

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sudah sejak zaman dahulu kota tidak akan pernah terlepas dari pusat kegiatan komersial yang disebut dengan pasar. Sejarah pasar diawali pada zaman pra sejarah, dimana dalam memenuhi kebutuhannya manusia melakukan barter yaitu suatu sistem yang diterapkan antara dua individu dengan cara menukar barang yang satu dengan barang yang lainnya dan akhirnya sistem barter ini berkembang secara luas.

Pada mulanya istilah pasar dikaitkan dengan pengertian tempat pembeli dan penjual bersama-sama melakukan pertukaran. Kemudian istilah pasar ini dikaitkan dengan pengertian ekonomi yaitu pertemuan antara pembeli dan penjual. Pengertian ini berkembang menjadi pertemuan atau hubungan antara permintaan dan penawaran. Secara teoritis dalam ekonomi, pasar menggambarkan semua pembeli dan penjual yang terlibat dalam transaksi aktual atau potensial terhadap barang atau jasa yang ditawarkan.¹

Terbentuknya pasar dapat ditinjau dari sudut kebutuhan manusia yang harus dipenuhi, untuk menjamin kelangsungan hidupnya. Kebutuhan manusia timbul dengan sendirinya, makin lama semakin berkembang sesuai dengan

¹ Sofjan Assauri, 2004, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, Raja Grafindo Persada, hal. 98

makin berkembangnya alam pikiran manusia itu sendiri. Dengan kata lain kebutuhan bukan sesuatu sengaja diciptakan, baik oleh orang itu sendiri maupun oleh orang lain.

Dengan makin bertambahnya kebutuhan manusia maka makin bervariasi pula barang dan jasa yang diperlukan untuk memuaskan kebutuhan tersebut. Bahkan satu kebutuhan secara utuh, baru dapat terpuaskan oleh beberapa jenis barang atau jasa secara bersama-sama.²

Adapun pasar tradisional merupakan tempat berjualan yang tradisional (turun - temurun), tempat bertemunya penjual dan pembeli dimana barang - barang yang diperjualbelikan tergantung kepada permintaan pembeli (konsumen), harga yang ditetapkan merupakan harga yang disepakati melalui suatu proses tawar menawar. Pedagang selaku produsen menawarkan harga sedikit diatas harga standart pada umumnya, pasar tradisional merupakan tempat penjualan bahan - bahan kebutuhan pokok (*sembako*). Biasanya pasar tradisional beraktifitas dalam batas - batas waktu tertentu, seperti pasar pagi, pasar sore, pasar pekan dan lain sebagainya. Pasar Tradisional biasanya dikelolah oleh pemerintah maupun swasta, fasilitas yang tersedia berupa emperan, gudang, toko-toko, *stand-stand* atau kios-kios, toilet umum pada sekitar Pasar Tradisional. Pada Pasar Tradisional proses jual beli terjadi

² Marwan Asri, 1991, *Marketing*, Yogyakarta, UPP-AMP YKPN, hal. 7

secara manusiawi dan komunikasi dengan nilai - nilai kekeluargaan yang tinggi.

Terdapat beberapa fenomena yang tampak pada penataan pedagang pasar, masih banyaknya pedagang yang berjualan tidak pada tempat yang disediakan, bahkan terdapat beberapa pedagang berjualan ditepi jalan yang tentunya mengganggu pengguna jalan. Selain itu dalam pengelolaan retribusinya, masih terdapat beberapa penyelewengan.

Kota Surabaya memiliki banyak tempat untuk berbelanja, terdapat mall - mall dan pasar tradisional, salah satunya yaitu Pasar Jongkok, pasar yang terletak di jalan Wonokromo. Sebutan Pasar Maling atau Pasar Jongkok ini karena barang - barang yang dijual tidak memiliki surat - surat yang sah, misalnya *handphone*. Mereka hanya menjual sebuah *handphone* tanpa kotak, buku panduan yang biasanya bisa didapatkan di toko - toko resmi. Akan tetapi di pasar ini juga di jumpai pedagang yang menjual barang - barang baru, di pasar ini juga menerima jual atau tukar tambah. Terutama pada produk *handphone* dan jam tangan.

