

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang semakin canggih dapat menyebabkan perubahan pada masyarakat. Perubahan tersebut yaitu terhadap pola kehidupan dan kebutuhan masyarakat. Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat muncul berbagai fasilitas perbelanjaan. Pasar sebagai salah satu fasilitas perbelanjaan selama ini sudah menyatu dan memiliki tempat penting dalam kehidupan masyarakat. Bagi masyarakat, pasar bukan sekedar tempat bertemunya penjual dan pembeli. Pasar juga sebagai wadah dalam interaksi sosial terhadap sesama masyarakat.

Pasar tradisional merupakan pasar yang berperan penting dalam memajukan pertumbuhan ekonomi di Indonesia dan memiliki keunggulan bersaing secara alamiah. Keberadaan pasar tradisional ini sangat membantu, tidak hanya bagi pemerintah daerah ataupun pusat tetapi juga para masyarakat yang menggantungkan hidupnya dalam kegiatan berdagang, karena didalam pasar tradisional terdapat banyak orang yang memiliki arti penting dan berusaha untuk mensejahterakan kehidupannya baik itu pedagang, pembeli, pekerja panggul dan sebagainya. Pasar tradisional juga pada umumnya terdiri dari kios-kios kecil, tenda, tidak permanen, dan lingkungannya tidak nyaman karena becek, kotor, bau, dan tidak nyaman. Sedangkan pasar modern biasanya memiliki bangunan megah dan permanen, fasilitas yang memadai, nyaman, aman, banyaknya diskon yang ditawarkan dan harga yang tercantum pasti.

Menurut Emiliana (2011:165) Keunggulan dari pasar tradisional adalah dimana para pembeli dan penjual bertemu langsung untuk melakukan suatu transaksi jual beli. Ditemukan adanya proses tawar menawar dalam transaksi jual beli seperti pada pasar tradisional. Tindakan ini merupakan suatu nilai lebih untuk pasar tradisional dimana pembeli dan penjual dapat melakukan proses tawar menawar barang yang akan dibeli oleh pembeli, mutu dari barang yang akan dibeli dan yang terpenting menumbuhkan kesan akrab antara pembeli dan penjual.

Pesatnya pembangunan pasar modern dirasakan oleh banyak pihak berdampak terhadap keberadaan pasar tradisional. Disatu sisi, pasar modern dikelola secara profesional dengan fasilitas yang serba lengkap disisi lain, pasar tradisional masih menjadi permasalahan yang klasik seputar pengelolaan yang kurang profesional dan ketidak nyamanan saat berbelanja. Hampir semua produk yang dijual di pasar tradisional seluruhnya dapat ditemui di pasar modern, seperti Minimarket, Supermarket, Indomaret, Alfamart, Alfamidi, Cer Mart dll. Hampir seluruh pasar tradisional di Indonesia masih menghadapi masalah internal seperti lemahnya manajemen, minimnya sarana dan prasarana, dan hanya sebagai salah sumber penerimaan retribusi.

Pasar modern merupakan pesaing dan akan mengancam keberadaan penjual di pasar tradisional. Beberapa penyebabnya antara lain perubahan gaya hidup masyarakat, harga, kondisi pasar tradisional. Keunggulan pasar modern antara lain melakukan beberapa strategi harga dan non harga, untuk menarik pembeli, mereka melakukan berbagai strategi harga seperti strategi limit harga, strategi pemangsaan lewat pemangkasan harga (*predatory pricing*), dan diskriminasi harga antar waktu (*inter-temporal price discrimination*). Misalnya memberikan

diskon harga pada akhir minggu dan pada waktu tertentu. Sedangkan strategi nonharga antara lain dalam bentuk iklan, membuka gerai lebih lama, khususnya pada akhir minggu, *bundling/tying* (pembelian secara gabungan), dan parkir gratis.

Keberadaan pasar modern juga menimbulkan persepsi yang berbeda-beda dari setiap kalangan masyarakat. Ada kelompok masyarakat yang berpandangan positif terhadap keberadaan pasar modern. Misalnya bagi masyarakat kelas menengah keatas, keberadaan pasar modern sangat menguntungkan karena mereka dapat berbelanja dengan nyaman dan leluasa di pasar modern. Akan tetapi, tidak jarang yang memiliki pandangan negatif atas keberadaannya. Mereka merasa dirugikan dengan kehadiran pasar modern di lingkungan sekitarnya.

