

**STRATEGI PEDAGANG TRADISIONAL DI PASAR
YANG TERINTEGRASI DENGAN PASAR MODERN
(STUDI KASUS PASAR BESAR MALANG)**

JURNAL ILMIAH

Disusun oleh :

**Fatik Noviono Utomo
0910213081**



**JURUSAN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2013**

LEMBAR PENGESAHAN PENULISAN ARTIKEL JURNAL

Artikel Jurnal dengan judul :

**STRATEGI PEDAGANG TRADISIONAL DI PASAR YANG
TERINTEGRASI DENGAN PASAR MODERN
(STUDI KASUS PASAR BESAR MALANG)**

Yang disusun oleh :

Nama : Fatik Noviono Utomo
NIM : 0910213081
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : S1 IlmuEkonomi

Bahwa artikel Jurnal tersebut dibuat sebagai *persyaratan ujian skripsi* yang dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 24Juli 2013.

Malang, 24 Juli 2013

DosenPembimbing,

Dr. Asfi Manzilati, SE.,ME.

NIP 19680911 1991032 003

STRATEGI PEDAGANG TRADISIONAL DI PASAR YANG TERITEGRASI DENGAN PASAR MODERN

(STUDI KASUS PASAR BESAR MALANG)

Fatik Noviono, Asfi Manzilati

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya

Email : noviono_fatik@yahoo.co.id

ABSTRAK

Indonesia merupakan suatu negara yang mempunyai banyak penduduk. Banyaknya penduduk sendiri menjadi suatu problem pemerintah dalam menciptakan lapangan pekerjaan. Pembangunan yang tidak merata menjadi suatu masalah besar dalam mensejahterkan penduduk. Di era globalisasi dewasa ini, memberikan dampak persaingan yang lebih kompetitif dalam mencari pekerjaan kurangnya lapangan pekerjaan membuat banyak penduduk bekerja di sektor informal sedangkan dampak lain dari globalisasi yaitu banyaknya investasi asing yang masuk ke Indonesia sehingga sistem ekonomipun mengalami dualisme. Dualisme yang terjadi bukan hanya dalam skala ekonomi besar namun juga pada skala ekonomi kecil lainnya seperti pasar tradisional dan pasar modern. Persaingan pasar tradisional dan pasar modern tidak bisa dihindari kurangnya penguasaan terhadap faktor-faktor produksi membuat pedagang tradisional sulit untuk bersaing.

Keberadaan pasar modern dikhawatirkan menjadi salah satu penyebab berkurangnya konsumen di pasar tradisional. pasar tradisional dianggap kurang dalam pelayanan, harga,serta menerapkan strategi bersaing yang yang efektif dalam menarik konsumen. Melihat hal ini bagaimana tanggapan pedagang di pasar tradisional dalam menerapkan strategi bersaing dengan pasar modern.

Pedagang pasar tradisional memiliki keunggulan dalam interaksi dengan konsumen, namun faktor harga juga menentukan pilihan konsumen , cara yang dilakukan pedagang tradisional pada umumnya menerapkan diskriminasi harga,namun adanyapedagang tradisional juga memiliki hak merek untuk produk tertentu

Kata Kunci: Pembangunan, Dualisme, Pasar Tradisional, Pasar Modern

A. LATAR BELAKANG

Indonesia merupakan negara berkembang, Sebagai negara berkembang ,Pembangunan merupakan kegiatan yang menjadi prioritas utama untuk dilaksanakan, Pembangunan yang mengarah kepada modernitas memberikan dampak lain terhadap Indonesia, hal ini dikarenakan salah satu penunjang Pembangunan di negara maju adalah faktor modal yang berbeda dengan faktor produksi di Indonesia pada umumnya yaitu tenaga kerja.

