

**STRATEGI PEDAGANG MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI PASAR
SAMBILEGI DALAM MENGHADAPI RITEL MODERN BERJEJARING
DI KABUPATEN SLEMAN, YOGYAKARTA**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagai Syarat-Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I

Oleh:

Nasrudin Muzakki

NIM: 16230039

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Dosen Pembimbing:

Dr. Aziz Muslim, M. Pd

NIP. 197005281994031002

**PROGRAM STUDI PENGEMBANGAN MASYARAKAT ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2020**

ABSTRAK

Nasrudin Muzakki, Strategi Pedagang Mempertahankan Eksistensi Pasar Sambilegi Dalam Menghadapi Ritel Modern Berjejaring di Kabupaten Sleman Yogyakarta, *Skripsi*, Yogyakarta: Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan strategi pedagang mempertahankan eksistensi Pasar Sambilegi dalam menghadapi ritel modern berjejaring di Kabupaten Sleman, Yogyakarta serta mendeskripsikan dampak sosial dan ekonomi yang dialami pedagang akibat kehadiran ritel modern berjejaring di Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Metode Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif. Teknik penarikan informan menggunakan teknik *purposive* berdasarkan kriteria. Selain itu, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Semua data dilihat validitas datanya menggunakan teknik triangulasi sumber dan data, serta dianalisis melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan, strategi pedagang mempertahankan eksistensi Pasar Sambilegi dalam menghadapi ritel modern berjejaring di Kabupaten Sleman, Yogyakarta yaitu melalui penguatan kelembagaan pasar (*Social Capital*), peningkatan kapasitas SDM pasar, serta modal dan manajemen keuangan pasar. Terkait dampak sosial dan ekonomi yang dialami pedagang akibat kehadiran ritel modern berjejaring di Kabupaten Sleman, Yogyakarta, rata-rata pedagang Pasar Sambilegi mengalami penurunan pendapatan, namun pedagang tetap merasa sejahtera.

Kunci: Strategi, Eksistensi, Pasar Sambilegi, Ritel Modern Berjejaring.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nasrudin Muzakki
NIM : 16230039
Program Studi : Pengembangan Masyarakat Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul “Strategi Pedagang Mempertahankan Eksistensi Pasar Sambilegi Dalam Menghadapi Ritel Modern Berjejaring di Kabupaten Sleman, Yogyakarta” adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti penyusun ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 28 Januari 2020

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yang menyatakan,



Nasrudin Muzakki

NIM. 16230039



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr.wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Nasrudin Muzakki
NIM : 16230039
Program Studi : Pengembangan Masyarakat Islam (PMI)
Judul Skripsi : Strategi Pedagang Mempertahankan Eksistensi Pasar Sambilegi Dalam Menghadapi Ritel Modern Berjejaring di Kabupaten Sleman, Yogyakarta.

sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam (PMI) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Pengembangan Masyarakat Islam.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 28 Januari 2020

Mengetahui,



Program Studi PMI,

Dr. Faiz Setiawan Indra Jaya, M. Si
NIP: 19700528 200312 1 003

Pembimbing,

Dr. Azis Muslim, M. Pd
NIP: 19700528 199403 1 002



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-266/Un.02/DD/PP.00.9/02/2020

Tugas Akhir dengan judul : STRATEGI PEDAGANG MEMPERTAHANKAN EKISTENSI PASAR SAMBILEGI
DALAM MENGHADAPI RITEL MODERN BERJEJARING DI KABUPATEN
SLEMAN YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : NASRUDIN MUZAKKI
Nomor Induk Mahasiswa : 16230039
Telah diujikan pada : Selasa, 11 Februari 2020
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang/Penguji I

Dr. Aziz Muslim, M.Pd.
NIP. 19700528 199403 1 002

Penguji II

Dr. Hj. Sriharini, S.Ag., M.Si.
NIP. 19710526 199703 2 001

Penguji III

Suyanto, S.Sos., M.Si.
NIP. 19660531 198801 1 001

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 11 Februari 2020

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Yogyakarta



Dr. Hj. Nurjannah, M.Si.
NIP. 19600310 198703 2 001

MOTTO

“Menyesali Nasib Tidak Akan Mengubah Keadaan. Teruslah Berkarya dan Bekerjalah yang Membuat Kita Berharga”¹.

(Abdurrahman Wahid)



¹ M. Naufal Waliyuddin, “Belajar Cinta Kemanusiaan dari Gus Dur”, <https://www.nu.or.id/post/read/97755/belajar-cinta-kemanusiaan-dari-gus-dur>, diakses tanggal 28 Januari 2020.

PERSEMBAHAN

Karya tulisan ini sesungguhnya saya persembahkan kepada :

~ Ibu saya tercinta, Parsiyam yang tak henti-hentinya mendo'akan anakmu yang berjuang untuk mencari ilmu dan dengan usaha keras berjuang mengerjakan karya tulis ini.

~ Alm. Bapak Jumali Ansori yang selama hidupnya selalu memberi *support* kepada penulis untuk terus mencari ilmu sehingga bisa kuliah dan telah mengajari untuk selalu *entengan nulung wong liyo*.

~ Kedua kakak saya, Mas Rofiq dan Mas Fauzi. Kakak yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.

~ Adik-adik sepupu saya tercinta, Sulis, Nadia, dan Tangin yang selalu memberikan semangat kepada penulis.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. Atas berkah dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai harapan. Tak lupa juga sholawat serta salam penulis haturkan kepada Nabi Muhammad Saw., sang pencerah umat manusia.

Sesungguhnya skripsi ini dapat terselesaikan sesuai target karena bantuan dan pertolongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan rasa terimakasih kepada:

1. Prof. Drs. KH. Yudian Wahyudi, M.A, Ph. D, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. Nurjannah, M Si, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
3. Dr. Pajar Hatma Indra Jaya, M. Si, selaku Ketua Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam.
4. Dr. Aziz Muslim, M. Pd, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan sabarnya memberikan saran dan masukan secara teliti kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan cepat.
5. Dr. Sriharini, M. Si, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu mendengarkan keluh kesah penulis dan tak henti-hentinya memberikan nasehat, semangat, dan motivasi kepada penulis.
6. Pak Harun, Ibu Naimatul, Ibu Tri Muhyani, dan Ibu Muji Lestari selaku pedagang Pasar Sambilegi. Tak lupa Pak Mujiyana selaku pengelola Pasar Sambilegi yang telah berkenan memberikan informasi guna penulisan skripsi ini kepada penulis.
7. Bapak dan Ibu Dosen Prodi Pengembangan Masyarakat Islam yang telah memberikan banyak ilmu dan wawasan serta berbagai macam keterampilan kepada penulis selama di prodi PMI.
8. Shalsabila Ananda dan Muhammad Abdul Qoni Akmaluddin yang telah membantu meneliti skripsi ini.
9. Para senior di Pusat Studi Ekonomi Kerakyatan UGM dan Mubyarto Institute, yakni Pak Puthut, Pak Awan, Mas Anto, Mbak Rindu, dan Bang Dendy yang selalu memberikan masukan dan saran untuk menulis skripsi.
10. Kawan-kawan Sekolah Pasar Rakyat, yakni Alvian, Wahyu, Fatiha, Arfian, Ridwan, Elbi, Mbak Ima, Irena, Erly, Gita, Risna, Riko, dan Azizah, telah berjuang bersama

membantu para pedagang pasar rakyat dan kini perjuangan itu dapat penulis tuliskan di skripsi ini.

11. Angkringan Squad yaitu, Huda, Hisyam, Yudi, David, Dicky, Nendi, Nopal, Rizal, Abidzar, Akyar, Akmal, Ayub, Aji, Arfian, Agung, Anam, Udin, Lutfi, Ridwan, Mak Wiwid, Ani, Elis, Elsa, Nunis, Novita, Nila, Nurma, Iroh, Ika, Ima, Isna, Brina, Febri, Meiriska, Ai'syah, dan teman-teman PMI angkatan 2016 yang selalu membuat penulis terhibur saat merasa lelah dan *down* sehingga semangat kembali untuk mengerjakan tugas akhir ini.
12. Teman-teman satu bimbingan skripsi, yaitu Rizal, Arfian, Salsa, Winta, Nunis, dan Nicken yang selalu menyemangati menulis skripsi.
13. Para pengurus Laboratorium Pemberdayaan Masyarakat Prodi PMI, yaitu Bu Aminah, Bu Heni, Pak Yanto, Pak Izuddin, Pak Abu, Bu Sri, David, Lisa, Elsa, Isna, dan Ridwan. Bersama kalian, kudapatkan banyak keterampilan sehingga mampu mengembangkan diri.
14. Kelompok PPM Trini Karya, yaitu Hisyam, Arfian, Ridwan, Nila, Brina, dan Yunia yang merupakan rekan kerja dan rekan kreativitas di luar kampus.
15. Kawan-kawan HMPS-PMI, yaitu Yudi, Rofin, Arfian, Ridwan, Dicky, Ika, Febri, dan Ima yang merupakan kawan diskusi isu-isu yang berkaitan dengan Pemberdayaan Masyarakat dan berbagai pelatihan untuk pengembangan diri.
16. Yang terkasih Kelompok KKN 99 "Santan Squad", yaitu Fifi, Shofi, Farah, Irah, Diyah, Jihan, Ali dan Dikri. Telah bersama berproses menjadi tim yang kompak, saling berbagi ilmu serta pengalaman selama KKN.
17. Pengurus UKM Kordiska UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, yakni Bang Islah, Abyan, Faisal, Siroj, Hasib, Subairi, Elsa, Risa, Libra, Yovi, Faiza, Nining, Erna, Intan, Mar'atus, Lasmika, Hanifah, dan Aziza, Rahma, Wulan yang selalu menyemangati penulis untuk menyelesaikan skripsi.
18. Pengurus Karang Taruna Bhakti Remaja (KTBR) Desa Trimulyo, yakni Bung Rian, Wahyu Momota, Munaji, Zudi, Kholis, Andika, Vety, Reni, dan Chusna yang selalu penulis repotkan untuk diajak diskusi penulisan skripsi dan pinjam buku.
19. Kawan-kawan *South Bembem Family*, yakni Alfian, Anas, Avat, Khavid, Yudan, Dirga, Lisda, Ari, Via, Anis, Fada, dan Fiqoh yang selalu *mensupport* dan sering penulis repotkan untuk ikut kunjungan ke pasar rakyat.

