

BAB I

PENDAHULUAN

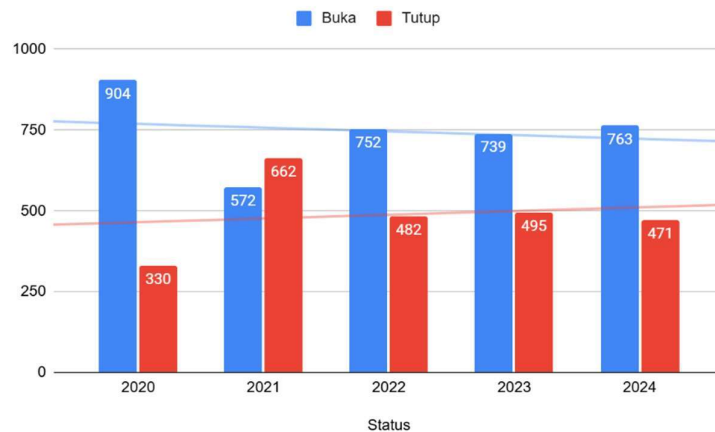
1.1 Latar Belakang

Pasar tradisional di seluruh Indonesia memiliki peran ekonomi yang signifikan, terutama bagi kalangan ekonomi menengah ke bawah. Pasar juga menjadi tempat utama bagi pedagang skala kecil-menengah untuk memperoleh penghasilan (Yulianti et al., 2021). Hal ini menciptakan kondisi di mana pasar tradisional menjadi satu kesatuan yang tidak mudah dipisahkan dari kehidupan masyarakat. Pasar tradisional masuk ke dalam opsi utama kegiatan ekonomi, baik di kota hingga desa-desa di Indonesia (Syukria, 2023).

Menurut Zahara & Anwar (2021), pasar merupakan tempat yang secara khas difungsikan sebagai titik interaksi antara pedagang/penyedia layanan dan pembeli/pengguna layanan dalam bentuk transaksi jual beli barang dan jasa. Pasar juga menjadi penghubung antara konsumen, yang sebagian besar adalah ibu rumah tangga, dengan pedagang yang menyediakan produk yang umumnya dipasok dari pedesaan. Selain itu, pasar berfungsi sebagai penghubung antar pedagang yang berkumpul di lokasi yang sama untuk memenuhi kebutuhan masyarakat (Legowo et al., 2016).

Namun, banyak pasar tradisional di Indonesia saat ini mengalami penurunan aktivitas dan okupansi, termasuk Pasar Caruban Baru (PCB). Menurut Nisaa & Wahyudi (2023), fenomena ini disebabkan oleh berbagai faktor, seperti minimnya perhatian pemerintah, munculnya pasar modern dengan fasilitas lebih lengkap, perubahan gaya hidup masyarakat, dan lain-lain. Fenomena ini juga terjadi pada PCB, Kabupaten Madiun. Pada akhir tahun 2013, PCB dibangun sebagai pasar relokasi oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Madiun dari lokasi sebelumnya, yaitu Pasar Caruban Umum, dengan tujuan menata kota. Sayangnya, relokasi ini tidak menghasilkan dampak yang diharapkan, justru berakibat pada penurunan aktivitas pasar yang ditandai dengan sepi pengunjung dan pedagang.

Kondisi penurunan minat pengunjung diperparah oleh menurunnya minat dagang di PCB. Akibatnya, banyak kios yang kosong atau tutup. Hal ini dibuktikan melalui data dokumentasi status pedagang PCB dari tahun 2020 hingga 2024.



Gambar 1.1 Diagram status pedagang PCB 2020 hingga 2024

Data pada Gambar 1.1 menunjukkan distribusi status pedagang PCB berdasarkan dokumentasi Dinas Perdagangan, Koperasi, dan Usaha Mikro, Kabupaten Madiun. Data tersebut menunjukkan kecenderungan penurunan jumlah pedagang aktif. Status pedagang PCB memberikan gambaran mengenai tingkat okupansi pasar. Tingkat okupansi, atau *occupancy rate*, merupakan ukuran yang menunjukkan seberapa banyak ruang yang terisi dibandingkan total kapasitas yang tersedia (Riwoe et al., 2022).

Pada tahun 2024, PCB memiliki total 1.234 lapak, terdiri atas kios dan los. Dari jumlah tersebut, diketahui adanya peningkatan tingkat okupansi, namun dari total 763 lapak yang aktif juga termasuk 165 yang jarang buka. Sebanyak 471 lapak tidak beroperasi, menghasilkan tingkat okupansi PCB sebesar 61,83%. Tingkat okupansi ini terbagi menjadi lantai 1 (kios) sebesar 66,32%, lantai 1 (los) sebesar 61,27%, dan lantai 2 (kios) sebesar 59,29%.

