

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia telah membawa perubahan pola hidup manusia pada kebutuhan masyarakat. Bertambahnya jumlah penduduk akan berpengaruh pada jumlah sarana perekonomian bangsa, terlebih dalam mencukupi kebutuhan rumah tangga/keluarga untuk terpenuhinya akan keperluan kebutuhan masyarakat. Pasar merupakan sarana/tempat sebagai salah satu fasilitas untuk bertemunya penjual dan pembeli. Bagi masyarakat pasar merupakan tempat/wadah untuk para bertemunya antara manusia dengan manusia lainnya untuk melakukan interaksi jual beli (Angkasawati, 2021).

Pembangunan nasional merupakan salah satu upaya yang dilakukan untuk mencapai tujuan terciptanya kesejahteraan masyarakat sesuai dengan Undang-Undang Dasar dan Pancasila pada sila kelima. Pemanfaatan sumber daya yang dimiliki untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat baik dalam aspek pendapatan, kesempatan kerja, lapangan berusaha, akses terhadap pengambilan kebijakan, berdaya saing, maupun peningkatan indeks pembangunan manusia, sesuai dengan harapan untuk mewujudkan masyarakat adil dan makmur (Prasetya, 2019).

Negara berkembang seperti Indonesia pastinya melaksanakan usaha-usaha pembangunan, pembangunan tersebut dilakukan di berbagai sektor diantaranya sektor ekonomi, sektor politik, sektor sosial budaya dan lain-lain, upaya pembangunan tersebut dilakukan untuk mengembangkan perekonomian Indonesia dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat, berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 29 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan, pada pasal 1 ayat 36 berbunyi “barang kebutuhan pokok adalah barang yang menyangkut hajat hidup orang banyak dengan skala pemenuhan kebutuhan yang tinggi serta menjadi faktor kesejahteraan masyarakat”.

Pasar tradisional merupakan tempat terjadinya transaksi jual beli antara produsen dengan konsumen dan merupakan salah satu sumber penggerak perekonomian. Pasar tradisional dibedakan menjadi pasar eceran, pasar grosir, pasar induk dan pasar khusus. Sedangkan dilihat dari ruang lingkup pelayanan dan tingkat potensi pasar disebut pasar lingkungan, pasar wilayah, pasar kota, dan pasar regional, dengan macam-macam waktu kegiatan pasar yang terdapat pada jam operasional siang hari, pasar malam hari, pasar siang malam, dan pasar kaget/pekan (Mahendra, 2007).

Pasar tradisional berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia dan memiliki keunggulan bersaing secara alamiah (Aliyah, 2020:3). Keberadaan pasar tradisional sangat membantu, tidak hanya bagi pemerintah daerah ataupun pusat tetapi juga para masyarakat yang menggantungkan hidupnya di dalam pasar. Pasar tradisional terdapat banyak aktor yang memiliki arti penting dan berusaha untuk mensejahterakan kehidupannya baik itu pedagang, pembeli, pekerja dan sebagainya, sehingga pasar tradisional dapat mewujudkan kemaslahatan dan kesejahteraan hidup manusia (Toni, 2013).

Pasar tradisional dalam menggerakkan pertumbuhan ekonomi masyarakat, sebagai muara produk-produk rakyat, pasar juga berfungsi sebagai tempat untuk bekerja yang sangat berarti bagi masyarakat. Sejak zaman penjajahan kegiatan pasar beserta para pedagangnya berkembang secara alamiah. Pasar adalah tempat dimana terjadi interaksi antara penjual dan pembeli, pasar didalamnya terdapat tiga unsur, yaitu: penjual, pembeli dan barang atau jasa yang keberadaannya tidak dapat dipisahkan, pertemuan antara penjual dan pembeli menimbulkan transaksi jual-beli (Majid, 1988).

Mereka semua adalah aktor yang berperan penting dalam mempertahankan eksistensi pasar tradisional di Indonesia, dalam pasar tradisional terdapat banyak interaksi yang tidak ditemukan dalam pasar modern, dimana para pedagang pasar tradisional tidak membeli suatu barang dagangan yang akan mereka jajakan di tokonya dalam jumlah yang besar dari agen (Wahdania, 2020).

