

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Usaha mikro kecil dan menengah merupakan pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi.¹

Di Kota Tasikmalaya, sektor utama penggerak pertumbuhan ekonominya adalah sektor perdagangan, hotel dan resto. Pertumbuhan dan perkembangan sektor perdagangan (kategori perdagangan besar dan eceran) dari tahun 2016 sampai dengan 2020 menduduki peringkat pertama kontribusinya terhadap PDRB Kota Tasikmalaya. Sektor perdagangan di Kota Tasikmalaya didominasi oleh perdagangan kecil atau usaha mikro dan kecil serta sektor informal yang memiliki skala pelayanan lokal² seperti pasar tradisional.

¹ Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, Siaran Pers HM.4.6/103.SET.M.EKON.3/05/2021, *UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia*, diakses melalui <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>, pada tanggal 25 November 2021 pukul 08.47 WIB.

² Peraturan Daerah Kota Tasikmalaya, *Nomor 9 Tahun 2008 Tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang (RPJP) Kota Tasikmalaya Tahun 2005-2025*, diakses melalui https://jdih.tasikmalayakota.go.id/house/dokumen/lihat_perda/178, pada tanggal 17 Agustus 2021, pukul 20.54 WIB.

Pasar tradisional adalah representasi dari ekonomi rakyat (umat) dan tempat bergantung para pedagang skala kecil dan menengah, serta menjadi tumpuan harapan bagi para petani, peternak, pengrajin, atau produsen lainnya selaku pemasok.³ Pasar tradisional memegang peran ekonomi dengan secara langsung mendukung aktivitas ekonomi masyarakat (umat) dan menghasilkan keuntungan finansial bagi yang terlibat dalam perdagangan maupun pendapatan bagi daerah setempat. Keberadaan atau perkembangan pasar tradisional akan memberi kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan kesempatan kerja, pertumbuhan ekonomi, pendapatan rata-rata masyarakat, dan penurunan tingkat kemiskinan.⁴

Ekonomi umat merupakan bagian dari ekonomi rakyat, yaitu para pelaku usaha kecil yang berdagang secara eceran dengan mendirikan warung-warung atau menempati kios-kios atau *home industry* yang dijalankan dengan modal yang kecil.⁵ Ekonomi rakyat memiliki karakteristik dasar yaitu, informalitas atau bergerak di bidang non formal, berjalan sendiri tanpa adanya peraturan yang dapat mengawasi, pekerjaan dilakukan oleh satu keluarga, dan mandiri dalam permodalan.⁶

Pasar tradisional memiliki peranan yang sangat penting dalam menggerakkan dan menumbuhkan ekonomi umat, yaitu sebagai tempat dan pusat penjualan produk pertanian dan yang lainnya yang dapat menampung

³ Herman Malano, *Selamatkan Pasar Tradisional: Potret Ekonomi Rakyat Kecil*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011), hlm. 13.

⁴ Tulus Tambunan, *Pasar Tradisional dan Peran UMKM*, (Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2020), hlm. 9

⁵ Raihanah Daulay, *Pengembangan Usaha Mikro untuk Pemberdayaan Ekonomi Umat Islam di Kota Medan*, MIQOT, Vol. XL, No. 1, Januari-Juni 2016, hlm. 52.

⁶ Ibid, hlm. 53-54.

para pedagang untuk mencari penghasilan. Selain itu, dapat menyerap tenaga kerja/buruh, serta menjadi tempat pemasok barang bagi masyarakat yang memiliki usaha kecil seperti warung pemukiman. Pasar tradisional merupakan pasar persaingan sempurna dengan ciri terdapat banyak pedagang, yang berarti semakin banyak komoditas yang tersedia, dan semakin banyak pilihan bagi konsumen untuk melakukan transaksi ekonomi. Maka, pasar menjadi tempat untuk berdagang atau distribusi barang dan jasa yang dilakukan oleh pedagang, pemasok serta pembeli dan mayoritas para pelakunya adalah umat muslim.

Pada zaman Rasulullah Saw. pasar merupakan pusat perekonomian bisnis yang menjadi urat nadi kehidupan masyarakat yang telah membawa perekonomian umat Islam semakin berhasil, umat Islam menjadi lebih sejahtera secara ekonomi dan lebih bahagia secara batin. Pasar dalam Islam bertujuan untuk mencapai kesejahteraan masyarakat dunia dan akhirat (*al-Falah*) melalui transaksi yang jujur dan berkeadilan.⁷ Selaras dengan tujuan ekonomi Islam yang diarahkan untuk mewujudkan *maqashid syariah* yaitu penghasilan yang diperoleh dari sumber yang halal dan baik dalam rangka memperoleh keuntungan umat manusia (*falah*)⁸.

