

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sebuah sistem pada dasarnya adalah suatu organisasi besar yang terdiri dari berbagai unsur seperti subjek, objek, dan seperangkat kelembagaan yang saling berhubungan dan berinteraksi satu sama lainnya yang membentuk suatu tatanan tertentu.¹ Sistem ekonomi adalah suatu sistem yang mengatur serta menjalin hubungan ekonomi antarmanusia dengan seperangkat kelembagaan dalam suatu tatanan kehidupan.² Dimasa yang akan datang, masyarakat Indonesia jelas akan menghadapi banyak perubahan sebagai akibat dari kemajuan yang telah dicapai dalam proses pembangunan sebelumnya, kemajuan pesat ilmu pengetahuan dan teknologi serta pengaruh globalisasi.

Secara teoritis, kegiatan pembangunan nasional suatu bangsa yang menjadi bagian tidak terpisahkan dari perkembangan internasional akan menumbuhkan apa yang lazim disebut dengan *global governance*. Oleh karena itu, persoalan-persoalan ekonomi dan politik semakin sukar dipecahkan dalam bingkai atau pola pikir Negara.³ Mengingat bahwa setiap negara memiliki sistem sosial, sistem politik, dan sistem ekonomi bahwa

¹Nano Prawoto. *Modul Sistem Ekonomi Indonesia*, Ilmu Pemerintahan UMY. Tahun 2011, hal : 02

² Dumairy . *Perekonomian indonesia* . Penerbit Erlangga Jakarta. Tahun 1997 . Hal 30

³Usman Sunyoto. *Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat*. Yogyakarta :Pustaka Pelajar, Tahun 1998. Hal : 03

sistem-sistem tersebut dilembagakan melalui perundang-undangan dan disosialisasikan melalui mekanisme yang menyentuh semua tingkat kehidupan (individu, keluarga, kelompok/organisasi, dan masyarakat), dan sekaligus difungsikan sebagai identitas negara. Pemikiran semacam itu, antara lain dilontarkan oleh John Burton⁴.

Dalam era globalisasi perkembangan ekonomi di negara ini sulit melepaskan diri dari perkembangan ekonomi di negara-negara lain, terutama negara-negara maju. Proses globalisasi yang terjadi saat ini telah membuat tingkat interdependensi antar pelaku ilmu ekonomi menjadi sangat tinggi. Proses globalisasi cenderung mengakibatkan terjadinya perubahan-perubahan yang cepat. Berbagai gejolak dibidang sosial, budaya, ekonomi dan politik senantiasa mewarnai perubahan-perubahan yang pada gilirannya harus dihadapi oleh suatu organisasi untuk mempertahankan eksistensi kelangsungan hidupnya.⁵ Upaya manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sudah berlangsung sejak manusia itu ada. Salah satu kegiatan manusia dalam usaha memenuhi kebutuhan tersebut adalah memerlukan adanya pasar sebagai sarana pendukungnya. Pasar merupakan kegiatan ekonomi yang termasuk salah satu perwujudan adaptasi manusia terhadap lingkungannya. Hal ini didasari atau di dorong oleh faktor perkembangan ekonomi yang pada awalnya hanya bersumber pada problem untuk memenuhi

⁴ John Burton (1972), *World Society*, Cambridge : Cambridge University Press, Hal : 19-20

⁵ Sugeng Haryanto. *Jurnal Ekonomi*. Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Malang no. 6 Tahun 5, juni 2001 , Hal 35

kebutuhan hidup (kebutuhan pokok). Manusia sebagai makhluk sosial dalam perkembangannya juga menghadapi kebutuhan sosial untuk mencapai keputusan atas kekuasaan, kekayaan, dan martabat.

Pasar selama ini sudah menyatu dan memiliki tempat paling penting dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Bagi masyarakat pasar bukan hanya tempat bertemunya antara penjual dan pembeli tetapi juga suatu wadah untuk berinteraksi sosial. Para ahli ekonomi mendeskripsikan sebuah pasar sebagai kumpulan penjual dan pembeli yang melakukan transaksi atas suatu produk tertentu atau kelompok-kelompok tertentu.⁶ Secara umum, masyarakat mengenal dua jenis pasar yaitu pasar Tradisional dan pasar modern. Keduanya memiliki ciri yang berbeda jika dilihat dari bangunan, tempat berjualan, dan sistem jual beli yang dilakukan. Pasar tradisional umumnya terdiri dari los atau tenda, tidak permanen, dan lingkungannya tidak nyaman karena becek, kotor, bau, dan tidak aman. Sedangkan pasar modern biasanya memiliki bangunan megah dan permanen, fasilitas yang memadai, aman, nyaman, banyak diskon yang ditawarkan. Maraknya pembangunan hypermart dan supermall yang dilakukan oleh korporasi asing semakin merambah keseluruhan Indonesia, akibatnya pasar tradisional tidak mampu berkompetisi dengan manajemen pasar modern ini (hypermart dan supermall) yang memiliki modal besar serta mengandalkan produk yang dihasilkan. Dari hal itu akan

