

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Manajemen adalah hal yang penting bagi kelangsungan sebuah usaha, termasuk organisasi publik seperti pasar. Rencana masa depan bagi setiap perusahaan adalah dengan harapan ke depannya akan lebih baik, namun karena masa depan tidak bisa diprediksi dengan pasti, maka perlu dibuat suatu perencanaan strategi untuk ke depan. Banyak penelitian membuktikan bahwa perusahaan besar menggunakan manajemen strategi guna peningkatan kinerjanya. Manajemen strategi adalah suatu proses untuk perencanaan, implementasi (penerapan), dan pengendalian strategi bagi perusahaan, di mana untuk mendukung strategi juga dengan menentukan misi dan tujuan organisasi tersebut, untuk menghadapi lingkungan eksternalnya yang selalu berubah (Hendrianto, 2018).

Pembangunan tidak lain merupakan suatu proses perubahan yang berlangsung secara sadar, terencana dan berkelanjutan dengan sasaran utamanya adalah untuk meningkatkan kesejahteraan hidup manusia atau masyarakat suatu bangsa. Ini berarti bahwa pembangunan senantiasa beranjak dari suatu keadaan atau kondisi kehidupan yang kurang baik menuju suatu kehidupan yang lebih baik dalam rangka mencapai tujuan nasional suatu bangsa (Revitasari, 2017).

Era globalisasi sekarang ini terjadi fenomena menjamurnya pasar modern ditengah-tengah keberadaan pasar tradisional. Hal ini memunculkan persepsi di masyarakat yang beragam. Seperti yang kita ketahui bersama

saat ini, banyak sekali perdebatan mengenai pasar tradisional melawan pasar modern.

Pertumbuhan ekonomi dan perkembangan wilayah akan dipengaruhi oleh beberapa sistem aktivitas, salah satunya adalah perdagangan. Salah satu indikator tingkat kemajuan di bidang ekonomi dilihat dari frekuensi kegiatan di sektor perdagangan. Aktivitas perdagangan akan selalu membutuhkan fasilitas yang berupa ruang dengan prasarana yang memadai untuk memwadhahi aktivitas tersebut. Pasar merupakan salah satu fasilitas bagi aktivitas perdagangan tersebut (Arianty, 2013).

Agar pasar berjalan dengan seimbang maka diperlukan sebuah manajemen pengelolaan didalamnya. Manajemen pengelolaan dimaksudkan agar terciptanya pasar yang dapat mensejahterakan pedagangnya tanpa adanya kecurangan-kecurangan didalamnya. Pasar tradisional yang berjalan sendiri tanpa ada yang mengontrol, ternyata telah menyebabkan banyak permasalahan. Manajemen melibatkan aktivitas-aktivitas koordinasi dan pengawasan terhadap pekerjaan orang lain, sehingga pekerjaan tersebut dapat diselesaikan secara efisien dan efektif. Fungsi-fungsi manajemen antara lain perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), penggerakan (*actating*), pengendalian (*controlling*) (Irawan, 2018).

Perkembangan pasar di Indonesia semakin meluas seiring dengan perkembangan ekonominya. Menurut klasifikasinya, saat ini pasar dapat dibedakan menjadi dua yaitu, pasar modern dan pasar tradisional. Akan tetapi, perkembangan pasar modern di Indonesia meningkat lebih pesat dibandingkan perkembangan pasar tradisionalnya. Pembangunan pasar modern yang berkembang pesat dirasakan oleh banyak pihak yang

berdampak terhadap eksistensi pasar tradisional dan para pelaku usaha sejenis disekitarnya. Pasar modern merupakan pasar yang dikelola dengan manajemen modern, Umumnya terdapat dikawasan perkotaan, sebagai penyedia bahan dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen. Sedangkan pasar tradisional merupakan tempat bertemunya antara penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual dan pembeli serta adanya proses tawar menawar (Dewi, 2018).

Masyarakat perkotaan kini sangat dimanjakan oleh berbagai pusat perbelanjaan. Terkadang letak perbelanjaannya saling berdekatan satu dengan yang lainnya, baik yang tradisional maupun yang modern. Kondisi ini sangat menguntungkan masyarakat karena mereka tinggal memilih gerai mana yang akan dituju. Namun disisi lain, pasar tradisional yang memasok kebutuhan konsumen lambat laun tergencat. Maraknya bisnis ritel (ritel) juga dialami di Indonesia. Bisnis ini sudah bukan hanya berdiri di kabupaten dan perkotaan saja, melainkan sekarang sudah berdiri di berbagai kecamatan maupun perdesaan. Contoh bisnis ritel yang terkenal di kalangan masyarakat saat ini yaitu Alfamart dan Indomaret. Maraknya bisnis eceran yang terjadi saat ini sangat menumbuhkan minat berbelanja di kalangan masyarakat, karena baik Alfamart dan Indomaret menyediakan berbagai macam produk sehari-hari dengan harga yang sudah tertera jelas dalam produk, ketersediaan layanan 24 jam, tempat lebih nyaman, lebih bersih, sistem pemilihan dan pengambilan barang sendiri oleh konsumen sehingga memudahkan masyarakat untuk membeli serta mendapatkan barang yang dibutuhkan dengan segera. Selain itu dengan pelayanan yang ramah dan sering melakukan diskon serta promo produk, Alfamart dan Indomaret sangat

