenderung banyak yang rusak, akibatnya mengalami kelangkaan barang yang berdampak pada melonjaknya harga barang tersebut, seperti bawang merah, tomat dan lain sebagainya, (4) di kirim keluar Kota karena harganya lebih tinggi. Banyak sayuran seperti cabe di kirim keluar Kota oleh pengepul sebab tidak kuatnya pedagang tradisional kulakan barang tersebut dari petani setempat karena harganya dipatok terlalu tinggi. Hal itu disebabkan adanya permintaan dari pedagang luar Kota dengan harga yang tinggi pula. Akan tetapi sebaliknya jika kondisi harga *cabe* di pasar rusak/turun tentunya banyak petani mengeluh dan bahkan sulit sekali mendistribusikan barangnya.

#### 6) Kualitas Barang dan Persaingan Harga

Pentingnya memperbaiki kualitas dan mutu barang agar terlihat menarik, bisa kita lihat sendiri di pasar tradisional Sumberkolak, hampir tidak ada pengemasan barang yang dapat menarik minat pembeli. Mulai dari pedagang kue hingga pedagang sayur, semuanya menggunakan wadah yang sangat sederhana sekali dan transparan, sehingga mudah terkena debu, dihindangi lalat dan kotoran lainnya. Tentu barangnya

tidak sehat dan kurang bersih, tetapi mereka tidak sadar dengan kondisi seadanya dapat menyebabkan minat pembeli berkurang. Hanya satu hingga tiga pedagang saja yang menyediakan bahan-bahan bersih, seperti sayuran, kentang, wortel dan bumbu-bumbu lainnya.

Hubungan kualitas barang dengan harga juga di utarakan oleh Casson (dalam Sadeli dan Maman, 2000:41); sebelum mengemukakan harga suatu barang, penjual harus mengutarakan terlebih dahulu tentang kualitas barang tersebut, dengan demikian apabila pembeli telah mengerti faedah dan kualitas barang maka soal harga menjadi nomor dua. Ada empat langkah yang harus dilakukan oleh penjual pada waktu akan menjual barangnya agar berhasil. Keempat langkah tersebut sebagai berikut; (1) memikat hati pelanggan, (2) mengarahkan perhatian pelanggan pada barang yang akan dijual, (3) menguraikan faedah barang, (4) menimbulkan keinginan dalam hati pelanggan untuk membeli. Pelanggan adalah orang-orang lebih mengutamakan kualitas barang dari pada harga. Murah dan mahalnya barang sangat relatif.

Minimnya kreativitas pedagang dalam mengelola dagangannya. Para pedagang tradisional tidak belajar dari pasar modern untuk selalu berinovasi dan membuat produk unggulan. Alasan mereka adalah daya beli konsumen yang rendah, Kebanyakan konsumen mengutamakan kuantitas barang dari pada mutunya, dan juga yang terpenting bagi mereka harganya murah, sehingga pemasarannya lancar, karena bidikannya konsumen menengah kebawah dan pedagang peracangan pedesaan. Gambaran lain dari lemahnya pengembangan pasar tradisional dapat dilihat dari penataan barang yang asal-asalan. Sebagian besar dari mereka tidak bisa mendesain Kiosnya agar menarik minat pembeli, barang yang dijual asal diletakkan saja di depan Kiosnya tanpa ditata rapi sesuai komoditasnya. Ironisnya hampir semua pedagang di pasar tersebut tidak memperhatikan masalah tempat yang kurang kondusif serta kebersihan barang dagangan yang dijual. Disisi lain karena sifatnya pasar tradisional adalah terbuka, sehingga tidak ada Quality control dari petugas pasar. Siapapun boleh berdagang dan apapun boleh masuk, baik-huruk, halal haram boleh, seperti darah yang dibekukan (*reket*) dijual didalam pasar. Daging gelondongan dan daging oplosan, ikan laut yang di formalin, juga barang palsu tumbuh subur di situ. Bahkan pedagang sayurpun ikut-ikutan memalsukan barangnya dengan mencampur sayuran yang tua kedalam sayuran muda dijual perikat talinya. Parahnya lagi ada beberapa pedagang bunga menjualnya tanpa akar, dengan cara dibungkus plastik dan tanah yang diikat rapat. Oleh sebab itu konsumen harus jeli memilih barang yang bermutu karena sebagian pedagang tidak menjual dagangan apa adanya. Dengan adanya kejadian seperti itu menyebabkan orang malas berbelanja kepasar tradisional karena tidak ada jaminan baik dan buruk atau halal dan haram, walaupun hal tersebut tidak dilakukan oleh semua pedagang pasar akan tetapi beberapa oknum pedagang telah memberikan citra yang buruk terhadap konsumen yang berbelanja di pasar tradisional.

