



JURNAL AKUNTANSI, EKONOMI DAN MANAJEMEN BISNIS

Halaman Jurnal: <https://journal.amikveteran.ac.id/index.php/jaemb>
Halaman UTAMA Jurnal : <https://journal.amikveteran.ac.id/index.php>



EKSISTENSI PASAR TRADISIONAL COMAL PADA ERA DISRUPSI 4.0

Anbar Naurah Firdaus^a, Lisfiana Lisfiana^b, Meilita Utami^c

^a Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam / Jurusan Ekonomi Syariah, anbar.naura123@gmail.com, IAIN Pekalongan

^b Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam / Jurusan Ekonomi Syariah, lifsiana31@gmail.com, IAIN Pekalongan

^c Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam / Jurusan Ekonomi Syariah, meilitautami0@gmail.com, IAIN Pekalongan

ABSTRACT

This study aims to examine the existence of the commercial market in the era of the industrial revolution 4.0, the research method uses qualitative field research. while in-depth interviews and library sources were used to obtain data. The research findings reveal that the awareness of traders is still low to develop their business and occupy a predetermined base place, as well as the low awareness of traders to pay user fees, and there are still markets whose activities are only on market days. While the trade development model strategy that can be done so that the comal traditional market is able to compete in the era of disruption 4.0 is by applying a price strategy, place or location strategy, promotion strategy, HR strategy, and process strategy, but Comal Market is still not optimal in making changes to innovation. facing the Industrial Revolution 4.0.

Keywords: disruption, industrial revolution 4.0, traditional markets

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji eksistensi pasar comal di era revolusi industri 4.0, metode penelitiannya menggunakan penelitian lapangan yang bersifat kualitatif. sedangkan Wawancara mendalam dan sumber pustaka digunakan untuk memperoleh data. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa masih rendahnya kesadaran pedagang untuk mengembangkan usahanya dan menempati tempat dasaran yang sudah ditentukan, juga Masih rendahnya kesadaran pedagang untuk membayar retribusi, dan Masih adanya pasar yang kegiatannya hanya pada hari pasaran. Sedangkan strategi model pengembangan perdagangan yang dapat dilakukan agar pasar tradisional comal mampu bersaing pada era disrupsi 4.0 yaitu dengan menerapkan strategi harga, strategi tempat atau lokasi, strategi promosi, strategi SDM, dan strategi proses, namun Pasar Comal masih belum maksimal dalam melakukan inovasi perubahan untuk menghadapi Revolusi Industri 4.0.

Kata Kunci: disrupsi, revolusi industri 4.0, pasar tradisional

1. PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian perkotaan sangat ditentukan oleh seberapa laju sistem ekonomi dan perdagangan yang terjadi di kota tersebut. Untuk saat ini sarana perdagangan yang masih aktif dan tidak tertinggal arus globalisasi adalah pasar tradisional. Hal tersebut dikarenakan pasar tradisional memiliki difat dan ciri khas yang khusus yang tidak dimiliki oleh pasar modern, ciri khusus tersebut seperti meliputi kegiatan tawar menawar yang mengharuskan terjadinya kontak sosial dan tidak seperti yang terdapat dalam pasar modern, dimana harga sudah ditetapkan (Putri et al. 2015).

Pasar selain berfungsi sebagai tempat terjadinya jual beli dan tempat mencari nafkah bagi masyarakat, pasar tradisional juga mempunyai fungsi sebagai hulu atau muara dari berbagai produk dan kebutuhan manusia. Di pasar terjadi komunikasi secara langsung antara penjual dan pembeli yang berkembang secara alamiah dalam membangun interaksi yang bertujuan untuk melakukan transaksi pertukaran produk atau jasa ekonomi dan juga alat tukar berupa uang dengan kesepakatan sistem harga antara kedua belah pihak. Pasar mempunyai peran yang berbeda untuk produsen, distributor, dan konsumen. Bagi produsen, para berperan sebagai tempat guna menjual dan melakukan promosi barangnya yang telah diproduksinya. Bagi distributor, pasar berfungsi sebagai tempat untuk penyaluran barang dan

Received Januari 14, 2022; Revised Juni 19, 2022; Accepted Juli 5, 2022

produsen sebelum sampai ke tangan konsumen. Sedangkan untuk konsumen, pasar mempunyai peran yang sangat penting, yaitu sebagai tempat ditemukannya berbagai produk yang dibutuhkan dengan mudah. Selain itu, pasar juga dapat dijadikan lapangan pekerjaan sehingga dapat mengurangi angka pengangguran (Rosni, Arif, and Herdi 2017). Namun seiring dengan berjalannya waktu, peran pasar tradisional semakin menurun seiring juga dengan menurunnya sarana dan prasarana pasar yang pada umumnya memprihatinkan. Masalah yang terkait seperti meliputi kurangnya kebersihan, keamanan, bangunan pasar yang sudah tua, lahan parkir yang kurang, dan sebagainya. (Aliyah 2017).