Menurut Sadimin, Kepala Pasar Caruban Baru, dalam wawancara pribadi pada 8 Agustus 2024, sepihnya aktivitas di PCB berdampak negatif pada ekonomi lokal. Salah satu dampaknya adalah hilangnya minat pedagang untuk beroperasi (berdagang) di PCB, yang mengakibatkan jumlah kios kosong terus meningkat. Untuk mengatasi masalah ini, diperlukan upaya meningkatkan aktivitas dan

okupansi PCB agar kembali menjadi pusat ekonomi yang vital bagi masyarakat sekitar.

Beberapa langkah yang telah dilakukan oleh pemerintah melalui pengelola pasar meliputi sosialisasi, pengadaan hiburan di area pasar, serta inovasi berupa digitalisasi transaksi melalui e-retribusi untuk mempermudah pedagang dalam membayar retribusi. Namun, langkah-langkah tersebut belum efektif dalam meningkatkan minat dagang. Meskipun inovasi bertujuan untuk modernisasi dan mempermudah akses serta pengelolaan pasar, hasilnya masih belum signifikan. Hal ini menunjukkan perlunya strategi yang lebih komprehensif dan berkelanjutan untuk merevitalisasi PCB.

Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi tingkat kepentingan layanan (*importance*) dan kinerja layanan (*performance*) dari persepsi pedagang dan pengunjung PCB melalui pendekatan *Voice of Customer* (VoC), *Importance-Performance Analysis* (IPA), dan *Quality Function Deployment* (QFD). Berdasarkan VoC, atribut-atribut terkait keinginan dan harapan layanan PCB diidentifikasi. Data atau informasi yang dikumpulkan kemudian dianalisis dan diprioritaskan untuk menentukan aspek yang perlu dievaluasi.

Hasil analisis ini digunakan untuk merumuskan strategi pengembangan PCB yang efektif dan berkelanjutan dengan mempertimbangkan kebutuhan pelanggan. Penelitian dilakukan pada pengunjung/pembeli dan pedagang di PCB untuk memetakan persepsi mereka terhadap kepuasan layanan PCB, sehingga dapat meningkatkan efektivitas identifikasi dan perencanaan strategi.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Bagaimana persepsi pedagang dan pengunjung mengenai kinerja fasilitas dan layanan di Pasar Caruban Baru?
2. Bagaimana pemetaan atribut fasilitas dan layanan yang tepat untuk mengukur tingkat kepuasan pedagang dan pengunjung di Pasar Caruban Baru?
3. Bagaimana respon teknis yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kepuasan pengunjung dan pedagang di Pasar Caruban Baru?

4. Bagaimana strategi pengembangan layanan Pasar Caruban Baru yang berkelanjutan dapat dirumuskan berdasarkan analisis kepentingan dan kinerja layanan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Melakukan identifikasi kinerja fasilitas dan layanan di PCB melalui pendekatan *Voice of Customer*.
2. Melakukan pemetaan kinerja fasilitas dan layanan PCB menggunakan *Importance Performance Analysis*.
3. Melakukan penyusunan respon teknis peningkatan layanan PCB dengan menggunakan *Quality Function Deployment*.
4. Melakukan perumusan strategi pengembangan layanan PCB berkelanjutan.

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Pembatasan lingkup penelitian pada pedagang dan pengunjung dilakukan untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas tentang kebutuhan dan harapan dari dua kelompok utama yang terlibat di pasar.
2. Penelitian ini tidak termasuk implementasi strategi, namun fokus pada penyusunan strategi pengembangan layanan.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Pengembangan layanan dengan tepat sesuai pada pemahaman kebutuhan pedagang dan pembeli pada kinerja layanan PCB.
2. Membantu pengelola pasar dalam melakukan pemetaan prioritas atribut layanan PCB dengan tingkat kepentingan tinggi namun memiliki kinerja yang rendah.
3. Meningkatkan efisiensi upaya pengembangan yang difokuskan pada pemenuhan kebutuhan pedagang dan pembeli di PCB.

4. Strategi pengembangan layanan yang berkelanjutan membantu memastikan kelangsungan hidup PCB dalam jangka panjang.

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ditulis menggunakan sistematika penulisan skripsi, dengan menggunakan 5 bab penyusun yaitu sebagai berikut :

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab satu berisi mengenai uraian latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian batasan masalah dan sistematika penulisan dari penelitian ini.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab dua berisi mengenai landasan teori yang digunakan serta relevan dalam penelitian. Kajian teori – teori yang digunakan membantu peneliti untuk melakukan dan mengembangkan penelitian yang dilakukan.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab tiga berisi mengenai metode yang digunakan pada penelitian. Hal ini termasuk objek penelitian, teknik pengumpulan data, metode analisis teknik yang digunakan, variabel, populasi dan sampel hingga diagram alur dari penelitian yang dilakukan (*flowchart*).

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab empat berisi mengenai hasil dan bahasan penelitian yang mencakup penyajian hasil penelitian, analisis data, pembahasan dan penguraian temuan - temuan dalam penelitian.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab lima berisi mengenai uraian hasil penelitian serta saran atau rekomendasi yang relevan untuk pengelola PCB serta arah penelitian selanjutnya.