Kelebihan tenaga kerja di indonesia membuat pembangunan berdasarkan padat karya berbeda dengan negara maju yang pembangunannya pada umumnya berdasarkan padat modal. Penerapan pembangunan yang berdasarkan padat modal yang lebih mengarah ke modernitas dan industri-industri besar menitik beratkan pada teknologi serta mesin-mesin untuk mendorong produktivitas dan padat karya yang mengarah kepada industri kecil yang menitik beratkan kepada tenaga kerja. Di era globalisasi dewasa ini, membuat negara berkembang harus menghadapi persaingan dengan negara-negara maju tidak terkecuali Indonesia. Penerapan Sistem ekonomi yang berbeda antara Indonesia dan negara maju membuat kedua sistem ekonomi ini berjalan berdampingan menjadikan dualisme ekonomi. Contoh sederhananya adalah pasar tradisional

berdampingan dengan pasar modern atau yang biasa disebut ritel. Di Indonesia sendiri pasar tradisional dan pasar modern berjalan berdampingan Namun pertumbuhan pasar modern kerap dianggap sebagai merosotnya pasar tradisional di Indonesia. Menurut data AC Nielsen, pertumbuhan Pasar Modern sebesar 31,4%, sementara Pasar Tradisional mengalami penurunan -8,1% (Setiyanto,2008).

Pertumbuhan supermarket dalam hal pangsa pasar juga mengesankan. Laporan World Bank (2007) menunjukkan bahwa pada 1999 pasar modern hanya meliputi 11% dari total pangsa pasar bahan pangan. Menjelang 2004, jumlah tersebut meningkat tiga kali lipat menjadi 30%. Terkait dengan tingkat penjualan, studi tersebut menemukan bahwa jumlah penjualan di supermarket bertumbuh rata-rata 15%, sementara penjualan di ritel tradisional menurun 2% pertahun. Coopers dalam Suryadharma,2007) memperkirakan bahwa penjualan di supermarket akan meningkat 50% antara 2004 dan 2007, dengan penjualan di hipermarket yang meningkat 70% pada periode yang sama.

Pasar modern dan Pasar tradisional bersaing di pasar yang sama Hampir semua produk yang dijual di pasar tradisional dapat ditemui di pasar modern dan tentunya hal ini berdampak. Hampir seluruh pasar tradisional di Indonesia masih bergelut dengan masalah internal pasar, seperti buruknya manajemen pasar, Sarana dan prasarana yang minim, menjamurnya pedagang kaki lima yang mengurangi pelanggan pedagang pasar dan minimnya bantuan permodalan yang tersedia bagi pedagang tradisional. Keadaan ini secara tidak langsung menguntungkan pasar modern yang memberikan layanan jauh daripada pasar tradisional. Pasar tradisional mempunyai fungsi dan peranan yang yang tidak hanya sebagai tempat perdagangan tetapi juga sebagai tempat peninggalan kebudayaan yang sudah ada sejak zaman dahulu (Bintoro,2010).

Pasar Besar Malang yang merupakan pasar tradisional di Kota Malang yang menjual berbagai macam kebutuhan dari sandang, pangan dan lainnya. Berbeda dari pasar tradisional lainnya, Pasar Besar Malang merupakan pasar gabungan antara Pasar modern dan Pasar tradisional, yang dimana pasar tradisional berada lantai satu dan dua, dan department store berada di lantai tiga pasar besar yang khusus berjualan sandang.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Pembangunan

Menurut Siagian (1994), Pembangunan merupakan suatu usaha atau rangkaian usaha pertumbuhan dan perubahan yang berencana dan dilakukan secara sadar oleh suatu bangsa, negara dan pemerintahan, menuju modernitas dalam rangka pembinaan bangsa (*nation building*). Pembangunan dilakukan secara berencana dan perencanaanya berorientasi pada pertumbuhan dan perubahan, pembangunan mengarah kepada modernitas, Modernitas yang dicapai melalui pembangunan yang bersifat multi dimensional, Proses dan kegiatan pembangunannya ditujukan kepada usaha untuk membina bangsa dalam rangka pencapaian tujuan bangsa dan negara yang ditentukan. Maka pembangunan diartikan sebagai seluruh usaha yang dilakukan oleh suatu negara bangsa untuk bertumbuh , berkembang dan berubah secara sadar dan terencana dalam semua segi kehidupan dan penghidupan negara, bangsa yang bersangkutan dalam rangka pencapaian tujuan akhirnya.

