

STRATEGI BERSAING PEDAGANG PASAR TRADISIONAL FLAMBOYAN MENGHADAPI PASAR MODERN DI KOTA PONTIANAK

COMPETITIVE STRATEGY OF TRADITIONAL MARKET TRADITIONAL FLAMBOYAN FACING MODERN MARKETS IN PONTIANAK CITY

Tri Asih^{1*}, Dewi Kurniati², Shenny Oktoriana³

^{1*,2,3} Program Studi Agribisnis, Universitas Tanjungpura Pontianak

*Penulis korespondensi: triasih.pm89@gmail.com

ABSTRACT

The development of modern markets in Pontianak City is very rapid which can certainly have an impact on traditional markets. The existence of a modern market will affect the pattern or behavior of consumers, so that consumers often choose to shop at the modern market. This condition is a threat to traditional market traders, so traditional market traders need a special strategy in retaining their consumers. This study aims to formulate a competitive market strategy to deal with modern markets in Pontianak. The method used is descriptive method and analyzed using SWOT. Data collection uses questionnaire instruments for consumers, traders and several key informants. The results show that the competitive strategy of traditional flamboyant market traders to face modern markets in the city of Pontianak is to use SO strategies, by providing good service to customers, increasing sales of people's basic needs, offering products at low prices with the hallmark of bargaining culture, increasing small economy and loves local products. Efforts that can be given are for traders to maintain facilities and infrastructure in the market, continue to pay attention to the needs of consumers, change the market healthier and cleaner. The government must also always pay attention to the comfort, freedom of consumers, handle every complaint, select every trader who is always active and inactive so that there are no empty booths and increase the ability of resources to traders.

Keywords: *Competitive Strategy, The Trader, Traditional Market , SWOT*

ABSTRAK

Perkembangan pasar modern di Kota Pontianak sangat begitu pesat yang pastinya dapat berdampak pada pasar tradisional. Keberadaan pasar modern akan mempengaruhi pola atau perilaku konsumen, sehingga tak jarang konsumen lebih memilih berbelanja di pasar modern. Kondisi tersebut merupakan suatu ancaman bagi pedagang pasar tradisional, sehingga pedagang pasar tradisional perlu adanya strategi khusus dalam

mempertahankan konsumennya. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi bersaing pasar tradisional menghadapi pasar modern di Kota Pontianak. Metode yang digunakan ialah metode deskriptif dan dianalisis menggunakan SWOT. Pengumpulan data menggunakan penyebaran instrumen kuesioner bagi para konsumen, pedagang dan beberapa key informan. Hasil menunjukkan strategi bersaing pedagang pasar tradisional flamboyan menghadapi pasar modern di kota pontianak yaitu menggunakan strategi S-O, dengan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan, meningkatkan penjualan kebutuhan-kebutuhan pokok masyarakat, menawarkan produk dengan harga yang murah dengan ciri khas budaya tawar-menawar, meningkatkan ekonomi rakyat kecil dan mencintai produk lokal. Upaya yang dapat diberikan yaitu bagi pedagang harus memelihara sarana dan prasarana dipasar, terus memperhatikan akan kebutuhan konsumen, mengubah pasar yang lebih sehat dan bersih. Bagi pemerintah juga harus selalu memperhatikan kenyamanan, keleluasan konsumen, menangani setiap keluhan, menseleksi setiap pedagang yang selalu aktif dan tidak aktif agar tidak ada stan yang kosong dan meningkatkan kemampuan sumberdaya kepada pedagang.

Kata kunci: Pedagang, Pasar Tradisional, Strategi Bersaing, SWOT

PENDAHULUAN

Maraknya pembangunan pasar modern di Kota Pontianak seperti minimarket, hipermart, dan supermarket membuat pasar-pasar tradisional yang ada di Kota Pontianak menjadi tergeser. Salah satu perubahan perkembangan yang terjadi sekarang dimana daerah pedesaan berubah menjadi daerah perkotaan yang mengakibatkan munculnya pasar-pasar modern. Pasar modern dalam penelitian ini adalah jenis pasar dimana produknya (barang dan jasa) dijual dengan harga pas sehingga tidak terjadi aktivitas tawar-menawar harga barang antara penjual dan pembeli. Produk yang diperjual-belikan di pasar ini adalah produk berkualitas baik dimana harganya sudah ditentukan dengan memberi label harga pada produk. Umumnya pasar modern berada di perkotaan atau di pinggir kota dengan kondisi yang bersih dan nyaman bagi konsumen. Terdapat berbagai jenis produk yang dijual, mulai dari kebutuhan pangan, sandang, dan berbagai kebutuhan rumah tangga lainnya.