⁶Muhammad Aziz Hakim, *Menguasai Pasar Mengeruk Untung*. Jakarta: Renaisan. PT.Krisna Persada. Tahun 2005

mempunyai dampak positif dan dampak negatif. Dampak positifnya, dengan tingkat pendidikan yang tinggi, pengelola pasar modern memang dapat merespon adanya kompetisi antara usaha yang mereka kelola dengan pasar tradisional. Sehingga pelaku pasar tradisional tidak mampu mengidentifikasi permasalahan yang mereka hadapi. Maka dapat ditentukan bahwa kelemahan pelaku pasar tradisional tersebut sangat dipengaruhi oleh tingkat pendidikan mereka yang cenderung masih rendah.⁷ Disisi lain dampak negatif semakin menjamurnya pasar modern seperti *hypermart* dan *supermall* akan mematikan pendapatan pasar tradisional. Dalam kenyataanya memang demikian. Pasar tradisional terbuka dengan penetapan harga yang merupakan hasil tawar menawar antara penjual dan pembeli.

Di tengah laju perkembangan pasar-pasar modern dalam bentuk *mall*, *supermall*, bahkan *hypermarket*, pasar tradisional tetap memiliki posisi strategis, Setidaknya terdapat empat fungsi ekonomi pasar tradisional. *Pertama*, Pasar tradisional merupakan tempat dimana berbagai lapisan masyarakat memperoleh barang-barang kebutuhan harian dengan harga yang relative terjangkau. *Kedua*, Pasar tradisional adalah tempat bagi masyarakat untuk melakukan interaksi sosial dan diskusi formal tentang permasalahan yang dihadapi. *Ketiga*, Pasar tradisional merupakan salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) melalui retribusi yang ditarik dari para

⁷ George M.Foster. *Tradisional Societies and Technological Change Second Edition*. New York: Harper and Row Publishers. Tahun 1973. Hal: 150

pedagang. *Keempat*, Akumulasi aktivitas jual-beli dipasar tradisional merupakan faktor penting pertumbuhan ekonomi skala lokal, regional, maupun nasionalisme.⁸

Dengan diberlakukannya Undang-undang Nomor 12 Tahun 2008 tentang perubahan kedua atas Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah dan Undang-undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Daerah, serta beberapa produk hukum lainnya yang berkaitan dengan perimbangan keuangan pusat-daerah, maka jajaran pemerintah di seluruh Indonesia ditantang untuk mengelola sumber daya pada level lokal lebih seksama. Transformasi kebijakan ini mengandung konsekwensi yaitu pemerintah daerah di seluruh wilayah Indonesia diharapkan mampu memobilisasi sumberdaya lokal, sehingga dapat dijadikan sumber daya pembangunan. Sumber daya lokal adalah potensi yang dimiliki oleh daerah antara lain sektor pariwisata, BUMD (Badan Usaha Milik Daerah), Pasar Tradisional dan lain-lain.⁹

Pengelolaan pasar di Kabupaten Temanggung merupakan tugas dan kewenangan dari Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Berdasarkan Peraturan Bupati Temanggung Nomor 39 tahun 2011 tentang Penjabaran Tugas Pokok, fungsi dan Tata Kerja Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan

⁸ Putu Agus Hardiana. *Buletin Studi Ekonomi*, Volume 17, No.2, Agustus 2012 . Hal : 202

⁹ Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2008

Menengah mempunyai tugas pokok melaksanakan urusan pemerintah daerah dalam bidang perindustrian, bidang perdagangan, bidang pengelolaan pasar merupakan salah satu tugas dan kewenangan Bidang pengelolaan Pasar.¹⁰

Pasar Temanggung Permai merupakan salah satu pasar yang telah selesai dibangun pada Desember 2013. Pedagang di Pasar Temanggung Permai menjual dagangannya secara eceran dan untuk mendapatkan harga yang murah kita harus pandai menawar. Pasar Temanggung Permai buka mulai pukul 07.00 WIB sampai pukul 20.00 WIB. Pasar Temanggung Permai akan menampung 172 pedagang di kios yang merupakan pedagang lama. Selain itu, ada puluhan pedagang baru yang akan menempati los. Pedagang yang akan menempati kios atau los dipasar tersebut dikenai biaya sesuai Peraturan Daerah Nomor 13 Tahun 2012 tentang Retribusi.¹¹ Pertemuan antara pedagang, Pemkab dan DPRD Temanggung ternyata belum ada titik temu terkait penerapan harga yang akan menjadi pasar percontohan. Ketua perwakilan Pedagang Plasa menuntut agar kios dan los digratiskan, sementara Pemkab menyikapi sebaliknya. Pedagang menuntut agar Pemkab Temanggung memberikan bebas biaya bagi para pedagang terkait rencana penempatan kembali Plasa Temanggung (Pasar Temanggung Permai) sebagai pasar percontohan pasca renovasi. Tuntutan bebas biaya sendiri didasari bahwa pembiayaan renovasi tersebut merupakan dana hibah dari Kementerian

¹⁰ Peraturan Bupati Temanggung Nomor 39 Tahun 2011

¹¹ <http://www.antarajateng.com> Rabu, 12 Februari 2014 08.41 WIB

Perdagangan senilai 6 miliar. Selain tarik ulur soal harga, warga juga adanya persoalan zonasi pedagang. Ada yang tadinya menempati kios strategis, kini masuk kedalam. Ini juga masih dikeluhkan para pemilik. Akibatnya sebagian pedagang mengaku rugi.¹²