Tabel 1.1
Perbandingan Antara Pasar Tradisional VS Pasar Modern

Faktor-faktor	Pasar Modern	Pasar Tradisional
1. Tempat	a. Lebih nyaman.	a. Kurang nyaman.
2. Infrastruktur	a. Tempat parkir luas. b. Terang, terdapat AC.	a. Tempat parkir yang sempit. b. Toko terkesan gelap kurang terang.
3. Iptek	a. Memanfaatkan teknologi dan internet dalam kegiatan jual-beli. b. Memiliki informasi dan pengetahuan yang lebih luas.	a. Kurang memanfaatkan teknologi dan internet dalam kegiatan jual-beli. b. Kurangnya informasi dan pengetahuan yang dimiliki pedagang toko kecil.
4. Modal	a. Modal banyak.	a. Modal terbatas.
5. SDM	a. Karyawan sopan, berpenampilan rapi dan menarik. b. Memiliki karyawan.	a. Pedagang atau karyawan toko kelontong melayani pembeli dengan baik. b. Tidak memiliki karyawan atau ada juga yang memiliki karyawan.

Sumber : Diolah Peneliti, 2019

Salah satu Kecamatan yang terjadi permasalahan persaingan seperti ini adalah di Kecamatan Cerme pada desa Cerme Lor. Desa Cerme Lor ini

masyarakatnya banyak sekali dari berbagai macam Desa. Di desa Cerme Lor ini terdapat banyak pasar modern atau disebut dengan minimarket, Menurut Utami (2016: 470), menjelaskan minimarket merupakan toko yang mengisi kebutuhan masyarakat akan warung yang berformat modern, dekat dengan pemukiman penduduk sehingga dapat mengungguli toko atau warung. Komoditi yang dijual adalah berupa barang-barang kebutuhan pokok seperti makanan, minuman, barang-barang rumah tangga dan lain-lain.

Minimarket yang terdapat di Desa Cerme Lor yaitu Sarikat Jaya, Toko Laksana, Cer Mart, Alfamidi, Indomart dan Alfamart yang sudah berdiri. Lokasi pasar modern yang terdapat di Desa Cerme sangat berdekatan dengan pasar tradisional, sehingga keberadaan pasar modern akan berdampak terhadap lingkungan sekitarnya. Pasar modern tersebut saling menawarkan pelayanan yang lebih baik dari pasar tradisional yang ada, selain pelayanan mereka juga menawarkan harga yang relatif lebih rendah, variasi barang yang banyak, tempat belanja yang nyaman. Mereka saling berusaha untuk menambah fasilitas dan meningkatkan kualitas pelayanan menurut persepsinya sendiri-sendiri.

Pasar modern seperti minimarket di Desa Cerme juga berlomba-lomba untuk memberikan kelengkapan dan ketersediaan produk yang dijual, kualitas produk yang di jual sangat berkualitas dan terjamin, kondisi harga lebih mahal dibandingkan dengan pasar tradisional, namun pada pasar modern terdapat potongan harga (*discon*) yang diberikan, selain itu letak yang strategis, kebersihan ruangan, penataan dan pengelompokan produk, program promosi yang diselenggarakan, promosi di media cetak dan elektronik, adanya acara-acara lomba dan permainan dan hiburan, hadiah atau undian yang diberikan, area parkir

yang tersedia, keramahan pelayanan seperti kasir, pelayan toko, dan adanya papan petunjuk harga untuk memudahkan dalam mencari produk sehingga membuat para konsumen beralih dari pasar tradisional ke pasar modern atau disebut dengan minimarket.