Sebagian masyarakat, khususnya yang tinggal di daerah perkotaan cenderung lebih memilih berbelanja di pasar modern sebagai tempat untuk membeli kebutuhan hidup mereka sehari-hari, karena pasar modern begitu terjangkau, bersih, nyaman, dan juga tidak perlu melakukan tawar-menawar harga barang yang hendak dibeli. Tingkat keamanan berbelanja pada pasar modern lebih terjaga dimana kejahatan seperti pencopetan yang sering terjadi pada pasar tradisional tidak terjadi dalam pasar modern. Kondisi tersebut dapat mengancam pedagang pasar tradisional, karena pada umumnya kondisi dan situasi di pasar tradisional terkesan lebih rendah dari pada pasar modern.

Oleh sebab itu, perlu perumusan strategi bersaing bagi pedagang pasar tradisional dalam menghadapi ancaman pasar modern. Perumusan strategi bersaing menggunakan

strategi SWOT dengan harapan pedagang pasar tradisional dapat mempertahankan para pelanggannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan data primer yaitu melalui wawancara untuk mengetahui potensi daya saing serta perumusan strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing pasar tradisional dengan pihak-pihak terkait yaitu pedagang pasar tradisional. Data sekunder yang digunakan berupa laporan hasil penelitian terkait, jurnal, internet, serta sumber-sumber lainnya.

Pasar tradisional yang menjadi objek penelitian adalah pasar flamboyan dalam kaitannya dengan daya saing pasar flamboyan terhadap pasar modern (minimarket) di Kota Pontianak. Subjek dari penelitian ini adalah pedagang atau pelaku usaha pasar flamboyan. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Untuk menganalisis strategi meningkatkan daya saing pasar tradisional di Kota Pontianak dengan alat analisis SWOT. Matriks SWOT merupakan alat pencocokan strategi yang dilakukan berdasarkan pengembangan empat jenis strategi, yaitu SO Strategy (Strategi Kekuatan-Peluang), ST Strategy (Strategi Kekuatan-Ancaman), WO Strategy (Strategi Kelemahan-Peluang), dan WT Strategy (Strategi Kelemahan-Ancaman).

Sampel dalam penelitian ini melibatkan 33 responden diantaranya: 1 dari dinas koperasi usaha mikro dan perdagangan dengan 1 ketua asosiasi kepengurusan pasar, 1 dari pasar modern dan 30 dari pedagang pasar Flamboyan diantaranya terbagi dari pedagang sayur, daging, sembako, kelontong, ikan dan daging ayam, masing-masing 5 pedagang dari 6 jenis usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini banyak di domisili oleh kaum laki-laki dengan umur yang masih produktif untuk bekerja, dari tingkat pendidikan kebanyakan mempunyai pendidikan SMA dan berpegalaman dalam berdagang.

Pengalaman berdagang dan tingkat pendidikan sangat penting untuk dimiliki oleh pedagang karena tingkat pendidikan ini berpengaruh dengan bagaimana cara berfikir pedagang untuk melancarkan usahanya ditambah dengan pengalaman yang dimiliki oleh pedagang, tidak hanya pengalaman dari pedagang itu sendiri tapi pengalaman yang di turun temurun kan oleh nenek mereka terdahulu yang mewarisi usaha sebagai pedagang tradisional sejak dahulu, nilai-nilai ini dianggap dapat dijadikan pegangan untuk menjalani aktivitas keseharian pedagang dalam melakukan proses pedagang.

Responden penentu rating pedagang dengan tingkat pendidikan terakhir SD, SMP dan SMA. Sedangkan terkait mengenai usia para pedagang berkisar 31 tahun ke atas, responden penentu rating sangat penting dalam penelitian analisis SWOT untuk mendukung kelancaran pengisian kuesioner untuk mendapatkan jawaban tentang

persaingan pedagang dengan pesatnya pasar modern sekarang ini, maka dari itu kebanyakan responden penentu rating adalah pedagang pasar tradisional.

