

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bukittinggi terkenal sebagai kota pariwisata dan perdagangan, sesuai dengan Visi dan Misi Kota Bukittinggi ‘Terwujudnya Bukittinggi Kota Tujuan Pariwisata, Pendidikan, Kesehatan, Perdagangan Dan Jasa, Berlandaskan Nilai Agama Dan Budaya’. Disamping membenahi objek wisata yang ada sudah seharusnya pemerintah memperhatikan keadaan pasar tradisional yang ada di Bukittinggi, karena pasar tradisional bisa juga dijadikan salah satu objek pariwisata. Pada pasar tradisional terjadi interaksi sosial sangat kental yang berhubungan dengan mekanisme transaksinya yang menggunakan metode tawar-menawar. Selain itu, para pedagang (produsen) dan pembeli (konsumen) dapat berinteraksi secara langsung dengan berkomunikasi dan saling mengenal lebih jauh, bukan hanya menyangkut barang yang diperdagangkan tetapi juga menyangkut hal lainnya. Termasuk tentang budaya masing-masing yang terkait dengan jenis masakan khas daerah dan cara berpakaian. Di pasar tradisional telah berkumpul dan berinteraksi dengan damai para anggota masyarakat dari ragam latar belakang suku dan ras yang berbeda-beda. Hal ini tentunya bisa didukung dengan adanya sarana dan prasarana pasar tradisional yang nyaman, bersih dan rapi.

Jika dilihat dari jumlah pasar tradisional yang dimiliki oleh kota-kota yang ada di Sumatera Barat, hanya Kota Bukittinggi yang tidak memiliki pasar yang kondisi baik. Bukittinggi memiliki 3 pasar, dari ketiga pasar tersebut tidak ada yang masuk pada kategori pasar kondisi baik, dibandingkan dengan kota lainnya seperti kota Padang dari 14 pasar yang dimiliki 2 diantaranya masuk pada kategori pasar kondisi baik. Sedangkan Kota Padang Panjang dari 3 pasar yang dimiliki 2 diantaranya masuk pada kategori pasar kondisi baik, begitu juga dengan Kota Payakumbuh dari 6 pasar yang dimiliki 5 diantaranya masuk pada kategori pasar kondisi baik. (Dinas Perindustrian dan Perdagangan 2015) lampiran 1. Ini membuktikan bahwa adanya permasalahan pada pengelolaan pasar di kota Bukittinggi.

Sebagai sarana bertransaksi pasar tradisional secara umum sudah tidak sesuai dengan tuntutan perubahan sosial yang terjadi dalam masyarakat. Perubahan sosial adalah perubahan yang menyangkut soal gaya hidup, perilaku dan nilai-nilai dalam masyarakat yang mencerminkan dinamika kultural masyarakat itu. Model belanja masyarakat sekarang ini telah berbeda, ini merupakan gejala sosial masyarakat yang menuntut adanya perubahan kualitas agar lebih baik dalam layanan berbelanja terutama di pasar tradisional. Seperti yang tercantum dalam model konsumen berbelanja saat ini yang ditemukan Kasali (dalam Siregar, 2009) bahwa beberapa multi atribut yang menentukan tingkat kepuasan konsumen pada pasar adalah bersih dan higienis, nyaman, modern, display produk tertata rapi, parkir kendaraan mudah, adalah penilaian terhadap fasilitas umum yang tersedia di pasar. Hal ini menjadi alasan utama jika semakin banyak masyarakat yang tidak memilih berbelanja di pasar tradisional karena sudah menjadi penilaian umum bahwa pasar tradisional adalah pasar yang tidak memenuhi kriteria bersih, tertata baik, dan nyaman.

Pasar tradisional pada umumnya dimanfaatkan masyarakat untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari terutama kebutuhan sandang dan pangan. Pasar tradisional merupakan salah satu basis kehidupan masyarakat golongan menengah ke bawah. Masyarakat tersebut tidak saja menginginkan kualitas dan harga produk yang bagus, tetapi juga kualitas tempat (pasar) yang memadai dan layak sesuai dengan tingkat pendapatannya. Secara umum, tempat yang nyaman, aman dan memadai akan menjadi pilihan utama bagi kebanyakan pembeli. Setiap hari terjadi kegiatan transaksi jual beli antar masyarakat yang saling memenuhi kebutuhannya masing-masing. Dari sisi pembeli, mereka ingin mendapatkan barang untuk keperluan konsumsi dan dari sisi penjual atau pedagang ingin mendapatkan keuntungan dari hasil penjualan mereka. Pasar tradisional merupakan tempat utama penjualan produk-produk serta kebutuhan pokok yang dihasilkan oleh para pelaku ekonomi yang berskala kecil dan menengah. Mereka yang bertransaksi disana adalah para petani, nelayan, pengrajin dan home industri (industri rakyat). Jumlah mereka banyak dan sangat menyandarkan hidupnya kepada pasar tradisional.