Strategi pemberdayaan pedagang sangat penting untuk dilakukan oleh Dinas Perindagkop dan UMKM, karena dalam pemberdayaan pedagang di Pasar Temanggung Permai merupakan sebuah potensi peluang usaha yang cukup menjanjikan terbukti dapat menggerakkan ekonomi riil masyarakat ditengah kondisi sulitnya mencari lapangan kerja dan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK). Jika tidak ada strategi pemberdayaan pedagang dipasar Temanggung Permai maka akan banyak pedagang yang bangkrut. Namun demikian mengingat asumsi yang dipergunakan oleh pedagang erat kaitannya dengan masalah kebutuhan ekonomi maka pertumbuhan jauh lebih cepat dan upaya Dinas Perindagkop Dan UMKM untuk menata kembali aktifitas mereka. Sehingga terjadilah kegiatan pemberdayaan pedagang yang dilakukan serta keindahan lingkungan yang tentunya merupakan aspek negative dari keberadaan pedagang. Keberadaan Pedagang di Pasar Temanggung Permai merupakan pemenuhan lapangan kerja dan menjadi perekonomian rakyat.

Langkah untuk mengatasi masalah yang ada di Pasar temanggung Permai Dinas Pengelola Pasar melaksanakan kebijakan penataan pasar dan penataan pedagang. Penataan pedagang diperlukan guna untuk menciptakan

¹² Kedaulatan Rakyat, Kamis, 6 Februari 2014 10.00 WIB

pasar tradisional agar tidak kalah bersaing dengan pasar modern. Disperindagkop dalam masalah penataan, pengelolaan, dan pengembangan pasar memiliki peran penting agar mampu memaksimalkan kinerja yang berhubungan dengan strategi pemberdayaan pedagang pasar.

Dilihat dari kondisi sarana perdagangan dari tahun ketahun tidak mengalami perubahan secara signifikan, namun selama periode 2008-2013 telah dapat dibangun kembali Pasar Kliwon Temanggung yang sempat habis terbakar ditahun anggaran 2008-2011, serta ditahun 2012 telah di bangun Pasar Legi Darurat (sebagai penampungan sementara bagi para pedagang) dimana pada tahun 2013 akan dilakukan pembangunan pasar daerah tersebut. Pasar daerah yang berada di Parakan tersebut akan dibangun sebagai pasar tradisional tetapi dengan fasilitas yang lebih modern. Pada Desember 2013 telah selesai dibangun Pasar Temanggung Permai sebagai pasar percontohan.

Untuk perkembangan bidang industri dapat diketahui dari perkembangan jumlah unit usaha, dimana secara umum dari tahun ketahun mengalami peningkatan sebagai mana tabel berikut ini :

Tabel 1.1
Perkembangan Industri secara keseluruhan

No	INDIKATOR	2008	2009	2010	2011	2012
1	Jumlah Industri Terdaftar (unit)	413	432	455	542	558
2	Jumlah Sentra Industri (unit)	147	162	162	165	221

Sumber: Informasi Laporan Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah

Akhir Masa Jabatan (ILPPD AMJ) Bupati Temanggung Tahun 2008
2013.

Tabel 1.2
Banyaknya Pasar Daerah Menurut Jenisnya Di Kabupaten Temanggung Tahun 2002-2011

Tahun	Pasar Umum	Pasar Hewan	Pasar Buah	Pasar Ikan
2002	6	3	-	-
2003	6	3	-	-
2004	6	3	-	-
2005	6	3	-	-
2006	6	3	-	-
2007	6	3	-	-
2008	6	3	-	-
2009	6	3	-	-
2010	6	3	-	-
2011	6	3	-	2

Sumber: Statistik Kabupaten Temanggung Tahun 2012

Penelitian khusus mengenai strategi pemberdayaan pedagang oleh Disperindagkop di pasar Temanggung Permai belum dilakukan. Namun, ada beberapa subjek dan judul yang ada tetapi tidak sama persis dengan penelitian ini. *Pertama* Karya Fahrul Satya, *Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil*

*dan Menengah (UMKM) Kerajinan Batik di Kota Pekalongan Tahun 2006-2007.*¹³ Karya ini tentang Pengelolaan menyeluruh industri kerajinan batik yang belum begitu memadai. *Kedua* Karya Panca Muhyidin, *Strategi Dinas Pasar Kabupaten Bima Dalam Meningkatkan Retribusi Pasar Untuk Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah*¹⁴, Karya ini tentang strategi peningkatan program dinas pasar di Bima dalam pengembangan pasar. *Ketiga* Karya Prasajo, S.Ag. MM, *Rencana Kerja Peningkatan Kinerja Pengelolaan Pasar Tradisional Sebagai Tempat Belanja Yang Representatif Bagi Masyarakat Pada Bidang Pengelolaan Pasar Disperindagko.*¹⁵ Karya ini tentang rencana kerja agar strategis yang ditetapkan berjalan baik, maka perlu disusun suatu kebijakan operasional sebagai pedoman atau acuan kegiatan yang akan dilakukan.