Menurut Muslihat (2016) potensi pasar tradisional adalah ungkapan mengenai peluang mengenai penjualan maksimum untuk produk jasa tertentu yang ditemukan misalnya satu tahun. Estimasi potensi pasar melibatkan permintaan sekarang terhadap produk dan proyeksi kecenderungan dimasa yang akan datang. Potensi dapat dianalisis melalui penataan pasar, penetapan harga, serta sarana dan prasarana yang ada di pasar tersebut. Kotler dan Amstrong (2014) potensi pasar merupakan seperangkat pembeli aktual dan juga potensial dari suatu produk atau jasa. Berdasarkan laporan BAPPEDA dan PM Kabupaten Jembrana Bali (badan perencanaan pembangunan daerah, dan penanaman modal, 2022) Pengkajian terhadap pengembangan potensi sumber daya pasar tradisional yang dikaitkan dengan pengembangan peluang-peluang kegiatan usaha dengan lokasi yang strategis.

Menurut Suryani (2015) lokasi sangat memegang peranan penting dalam percepatan pertumbuhan ekonomi suatu daerah, demikian juga dengan lokasi pasar sebagai pusat pembelanjaan bagi masyarakat. Salah satu teori lokasi yang ada adalah teori lokasi yang dikembangkan oleh Losch (1954) adalah pasar membutuhkan lahan dan lokasi yang strategis, mengingat aktivitas yang terjadi di pasar tersebut dan pentingnya peran pasar sebagai salah satu komponen pelayanan kota, daerah dan wilayah yang mengakibatkan kaitan dan pengaruh dari masing-masing unsur penunjang kegiatan perekonomian kota, dengan letak yang strategis, akan lebih terjamin proses transaksi jual-belinya daripada pasar yang letaknya kurang strategis.

Lokasi pasar yang strategis dengan penduduk maka akan memberikan kemudahan masyarakat untuk datang berbelanja dipasar, maka dari itu kebersihan lingkungan pasar menjadi faktor penting untuk menentukan kepuasan konsumen khususnya mengenai tempat, karena para pembeli menginginkan tempat yang sehat, bersih dan bebas dari penyakit dalam mendapatkan kebutuhan. Menurut Nuraini (2019) pasar tradisional yang selama ini dikenal dengan tempat yang kumuh, becek, semrawut, bau, dan sumpek. Bukan hanya itu pasar tradisional juga diwarnai dengan kemacetan dan juga terkadang berdesak-desakan.

Menurut Kuncoro (2008) permasalahan umum yang dihadapi pasar tradisional adalah lingkungan yang memiliki kesan kumuh, dagangan makanan siap saji mempunyai kesan yang kurang higienis. Menurut Reto (2022) Jika lingkungan pasar tersebut terlihat kotor dan tidak terawat maka ini akan sangat berdampak pada kesehatan pembeli maupun pedagang yang berada di sekitar lingkungan tersebut dan akan menimbulkan bau serta penyakit, bukan hanya akan berdampak pada manusia namun juga akan berdampak pada makanan ataupun jualan yang ada di sekitarnya.

Kebersihan lingkungan pasar menjadi faktor penting yang harus dijaga untuk mewujudkan lingkungan pasar rakyat yang sehat, telah diatur dalam Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2020 Tentang Pasar Sehat, menyangkup pada standar baku mutu kesehatan lingkungan, persyaratan kesehatan, dan kesehatan lingkungan di pasar rakyat sehat.

Mulai dari kenyamanan tempat perbelanjaan, keamanan, suasana, dan juga keramahan penjual, dengan terciptanya kenyamanan lingkungan pasar yang sehat sesuai dengan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2020 Tentang Pasar Sehat. Untuk menghindari kesan kumuh, becek, kotor, bau dengan sampah yang menggunung maka diperlukan kesadaran untuk selalu menjaga kebersihan lingkungan pasar dan sekitar tempat pembuangan sampah, maka para pembeli dan masyarakat sekitar memiliki inisiatif untuk mencoba menyalurkan hasil usahanya dengan mencari peluang usaha di pasar tradisional.