Adam smith berpendapat bahwa Pembagian kerja dan investasi menjadi menjadi focus utama dalam teori pembangunan dan pertumbuhan ekonomi. Pembagian kerja menjadi awal permulaan dari pertumbuhan ekonomi dalam meningkatkan daya produktivitas tenaga kerja. Smith menghubungkan kenaikan itu dengan:(1)meningkatnya ketrampilan kerja;(2)penghematan waktu dalam memproduksi barang;(3)penemuan mesin yang menghemat tenaga (Jhingan,2010)

Dualisme

Menurut Boeke, Dualisme ekonomi atau dua sistem ekonomi yang berbeda dan berdampingan kuat. suatu keadaan di mana “sang superior” hidup berdampingan dengan “sang inferior” namun tidak memiliki hubungan yang erat, tidak akan mati dengan sendirinya oleh karena alasan waktu, bahkan jurang pemisah antara “sang superior” dan “sang inferior” makin terbuka lebar seiring perkembangan zaman. Dua sistem tersebut bukan sistem ekonomi transisi dimana sifat dan ciri-ciri yang lama makin melemah dan yang baru makin menguat melainkan kedua-duanya sama kuat dan jauh berbeda. Perbedaan tersebut karena sebagai akibat penjajahan orang-orang Barat.

Sedangkan Geertz dalam Arsyad (1999) beranggapan bahwa dualisme ditandai oleh perbedaan-perbedaan dalam sistem ekologis. Setiap sistem ekologis tersebut menggambarkan pola-pola sosial dan ekonomi tertentu yang menyatu didalamnya membentuk suatu keseimbangan internal. Geertz juga menunjukkan stabilitas dualisme ekologis tersebut menunjukkan bahwa dualisme prakolonial di Indonesia semakin menguat dengan adanya intervensi kolonial bukannya semakin menurun ataupun berkurang. Geertz juga menjelaskan adanya perbedaan “Indonesia dalam” dan “Indonesia luar”. “Indonesia dalam” dalam hal ini jawa, merupakan system ekologis padat karya yang ditandai oleh pertanian padi,tebu dan tanaman lainnya yang membutuhkan kondisi iklim tropis dan semi tropis dan membutuhkan banyak air. Sementara “Indonesia luar” ditandai oleh pertanian yang padat tanah dan padat modal, produk padat karya seperti produku tambang , karet dan kelapa sawit.

Higgins dalam Arsyad (1999), Mengemukakan bahwa asal mula dualisme adalah perbedaan teknologi antara sektor modern dan tradisional. Sektor modern bersifat hemat tenaga kerja (*labor saving*) sedangkan sektor tradisional lebih kepada metode produksi yang padat tenaga kerja (*labor intensive*). Dengan kata lain, suatu keadaan dimana di dalam suatu kegiatan ekonomi tertentu digunakan teknik produksi dan organisasi produksi yang modern yang sangat berbeda dengan kegiatan ekonomi lainnya dan pada akhirnya akan mengakibatkan perbedaan tingkat produktivitas yang sangat besar. Penulis mendefinisikan dualisme ekonomi merupakan dua sistem ekonomi yang berbeda yang berjalan berdampingan dikarenakan perubahan kebijakan politik serta ekspansi kapitalis secara global sehingga merupakan bagian dari proses transisi ke arah liberalis di negara-negara timur yang memiliki banyak penduduk.

C. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Metode ini disebut sebagai metode artistik karena proses penelitian lebih bersifat seni (kurang terpola) dan disebut juga sebagai metode interpretative karena data hasil penelitian lebih berkenan dengan interpretasi data yang ditemukan di lapangan (Sugiyono, 2008:13). Pendekatan kualitatif dengan pandangan fenomenologis sangat tepat apabila digunakan sebagai alat untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Dalam pandangan fenomenologis peneliti berusaha memahami arti peristiwa dan kaitan-kaitannya terhadap orang-orang yang berada dalam situasi-situasi tertentu. Selain itu, pendekatan kualitatif dengan pandangan fenomenologis dapat menyajikan secara langsung hakikat hubungan peneliti dan responden, lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh bersama terhadap pola-pola yang nilai yang dihadapi (Moleong, 2006) .