Responden sebagai penentu bobot adalah responden dengan tingkat pendidikan SMA dan S1, adapun pekerjaan dari penentu bobot yaitu dari dinas koperasi usaha mikro dan perdagangan, pengawai matahari mall, ketua asosiasi pasar tradisional flamboyan dan dua pedagang untuk melengkapi informasi yang di dapat dengan maksud dipercaya mempunyai informasi yang akurat yang mempengaruhi kebenaran suatu informasi.

2. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

Faktor internal adalah faktor-faktor yang berasal dari dalam, yaitu **Kekuatan** dan **Kelemahan** dan faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar yaitu **Peluang** dan **Ancaman**. Adapun beberapa hal yang merupakan bagian dari faktor internal adalah:

- a. **Kekuatan:** keberadaan lokasi pasar strategis, mempertahankan budaya tawar menawar, banyaknya variasi produk yang dijual, harga produk relatif murah.
- b. **Kelemahan:** kurangnya kesadaran pedagang terhadap lingkungan pasar, kualitas produk tidak terjamin, kurangnya keamanan, kurangnya kebersihan lingkungan pasar dan penanganan sampah, penataan ruang dan tempat tidak teratur.
- c. **Peluang:** pasar yang ramai dikunjungi konsumen, tingginya permintaan kebutuhan pokok, masyarakat sekitar menjadi konsumen utama pasar, sebagian produsen langsung menjadi pemasok barang dagangan, pasar yang masih dinaungi pemerintah.
- d. **Ancaman:** pertumbuhan pasar modern terus meningkat, banyaknya potongan harga pada pasar modern, produk yang dijual di pasar modern lebih berkualitas, promosi yang angat gencar yang dilakukan oleh pasar modern, kebersihan dan keamanan terjamin

3. Analisis Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS)

Hasil menunjukkan terdapat hasil 2,35 dalam matrik internal internal nilai 2,35 masuk dalam kategori rata-rata (sedang), dari faktor kekuatan 0,32 sampai dengan 0,56. Nilai 0,32 merupakan faktor kemudahan akses transportasi mempunyai nilai yang memiliki rendah karena fasilitas umum seperti lahan parkir, transportasi umum kurang dan mereka biasanya lebih menggunakan transportasi pribadi karena akses jalan lebih mudah dan lebih cepat dijangkau. Sedangkan nilai 0,56 merupakan nilai yang tinggi pada faktor kekuatan yaitu harga produk lebih rendah karena harga dalam berbelanja merupakan faktor utama yang menjadi kekuatan pedagang pasar tradisional untuk mempertahankan pelanggan (Nisak, 2004).

Hasil dari faktor kelemahan terdapat hasil 0,10 sampai dengan 0,16 dapat dilihat bahwa kurangnya keamanan pada pasar flamboyan tidak terlalu berpengaruh terhadap transaksi jual beli dipasar karena ramainya pembeli dan konsumen yang berada di pasar dan dari hasil penelitian bahwa tingkat pencurian jarang terjadi karena interaksi sosial antara pembeli dan pedagang cukup tinggi, sedangkan nilai tertinggi 0,16 merupakan kurangnya kebersihan lingkungan pasar dan penanganan sampah menjadi faktor utama kelemahan dari pasar flamboyan dikarenakan kurangnya tempat pembuangan sampah

serta tempat sampah yang ada hanya memiliki kapasitas yang tidak memadai. Sehingga membuat lingkungan sekitar pasar bisa dikatakan memprihatinkan dengan kondisi sampah berserakan akibatnya membuat lingkungan pasar terlihat kotor (Nugroho & Nurcahyanto, 2016).

Dalam analisis SWOT terdapat nilai pada sumbu X, untuk menentukan nilai X tersebut dilakukan pengurangan antara nilai total score kekuatan dan nilai total score kelemahan yaitu sebagai berikut $X = 2,35 - 0,59 = 1,76$, sehingga nilai sumbu X dalam diagram swot adalah 1,76.

