

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pasar merupakan salah satu sarana kegiatan perekonomian. Pasar sebagai tempat para pedagang memasarkan barang dagangan untuk memenuhi kebutuhan para konsumen. Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Swasta, Koperasi, atau Swadaya Masyarakat dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda, yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil dan menengah, dan koperasi, dengan usaha skala kecil dan modal kecil, dan dengan proses jual beli melalui tawar-menawar (Damarmoyo, 2013).

Barang atau produk yang dijual di pasar tradisional sangat beragam mulai dari kebutuhan rumah tangga seperti beras, ikan, sayur, pakaian, hasil kerajinan, maupun kebutuhan lainnya. Meskipun latar belakang komunitas yang ada di pasar tradisional berasal dari berbagai kalangan, tidak tampak perbedaan yang jauh antara kaya atau miskin, pejabat atau petani, dosen atau pedagang semua pada posisi seperti dua sisi mata uang yaitu penjual dan pembeli. Selain memiliki persamaan simbol untuk saling berinteraksi seperti bahasa atau dialek yang sama, cara bertegur sapa sesuai budaya mereka, masyarakat pasar tradisional memiliki kesamaan tujuan ekonomi yakni kebutuhan membeli atau kebutuhan menjual barang yang sama. Mereka umumnya datang dari daerah sekitar pasar tersebut sehingga sangat mudah bagi mereka untuk berkomunikasi satu sama lain. Akan

tetapi tidak jarang pula yang datang dari luar daerah, baik sebagai pedagang maupun pembeli yang memiliki kultur, bahasa berbeda namun satu tujuan yakni melakukan transaksi jual beli. Dan pada hakikatnya semua yang terlibat di pasar tradisional sepakat menjalankan kultur budaya yang ada meski ada produk impor namun tetap tindakan mereka local (Damarmoyo, 2013).

Era globalisasi dan liberalisasi perdagangan dunia telah memacu terjadinya perubahan drastis terhadap lingkungan bisnis. Hubungan antar Negara dan bangsa tidak lagi mengenal batas-batas teritorial, baik dalam segi inventasi, industri, individu dan informasi. Semua penghambat terjadinya lalu lintas perdagangan antar Negara dihilangkan. Persaingan seperti ini diindikasikan dengan munculnya dinamika perdagangan yang semakin agresif di pasar.

Era perdagangan bebas telah membuat para investor menanamkan modalnya dengan mendirikan pasar-pasar modern di Indonesia, seperti mall, plaza, dan sejenisnya. Hal ini tentu saja berpengaruh terhadap keberadaan pasar tradisional mengingat banyaknya konsumen yang kini beralih ke pasar-pasar modern seperti di atas. Untuk menghadapi munculnya pasar-pasar modern di atas, pengelola pasar-pasar tradisional haruslah berbenah diri dan menyesuaikan diri dengan tuntutan konsumen. Sebagai contoh, pengelola pasar tradisional menciptakan suasana nyaman, aman dan bersih sehingga diminati oleh para konsumen.

Persaingan ketat antara bisnis eceran internasional dengan bisnis eceran nasional telah makin memperburuk kondisi pasar-pasar tradisional, yang selama

ini telah menghadapi tekanan berat akibat pertumbuhan pasar-pasar modern lokal. Hasil studi Departemen Dalam Negeri pada beberapa kota besar menunjukkan fakta bahwa kehadiran pasar modern mempunyai dampak negatif terhadap usaha pasar tradisional dalam bentuk penurunan omzet penjualan (Parawangsa, 1994).

Sebenarnya, pasar tradisional sudah mempunyai kelebihan dibandingkan pasar modern, misalnya harga-harga yang lebih murah dan ketersediaan barang-barang yang belum tentu ada di pasar modern. Proses marjinalisasi pedagang pasar tradisional memerlukan kajian serius dari berbagai pihak. Harus disadari bahwa pasar tradisional merupakan lahan usaha pedagang yang sebagian besar terdiri dari golongan ekonomi lemah. Meskipun belum ada pencacahan “resmi” tetapi pedagang berskala kecil ini diduga presentasinya mencapai 90% dari populasi unit usaha yang bergerak di sektor perdagangan eceran (Hidayat, 1978). Dengan demikian, maka tergesurnya pedagang pasar tradisional akan dapat menciptakan situasi kerawanan sosial.

Tergesurnya para pedagang pasar tradisional dari lahan berdagangnya lebih disebabkan karena kurangnya kemampuan investasi para pedagang pasar. Hal ini tentu saja berkaitan erat dengan kondisi tingkat pendapatan yang diperolehnya. Semakin tinggi tingkat pendapatan usahanya maka akan semakin besar pula peluangnya melakukan investasi.

Omzet pedagang pasar tradisional dipengaruhi oleh berbagai faktor. Tapi tidak dipungkiri bahwa omzet pedagang sangat dipengaruhi oleh modal awal

usaha, modal pengadaan barang dagangan, lama usaha yang telah dikelola sampai saat ini, jumlah jam kerja setiap harinya, dan jumlah karyawan yang dimiliki oleh pedagang untuk membantu dalam kegiatan jual-beli di kios.