Pasar tradisional merupakan suatu indikator nasional dalam menentukan tingkat kestabilan harga atau inflasi domestik. Dalam menghitung inflasi harga kebutuhan pokok yang dijual di pasar tradisional seperti beras, gula, dan sembilan kebutuhan pokok lainnya merupakan objek monitoring para ahli statistik setiap bulannya. Namun sebaliknya pasar tradisional masih belum bisa dibebaskan dari anggapan negative sebagai tempat yang kumuh, semrawut, becek, kotor, kriminal tinggi, tidak nyaman, fasilitas minim (tempat parkir terbatas, toilet tidak terawat, kurangnya tempat sampah, instalasi listrik yang gampang terbakar, dan lorong yang sempit) serta lapak jualan yang tidak permanen. Pasar tradisional masih dipenuhi oleh para pedagang informal yang sulit diatur dan mengatur diri, serta penataan barang dagang yang belum tertata dengan rapi. Pengelola pasar masih mengalami kesulitan untuk melakukan penataan yang lebih tertib terhadap mereka. Serta pelayanan yang diberikan oleh pengelola kepada pedagang yang kurang baik. Kondisi ini membuat pasar tradisional menjadi semrawut dan tidak nyaman untuk dikunjungi. Sehingga muncul ketidakpuasan dari pedagang ataupun pengunjung pasar tradisional. Hal ini juga didukung oleh literatur yang di temukan bahwa yang menjadi masalah utama pada pengelolaan pasar tradisional adalah dimensi *tangible* (bentuk fisik) dalam Mattanete (2008). Serta dari Buku Putih Pasar Tradisional yang dikeluarkan oleh Menteri Perdagangan (2008), telah didapatkan informasi tentang berbagai permasalahan pada pasar tradisional, terutama berkaitan dengan infrastruktur pasar serta pengelolaan dan manajemen pasar. Pasar tradisional pada umumnya memiliki kelemahan mendasar yaitu kurang tersedianya fasilitas umum yang memadai seperti: tempat parkir yang sempit, toilet yang kotor dan kadang tidak berfungsi dengan baik, tempat pembuangan sampah sementara yang menggunung dan menimbulkan bau menyengat, koridor atau lorong jalan yang sempit.

Merasa puas atau tidaknya pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian atas kinerja maupun pelayanan yang dilakukan oleh pengelola. Kepuasan pelanggan akan dipengaruhi oleh indikator-indikator seperti kebersihan, kenyamanan, keamanan, dan tersedianya sarana dan prasarana pasar tradisional yang memadai seperti jalan masuk ke pasar. Artinya

bagaimana mengelola pasar tradisional agar tertata dengan rapi, bersih dan aman serta peningkatan kualitas pelayanan pengelolaan pasar. Hal ini menjadi alasan utama jika semakin banyak masyarakat yang tidak memilih berbelanja di pasar tradisional karena sudah menjadi penilaian umum bahwa pasar tradisional adalah pasar yang tidak memenuhi kriteria bersih, tertata baik, dan nyaman. Disamping kemudahan pedagang dalam melakukan aktifitas jual beli juga terganggu dengan kualitas pelayanan yang didapat tidak sesuai dengan harapan para pedagang.

Berdasarkan paparan di atas, aspek kualitas pelayanan serta kemudahan yang merupakan aspek permasalahan utama kurang berminatnya masyarakat berbelanja di Pasar Tradisional. Dengan adanya keterbatasan kualitas pelayanan serta kemudahan pada pasar tradisional yang merupakan salah satu bentuk pelayanan publik dan dikelola oleh Dinas terkait ternyata belum dapat memenuhi harapan masyarakat. Hal ini karena kurang baiknya pengelolaan pasar tradisional. Untuk lebih mendalami mengenai strategi pengembangan kualitas pelayanan pasar tradisional serta kemudahan maka penulis memilih salah satu pasar tradisional di Kota Bukittinggi sebagai studi kasus dalam penelitian ini yaitu Pasar Bawah Bukittinggi. Penulis memilih Pasar Bawah ini dengan alasan bahwa Pasar Bawah adalah salah satu pasar tradisional yang masih memiliki masalah kualitas pelayanan yang masih perlu dikembangkan sesuai dengan tuntutan pedagang dan pembeli. Serta diantara 3 pasar tradisional yang dimiliki Kota Bukittinggi, Pasar Bawahlah yang paling jauh dari kondisi baik dan jauh dari kriteria model konsumen berbelanja jika dirujuk kepada temuan Kasali dalam siregar (2009).