⁷ Suwandi, dkk. *Pasar Islam (Kajian Al-Quran dan Sunnah Rasulullah SAW., AL-Risalah Forum Kajian Hukum dan Sosial Kemasyarakatan*, Volume 16, No. 1, Juni 2016, hlm. 132-135.

⁸ Ernawati dan Ritta Setiyati, *Wawasan Qur'an Tentang Ekonomi (Tinjauan Studi Penafsiran Tematik Al-Qur'an)*, Jurnal Ekonomi, Volume 8, Nomor 2, November 20017, hlm. 55.

Sebagaimana firman Allah dalam Q.S. Al-Qashash (28): 77⁹

وَأَتَّبِعْ فِي مَآءِ آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۗ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنَ كَمَا

أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۗ وَلَا تَتَّبِعِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ﴿٧٧﴾

77. *Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.*

Islam menempatkan pasar pada kedudukan yang penting dalam perekonomian. Kegiatan ekonomi pada masa Rasulullah dan Khulafaur Rasyidin menunjukkan adanya peranan pasar dalam pembentukan masyarakat Islam pada masa itu.¹⁰ Ekonomi umat dapat dikatakan sebagai suatu perekonomian yang memperlihatkan bagaimana kondisi kehidupan perekonomian yang sedang terjadi dan berlaku di masyarakat Islam secara umum. Kondisi ekonomi yang memperlihatkan apakah masyarakat Islam mengalami kehidupan perekonomian yang sejahtera atau tidak sejahtera. Membahas ekonomi umat berarti membahas masalah ekonomi, yaitu segala aktivitas yang berkaitan dengan menghasilkan barang atau jasa untuk

⁹ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Solo: PT Tiga Serangkai Pustaka Mandiri, 2015), hlm. 394.

¹⁰ M. Arif Hakim, *Peran Pemerintah dalam Mengawasi Mekanisme Pasar dalam Perspektif Islam*, Iqtishadia, Volume 8, No. 1, Maret 2015, hlm. 20.

disampaikan atau distribusikan kepada konsumen atau di antara orang-orang maupun di pasar.¹¹

Ekonomi umat memiliki peranan dalam PDB, penyerapan tenaga kerja, dan investasi yang sangat menentukan dalam menggerakkan perekonomian suatu daerah/bangsa. Selain itu, pelaku ekonomi umat yang dikategorikan usaha skala mikro dan kecil menunjukkan populasi yang paling besar (banyak) dibandingkan skala usaha menengah dan besar.¹²

Oleh karena itu, untuk menjaga eksistensinya sebagai pilar ekonomi umat, pasar tradisional memerlukan regulasi dan revitalisasi dengan membangun sarana dan prasarana yang diperlukan guna meningkatkan citra pasar tradisional yang bersih, aman, nyaman, efisien, dan berdaya saing.¹³

Namun, dewasa ini pasar tradisional mendapat persepsi negatif seperti tempat yang semrawut, becek, bau, dan kotor. Kondisi pasar tradisional yang demikian membuat minat beli sebagian masyarakat menurun, sehingga lebih memilih berbelanja di pasar modern seperti *mal*, *supermarket*, dan sejenisnya yang memiliki sistem pengelolaan yang rapi. Maka, pasar tradisional mulai tersaingi oleh pasar modern yang selalu melakukan peningkatan potensi yang dimilikinya.¹⁴

¹¹ Raihanah Daulay, *Pengembangan Usaha Mikro untuk Pemberdayaan Ekonomi Umat Islam di Kota Medan*, MIQOT, Vol. XL, No. 1, Januari-Juni 2016, hlm. 51

¹² Ivan Rahmat Santoso, *Pemberdayaan Ekonomi Kerakyatan (Memberdayakan Sektor Riil melalui Koperasi Jasa Keuangan Syariah BMT)*, (Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, 2020), hlm. 6.

¹³ R. Alamsyah Sutantio, *Pentingnya Pasar Tradisional*, 17 Mei 2016, diakses melalui <http://pasca.unej.ac.id/pentingnya-pasar-tradisional/> pada tanggal 08 September 2021 pukul 20.30 WIB.

¹⁴ Herman Malano, *Selamatkan Pasar Tradisional: Potret Ekonomi Rakyat Kecil*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011), hlm. 2.