Adanya modernisasi menimbulkan era disrupsi. Era disrupsi 4.0 merupakan era terjadinya perubahan secara besar-besaran yang muncul akibat adanya inovasi yang berperan merubah sistem serta tatanan bisnis ke taraf yang lebih modern dan baru. Penurunan kinerja pasar tradisional tidak serta merta hanya disebabkan oleh faktor eksternal, yaitu dengan hadirnya pasar modern. Bahkan hampir seluruh pasar tradisional yang ada di Indonesia mempunyai permasalahan internal yang sama (Sarwoko 2008). Sudah sejak lama Pasar tradisional diartikan sama dengan sebuah lokasi perdagangan yang kumuh, semrawut, kotor dan merupakan sumber kemacetan lalu lintas. Tidak hanya itu saja, pasar tradisional juga kerap dikaitkan dengan soal pencitraan. Sebagian kalangan masyarakat, terutama masyarakat menengah ke atas dan kalangan remaja, terdapat kesan menghindari berbelanja di pasar tradisional. Kondisi yang demikian membuat sebagian masyarakat memilih berbelanja di pasar modern, seperti: mal, supermarket, minimarket, hipermarket dan sejenisnya. Memang sulit dipungkiri akhir-akhir ini, bahwa masyarakat dengan gaya hidup modern lebih suka berbelanja di pasar-pasar dengan sistem pengelolaan yang lebih tertata, bersih, nyaman, dan strategis. Berbelanja di pasar modern dianggap jauh lebih bergengsi bagi kalangan masyarakat tertentu dan kaum remaja dibandingkan dengan berbelanja di pasar tradisional. Akibatnya berbelanja di pasar tradisional menjadi pilihan kedua atau bisa sama sekali ditinggalkan para pelanggannya (Rosni, Arif, and Herdi 2017).

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Teori Pasar

Pasar merupakan salah satu kebudayaan masyarakat yang berperan penting sebagai pusat kegiatan ekonomi, dimana tempat bertemunya produsen, distributor, dan konsumen. Pasar menjadi tempat untuk menyebarluaskan produk-produk yang menjadi kebutuhan masyarakat. Kebutuhan pokok dan kebutuhan sekunder lainnya juga tersedia di pasar (Depdikbud 1990). Menurut Koentjaraningrat, pasar memiliki pengertian pranata yang berperan untuk mengatur interaksi secara langsung yang terjadi diantara pedagang dan pembeli dengan tujuan untuk transaksi jual beli barang atau produk, jasa untuk mencapai kesepakatan harga antara penjual dan pembeli. Adapun perbedaan antara pasar tradisional dan pasar modern yaitu, yang pertama yaitu pasar tradisional merupakan pasar yang dibangun sekaligus dikelola oleh Pemerintah, dimana kerjasama dengan pihak swasta juga termasuk berupa toko kelontong ataupun kios yang disewa atau dimiliki oleh pedagang dengan adanya interaksi tawar menawar didalam kegiatan ekonominya. Ritel tradisional juga dapat diartikan sebagai perusahaan yang menawarkan dan menjual produk eceran dan bukan berbentuk ritel modern. Dan yang kedua adalah pasar modern, yang memiliki pengertian toko yang menjual berbagai produk dan barang menggunakan sistem pelayanan mandiri yang dapat berbentuk minimarket, department store, supermarket, atau hypermarket. Untuk sejarahnya, ritel modern mulai berkembang secara pesat pada tahun 1999 (Koentjaraningrat 2002).

Adapun indikator mengenai keberlangsungan eksistensi pasar tradisional dapat dilihat dari keminatan konsumen dalam berbelanja. Pilihan konsumen dalam berbelanja dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu kondisi dan situasi, keinginan, kebersihan, kebutuhan, kenyamanan, dan juga ketersediaan seseorang yang menyebabkan orang tersebut bersedia untuk melakukan sesuatu (Andriani 2013). Selain itu menurut Mulyadi (2013) mengatakan bahwa pasar tradisional merupakan cermin dari adanya kehidupan sosial di wilayah tersebut. Interaksi dan interaksi sosial yang terjadi di pasar tradisional tidak dapat kita temukan di pasar modern. Pasar tradisional tidak hanya menjadi tempat terjadinya interaksi sosial dan kegiatan perekonomian, namun pasar tradisional juga mempunyai peranan penting untuk membangun wawasan kebangsaan masyarakat karena turut membantu menjaga salah satu bentuk budaya untuk masa depan agar tetap eksis. Regulasi oleh pemerintah berperan untuk melindungi pasar tradisional, adanya renovasi dan revitalisasi, pengelolaan yang baik, meningkatkan layanan, serta inovasi dan masyarakat juga diharapkan mampu menjaga eksistensi pasar tradisional agar tetap bertahan ditengah arus yang serba modern seperti saat ini (Pramudyo 2014).

2.2. Teori Disrupsi

Disrupsi yang berkaitan dengan teknologi digital berbasis online, memiliki karakter perubahan secara cepat, luas, mendalam, sistemik, dan berbeda secara signifikan dengan situasi sebelumnya. Sementara masyarakat belum begitu siap untuk menjalankan kegiatan yang berorientasi digital, seperti pendidikan, pelayanan kesehatan, administrasi, ekonomi, dan sebagainya.

Istilah disrupsi mulai menjadi hal yang lumrah dalam dunia bisnis pada paruh kedua abad ke-20, ketika perusahaan besar mengalami kemunduran akibat kreativitas dan inovasi usaha kecil melalui perusahaan digital. Ini di luar ekspektasi sebelumnya. Berakhirnya perusahaan besar oleh UKM dalam persaingan bisnis dikenal dengan disrupsi. Sejak itu, istilah "bingung" telah ada selama beberapa waktu, tetapi sering beralih ke fokus para sarjana ekonomi. Perkembangan digital menumbuhkan bisnis baru yang memungkinkan UKM mengungguli perusahaan besar yang sudah mapan. Awalnya, istilah disrupsi menjadi topik hangat di kalangan ekonom. Disrupsi itu selalu terkait dengan konteks bisnis, investasi, dan keuangan. Seiring dengan kemajuan digital yang telah merambah kehidupan manusia dalam berbagai aspek kehidupan manusia, teori kehancuran bervariasi tidak hanya di dunia bisnis, tetapi juga di bidang kehidupan sosial, budaya dan politik lainnya.

Disrupsi menyediakan alat konseptual untuk memahami perubahan yang dihasilkan dari pengembangan inovasi dan kreativitas dalam masyarakat. Teori destruktif membantu kita memahami realitas dunia dan masyarakat di era teknologi informasi digital (Handayani 2020).