20. Ayu Restianti, *Partner* yang selalu sabar mengingatkan penulis untuk mengerjakan skripsi.
21. Perempuan-perempuan hebat, Mbak Farida Jalal dan Novi Anggita yang merupakan kawan *sharing* sepanjang masa.

Tidak lupa, penulis sampaikan permohonan maaf apabila dalam penulisan skripsi ini masih terdapat beberapa kesalahan dan kekurangan. Semoga tulisan ini bisa memberikan pengetahuan baru bagi para pembaca. Aamiin.

Yogyakarta, 28 Januari 2020

Penulis

Nasrudin Muzakki

16230039



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
DAFTAR ISI	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang	4
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	8
F. Kajian Pustaka	9
G. Kerangka Teori	12
H. Metode Penelitian	23
I. Sistematika Pembahasan	32
A. Letak Geografis Pasar Sambilegi	33
B. Perkembangan Pasar Sambilegi	34
C. Sejarah Singkat Pasar Sambilegi	37
D. Struktur Kepengurusan Pasar Sambilegi	38
E. Jumlah Anggota Paguyuban Pasar Sambilegi dan Koperasi Al-Mawaddah 39	
F. Visi dan Misi Pasar Sambilegi	44
G. Kegiatan Pedagang Pasar Sambilegi	46
BAB III STRATEGI PEDAGANG MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI PASAR SAMBILEGI DAN DAMPAK SOSIAL-EKONOMI PEDAGANG DALAM MENGHADAPI RITEL MODERN BERJEJARING	54
A. Strategi Pedagang Mempertahankan Eksistensi Pasar Sambilegi Dalam Menghadapi Ritel Modern Berjejaring	54
1. Analisis SOAR	55
2. Formulasi Strategi.....	73
B. Dampak Sosial dan Ekonomi yang Dialami Pedagang Akibat Kehadiran Ritel Modern Berjejaring	80

C. Pembahasan Hasil Penelitian	84
BAB IV PENUTUP	92
A. Kesimpulan	92
B. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	100



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Perbandingan Antara SWOT dan SOAR	17
Tabel 2 Matriks SOAR	18
Tabel 3 Data dan Sumber Data	25
Tabel 4 Data Jumlah Kios dan Pedagang Pasar Sambilegi	36

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Gedung Pasar Sambilegi	33
Gambar 2 Papan Petunjuk Kelompok Kios	61
Gambar 3 Pedagang Pasar Sambilegi sedang Menjajakan Barang Dagangannya	64
Gambar 4 Interaksi antara Pedagang dan Pembeli di Pasar Sambilegi .	68

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Judul skripsi ini adalah *Strategi Pedagang Mempertahankan Eksistensi Pasar Sambilegi Dalam Menghadapi Ritel Modern Berjejaring di Kabupaten Sleman, Yogyakarta*. Menghindari kekeliruan dan pemahaman tentang skripsi ini maka perlu dijabarkan istilah yang terdapat dalam judul di atas, sebagai berikut:

1. Strategi Pedagang

Menurut Basu Swastha, istilah strategi memiliki arti suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan, maka strategi ini dibuat berdasarkan suatu tujuan tertentu². Selain itu strategi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memiliki makna suatu rencana untuk memperbesar pengaruh terhadap pasar, baik dalam jangka pendek maupun dalam jangka panjang yang didasarkan pada riset pasar, penilaian, perencanaan produk, promosi dan perencanaan penjualan, serta distribusi³. Pengertian pedagang dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah orang yang mencari nafkah dengan berdagang⁴. Sedangkan makna pedagang menurut Peraturan Daerah Kota Yogyakarta yaitu orang atau badan yang melakukan kegiatan jual beli barang dan jasa di pasar⁵.

Jadi, strategi pedagang adalah suatu alat yang digunakan oleh pedagang untuk mencapai tujuan.

² Basu Swastha Dharmmesta, *Manajemen Pemasaran*, (Banten: Universitas Terbuka, 2014), hlm. 24.

³ Ebta Setiawan, "Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online", <https://kbbi.web.id/stategi>, diakses tanggal 3 Oktober 2019, Pukul 09:36 WIB.

⁴ Ebta Setiawan, "Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online", <https://kbbi.web.id/dagang>, diakses tanggal 3 Oktober 2019, Pukul 10:36 WIB.

⁵ Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2009.

2. Mempertahankan Eksistensi Pasar

Mempertahankan eksistensi pasar ialah langkah-langkah atau strategi yang dilakukan oleh individu atau kelompok dalam suatu masyarakat dengan suatu kondisi yang berkesinambungan serta dibatasi oleh waktu dan tempat yang relatif bagi individu atau kelompok tersebut, objek dan tujuan tertentu untuk mempertahankan keberadaannya. Secara sosiologis, konsep strategi bertahan ini dapat diartikan sebagai upaya untuk mempertahankan diri dengan keberadaan yang ada disertai dengan usaha-usaha untuk menuju kemajuan secara berkesinambungan.

Dengan kata lain, strategi bertahan yang identik dengan bertahan hidup ini merupakan serangkaian tindakan yang dipilih secara sadar oleh individu dan rumah tangga yang miskin secara sosial ekonomi⁶. Dengan demikian, peneliti menyimpulkan, mempertahankan eksistensi pasar adalah cara menentukan strategi agar pasar tetap ada meskipun menghadapi berbagai rintangan yang mengancam keberlangsungan hidup pasar, seperti mempertahankan eksistensi pasar rakyat dalam menghadapi ritel modern berjejaring.

3. Ritel Modern Berjejaring

Ritel modern berjejaring merupakan etalasi distribusi pabrik besar yang dikuasai oleh pemodal besar, termasuk sebagian besar kepemilikannya berasal (dimiliki) pihak luar. Sepintas ekspansi ritel modern menawarkan kenyamanan,

⁶ Resmi Setia, *Gali Tutup Lubang Itu Biasa: Strategi Buruh Menanggulangi Persoalan dari Waktu ke Waktu*, (Bandung: Yayasan Akatiga, 2005), hlm. 6.

kepraktisan, dan kemurahan harga, tetapi ia pula yang potensial membuat ketergantungan⁷.

Jadi, menurut peneliti, ritel modern berjejaring adalah toko atau minimarket yang menjual berbagai jenis barang secara eceran dengan sistem pelayanan mandiri dan merupakan cabang usaha skala nasional.

4. Pasar Sambilegi

Pasar rakyat adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, Badan Usaha Milik Negara, Badan Usaha Miliki Daerah, Swasta dengan tempat usaha berupa kios, los, tenda yang dimiliki oleh pedagang kecil, swadaya masyarakat atau koperasi usaha skala kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar⁸.

Dengan demikian, Pasar Sambilegi merupakan pasar rakyat yang dikelola oleh Dinas Perindustrian dan perdagangan Kabupaten Sleman.

Jadi yang dimaksud dengan judul *“Strategi Pedagang Mempertahankan Eksistensi Pasar Sambilegi Dalam Menghadapi Ritel Modern Berjejaring di Kabupaten Sleman, Yogyakarta”* adalah sebuah penelitian yang ingin mengkaji perihal strategi pedagang mempertahankan eksistensi pasar sambilegi dalam menghadapi ritel modern berjejaring.

⁷ Awan Santosa, “Membatasi Ritel Modern?”, <https://www.sekolahpasar.org/membatasi-ritel-modern/>, diakses tanggal 3 Oktober 2019, Pukul 10:05 WIB.

⁸ Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007.

B. Latar Belakang

Perdagangan merupakan salah satu sektor yang berperan penting dalam menggerakkan perekonomian nasional. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Republik Indonesia tentang Profil Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern Tahun 2018, pasar tradisional (rakyat) berjumlah sebanyak 14.182 unit atau dalam bentuk presentase jumlahnya sekitar 88,52% dari seluruh pasar di Indonesia. Perlu diketahui, pusat perbelanjaan di Indonesia kini jumlahnya sudah mencapai angka 708 atau 4,42%. Toko modern sendiri jumlahnya sudah mulai bertambah, yakni sebesar 1.131 toko atau 7.06% diseluruh Indonesia⁹. Hal ini menunjukkan bahwa sektor perdagangan mempunyai peran penting dalam penyerapan tenaga kerja.

Secara jumlah, pasar rakyat masih mendominasi jenis pasar di Indonesia. Hal ini tentu memunculkan harapan bahwa pasar rakyat dapat memberikan pemasukan yang cukup bagi pedagang pasar sehingga mampu menyejahterakan kehidupan pedagang pasar. Di sisi lain, pasar rakyat mempunyai peran penting bagi masyarakat yaitu sebagai wadah untuk penjualan produk berskala ekonomi rakyat dari para petani, nelayan, pengrajin, peternak, dan penghasil produk industri rumahan. Dalam pasar rakyat, interaksi sosial antara penjual dan pembeli masih mudah untuk dijumpai. Bahkan orang-orang yang berlatar belakang dari kelas menengah ke atas pun dengan suka hati berbelanja dan melakukan tawar-menawar di pasar rakyat. Selain itu, pasar rakyat juga menjadi sandaran hidup bagi pekerja informal yang menjual jasa maupun tenaganya, seperti buruh gendong, kuli bongkar

⁹ Yuniata Rusanti, *Profil Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern* (Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2018), hlm. 7.

muat, tukang parkir, tukang becak, tukang ojek, karyawan pedagang, dan berbagai jenis pekerjaan informal lainnya.