#### 7) Strategi Mempertahankan Pelanggan

Berbagai cara dilakukan pedagang untuk mendapatkan dan mempertahankan konsumen, mulai dari menjual barang dengan harga murah di bawah harga pedagang lainnya, memberikan hutangan kepada pelanggan, mengadakan arisan bulanan dan menerima simpan pinjam terhadap pelanggan. Misalnya cara yang dilakukan pedagang untuk mempertahankan pelanggannya dengan memberikan hutangan

berupa barang dagangan, kesepakatan pengembaliannya tergantung mereka, ada yang dilakukan setiap bulan, setengah bulan sekali dan seterusnya. Cara seperti ini banyak dilakukan oleh pedagang, terutama pedagang pracangan, alasannya agar pelanggan tidak pindah ke pedagang lain. Cara lain yang sudah lumrah terjadi di pasar tradisional adalah memberi bonus atau *persen* kepada pelanggan. Hal tersebut dilakukan setiap tahun, sebelum hari raya Idul fitri. Bonus/persen yang diberikan bermacam-macam, ada yang berupa uang, pakaian, makanan bahkan diskon harga barang dagangan. Semuanya tergantung dari besarnya pembelian konsumen terhadap pedagang dalam setiap harinya.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **1. Kesimpulan**

Dari hasil temuan penelitian dan analisis di atas menunjukkan sejumlah poin penting sebagai kesimpulan mengenai manajemen pemerintah daerah dalam mengelola pasar tradisional Sumberkolak dan aktivitas para pedagang dalam mengembangkan usahanya.

- a. Fasilitas yang berada dipasar tradisional Sumberkolak masih belum memenuhi kepuasan konsumen, seperti penyediaan lahan parkir masih semerawut dan kapasitasnya yang masih belum cukup. Kios-kios dan toko yang di gunakan berjualan sebagian besar terkesan sangat kumuh, kotor dan bau tidak sedap, hal tersebut yang menjadi alasan sebagian konsumen enggan berbelanja ke pasar tradisional Sumberkolak.
- b. Orientasi dari penarikan retribusi lebih cenderung untuk kepentingan kelompok tertentu dari pada untuk kepentingan memajukan para pedagang tradisional, misalnya dengan memperbaiki fasilitas-fasilitas yang tidak kondusif di pasar. Akan tetapi yang terjadi justru penyelewengan terhadap hasil pungutan retribusi, dari oknum - oknum petugas pasar itu sendiri.
- c. Kurang terjalinnya hubungan kerjasama antara pengelola pasar dengan pihak pedagang dalam menjaga ketertiban dan kebersihan pasar.
- d. Sistem pengamanan yang kurang baik. Mulai dari konstruksi bangunan pasar yang terlalu mudah untuk dimasuki pencuri, begitu juga penjagaan atau pengawasan yang kurang disiplin dari petugas keamanan pasar. Hal semacam itu tidak lain disebabkan oleh kurangnya perhatian dan keseriusan para pedagang, serta pengelola pasar untuk bersama – sama memperbaiki pengamanan yang lebih kondusif, agar konsumen juga lebih tenang berbelanja di pasar Sumberkolak.
- e. Terdapat tiga jalur pendistribusian barang, pertama dari petani langsung yang bisa diambil lebih besar keuntungannya oleh pedagang. Dan yang kedua dari tengkulak, tentu laba yang diperoleh pedagang tidak banyak karena sudah dari tangan kedua. Dan yang ketiga adalah produk yang disuplai dari pabrik dan home industry. Kendalanya adalah jika petani tidak menanam atau gagal panen komoditi tertentu, maka kelangkaan barang terjadi, dan mengalami kenaikan



harga, ditambah lagi ada permainan para tengkulak, tentu para pedagang dan konsumen mengeluh terhadap melambungnya harga barang dagangan.

- f. Kurangnya kreativitas para pedagang guna meningkatkan kualitas dan mutu barang dagangannya agar lebih menarik minat para pengunjung untuk berbelanja ke pasar Sumberkolak. Justru sebagian dari mereka lebih suka mencampur barang tidak segar dan barang palsu agar juga laku terjual di pasaran. Sehingga dapat menurunkan kepercayaan konsumen untuk berbelanja ke pasar Sumberkolak.
- g. Kurangnya profesionalitas dalam menarik minat konsumen dan mempertahankan para pelanggan. Sebagian para pedagang lebih suka menerapkan persaingan yang tidak sehat. Seperti mempermainkan harga dan terlalu memberikan kelonggaran pembayaran kredit kepada pelanggan. Dampaknya adalah lebih banyak kerugiannya dari pada keuntungannya, yang menyebabkan usaha mereka tidak berkembang dan bahkan menurun.