Berbeda dengan pasar modern atau minimarket, pasar tradisional di Desa Cerme yang lebih dulu ada dibandingkan dengan pasar modern seperti minimarket yang sekarang ada secara tidak langsung merasakan dampak dari kehadiran pasar modern seperti minimarket. Banyak masyarakat yang tinggal disekitar pasar kini beralih memilih belanja di pasar modern atau minimarket dengan alasan lebih lengkap dan nyaman atau sekedar melihat-lihat, meskipun sebenarnya produk-produk yang ada di minimarket pun tersedia di pasar tradisional Desa Cerme. Selain itu ruang bersaing pedagang pasar tradisional Desa Cerme kini juga mulai terbatas, jika selama ini pasar tradisional Desa Cerme dianggap unggul dalam memberikan harga relatif rendah untuk banyak komoditas. Dengan fasilitas belanja yang jauh lebih baik skala ekonomis pengecer modern yang cukup luas dan akses langsung mereka terhadap produsen dapat menurunkan harga pokok penjualan mereka sehingga mereka mampu menawarkan harga yang lebih rendah.

Keunggulan pasar tradisional Desa Cerme selama ini dapat dilihat dari lokasi, karena masyarakat lebih senang berbelanja ke pasar-pasar yang lokasinya lebih dekat. Akan tetapi pusat-pusat perbelanjaan seperti minimarket terus berkembang memburu lokasi yang potensial, dengan semakin marak dan tersebarnya lokasi minimarket, maka keunggulan lokasi pasar tradisional juga akan hilang, kedekatan lokasi kini tidak dapat lagi dijadikan sumber keunggulan yang berkelanjutan.

Menurut hasil wawancara dengan Pak Sugianto, bahwa pasar tradisional di Desa Cerme ini terdapat 236 penjual dengan menjual berbagai barang dagangan yang sudah dikelompokan berdasarkan barang dagangannya. Seperti blok pakaian, sepatu, tas berada di blok tengah dan samping, blok sayuran berada di blok belakang kanan dan kiri hingga belakang tengah. Blok daging berada di blok belakang pinggir kiri, kanan dan tengah. Blok penjual sembako berada di blok samping kanan dan tengah. Blok penjual perhiasan berada di blok depan sendiri. Blok penjual jajanan berada di blok depan. Semua barang hampir tersedia di pasar tradisional ini, seperti sayuran, buah dan daging segar selalu tersedia. Penjual di pasar tradisional mulai buka pukul 05.00 WIB dan pukul 13.00 WIB. Para pemborong yang berbelanja di pasar tradisional ini karena harga yang murah dan barang berkualitas baik, para penjual sayuran mengambil barang dagangan langsung dari petani tanpa melalui tengkula jadi harga relatif murah.

Secara ekonomi, keberadaan pasar modern memiliki dampak terhadap pola perilaku konsumen di lingkungan sekitar. Penyebab para konsumen pasar tradisional beralih berbelanja ke pasar modern karena kondisi pasar yang kurang nyaman bagi para konsumen pasar tradisional. Hal tersebut yang membuat para konsumen tradisional beralih berbelanja ke pasar modern karena pasar modern lebih nyaman bagi mereka, walaupun perbedaan harga yang terlalu tinggi atau mahal. Dengan adanya pasar modern yang jaraknya berdekatan dengan pasar tradisional ini membuat perolehan laba para pedagang pasar tradisional menjadi menurun. Hal ini yang membuat kedua pasar tersebut bersaing untuk mendapatkan labanya masing-masing melalui lima dimensi kualitas layanan dalam kedua pasar tersebut.

Fenomena yang terjadi di Desa Cerme Lor mengenai persaingan pasar modern dengan pasar tradisional, maka terjadi suatu kesenjangan atau *research gap*, dimana para pedagang di pasar tradisional tetap bertahan dalam menghadapi persaingan dengan pasar modern yang akan berdampak pada laba pedagang pasar tradisional, akan tetapi para pedagang di pasar tradisional tetap bertahan. Hal ini membuktikan bahwasannya pedagang pasar Cerme ini masih memperoleh laba, karena tujuan para pedagang tersebut adalah untuk mencari laba. Bertahannya pedagang di pasar tradisional merupakan keadaan dimana seseorang mampu mempertahankan usahanya dari tantangan dan hambatan, untuk itu dalam mempertahankan usaha sangat dibutuhkan motivasi usaha yang merupakan dorongan dari dalam diri sendiri, yang mengakibatkan seseorang untuk bertindak atau melakukan suatu kegiatan, baik individu maupun kelompok untuk mencapai suatu tujuan.