Saat ini, pasar rakyat telah berhadapan langsung dengan tantangan global. Sistem ekonomi neoliberal disinyalir telah merasuk hingga ketulang sendi perekonomian nasional. Neoliberalisme adalah sebuah sistem perekonomian yang dibangun di atas tiga prinsip sebagai berikut: 1. Tujuan utama ekonomi neoliberal adalah pengembangan kebebasan individu untuk bersaing secara bebas dan sempurna dipasar; 2. Diakuinya kepemilikan pribadi terhadap faktor-faktor produksi; 3. Pembentukan harga pasar bukanlah sesuatu yang alami, melainkan melalui penertiban undang-undang oleh pemerintah¹⁰.

Pada hakikatnya, neoliberalisme perdagangan telah membuat tumbuh subur ritel modern berjejaring di wilayah perkotaan. Ironisnya, perkembangan ritel modern berjejaring yang semakin sesak di perkotaan mendorongnya untuk melakukan ekspansi sampai ke pelosok desa. Kini, ritel modern berjejaring seperti indomart dan alfamart sangat mudah dijumpai di desa-desa. Pada tahun 2017, toko indomart tercatat jumlahnya 15.335 gerai dan toko alfamart mencapai 13.400 gerai. Jumlah gerai yang unggul membuat indomart meraup penjualan Rp 73,37 triliun sepanjang tahun 2018 sedangkan alfamart meraup penjualan Rp 66,81 triliun¹¹.

Di Kabupaten Sleman, persaingan antara pasar rakyat dengan ritel modern berjejaring jelas menjadi tantangan terbesar bagi pasar

¹⁰ Revrisond Baswir, “*Ekonomi Kerakyatan vs. Neoliberalisme*”, Gema Keadilan., vol. 2:1 (2015).

¹¹ Ringkang Gumiwang, “Alfamart Vs Indomart: Siapa Lebih Pesat”, <https://tirto.id/alfamart-vs-indomart-siapa-lebih-pesat-dlvo>, diakses tanggal 19 November 2019, Pukul 00:43 WIB.

rakyat. Tentu saja kehadiran ritel modern berjejaring ini menjadi ancaman tersendiri bagi kelanggengan usaha pedagang pasar rakyat. Ditambah ancaman pembangunan ritel modern berjejaring yang semakin berkembang pesat. Jelas, jumlah ritel modern berjejaring ini akan terus meningkat dan bertambah banyak. Menurut penuturan Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Sleman kuotanya jumlah 178. Namun realnya minimarket di tahun 2018 berjumlah 203 gerai¹².

Masifnya pendirian ritel modern berjejaring di Kabupaten Sleman mengakibatkan adanya persaingan usaha. Konsekuensi dari adanya persaingan usaha yang diakibatkan oleh lokasi pendirian ritel modern berjejaring dengan pasar rakyat yang berdekatan. Hal ini tentu akan berdampak pada sosial ekonomi bagi pelaku ekonomi di pasar rakyat.

Pasar rakyat di Kabupaten Sleman telah menjadi tempat sandaran penghidupan bagi para pedagang. Dampak ekspansi toko modern berjejaring di Kabupaten Sleman membuat pedagang berupaya mempertahankan eksistensi Pasar Sambilegi. Hal ini dilakukan oleh pedagang melalui strategi mempertahankan eksistensi Pasar Sambilegi. Dalam menjalankan strateginya, pedagang memaksimalkan aspek kekuatan yang dimiliki pasar rakyat yaitu berupa kekuatan modal intelektual atau Sumber Daya Manusia (SDM), kekuatan modal institusional atau kelembagaan, dan kekuatan modal material¹³. Melalui strategi ini, maka pedagang pasar rakyat dapat terkonsolidasi

¹² Victorian Sat Prayoto, "Lindungi Toko Klontong, Sleman Atur Ulang Toko Modern" <https://www.antaranews.com/berita/741658/lindungi-toko-kelontong-sleman-atur-ulang-toko-modern>, diakses tanggal 19 November 2019, Pukul 01:01 WIB.

¹³ Tim Sekolah Pasar, *Sekolah Pasar Rakyat: Dari Pasar Rakyat Merebut Kedaulatan*, (Yogyakarta: Pusat Studi Ekonomi Kerakyatan UGM, 2012), hlm. 3.

untuk melindungi ruang publik dan privat untuk melawan tekanan dari ekonomi pasar. Hal ini penting karena pasar rakyat menjadi sandaran hidup banyak orang yang harus diperjuangkan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian di Pasar Sambilegi Kabupaten Sleman Yogyakarta dengan judul “Strategi Pedagang Mempertahankan Eksistensi Pasar Sambilegi Dalam Menghadapi Ritel Modern Berjejaring Di Kabupen Sleman, Yogyakarta”.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi pedagang mempertahankan eksistensi Pasar Sambilegi dalam menghadapi ritel modern berjejaring di Kabupaten Sleman, Yogyakarta?
2. Bagaimana dampak sosial dan ekonomi yang dialami pedagang akibat kehadiran ritel modern berjejaring di Kabupaten Sleman, Yogyakarta?

D. Tujuan Penelitian

Dalam sebuah penelitian atau karya ilmiah, tujuan merupakan komponen dasar dari penulisan penelitian. Ada beberapa faktor yang mendasari penelitian ini sehingga perlu untuk dijawab adalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan strategi pedagang mempertahankan eksistensi Pasar Sambilegi dalam menghadapi ritel modern berjejaring di Kabupaten Sleman, Yogyakarta.
2. Mendeskripsikan dampak sosial dan ekonomi yang dialami pedagang akibat kehadiran ritel modern berjejaring di Kabupaten Sleman, Yogyakarta.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat memperkaya keilmuan dalam penelitian bidang sosial khususnya bagi program studi Pengembangan Masyarakat Islam (PMI).
- b. Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat menjadi bahan komparasi untuk penelitian sejenis yang berkaitan dengan strategi pedagang mempertahankan eksistensi pasar rakyat dalam menghadapi ritel modern berjejaring.
- c. Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan pengetahuan baru bagi pedagang Pasar Sambilegi untuk lebih memperkuat kekuatan Pasar Sambilegi dan memanfaatkan peluang yang dimiliki pasar, serta selalu memberikan aspirasi terbaik untuk pasar dan berorientasi pada hasil yang hendak dicapai oleh Pasar Sambilegi.

2. Manfaat Praktis

Karya penelitian ini merupakan sumbangsih untuk akademik kampus, khususnya dalam tema strategi pedagang mempertahankan eksistensi pasar rakyat dalam menghadapi ritel modern berjejaring sehingga penelitian ini dapat dipublikasikan. Selain itu, penelitian ini juga menjadi sumbangsih bagi pedagang Pasar Sambilegi agar bisa diaplikasikan di pasar dengan tujuan Pasar Sambilegi dapat tetap eksis dan mampu bersaing sehat dengan ritel-ritel modern berjejaring.

F. Kajian Pustaka

Untuk mengetahui keaslian dan novelty yang akan dihasilkan dalam penelitian ini, maka perlu dipaparkan hasil penelitian terdahulu yang fokus perhatiannya berkaitan dengan penelitian ini. Diantaranya sebagai berikut:

Pertama, Yenika Sri Rahayu, meneliti tentang “*Strategi Pedagang Pasar Tradisional Menghadapi Persaingan dengan Retail Modern dan Preferensi Konsumen*” dengan studi kasus pada Pasar Legi Kota Blitar¹⁴. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan fokus penelitiannya ialah strategi pedagang pasar tradisional menghadapi retail modern. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa datangnya retail modern telah menggeser peranan pasar tradisional. Letak persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti adalah sama-sama meneliti tentang strategi pedagang pasar tradisional menghadapi retail modern, namun perbedaannya adalah penelitian Yenika Sri Rahayu mengkaji tentang strategi pasar tradisional di Kota Blitar. Sedangkan penelitian ini akan mengkaji tentang strategi mempertahankan eksistensi, dampak sosial dan ekonomi yang dialami pedagang akibat kehadiran ritel modern berjejaring di Kabupaten Sleman, Yogyakarta.

Kedua, Nurhalima, meneliti tentang “*Strategi Kelangsungan Hidup Pasar Tradisional Kota Yogyakarta Dalam Menghadapi Ekspansi Pasar Modern*” dengan fokus penelitian adalah strategi

¹⁴ Yenika Sri Rahayu, “Strategi Pedagang Pasar Tradisional Menghadapi Persaingan dengan Retail Modern dan Preferensi Kosumen”, *JIM FEB Universitas Brawijaya*, vol.1:2 (2013).

kelangsungan hidup pasar tradisional¹⁵. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini yakni pasar tradisional membutuhkan strategi untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya di tengah ekspansi pasar modern. Pasar tradisional memiliki keterbatasan mutu pelayanan pedagang pasar kepada konsumen dan keterbatasan sarana dan prasarana pasar tradisional. Letak persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti adalah sama-sama meneliti tentang strategi pasar tradisional menghadapi ekspansi pasar modern, namun perbedaannya adalah penelitian Nurhalima mengkaji tentang strategi pasar tradisional secara umum di Kota Yogyakarta belum berfokus pada pasar tradisional tertentu. Sedangkan penelitian ini akan mengkaji tentang strategi pedagang Pasar Sambilegi, dampak sosial dan ekonomi yang dialami pedagang akibat kehadiran ritel modern berjejaring di Kabupaten Sleman, Yogyakarta.

Ketiga, Danar Pada, meneliti tentang “Strategi Pedagang Pasar Tradisional Dalam Menghadapi Ekspansi Pasar Modern Waralaba (Studi Mengenai Strategi Penguatan Modal Sosial Pedagang Pasar Tradisional Sleman di Desa Triharjo, Kecamatan Sleman, Kabupaten Sleman, Yogyakarta)”¹⁶. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil dari ini penelitian ini menunjukkan adanya dampak sosial ekonomi dari kehadiran pasar modern waralaba di sekitar Pasar Tradisional Sleman. Hal ini dapat

¹⁵ Nurhalimah, *Strategi Kelangsungan Hidup Pasar Tradisional Kota Yogyakarta dalam Menghadapi Ekspansi Pasar Modern*, skripsi tidak diterbitkan, (Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada, 2014).