## 2. Saran

Berdasarkan temuan penelitian, sejumlah langkah mengenai pengelolaan pasar tradisional Sumberkolak yang direkomendasikan adalah;

- a. Pola lama pengelolaan pasar tradisional harus di rubah. Mulai dari penertiban pedagang dan pemanfaatan lahan kosong, dengan mengaktifkan kios – kios yang kurang produktif di *desain* lebih rapi lagi agar dapat menarik minat pengunjung berbelanja ke pasar Sumberkolak. Begitu juga sarana lahan parkir dan tempat bongkar muat barang harus dibangun selayak mungkin agar tidak mengganggu arus jalan lalu lintas.
- b. Hasil dari pemungutan retribusi selain disetorkan langsung ke (Dispenda) juga harus dimaksimalkan pengelolaannya untuk kepentingan para pedagang. Selain itu harus ada *transparansi* pendapatan dari pemungutan retribusi tersebut terhadap (Dispenda) maupun terhadap sesama pengelola pasar dan para pedagang.
- c. Diperlukan kerja sama dan kekompakan petugas pengelola pasar dengan para pedagang dalam menjaga ketertiban dan kebersihan lingkungan pasar. Terutama kesadaran para pedagang itu sendiri dalam menjaga kebersihan dan ketertiban pasar.
- d. Diperlukan pembenahan sistem pengamanan yang lebih solid lagi, mulai dari *profesionalitas* penjagaan dan perbaikan tempat – tempat yang rawan pencurian. Hal tersebut dapat tercapai jika para pedagang dan pengelola pasar bersama-sama memperbaiki sistem pengamanan yang ada saat ini, diantaranya mengangkat penjaga yang bertanggung jawab dan berkompeten dibidangnya begitu juga kesadaran bersama bagi para pedagang untuk ikut menjaga dan mengawasi keamanan pasar Sumberkolak.
- e. Pentingnya kerja sama yang baik antara pedagang dengan petani. Para pedagang harus selalu berkoordinasi dengan petani, hal tersebut dilakukan untuk mengantisipasi kelangkaan barang dagangan. Akan tetapi transparansi harga harus didahulukan untuk memberikan kepercayaan terhadap petani. sehingga mereka tidak merasa dipermainkan oleh pedagang dan saling menguntungkan kedua belah pihak. Untuk produk barang pabrik setidaknya para pedagang bersama – sama melakukan koordinasi langsung dengan pabrikan agar diperlancar sistem penyalurannya dan juga memperoleh harga yang lebih rendah.

- f. Untuk meningkatkan daya saing terhadap pasar modern diperlukan kreativitas lebih, dan pasar tradisional harus banyak belajar dari lingkungan dunia bisnis saat ini, sebab dunia bisnis zaman sekarang dituntut lebih memanjakan kebutuhan para konsumen. Setidaknya mereka dapat mencontoh pasar modern untuk: dibuat acuan dan tolak ukur manajemen yang baik dalam mengelola bisnis perniagaan sekarang.
- g. Sebenarnya tidak perlu melakukan persaingan tidak sehat dalam menarik minat pelanggan hingga dapat merugikan para pedagang itu sendiri. Hal terpenting adalah meningkatkan kualitas pelayanan dan peningkatan mutu barang dagangan itu sendiri.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Ahluwalia. 2010. *Perkuat Implementasi Kebijakan*. [<http://m.inilah.com>].
- Arief. 2007. *Nasib Pasar Tradisional Di Era Modern*. Jakarta. [<http://katawaktu.multiply.com>].
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Suatu Pendekatan Penelitian Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan. 1987. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Bogdan, R.C. dan Biklen, S.K. 1998. *Qualitative Research*. Boston: Allyn dan Bacon
- Bungin, Burhan. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Dunn, William N. 2000. *Pengantar Analisis Kebijakan Publik*. Terj. Samodra Wibawa dkk. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Dharmmesta, B.S. dan Handoko, H.1982, *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: PBF Universitas Gadjah Mada.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2007. *Organisasi dan Motivasi. Dasar Peningkatan Produktivitas*. Cetakan ke-5. Jakarta. PT. Bumi Aksara.
- Hasbulloh, 2008. *Manajemen dan Pengembangan Organisasi*. Disampaikan pada kegiatan upgrading pengurus (BEM FE UNPAK). [<http://hasbulloh.multiply.com>]
- Indrakh, 2007. *Pasar Tradisional Ditengah Kepungan Pasar Modern*. [<http://indrakh.wordpress.com>]
- Islamy, M. Irfan. 1988. *Prinsip-Prinsip Perumusan Kebijakan Negara*. Cetakan ke-3. Jakarta. PT. Bumi Aksara.
- Jurnal Penelitian Koperasi dan UKM Nomor 1 tahun 2006: *Penelitian, Dampak Keberadaan Pasar Modern (Supermarket dan Hypermarket) Terhadap Usaha Ritel Koperasi / Waserba dan 2 Pasar Tradisional*. [[www.smecca.com](http://www.smecca.com)]
- Juwita, Irama. 2005. *Gambaran Umum Manajemen*. Materi Ujian Tengah Semester. [[juwita.staff.gunadarma.ac.id](http://juwita.staff.gunadarma.ac.id)].
- Kia's site. 2008. *Memahami Belenggu Pelayanan Publik Birokrasi*. [<http://kiasite.blogspot.com>]
- Listiani, Wanda. 2009. *Fleksibilitas Pasar Tradisional*. Bandung: [<http://www.scribd.com>].
- Majid, Abdul. 2008. *Pengertian, Konsep, Definisi Pemasaran dan Manajemen Pemasaran*. [<http://majidbsz.wordpress.com>]
- Miles, M.B, dan Huberman, M. 1984. *Qualitative Data Analysis A Sourcebook of New Method*. Beverly Hills London New Delhi: Sage Publication.