Pedagang pasar tradisional di Desa Cerme berjualan dengan kemampuan seadanya mereka, dengan berusaha mengelolah, memperoleh keuntungan serta mempertahankan usahanya sendiri berdasarkan alur pikiran mereka masing-masing yang terbentuk berdasarkan pengalamannya. Pedagang di pasar tradisional melakukan transaksi jual beli agar mendapatkan laba. Laba yang didapatkan para pedagang digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari serta di jadikan modal kembali untuk berjualan. Ketika persaingan terhadap pasar tradisional dengan pasar modern semakin memanas, lalu para pedagang pasar tradisional masih tetap bertahan dengan adanya persaingan tersebut dikarenakan laba yang dimiliki setiap pedagang tersebut dapat memenuhi kebutuhan mereka. Untuk para pedagang, laba yang didapatkan tidak seberapa dari apa yang mereka inginkan,

namun dari hasil yang didapatkan para pedagang masih bisa di gunakan untuk kehidupan sehari-hari sebab para pedagang bukan mencari laba yang setinggi-tingginya melainkan para pedagang ingin mendapatkan ridho Allah *Subhanahu wa Ta'ala* dan keberkahan.

Berdasarkan hasil survey peneliti di ketahui bahwa toko kecil dipasar tradisional yang mengalami penurunan penjualan setelah adanya minimarket di sebabkan oleh, penjual kurang peka dalam menghadapi persaingan dan kurangnya inovasi. Hal ini dapat dilihat dari respon para pedagang toko tradisional pasca berdirinya minimarket di sekitar tokonya. Para pedagang beranggapan rezeki sudah di atur sama Allah *Subhanahu wa Ta'ala* oleh karena itu berapapun yang didapatkan tetap harus disyukuri. Ketika rezeki yang didapatkan tidak dapat memenuhi kebutuhannya, bagaimana pengaruhnya terhadap laba para pedagang yaitu pengaruhnya ketika di pasar tradisional yang bersaing dengan pasar modern mendapatkan rezeki yang bisa dikatakan kurang.

Ibnu Katsir *rahimahullah* menjelaskan, “Allah memberi rezeki pada mereka sesuai dengan pilihan-Nya dan Allah selalu melihat manakah yang maslahat untuk mereka. Allah tentu yang lebih mengetahui manakah yang terbaik untuk mereka. Allah-lah yang memberikan kekayaan bagi mereka yang Dia nilai pantas menerimanya. Dan Allah-lah yang memberikan kefakiran bagi mereka yang Dia nilai pantas menerimanya.” (*Tafsir Al Qur'an Al 'Azhim*, 6: 553). Kualitas pelayanan yang diberikan penjual kepada konsumen merupakan salah satu indikator yang menentukan kepuasan konsumen terhadap apa yang diberikan oleh perusahaan. Jika kualitas pelayanan yang diberikan pembeli kepada konsumen itu baik, maka akan membuat konsumen beranggapan penjual itu telah profesional

dalam memberikan pelayanannya. Begitu pula sebaliknya jika konsumen beranggapan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen buruk, maka konsumen akan beranggapan kalau penjual kurang profesional dalam memberikan layanan kepada konsumen.

Menurut Zeithaml dan Bitrner (2013:228) tingkat kepuasan konsumen pun dapat diartikan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan yang diharapkan. Penentu kepuasan konsumen itu sendiri dapat dilihat dari dimensi-dimensi kualitas pelayanan yang diberikan penjual kepada konsumen. Ada lima dimensi yang nantinya menjadi tolak ukur dalam mengetahui kepuasan konsumen, dimensi-dimensi tersebut meliputi: Berwujud (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Ketanggapan (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*) dan Empati (*Empathy*).