Dari beberapa pembahasan di atas mengenai penelitian sebelumnya yang penulis temukan, akan berbeda dengan penelitian yang akan dilakukan penulis. Walaupun sama-sama berbicara mengenai pasar, namun secara obyek bahasan jauh berbeda. Yang di dasarkan pada alasan untuk peningkatan

¹³Fahrul Satya, “*Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kerajinan Batik di Kota Pekalongan Tahun 2006-2007*”, Skripsi tidak diterbitkan, (Yogyakarta: Fakultas Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2009)

¹⁴ Panca Muhyidin, “*Strategi Dinas Pasar Kabupaten Bima Dalam Meningkatkan Retribusi Pasar Untuk Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah*”, Skripsi tidak diterbitkan, (Yogyakarta: Fakultas Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2008)

¹⁵Prasajo, “*Rencana Kerja Peningkatan Kinerja Pengelolaan Pasar Tradisional Sebagai Tempat Belanja Yang Representatif Bagi Masyarakat Pada Bidang Pengelolaan Pasar Disperindagkop*”, Diklat Tidak diterbitkan, (Semarang, Tahun 2013)

perekonomian dengan pemberdayaan pedagang dan pasar temanggung permai yang telah sukses dalam pembangunan sebagai pasar percontohan di Kabupaten Temanggung. Penulis dalam penelitian ini akan mengkaji tentang **“Strategi Pemberdayaan Pedagang Oleh Disperindagkop Di Pasar Temanggung Permai”**.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan hal-hal yang merupakan masalah dari penelitian ini, adalah :

“ Bagaimana Strategi Pemberdayaan Pedagang Oleh Disperindagkop & UMKM Di Pasar Temanggung Permai Tahun 2014 ?”

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Untuk Mengetahui informasi dan gambaran mengenai Strategi Pemberdayaan Pedagang Oleh Disperindagkop & UMKM Di Pasar Temanggung Permai Tahun 2014

2. Manfaat

Manfaat yang diharapkan dari penelitian baik secara teoretik maupun praktis adalah sebagai berikut :

a. Manfaat Teoretik

1. Memberi sumbangan pikiran dalam studi ilmu pengetahuan pada umumnya.

2. Memberikan sumbangan ilmu khususnya yang berhubungan dengan manajemen strategi bidang perdagangan serta memberikan pemahaman baru khususnya masyarakat akademik maupun masyarakat luas.

b. Manfaat Praktis

1. Sebagai informasi dan gambaran mengenai Strategi Pemberdayaan Pedagang Oleh Disperindagkop & UMKM Di Pasar Temanggung Permai Tahun 2014.
2. Sebagai bahan sumbangan kepada Dinas terkait berupa saran-saran untuk digunakan sebagai pertimbangan dalam menentukan strategi pemberdayaan pasar.
3. Untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana pada jurusan Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

D. Kerangka Dasar Teori

1. Manajemen Strategi

a. Pengertian Manajemen Strategi

Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan sumber daya organisasi dalam rangka mencapai

sasarannya.¹⁶ Strategi adalah penentuan dan sasaran jangka panjang perusahaan, ditetapkan aksi dan alokasi sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.¹⁷ Tanpa strategi, sebuah organisasi seperti kapal tanpa pengemudi, bergerak berputar dalam lingkaran, organisasi yang demikian seperti pengembara tanpa tujuan tertentu.¹⁸

Strategi adalah suatu rencana untuk mencapai tujuan tertentu yang disusun sedemikian rupa oleh suatu organisasi yang sesuai pada visi dan misi yang nantinya hendak diraih yang sekaligus untuk melakukan mandat dan tugas-tugas yang diemban dengan pertimbangan dan pengaruh faktor-faktor lingkungan eksternal maupun internal. Sedangkan pengertian manajemen strategi itu sendiri adalah serangkaian keputusan dan tindakan yang mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan di implementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut.

b. Tahap-tahap Manajemen Strategi

¹⁶Ricky W. Griffin., Ronald J. Ebert. *Bisnis Jilid I*. Jakarta. PT. Indeks. Tahun: 2005. Hal. 249

¹⁷ Mudrajad Kuncoro. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Penerbit Erlangga. Jakarta, tahun 2005, Hal 01

¹⁸ David Fred. R. *Manajemen Strategi Konsep Edisi Ketujuh*. Perhalindo. Jakarta. Tahun 2002, hal 3

Dalam melangkah pengaturan selanjutnya strategi penelitian ini harus menggunakan manajemen strategi dimana untuk menganalisa lebih data yang digunakan pada proses analisis selanjutnya, adapun tahapan proses tersebut adalah :