Disrupsi tidak hanya berarti fenomena perubahan hari ini (*today's change*), tetapi juga mencerminkan pentingnya fenomena perubahan besok (*future change*). Ekonom bisnis Harvard Business School, Kristensen, tidak hanya mengganggu atau merusak pasar yang ada selama masa pergolakan, tetapi juga membawa pengembangan produk dan layanan yang sebelumnya tidak terduga, menurunkan basis konsumen yang beragam. Ini menjelaskan bahwa itu diproduksi dengan harga tertentu. Oleh karena itu, masa gejolak akan terus membuat perubahan signifikan dalam memenuhi permintaan dan kebutuhan.

Perubahan di masa disrupsi tidak hanya pada dasarnya metode dan strategi, tetapi juga aspek fundamental dari bisnis. Wilayah era destruktif telah berevolusi dari struktur biaya menjadi idealisme budaya dan industri. Artinya, pengelolaan bisnis bukan lagi kepemilikan pribadi, melainkan lebih terfokus pada pembagian peran, kerjasama, atau gotong royong (Lian, 2020.)

2.3. Teori Era Revolusi Industri 4.0

Dunia, dan khususnya Indonesia, sedang mendekati era industri baru yang ditandai dengan digitalisasi di berbagai bidang kehidupan. Para ahli menyebut periode ini sebagai "Revolusi Industri 4.0" (Suwardana 2018). Pergeseran laju pergerakan yang semula berpusat pada manusia sebagai subyek kunci dalam pertumbuhan dan perkembangan denyut perekonomian, kini beralih perlahan tapi pasti, dengan otomatisasi mekanis dan digitalisasi teknologi secara bertahap menggantikan manusia dalam menggerakkan roda perekonomian.

Kemajuan teknologi ini tidak hanya memulai keterlibatan yang lebih besar, tetapi juga menyebabkan gangguan dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Fenomena Disrupsi berdampak signifikan di berbagai sektor. Disrupsi tidak hanya berdampak pada bisnis, tetapi juga fundamentalnya (Ningsih 2019). Dimulai dari struktur biaya, budaya, dan bahkan ideologi suatu industri adalah semua faktor yang perlu dipertimbangkan. Contoh dari fenomena disrupsi ini yaitu Perubahan dari toko fisik ke e-commerce yang memberikan kemudahan dalam berbelanja, namun memberikan dampak yang signifikan bagi industri ritel Indonesia. Akibatnya, munculnya proses digitalisasi di semua disiplin ilmu merupakan salah satu dampak dari revolusi industri 4.0. Hal ini juga telah menggeser paradigma ekonomi dan pemasaran. Produksi, distribusi, dan pemasaran semuanya harus mengikuti digitalisasi ekonomi dunia yang sedang berlangsung. Perubahan tentu saja membawa sesuatu yang segar bagi para pelaku ekonomi yang diuntungkan.

Era disrupsi baru ini, membawa masalah sekaligus peluang untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. Penerapan Revolusi Industri 4.0 tentunya akan meningkatkan produktivitas dan efisiensi dalam produksi produk dan jasa. Apalagi era baru ini memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi konsumen. Di sisi lain, gangguan dapat mengakibatkan hilangnya jenis pekerjaan tertentu atau peningkatan pengangguran. Isu ini tentu akan melemahkan upaya pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development Goals*), khususnya yang berkaitan dengan pekerjaan yang layak dan pertumbuhan ekonomi, jika tidak ditangani dan dipersiapkan dengan baik.

Revolusi Industri 4.0 tiba, mengantarkan era baru perubahan yang mendalam dan dramatis. Transisi Industri 4.0 terjadi pada tingkat eksponensial daripada tingkat linier. Akibatnya, dunia harus

merespons Industri 4.0 secara holistik dan terintegrasi, yang mencakup semua pemangku kepentingan dari sektor publik dan swasta hingga akademisi dan masyarakat sipil (Prasetyo and Sutopo 2018). Akibatnya, topik revolusi industri 4.0 dan bagaimana pengaruhnya terhadap tujuan pembangunan ekonomi berkelanjutan tetap menjadi topik penting untuk digali guna menemukan formula yang tepat bagi pembuat kebijakan untuk membuat kebijakan yang tepat.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan, dimana memiliki pengertian sebuah penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan memperoleh penelitian langsung dari lapangan, data tersebut dapat berupa tertulis maupun lisan. Menurut Bogdan dan Taylor, metode penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian untuk memperoleh data yang bersifat deskriptif, yang dapat berupa data-data tertulis maupun lisan yang diperoleh dari keadaan atau pihak yang bersangkutan untuk diamati (Moleong 2005). Lokasi penelitian dilakukan Pasar Tradisional Comal yang terletak di Posongan, Purwoharjo, Kecamatan Comal, Kabupaten Pematang, Jawa Tengah 52363. Penelitian ini dilakukan selama bulan November-Desember 2021.