Pasar yang ada sejak tahun 1992 ini terkenal dengan barang - barang bekas dengan harga yang relatif murah. Selain itu pasar ini juga mempunyai sebutan lain, yaitu "*Misbar*", begitu cuaca gerimis dan hujan pasar ini tidak beroperasi seperti biasanya karena masalah tempat yang tidak memadai, tidak

ada atap yang menaungi setiap *stand* para pedagang, mereka hanya memakai meja ukuran kecil dan tikar sebagai tempat mereka menggelar dagangannya.

Di pasar ini begitu banyak penjual yang menjual barang - barang bekas. Ada yang menjual *handphone*, jam tangan, alat elektronik, sepatu dan baju. Pasar Jongkok Wonokromo Surabaya memiliki potensi yang baik sebagai Pasar Tradisional, dari harga yang terjangkau maupun ragam barang yang tersedia. Berbagai barang bisa didapat tanpa perlu merogoh kocek terlalu dalam asal tidak takut dan malu untuk bernegosiasi. Kondisi ini menyebabkan Pasar Jongkok menjadi pusat belanja masyarakat ekonomi menengah ke bawah.

Dalam hal pengelolaannya, Pasar Jongkok dikelola oleh swasta atau perorangan, dimana pedagang di Pasar Jongkok membayar iuran harian dan iuran bulanan untuk tetap bisa berjualan di daerah tersebut. Alasan para pedagang membayar iuran tersebut untuk membayar uang kebersihan dan uang keamanan, selain itu juga merupakan cara untuk bisa mendapatkan *stand* di pasar tersebut.

Setiap malam Pasar Jongkok Wonokromo di padati banyak pelaku pasar, apalagi lokasinya yang berdekatan dengan stasiun Wonokromo, Banyaknya konsumen yang berbelanja di Pasar ini telah menjadi penyebab tetap eksisnya pasar ini. Karena di pasar ini masyarakat bisa menemukan barang - barang yang diinginkannya dengan harga yang jauh lebih murah daripada di tempat - tempat lain, misalnya di *World Trade Center* (WTC) yang

memang pusat *gadget* bekas atau baru, di Marina yang tempatnya nyaman untuk di kunjungi konsumen dan barangnya juga terjamin kualitasnya.

Adapun para pedagang tersebut yaitu 80% berasal dari Madura, di pasar tersebut terdapat sekitar 120 pedagang. Adapun syarat untuk bisa berdagang di pasar tersebut sangatlah mudah yaitu mengisi formulir dan foto copy KTP.³

Pasar Jongkok Wonokromo terlihat ramai oleh pengunjung pada jam 19:00 WIB terutama pada hari sabtu malam minggu, pasar ini ramai oleh pelaku pasar, sehingga lalu lintas terlihat macet di daerah pasar, karena para pengunjung parkir di tempat yang disediakan oleh tukang parkir di pasar tersebut. Tempat parkir yang disediakan itu menggunakan badan jalan raya sehingga lalu lintas di daerah Wonokromo macet.⁴ Sebelumnya pasar ini sering di tertibkan oleh Satuan Polisi Pamong Peraja (Satpol PP) karena pasar ini mengganggu pengguna jalan terutama di daerah Wonokromo, sebelum dijadikan satu arah, pasar ini hampir tiap hari di tertibkan dan penertiban di mulai pada jam 19:00 sampai jam 22:00.⁵

Walaupun para pedagang telah memicu terjadinya kemacetan dan semacamnya, peniadaan pasar tersebut tentu bukanlah pilihan yang tepat. Hal

³Sumber diperoleh dari wawancara dengan Bapak H. Shaleh selaku sekretaris di Pasar Maling, pada tanggal 25 Maret 2013

⁴Sumber diperoleh dari wawancara dengan Bapak Sajari selaku pemilik warkop di Pasar Maling, pada tanggal 25 Juli 2013

⁵Sumber diperoleh dari wawancara dengan Rifki selaku pedagang di Pasar Maling, pada tanggal 05 Juni 2013

ini dikarenakan, pasar telah berfungsi sebagai jaring penyelamat dan penyedia lapangan kerja bagi sebagian masyarakat. Pada sisi yang lain pasar menyediakan kebutuhan dalam jumlah, jenis dan harga yang beragam sesuai dengan keadaan keuangan masyarakat. Dari sudut kepentingan pemerintah daerah, pasar memberikan pemasukan yang terus menerus dan langsung kepada kas pemerintah daerah.

B. Rumusan Masalah

Setelah melihat latar belakang yang ada dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengelolaan Pasar Jongkok terhadap keberlangsungan usaha di Pasar Jongkok Wonokromo Surabaya?
2. Bagaimana tanggapan masyarakat terhadap adanya Pasar Jongkok Wonokromo Surabaya?
3. Bagaimana dampak Pasar Jongkok Wonokromo terhadap lalu lintas di Jl. Wonokromo Surabaya?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menggambarkan bagaimana pengelolaan Pasar Jongkok terhadap keberlangsungan usaha di Pasar Jongkok Wonokromo Surabaya.

2. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan masyarakat terhadap adanya Pasar Jongkok Wonokromo Surabaya.
3. Untuk mengetahui bagaimana dampak Pasar Jongkok terhadap lalu lintas di Jl. Wonokromo Surabaya.

D. Manfaat Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian, penulis ingin mempertegas manfaat hasil penelitian yang ingin dicapai dalam skripsi ini sekurang - kurangnya dalam dua aspek yaitu:

1. Aspek Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kajian dalam penelitian - penelitian selanjutnya, khususnya kajian tentang pengelolaan pasar, dan dapat menjadi acuan belajar mengenai manajemen pasar.
 - b. Menjadi bahan masukan untuk kepentingan pengembangan pengetahuan bagi pihak - pihak tertentu guna menjadikan skripsi ini sebagai acuan untuk penelitian lanjutan terhadap objek sejenis atau aspek lainnya yang belum tercakup dalam penelitian ini.
2. Aspek Praktis
 - a. Memberikan informasi kepada masyarakat tentang Pasar Jongkok Surabaya terutama para pelaku Pasar Jongkok Surabaya.

- b. Dapat dijadikan pengetahuan bagi masyarakat yang masih belum mengenal Pasar Jongkok.

E. Definisi Konsep

Untuk menghindari adanya penafsiran yang berbeda terhadap istilah - istilah yang digunakan dalam penelitian ini. Maka peneliti akan memberikan gambaran dari beberapa teori yang ada dengan judul penelitian tersebut:

1. Manajemen

Manajemen adalah kekuatan yang menggerakkan suatu usaha yang bertanggung jawab atas sukses dan kegagalannya suatu kegiatan atau usaha untuk mencapai tujuan tertentu melalui kerja sama dengan orang lain.⁶

Istilah manajemen berhubungan dengan usaha untuk tujuan tertentu dengan jalan menggunakan sumber - sumber daya yang tersedia dalam organisasi dengan cara yang sebaik mungkin. Dalam pengertian “organisasi” selalu terkandung unsur kelompok (lebih dari 2 orang) manusia maka manajemen pun biasanya digunakan dalam hubungan usaha suatu kelompok manusia, walaupun manajemen itu dapat pula ditetapkan terhadap usaha - usaha individu.⁷

⁶ Munir M, 2006, *Manajemen Dakwah*, Jakarta, Prenada Media, hal. 10

⁷ Pandji Anoraga, 1997, *Manajemen Bisnis*, Jakarta, PT. Rineka Cipta, hal. 109

Adapun pengertian - pengertian manajemen dari beberapa buku yaitu antara lain :

- a. Menurut John D. Millet dalam buku *Management In The Public Service*. Manajemen ialah proses perbimbingan dan pemberian fasilitas terhadap pekerjaan orang-orang yang terorganisir dalam kelompok formil untuk mencapai suatu tujuan yang dikehendaki.
- b. Menurut John M. Pfiffner dalam buku *Public Administration*, Manajemen bertalian dengan pembimbingan orang - orang dan fungsi - fungsi untuk mencapai tujuan - tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.
- c. Menurut Dwight Waldo dalam buku *Public Atministrati*, Manajemen ialah tindakan yang ditunjukkan untuk memperoleh kerjasama yang rationil dalam suatu sistem administrasi.
- d. Menurut Harold Koontz and Cyril O'Donnell dalam buku *Principles of Management*, Manajemen ialah pelaksanaan pekerjaan bersama - sama orang lain.⁸

2. Pasar

Pasar adalah sebagai tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, barang atau jasa yang ditawarkan untuk dijual, dan terjadinya perpindahan kepemilikan.⁹

Pengertian pasar dapat dilihat dalam beberapa sisi antara lain :

Menurut Philip Kotler yang melihat arti pasar dalam beberapa sisi antara lain:

- a. Dalam pengertian aslinya : Pasar adalah suatu tempat fisik di mana pembeli dan penjual berkumpul untuk mempertukarkan barang dan jasa.
- b. Bagi seorang ekonom : pasar mengandung arti semua pembeli dan penjual yang melakukan transaksi atas barang atau jasa tertentu. Dalam hal ini para ekonom memang lebih tertarik akan struktur, tingkah laku dan performans dari masing - masing pasar ini.

⁸Sukarna, 1992, *Dasar-Dasar Manajemen*, Bandung, CV. Mandar Maju, hal.2-3

⁹ Fandy Tjiptono, 2008, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta, CV. Andi Offset, hal. 59

- c. Bagi seorang pemasar : pasar adalah himpunan dari semua pembeli nyata dan pembeli potensial daripada suatu produk.¹⁰

Dalam kenyataan kita dapat mengetahui bahwa sebenarnya, pasar itu bersifat heterogen untuk suatu produk. Sedangkan istilah pasar itu dapat didefinisikan sebagai berikut :

- a. Pasar adalah orang – orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk berbelanja, dan kemauan untuk membelanjakannya.
- b. Pasar adalah kelompok pembeli potensial dari produk dan merk yang ada.¹¹

3. Pasar Jongkok Wonokromo : Sebuah pasar malam tepatnya di jalan Wonokromo, dan tepat di samping Pasar DTC (*Darmo Trade Center*). Pasar ini menyediakan barang - barang bekas - baru, pasar yang ramai pengunjung sejak pukul 19:00 sampai 03:00 malam.

F. Sistematika Pembahasan

Agar mempermudah pembahasan masalah - masalah dalam skripsi ini, dan dapat dipahami permasalahannya secara sistematis dan lebih terarah, maka pembahasannya dibentuk dalam bab - bab yang masing - masing bab mengandung sub - bab, sehingga tergambar korelasi yang sistematis. Untuk selanjutnya sistematika pembahasannya disusun sebagai berikut :

¹⁰ Angipora Marius P, 1999,*Dasar-Dasar Pemasaran*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, hal. 45-46

¹¹Drs. Basu Swastha, DH, M. Ba, 1990,*Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta, Liberty, hal. 87

BAB I : Pendahuluan

Merupakan pendahuluan yang berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional dan sistematika pembahasan.

BAB II : Kajian Pustaka

Merupakan landasan teori yang membahas tentang “Manajemen Pasar Jongkok (Studi Kasus Di Pasar Jongkok Wonokromo Surabaya)”.

BAB III : Metode Penelitian

Memuat cara - cara atau metode penelitian antara lain sasaran penelitian, lokasi penelitian, waktu penelitian, jenis penelitian, instrument penelitian, pengumpulan data yang memuat metode pengumpulan data dan sumber pengumpulan data, analisis data yang berfungsi untuk memperoleh gambaran tentang permasalahan dari obyek yang diteliti.

BAB IV : Hasil Penelitian

Meliputi penyajian dari hasil penelitian sekaligus analisa data, yaitu data tentang pengelolaan pasar, tanggapan masyarakat terhadap adanya Pasar Jongkok Wonokromo Surabaya dan dampak Pasar Jongkok terhadap lalu lintas di Jl. Wonokromo Surabaya.

BAB V : Penutup

Berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran - saran dari penulis untuk perbaikan - perbaikan yang mungkin dilakukan dikemudian hari.