Penciptaan lapangan berusaha atau peluang usaha masyarakat terdapat di pasar. Pasar sudah menjadi bagian yang melekat dari kehidupan bermasyarakat. Sebagian orang bahkan menggantungkan pekerjaan sehari-hari dari pasar. Keberadaan pasar sangatlah vital bagi masyarakat serta bagi perekonomian. Pada lingkungan pasar yang sehat dan lokasi yang strategis maka peluang hampir ada di setiap saat dalam kehidupan sehari-hari dalam pasar tradisional.

Menurut Ambadar (2005) peluang (*opportunity*) adalah pintu menuju sukses atau gagal. Menurut Hendro (2005) peluang itu muncul karena kita berbeda dengan yang lain, berusaha untuk berpikir beda dan melihat secara berbeda. Menurut Ambadar (2005) ada beberapa tips dalam mengelola peluang usaha yaitu dengan melakukan pendekatan analisis SWOT. Dengan SWOT maka sasaran strategi dapat terukur baik dalam tercapainya peluang usaha maupun dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat sehingga dapat mengembangkan kesejahteraan masyarakat sekitar.

Menurut Muhamad (2014) dalam memenuhi kebutuhan hidup agar menjadi sejahtera, masyarakat yang mempunyai kemampuan dan jeli melihat potensi diri serta mampu mengidentifikasi lingkungan, dapat menemukan peluang dan membuka peluang usaha bagi masyarakat. Dengan adanya peluang usaha tersebut, diharapkan dapat membantu pertumbuhan ekonomi masyarakat sekitar menjadi lebih baik sehingga mampu mengurangi tingkat urbanisasi yang tinggi. Selain itu, dengan adanya usaha yang menitikberatkan pada peluang yang ada di daerah sekitar, diharapkan mampu menjadi ikon atau ciri khas dari daerah tersebut.

Menurut Fahrudin (2014) kesejahteraan masyarakat juga bermakna kondisi dimana kebutuhan dasar dapat terpenuhi yang dapat tercermin dari keadaan rumah yang layak huni, kebutuhan sandang dan pangan yang mencukupi rumah yang layak tercukupinya kebutuhan sandang pangan, biaya pendidikan dan kesehatan yang terjangkau, serta berkualitas atau dimana individu mampu memaksimalkan utilitasnya pada tingkat batasan tertentu atau kondisi dimana seseorang dapat memenuhi kebutuhan jasmani dan rohani.

Kesejahteraan tersebut tidak hanya ditinjau dari unsur terpenuhinya kebutuhan dasar jasmani seperti makan, tempat tinggal namun termasuk kebutuhan rohani seperti ketenangan, kenyamanan, penghormatan, perlindungan dan lainnya. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 29 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan, barang kebutuhan pokok adalah barang yang menyangkut hajat hidup orang banyak dengan skala pemenuhan kebutuhan yang tinggi serta menjadi faktor kesejahteraan masyarakat.

Fenomena terkait potensi yang dimiliki oleh pasar adalah tempat yang strategis, karena dikelilingi beberapa desa ataupun dekat dengan pemukiman dan menjadikan pasar sebagai pusat pembelajarannya. Pasar ini juga merupakan calon pusat kegiatan jual beli masyarakat sekitarnya, tidak sedikit pula para pedagang yang berasal dari luar daerah yang mencoba mencari peluang usaha pada pasar tradisional. Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Koperasi, Industri dan Perdagangan Kota Tasikmalaya, ada total 10 pasar tradisional yang aktif dan ditunjukkan pada tabel 1.1.