Sumber data dalam penelitian ini adalah subyek dari mana data dapat diperoleh (Arikunto 2007). Untuk memperoleh data untuk keperluan penelitian, peneliti mendapatkan dari berbeagar sumber, contohnya dari karya tulis terdahulu yang sekiranya relevan dengan penelitian ini. wawancara dan dokumentasi menjadi sumber data penelitian ini. wawancara memiliki pengertian percakapan yang dilakukan untuk tujuan tertentu antara dua pihak, yaitu narasumber atau informan selaku yang memberikan informasi dan pewawancara yang mengajukan pertanyaan (Moleong 2005). Dalam hal ini, peneliti melakukan tanya jawab atau wawancara secara langsung kepada para pedagang, pembeli, dan petugas keamanan di Pasar tradisional Comal. Sedangkan pengertian dari metode dokumentasi, yaitu mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda, dan sebagainya (Arikunto 2007). Dan untuk menghindari pembahasan yang terlalu luas, maka peneliti memfokuskan penelitiannya pada eksistensi pasar tradisional comal pada era disrupsi 4.0.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Dampak dari Adanya Era Disrupsi 4.0 pada Keberadaan Pasar Tradisional

Era disrupsi 4.0 disebut juga dengan revolusi industri 4.0 merupakan masa dimana manusia menemukan cara untuk menciptakan disrupsi teknologi yang baru, dimana disrupsi pada teknologi dan perekonomian terjadi begitu cepat dan bahkan dapat mengancam keberadaan berbagai macam sektor perekonomian dan perusahaan-perusahaan incumbent. Penerapan industri 4.0 atau era disrupsi 4.0 berpengaruh untuk meningkatkan produktivitas kerja, menyerap tenaga kerja dan sangat berperan penting dalam hal perluasan pasar di sektor industri. Industri ini memunculkan kemudahan dalam dunia virtual, juga bisa berupa mesin dan data (Gunawan 2019).

Menurut Adam Smith dalam bukunya yang berjudul *The Wealth of Nations* (1776), persaingan dalam ekonomi akan menimbulkan arah penggunaan faktor produksi yang dinilai paling ekonomis dan efisien. Adanya persaingan mampu menimbulkan perusahaan-perusahaan komersial untuk mengembangkan produk mereka, teknologi yang mereka gunakan, serta jasa dalam proses aktivitas jual beli, sehingga menimbulkan persaingan dalam penentuan harga. Dalam hal ini, pemerintah telah berupaya untuk melindungi persaingan antara pelaku-pelaku ekonomi tersebut dengan membentuk Pasal 1 angka 6 UU No. 5 Tahun 1999, yang menjelaskan mengenai persaingan yang tidak sehat yang terjadi diantara pelaku usaha yang mengajalinkan kegiatan produksinya dengan cara yang tidak benar atau bahkan menghambat persaingan usaha. Kemudian pasal 2 menyatakan bahwa kepentingan umum harus diutamakan di semua kalangan pelaku usaha di Indonesia dengan berasaskan demokrasi ekonomi dalam menjalankan kegiatan usahanya (Handayani 2020).

Semakin berkembangnya globalisasi juga berdampak pada berkembangnya juga sikap konsumerisme pada masyarakat, lalu sikap tersebut mambawa konsumsi menjadi bagian dari *lifestyle*. Hal tersebut rupanya tidak lepas dari perubahan yang diakibatkan oleh era revolusi disrupsi 4.0. Dengan adanya era disrupsi ini tentunya menimbulkan kekhawatiran tersendiri bagi sebagian kalangan masyarakat yang menggantungkan sumber penghasilannya dengan mendirikan usaha sendiri atau wiraswasta. Namun juga dengan keberadaan modernisasi ini juga menimbulkan kekhawatiran bagi para pedagang di pasar tradisional. Dimana modernisasi atau era disrupsi ini menimbulkan berkembangnya pasar modern, seperti

swalayan, mall, dan minimarket. Selain itu juga *online shop* juga salah satu *platform* terjadinya jual beli secara tidak langsung, yang juga menjadi pesaing bagi para pedagang di pasar tradisional.

Untuk keperluan data penelitian, kami melakukan wawancara kepada beberapa informan yang kami temui di lokasi penelitian kami, yaitu di Pasar Tradisional Comal. Informan pertama kami adalah seorang pedagang yang menjual sembako di pasar tersebut. Kami menanyakan mengenai dengan adanya minimarket dan swalayan di sekitar lokasi adakah dampak atau pengaruh pada penjualan sembako di toko informan kami. Dan informan kami menjelaskan bahwa sepertinya memang berpengaruh karena minimarket lebih praktis apabila hanya untuk membeli sedikit barang. Beliau menjelaskan minimarket dirasa lebih praktis karena tidak perlu memarkirkan kendaraan dengan jarak yang jauh dari toko, dan juga harus berjalan kaki yang menghabiskan waktu dari tempat parkir menuju toko yang menjadi tujuan pembeli. Menurutnya juga keberadaan toko modern di sekitar pasar bisa mempengaruhi banyak dan sedikitnya pembeli yang berkunjung ke pasar tradisional, namun kebanyakan toko di dalam pasar, termasuk toko miliknya sudah mempunyai pelanggan tetap. Narasumber kami juga mengatakan bahwa kualitas produk juga berpengaruh dalam pembeli memutuskan untuk tetap berbelanja di pasar tradisional, karena produk yang dijual di pasar tradisional memiliki berbagai kualitas dan harga yang bisa dipilih oleh para pembeli. Sedangkan di pasar modern menjual produk sembako dengan kualitas yang tinggi sehingga memiliki harga yang tinggi pula. Tentu hal ini menimbulkan suatu permasalahan, yaitu terjadinya persaingan diantara pasar tradisional dan pasar modern.