¹⁶ Danar Pada, *Strategi Pedagang Pasar Tradisional Dalam Menghadapi Ekspansi Pasar Modern Waralaba (Studi Mengenai Strategi Penguatan Modal Sosial Pedagang Pasar Tradisional Sleman di Desa Triharjo, Kecamatan Sleman, Kabupaten Sleman, Yogyakarta)*, skripsi tidak diterbitkan, (Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada, 2013).

dilihat dari segi sosial yaitu berkurangnya pengunjung serta suasana keramaian dan segi ekonomi pedagang mengalami penurunan omset. Letak persamaan penelitian peneliti dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang ekspansi toko modern berjejaring atau waralaba, namun perbedaannya adalah penelitian Dinar Pada berfokus pada strategi penguatan modal sosial pedagang pasar tradisional. Sedangkan penelitian ini modal sosial hanya salah satu aspek dalam strategi bertahan. Dalam penelitian ini juga peneliti akan meneliti tentang dampak sosial dan ekonomi yang dialami pedagang akibat kehadiran ritel modern berjejaring di Kabupaten Sleman, Yogyakarta.

Keempat, Muafi, meneliti tentang “Pemaparan dan Focus Group Discussion: Upaya Perumusan Strategi Pembinaan Pasar Rakyat Dalam Menghadapi Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan”¹⁷. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pemaparan dengan pemberian materi dan diskusi dengan teknis FGD. Fokus penelitian ini yaitu upaya untuk merumuskan strategi dan kebijakan. Hasil FGD ini menunjukkan kehadiran dari pasar modern memberikan pengaruh terhadap penurunan kontribusi dan kinerja dari pasar rakyat. Letak persamaan penelitian peneliti dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang strategi pasar rakyat dalam menghadapi toko swalayan, namun penelitian Muafi berfokus pada perumusan kebijakan. Sedangkan penelitian ini akan mengkaji tentang strategi pedagang mempertahankan eksistensi, dampak sosial dan ekonomi yang dialami pedagang akibat kehadiran ritel modern berjejaring di Kabupaten Sleman, Yogyakarta.

¹⁷ Muafi, “Pemaparan dan Focus Group Discussion: Upaya Perumusan Strategi Pembinaan Pasar Rakyat Dalam Menghadapi Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan”, *Jurnal SEMAR*, vol.6:1 (2018).

Dari penelitian-penelitian di atas, telah menunjukkan bahwa penelitian tentang strategi pedagang mempertahankan eksistensi Pasar Sambilegi dalam menghadapi ritel modern berjejaring di Kabupaten Sleman, Yogyakarta masih layak untuk diteliti karena dari penelusuran peneliti belum ditemukan hasil penelitian yang membahas penelitian ini.

G. Kerangka Teori

Kerangka teori digunakan untuk menjawab pertanyaan dari rumusan masalah. Oleh karena itu, agar penelitian ini dapat mempermudah penelitian, maka peneliti memaparkan beberapa teori dari rumusan masalah:

1. Strategi Bertahan (*Survival Strategy*)

Menurut Basu Swastha, istilah strategi memiliki arti suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan, maka strategi ini dibuat berdasarkan suatu tujuan tertentu¹⁸. Selain itu strategi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memiliki makna suatu rencana untuk memperbesar pengaruh terhadap pasar, baik dalam jangka pendek maupun dalam jangka panjang yang didasarkan pada riset pasar, penilaian, perencanaan produk, promosi dan perencanaan penjualan, serta distribusi¹⁹. Jadi, strategi adalah suatu alat untuk mencapai tujuan.

Strategi bertahan (*survival strategy*) ialah langkah-langkah atau strategi yang dilakukan oleh individu atau kelompok dalam suatu masyarakat dengan suatu kondisi yang berkesinambungan serta dibatasi oleh waktu dan tempat yang relatif bagi individu atau

¹⁸ Basu Swastha Dharmmesta, *Manajemen Pemasaran*, (Banten: Universitas Terbuka, 2014), hlm.24.

¹⁹Ebta Setiawan, "Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online", <https://kbbi.web.id/stategi>, diakses tanggal 3 Oktober 2019, Pukul 09:23 WIB.

kelompok tersebut, objek dan tujuan tertentu untuk mempertahankan keberadaannya. Secara sosiologis, konsep strategi bertahan ini dapat diartikan sebagai upaya untuk mempertahankan diri dengan keberadaan yang ada disertai dengan usaha-usaha untuk menuju kemajuan secara berkesinambungan. Dengan kata lain, strategi bertahan yang identik dengan bertahan hidup ini merupakan serangkaian tindakan yang dipilih secara sadar oleh individu dan rumah tangga yang miskin secara sosial ekonomi²⁰. Dengan demikian, peneliti menyimpulkan strategi bertahan dalam penelitian ini merupakan susunan rencana merumuskan cara agar pedagang dapat mempertahankan eksistensi pasar rakyat dalam menghadapi ritel modern berjejaring.

Hunger dan Wheelen menuturkan bahwa strategi dimulai melalui pengamatan terhadap lingkungan. Pengamatan ini dilakukan dengan mempertimbangkan faktor internal dan faktor eksternal. Maka cara yang digunakan untuk melakukan pengamatan ialah dengan menggunakan analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threats). Analisis SWOT digunakan untuk melihat faktor internal yang mencakup kekuatan dan kelemahan, sedangkan faktor eksternal mencakup peluang dan ancaman²¹.

Analisis SWOT sering kali digunakan sebagai alat untuk melahirkan sebuah strategi bisnis. Namun, SWOT diyakini belum terlalu kuat dalam membentuk dasar sebuah strategi. Beberapa ahli berpendapat bahwa sudah saatnya analisis SWOT ini bertransformasi keanalisis SOAR dalam menentukan strategi

²⁰ Resmi Setia, *Gali Tutup Lubang Itu Biasa: Strategi Buruh Menanggulangi Persoalan dari Waktu ke Waktu*, (Bandung: Yayasan Akatiga, 2005), hlm.6.

²¹ Thomas L.Wheelen, J.David Hunger, *Strategic Management and Business Policy:Toward Global Sustainability*, (Waltham: Bentley University, 2014), hlm.16-17.

bisnis. Seperti yang dikemukakan Stavros, Cooperrider, dan Kelly, ketiga ahli ini menawarkan konsep SOAR (Strengths, Opportunities, Aspirations, Results) sebagai alternatif terhadap analisis SWOT, yang berasal dari pendekatan *Appreciative Inquiry* (AI). Pendekatan ini sebelumnya dipopulerkan oleh David Cooperrider pada tahun 1995 dalam bukunya *Introduction to Appreciative Inquiry*²².

Model SOAR mengubah analisis SWOT dalam hal kekurangan (*weakness*) internal organisasi serta ancaman (*threats*) eksternal yang dihadapinya ke dalam aspirasi (*aspiration*) yang dimiliki perusahaan serta hasil (*results*) terukur yang ingin dicapai. Model analisis ini menunjukkan bahwa faktor kekurangan dan ancaman dapat memunculkan perasaan negatif bagi para anggota organisasi, sehingga hal ini menurunkan motivasi mereka untuk berbuat yang terbaik. SOAR (*Strengths, Opportunities, Aspirations, Results*) merupakan strategi bisnis yang berpatokan pada hal-hal positif yang telah dimiliki oleh sebuah usaha untuk dikembangkan dan dijadikan keunggulan utama²³.

- a. *Strength* (S) merupakan segala hal yang menjadi kekuatan dan kemampuan terbesar yang dimiliki, berupa aset baik aset yang berwujud maupun aset yang tidak berwujud yang mampu mendukung keberlangsungan usaha. Tujuan mengetahui kekuatan dalam sebuah usaha adalah untuk memberikan penghargaan terhadap segala hal-hal baik yang dimiliki dan

²² Stavros, J.M., Cooperrider, D., & Kelley, L., 2000. Strategic Inquiry With Appreciative Intent: Inspiration to SOAR!. *AI Practitioner: International Journal of Appreciative Inquiry*, Vol .5 No.4, Hal 10-17, November 2003.

²³ *Ibid.*.

akan selalu dimiliki oleh individu maupun organisasi. Kekuatan akan terus dikembangkan demi kemajuan organisasi maupun individu di masa depan.

b. *Opportunities (O)*

Peluang merupakan bagian dari lingkungan eksternal yang harus dianalisis agar mudah memahami apa yang harus dilakukan agar dapat dimanfaatkan. Peluang akan memberikan manfaat bagi organisasi jika organisasi tersebut mampu meraih peluang tersebut dengan cepat dan tepat. Lingkungan eksternal adalah sebuah wilayah yang penuh dengan berbagai macam kemungkinan dan peluang. Salah satu syarat bagi keberhasilan suatu perusahaan adalah kemampuannya memaksimalkan peluang yang dimiliki. Hal ini menyaratkan adanya cara pandang yang positif dalam memandang lingkungan eksternal yang berubah dengan sangat cepat.

c. *Aspirations (A)*

Seluruh anggota kelompok saling bertukar pendapat untuk menciptakan visi dan misi yang ingin dicapai guna membentuk kepercayaan diri terhadap produk, pasar dan hal apapun yang dikerjakan demi mencapai visi yang diharapkan sehingga muncullah perasaan positif dan semangat dalam meningkatkan kinerja serta pelayanan. Setelah perasaan percaya diri timbul maka dapat dipastikan pemasaran yang besar sekalipun akan mampu memberikan energi positif bagi anggota-anggota dalam hal ini pedagang pasar.

d. *Results* (R)

Berarti menentukan ukuran dari hasil-hasil yang ingin dicapai (measurable results) dalam perencanaan strategis, guna mengetahui sejauh mana pencapaian dari tujuan yang telah disepakati bersama. Agar para anggota organisasi merasa termotivasi dalam usaha mencapai tujuan yang telah ditetapkan ini, maka perlu dirancang sistem pengakuan (recognition) dan *reward* yang menarik.