diapresiasi keberadaannya oleh masyarakat sekitar karena sangat memuaskan. Bahkan dengan berbelanja di Alfamart maupun Indomaret dengan memiliki kartu keanggotaan, konsumen akan mendapatkan poin atau mendapat potongan harga (Masyhuri et al., 2017).

Seiring perkembangan zaman dan diimbangi dengan kemajuan teknologi yang sangat pesat, modernisasi diberbagai bidang yang menawarkan berbagai macam kemudahan dan kenyamanan yang ditawarkan oleh berbagai pusat perbelanjaan yang semakin modern yang banyak dipromosikan oleh berbagai macam media, menimbulkan dampak yang kurang menguntungkan dan secara perlahan mengusik keberadaan pasar tradisional (Dewi, 2018).

Hal ini dapat dilihat dari banyaknya usaha kecil dan menengah yang mengalami gulung tikar, PHK yang mengakibatkan penurunan taraf hidup dan kondisi ekonomi masyarakat. Banyak usaha masyarakat seperti toko sembako, toko pakaian dll yang kemudian tutup karna ketidakmampuan para pedagang dan pemerintah untuk membekali dan menyiapkan diri agar dapat adaptif terhadap perubahan dan tuntutan konsumen yang lebih variatif dan kekinian, selain itu modernisasi dan kemajuan teknologi yang begitu pesat tidak mampu di imbangi oleh sebagian besar masyarakat/pedagang sehingga mengakibatkan mereka terjebak pada kondisi yang staknan dan lebih buruk terutama omset dan minat masyarakat terhadap produk semakin menurun. Padahal pasar tradisional merupakan kekuatan ekonomi rakyat, pasar tradisional memiliki potensi untuk menciptakan dan memperluas lapangan kerja, terutama bagi tenaga kerja yang kurang memiliki kemampuan dan keahlian yang memadai untuk bekerja di sektor formal karena rendahnya

tingkat pendidikan yang mereka miliki. Bahkan pasar tradisional secara nyata mampu memberikan pelayanan terhadap kebutuhan masyarakat yang berpenghasilan rendah, sehingga dengan demikian tercipta suatu kondisi pemerataan hasil-hasil pembangunan. Selain itu, pasar tradisional sebagai sarana perputaran ekonomi, sumber kehidupan masyarakat kota juga sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) bagi kota Palangka Raya.

Menurut Kementerian Perdagangan jumlah pasar modern yang ada di Indonesia kini mencapai 23.000 pasar. Sedangkan menurut Ikatan Pedagang Pasar Indonesia (IKAPPI) jumlah pasar tradisional 9.950 pasar dalam kurun waktu 4 tahun terakhir. Data AC Nielsen yang lain (2013) juga menyebutkan bahwa jumlah pasar tradisional di Indonesia terus berkurang dari tahun ke tahun. Tahun 2007, jumlah pasar tradisional 13.550 unit. Tahun 2009 menjadi 13.450 unit. 2011 turun drastis menjadi 9.950 unit (Hendrianto, 2018).

Seperti yang bisa kita lihat banyak sekali kios yang tutup dan tempatnya di bangun pasar modern seperti Alfamart dan Indomaret. Pasar tradisional yang ditemui sekarang pada umumnya dapat hidup berdampingan dengan perdagangan yang dikelola lebih modern, seperti kios dan toko. Jika mereka mampu lebih adaptif terhadap perkembangan zaman dan tentunya dalam hal ini juga harus mendapat perhatian dari pemerintah. Mengingat betapa pentingnya keberadaan pasar maka penulis tertarik membahas lebih lanjut dalam penelitian yang berjudul **Strategi Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Kota Palangka Raya Dalam Meningkatkan Pengelolaan Pasar Tradisional Kahayan.**

## B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah Bagaimana Strategi Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Kota Palangka Raya Dalam Meningkatkan Pengelolaan Pasar Tradisional Kahayan.

## C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Kota Palangka Raya Dalam Meningkatkan Pengelolaan Pasar Tradisional Kahayan.

## D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penulisan proposal penelitian ini yaitu :

### 1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi penulis tentang Strategi Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Kota Palangka Raya Dalam Meningkatkan Pengelolaan Pasar Tradisional Kahayan.

### 2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi referensi agar masyarakat lebih bijaksana dalam memilih untuk berbelanja. Karena, Pasar tradisional tidak akan bertahan jika masyarakat tidak mendukung keberadaannya dengan cara berbelanja di pasar tradisional tersebut.