1. Analisis Lingkungan Strategi

a. Lingkungan Internal

Merupakan salah satu dimensi yang perlu dipertimbangkan dalam perencanaan strategi, dimensi ini menyangkut kekuatan (*strength*), dan Kelemahan (*weakness*) yang pada umumnya dimiliki dalam pengembangan wilayah, bagian dari suatu analisis yang telah dikenal secara dunia akademik dengan istilah SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*) Faktor Kekuatan (*Strength*), dalam hal Kelemahan (*Weakness*) terdapat dalam suatu kegiatan organisasi. Hal ini, merupakan instrument yang ampuh dalam melakukan analisis perencanaan strategis, untuk memaksimalkan peranan faktor-faktor tersebut sekaligus berperan sabagai alat untuk memanipulasi kelemahan dan menekan dampak ancaman yang timbul, jika para penentu strategi kebijakan mampu menghadapi dua faktor tersebut dengan tepat, maka upaya memilih dan menentukan strategi alternative membuahkan hasil yang diharapkan.

b. Lingkungan Eksternal

Dalam lingkungan eksternal dikenal adanya faktor-faktor peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*), yakni berasal dari luar, yang bisa menguntungkan dan mengancam dan serta dipengaruhi dinamika pembangunan, berupa lingkungan, politik, ekonomi, dan budaya masyarakat sekitar.

Suatu lingkungan eksternal diperlukan untuk menekan agar berhasil meraih keberhasilan yang diharapkan dimasa depan, sehingga dapat diperhatikan dengan matang tujuan utama lingkungan eksternal adalah untuk mengetahui lingkungan dan luar agar dapat secara jelas peluang dari ancaman mengetahui faktor kunci keberhasilan.¹⁹

2. Perumusan Strategi

Pada dasarnya strategi merupakan garis besar terhadap tantangan-tantangan mendasar yang harus dihadapi, oleh karena itu strategi harus dapat dirumuskan selaras dengan isu strategis yang telah didefinisikan.

Dalam perumusan strategi pemberdayaan pedagang digunakan pendekatan sebagai berikut²⁰ :

¹⁹J. David Hungger & Thomas L. Wheelen, *Manajemen Strategis*, Andi copyright, 2001,2003. Hal 9-12

²⁰ John M Bryson, *Perencanaan strategi Bagi Organisasi sosial*, Pustaka Pelajar, (anggota IKAPI) Yogyakarta 1999, hal 55

1. Mengidentifikasi alternative-alternatif umum yang dapat digunakan untuk menjawab isu-isu strategi.
2. Memperlajari kendala-kendala yang memungkinkan muncul dalam pelaksanaan alternative-alternatif umum tersebut.
3. Merumuskan usulan-usulan yang dapat digunakan untuk mewujudkan alternative tersebut, sekaligus mengantisipasi adanya hambatan yang ada.
4. Merumuskan kegiatan utama apa yang dapat dilakukan dalam tahun berikutnya.
5. Merumuskan langkah-langkah khusus yang harus dilakukan dan menetapkan siapa saja yang bertanggung jawab untuk melaksanakannya.

c. Ciri-ciri Strategi

Menurut Coulter dalam Kuncoro²¹ Strategi merupakan sejumlah keputusan dan aksi yang ditujukan untuk mencapai tujuan (goal) dan menyesuaikan sumber daya organisasi dengan peluang dan tantangan yang dihadapi dalam lingkungan industrinya. Dengan demikian beberapa ciri strategi yang utama adalah :

1. *Goal Directed Actions* yaitu aktifitas yang menunjukkan “apa” yang diinginkan organisasi dan “bagaimana” mengimplementasikannya.

²¹Mudrajad Kuncoro. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Penerbit Erlangga. Jakarta 2005. Hal 12

2. Mempertimbangkan semua kekuatan internal (sumber daya dan kapasitas), serta mempertahankan peluang dan tantangan.

d. Manfaat manajemen Strategis

Dengan adanya manajemen strategis diharapkan dapat membantu Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Koperasi Kabupaten Temanggung dalam menjalankan program-program yang telah ditentukan khususnya dalam bidang strategi pemberdayaan pedagang di pasar Temanggung Permai sehingga dapat memberikan hasil sesuai dengan apa yang ditargetkan oleh Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Koperasi tersebut. Manajemen strategis juga berfungsi sebagai sarana untuk mengkomunikasikan tujuan-tujuan Disperindag yang hendak di tempuh kepada pemilik, karyawan, masyarakat, dan pihak-pihak yang mempunyai kepentingan.

2. Strategi Pemberdayaan

Strategi pemberdayaan diterapkan ke dalam berbagai program yang menggunakan prinsip dasar bahwa apabila mempunyai kesempatan untuk mengambil keputusan secara mandiri, masyarakat akan berbuat yang terbaik bagi diri mereka, keluarga, dan masyarakatnya.

a. Pengertian Pemberdayaan

Istilah pemberdayaan (*empowerment*) berasal dari kata “*power*” yang berarti kemampuan, tenaga, atau kekuasaan. Empowerment adalah sesuatu

peningkatan kemampuan yang sesungguhnya potensinya ada, dan usahanya adalah dari kurang berdaya menjadi lebih berdaya.²²

Pemberdayaan sebagai terjemahan dari *empowerment* menurut Merrian Webster dalam Oxford English Dicteonary mengandung dua pengertian :

- a. *To give ability or enable to*, yang diterjemagkan sebagai member kecakapan/kemampuan atau memungkinkan
- b. *Togive power of authority to*, yang berarti member kekuasaan.