Adapun perbandingan antara SWOT dan SOAR dideskripsikan dalam tabel di bawah ini²⁴:

Tabel. 1
Perbandingan Antara SWOT dan SOAR

SWOT	SOAR
Fokus pada kelemahan dan gangguan	Fokus pada kekuatan dan peluang
Fokus pada kompetisi dengan tujuan agar lebih baik	Fokus pada kesanggupan untuk menjadi yang terbaik
Peningkatan pendapatan	Inovasi dan meningkatkan nilai
Menghindari pesaing dan membiarkan pemegang saham	Melindungi pemegang saham
Fokus pada analisis untuk perencanaan	Fokus pada perencanaan untuk implementasi
Memperhatikan celah	Memperhatikan hasil

Sumber: Stavros dan Hinrichs

Analisis SOAR bagi perencanaan strategis dimulai dengan *initiate* (keputusan untuk memilih SOAR). Langkah selanjutnya ialah penyelidikan (*inquiry*) dengan menggunakan pertanyaan positif guna mempelajari nilai-nilai inti, visi, kekuatan, dan *inquiry*

²⁴ Jacqueline M. Stavros and Gina Hinrichs, *The Thin Book of SOAR: Building Strengths- Based Strategy*, (T. t.: Thin Book Publishing, 2009), hlm. 12.

agar terciptanya pertanyaan positif sehingga dapat mempelajari nilai-nilai inti, visi, kekuatan, dan peluang potensial setiap anggota organisasi. Hal ini dilakukan guna berimajinasi dalam merancang masa depan yang diharapkan. Dalam fase ini, nilai-nilai diperkuat, serta visi dan misi diciptakan. Sasaran jangka panjang dan *alternative strategy* serta rekomendasi ditentukan untuk diumumkan²⁵.

Selanjutnya adalah inovasi perancangan bersama saran jangka pendek, rencana taktikal dan fungsional, program, sistem, dan struktur yang terintegrasi untuk mencapai tujuan masa depan yang diharapkan. *Inspire to implement* dilakukan sebagai sistem pengakuan dan penghargaan sehingga munculah *initiate* dalam bentuk keputusan organisasi untuk melakukan *SOAR framework* pada peluang potensial. Dalam fase ini, pandangan-pandangan dari setiap anggota organisasi dihargai dan diapresiasi. Selain itu, penyelidikan-penyelidikan juga dilakukan untuk memahami secara utuh nilai-nilai yang dimiliki oleh para anggota organisasi serta hal-hal terbaik yang pernah terjadi di masa lalu²⁶.

Kemudian anggota organisasi dibawa masuk kedalam fase imajinasi, sehingga anggota organisasi tersebut memanfaatkan waktunya untuk bermimpi dan merancang masa depan yang diharapkannya. Dalam fase ini, nilai-nilai diperkuat, visi dan misi diciptakan. Selain itu, sasaran jangka panjang dan alternatif strategis serta rekomendasi juga diumumkan. Fase selanjutnya adalah inovasi, yaitu dimulainya perancangan sasaran jangka

²⁵ Jacqueline M. Stavros and Gina Hinrichs, *The Thin Book of SOAR: Building Strengths-Based Strategy*, (T. t.: Thin Book Publishing, 2009), hlm. 29.

²⁶ *Ibid.*.

pendek, rencana taktikal dan fungsional, program, sistem, dan struktur yang terintegrasi untuk mencapai tujuan masa depan yang diharapkan. Agar mendapatkan hasil terbaik serta terukur, karyawan harus diberikan inspirasi melalui sistem pengakuan dan penghargaan. Disisi lain, SOAR juga selalu melibatkan *stakeholder* dalam menentukan strategi yang akan digunakan dalam pengembangan usaha demi kelancaran masa depan usaha organisasi terkait²⁷.

Selain itu, terdapat matriks (kerangka atau bagan) analisis SOAR yang terbagi dalam 4 (empat) kondisi sebagai berikut²⁸:

Tabel. 2
Matriks SOAR

Internal Eksternal	Strength Faktor-faktor kekuatan internal	Opportunities Peluang-peluang eksternal
Aspirasi Faktor-faktor harapan dari internal	Strategi SA Menciptakan strategi dengan menggunakan kekuatan untuk mencapai aspirasi	Strategi OA Menciptakan strategi yang berorientasi kepada aspirasi yang diharapkan dapat memanfaatkan peluang
Result Hasil-hasil yang terukur agar dapat diwujudkan	Strategi SR Menciptakan strategi berdasarkan kekuatan agar mencapai hasil yang terukur	Strategi OR Strategi yang berorientasi pada kesempatan untuk mencapai visi

Sumber: Stavros, 2009

Dengan demikian, upaya pedagang dalam mempertahankan eksistensi pasar rakyat tampak sejalan dengan teori Stavros,

²⁷ *Ibid.*.

²⁸ *Ibid.*.

Cooperrider, dan Kelly. Sebelum menentukan strategi, pedagang pasar rakyat terlebih dahulu melakukan pengamatan terhadap lingkungan dengan menganalisis aspek-aspek seperti kekuatan, peluang, aspirasi, dan hasil.

Setelah melakukan analisis, langkah selanjutnya yaitu memformulasikan strategi yang bertujuan untuk manajemen efektif dari faktor internal (kekuatan dan peluang), faktor eksternal (aspirasi dan hasil) serta pengembangan jangka panjang. Berikut langkah-langkah memformulasikan strategi²⁹:

- a. Penguatan Kelembagaan Pasar (*Social Capital*)
- b. Peningkatan Kapasitas SDM Pasar
- c. Modal dan Manajemen Keuangan Pedagang Pasar

Jadi, dapat disimpulkan bahwa strategi bertahan atau *survival strategy* adalah strategi yang dilakukan oleh individu atau kelompok masyarakat pada kondisi yang dibatasi waktu dan tempat dengan tujuan mempertahankan keberadaannya. Strategi bertahan pedagang pasar yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu melindungi ruang publik dan privat pedagang untuk melawan tekanan dari ekonomi pasar, karena pasar rakyat menjadi sandaran hidup banyak orang sehingga harus diperjuangkan eksistensinya.

2. Pasar Rakyat dan Pasar Modern

Pasar merupakan tempat untuk melakukan aktivitas jual beli barang yang mana di dalamnya terdapat penjual yang jumlahnya lebih dari satu orang. Pasar sendiri terbagi dalam beberapa jenis dan memiliki banyak sebutan, seperti pasar rakyat,

²⁹ Tim Sekolah Pasar, *Sekolah Pasar Rakyat: Dari Pasar Rakyat Merebut Kedaulatan*, (Yogyakarta: Pusat Studi Ekonomi Kerakyatan UGM, 2012), hlm.121-122.

pusat perbelanjaan, pertokoan, mall maupun sebutan lainnya. Pasar rakyat adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Pemerintah Desa, Swasta, Badan Usaha Miliki Negara, Badan Usaha Miliki Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dan tempat usahanya berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi yang memiliki usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar³⁰.

Di sela-sela berkembangnya pasar rakyat, pasar modern pun muncul seiring dengan berkembang pesatnya teknologi komunikasi dan informasi yang diikuti pula oleh berkembangnya kebutuhan masyarakat. Pasar sebagai penyedia kebutuhan masyarakat dituntut untuk mampu berkembang mengikuti arus modernisasi, sehingga hal ini menjadi alasan munculnya pasar dengan penampilan fisik yang megah dan permanen. Selain itu, pasar menawarkan penampilan yang semarak, bersih, nyaman, dan berselera tinggi³¹. Perlu diketahui, saat ini pasar modern sudah menyebar di seluruh Indonesia dan menjadi *trend* tempat belanja masyarakat, seperti halnya mall, plaza, pasar swalayan, dan ritel atau toko.

Pasar ritel berasal dari bahasa Perancis, yaitu *ritellier* yang artinya memotong atau memecah sesuatu. Dalam bahasa Indonesia, kata ritel atau riteil berarti eceran atau pedagang eceran dan peritel atau *retailer* yang berarti pengecer atau pengusaha perdagangan

³⁰ Peraturan Daerah Kabupaten Sleman Nomor: 14 Tahun 2019.

³¹ Sumintarsih, *Eksistensi Pasar Tradisional: Relasi dan Jaringan Pasar Tradisional di Kota Surabaya-Jawa Timur*, (Yogyakarta: Balai Pelestari Sejarah dan Nilai Tradisional Yogyakarta, 2011), hlm.15.

eceran. Pada awalnya, bisnis ritel merupakan bisnis lokal dengan manajemen yang sederhana dan modalnya kecil. Oleh karena itu, orang yang melakukan bisnis seperti ini disebut sebagai peritel tradisional.

Kini, telah banyak peritel dengan modal besar yang memiliki produk lengkap mampu menguasai sistem informasi. Tumbuh-kembang bisnis ini secara global terjadi melalui ekspansi dari berbagai negara untuk memasuki peluang pasar. Penguasaan atas sistem informasi dan manajemen yang modern serta adanya kebijakan perdagangan internasional membuat peritel ini dengan mudah masuk ke Indonesia. Peritel ini disebut sebagai peritel modern, seperti: Carrefour, Giant, Walt Mart, Lotter Mart, dan lain-lain. Saat ini, struktur pada industri ritel di Indonesia diklasifikasikan sebagai berikut: Mikro, Kecil, Menengah, dan Besar dengan membedakan sisi aset, penjualan, dan batasan luas usaha³².