- Moleong, Lexy J. 2004. *Metodologi penelitian Kualitatif* Bandung: PT.Remaja Rosadakarya.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT.Remaja Rosadakarya Offset
- Mursid, M. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Bekerja Sama dengan Pusat Antar Universitas Studi Ekonomi. Universitas Indonesia. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Napitupulu, Albert. 2008. *Masa Depan Pasar Tradisional*. [http://pdpasartohaga.wordprcss.com]
- Nawawi, Hadari. 1998. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: UGM Press
- Pascarina, Carolina dkk. 2007. *Evaluasi Kebijakan Pengelolaan Pasar di Kota Bandung*. Pusat Penelitian Kebijakan Publik Dan Pengembangan Wilayah.. LEMLIT UNIVERSITAS PADJADJARAN. Bandung. [pustaka.unpad.ac.id].
- Pikiran Rakyat.2007. *Pedagang Pasar Tagih Janji SBY. APPSI Siap Melakukan Aksi Besar – Besaran*. Bandung. [www.pikiran-rakyat.com]
- Pilyang, Aderiksa. 2010. *Masadepan Pasar Tradisional*. Galery Ilmu-Ilmu. [http://aderiska-pilyang.blogspot.com]
- Prabu, Rama.2008. *Reposisi Kemitraan Pasar Tradisional – Modern*. Jakarta. [http://ramaprabu.multiply.com]
- Rahmawati Dwi, Putri. 2010. *Definisi Pengertian Pasar*. Sekushii is mine. [http://depewblew2dutz.blogspot.com]
- Sadeli, Lili M. dan Ukas M. 2000. *Pengantar Bisnis. Ilmu Menjual*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Soelaeman, T. Henni.2007. *Saatnya Belanja Nyaman Di Pasar Tradisional*. Jakarta. [http://202.59.162.82/cetak.com]
- Sugiono. 1997. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta
- Suryadarma, Daniel dkk. 2007. *Dampak Supermarket terhadap fasar dan Pedagang Ritel Tradisional di Daerah Perkotaan di Indonesia*. SMERU. [www.smeru.or.id]
- Viklund, Andreas. 2009. *Jurnal Manajemen, Jurnal Manajemen Sumberdaya Manusia, Bahan Kuliah Manajemen*. [http://jurnal-sdm.blogspot.com]
- Wahab, A. Solichin. 1990. *Pengantar Analisis Kebijaksanaan Negaracr*. Cetakan ke-1. Jakarta. Rineka Cipta.
- Widodo, Joko. 2007. *Analisis Kebijakan Publik. Konsep dan Aplikasi Analisis Proses Kebijakan Publik*. Malang. Bayu Media Publishing.
- Wikipedia. *Manajemen*. [http://id.wikipedia.org].
2008. *Program Pasar Berseri. Draf Final Panduan Pasar Berseri*. [www.menlh.go.id]
- .....2001. No.49. *Salinan Peraturan Daerah Tetang Retribusi Pasar..* Situbondo: Kabupaten Situbondo. Dinas Pendapatan Daerah
- .....2007. No.112. *Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern*. Jakarta: Peraturan Presiden Republik Indonesia.
- .....2008.No.53/M-DAG/PER/12. *Pedoman Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern*.Jakarta: Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia.