

ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING PASAR TRADISIONAL DALAM MENGHADAPI KEBERADAAN PASAR MODERN DI KABUPATEN CIREBON

Oleh:

Syaeful Bakhri¹⁾

¹⁾ Fakultas Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon

Email: zulfatussaada@gmail.com

ABSTRACT

Modern market growth in Indonesia showed significant figure compared to the growth of the traditional markets. The data presented A.C. Nielsen (2009) suggests the modern market in Indonesia grew 31.4 percent per year, while the traditional market shrank 8 percent per year. The shrinking of the traditional market and modern market growth is also due to the rising living standards and changing lifestyles of people, as well as the desire for comfort, freedom, guarantee low price and good quality into consideration the public (Tambunan, 2004). The purpose of this study was to analyze the impact of the modern market to traditional market traders, Analyzer used in this research is a quantitative analysis method of Difference-in-Difference (DiD), Analysis Using different test with Wilcoxon, Buyer Perception Analysis, and Analysis Hierarchy Process (AHP). Results of analysis using DID (Difference-in-Difference) by comparing market treatment and control markets, it was found that the impact of the existence of a modern market to traditional market traders is evidenced by the decrease in the average turnover of the traditional market traders reached (-7.8 %), the average gain (-9.39%), the number of buyers (-12.3%), and a decrease in the number of workers in traditional markets (-2.50%). And the results of the analysis hierarchy process (AHP) that in order to improve the competitiveness of traditional market consists of several aspects, obtained priority measures to be carried out, in the first place, namely the support of the local government (29.43%), infrastructure (23.96 %), the management of the market (20.60%), finance (15.02%) and the provision of merchandise ranks last priority for (10.98%).

Keywords: *competitiveness of traditional markets, local government support, market management, finance, market trader straditional*

PENDAHULUAN

Berbagai jenis pasar modern marak berdiri bagaikan jamur di musim penghujan. Suasana pasar modern yang tampak bersih, rapih, nyaman menjadi daya tarik masyarakat untuk berbelanja. Menyusutnya perkembangan pasar tradisional dan tumbuhnya pasar modern juga disebabkan pula oleh meningkatnya taraf hidup dan berubahnya gaya hidup masyarakat. Keinginan untuk mendapatkan kenyamanan, kebebasan, ataupun jaminan harga murah dan kualitas baik menjadi bahan pertimbangan masyarakat (Tambunan, 2004). Seiring dengan itu, memang tidak bisa dipungkiri bahwa keberadaan pasar modern pada saat ini sudah menjadi tuntutan dan konsekuensi dari gaya hidup modern yang berkembang di masyarakat kita. (Esther dan Didik : 2003). Sementara, citra pasar tradisional yang identik dengan kondisi pasar yang kumuh, becek,

penataan yang amburadul, dan bau tidak sedap lambat laun ditinggalkan masyarakat.

Di era otonomi daerah, bagi Kabupaten Cirebon keberadaan pasar modern merupakan komponen pendukung ketersediaan fasilitas ekonomi wilayah. Berdasarkan letak geostrategis wilayah di jalur nadi perekonomian nasional dan regional (jalur pantai Utara Jawa), Kabupaten Cirebon menjadi daerah transit bagi mobilisasi orang dari Jakarta atau Bandung menuju wilayah Jawa Tengah dan Jawa Timur. Sebagai daerah pendukung Pusat Kegiatan Nasional (PKN) dan secara demografis, dengan jumlah penduduk pada akhir tahun 2015 mencapai 2.309.807 jiwa. (BPS Kabupaten Cirebon, 2016). Dengan kondisi demikian Kabupaten Cirebon memiliki potensi dan peluang bagi tumbuh dan berkembangnya pasar modern.

Kini, keberadaan pasar modern telah menjadi bagian dari kehidupan sosial ekonomi masyarakat Kabupaten Cirebon. Perkembangan pasar modern di wilayah Kabupaten Cirebon berpengaruh pada kondisi dan keberadaan pasar tradisional. Sebagai entitas khas kehidupan sosial ekonomi wong cilik, keberadaan pasar tradisional harus tetap dipertahankan. Jika harus berhadapan secara head to head, dalam kondisi saat ini tentunya pasar tradisional akan kalah bersaing bila berhadapan dengan pasar modern. Sementara itu Eka (2007) menyatakan bahwa peritel harus mampu mengakomodasi tuntutan pelanggannya berkenaan dengan harga dan pelayanan, hal-hal penting tersebut harus terus di perbaiki jika tak ingin ditinggalkan para pelanggannya. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis strategi peningkatan daya saing pasar tradisional dalam menghadapi keberadaan pasar modern di Kabupaten Cirebon.

METODE ANALISIS

1. Jenis Penelitian dan Metode Pengumpulan Data

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif analitik dengan menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif (*mixed methods*). Menurut Yanuar Ikbar (2012) , penelitian model gabungan adalah penelitian dengan memadukan strategi kuantitatif dan kualitatif secara bersamaan dengan menggunakan kuesioner

tertutup yang terdiri dari jawaban berganda (kuantitatif) dan keuisner terbuka (kualitatif).

2. Populasi dan Tehnik Pengambilan Sampling

Adapun populasi pasar tradisional di Kabupaten Cirebon adalah sebagai mana tabel 1. Populasi pasar modern di Kabupaten Cirebon disampaikan pada tabel 2. Menurut Gay dan Diehl (1992) , semakin banyak sampel yang diambil maka akan semakin representatif. Ukuran sampel yang diterima akan sangat bergantung pada jenis penelitiannya, jika penelitiannya bersifat deskriptif, maka sampel minimumnya adalah 10% dari populasi. Berdasar asumsi di atas, maka rencana jumlah sampel yang akan diambil adalah 10% dari jumlah populasi. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan 2 metode, yaitu Purposive Sampling dan Random Sampling. Distribusi sampel pada penelitian ini disajikan di tabel 3.

3. Metode Analisis

a. Analisis Uji Beda dengan Menggunakan Wilcoxon untuk mengetahui perbedaan kondisi pedagang pasar tradisional sebelum dan sesudah ada pasar modern. Menurut Sugiyono (2013) *wilcoxon match pairs test* digunakan untuk menguji signifikansi hipotesis komparatif dua sampel bila datanya berbetuk ordinal (berjenjang).

Tabel 1. Populasi Pedagang Pasar Tradisional

No	Nama Pasar	Tempat Berjualan			Jumlah Pedagang		
		Kios	Los	Lapak	Kios	Los	Lapak
1	Babakan	51	166	20	27	64	18
2	Cipeujeuh	57	184	74	34	61	59
3	Jamblang	127	288	160	69	107	135
4	Kueh Weru	99	-	-	60	-	-
5	Palimanan	394	169	150	151	39	159
6	Pasalaran	329	648	288	204	323	288
7	Sumber	76	477	184	65	131	178
8	Ciledug	262	327	137	128	134	137
Jumlah		1395	2259	1013	738	859	974

Sumber : Disperindag Kabupaten Cirebon 2015

Tabel 2. Populasi Pedagang Pasar Modern

No	Kecamatan	Jumlah Pasar Modern
1	Babakan	7
2	Lemahabang	5
3	Jamblang	2
4	Plered	15
5	Palimanan	10
6	Weru	8
7	Sumber	13
8	Ciledug	12
Jumlah		72

Sumber : Disperindag dan BPPT Kab. Cirebon, 2015

Tabel 3. Distribusi Sampel Pedagang Pasar Tradisional dan Pasar Modern

No	Nama Pasar	Sampel Pasar Tradisional			Sampel Pasar Modern
		Kios	Los	Lapak	
1	Babakan	3	6	2	2
2	Cipeujeuh	6	16	6	1
3	Jamblang	8	11	18	2
4	Kueh Weru	8	0	0	2
5	Palimanan	16	5	19	2
6	Pasalaran	20	32	29	1
7	Sumber	8	48	18	1
8	Ciledug	13	14	14	2
Jumlah		82	133	106	13

- b. Analisis kuantitatif dengan Metode *Difference-in-Difference* (DiD) untuk mengetahui dampak keberadaan pasar modern terhadap pedagang pasar tradisional.
- c. Analisis Persepsi Pembeli dilakukan dari hasil wawancara dengan cara menyandingkan persepsi pembeli pasar tradisional dan pembeli yang membeli di pasar modern.
- d. Analisis Hirarkhi Proses (AHP) untuk mengetahui strategi mana yang paling prioritas dalam rangka meningkatkan daya saing pasar tradisional.

HASIL ANALISIS

1. Analisis Uji Beda Pedagang Pasar Tradisional Sebelum dan Sesudah ada Pasar Modern

Analisis uji beda ini meliputi: jumlah pekerja, jumlah pembeli, segmen pembeli, cara menarik pembeli, modal operasional, omset dagangan perhari, rata-rata keuntungan bersih

perhari, dan persediaan barang, yang diuraikan sebagai berikut tabel 4. Berdasarkan tabel 4, hasil analisis evaluasi dampak jumlah orang yang membantu sebelum dan sesudah ada pasar modern mengalami perubahan yaitu penurunan jumlah orang yang membantu sesudah adanya pasar modern di wilayah Kabupaten Cirebon. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya kehadiran pasar modern berdampak pada jumlah karyawan yang membantu di pedagang pasar tradisional terutama pada kategori tidak ada/sendiri dan satu orang yang membantu, yang tadinya pada kategori tidak ada/sendiri dari 61,4% mengalami penurunan menjadi 56,7% dan kategori jumlah karyawan satu orang dari 24,9% menjadi 22,7%. Berdasarkan hasil analisis uji beda komparatif 2 sampel yang berpasangan, didapatkan hasil p-value $0,000 < 0,05$ (alpha), artinya bahwa ada pengaruh atau perbedaan antara jumlah karyawan yang membantu sesudah adanya pasar modern di wilayah pasar Kabupaten Cirebon.

Tabel 4. Analisis Uji Beda Pedagang Pasar Tradisional Sebelum dan Sesudah adanya Pasar Modern

Variabel	Sebelum ada Pasar Modern		Sesudah ada Pasar Modern	
	Jumlah	Presentasi	Jumlah	Presentasi
Jumlah Pekerja				
Tidak ada/sendiri	197	61.4	182	56.7
Satu orang	80	24.9	73	22.7
Dua orang	32	10.0	53	16.5
Lebih dari 2 orang	12	3.7	13	4.0
Jumlah Pembeli				
Lebih banyak	89	27.7	19	5.9
Sama saja	225	70.1	217	67.6
Lebih Sedikit	7	2.2	85	26.5
Omset dagangan perhari				
< Rp.100.000	87	27.1	90	28.0
Rp. 101.000 - Rp. 500.000	128	39.9	140	43.6
Rp. 501.000 - Rp. 1.000.000	66	20.6	53	16.5
Rp. 1.001.000 - Rp. 2.000.000	22	6.9	21	6.5
Rp. 2.001.000 - Rp. 4.000.000	12	3.7	13	4.0
> Rp. 4.000.000	6	1.9	4	1.2
Rata-rata keuntungan				
< Rp. 25.000 perhari	64	19.9	74	23.1
Rp. 26.000 - Rp. 100.000	151	47.0	143	44.5
Rp. 101.000 - Rp. 300.000	66	20.6	52	16.2
Rp. 301.000 - Rp. 500.000	21	6.5	22	6.9
Rp. 501.000 - Rp.1.000.000	13	4.0	26	8.1
> Rp. 1.000.000	6	1.9	4	1.2
Total	321	100.0	321	100.0

Evaluasi dampak antara jumlah pembeli pedagang tradisional sebelum dan sesudah adanya pasar modern didapatkan hasil adanya penurunan jumlah pembeli sesudah adanya pasar modern pada jarak kurang dari 500 meter dari pasar modern, baik pada kategori lebih banyak dari 27.7% menjadi 5.9%, sama saja dari 70.1% menjadi 67.6%, dan lebih sedikit mengalami kenaikan pembeli yang datang ke pasar tradisional dari 2.2% menjadi 26.5%. Hasil analisis berdasarkan uji beda komparatif 2 sampel yang berpasangan, didapatkan hasil p-value $0,000 < 0,05$ (alpha), artinya bahwa ada pengaruh atau perbedaan antara jumlah pembeli yang datang ke pasar tradisional sesudah adanya pasar modern di Wilayah Pasar Kabupaten Cirebon. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor misalnya dikarenakan kondisi bangunan, ketersediaan parkir yang memadai, suasana belanja, kondisi kebersihan, dan keamanan pasar di pasar modern jauh lebih baik.

Hasil evaluasi dampak antara omset dagangan perhari pada pedagang tradisional sebelum dan sesudah adanya pasar modern didapatkan omset dagangan perhari omset yang mengalami penurunan dalam satu hari sebesar Rp. 501.000,00-Rp. 1.000.000,00 dari 20.6% menjadi 16.5%, omset yang satu hari Rp. 1.001.000,00-Rp. 2.000.000,00 dari 6.9% menjadi 6.5%, dan omset yang satu hari > Rp. 4.000.000,00 dari 1.9% menjadi 1.2%. Sedangkan berdasarkan hasil analisis uji beda komparatif, didapatkan hasil p-value $0.134 > 0,05$ (alpha), yang artinya bahwa tidak ada pengaruh atau perbedaan antara omset dagang perhari yang diperoleh pedagang tradisional meskipun sesudah adanya pasar modern.

Melihat data di atas dapat peneliti simpulkan bahwa omset dagang perhari bagi pedagang tradisional tidak terlalu berpengaruh karena berdasarkan kategori pengelompokan besarnya omset ada yang mengalami penurunan

dan peningkatan, hal ini bisa disebabkan beberapa faktor misalnya pedagang tradisional mampu bersaing dalam harga dan jenis variasi dagangan dengan pasar modern karena ditemukan sebagian besar modal utama dan operasional pedagang tradisional berasal dari modal sendiri sehingga mereka mampu bersaing dalam strategi untuk menarik pembeli. Disamping lain pasar tradisional sudah tentu kurang mampu bersaing dalam hal kualitas barang dagangan, ketersediaan lahan parkir, kondisi atau fasilitas bangunan, dan suasana kenyamanan pembeli dalam berbelanja.

Hasil analisis evaluasi dampak antara rata-rata keuntungan bersih dalam satu hari pada pedagang tradisional sebelum dan sesudah adanya pasar modern didapatkan rata-rata keuntungan bersih satu hari. Rata-rata keuntungan bersih yang mengalami penurunan dalam satu hari sebesar Rp. 26.000,00-Rp. 100.000,00 dari 47.0% menjadi 44.5%, rata-rata keuntungan bersih Rp. 101.000,00-Rp. 300.000,00 dari 20.6% menjadi 16.2%, dan rata-rata keuntungan bersih yang di dapat dalam satu hari >Rp. 1.000.000,00 dari 1.9% menjadi 1.2%. Berdasarkan hasil analisis uji beda komparatif 2 sampel yang berpasangan, didapatkan hasil p-value $0.466 > 0,05$ (alpha), yang artinya bahwa tidak ada pengaruh atau perbedaan antara rata-rata keuntungan bersih pedagang tradisional sebelum dan sesudah adanya pasar modern. Keuntungan dagang perhari bagi pedagang pasar tradisional tidak terlalu berpengaruh dengan hadirnya pasar modern disekitar pasar tradisional karena berdasarkan kategori pengelompokan besarnya rata-rata keuntungan dagang perhari ada yang mengalami penurunan dan peningkatan, hal ini bisa disebabkan beberapa faktor misalnya karena para pedagang tradisional mempunyai strategi tertentu bagaimana caranya supaya tidak kalah saing dengan pasar modern misalnya dengan adanya persaingan harga, jumlah kuantitas barang dagangan, dan pelayanan yang diberikan oleh pedagang tradisional yang lebih kekeluargaan. Keadaan ini juga bisa dilihat dengan ada beberapa *varians* produk yang berbeda dengan produk yang dijual di pasar tradisional dengan yang dijual di pasar modern, sehingga pada kondisi ini responden yang menjual barang dagangan berbeda menjawab kehadiran pasar modern bagi mereka kurang berpengaruh pada keuntungan mereka yang berjualan di pasar tradisional.

2. Analisis kuantitatif dengan Metode *Difference-in-Difference* (DiD)

Berdasarkan tabel 5 analisis evaluasi pengaruh dengan metoda DiD yang terlihat memperlihatkan ada perubahan keuntungan, omzet dan jumlah pembeli antara kelompok perlakuan dan kelompok kontrol. Tentunya ini menjelaskan bahwa kehadiran pasar modern terutama yang berdiri dekat dengan pasar tradisional (kurang dari 500 m) dapat menjadi penyebab penurunan omzet, keuntungan dan jumlah pembeli pedagang pasar tradisional. Karena pedagang pasar tradisional yang jauh dari pasar modern (minimarket dan supermarket) penurunan keuntungan, omzet dan jumlah pembeli tidak signifikan dibandingkan pasar tradisional yang dekat dengan pasar modern. Jumlah pekerja di kelompok perlakuan hanya berkurang 0,25 % akibat keberadaan pasar modern, sementara jumlah pekerja di kelompok kontrol tidak mengalami perubahan baik sebelum maupun sesudah kehadiran pasar modern. Adapun pada persediaan barang dagangan tidak memiliki pengaruh apapun baik sebelum adanya pasar modern maupun setelah keberadaan pasar modern. Kenyataan ini menunjukkan bahwa kehadiran pasar modern sangat kecil pengaruhnya bagi perubahan jumlah pekerja di pasar tradisional bahkan tidak berpengaruh sama sekali terhadap ketersediaan barang.

Fakta yang tidak bisa dipungkiri adalah pasar modern yang berdiri dan beroperasi dekat dengan pasar tradisional (kurang dari 500 m) akan sangat berpengaruh terhadap omzet, keuntungan dan jumlah pembeli dari pedagang pasar tradisional. Sementara pasar modern yang berjarak relative jauh (lebih dari 500 m) mempunyai pengaruh yang tidak begitu besar terhadap omzet, keuntungan dan jumlah pembeli pedagang pasar tradisional.

3. Analisis Persepsi Pembeli Pasar Tradisional dan Pasar Modern di Kabupaten Cirebon

Berdasarkan Tabel 6. analisis persepsi pembeli pasar tradisional dan pasar modern, tentang produk yang dibeli di Pasar Tradisional dan Pasar Modern didapatkan bahwa dari sampel yang diambil sebanyak 50 pembeli pasar tradisional sebagian besar pembeli pasar tradisional membeli sayur mayur yaitu sebanyak 11 (22.0%) pembeli, sedangkan pembeli pasar

modern dari sampel 65 pembeli didapatkan sebesar besar pembeli membeli kebutuhan pokok lainnya seperti kosmetik yaitu sebanyak 21 (32.3%) pembeli.

Tabel 5. Pengaruh Pasar Modern Terhadap Omzet, Keuntungan, Jumlah Pekerja dan Persediaan Barang

Variabel	Perlakuan	Kontrol	Besaran Dampak
Omset	-14.59	-6.79	-7.8
Keuntungan	-16.25	-6.86	-9.39
Pekerja	-2.5	0.000	-2.50
Persediaan Barang	-16.71	-4.57	-12.13

Tabel 6. Analisis Persepsi Pembeli Pasar Tradisional dan Pasar Modern

No	Variabel	Pasar Tradisional		Pasar Modern	
		Jumlah	Presentasi	Jumlah	Presentasi
Produk Yang Dibeli					
1	Sayur mayur	11	22.0	4	6.2
2	Daging	8	16.0	1	1.5
3	Ikan	2	4.0	0	0
4	Beras	7	14.0	1	1.5
5	Bumbu	3	6.0	5	7.7
6	Pakaian	6	12.0	5	7.7
7	Minyak goreng	4	8.0	9	13.8
8	Susu	3	6.0	9	13.8
9	Peralatan dapur	2	4.0	0	0
10	Buah	0	0	10	15.4
11	Lainnya	4	8.0	21	32.3
Alasan Utama Membeli					
1	Jarak Dekat	17	34.0	30	46.2
2	Harga murah	14	28.0	7	10.8
3	Harga bisa ditawar	14	28.0	1	1.5
4	Kualitas barang baik	1	2.0	19	29.2
5	Keramahan penjualnya	0	0	2	3.1
6	Barang lengkap	4	8.0	6	9.2
Kelengkapan Barang					
1	Lengkap	48	96.0	50	76.9
2	Tidak lengkap	2	4.0	15	23.1
Kondisi Bangunan					
1	Baik	34	68.0	64	98.5
2	Perlu perbaikan	16	32.0	1	1.5
Ketersediaan Parkir					
1	Tersedia memadai	12	24.0	45	69.2
2	Tersedia kurang memadai	34	68.0	20	30.8
3	Tidak tersedia	4	8.0	0	0
Suasana Belanja					
1	Nyaman	41	82.0	63	96.9
2	Tidak nyaman	9	18.0	2	3.1
Total		50	100.0	65	100.0

Sebagian besar pembeli pasar tradisional menyatakan alasan membeli di pasar tradisional yaitu dikarenakan jaraknya dekat sebesar 34.0%, harga murah sebesar 14%, dan harga bisa ditawar sebesar 14%, sedangkan pembeli pasar modern dari sampel 65 pembeli didapatkan sebesar alasan pembeli membeli di pasar modern karena jarak dekat juga yaitu sebesar 46.2% dan kualitas barang baik yaitu sebesar 29.9% pembeli. Meskipun dilihat dari presentasi antara alasan utama membeli, baik di pasar tradisional dan pasar modern sebagian besar pembeli sama-sama menyatakan dikarenakan jaraknya dekat, tetapi kalau dilihat dari berdasarkan perbandingan presentasi didapatkan lebih banyak pembeli di pasar modern yang menyatakan lebih dekat jaraknya dibandingkan dengan harus belanja ke pasar tradisional.

Sebagian besar pembeli pasar tradisional menyatakan lengkap yaitu sebanyak 48 (96.0%) pembeli, dan juga pembeli pasar modern dari sampel 65 pembeli didapatkan sebesar pembeli menyatakan lengkap yaitu sebanyak 50 (76.9%) pembeli. Meskipun dilihat dari presentasi antara kelengkapan barang, baik di pasar tradisional dan pasar modern sebagian besar pembeli sama-sama menyatakan lengkap, tetapi kalau dilihat dari berdasarkan perbandingan presentasi didapatkan lebih banyak pembeli di pasar tradisional yang menyatakan lengkap dibandingkan dengan kelengkapan barang yang dijual di pasar modern.

Sebagian besar pembeli pasar tradisional menyatakan baik terhadap kondisi bangunan yang ada dipasar tradisional yaitu sebanyak 34 (68.0%) pembeli, dan pembeli pasar modern dari sampel 65 pembeli didapatkan sebesar pembeli menyatakan baik terhadap kondisi bangunan yang ada dipasar modern juga yaitu sebanyak 64 (98.5%) pembeli. Meskipun dilihat dari presentasi antara kondisi bangunan, di pasar tradisional dan pasar modern sebagian besar pembeli sama-sama menyatakan baik, tetapi kalau dilihat berdasarkan perbandingan presentasi didapatkan lebih banyak pembeli di pasar modern yang menyatakan baik dibandingkan dengan kondisi bangunan yang ada di pasar tradisional.

Sebagian menyatakan tersedia kurang memadai yaitu sebanyak 34 (68.0%) pembeli, dan pembeli pasar modern dari sampel 65 pembeli didapatkan sebesar pembeli menyatakan tersedia dengan baik terhadap ketersediaan

parkir yang ada dipasar modern yaitu sebanyak 45 (69.2%) pembeli.

Sebagian besar pembeli pasar tradisional menyatakan nyaman terhadap suasana belanja yang ada dipasar tradisional yaitu sebanyak 41 (82.0%) pembeli, dan pembeli pasar modern dari sampel 65 pembeli didapatkan sebagian besar pembeli menyatakan nyaman juga terhadap suasana belanja yang ada dipasar modern yaitu sebanyak 63 (96.9%) pembeli. Meskipun dilihat dari presentasi antara suasana belanja baik di pasar tradisional dan pasar modern sebagian besar pembeli sama-sama menyatakan nyaman, tetapi kalau dilihat berdasarkan perbandingan presentasi didapatkan lebih banyak pembeli di pasar modern yang menyatakan nyaman dibandingkan dengan suasana belanja di pasar tradisional.

4. Analisis Strategi Perioritas Kebijakan Peningkatan Daya Saing Pasar Tradisional dan Perioritas Kriteria dari beberapa Aspek Dalam Peningkatan Daya Saing Pasar Tradisional di Kabupaten Cirebon.

Tabel 7. menjelaskan bahwa strategi yang paling penting dalam peningkatan daya saing pasar tradisional adalah dukungan Pemerintah Daerah dengan 29,43%, sementara diurutan selanjutnya adalah Peningkatan sarana dan prasarana 23,96%, diurutan ketiga adalah Penyediaan barang dagangan 20,60%, urutan selanjutnya Keuangan dengan 15.02%, sementara yang terakhir adalah Manajemen Pengelolaan pasar (10,98%). Strategi peningkatan daya saing pasar tradisional yang menjadi prioritas pemerintah pusat dalam rangka meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat, selayaknya direspon pemerintah daerah dengan langkah strategis. Gambaran jawaban responden di atas sudah selaras dengan keinginan pedagang dan *stakeholder* lainnya dalam peningkatan dan pemberdayaan ekonomi masyarakat kecil. Dukungan Pemda selayaknya diberikan dengan dukungan kebijakan/regulasi dan dukungan finansial melalui anggaran pendapatan belanja daerah (APBD).

Tabel 7. Penilaian prioritas pada Aspek (level pertama) Pengembangan Pasar Tradisional

No	Level Pertama	Nilai (%)
1	Dukungan Pemda	29.43
2	Sarana dan Prasarana	23.96
3	Penyediaan barang dagangan	20.60
4	Keuangan	15.02
5	Manajemen Pengelolaan Pasar	10.98

Tabel 8. Aspek dan Kriteria dalam peningkatan daya saing pasar tradisional di Kabupaten Cirebon

No	Aspek (level ke 1)	Kriteria (level ke 2)
1	Dukungan Pemerintah Daerah	Dukungan Anggaran (pendanaan) Dukungan Regulasi (kebijakan)
2	Sarana dan Prasarana	Peremajaan Bangunan Pasar Peningkatan Pemeliharaan jalan dan drainase
3	Penyediaan Barang Dagangan	Barang dagangan yang berkualitas Harga barang bersaing
4.	Keuangan	Fasilitas Kredit Modal usaha untuk pedagang Harga sewa tempat usaha yang terjangkau
5	Manajemen Pengelolaan Pasar	Pendampingan, pembinaan dan pengawasan pedagang Peningkatan pelayanan terhadap konsumen Keamanan pasar

Tabel 9. Penilaian Prioritas Pada Kriteria (Level Kedua) Pengembangan Pasar Tradisional

No	Level kedua	Nilai (%)
1	Dukungan Anggaran/Pendanaan	16.58
2	Dukungan Regulasi/Kebijakan	12.13
3	Peremajaan Bangunan Pasar	11.98
4	Peningkatan Pemeliharaan Jalan dan drainase	11.98
5	Pendampingan, pembinaan dan pengawasan pedagang	9.47
6	Fasilitas Kredit Modal Usaha untuk Pedagang	7.51
7	Harga Sewa Tempat Usaha yang Terjangkau	7.51
8	Peningkatan Pelayanan Konsumen	7.36
9	Barang Dagangan Berkualitas	5.49
10	Harga Bersaing	5.49
11	Keamanan Pasar	3.77

KESIMPULAN

1. Hasil uji beda terhadap keuntungan dan omzet yang dilakukan pada pedagang pasar tradisional sebelum dan sesudah ada pasar modern didapatkan keberadaan pasar

modern tidak mempengaruhi keuntungan dan omzet pedagang pasar tradisional. Sedangkan terhadap jumlah pembeli, jumlah pekerja, cara menarik pembeli, dan pengadaan barang berpengaruh pada pedagang pasar tradisional sebelum dan

- sesudah ada pasar modern didapatkan bahwa keberadaan pasar modern mempengaruhi jumlah pekerja, jumlah pembeli, cara menarik pembeli, dan pengadaan barang pedagang pasar tradisional.
2. Hasil analisis menggunakan metode DID (*Difference-in-Difference*), penurunan rata-rata omzet yang dialami pedagang pasar tradisional mencapai (-7,8%), penurunan rata-rata keuntungan juga yang dialami pedagang pasar tradisional mencapai (-9,39%), sementara terjadi juga penurunan terhadap rata-rata jumlah pembeli hingga mencapai (-12,3%).
 3. Hasil analisis persepsi pembeli di pasar tradisional dan pembeli di pasar modern didapatkan, alasan utama membeli baik di pasar tradisional maupun pasar modern mayoritas responden sama menjawab dengan jawaban jarak pasar yang dekat dengan rumah tinggal. Apabila pasar tradisional dan pasar modern terlalu berdekatan akan terjadi persaingan yang tidak sehat karena mayoritas pembeli di pasar tradisional dan pasar modern sangat memperhitungkan jarak dalam berbelanja.
 4. Hasil analisis hirarki proses (AHP), untuk peningkatan daya saing pasar tradisional yang terdiri dari beberapa aspek, didapat prioritas langkah yang harus dilakukan, pada urutan pertama ada dukungan pemerintah daerah (30,46%), kemudian sarana prasarana (22,06%), Manajemen Pengelolaan Pasar (18,58%), Keuangan (16,67%) dan penyediaan barang dagangan menempati urutan skala prioritas sebesar (12,22%).
- Nielsen, 2009, *Marketing & Media Presentation (MMP)*
- Sugiyono, 2013. *Statistik Nonparametris Untuk Penelitian*. CV. Alfabeta, Bandung
- Tambunan, Tulus TH, dkk., 2004. *Kajian Persaingan dalam Industri Retail*. Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU).
- Yanuar Ibar, 2012. *Metode Penelitian Sosial Kualitatif (Panduan Membuat Tugas Akhir/Karya Ilmiah)*. PT. Refika Aditama, Bandung.
- Kabupaten Cirebon Dalam Angka, 2016, BPS Kabupaten Cirebon
- Profil Pasar Kabupaten Cirebon, 2015. Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Cirebon.

DAFTAR PUSTAKA

- Ekapribadi, Wildan. 2007. *Pasar Modern: Ancaman Bagi Pasar Tradisional?* Jakarta
- Ester dan Didik. 2003. *Membuat Pasar Tradisional Tetap Eksis*. Sinar Harapan. Jakarta
- Gay and Diehl. 1992. *Research methods for business and management*. Macmillan Pub. Co.