Menurut Awan, ritel modern merupakan etalasi distribusi pabrikan besar yang dikuasai oleh pemodal besar, termasuk sebagian besar kepemilikannya berasal (dimiliki) pihak luar. Sepintas ekspansi ritel modern menawarkan kenyamanan, kepraktisan, dan kemurahan harga, tetapi ia pula yang potensial membuat ketergantungan. Oleh karena itu, pemerintah di negara

³² Dedie S. Martadisastra, "Persaingan Usaha Ritel Modern dan Dampaknya Terhadap Pedagan Kecil Tradisional", *Jurnal Persaingan Usaha Komisi Pengawas Persaingan Usaha Republik Indonesia*, vol.4:1 (2010).

maju seperti Inggris, Perancis, Belanda, Jepang, dan Korea Selatan membatasi ekspansi ritel modern luar negeri³³.

3. Dampak Ekonomi dan Sosial

Dampak dalam undang-undang Lingkungan Hidup pasal 1 butir 9 adalah perubahan lingkungan yang disebabkan oleh suatu kegiatan. Sedangkan yang dimaksud dengan lingkungan menurut Bintarto yang dikutip oleh Sudarmo yaitu lingkungan fisik dan non fisik. Lingkungan fisik meliputi penggunaan, kepemilikan dan penguasaan lahan. Lingkungan non fisik adalah lingkungan dalam masyarakat yang meliputi aspek sosial, ekonomi, dan budaya³⁴.

Menurut Surito Hardoyo yang dikutip oleh Sudarmo, dampak mempunyai dua sifat, yaitu primer dan sekunder. Dampak primer adalah perubahan lingkungan yang disebabkan langsung oleh keadaan. Sedangkan sifat sekunder yaitu perubahan pada lingkungan secara tidak langsung dari suatu kegiatan. Dampak primer maupun sekunder akan memberikan dampak yang positif dan negatif³⁵.

Adapun dampak sosial dan ekonomi menurut Gunarwan meliputi komponen-komponen sebagai berikut³⁶:

- a. Pola perkembangan Penduduk
- b. Pola perpindahan

³³ Awan Santosa, "Membatasi Ritel Modern?", <https://www.sekolahpasar.org/membatasi-ritel-modern/>, diakses tanggal 3 Oktober 2019, Pukul 10:05 WIB.

³⁴ Sudarmo Ali Murtolo, *Dampak Pembangunan Ekonomi (Pasar) Terhadap Kehidupan Sosial Budaya Masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta (Studi Kasus Pertanian Salak Pondoh Desa Bangunkerto)*, (Yogyakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan DIY, 1995), hlm.87.

³⁵ *Ibid.*, hlm.87.

³⁶ F Gunarwan Suratmo, *Analisis Mengenai Dampak Lingkungan*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2004), hlm.116-117.

- c. Pola perkembangan ekonomi
- d. Penyerapan tenaga kerja
- e. Berkembangnya struktur ekonomi
- f. Peningkatan pendapatan masyarakat
- g. Perubahan lapangan kerja
- h. Kesehatan masyarakat

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya dampak merupakan perubahan lingkungan dan disebabkan oleh suatu kegiatan. Maka untuk mengetahui dampak sosial dan ekonomi yang dialami pedagang akibat kehadiran ritel modern berjejaring di Kabupaten Sleman menggunakan indikator sebagai berikut:

- a. Tingkat pendapatan pedagang pasar
- b. Kesejahteraan sosial pedagang pasar

H. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pasar Sambilegi, Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Alasannya adalah:

- a. Pedagang di Pasar Sambilegi memiliki Paguyuban yang aktif dalam melakukan pemberdayaan anggotanya dan juga memiliki koperasi pasar yang dikelola secara mandiri oleh pedagang. Keaktifan ini terlihat dari kerjasama dengan Sekolah Pasar Rakyat Mubyarto Institute. Selain itu, Pasar Sambilegi juga bekerjasama dengan Universitas Mercu Buana Yogyakarta dalam hal Kuliah Kerja Nyata (KKN) tematik pasar untuk mahasiswa kelas karyawan.

- b. Pedagang mempunyai strategi kreatif dalam mempertahankan eksistensi Pasar Sambilegi dalam menghadapi ritel modern berjejaring. Strategi tersebut lahir karena saat ini daya beli masyarakat terhadap pasar rakyat semakin menurun. Hal ini disinyalir karena masifnya pendirian ritel modern berjejaring di Kabupaten Sleman.

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian tentang strategi pedagang mempertahankan eksistensi Pasar Sambilegi dalam menghadapi ritel modern berjejaring ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan ini dipilih karena beberapa alasan yaitu: *Pertama*, menyesuaikan metode kualitatif lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan jamak. *Kedua*, metode ini menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dan responden. *Ketiga*, metode ini lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh bersama terhadap pola-pola nilai yang dihadapi³⁷.

3. Subyek Penelitian

Subyek penelitian adalah orang-orang menjadi sumber informasi yang memberikan data sesuai dengan masalah yang diteliti oleh peneliti³⁸. Oleh sebab itu, subyek penelitian dalam penelitian ini harus memiliki kriteria sebagai berikut: informan merupakan pedagang Pasar Sambilegi yang merupakan pengurus Paguyuban Pedagang Pasar Sambilegi, pedagang Pasar Sambilegi yang merupakan Pengurus Koperasi Pedagang Pasar Sambilegi,

³⁷ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), hlm. 9-10.

³⁸ Tatang M Amirin, *Menyusun Rencana Penelitian*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1988), hlm. 135.

anggota Paguyuban Pasar Sambilegi (pedagang pasar non pengurus), dan Pengelola Pasar Sambilegi. Berdasarkan kriteria tersebut, maka subyek penelitian ini ialah pengurus paguyuban pedagang, pengurus koperasi pedagang, anggota paguyuban, dan pengelola Pasar Sambilegi.

4. Data dan Sumber Data

Data dan sumber data dalam penelitian ini, peneliti menyajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel. 3
Data dan Sumber Data

No	Masalah yang Diajukan	Data yang Dibutuhkan	Metode Pengumpulan Data	Sumber Data
1.	Strategi Pedagang Mempertahankan Pasar Sambilegi dalam Menghadapi Ritel Modern Berjejaring di Kabupaten Sleman, Yogyakarta	1. Analisis SOAR. 2. Penguatan Kelembagaan Pasar. 3. Peningkatan Kapasitas Sumber Daya Manusia Pedagang Pasar. 4. Modal dan Manajemen Keuangan Pedagang Pasar	Wawancara, Observasi dan Dokumentasi	Pengurus Paguyuban dan Koperasi Pasar Sambilegi, Anggota Paguyuban Pasar Sambilegi, Pengelola Pasar Sambilegi dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Sleman

2.	Dampak Sosial dan Ekonomi yang dialami Pedagang Akibat Kehadiran Ritel Modern Berjejaring di Kabupaten Sleman, Yogyakarta	1. Tingkat Pendapatan Pedagang Pasar (pasca kehadiran ritel modern berjejaring) 2. Tingkat Kesejahteraan Sosial Pedagang Pasar (pasca kehadiran ritel modern berjejaring)	Wawancara, Observasi dan Dokumentasi	Pengurus Paguyuban dan Koperasi Pasar Sambilegi, Anggota Paguyuban Pasar Sambilegi
----	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------

5. Penentuan Informan

Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan teknik *purposive*, yakni menggunakan pertimbangan khusus untuk menentukan informan yang dijadikan sampel. Teknik yang digunakan dalam penelitian yaitu teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria. Penentuan informan berdasarkan kriteria adalah dengan meninjau kembali dan mengkaji semua kasus yang cocok dengan suatu kriteria yang sudah ditentukan sebelumnya³⁹. Adapun kriteria informan untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Informan merupakan Ketua Paguyuban Pedagang Pasar Sambilegi.
- b. Informan merupakan Ketua Koperasi Pedagang Pasar Sambilegi.

³⁹ Michael Quinn Patton, *Metode Evaluasi Kualitatif*, (Yogyakarta: Pustakan Pelajara, 2009), hlm.90.

- c. Informan merupakan Pengurus Koperasi Pedagang Pasar Sambilegi yang aktif mengikuti kegiatan di koperasi, seperti mengikuti rapat rutin setiap bulan.
- d. Informan merupakan anggota Paguyuban Pedagang Pasar Sambilegi yang aktif mengikuti kegiatan di paguyuban.
- e. Informan merupakan pengelola pasar yang bertugas di Pasar Sambilegi lebih dari 20 tahun sehingga paham dengan baik mengenai perkembangan pasar.

Berikut nama-nama informan yang menjadi sampel dalam penelitian ini, antara lain:

- a. Harun Ar Rasyid Hasibuan, selaku ketua Paguyuban Pedagang Pasar Sambilegi.
- b. Naimatul Wardiah, selaku ketua Koperasi Pedagang Pasar Sambilegi.
- c. Tri Muhyani, selaku pengurus Koperasi Pedagang Pasar Sambilegi.
- d. Muji Lestari, selaku anggota Paguyuban Pedagang Pasar Sambilegi.
- e. Mujiyana, selaku pengelola pasar dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Sleman yang telah bekerja di Pasar Sambilegi selama 22 tahun.

Informan-informan di atas merupakan informan yang berkaitan dengan penelitian ini. Terdapat tiga penggolongan dari informan di atas. Pertama, pedagang Pasar Sambilegi (anggota paguyuban pedagang Pasar Sambilegi). *Kedua*, pedagang Pasar Sambilegi yang menjadi pengurus Paguyuban Pedagang dan Koperasi Pedagang Pasar Sambilegi. *Ketiga*, pengelola Pasar

Sambilegi (Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Sleman).

6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Secara umum, teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara, pengamatan, dan studi dokumentasi⁴⁰.

Pertama, teknik wawancara. Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) dan terwawancara (*interviewee*). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara terstruktur dan wawancara tak terstruktur. Wawancara terstruktur yaitu pewawancara menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan yang akan diajukan dengan tujuan untuk mencari jawaban terhadap hipotesis kerja. Wawancara tak terstruktur cirinya kurang diinterupsi dan arbitrer. Pertanyaan tidak disusun terlebih dahulu, tetapi disesuaikan dengan keadaan yang unik dari responden. Pelaksanaannya mengalir seperti dalam percakapan sehari-hari⁴¹. Adapun data yang akan digali dengan teknik ini adalah strategi serta dampak sosial dan ekonomi yang dialami pedagang akibat kehadiran ritel modern berjejaring di Kabupaten Sleman, Yogyakarta.