Hal ini didasarkan pada pengamatan secara langsung oleh peneliti ke lokasi pasar. Melihat kondisi Pasar Bawah sekarang ini tidak lagi bersih dan rapi, karena bau menyengat yang berasal dari tumpukan sampah, jalanan yang becek dan kotor. Penataan tempat usaha (terdiri atas kios, los, dan *counter*), kebersihan area pasar, pengelolaan area parkir, pengelolaan toilet, ketersediaan tempat ibadah, perawatan gedung dan jalur lalu-lintas konsumen serta area bongkar muat. Hal ini merupakan faktor penting bagi para pengunjung pasar baik pedagang maupun pembeli terhadap kualitas pelayanan dan kemudahan pengelola pasar sehingga semakin menarik minat masyarakat untuk berbelanja.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka penulis ingin membahas lebih dalam tentang “**Strategi Pengembangan Pasar Bawah Bukittinggi**”.

B. Rumusan Masalah

Pengelolaan pasar tradisional oleh pemerintah belum mencerminkan pengelolaan yang professional, kualitas pelayanan dan kemudahan pedagang yang belum memadai sehingga kepuasan pedagang dan pembeli belum tercapai.

Berdasarkan permasalahan yang telah dijabarkan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tingkat kepuasan pedagang dan pembeli terhadap kualitas pelayanan pengelolaan Pasar Bawah Bukittinggi?
2. Faktor internal dan faktor eksternal apakah yang berpengaruh terhadap pengembangan Pasar Bawah Bukittinggi?
3. Bagaimana penyusunan strategi pengembangan pasar pada Pasar Bawah Bukittinggi ?

C. Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan permasalahan yang sudah diuraikan sebelumnya, maka tujuan utama dalam penelitian ini untuk:

1. Menganalisis tingkat kepuasan pedagang dan pembeli terhadap kualitas pelayanan pengelolaan Pasar Bawah Bukittinggi
2. Menganalisis faktor internal dan faktor eksternal yang berpengaruh terhadap pengembangan Pasar Bawah Bukittinggi.
3. Menyusun strategi pengembangan Pasar Bawah Bukittinggi

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Dengan dilakukannya penelitian dan pembahasan tentang strategi pengembangan Pasar Bawah Bukittinggi ini dapat mengaplikasikan teori yang selama ini dipelajari serta menambah wawasan tentang perencanaan pengembangan pasar

2. Bagi Instansi Terkait

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan

bahan masukan kepada pihak pengelola Pasar Bawah Bukittinggi dalam rangka meningkatkan kepuasan pedagang dan pembeli serta strategi pengembangan Pasar Bawah Bukittinggi.

E. Ruang Lingkup Penelitian

Untuk membatasi meluasnya cakupan penelitian, maka penelitian ini terbatas pada:

1. Ruang lingkup yang menjadi fokus pada penelitian ini untuk mengidentifikasi kepuasan pedagang yang dilihat dari kualitas pelayanan yang mencakup dalam 5 dimensi kualitas, yaitu keandalan (*Reability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), empati (*Amphaty*), dan sarana fisik (*Tangible*) pedagang dan pembeli pada pengelolaan Pasar Bawah Bukittinggi.
2. Analisis yang dilakukan pada penelitian ini ada 3 tahap: (1) analisis *Importance Performance Analysis (IPA)*, *Costumer Statisfaction Indexs (CSI)* untuk analisis kepuasan pedagang. (2) analisis faktor internal dan ekstrnal (*IFE & EFE*) dan *SWOT*. (3) *Matriks Quantitative Strategic Planning Matriks (QSPM)*.

F. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dari penelitian ini adalah:

- BAB I : Pendahuluan terdiri dari: latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup, sistematika penelitian.
- BAB II : Tinjauan Literatur terdiri dari: konsep kepuasan pelanggan, konsep kualitas pelayanan, metode pengukuran kepuasan pelanggan, konsep kepuasan dari segi ekonomi mikro, konsep pasar tradisional, konsep strategi, konsep pengambilan keputusan, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran.
- BAB III : Metode penelitian terdiri dari: jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, metode penarikan

populasi dan sampel, metode analisa data, rancangan strategi, pengambilan keputusan dan definisi operasional..

BAB IV : Gambaran Umum Wilayah Penelitian terdiri dari: Karakteristik Lokasi dan Wilayah, Potensi Pengembangan Wilayah dan Profil Pasar Bawah Bukittinggi.

BAB V : Hasil Penelitian dan Pembahasan terdiri dari: Karakteristik Responden, Analisis Tingkat Kepuasan Responden, Analisis Faktor Internal dan Eksternal, Rancangan Strategi dan Pengambilan keputusan Pengembangan Pasar Bawah Bukittinggi.

BAB VI : Kesimpulan dan Saran