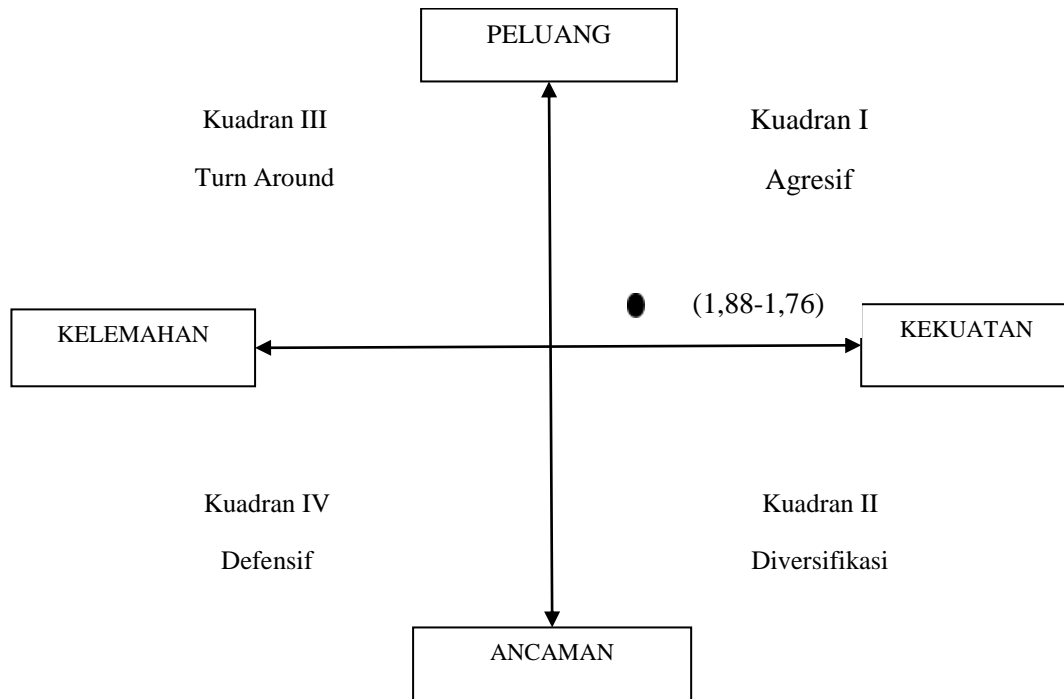
4. Hasil Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

Hasil matrik eksternal 2,38 masuk dalam kategori rata-rata (sedang). Dalam dari faktor peluang memiliki nilai terendah 0,39 yaitu sebagian barang dipasok oleh produsen merupakan faktor yang tidak terlalu berpengaruh terhadap peluang untuk pasar tradisional flamboyan karena barang yang di pasok oleh produsen langsung atau melalui rantai pemasaran yang panjang tidak berpengaruh terhadap konsumen yang berbelanja di pasar tradisional flamboyan, tetap saja masih terjadi tawar menawar didalam pasar tradisional flamboyan, sedangkan nilai tertinggi 0,54 merupakan produk yang dijual untuk kebutuhan pokok menjadi faktor peluang yang berpengaruh terhadap pedagang, seperti halnya bahan sembako, dan kebutuhan dapur masyarakat seperti beras, sayur mayur, daging, rempah-rempah, dan kebutuhan pendukung lainnya. Oleh sebab itu kebutuhan ini yang sering menjadi faktor utama yang dibeli pembeli di pasar tradisional flamboyan dan menjadi bahan yang banyak dijual dipasar tradisional flamboyan serta dapat menjadi pemasok keuangan yang besar dibandingkan dengan produk yang lain, keuntungan dengan peningkatan minat pembeli yang cukup tinggi ini tidak hanya dirasakan oleh pedagang saja tetapi juga dapat dirasakan oleh petani yang menjual hasil pertaniannya dipasar flamboyan (Noviono Utomo, 2013).

Hasil dari faktor ancaman memiliki nilai 0,08 sampai dengan 0,12. Nilai terendah 0,08 merupakan banyaknya potongan harga pada pasar modern yang berarti potongan harga pada pasar modern tidak terlalu menjadi ancaman bagi konsumen, dikarenakan potongan harga pada pasar modern kebanyakan pada produk-produk pakaian, sepatu, tas, dll, jarang ada potongan harga pada penjualan sayur-sayuran dipasar modern sedangkan dipasar flamboyan dengan harga yang terjangkau dan dengan ciri khas tawar menawar yang menarik konsumen. Nilai tertinggi 0,12 yaitu indikator kebersihan dan keamanan di pasar modern menjadi ancaman yang paling serius bagi pasar tradisional flamboyan, kelemahan di pasar tradisional yaitu tentang kebersihan pasar yang seharusnya mendapatkan perhatian serius oleh pedagang, sampah yang menumpuk dapat menjadi salah satu sumber penyakit, disamping itu berbagai jenis perantara seperti lalat, kecoa, tikus, berpotensi sebagai perantara penyakit bagi manusia. Hal ini yang harus diperhatikan oleh pasar tradisional, memebersihkan tempat berjualan dan sekitarnya dari sampah atau sisa dagangan yang tak terpakai merupakan kewajiban yang harus dilakukan oleh pedagang dan petugas pasar. Kebersihan pasar akan berdampak terhadap produk yang dijual di pasar terutama bahan-bahan untuk pangan (Indiastuti et al., 2008).