Dalam arus modernisasi akibat globalisasi, eksistensi pasar tradisional yang sudah menjadi salah satu budaya masyarakat Indonesia pada saat ini tengah mencoba untuk tetap bertahan di tengah arus modernisasi agar mampu mengembangkan diri sehingga mampu menyesuaikan dengan perubahan. Akibat liberasi investasi, tak dapat dipungkiri bahwa pasar modern terus bermunculan dan terus mendesak eksistensi pasar tradisional, dimana pasar modern menawarkan lebih banyak keunggulan dalam berbagai hal, yang menjadikan masyarakat Indonesia berpaling dari budaya bangsa ini (pasar tradisional) menuju kehidupan yang serba praktis dan modern. Dalam penelitian terdahulu yang berjudul “*Aspek Hukum Zonasi Pasar Tradisional dan Pasar Modern*” oleh Rahadi Wasi Bintoro, menjelaskan bahwa para pelaku usaha dalam menjalankan usahanya harus menggunakan prinsip-prinsip persaingan sehat agar tercipta kesejahteraan dan kemakmuran yang sehat dimasyarakat. Pemerintah memiliki kepentingan untuk mengatur persaingan dan roda ekonomi yang berlandaskan anti monopoli dengan memperhatikan sektor-sektor usaha tertentu, termasuk pasar modern dan pasar tradisional. Karena pada akhirnya persaingan usaha akan melahirkan alokasi sumber daya yang rasional. Jika dihubungkan dengan maraknya pasar modern saat ini, maka sebenarnya dapat dilihat bahwa pemerintah bertekad untuk tetap mempertahankan eksistensi pasar tradisional. Hal tersebut nampak dengan adanya Peraturan Presiden Nomer 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Peraturan tersebut muncul karena untuk memberdayakan para pengusaha menengah kebawah, seperti pedagang eceran, UMKM, dll maka diperlukan untuk membina pengembangan industri pasar tradisional, pusat perbelanjaan, pasar modern, swalayan, supermarket, mall, dan para pengusaha mitra kecil dan menengah sehingga akan menciptakan persaingan yang teratur, tertib, sehat dan seimbang untuk semua pihak yang terlibat dalam roda perekonomian (Bintoro 2010).

Selain kepada pedagang sembako, kami juga memiliki informan seorang pembeli dan seorang pedagang baju. Menurut pembeli, untuk keperluan belanja barang borongan lebih memilih membeli di pasar, karena di pasar tradisional memiliki pilihan produk kulakan yang beragam dan cenderung lebih murah. Untuk masalah kenyamanan, pembeli tersebut tidak terlalu mempermasalahkan karena baginya yang terpenting adalah kemudahan untuk memperoleh barang yang dia inginkan dengan mudah daripada di minimarket. Dan narasumber kami berharap agar fasilitas di pasar tradisional bisa untuk lebih dijaga dan diperbaiki lagi agar pengunjung dan pedagang lebih nyaman. Lalu informan lainnya yaitu seorang pedagang baju. Kami lebih banyak membicarakan mengenai *online shop* dan pengaruhnya untuk penjualan sehari-hari pedagang tersebut. Menurutnya memang sangat berpengaruh karena kemudahan membeli online shop yang membuat para pembeli tidak perlu keluar dari rumah. Dan beliau menuturkan bahwa memang tidak bisa dipungkiri *online shop* dan pasar moder seperti swalayan dan *mall* lebih menarik perhatian para pembeli ketimbang harus membeli baju di pasar tradisional.

Terjadinya penurunan perkembangan pasar tradisional akibat pertumbuhan pasar modern yang semakin banyak jumlahnya telah memperlihatkan adanya pergeseran sikap konsumsi masyarakat dalam hal pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari. Dengan menjamurnya pusat perbelanjaan dan pasar modern dirasa telah sedikit demi sedikit mengusik ekistensi pasar tradisional. Berdasarkan penelitian terdahulu yang berjudul “*Perubahan Perilaku Konsumtif Masyarakat Dari Pasar Tradisional ke Pasar Modern*”

oleh Ika Devy Pramudiana menjelaskan bahwa perubahan gaya hidup pada konsumen diantaranya adalah pasar modern menjual produk dengan kualitas yang lebih murah namun dengan kondisi baik. kedua, harga produk sudah tersedia dimasing-masing produk dan mudah untuk diakses oleh public. Ketiga, pembayaran yang beragam, kondisi tempat yang nyaman dan bersih. Keempat, produk yang dijual sudah dipastikan mutu kualitasnya. Namun faktor yang secara umum dan paling utama yang menyebabkan konsumen lebih memilih pasar modern daripada pasar tradisional untuk berbelanja yaitu tempat yang nyaman. Kondisi tersebut harus lebih menjadi perhatian bagi para pedagang di pasar tradisional (Pramudiana 2017).

4.2 Solusi dari Permasalahan yang Terjadi di Lingkungan Pasar Tradisional Comal

Dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53/MDAG/PER/12/2008 dijelaskan bahwa pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, pelaku usaha industri, dan pelaku usaha daerah, termasuk swasta. kemitraan sektor dengan tempat usaha berupa butik, kios, warung dan toko. tenda yang dimiliki/dioperasikan oleh pedagang kecil dan menengah, LSM atau koperasi dengan usaha kecil, modal kecil, dan dengan proses jual beli barang melalui negosiasi.

Masalah infrastruktur yang masih menjadi masalah serius di pasar tradisional adalah kondisi angunan keersihan dan tempat pemuangan sampah yang tidak terawat kurangnya tempat parkir dan sirkulasi yang uruk serta gas yang uruk. Belum lagi semakin banyaknya PKL otomatis akan merugikan para pedagang di lingkungan pasar dan harus memayar sewa ruang dan pajak secara penuh. PKL menjual arang-arang yang hampir identik dengan produk apapun yang dijual di pasar. Hanya daging segar yang tidak dijual oleh pedagang kaki lima. Oleh karena itu seagian esar pemeli tidak perlu pergi ke pasar untuk memeli arang karena mereka dapat memeli dari pedagang kaki lima di luar pasar. Selain itu salah satu penyeaa ketertinggalan pasar tradisional adalah kurangnya kemampuan untuk menanggung ciri-ciri pedagang tradisional yaitu perencanaan strategis yang uruk akses permodalan yang teratas. huungan dengan pemasok utama manajemen pemelian yang uruk dan ketidakmampuan untuk memenuhi persyaratan pelanggan.