Di Kota Tasikmalaya terdapat 10 pasar tradisional¹⁵, salah satunya adalah Pasar Padayungan yang berada di kawasan Kecamatan Cihideung Kota Tasikmalaya. Kondisi pasar Padayungan mengalami penurunan kegiatan ekonomi atau minat beli. Hal ini dapat dilihat dari berkurangnya jumlah pengunjung yang membeli kebutuhan, sehingga berakibat pada menurunnya penjualan pedagang dan membuat beberapa pedagang mulai menutup kiosnya. Pasar Padayungan memiliki 261 kios, tetapi jumlah kios atau pedagang yang aktif hanya sekitar 200an.¹⁶ Maka hal ini membuat jumlah pedagang dan keberagaman produk menjadi berkurang.

Menurut Bpk. Agus selaku staf pengelola pasar Padayungan mengatakan bahwa, dari sekitar tahun 2012-2019 jumlah pengunjung tidak pernah seramai seperti di pasar lain. Hal ini dikarenakan lokasi pasar yang kurang strategis. *Track* angkutan umum dan bis elf yang datang dari arah Kabupaten Tasikmalaya langsung menuju ke arah pasar Cikurubuk melewati jalan Cisumur. Selain itu, ada sebagian pedagang yang membuka kiosnya hanya saat menjelang hari raya saja dan jumlahnya pun selalu berubah-ubah tiap bulan/tahunnya. Namun, di pasar ini memiliki variasi produk yang cukup beragam. Tetapi untuk komoditas daging-dagingan hanya terdapat daging ayam broiler potong dan 2 jenis ikan yaitu mujair dan mas.¹⁷

¹⁵ Open Data Kota Tasikmalaya, *Data Pasar Tradisional Kota Tasikmalaya*, diakses melalui <https://data.tasikmalayakota.go.id/dinas-koperasi-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-perindustrian-dan-perdagangan/data-pasar-tradisional-tahun-2019/>, pada tanggal 18 Agustus 2021 pukul 21.22 WIB.

¹⁶ Hasil wawancara dengan staf pengelola Pasar Padayungan pada 30 Agustus 2021 pukul 09.30 WIB.

¹⁷ *Ibid*,

Minat beli masyarakat saat ini cenderung lebih memilih berbelanja di pasar lain. Hal ini disebabkan oleh faktor lokasi, harga, dan variasi produk. Lokasi pasar Padayungan yang tidak terlalu jauh dengan lokasi pasar lainnya, dan harga yang ditawarkan jauh lebih murah serta banyaknya variasi produk membuat minat sebagian masyarakat beralih. Hal ini sebagaimana hasil studi pendahuluan mengenai minat beli di Pasar Padayungan yaitu salah satu pedagang pecah belah (perabot) yang biasa dipanggil Abang mengatakan bahwa, minat beli masyarakat untuk belanja di pasar Padayungan terbilang cukup rendah. Hal ini dikarenakan harga produk di pasar Padayungan lebih tinggi dibandingkan dengan yang ada di pasar Cikurubuk, serta kebiasaan masyarakat yang terbiasa menggunakan kendaraan bermotor sehingga dapat menjangkau lokasi pasar Cikurubuk dengan mudah. Maka masyarakat lebih memilih belanja kebutuhan ke pasar Cikurubuk.¹⁸

Dengan menurunnya minat beli membuat transaksi di pasar Padayungan menurun. Maka dalam upaya mengembangkan kondisi pasar tradisional agar dapat bersaing dengan pasar lainnya pemerintah Kota Tasikmalaya melakukan inovasi untuk menghidupkan pasar tersebut. Sebagaimana hasil studi pendahuluan, H. Muhammad Firmansyah selaku Kepala Dinas Koperasi, Usaha Mikro Kecil dan Menengah, Perindustrian dan Perdagangan (KUMKM-Perindag) Kota Tasikmalaya menyebutkan bahwa, sekitar tahun 2016 pemerintah sempat merenovasi supaya bangunan lebih

¹⁸ Hasil wawancara dengan pedagang di Pasar Padayungan pada tanggal 18 Agustus 2021 pukul 06.00 WIB.

representatif. Hanya saja, tidak berdampak signifikan dalam mendorong geliat perekonomian.¹⁹

Maka, dari tahun 2012-2019 jumlah pengunjung di Pasar Padayungan tidak mengalami kenaikan secara signifikan. Selain itu, tempat (lokasi) yang sudah direnovasi tidak berdampak pada bertambahnya minat beli masyarakat dan jumlah pedagang yang selalu berubahpun mempengaruhi jumlah variasi produk sehingga kondisi pasar Padayungan mengalami penurunan minat beli. Oleh karena itu, permasalahan yang dihadapi oleh pasar Padayungan adalah kekhawatiran tidak adanya perkembangan dalam kegiatan perekonomian yang akan memicu kejenuhan baik bagi pihak pasar maupun pedagang. Karena pentingnya pasar tradisional bagi perekonomian umat, apabila pasar tradisional kurang maksimal maka akan sangat berpengaruh pada kesejahteraan yang berada di lingkungan tersebut, terutama para pelaku ekonomi yang berdagang di pasar tersebut.