Tabel 1.2
Perbandingan lima Dimensi Kualitas Layanan
Antara Pasar Tradisional dan Pasar Modern

Lima Dimensi Kualitas Layanan	Pasar Tradisional	Pasar Modern
1. <i>Tangibles</i> (bukti langsung)	a. Kumuh/kotor b. Bau c. Becek d. Panas e. Tidak nyaman	a. Bersih b. Wangi c. Tidak becek d. Dingin e. Nyaman
2. <i>Reliability</i> (kehandalan)	a. Melayani dengan slow respon/lambat b. Perhitungan menggunakan mesin kalkulator ada juga yang manual c. Menggunakan kertas bon/nota dalam transaksi pembelian barang banyak	a. Melayani dengan lebih cepat b. Perhitungan menggunakan mesin kasir yang lebih akurat c. Menggunakan kertas struk dalam transaksi pembelian barang

3. <i>Responsiveness</i> (daya tanggap)	<ul style="list-style-type: none"> a. Pelayanan pada pasar tradisional tidak tepat waktu b. Penjual tidak dapat menanggapi keluhan para pembeli dengan cepat c. Barang yang sudah dibeli dapat dikembalikan kembali jika tidak cocok/terjadi kecacatan barang 	<ul style="list-style-type: none"> a. Pelayanan pada pasar modern selalu tepat waktu b. Penjual dapat menanggapi keluhan para pembeli dengan cepat c. Barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan jika tidak cocok/terjadi kecacatan barang
4. <i>Assurance</i> (jaminan)	<ul style="list-style-type: none"> a. Penjual mempunyai sedikit kemampuan dalam pelayanannya b. Penjual mempunyai sedikit kemampuan dalam komunikasi c. Penjual tidak mampu untuk menarik simpati pelanggan dengan segala keramahannya 	<ul style="list-style-type: none"> a. Pegawai mempunyai banyak kemampuan dalam pelayanannya b. Pegawai mempunyai banyak kemampuan dalam komunikasi c. Pegawai mampu untuk menarik simpati pelanggan dengan segala keramahannya
5. <i>Empathy</i> (empati)	<ul style="list-style-type: none"> a. Penjual mengerti kebutuhan dari pembeli/konsumen b. Penjual sangat mengenal para pelanggannya sering berbelanja di toko tersebut 	<ul style="list-style-type: none"> a. Pegawai tidak seberapa mengerti kebutuhan dari para pembeli/konsumen b. Pegawai tidak seberapa mengenal para pelanggan, hanya tertentu saja yang sering berbelanja di toko tersebut

Sumber : *Diolah Peneliti, 2019*

Berdasarkan uraian di atas, terlihat bahwa keberadaan pasar modern menjadi ancaman bagi perekonomian pedagang di pasar tradisional. Yang membuat laba para pedagang terancam berpenghasilan yang sedikit. Maka penulis melakukan penelitian yang berjudul. **“Laba Pedagang Pasar Tradisional Di Desa Cerme Dalam Menghadapi Pasar Modern Melalui Lima Dimensi Kualitas Layanan.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat diperoleh rumusan masalah yang terjadi sebagai berikut :

1. Bagaimana diskripsi perolehan laba pedagang pasar tradisional dalam menghadapi pasar modern?
2. Bagaimana lima dimensi kualitas layanan yang terjadi dalam pasar tradisional dan pasar modern?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat diperoleh tujuan penelitian yang terjadi sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui makna laba pedagang pasar tradisional dalam menghadapi pasar modern
2. Untuk mengetahui lima dimensi kualitas layanan yang terjadi dalam pasar tradisional dan pasar modern

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka dapat diperoleh manfaat penelitian yang terjadi sebagai berikut :

1. Bagi Praktisi

Manfaat bagi penulis, dalam hal praktisi yang diharapkan yaitu dari seluruh tahapan penelitian yang telah dilakukan serta hasil penelitian yang diperoleh dapat membantu memperluas wawasan dan sekaligus memperoleh pengetahuan tentang kegiatan yang terjadi dalam pasar tradisional maupun dalam pasar modern.

2. Bagi Akademisi

Manfaat dalam hal akademisi yang diharapkan yaitu dari hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan bagi upaya-upaya yang harus dilakukan oleh para pedagang di pasar tradisional. Serta dapat memperluas jangkauan wawasan para mahasiswa-mahasiswi dalam bidang ekonomi serta dapat dijadikan sebagai referensi bagi penelitian terhadap permasalahan yang sama dalam pasar.