

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan perekonomian Indonesia pada saat ini dapat diukur oleh maraknya pembangunan pusat perdagangan. Keberadaan pusat perdagangan merupakan salah satu indikator paling nyata kegiatan ekonomi masyarakat di suatu wilayah. Menurut bentuk fisik, tempat pusat perdagangan dibagi menjadi dua, yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Jika dilihat dari sisi perekonomian, semakin meningkatnya jumlah pusat perdagangan, baik itu tradisional maupun modern, maka secara tidak langsung mendorong terciptanya peluang kerja bagi banyak orang. Mulai dari jasa tenaga satuan pengamanan, penjaga toko, pengantar barang, *cleaning service* hingga jasa transportasi. Hal ini menandakan kehadiran pusat perdagangan turut serta dalam mengentaskan masalah pengangguran dan kemiskinan (Ayuningsasi, 2012).

Perubahan gaya hidup dalam berbelanja di pasar modern juga menjadi salah satu penyebab turunnya pembelian di pasar tradisional. Keberadaan pasar modern dewasa ini sudah menjadi tuntutan dan konsekuensi dari gaya hidup modern yang berkembang dimasyarakat kita. Tidak hanya di kota metropolitan saja tetapi sudah merambah sampai kota kecil di tanah air (Aryani, 2011). Gaya hidup masyarakat di kota modern seperti Jember sudah menyamai kota-kota modern seperti Jakarta dan Surabaya, hal itu ditandai dengan munculnya minimarket, supermarket bahkan hipermarket disekitar tempat tinggal kita yang menjajikan kemudahan dan kenyamanan dalam berbelanja. Selain muncul pasar modern, adanya e-commerce juga menambah variasi konsumen dalam berbelanja. E-Commerce (Electronic Commerce) merupakan salah satu teknologi yang berkembang pesat dalam pembelian dan penjualan barang dan jasa melalui jaringan elektronik seperti internet (Kasmi *et al*, 2017). Di Indonesia bisnis e-commerce mengalami perkembangan yang cukup baik pada beberapa tahun belakangan ini yang dilihat dari banyaknya para penjual yang mulai beralih menjual dan memasarkan

produknya secara online. Teknologi ini memudahkan konsumen untuk memenuhi kebutuhannya dengan cara yang lebih simpel dan mudah.

Eksistensi pasar modern sedikit banyak mengusik keberadaan pasar tradisional. Kesamaan fungsi yang dimiliki oleh pasar modern dan pasar tradisional secara tidak langsung telah menimbulkan persaingan antara keduanya. Menjamurnya pasar modern dikhawatirkan akan menghambat berjalannya pasar tradisional yang merupakan refleksi dari ekonomi kerakyatan (Ayuningsasi, 2010). Adanya pasar tradisional yang merupakan kegiatan ekonomi masyarakat yang merakyat dan sudah turun menurun sebagai satu indikator bagaimana kemajuan ekonomi merakyat disuatu wilayah. Karena banyak gempuran persaingan dengan pasar modern maka para pelaku ekonomi. Pemerintah diharuskan mampu melindungi dan memberdayakan peritel kelas menengah dan kecil karena jumlahnya yang mayoritas (Purwanto, 2012). Kompleksitas masalah dan kelemahan yang terdapat pada pasar tradisional tersebut menyebabkan konsumen lebih memilih pindah ke pasar modern (Ayuningsasi, 2012). Pasar tradisional akan sangat berat untuk bersaing secara bebas melawan pasar modern tanpa perlindungan dan pemihakan pemerintah. Paradigma ekonomi neoliberalis seperti itu akan menyulitkan kehidupan rakyat kecil dan mengancam kemandirian bangsa karena sebenarnya pasar tradisional sudah cukup untuk menggerakkan perekonomian daerah serta menyerap tenaga kerja.

Tabel 1.1
Jumlah Pasar Tradisional Kabupaten Jember

No	Nama Pasar	No	Nama Pasar	No	Nama Pasar
1	Pasar Tanjung	11	Pasar Mangli	21	Pasar Pelita
2	Pasar Gebang	12	Pasar Bungur	22	Pasar Burung Lama
3	Pasar Burung	13	Pasar Bangsalsari	23	Pasar Ambulu
4	Pasar Kreongan	14	Pasar Petung	24	Pasar Mayang
5	Pasar Patrang	15	Pasar Tanggul	25	Pasar Sempolan
6	Pasar Tegal Boto	16	Pasar Mangisan	26	Pasar Kalisat
7	Pasar Kepatihan	17	Pasar Puger	27	Pasar Balung Kulon
8	Pasar Sukorejo	18	Pasar Jenggawah	28	Pasar Sukowono

9	Pasar Tegal Besar	19	Pasar Umbulsari	29	Pasar Sukosari
10	Pasar Wirolegi	20	Pasar Geladak Merah		

Sumber: Dinas Pasar Kabupaten Jember (2015)

Pada Tabel 1.1 menyatakan bahwa terdapat 29 pasar dari 31 Kecamatan yang ada di Kabupaten Jember, jadi dapat disimpulkan bahwa hampir setiap kecamatan memiliki pasar. Namun tidak semua pasar tradisional terletak berdekatan dengan pasar modern. Di Kabupaten Jember, terdapat beberapa pasar modern yang berpotensi untuk menjadi pesaing pasar tradisional, yaitu Hypermart -Lippo Plaza, Giant Ekspres, Transmart, dan minimarket (Indomart dan Alfamart). Berdirinya pasar modern tersebut sangat berdekatan dengan Pasar Tradisional, contohnya seperti Johar Plaza dengan Pasar Tanjung yang hanya berjarak 450 meter. Pasar tradisional yang ada di Kabupaten Jember yang terdapat pada data Dinas Pasar (2015) termasuk dalam jenis pasar persaingan sempurna, yang berarti jumlah penjual dan pembeli sama banyaknya. Biasanya, produk yang diperdagangkan homogen atau sama.