Permasalahan umum yang dihadapi pasar tradisional antara lain banyaknya pedagang tuna wisma pasar tradisional yang terasa kumuh makanan siap saji yang tidak sehat dan perkemangan dan perluasan pasar modern merupakan penentang serius pasar tradisional rendahnya kesadaran pedagang untuk mengemangkan usaha dan menempati posisi dasar yang telah ditentukan kesadaran pedagang untuk memayar retriusi masih rendah dan masih ada pasar yang kegiatannya tidak erlangsung hanya pada hari pasar.

Pada dasarnya pasar modern dan pasar tradisional memiliki keunggulan masing-masing ketika melakukan segmentasi pasar secara ereda. Di pasar tradisional masih terjadi proses negosiasi harga yang memungkinkan penjual dan pemeli menjadi dekat secara emosional dan priadi yang tidak mungkin terjadi ketika memeli di pasar modern karena di pasar tradisional. tetap dan ditandai dengan daftar harga. . Salah satu keunggulan pasar modern diandingkan pasar tradisional adalah kemampuan untuk ekerja sama dengan pemasok esar dan seringkali dalam waktu yang cukup lama yang mengarah pada peningkatan efisiensi melalui skala ekonomi yang esar. Beerapa strategi penetapan harga juga mencakup diskon waktu dan diskriminasi harga tidak ada penetapan harga di antara daftar waktu aktif yang leih lama pemelian kelompok dan parkir gratis.

Hasil penelitian menurut pedagang sembako dari hasil wawancara, dengan adanya swalayan dan indomaret di sekitar sini itu berpengaruh karena orang-orang lebih suka pergi ke indomaret kalau untuk sekedar membeli sedikit barang, kalau masuk ke pasar kan tidak praktis mungkin buat mereka. Adanya dampak yang besar dari adanya indomaret dan swalayan untuk pendapatan pedagang sembako pasar tradisional, tapi karna masih punya pelanggan jadi penghasilannya lumayan. Antara harga sembako di pasar tradisional dengan swalayan atau minimarket harga jualnya tidak terlalu berbeda.

Sedangkan pembeli di pasar rata-rata yang mempunyai warung sembako kecil-kecilan di rumahnya, karna kalau membeli borongan harganya jauh lebih murah dibanding di swalayan ataupun di minimarket. Menurut pembeli belanja dipasar tradisional mau nyaman atau tidaknya itu tidak terlalu mempengaruhi karna memang sudah terbiasa, tapi semakin banyaknya swalayan atau minimarket dengan fasilitas lebih bersih dan lebih tertata, harapannya di pasar tradisional fasilitasnya lebih bisa diperbaiki agar pembeli di pasar lebih nyaman (Sarwoko 2008).

4.3 Strategi Model Pengembangan Perdagangan yang dapat dilakukan agar Pasar Tradisional Comal Mampu Bersaing pada Era Disrupsi 4.0

Pasar merupakan dasar dari aktivitas perdagangan. Sekarang ini hampir tidak mungkin menghindari persaingan antara pasar konvensional dan ritel baru. Kota-kota di Indonesia tidak dapat menahan serbuan pasar modern. Yang bisa dilakukan hanyalah bersiap untuk menghadapinya dan mengantisipasinya agar eksistensi pasar tradisional tidak kalah dengan keberadaan pasar modern. Dalam hal ini diperlukan kebijakan pemerintah daerah untuk menjaga keseimbangan perekonomian di Kabupaten Pemalang. Pemerintah daerah harus peka dan peduli untuk meningkatkan kualitas pasar tradisional, jika pasar modern memiliki tampilan yang memukau dengan memperhatikan kenyamanan berbelanja dan menawarkan fasilitas yang bersih, rapi, sejuk, serta menggunakan teknologi modern.

Karena berdampak pada hajat hidup orang banyak, pemerintah harus serius menyikapi citra negatif pasar tradisional. Meningkatkan pasar tradisional menjadi destinasi belanja yang menyenangkan, indah, dan memiliki citra yang baik merupakan tugas berat yang harus dilakukan pemerintah sebagai bagian dari kewajiban publik. Pemerintah juga harus mendorong pasar tradisional untuk melakukan perubahan pelayanan layaknya retail modern yang harus dikembangkan oleh pasar tradisional agar tidak tersingkir dalam perebutan konsumen.

Perekonomian Kabupaten Pemalang didominasi oleh Sektor Pertanian dan Perdagangan yang merupakan sektor sangat dominan dalam perekonomian Kabupaten Pemalang. Pada sektor tersebut sangat besar pengaruhnya dalam penciptaan nilai tambah PDRB Kabupaten Pemalang. Peranannya mulai mendominasi sejak tahun 2005 dan terus meningkat sampai tahun sekarang. Di Kecamatan Comal, Pasar tradisional Comal menjadi penopang utama perekonomian wilayah Comal karena menjadi pusat aktivitas ekonomi masyarakat Comal dan daerah sekitarnya.

Keberadaan Pasar Comal sebagai tempat kegiatan jual beli memegang peranan penting, khususnya dalam memenuhi kebutuhan sandang dan pangan masyarakat sekitar Pasar Comal dan individu dari luar Kecamatan Comal. Hiruk-pikuk Pasar Comal tidak dapat dipisahkan dari sarana dan prasarana yang menopangnya. Karena kegiatan di lingkungan pasar tidak dapat berjalan dengan baik tanpa adanya sarana dan prasarana pendukung yang memadai. Sarana dan prasarana yang dimiliki Pasar Comal sebagai salah satu pasar tradisional yang relatif tua dapat dikatakan cukup baik, infrastruktur dan fasilitas dirancang untuk tidak hanya melayani kepentingan dan kenyamanan penjual, tetapi juga kepentingan dan kenyamanan pembeli.