Dalam analisis SWOT terdapat nilai pada sumbu Y, untuk menentukan nilai Y tersebut dilakukan pengurangan antara nilai total score peluang dan nilai total score

ancaman yaitu sebagai berikut $Y = 2,38 - 0,5 = 1,88$ sehingga nilai sumbu Y dalam diagram swot adalah 1,88.



Gambar 1 Posisi Strategi Bersaing Pedagang Pasar Tradisional Flamboyan Menghadapi Pasar Modern (Sumber: Data Primer, 2019)

Berdasarkan gambar 1 didapat hasil dari 1,76 merupakan pengurangan antara hasil dari faktor kekuatan dikurangi dengan faktor kelemahan, sedangkan nilai dari 1,88 hasil dari pengurangan faktor peluang dikurangi faktor ancaman, hasil yang didapat bahwa peluang untuk bersaing pasar tradisional flamboyan lebih besar dibandingkan dengan ancaman dari pasar modern didukung dengan kekuatan dalam bersaing pasar tradisional flamboyan lebih tinggi dibandingkan dengan kelemahannya (Rangkuti & Sulistyawati, 2014).

5. Alternatif Strategi

Strategi S-O (*strength-opportunities*) yaitu pada posisi strategi yang agresif atau strategi kekuatan peluang adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang yang ada sebesar-besarnya. Adapun strategi S-O adalah memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan, meningkatkan penjualan kebutuhan pokok masyarakat, menawarkan produk dengan harga yang murah dan ciri khas budaya tawar menawar, meningkatkan ekonomi rakyat kecil dan mencintai produk lokal (Sutami, 2012; Hermawan, 2018).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Strategi bersaing pedagang pasar tradisional flamboyan menghadapi pasar modern di kota pontianak yaitu dari kondisi pasar saat ini strategi S-O yang digunakan oleh pasar tradisional dengan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan, meningkatkan penjualan kebutuhan-kebutuhan pokok masyarakat, menawarkan produk dengan harga yang murah dengan ciri khas budaya tawar-menawar, mempertahankan penjualan produk-produk lokal sehingga dapat meningkatkan ekonomi rakyat kecil.

Saran

Saran yang dapat diberikan yaitu bagi pedagang harus memelihara sarana dan prasarana dipasar, terus memperhatikan akan kebutuhan konsumen, mengubah pasar yang lebih sehat dan bersih. Pemerintah harus selalu memperhatikan kenyamanan, keleluasan konsumen, menangani setiap keluhan, menseleksi setiap pedagang yang selalu aktif dan tidak aktif agar tidak ada stan yang kosong dan meningkatkan kemampuan sumberdaya kepada pedagang. Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang ada dalam penelitian skripsi ini oleh karena itu saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Hermawan, H. (2018). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria Di Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*. <https://doi.org/10.17509/jaset.v3i2.8918>
- Indiastuti, R., Hastuti, F., & Azis, Y. (2008). Analisis Keberlanjutan Pasar Tradisional Dalam Iklim Persaingan Usaha yang Dinamis di Kota Bandung. *Sosiohumaniora*.
- Nisak, Z. (2004). Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Kompetitif. *Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Kompetitif*. <https://doi.org/10.1038/sc.1991.24>
- Noviono Utomo, F. (2013). Strategi Pedagang Tradisional Di Pasar Yang Terintegrasi Dengan Pasar Modern (Studi Kasus Pasar Besar Malang). *Jurnal Ilmiah*.
- Nugroho, B. A. A., & Nurcahyanto, H. (2016). Strategi Pengembangan Pasar Tradisional di Kota Semarang. *Journal of Public Policy and Management Review*.
- Rangkuti, R., & Sulistyawati, E. (2014). Pengaruh Social Influence Dan Lifestyle Terhadap Niat Membeli Pada Carrefour. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*.
- Sutami, W. D. (2012). Strategi Rasional Pedagang Pasar Tradisional. *Jurnal Biokultur*.