Desa Cipeundeuy memiliki penduduk yang sebagian besar merupakan petani dan pedagang. Para pedagang sebagian besar terpusat di pasar tradisional Cipeundeuy. Pasar Cipeundeuy merupakan pasar desa yang menjadi aset desa yang menunjang sumber Pendapatan Asli Desa (PAD) untuk memenuhi kebutuhan Penyelenggaraan Pemerintahan Desa serta kelanjutan Pembangunan.

Dengan adanya pasar tersebut, maka banyak masyarakat Desa Cipeundeuy yang memanfaatkan fasilitas tersebut dengan membuka usaha kios/warung yang menjual berbagai macam kebutuhan masyarakat mulai dari kebutuhan pokok sampai kebutuhan penunjang lainnya. Namun seiring bertambahnya waktu, muncul toko-toko dan pasar modern di Kecamatan Cipeundeuy yang menjadi pesaing dan ancaman untuk Pasar Tradisional Cipeundeuy ini.

Agar dapat menanggulangi masalah perdagangan ini yang telah lama ada di Indonesia khususnya di Desa Cipeundeuy, sebelumnya kita perlu mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi omzet para pedagang di pasar tradisional Cipeundeuy. Untuk itu, penulis bermaksud mengadakan penelitian dengan judul “ANALISIS OMZET PENJUALAN PEDAGANG PASAR TRADISIONAL CIPEUNDEUY KABUPATEN BANDUNG BARAT”.

B. Batasan Masalah

- Penelitian ini hanya membatasi masalah pada mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya omzet penjualan yang didapat para pedagang di pasar tradisonal Cipeundeuy.
- Penelitian dilakukan terhadap 82 pedagang pasar yang berjualan sayuran, pakaian, makanan, sembako, dan alat rumah tangga pada tahun 2015.
- Omzet yang didapat adalah hasil penjualan atau pendapatan kotor yang didapat pedagang pasar selama satu bulan.
- Mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya omzet penjualan yang didapat dengan melihat besarnya modal awal, dimana besarnya modal awal yang dikeluarkan untuk membuka usaha berdagang di pasar, modal penyediaan dagangan, yaitu jumlah modal yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan penjualan setiap bulannya, lama usaha, yaitu lamanya pedagang berdagang di pasar, jam kerja per hari yaitu berapa lama berdagang di pasar dalam sehari, dan jumlah karyawan, yaitu jumlah pegawai yang dimiliki pemilik usaha atau pedagang untuk membantunya berjualan di Pasar.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan penelitian yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan beberapa masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah besarnya modal awal mempunyai pengaruh terhadap besarnya omzet penjualan pedagang di Pasar Tradisional Cipeundeuy?
2. Apakah modal penyediaan dagangan mempunyai pengaruh terhadap besarnya omzet penjualan pedagang di Pasar Tradisional Cipeundeuy?
3. Apakah lama usaha mempunyai pengaruh terhadap besarnya omzet penjualan pedagang di Pasar Tradisional Cipeundeuy?
4. Apakah jumlah jam kerja mempunyai pengaruh terhadap besarnya omzet penjualan pedagang di Pasar Tradisional Cipeundeuy?
5. Apakah jumlah karyawan mempunyai pengaruh terhadap besarnya omzet penjualan pedagang di Pasar Tradisional Cipeundeuy?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh modal awal terhadap besarnya omzet penjualan pedagang di Pasar Tradisional Cipeundeuy
2. Untuk mengetahui pengaruh modal penyediaan dagangan terhadap besarnya omzet penjualan pedagang di Pasar Tradisional Cipeundeuy
3. Untuk mengetahui pengaruh lama usaha terhadap besarnya omzet penjualan pedagang di Pasar Tradisional Cipeundeuy

4. Untuk mengetahui pengaruh jam kerja terhadap besarnya omzet penjualan pedagang di Pasar Tradisional Cipeundeuy
5. Untuk mengetahui pengaruh jumlah karyawan terhadap besarnya omzet penjualan pedagang di Pasar Tradisional Cipeundeuy.

E. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, maka diharapkan hasil yang dapat bermanfaat sebagai berikut :

a. Bagi Penulis

Dapat menambah wawasan tentang hal yang diteliti sehingga mampu membandingkan antara teori yang diterima di dalam bangku perkuliahan dan praktek di lapangan serta sebagai persyaratan dalam mencapai gelar kesarjanaan pada Fakultas Ekonomi Program Studi Ilmu Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

b. Bagi Pedagang

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi masukan untuk mengambil kebijaksanaan dalam berdagang untuk melayani konsumen yang membeli barang dagangan.

c. Bagi Akademisi

Bagi akademisi diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan yang bermanfaat dari perkembangan ilmu pengetahuan serta sebagai bahan

perbandingan dengan penelitian yang lain, yang praktis dikemukakan sehingga segala kekurangan yang ada dapat diperbaiki dan disempurnakan.

d. Bagi Masyarakat

Dapat memberikan informasi kepada masyarakat mengenai kondisi pasar dan pedagang di pasar tradisional Cipeundeuy Kabupaten Bandung Barat.

e. Bagi Pemerintah Daerah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan sebagai bahan masukan dalam penentuan kebijakan pemerintah daerah terutama di bidang ekonomi terkait kebijakan pasar tradisional.