Dalam konteks pembangunan istilah pemberdayaan pada dasarnya bukanlah istilah baru melainkan sudah sering dilontarkan semenjak adanya kesadaran bahwa faktor manusia memegang peran penting dalam pembangunan. Pemberdayaan adalah membebaskan seseorang dari kendali yang kaku, dan memberi orang kebebasan untuk bertanggung jawab terhadap ide-idenya, keputusan-keputusannya, dan tindakan-tindakannya.²³

Konsep pemberdayaan dikembangkan pertama kali di tahun 1970-an yang bergulir dan mengalami berbagai penyesuai. Konsep ini berasal dari pemikiran masyarakat barat yang lahir karena adanya kepentingan

²² Sedermayanti, *Manajemen Sumber Daya Manusia (reformasi birokrasi & manajemen PNS)*. Refika Aditama, Bandung, 2009, hal: 23

²³ Sadu Wasistiono, Dkk, *Perkembangan Organisasi Kecamatan Dari Masa Ke Masa*. Bandung: Fokusmedia. Tahun 2009, hal 46

kekuasaan, dimana sebagian manusia sangat berkuasa terhadap sebagian lainnya (*homo homini lupus*).

b. Prinsip-prinsip Pemberdayaan²⁴

1. Kestaraan

Prinsip utama yang harus dipegang dalam proses pemberdayaan adalah adanya kestaraan atau kesejajaran kedudukan antara masyarakat dengan lembaga yang memerlukan program-program pemberdayaan.

2. Partisipatif

Dalam praktek, pemerintah dan partisi pemberdayaan belum bersedia sepenuhnya memberikan kesempatan dan kebebasan kepada masyarakat untuk memilih dan merumuskan kebutuhannya mereka terjebak dalam keinginan untuk melihat keberhasilan pemberdayaan secara fisik. Dibutuhkan partisipasi aktif dari kedua belak pihak agar pemberdayaan dapat terwujud.

3. Keswadayaan

Prinsip keswadayaan adalah menghargai dan mengedepankan kemampuan masyarakat daripada bantuan orang lain. Konsep ini tidak memandang orang miskin sebagai objek yang tidak berkemampuan *the*

²⁴ Sri Najiyati, *Pemberdayaan masyarakat Di Lahan ganbut*, Canadianne De Development International Agenci, Bogor 2005, hal 54-60

have not, melainkan sebagai subjek yang mempunyai kemampuan serba sedikit *the have little*.

4. Berkelanjutan

Program pemberdayaan perlu dirancang untuk berkelanjutan, sekalipun pada awalnya peran pendamping lebih dominan dibandingkan dengan peran masyarakat itu sendiri. Tetapi secara perlahan dan pasti, peran pendamping akan semakin berkurang, bahkan akhirnya dihapus, karena masyarakat sudah mampu mengelola kegiatannya sendiri.

3. Pasar

Secara sederhana pasar adalah tempat orang jual beli.²⁵ Sedangkan tradisional adalah sikap dan cara berpikir serta bertindak yang selalu berpegang teguh pada norma dan adat kebiasaan yang ada secara turun temurun, menurut tradisi (adat).²⁶ Sehingga secara etimologi pasar tradisional adalah bertemunya penjual dan pembeli yang ditandai dengan adanya transaksi atau tawar menawar secara langsung. Pelaku pasar adalah orang yang menjalankan roda perekonomian. Dalam hal ini yang menjadi pelaku adalah pedagang pasar itu sendiri. Selain itu digabung dengan kebijakan pemerintah yang sudah tentu melahirkan pelaku yang lain seperti, kepala dinas pengelola pasar dan pengusaha yang berada di sekitar tersebut. Pelaku pasar

²⁵Suharto dan Ana Retroningsih. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Lux*, (Semarang:CV. Widya Karya, 2005), hal: 361

²⁶ *Ibid.*, hal: 583

dalam penelitian ini adalah orang atau sekelompok pedagang yang berjualan dan hidup dari pedagang di lingkungan pasar tradisional. Penurunan pertumbuhan pasar tradisional dan makin berkembangnya pasar modern lainnya makin memperlihatkan adanya pergeseran pola hidup masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Jika dulu masyarakat berbelanja kebutuhan sehari-hari di pasar tradisional, maka sekarang masyarakat cenderung berbelanja dipasar modern. Apa sebenarnya yang terjadi sehingga sekarang ini masyarakat cenderung memilih pasar modern.

Pasar tradisional saat ini masih menjadi salah satu pusat kegiatan ekonomi penting bagi masyarakat Indonesia. Berbagai kendala dan perubahan yang terjadi telah meminggirkan pasar tradisional yang telah lama memiliki fungsi redistribusi produk-produk yang dihasilkan masyarakat. Perbaikan manajemen pasar tradisional diharapkan dapat meningkatkan daya saing efisiensi pembiayaan dan pengelolaan lingkungan.²⁷

Jika pasar tradisional bisa dikelola dengan baik dan menarik, maka tidak perlu ada pertentangan antara pasar modern dan pasar tradisional. Keduanya berkembang dengan nuansa daya tariknya sendiri-sendiri. Tidak menutup kemungkinan bila golongan yang berpendapat tinggi dan menengah atas akan juga menjadi tertarik untuk sesekali mengunjungi pasar tradisional untuk menikmati berbagai hal yang tidak tersedia di pasar modern.