Kedua, teknik observasi yaitu pengamatan dan pencatatan secara langsung dengan teliti. Teknik pengamatan dalam penelitian

⁴⁰ *Ibid.*, hlm.138

⁴¹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), hlm. 190-191

ini adalah pengamat sebagai pemeran serta yaitu pengamat secara terbuka diketahui secara umum bahkan ia disponsori oleh para subjek⁴². Hal ini dapat dilakukan karena peneliti juga ikut dalam kegiatan Koperasi Pasar Rakyat Sambilegi.

Ketiga, teknik dokumentasi. Dokumen ialah file, tulisan, artefak yang berada di tempat penelitian. Sifat utama dari data ini memberi peluang kepada peneliti untuk mengetahui hal-hal yang pernah terjadi.

7. Teknik Validitas Data

Dalam mengukur keabsahan data terdapat beberapa teknik kriteria seperti kredibilitas (derajat kepercayaan). Berikut beberapa teknik pemeriksaannya yaitu perpanjangan keikut-sertaan, ketekunan pengamatan, triangulasi, pengecekan sejawat, kecukupan referensial, kajian kasus negatif, dan pengecekan anggota⁴³. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pemeriksaan triangulasi.

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain, di luar data untuk keperluan pengecekan atau perbandingan data. Pemeriksaan melalui sumber lain yang banyak digunakan dalam penelitian. Menurut Denzim yang dikutip oleh Moleong, terdapat empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyelidikan, dan teori. Pada penelitian ini, peneliti memilih teknik pemeriksaan yang memanfaatkan sumber dan metode.

⁴²*Ibid.*, hlm.177.

⁴³*Ibid.*, hlm.326-327

Menurut Patton yang dikutip oleh Moleong, triangulasi sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian. Hal tersebut dapat dicapai dengan beberapa langkah yang dilakukan. Pertama, membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara. Kedua, membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi. Ketiga, membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu. Keempat, membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, dan orang pemerintahan. Kelima, membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan⁴⁴.

Menurut Patton yang dikutip oleh Moleong, triangulasi dengan metode memiliki dua strategi. Pertama, pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data. Kedua, pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama⁴⁵.

8. Analisis Data

Menurut Patton sebagaimana dikutip Moleong, analisis data ialah proses mengatur urutan data, mengorganisirnya kedalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar⁴⁶. Proses analisis dimulai sejak data dikerjakan secara intensif sesudah

⁴⁴*Ibid.*, hlm.330-331.

⁴⁵*Ibid.*, hlm.331.

⁴⁶*Ibid.*, hlm.280

meninggalkan lapangan penelitian. Dalam menganalisis data harus secepatnya dilakukan dan jangan menunggu data menjadi kedaluwarsa.

Analisis data memiliki 3 (tiga) model, yaitu Metode Perbandingan Tetap (Constant Comparative Method), Metode Analisis Data menurut Spradley dan Metode Analisis Data menurut Miles dan Huberman⁴⁷. Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis data menurut Miles dan Huberman. Model analisisnya dikenal sebagai model analisis interaktif yang memiliki tiga komponen utama, yakni sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses pemilihan data-data kasar dari lapangan. Proses ini berlangsung dari awal sampai akhir penelitian.

b. Penyajian Data

Penyajian data adalah suatu kumpulan informasi yang disusun oleh peneliti untuk ditarik menjadi sebuah kesimpulan. Seperti teks naratif, tabel maupun gambar merupakan bentuk dari penyajian data dan dapat mempermudah peneliti dalam membacanya.

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah satu kegiatan dari konfigurasi yang utuh, maka kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian itu berlangsung. Sederhananya melakukan verifikasi untuk membuat kesimpulan.

⁴⁷*Ibid.*, hlm.287.

Ketiga komponen diatas merupakan kesatuan sehingga dapat menghasilkan sebuah analisis. Peneliti melakukan langkah analisis untuk menjawab rumusan masalah yang peneliti buat.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika dalam penulisan skripsi ini direncanakan dibagi menjadi 4 (empat) bab, yang mana di dalamnya terdapat sub-sub sebagai berikut:

- Bab I : Pendahuluan, yaitu mengenai pembahasan perihal penegasan judul, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian serta sistematika pembahasan.
- Bab II : Gambaran umum letak geografis wilayah penelitian, perkembangan Pasar Sambilegi, sejarah berdirinya Pasar Sambilegi, struktur organisasi, jumlah anggota Pasar Sambilegi, visi dan misi, dan kegiatan Pasar Sambilegi.
- Bab III : Pada bab ini peneliti memulai dengan penjelasan sejarah singkat tentang Pasar Sambilegi. Selanjutnya penulis menjelaskan perihal strategi pedagang Pasar Sambilegi, dampak sosial dan ekonomi yang dialami pedagang akibat kehadiran ritel modern berjejaring di Kabupaten Sleman, Yogyakarta.
- Bab IV : Bab ini adalah bab penutup, yang terdiri dari kesimpulan dan saran-saran yang membangun.

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan di atas maka penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi pedagang mempertahankan eksistensi Pasar Sambilegi dalam menghadapi ritel modern berjejaring di Kabupaten Sleman, Yogyakarta melalui:
 - a. Penguatan Kelembagaan Pasar (*Social Capital*)
 - 1) Mengoptimalkan paguyuban dan koperasi pedagang pasar.
 - 2) Menampung saran dan aspirasi dari seluruh pedagang untuk disampaikan ke Pengelola Pasar Sambilegi sehingga dapat diimplementasikan.
 - b. Peningkatan Kapasitas SDM Pasar
 - 1) Pelatihan untuk pedagang pasar oleh Sekolah Pasar dari Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Sleman.
 - 2) Pendampingan terhadap pedagang pasar dari Sekolah Pasar.
 - 3) Intervensi dari BPOM kepada pedagang Pasar Sambilegi terkait cara memeriksa bahan makanan berbahaya.
 - c. Modal dan Manajemen Keuangan Pasar
Penyediaan koperasi pedagang pasar, yakni Koperasi Al-Mawaddah sebagai sarana memutar uang pedagang Pasar Sambilegi yang tergabung dan menjadi anggota koperasi. Di koperasi, pedagang bisa menyimpan uangnya untuk modal usahanya.

2. Dampak sosial dan ekonomi yang dialami pedagang akibat kehadiran ritel modern berjejaring di Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Rata-rata pedagang mengalami penurunan pendapatan ketika berdagang di Pasar Sambilegi, namun mereka merasa hal tersebut tidak berpengaruh terhadap kesejahteraan hidupnya.
 - a. Tingkat pendapatan pedagang pasar
Rata-rata pedagang Pasar Sambilegi mengalami penurunan pada pendapatannya di pasar, karena turunnya jumlah konsumen di Pasar Sambilegi yang dipengaruhi oleh perkembangan ekonomi dan masyarakat yang gaya hidupnya semakin modern, sehingga lebih senang berbelanja di ritel modern dibandingkan berbelanja di pasar rakyat seperti Pasar Sambilegi.
 - b. Kesejahteraan sosial pedagang pasar
Menurunnya pendapatan pedagang Pasar Sambilegi akibat persaingan dengan ritel modern berjejaring tidak memengaruhi kesejahteraan sosial pedagang pasar. Kebanyakan dari mereka tetap memanjatkan puji syukur atas rezeki yang mereka dapatkan di pasar. Kehangatan suasana di pasar, membuat para pedagang merasa nyaman dan senang, sehingga mereka menikmati aktivitasnya berjualan di pasar.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan di atas, maka saran dari penulis adalah:

1. Pedagang Pasar Sambilegi
 - a. Pedagang harus bersikap ramah-tamah kepada konsumen dan memberikan *service* atau pelayanan seperti mengantarkan

barang belanjaan sampai ke parkirannya maupun melayani konsumen lewat *online*.

- b. Pedagang diharapkan mampu menjaga komitmen untuk tidak menjual makanan yang mengandung bahan berbahaya seperti formalin dan boraks.
2. Pengurus Paguyuban Pedagang Pasar Sambilegi
 - a. Melakukan evaluasi kegiatan dari Paguyuban Pedagang Pasar Sambilegi bersama pengurus dan anggota setiap bulannya.
 - b. Paguyuban diharapkan mampu melakukan kaderisasi kepengurusan sehingga ada penerus selanjutnya. Dengan demikian, pedagang lainnya yang belum menjadi pengurus memiliki kesempatan yang sama untuk berproses di paguyuban.
 - c. Selalu berkoordinasi dengan pihak Pengelola Pasar Sambilegi untuk menyampaikan saran dan aspirasi dari pedagang.
 3. Pengurus dan Anggota Koperasi Pedagang Pasar Sambilegi “Al-Mawaddah”
 - a. Melakukan evaluasi koperasi pedagang dalam kegiatan usaha yang dijalankannya (simpan pinjam) bersama pengurus dan anggota Koperasi Pedagang Pasar Sambilegi “Al-Mawaddah”.
 - b. Selalu berkoordinasi dengan pihak paguyuban, pengelola pasar, dinas terkait maupun pihak swasta tentang perkoperasian di Pasar Sambilegi.
 - c. Mengajak pedagang Pasar Sambilegi lainnya untuk bergabung menjadi anggota koperasi.