Telur merupakan produk dari unggas selain daging, yang bernilai gizi tinggi karena mengandung zat makanan yang sangat dibutuhkan oleh tubuh manusia. Telur banyak diminati oleh masyarakat karena murah dan mudah diperoleh (Umar, 2017). Dewi Purwaningsih dkk (2016) juga mengatakan dalam penelitiannya bahwa telur merupakan sumber protein hewani yang murah dan mudah untuk didapatkan oleh masyarakat Indonesia. Hal ini menjadikan telur merupakan jenis bahan makanan yang selalu hadir di dalam pasar, baik modern maupun tradisional.

Tabel 1.2
Produksi Telur Kabupaten Jember Tahun 2013 & 2016

No	Jenis Unggas	Satuan	Produksi	
			2013	2016
1	Ayam Kampung	Kg	915.682	988.685
2	Ayam Ras	Kg	6.018.445	11.419.891
3	Itik	Kg	1.144.961	1.337.154

4	Puyuh	Kg	-	81.955
Jumlah		Kg	8.079.088	13.827.686

Sumber: Dinas Peternakan Jawa Timur (2013 & 2016)

Dari Tabel 1.2 diketahui bahwa terjadi peningkatan sebesar 5.748.598 kg. Data tersebut dibagi menjadi 4, yaitu telur Ayam Kampung, Ayam Petelur, Itik dan Puyuh. Dari 4 jenis tersebut, perkembangan yang sangat mencolok terjadi pada jenis telur Ayam Ras.

Meningkatnya nilai produksi pada telur Ayam Ras belum tentu mensejahterakan para pedagang Telur Ayam Ras yang berada di Pasar Tanjung. Berkembangnya Pasar Modern yang juga menjual telur ayam ras membuat penjual telur ayam ras memikirkan strategi khusus untuk menghadapi persaingan. Oleh karena itu dengan berlandaskan masalah tersebut, terlihat bahwa keberadaan pasar modern menjadi potensi sebagai penyebab dari penurunan pendapatan pedagang Telur Ayam Ras. Menurut hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Joseph, et al. (2012), Awi & Chaipoopirutana (2014), dan Pupuani & Sulistyawati (2013), faktor penentu yang mempengaruhi minat pembelian ulang ada tujuh faktor antara lain lingkungan fisik, kepuasan pelanggan, kualitas layanan, preferensi merek, kualitas produk, nilai yang dirasakan (*perceived value*), dan harga. Untuk itu perlu dilakukan kajian apakah terdapat perbedaan jumlah omset para pedagang Telur Ayam Ras di Pasar Tradisional sebelum dan sesudah munculnya pusat perbelanjaan modern di Kabupaten Jember.

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan mengkomparasikan jumlah omset para pedagang Telur Ayam Ras sebelum dan sesudah munculnya pusat perbelanjaan modern di Kabupaten Jember serta mengetahui permasalahan yang dihadapi pedagang di pasar tradisional berkaitan dengan keberadaan pusat perbelanjaan modern. Sehingga penulis memutuskan untuk membuat penelitian yang berjudul “Dampak Munculnya Pasar Modern Terhadap Omset Pedagang Telur Ayam Ras di Pasar Tradisional Kecamatan Kaliwates – Jember”

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah ada perbedaan omset pedagang telur ayam ras di pasar tradisional sebelum dan sesudah munculnya pasar modern di Kecamatan Kaliwates - Jember?
2. Apa dampak yang dihadapi pedagang telur ayam ras di pasar tradisional dari kemunculan 5 pasar modern di Kecamatan Kaliwates - Jember?

1.3 Tujuan

1. Mengetahui perbandingan jumlah omset para pedagang telur ayam ras di pasar tradisional sebelum dan sesudah munculnya pasar modern di Kecamatan Kaliwates - Jember
2. Mengetahui dampak yang dihadapi pedagang telur ayam ras di pasar tradisional dari kemunculan pasar modern di Kecamatan Kaliwates - Jember.

1.4 Manfaat

1. Bagi penulis, memberikan kontribusi pemikiran untuk memperluas cakrawala berpikir ilmiah dalam disiplin ilmu yang penulis tekuni.
2. Bagi peneliti lain, sebagai bahan referensi yang dapat memberikan perbandingan dalam mengadakan penelitian lebih lanjut di masa yang akan datang.
3. Bagi masyarakat, sebagai sumber informasi agar dapat menjadi pemicu dalam meningkatkan kualitas berdagang.