²⁷ Suherman Rosyidi. *Pengantar Teori Ekonomi*. Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada. Tahun 2006. Hal : 30-35

E. Definisi Konseptual

Definisi Konseptual merupakan suatu pengertian dari gejala yang menjadi pokok perhatian. Definisi Konseptual dimaksud agar dapat memberikan gambaran yang lebih jelas serta untuk menghindari kesalah pahaman penulisan istilah-istilah penting antara konsep yang satu dengan konsep lainnya sehingga dengan pokok masalah dalam penelitian ini, maka perlu diberikan konsep sebagai berikut :

1. Manajemen Strategi adalah suatu serangkaian keputusan dan tindakan yang mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan di implementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut.
2. Dinas merupakan lembaga pemerintahan yang memiliki tugas tertentu yang menyangkut kepentingan dan kebutuhan masyarakat dengan mengurus bidang yang telah ditetapkan dalam hal ini Dinas yang terkait adalah Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah.
3. Strategi Pemberdayaan adalah tindakan atau usaha-usaha yang dilakukan untuk kemajuan, perkembangan, dan keberhasilan dalam sektor perindustrian.
4. Pasar adalah lahan yang ditetapkan oleh Pemerintah daerah beserta bangunan pasar dan fasilitas pasar lainnya sebagai tempat bertemunya pihak penjual dan pihak pembeli untuk melakukan transaksi dimana proses

jual beli barang dan/jasa terbentuk yang diselenggarakan oleh Pemerintah Daerah.

5. Pedagang adalah setiap orang atau badan hukum yang melakukan kegiatan menawarkan dan menjual barang atau jasa di pasar.

F. Definisi Operasional

Untuk memudahkan dalam menganalisis data maka perlu diberikan batasan-batasan dan gejala-gejala yang di identifikasikan dengan tujuan untuk menjawab masalah penelitian.

1. Manajemen Strategi

a. Perencanaan

Rencana yang disusun oleh Disperindagkop & UMKM untuk mencapai tujuannya.

b. Pengorganisasian

Cara untuk mengelola dan pembagian fungsi kerja.

c. Pelaksanaan

Implementasi dari program yang telah ditetapkan oleh Disperindagkop & UMKM

2. Analisis Lingkungan Strategi dengan analisis SWOT

Kemampuan organisasi untuk merespon secara efektif terhadap perubahan lingkungan internal dan eksternal.

a. Lingkungan Internal

1. *Strength* (Kekuatan)

- Kemampuan Disperindagkop & UMKM dapat berkembang lebih cepat.
- Kemampuan Disperindagkop & UMKM Disperindagkop mewaspadaai terhadap perubahan lingkungan yang tidak menentu.

2. *Weakness* (Kelemahan)

- Dapat meminimalkan kelemahan yang ada
- Kemampuan Disperindagkop & UMKM untuk mengatasi kerugian dari strategi yang dilakukan.

b. Lingkungan Eksternal

1. *Opportunities* (Peluang)

- Kemampuan Disperindagkop & UMKM memanfaatkan peluang dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
- Kemampuan Disperindagkop & UMKM merumuskan strategi yang sesuai dengan kondisi yang dibutuhkan masyarakat.

2. *Threats* (Ancaman)

- Kemampuan Disperindagkop & UMKM mengidentifikasi kendala.

- Kemampuan Disperindagkop & UMKM untuk mengantisipasi dan memberikan solusi terhadap keluhan masyarakat.
-

3. Strategi Pemberdayaan

a. Kesetaraan

Keadilan Disperindagkop & UMKM dalam pemberdayaan pedagang di pasar Temanggung Permai.

b. Partisipasi

Keikutsertaan dan kerjasama yang dilakukan oleh Disperindagkop & UMKM dengan pedagang di pasar Temanggung Permai.

c. Keswadayaan

Usaha yang dilakukan oleh Disperindagkop & UMKM dalam pemberdayaan pedagang di pasar Temanggung Permai.

d. Berkelanjutan

Rencana berjangka panjang yang dilakukan selama 5 tahun oleh Disperindagkop & UMKM.

G. Metode Penelitian

Untuk mendapatkan kebenaran yang dapat dipercaya, maka suatu penelitian harus dilakukan dengan metode yang benar dan tepat.

1. Jenis Penelitian

Metode dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.²⁸

Berdasarkan masalah yang diangkat dalam penelitian yang menekankan pada proses dan makna, maka penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif yang bersikap deskriptif dengan maksud memberikan gambaran masalah secara sistematis, cermat, rinci dan mendalam mengenai strategi pemberdayaan pedagang dalam penataan pasar Temanggung Permai.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kabupaten Temanggung dengan pertimbangan sebagai berikut :

1. Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kabupaten Temanggung merupakan instansi atau lembaga pemerintahan yang berwenang dan mempunyai tugas pokok melaksanakan sebagian tugas Dinas di bidang pengelolaan pasar yang meliputi penataan, ketertiban, pemberdayaan pasar, serta perizinan dan pendapatan pasar.