Jenis Penelitian	Kualitatif
Metode	Fenomonologi
Unit Analisis	Strategi Pedagang Tradisional
Sumber Data	Primer
Informan	Pedagang Tradisional Khusus Pedagang sandang
Teknik Pengumpulan Data	Wawancara dan Observasi
Teknik Analisis data	Analisis Isi
Uji Keabsahan	Triangulasi

Sumber Ilustrasi Peneliti 2013

D. HASIL PEMBAHASAN

Diskriminasi Harga Memanfaatkan Asymmetric Information

Berdasarkan keterangan dari beberapa informan bahwa harga yang diterapkan pada pedagang tradisional pada umumnya merupakan harga yang berubah-ubah tergantung kemampuan konsumen dalam mengetahui informasi tentang harga barang serta kualitas, harga yang diberikan oleh pedagang di pasar tradisional pada umumnya dapat ditawar sesuai keinginan konsumen namun tetap kesepakatan harga melalui persetujuan pedagang dan konsumen. Dalam hal ini pedagang di pasar besar lebih selektif dalam memberikan potongan harga dan cenderung memilih konsumen dalam memberikan potongan harga yang lebih murah. Potongan harga biasanya diberikan kepada konsumen yang mengerti tentang produk tertentu serta potongan juga diberikan kepada pelanggan tetap agar pelanggan tidak pindah ke toko lainnya. fenomena ini mirip dengan diskriminasi harga, tetapi berbeda dengan definisi monopoli pada umumnya. Fenomena di Pasar Besar lebih kepada memanfaatkan pemberian harga khusus terhadap pelanggan tetap dan memanfaatkan asymmetric information terhadap pelanggan tidak tetap. Sehingga pemberian harga khusus hanya dilakukan dengan pelanggan tetap karena pelanggan tetap dinilai lebih mengerti dan mengetahui informasi tentang barang yang akan dibeli atau dikonsumsi.

Pedagang Kaki Lima di Lorong sering “merusak harga”.

Pedagang kaki lima (PKL) di Pasar Besar Malang merupakan bagian dari pedagang tradisional namun pedagang kaki lima merupakan pedagang informal yang tidak mempunyai ruang tetap dalam berjualan sehingga bisa dikatakan illegal. Namun di Pasar Besar Malang keberadaan PKL dianggap mengganggu kenyamanan tempat perbelanjaan karena berkurangnya ruang gerak bagi pedagang formal dan juga konsumen yang akan berbelanja. Namun di lain pihak Pedagang kaki lima juga membayar retribusi yang ditetapkan Dinas Pasar sehingga menjadi dilema dalam pengaturan terkait ketertiban dan kenyamanan di Pasar Besar Malang

Pada umumnya pedagang tradisional di Pasar Besar Malang lebih mengeleuhkan harga yang dipatok oleh pedagang kaki lima dalam berdagang eceran, hal ini karena pedagang kaki lima tidak dibebankan oleh biaya ongkos sewa kios dan toko sehingga pedagang kaki lima dapat menjual dagangannya jauh lebih murah daripada yang berjualan dikios atau pun toko yang tersedia di pasar besar malang dalam hal ini pedagang kaki lima cenderung merusak harga yang ditawarkan pedagang kios atau toko, dengan menjual jauh lebih murah dari pedagang yang menyewa ataupun membeli kios dan toko.

Konsumen Tersegmentasi Berdasar Kualitas yang Berbeda.