Menurut wawancara dengan penanggung jawab Pasar Comal, strategi atau rencana pemasaran pedagang Pasar Comal ditentukan oleh kemampuan masing-masing pedagang untuk memajukan dan mempromosikan produk yang mereka jual. Informasi lebih lanjut tentang strategi pemasaran Pedagang Pasar Comal dengan menetapkan marketing mix, yang terdiri dari tujuh variabel, yaitu: *pertama*, Strategi produk Pasar Comal adalah memasok barang-barang yang lebih variatif, seperti pasar-pasar tradisional lainnya Pasar Comal juga menjual berbagai jenis sayuran, seafood, daging, dan segala kebutuhan rumah tangga. Beberapa bahan dan barang langka dan unik juga hanya tersedia di pasar tradisional. Sehingga, pembeli akan senang sekaligus bingung saat memutuskan di antara berbagai produk yang dijual, karena ada begitu banyak pilihan.

Kedua, Strategi Harga. Harga suatu produk atau jasa adalah indikator permintaan pasar dan dapat mempengaruhi posisi kompetitif perusahaan dan pangsa pasar (Purwana 2013). Tawar-menawar digunakan di sebagian besar interaksi jual beli di Comal Market, dengan tujuan untuk mencapai kesepakatan harga. Menurut hasil wawancara dengan beberapa penjual, tercapainya kesepakatan harga juga berarti mendapatkan keuntungan lebih karena penjual akan berusaha melakukan penawaran dengan harga cukup tinggi dan menerima kesepakatan harga jika harga yang ditawarkan calon pembeli sesuai dengan presentase keuntungan penjual. Sementara itu, pembeli mengklaim bahwa tujuan lain adalah untuk mencapai harga yang lebih murah karena, secara psikologis jika mereka bisa mendapatkan harga yang lebih rendah, mereka akan puas. Intinya, penjual dan pembeli membuat kesepakatan untuk menguntungkan kedua belah pihak.

Ketiga, Strategi tempat atau lokasi. Menurut Swastha (2002:24), lokasi mengacu pada lokasi fisik suatu usaha atau kegiatan. Lokasi bisnis di wilayah metropolitan, serta mode dan waktu perjalanan ke tempat tujuan, merupakan faktor kunci dalam pertumbuhannya. Untuk setiap jenis bisnis, aspek lokasi yang baik adalah relative (Dwi Prawani Sri Redjeki 2016). Lokasi Pasar Comal terletak strategis di tengah kota Kecamatan yang dilalui banyak kendaraan dan kebanyakan dari Kesesi dan Sragi, Kabupaten Pekalongan, dan juga didukung oleh empat kecamatan yaitu Kecamatan Bodeh, Ulujami, Comal, dan Ampelgading. Konsumen dapat dengan mudah menjangkau setiap tempat di Pasar Comal sekarang ini dan pendistribusian

barang atau jasa yang mudah menciptakan rasa nyaman dan aman bagi seluruh konsumen, sehingga lokasi beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting. Banyak penjual dan pembeli, menurut narasumber yang diwawancarai, berasal dari lokasi di luar wilayah Comal, seperti penjual sayur dari Kalibening dan pedagang Apem dari Kesesi. Begitu pula dengan pembeli yang datang dari seluruh wilayah Comal, antara lain Kesesi, Bojong, dan Sragi.

Keempat, strategi promosi. Kegiatan promosi Pedagang Pasar Comal sangat penting dalam mempromosikan barang-barang mereka dan membangkitkan minat konsumen pada produk yang mereka tawarkan. Terbukti dengan hasil wawancara beberapa penjual di Pasar Comal, mereka berperilaku sopan, menawarkan dan melayani pembeli. Begitulah cara mereka melakukan promosi; segera setelah pembeli potensial lewat, mereka diharapkan untuk membeli barang yang ditawarkan. Terkadang juga mereka mengiklankan barang dagangannya di platform media sosial seperti Facebook dan WhatsApp, dan jika seseorang memesan bisa pergi langsung ke toko untuk memeriksa barang secara langsung atau mengirimkannya ke rumahnya hal ini diketahui dari wawancara seorang pedagang sepatu.

Kelima, strategi SDM. Manusia adalah semua pemain yang memiliki dampak signifikan pada bagaimana pelayanan disajikan untuk memengaruhi kesan pembeli (Dinawan et al. 2010). Dari wawancara beberapa pedagang, apakah pedagang pasar Comal mempekerjakan pekerja atau mengelola sendiri tidak penting karena faktor terpenting dalam membangun strategi pemasaran adalah seberapa puas pelanggan dengan layanan yang mereka terima saat berbelanja di pasar Comal.

Keenam, strategi Fasilitas fisik, barang asli yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa. Seperti hasil wawancara dengan seorang pedagang pakaian, beliau mendesain kiosnya dengan menata semua model pakaian dengan rapi dan memasang spanduk dengan tulisan yang menarik agar lebih mencolok saat pakaian dilihat dari luar toko.