²⁸Lexy J. Moleong. *Metode pedelitan kualitatif (Ed)*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.2012.hal 06

2. Pasar Temanggung Permai dengan pertimbangan bahwa Pasar temanggung Permai merupakan salah satu pasar tradisional sebagai pasar percontohan pasca renovasi, dalam penataan pasar meskipun masih banyak ditemukan kendala.
3. Adanya ijin dari pihak-pihak terkait untuk melakukan penelitian di daerah-daerah tersebut.

3. Unit Analisis Penelitian

Sesuai dengan pokok masalah yang ada dan pokok pembahasan ini maka dalam pembahasannya akan melakukan kegiatan unit analisis pada pihak yang terkait, dengan cara melakukan wawancara di Kantor Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kabupaten Temanggung, kepala bidang Pasar Temanggung, kepala Unit Pelaksana Teknis (UPT) Pasar Temanggung, dan asosiasi pedagang di pasar Temanggung Permai.

4. Jenis Data Penelitian

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai pendukung meliputi :

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari lapangan. Sumber data primer adalah sumber data yang dapat memberikan informasi secara langsung mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti, yang merupakan sejumlah data, fakta, atau keterangan yang diperoleh secara

langsung dengan masalah yang menjadi obyek. Data primer tersebut diperoleh melalui wawancara. Adapun nara sumber adalah Kantor Disperindag, Pedagang, dan pembeli

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung melalui arsip, makalah, majalah ilmiah, peraturan perundang-undangan, dokumen-dokumen dari pihak terkait, dan buku-buku yang berkaitan dengan masalah penelitian mengenai strategi pemberdayaan pedagang oleh Disperindag di pasar Temanggung permai.

5. Teknik pengumpulan Data

Beberapa langkah yang harus dilakukan untuk memperoleh data dalam penelitian ini, antara lain

a. Interview atau wawancara

interview atau wawancara merupakan teknik pengumpulan data untuk memperoleh informasi melalui Tanya jawab secara langsung dengan narasumber atau responden yang diteliti untuk melengkapi data yang diperlukan dan jawaban-jawaban responden dicatat atau direkam dengan alat perekam.

b. Dokumentasi

Teknik dokumentasi dilakukan untuk memperoleh data sekunder, yakni dengan cara mencatat dan mengambil sumber-sumber tertulis yang ada, baik berupa dokumen atau arsip , laporan, dan dokumen pendukung lainnya yang memuat pendapat para ahli kebijakan sehubungan dengan penelitian.

6. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisa kualitatif, dimana data yang terkumpul akan diinterpretasikan dengan kata-kata atau kalimat untuk memperoleh kesimpulan. Analisa ini memperoleh data dari studi lapangan, yang kemudian dilakukan proses penganalisaan berdasarkan kemampuan analisis peneliti dalam menghubungkan fakta data-data untuk menghasikan suatu teori.

Terhadap tahap-tahap analisis data, secara umum kegiatan analisis data meliputi rangkaian kegiatan sebagai berikut :

- a. Pengumpulan data, yaitu pencarian data penelitian di lapangan yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan metode yang telah ditentukan
- b. Mengedit data adalah kegiatan memperbaiki kualitas data, tujuan adalah menghilangkan keraguan akan kebenaran yang mungkin timbul setelah membaca data tersebut.
- c. Mengolah data

Mengolah data merupakan tahapan yang sangat penting. Pada tahap ini data diolah sedemikian rupa sehingga diperoleh kesimpulan berupa kebenaran-kebenaran yang dapat dipakai sebagai jawaban atas permasalahan-permasalahan yang diajukan dalam penelitian²⁹

H. Sistematika Struktur Skripsi

²⁹ Wardiyanto, *Metode Penelitian Pariwisata*. Penerbit Andi. Yogyakarta. Tahun 2006, hal 38

Laporan hasil penelitian ini akan terdiri dari empat (4) Bab yang meliputi pendahuluan, gambaran umum mengenai Strategi pemberdayaan pedagang oleh Disperindag di pasar Temanggung Permai tahun 2014, serta penutup. Pada bagian pendahuluan dijelaskan mengenai latar belakang masalah yang menjadi latar belakang dipilihnya topik ini sebagai skripsi dengan penjelasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka teori, dan metode penelitian.

Pada Bab II menjelaskan tentang gambaran keadaan di Kabupaten Temanggung, yakni Deskripsi Umum mengenai Kondisi Geografis, Kondisi Demografis dan Gambaran Umum mengenai Kinerja Dinas Pengelolaan Pasar, Dinas Perindustrian dan Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan menengah Kabupaten Temanggung dan profil Pemerintahan Kabupaten Temanggung. Pada Bab III menguraikan tentang Strategi pemberdayaan pedagang oleh Disperindag di pasar Temanggung tahun 2014.

Selanjutnya Bab IV merupakan Bab Penutup, yang terdiri dari kesimpulan mengenai Strategi pemberdayaan pedagang oleh Disperindag di pasar Temanggung Tahun 2014 dan rekomendasi sebagai bahan masukan serta solusi dalam pemberdayaan pedagang oleh Disperindag di pasar Temanggung tahun selanjutnya.