Konsumen yang berbelanja di pasar besar malang pada umumnya memiliki kelas-kelas yang tersegmentasi, kelas menengah ke bawah umumnya berbelanja sandang dilantai satu dan dua pasar besar malang , sedangkan kelas menengah ke atas cenderung berbelanja di matahari department store, namun tak jarang dijumpai bahwa konsumen yang berasal dari kelas menengah keatas juga berbelanja di lantai satu dan dua tempat pedagang tradisional

Dari hasil observasi dan wawancara yang dilakukan menunjukan bahwa setiap pedagang rata-rata menjual pakaian atau kebutuhan sandang dengan kualitas yang tidak lebih bagus dari yang dijual di matahari department store dan beberapa produk sandang juga banyak menjual produk “imitasi” atau produk-produk home industry yang dibuat dari kota lain seperti Surabaya,tulungagung, Jakarta dan lain-lain. Hal ini berbanding terbalik dengan produk yang dijual di matahari yang pada umumnya merupakan produk terkenal yang berasal dari luar dan dalam negeri

Jam Operasional Lebih Singkat, serta Lebih Efisien dalam Peggunaann Tenaga Kerja

Jam operasional para pedagang pada umumnya rata-rata hanya berlangsung 8 jam, berbeda dari jam operasional pada retail modern pada umumnya yang hampir dari 12 jam bahkan lebih. Pedagang pada pasar besar malang pada umumnya membuka dagangan pada pukul 9.00 pagi dan tutup pada pukul 5 sore. Pelayanan yang dilakukan pedagang pasar tradisional pada umumnya hanya menggunakan sedikit pegawai,berbeda dengan yang dilakukan matahari *department store*, hal ini dilakukan pedagang untuk mengirit tenaga kerja atau menekan biaya produksi sehingga lebih efisien karena menggunakan satu shift dalam operasional pekerjaan berbeda dengan matahari yang menggunakan lebih dari satu shift dalam operasional pekerjaan.

Perlakuan Khusus Terhadap Pelanggan Tetap dan Berperan Sebagai Penyuplai (Kulak)

Pedagang Pasar Besar Malang rata-rata memiliki konsumen-konsumen tersendiri atau pelanggan tetap, pedagang tetap juga biasanya diberi keistimewaan dalam bertransaksi berupa potongan harga yang lebih banyak dari konsumen biasa. Pelanggan tetap umumnya menjual barang untuk dijual kembali namun juga masih ada yang untuk dikonsumsi sendiri. Selain temuan mengenai pelanggan tetap, terdapat temuan lain yaitu Pedagang juga berperan sebagai penyuplai barang hal ini dikarenakan konsumen yang berbelanja untuk dijual kembali. Temuan ini juga mengasumsikan bahwa pasar besar malang juga berperan sebagai pasar induk dalam produk sandang dan umumnya konsumen menjual kembali barang-barang yang dibeli di pasar besar ke daerah-daerah dan desa-desa di sekitar malang raya. Pedagang pasar besar juga berperan sebagai penyalur untuk didistribusikan kepada pengecer dan selanjutnya kepada pemakai.

Stok Bersama Menjamin Konsumen Terlayani

Interaksi pedagang pasar besar malang pada umumnya saling mendukung satu sama lain, hal ini ditandai dengan saling membantu dalam mengisi kekosongan barang atau saling meminjamkan barang sesama pedagang apabila konsumen meminta suatu barang yang diinginkan dan terjadi kekosongan di toko tersebut, maka umumnya pedagang mencarikan barang tersebut ke toko lain. Hal ini sering terjadi di antara para pedagang dan hal ini juga memberikan dampak yang baik bagi kebutuhan konsumen Karena stock bersama yang dimiliki pedagang tidak membuat konsumen pergi ketempat lain untuk mencari barang yang diinginkan sehingga kepuasan konsumen dapat terlayani dalam satu atap di pasar besar malang tanpa harus mencari di tempat perbelanjaan lainnya.