Tabel 1. 1 Data Pasar Tradisional Kota Tasikmalaya

No	Nama Pasar	Kecamatan	Alamat	Tahun
1.	Pasar Cibesti	Kawalu	Jalan Raya Cibesti, Kelurahan Cibesti	1990
2.	Pasar Cikurubuk	Mangkubumi	Jalan Residen Ardiwinangun, Kelurahan Linggajaya	1994
3.	Pasar Pancasila	Tawang	Jalan Pancasila, Kelurahan Lengkongsari	1995
4.	Pasar Padayungan	Cihideung	Jalan Perintis Kemerdekaan, Kelurahan Tugujaya	1995
5.	Pasar Burung Besi	Mangkubumi	Jalan KH. EZ. Mutaqien, kelurahan Linggajaya	1997
6.	Pasar Indihiang	Indihiang	Jalan Letnan Harun, Kelurahan Sukamaju Kidul	1997
7.	Pasar Gegernoong	Tamansari	Jalan Raya Tamansari, Kelurahan, Tamanjaya	1999
8.	Pasar Nyemplong/Sindang Hayu	Tamansari	Jalan Setiawargi, Kelurahan Setiawargi	2016
9.	Pasar Cibeureum	Cibeureum	Jalan KH. Khoer Affandi, Kelurahan Margabakti	2018
10.	Pasar Rakyat Kecamatan Purbaratu	Purbaratu	Kampung Ciwasmandi, Kelurahan Singkup	2019

Sumber: Dinas UMKM Kota Tasikmalaya (data diolah peneliti)

Tabel 1.1 merupakan data jumlah pasar tradisional yang ada di Kota Tasikmalaya, kota yang terdapat di Provinsi Jawa Barat. Daerah ini terus berkembang di bidang ekonomi, terutama di bidang pemenuhan kebutuhan pangan masyarakat melalui pembangunan pasar tradisional, karena pada dasarnya semua manusia membutuhkan konsumsi untuk dapat melanjutkan hidup. Pasar Rakyat Cibeureum dibangun bertujuan mensejahterakan masyarakat melalui pemenuhan kebutuhan pokok. Dengan pembangunan pasar yang baru diharapkan masyarakat Kecamatan Cibeureum untuk ikut andil dalam memanfaatkan potensi pasar.

Penulis telah mewawancarai UPTD pengelola Pasar Rakyat Cibeureum menurutnya Kota Tasikmalaya telah meresmikan Pasar Rakyat Cibeureum di Jalan KH Khoer Affandi, Kecamatan Cibeureum, Kota Tasikmalaya. Pada hari senin bulan agustus tahun 2022. Pasar yang berada di belakang terminal Awipari itu diyakini dapat menjadi pendorong ekonomi baru dan menjadi pusat pertumbuhan ekonomi baru di Kota Tasikmalaya serta menjadi pasar terbesar kedua daerah Kota Tasikmalaya setelah adanya pasar induk Pasar Cikurubuk.

Lokasi Pasar Rakyat Cibeureum yang berada di tepi jalan Provinsi Tasikmalaya-Banjar via Manonjaya memiliki halaman parkir yang cukup, Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya terdapat 78 kios dan 128 los. Selain itu, pasar tersebut juga dilengkapi dengan empat kamar mandi, satu ruang laktasi, satu *cool storage*, satu tempat pembuangan sampah sementara, ruang pengelola, ruang metrologi, dan fasilitas antisipasi kebakaran.

Dengan adanya Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya, di harapkan masyarakat dapat menjaga kebersihan lingkungan agar dapat terjaga sehingga dapat memberikan kenyamanan pada konsumen serta ikut berkontribusi dalam mengembangkan ekonomi pasar melalui berbagai inovasi untuk memanfaatkan peluang usaha pasar tradisional sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat dan merangsang laju pertumbuhan ekonomi masyarakat, keberadaan pasar tersebut berada di kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya dengan jumlah penduduk sebanyak 69.379 jiwa orang, dengan jumlah 23.106 kepala keluarga.

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan di atas, alasan mendasar penulis melakukan penelitian pada Pasar Rakyat Cibeureum adalah berangkat dari anak daerah yang ingin mengetahui perkembangan daerahnya, karena keberadaan lokasi pasar yang baru diresmikan pada tanggal 15 Agustus 2022.

Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti fenomena tersebut dengan judul **“Pengaruh Lokasi, Lingkungan, Peluang Usaha, dan Kesejahteraan Masyarakat Terhadap Potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka masalah pokok yang dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan masyarakat terhadap lokasi, lingkungan, peluang usaha, dan kesejahteraan masyarakat terhadap potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya.