4. Pengelola Pasar Sambilegi
 - a. Seharusnya Pengelola Pasar Sambilegi mengadakan evaluasi terkait aktivitas berdagang bersama pengurus paguyuban pasar, koperasi pedagang pasar, dan pedagang pasar sehingga Pasar Sambilegi dapat tertata dengan baik.
 - b. Mengadakan pertemuan bersama dengan pengurus paguyuban pedagang, koperasi pedagang pasar, dan pedagang untuk *urun rembuk* (diskusi) dalam menghadapi berbagai permasalahan di Pasar Sambilegi.
5. Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Sleman
 - a. Dukungan Dinas Perdagangan dan Perindustrian tidak hanya terkait fasilitas saja, namun juga harus ada dedikasi untuk turut serta menjaga eksistensi pasar rakyat yang saat ini keberadaannya terus tergusur oleh ritel modern.
 - b. Dinas Perdagangan dan Perindustrian seharusnya melakukan monitoring dan evaluasi terhadap program pendampingan pasar rakyat khususnya di Pasar Sambilegi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananta Heri Pramono, dkk.. 2011. *Menahan Serbuan Pasar Modern: Strategi Perlindungan dan Pengembangan Pasar Tradisional*. Yogyakarta: Lembaga Ombudsman Swasta DIY.
- Basu Swastha Dharmmesta. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Banten: Universitas Terbuka.
- F Gunarwan Suratmo. 2004. *Analisis Mengenai Dampak Lingkungan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Juliansyah Noor. 2011. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group.
- Lexy J. Moleong. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Jacqueline M. Stavros and Gina Hinrichs. 2009. *The Thin Book of SOAR: Building Strengths- Based Strategy*. T. t.: Thin Book Publishing.
- Sudarmo Ali Murtolo. 1995. *Dampak Pembangunan Ekonomi (Pasar) Terhadap Kehidupan Sosial Budaya Masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta (Studi Kasus Pertanian Salak PONDOK DESA BANGUNKERTO)*. Yogyakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan DIY.
- Sumintarsih, dkk.. 2011. *Eksistensi Pasar Tradisional: Relasi dan Jaringan Pasar Tradisional di Kota Surabaya-Jawa Timur*. Yogyakarta: Balai Pelestari Sejarah dan Nilai Tradisional Yogyakarta.
- Tatang M Amirin. 1988. *Menyusun Rencana Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

- Thomas L.Wheelen, J.David Hunger. 2014. *Strategic Management and Business Policy: Toward Global Sustainability*. Waltham: Bentley University.
- Tim Sekolah Pasar. 2012. *Sekolah Pasar Rakyat: Dari Pasar Rakyat Merebut Kedaulatan*. Yogyakarta: Pusat Studi Ekonomi Kerakyatan UGM.
- Yuniata Rusanti. 2018. *Profil Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Dedie S. Martadisastra, “Persaingan Usaha Ritel Modern dan Dampaknya Terhadap Pedagang Kecil Tradisional”, *Jurnal Persaingan Usaha Komisi Pengawas Persaingan Usaha Republik Indonesia*, vol.4:1 (2010).
- Muafi, “Pemaparan dan *Focus Group Discussion*: Upaya Perumusan Strategi Pembinaan Pasar Rakyat Dalam Menghadapi Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan”, *Jurnal SEMAR*, vol.6:1 (2018).
- Revrisond Baswir, “Ekonomi Kerakyatan vs. Neoliberalisme”, *Gema Keadilan*, vol. 2:1 (2015).
- Stavros, J.M., Cooperrider, D., & Kelley, L., 200. Strategic Inquiry With Appreciative Intent: Inspiration to SOAR!. *AI Practitioner: International Journal of Appreciative Inquiry*, vol.5:4, November 2003.
- Yenika Sri Rahayu, “Strategi Pedagang Pasar Tradisional Menghadapi Persaingan dengan Retail Modern dan Preferensi Kosumen”, *JIM FEB Universitas Brawijaya*, vol.1:2 (2013).
- Danar Pada. 2013. *Strategi Pedagang Pasar Tradisional Dalam Menghadapi Ekspansi Pasar Modern Waralaba (Studi Mengenai Strategi Penguatan Modal Sosial Pedagang Pasar Tradisional Sleman di DesaTriharjo, Kecamatan Sleman, Kabupaten Sleman,*

Yogyakarta), skripsi tidak diterbitkan. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.

Nurhalimah. 2014. *Strategi Kelangsungan Hidup Pasar Tradisional Kota Yogyakarta dalam Menghadapi Ekspansi Pasar Modern*, skripsi tidak diterbitkan. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.

Dokumen Pengelola Pasar Sambilegi Tahun 2019.

Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2009.

Peraturan Daerah Kabupaten Sleman Nomor: 14 Tahun 2019.

Awan Santosa, “Membatasi Ritel Modern?”, <https://www.sekolahpasar.org/membatasi-ritel-modern/>, diakses tanggal 3 Oktober 2019, Pukul 10:05 WIB.

Ebta Setiawan, “Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online”, <https://kbbi.web.id/stategi>, diakses tanggal 3 Oktober 2019, Pukul 09:23 WIB.

Ebta Setiawan, “Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online”, <https://kbbi.web.id/dagang>, diakses tanggal 3 Oktober 2019, Pukul 10:36 WIB.

Ekonomi dan Perdagangan, “Banyaknya Minimarket, Super/Hypermarket, dan Pusat Perbelanjaan Menurut Kecamatan di Kabupaten Sleman, 2016”, <https://slemankab.bps.go.id/statictable/2017/11/16/275/banyaknya-minimarket-super-hypermarket-dan-pusat-perbelanjaan-menurut-kecamatan-di-kabupaten-sleman-2016.html>, diakses tanggal 5 Oktober 2010, Pukul 09.30 WIB.

Ringkang Gumiwang, “Alfamart Vs Indomaret: Siapa Lebih Pesat”, <https://tirto.id/alfamart-vs-indomaret-siapa-lebih-pesat-dlvo>, diakses tanggal 19 November 2019, Pukul 00:43 WIB.

Victorian Sat Prayoto, “Lindungi Toko Klontong, Sleman Atur Ulang
Toko Modern”
<https://www.antaraneews.com/berita/741658/lindungi-toko-kelontong-sleman-atur-ulang-toko-modern>, diakses tanggal 19
November 2019, Pukul 01:01 WIB.



LAMPIRAN



Foto peneliti yang sedang wawancara dengan Tri Muhyani selaku Bendahara Koperasi Pedagang Pasar Sambilegi “Al-Mawaddah”



Foto peneliti yang sedang wawancara dengan Harun Ar Rasyid Hasibuan selaku Ketua Paguyuban Pedagang Pasar Sambilegi



Kondisi Pasar Sambilegi di bagian kelompok penjual ikan, ayam, dan daging



Kondisi Pasar Sambilegi di bagian kelompok penjual sayur-sayuran dan jajanan pasar



Foto peneliti yang sedang wawancara dengan Naimatul Wardiah selaku Ketua Koperasi Pedagang Pasar Sambilegi “Al-Mawaddah”



Foto peneliti yang sedang wawancara dengan Mujiyana selaku Pengelola Pasar Sambilegi “Al-Mawaddah”

CURRICULUM VITAE



A. Identitas Diri

Nama Lengkap : Nasrudin Muzakki
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat, Tanggal Lahir : Bantul, 21 November 1994
Alamat Asal : Bembem RT 05, Trimulyo, Jetis, Bantul
Alamat Tinggal : Bembem RT 05, Trimulyo, Jetis, Bantul
Email : nasrudinmuzakki@gmail.com
No. HP : 089503417645

B. Latar Belakang Pendidikan Formal

Jenjang	Nama Sekolah	Tahun
SD	SD Negeri Kembangsono	2001-2007
SMP	SMP Negeri 1 Pleret	2007-2010
SMK	SMK Negeri 1 Pleret	2010-2013
S1	UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	2016-2020

C. Pengalaman Organisasi

1. Ketua Sekolah Pasar Rakyat
2. Ketua Karang Taruna Unit Desa
3. Pengurus Karang Taruna Bhakti Remaja Desa Trimulyo
4. Pengurus UKM Kordiska UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
5. Himpunan Mahasiswa Program Studi (HMPS) - Pengembangan Masyarakat Islam

6. Fasilitator Laboratorium Pemberdayaan Masyarakat Prodi Pengembangan Masyarakat Islam FDK UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
7. Anggota Mubyarto Institute
8. Anggota Forum Peduli Pasar Rakyat (FPPR)
9. Anggota IPNU-IPPNU Jetis
10. Anggota Forum Taman Bacaan Masyarakat (FTBM) Bantul
11. Anggota Keluarga Mahasiswa Bantul (KMB)

D. Penghargaan

1. Narasumber di RRI Yogyakarta dalam acara RADIO MASUK PASAR “Peluang dan Tantangan Pasar Rakyat Menghadapi Ancaman Krisis Ekonomi” (2018)
2. Narasumber Pengelolaan Koperasi yang diselenggarakan oleh kelompok KKN Mercu Buana Yogyakarta (2018 dan 2019)
3. Asisten Peneliti Pusat Studi Ekonomi Kerakyatan UGM pada penelitian pasar rakyat di Sumatera Barat “Kajian Penyusunan Model Penerapan Demokrasi Ekonomi (Ekonomi Kerakyatan) Dalam Mengelola Pasar Rakyat Berbasis Budaya Lokal” (2018)
4. Penelitian Bantuan Dana Riset BPOPTN oleh Kemenristekdikti (2019)
5. Fasilitator Pelatihan Pengelolaan Sampah yang diselenggarakan oleh kelompok KKN UIN Sunan Kalijaga di Gunung Kidul (2018)
6. Ketua Pekan Raya UKM Kordiska UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta “Milad UKM Kordiska yang ke-27” (2018)

E. Pengabdian Masyarakat

1. Praktek Pengembangan Masyarakat (PPM) di Mubyarto Institute pada Pendampingan Buruh *Paper Bag* “Trini Karya” (3 Februari – 18 Desember 2019)
2. Pendampingan Pedagang Pasar Rakyat di Pasar Sambilegi Kabupaten Sleman dan Pasar Cokro Kembang Klaten (2017 – sekarang)

Yogyakarta, 31 Januari 2020

Nasrudin Muzakki