Ketujuh, strategi proses. Semua prosedur, mekanisme, dan aliran aktivitas aktual yang digunakan untuk memasok layanan disebut sebagai proses (Autoridad Nacional del Servicio Civil 2021). Karena prosesnya adalah pemasaran jasa, maka cara pedagang memberikan jasa kepada konsumen, baik dari segi pelayanan maupun penawaran barangnya dengan cara yang baik, sehingga pelanggan menikmati sistem pelayanan sebagai bagian dari pelayanan itu sendiri. Berdasarkan hasil wawancara, sebelum para pedagang kehabisan stok, mereka baik membeli sendiri barangnya ke distributor atau memesan barang dari distributor melalui telepon dan diantar ke alamat yang telah ditentukan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam arus modernisasi akibat globalisasi, eksistensi pasar tradisional yang sudah menjadi salah satu budaya masyarakat Indonesia pada saat ini tengah mencoba untuk tetap bertahan di tengah arus modernisasi agar mampu mengembangkan diri sehingga mampu menyesuaikan dengan perubahan. Akibat liberasi investasi, tak dapat dipungkiri bahwa pasar modern terus bermunculan dan terus mendesak eksistensi pasar tradisional, dimana pasar modern menawarkan lebih banyak keunggulan dalam berbagai hal, yang menjadikan masyarakat Indonesia berpaling dari budaya bangsa ini (pasar tradisional) menuju kehidupan yang serba praktis dan modern. permasalahan umum yang dihadapi pasar tradisional antara lain, Banyaknya pedagang yang tidak terampil, Pasar tradisional mempunyai kesan kumuh, Dagangan yang bersifat makanan siap saji mempunyai kesan kurang higienis, Pasar modern yang banyak tumbuh dan berkembang merupakan pesaing serius pasar tradisional, Rendahnya kesadaran pedagang untuk mengembangkan usahanya dan menempati tempat dasaran yang sudah ditentukan, Masih rendahnya kesadaran pedagang untuk membayar retribusi, dan Masih adanya pasar yang kegiatannya hanya pada hari pasaran. Strategi model pengembangan perdagangan yang dapat dilakukan agar pasar tradisional comal mampu bersaing pada era disrupsi 4.0 yaitu dengan menerapkan strategi harga, strategi tempat atau lokasi, strategi promosi, strategi SDM, dan strategi proses.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliyah, Istijabatul. 2017. "Pemahaman Konseptual Pasar Tradisional Di Perkotaan." *Cakra Wisata* 18 (2): 1–16.
- Andriani, Marifita Nika. 2013. "Kajian Eksistensi Pasar Tradisional Kota Surakarta." *Jurnal Teknik PWK* 2 (2).
- Arikunto, Suharsimi. 2007. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Autoridad Nacional del Servicio Civil. 2021. "Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Marketing."

- Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013–15.
- Bintoro, Rahadi Wasi. 2010. “Aspek Hukum Zonasi Pasar Tradisional Dan Pasar Modern.” *Jurnal Dinamika Hukum* 10 (3).
- Depdikbud. 1990. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pusaka Depdikbud.
- Dinawan, Muhammad Rhendria, Kata Kunci, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Citra Merek, and Keputusan Pembelian. 2010. “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Konsumen Yamaha Mio PT Harpindo Jaya Semarang).” *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia IX* (3): 335–69. www.cahyamotor.com/index.
- Dwi Prawani Sri Redjeki, Jefri Heridiansyah. 2016. “Dinamika Baru Pemilihan Lokasi Bagi Perusahaan Ritel Dengan Sistem Franchise.” *Jurnal STIE Semarang* 8 (2): 40–60.
- Gunawan. 2019. *Mencari Revolusi Industri 4.0 Untuk Melalui Era Disrupsi 4.0*. Queency Publisher.
- Handayani, Sri Ana. 2020. “Humaniora Dan Era Disrupsi Teknologi Dalam Konteks Hiatoris.” *Jurnal UNEJ* 1 (1).
- Koentjaraningrat. 2002. *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Lian, Bukman. n.d. “Revolusi Industri 4.0 Dan Disrupsi, Tantangan Dan Ancaman Bagi Perguruan Tinggi.” *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Program Pascasarjanam Universitas PGRI Palembang*.
- Moleong, Lexi J. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda Karya.
- Ningsih, Murti. 2019. “PENGARUH PERKEMBANGAN REVOLUSI INDUSTRI 4.0 DALAM DUNIA TEKNOLOGI DI INDONESIA UAS Murti Ningsih,” 1–12. <https://doi.org/10.31219/osf.io/pswmu>.
- Pramudiana, Ika Devy. 2017. “Perubahan Perilaku Konsumtif Masyarakat Dari Pasar Tradisional Ke Pasar Modern.” *Jurnal Asketik* 1 (1).
- Pramudyo, Anung. 2014. “Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional Di Yogyakarta.” *JBMA* 2 (1).
- Prasetyo, Hoedi, and Wahyudi Sutopo. 2018. “Industri 4.0: Telaah Klasifikasi Aspek Dan Arah Perkembangan Riset.” *J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri* 13 (1): 17. <https://doi.org/10.14710/jati.13.1.17-26>.
- Purwana, Agung Eko. 2013. “Pembangunan Dalam Perspektif Ekonomi Islam.” *Justicia Islamica* 10 (1): 1–22. <https://doi.org/10.21154/justicia.v10i1.140>.
- Putri, Maria, Arisanty Tokan, Titik Poerwati, and Mohammad Reza. 2015. “Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Blimbing Kota Malang.” *Jurnal Perencanaan Wilayah Dan Kota* 1: 1–8.
- Rosni, Muhammad Arif, and Herdi. 2017. “ANALISIS KONDISI SARANA DAN PRASARANA PASAR TRADISIONAL KAMPUNG LALANG DI KECAMATAN MEDAN SUNGGAL KOTA MEDAN.” *Jurnal Geografi* 8 (2): 113–23.
- Sarwoko, Endi. 2008. “Dampak Modernisasi Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pedagang Pasar Tradisional Di Wilayah Kabupaten Malang.” *Jurnal Ekonomi Modernisasi* 4 (2): 97–115. <https://doi.org/10.21067/jem.v4i2.880>.
- Suwardana, Hendra. 2018. “Revolusi Industri 4.0 Berbasis Revolusi Mental” 1 (2): 109–18.