Sebagai salah satu titik tumpu perekonomian masyarakat, pasar Padayungan memerlukan adanya sebuah strategi pengembangan agar eksistensi pasar dapat bertahan dan meningkat. Pengembangan dilakukan untuk memberdayakan atau mengembangkan potensi para pedagang agar menjadi lebih maju sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan dari sisi ekonomi para pedagang. Upaya ini diharapkan akan dapat memberikan peningkatan terhadap pendapatan usaha mikro dan sekaligus pada perekonomian umat. Pemberdayaan ekonomi umat berarti pengembangan

¹⁹ Radar Tasikmalaya. *Pemkot Tak Akan Pindahkan Pasar Padayungan*. (2018, Desember 18). Diakses pada Agustus 27, 2021 pukul 06.00 dari artikel ilmiah: <https://www.radartasikmalaya.com/pemkot-tak-akan-pindahkan-pasar-padayungan/>.

ekonomi umat itu sendiri untuk meningkatkan kemampuan pedagang secara menyeluruh dengan cara mengembangkan dan mendinamiskan potensinya melalui usaha yang dijalankannya.

Pembenahan pasar tradisional memerlukan upaya pengaturan dan pembinaan yang bersifat integratif dan kompeherensif. Pembentukan pasar tradisional sering kali sebatas pembenahan fisik bangunan pasar dengan merenovasi bangunan pasar atau membangun pasar baru. Pembangunan atau renovasi bangunan pasar tidak serta merta mampu mewujudkan pasar tradisional yang nyaman, bersih, dan memberi pendapatan yang lebih baik bagi pedagang maupun kenyamanan bagi konsumen untuk berbelanja di pasar tradisional.²⁰

Untuk itu, diperlukan pemahaman yang lebih baik terhadap kondisi pasar tradisional agar dapat menyusun strategi pengelolaan pasar tradisional yang profesional dan sesuai dengan karakteristik kebutuhan masyarakat setempat dan perkembangan zaman.²¹ Penyusunan dilakukan dengan cara menganalisis terhadap lingkungan baik pada aspek eksternal maupun internal. Dengan melakukan analisis terhadap lingkungan eksternal dan internal, pasar tradisional tentunya akan dapat merumuskan strategi bisnis dengan tepat. Dengan perumusan dan penerapan strategi bisnis yang tepat akan

²⁰ Chatib Basri, dkk., *Rumah Ekonomi Rumah Budaya*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012), hlm. 146.

²¹ *Ibid*, hlm. 115.

menyebabkan keberadaan pasar tradisional akan tetap eksis dalam menjaga kestabilan perekonomian umat.²²

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis tertarik untuk meneliti permasalahan tersebut, maka penulis mengajukan sebuah penelitian dengan judul **“Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Padayungan Berbasis Ekonomi Umat di Kota Tasikmalaya”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana faktor internal dan faktor eksternal pengembangan pasar tradisional Padayungan Kota Tasikmalaya?
2. Bagaimana strategi pengembangan Pasar Tradisional Padayungan Kota Tasikmalaya berbasis ekonomi umat dengan pendekatan SWOT?

C. Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui faktor internal dan faktor eksternal pengembangan pasar tradisional Padayungan Kota Tasikmalaya.
2. Mengetahui strategi pengembangan pasar tradisional Padayungan Kota Tasikmalaya berbasis ekonomi umat dengan pendekatan SWOT.

²² I Putu Gde Sukaatmadja, dkk., *Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Berbasis Kearifan Lokal Untuk Mengentaskan Kemiskinan di Bali*, Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan, Vol. 8, No. 2, Agustus 2014.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat membantu dan memberi manfaat bagi berbagai pihak, yaitu:

1. Peneliti

Penelitian ini bermanfaat bagi peneliti dalam rangka sebagai informasi mengenai strategi pengembangan pasar tradisional, serta sebagai sarana dalam mengembangkan dan menerapkan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan.

2. Praktisi

Hasil dari penelitian ini bertujuan untuk memberikan masukan-masukan yang bermanfaat bagi pengelola pasar yang terkait dalam merumuskan strategi pengembangan pasar tradisional.

3. Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi pengembangan ilmu pengetahuan mengenai strategi pengembangan pasar tradisional.