2. Bagaimana pengaruh lokasi, lingkungan, peluang usaha, dan kesejahteraan masyarakat secara parsial terhadap potensi Pasar Rakyat Cibereum Kota Tasikmalaya.
3. Bagaimana pengaruh lokasi, lingkungan, peluang usaha, dan kesejahteraan masyarakat secara bersama-sama terhadap potensi Pasar Rakyat Cibereum Kota Tasikmalaya.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tanggapan masyarakat terhadap lokasi, lingkungan, peluang usaha dan kesejahteraan masyarakat terhadap potensi Pasar Rakyat Cibereum Kota Tasikmalaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi, lingkungan, peluang usaha, dan kesejahteraan masyarakat secara parsial terhadap potensi Pasar Rakyat Cibereum Kota Tasikmalaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi, lingkungan, peluang usaha, dan kesejahteraan masyarakat secara bersama-sama terhadap potensi Pasar Rakyat Cibereum Kota Tasikmalaya.

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

1. Kegunaan secara ilmiah
 - a. Penelitian ini diharapkan menjadi bahan kajian serta referensi bagi peneliti selanjutnya yang berhubungan dengan potensi pasar rakyat (tradisional).

- b. Penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan Ekonomi Pembangunan khususnya konsentrasi kebijakan Publik dan ekonomi mikro.
 - c. Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk memberikan informasi serta dapat menjadi pelengkap atau penambah, dan sekaligus pembanding dari penelitian-penelitian sebelumnya mengenai topik yang sama terkait potensi pasar tradisional. Hal yang baru dalam penelitian ini yaitu terkait hubungan variabel lokasi, lingkungan, peluang usaha, dan kesejahteraan masyarakat terhadap variabel potensi pasar rakyat (tradisional).
2. Kegunaan secara praktis
- a. Bagi mahasiswa, diharapkan dapat bermanfaat sebagai rujukan informasi dalam melakukan penelitian lanjutan mengenai pengaruh lokasi, lingkungan, peluang usaha, dan kesejahteraan masyarakat terhadap potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya.
 - b. Bagi dosen, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dorongan untuk dosen dalam mengajar agar terus memberikan pemahaman mengenai potensi pasar rakyat (tradisional).
 - c. Bagi masyarakat, hasil penelitian ini diharapkan menambah wawasan dan memberikan informasi bagi masyarakat mengenai pengaruh lokasi, lingkungan, peluang usaha, dan kesejahteraan masyarakat terhadap potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya.

- d. Bagi pengelola pasar rakyat, hasil penelitian ini di harapkan menjadi bahan acuan yang layak untuk dikembangkan, dibenahi, serta dapat menjadi bahan evaluasi dalam mensejahterakan masyarakat sekitar dengan pemanfaatan ruang peluang usaha serta pemenuhan kebutuhan masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan pokok masyarakat.

1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Lokasi kegiatan penelitian ini dilaksanakan di Pasar Rakyat Cibeureum

Kota Tasikmalaya.

1.5.2 Jadwal Penelitian

Tabel 1. 2 Jadwal Matriks Penelitian

Keterangan <i>Timeline</i>	Bulan							
	Januari - Juni				Juli – Desember			
Pengajuan Judul Skripsi dan ACC Pembimbing								
Penyusunan Draft Usulan Penelitian								
Seminar Usulan Penelitian								
Revisi Draft Usulan Penelitian								
Pencarian Data								
Penyusunan Draft Naskah Skripsi								
Sidang Naskah Skripsi								
Revisi Draft Naskah Skripsi								

Sumber: Data Diolah Penulis (Data Primer, 2023)

Jadwal penelitian ini dibuat dengan matriks yang dibuat oleh peneliti dengan judul “Pengaruh Lokasi, Lingkungan, Peluang Usaha, dan Kesejahteraan Masyarakat Terhadap Potensi Pasar Rakyat Cibeureum Kota Tasikmalaya”.