Hak Merek Terdaftar

Penulis juga menemukan temuan lain yaitu berupa adanya pedagang yang memiliki produk yang memiliki Hak Merek berupa kain yang mempunyai merek Nelly textile merupakan Batik malangan. Tentunya dengan temuan ini memperlihatkan kemampuan bersaing pedagang tradisional di Pasar Besar Malang yang kompetitif terhadap ritel modern. Temuan ini juga memberikan asumsi lain, Selain dapat membuat persaingan yang tidak sempurna karena hak merek merupakan salah satu ciri dari monopoli namun hal lain yang bisa diambil adalah kemampuan pedagang dalam bersaing yang tidak kalah dari retail modern dalam menciptakan hak kekayaan intelektual yang tentunya akan memberikan akumulasi keuntungan.

Bersinergi dengan Pasar Modern Melalui Penyediaan Kain

Selain memiliki merek sendiri, Toko nelly juga bersinergi dengan Matahari Department store dalam hal pengadaan kemeja di Matahari. Toko Nelly turut memasok kain dalam pengadaan kemeja di Matahari. Sinergi yang dilakukan Toko Nelly dan Matahari Department sore tentunya memberikan dampak yang baik bagi pedagang tradisional ditengah maraknya pertumbuhan retail modern. Hal ini memberikan asumsi bahwa pedagang tradisional mampu berkembang sama baiknya dengan retail modern. Sinergi ini juga memberikan fakta lain bahwa dua pasar yang berbeda dapat bekerjasama dan bersinergi dalam mencari keuntungan.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan uraian dari pembahasan sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi yang dilakukan adalah melalui diskriminasi harga dengan memanfaatkan *asymmetric information*, sinergi dengan pasar modern dan perlakuan khusus terhadap pelanggan tetap.
2. Dalam pelayanan, Jam operasional pedagang tradisional jauh lebih singkat dari Matahari *Department store*, Namun pedagang tradisional dirasa jauh lebih efisien Karena menggunakan sedikit tenaga kerja serta pedagang tradisional memiliki pelanggan tetap.
3. Interaksi yang terjadi antar pedagang di pasar besar malang merupakan salah satu nilai positif. Kemampuan pedagang dalam bersosialisasi antar pedagang memberikan dampak yang baik bagi konsumen.
4. Pedagang tradisional mampu bersaing dengan retail modern dengan memanfaatkan Hak Merek serta berkolaborasi dengan *department store* dalam menyuplai kain.

Saran

Adapun saran yang diberikan penulis terhadap Pemerintah Daerah, Sebagai berikut:

1. Pemerintah Daerah melalui Dinas Pasar sebaiknya mengatur tentang ketertiban dan pengelolaan kepada pedagang khususnya pedagang kaki lima yang ada di Pasar besar Malang agar kenyamanan konsumen dapat terpenuhi sehingga pedagang tradisional memiliki pelayanan yang baik dan dapat bersaing retail modern lainnya.
2. Pemerintah Daerah hendaknya juga mempertimbangkan untuk menambah jam operasional pedagang tradisional di Pasar Besar Malang pada waktu mendekati moment-moment tertentu atau hari-hari besar seperti hari raya Idul Fitri.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu sehingga panduan ini dapat terselesaikan. Ucapan terima kasih khusus kami sampaikan kepada Asosiasi Dosen Ilmu Ekonomi Universitas Brawijaya dan Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya yang memungkinkan jurnal ini bisa diterbitkan

DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad, Lincoln. 1999. *Ekonomi Pembangunan*. Yogyakarta : UPP STIM YKPN.
- Bintoro, Radi Wasi. 2010. *Jurnal Aspek Hukum Zonasi Pasar Tradisional Dan Pasar Modern*.
- Jhingan, M,L.2010. *Ekonomi Pembangunan dan Perencanaan*. Jakarta :P.T Raja grafindo Persada
- Moleong, Lexy,. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Setiyanto, 2008, *Masa Depan Pasar Tradisional*, Bahan Presentasi CPMU-USDRP Ditjen Cipta Karya.
- Sugiyono.2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung:Alfabeta
- Suryadharma, D. 2007, *Dampak Supermarket Terhadap Pasar dan Pedagang Ritel Tradisional di Daerah Perkotaan di Indonesia*. Lembaga Penelitian SMERU