

Strategi Pedagang Pasar Tradisional Menghadapi Persaingan Dengan Retail Modern Di Kota Mojokerto

Eny setyariningsih¹

Budi Utami²

Universitas Islam Majapahit, Fakultas Ekonomi

¹ email : eny.se888@gmail.com

² email : utamiwahjoe@gmail.com

Abstract

Along with the development of the times to meet the needs of the community, modern retail is formed that prioritizes the convenience of buyers by carrying out several strategies. The rapid development of modern markets compared to traditional markets in big cities has led to the emergence of various alternatives for people to choose where to shop. Competition between traditional and modern markets provides an advantage for potential consumers because they have more choices of places to shop.

This study aims to determine the impact of the existence of modern retail on traditional markets in Mojokerto City. The sample of this research is traditional market traders in Mojokerto City. This research was conducted by observation, interviews, and documentation directly with traditional traders and actors ritail in Mojokerto.

Data analysis used qualitative data analysis. The results of the interview show that the impact of the existence of Modern retail on the City of Mojokerto includes a decrease in sales turnover, a decrease in the number of buyers, increased competition between traders. Alternative solutions masala h , the traditional market perform low pricing strategy in order to increase sales can be achieved, Doing service strategy can be sent to areas close groceries , also pursuing a strategy of product quality is not inferior to the products sold by the modern market.

Keywords: Traditional Market and Modern Market , Business Competition, Business Strategy

Abstrak

Seiring berkembangnya zaman untuk memenuhi kebutuhan masyarakat terbentuklah retail modern yang mengedepankan kenyamanan para pembeli dengan melakukan beberapa strategi. Berkembang pesatnya pasar modern dibanding pasar tradisional di kota kota besar menyebabkan munculnya berbagai alternatif masyarakat dalam memilih tempat belanja. Persaingan diantara pasar tradisional dan modern memberikan keuntungan bagi calon konsumen karena, memiliki pilihan pilihan tempat berbelanja yang lebih banyak.

Peneltian ini bertujuan untuk mengetahui dampak keberadaan retail modern terhadap pasar tradisional di Kota Mojokerto. sampel penelitian ini adalah pedagang pasar tradisional di Kota Mojokerto. Penelitian ini dilakukan dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi langsung dengan pedagang pasar tradisional dan pelaku ritail di Kota Mojokerto.

Analisis data menggunakan analisis data kualitatif. Hasil wawancara menunjukkan bahwa dampak dari keberadaan retail Modern terhadap di Kota Mojokerto

antara lain penurunan omset penjualan, turunnya jumlah pembeli, meningkatnya persaingan antar pedagang. Alternatif pemecahan masalah, pasar tradisional melakukan strategi penetapan harga yang rendah agar supaya peningkatan penjualan bisa tercapai, Melakukan strategi pelayanan bisa mengirim belanjaan untuk daerah yang dekat, juga melakukan strategi kualitas produk yang tidak kalah dengan produk yang di jual oleh pasar modern.

Kata kunci : Pasar Tradisional dan Pasar Modern, Persaingan Usaha, Strategi Usaha

PENDAHULUAN

Pasar adalah tempat terjadinya kegiatan ekonomi. Dimana penjual dan pembeli bertemu untuk melakukan transaksi. Di dalam pasar itu sendiri sering terjadi interaksi tawar-menawar antara penjual dan pembeli. Hal tersebut biasa terjadi di dalam pasar tradisional, akan tetapi pada pasar tradisional fasilitas kenyamanan menjadi masalah utama. Pasar tradisional terkesan kotor, kumuh, dan bau sehingga membuat pembeli kurang nyaman. Adanya perkembangan zaman seperti saat ini, untuk memenuhi harapan masyarakat, maka terbentuklah retail modern yang mengedepankan kenyamanan para pembeli dengan melakukan strategi yang mengedepankan pada kebersihan tempat, pelayanan yang baik, serta mencantumkan label harga di setiap produk yang dijual. Sehingga masyarakat bisa mengetahui harga dari setiap produk tanpa bertanya.

Persaingan pasar tradisional dengan retail modern saat ini bisa dikatakan sebagai persaingan global bukan lagi persaingan lokal. Pasar tradisional telah dihadapkan dengan pesaing-pesaing asing. Retail modern kini telah menjamur diberbagai kota atau pedesaan seluruh Indonesia. Dan disisi lain secara signifikan perkembangan retail modern mendorong pertumbuhan subsektor perdagangan, sehingga dapat mendorong pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDRB) suatu wilayah. Hal ini pemerintah daerah tentunya tertarik untuk mengembangkan pasar modern masuk ke wilayah daerahnya. Tetapi disisi lain retail modern yang berkembang jika dilihat dari pedagang-pedagang di pasar tradisional fenomena ini merupakan ancaman bagi para pedagang pasar tradisional.

Persaingan diantara pasar tradisional dan modern memberikan keuntungan bagi konsumen karena konsumen memiliki pilihan tempat berbelanja yang lebih banyak. Konsumen yang rasional akan berusaha memilih tempat berbelanja yang dapat memberikan tingkat kepuasan kepadanya. Pada beberapa tahun terakhir keberadaan pasar modern sudah menjadi tuntutan dan gaya hidup modern yang berkembang dimasyarakat kita.

Banyaknya faktor yang mempengaruhi masyarakat menyebabkan perbedaan pola perilaku konsumen dalam menentukan preferensi belanjanya, ke pasar baik pasar tradisional maupun modern. Kota Mojokerto kini menjadi salah satu sasaran empuk bagi para pebisnis lokal maupun asing, terbukti kini telah banyaknya pasar modern yang

kini menjamur dimana-mana. Perkembangan retail di kota Mojokerto seakan seperti jamur yang tumbuh dimusim penghujan. Kondisi tersebut lambat laun akan menjatuhkan pasar tradisional yang di dalamnya didominasi masyarakat kecil.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan pokok permasalahan yang berkaitan dengan pembahasan yaitu; Bagaimana strategi pedagang pasar tradisional dalam menghadapi persaingan dengan retail modern?

TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan pada permasalahan yang ada, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah; Untuk mengetahui strategi pedagang pasar tradisional dalam menghadapi persaingan dengan retail

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi

(Effendy, 2017) Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. (Mintzberg, 2012) Konsep strategi itu sekurang-kurangnya mencakup lima arti yang saling terkait, dimana strategi adalah suatu :

- a) Perencanaan untuk semakin memperjelas arah yang ditempuh organisasi secara rasional dalam mewujudkan tujuan-tujuan jangka panjang.
- b) Acuan yang berkenan dengan penilaian konsistensi ataupun inkonsistensi perilaku serta tindakan yang dilakukan oleh organisasi.
- c) Sudut yang diposisikan oleh organisasi saat memunculkan aktivitasnya.
- d) Suatu perspektif yang menyangkut visi yang terintegrasi antara organisasi dengan lingkungannya yang menjadi batas bagi aktivitasnya.
- e) Rincian langkah taktis organisasi yang berisi informasi untuk mengelabui para pesaing.

Jadi, strategi merupakan hal yang penting karena strategi mendukung tercapainya suatu tujuan. Strategi mendukung sesuatu yang unik dan berbeda dari lawan. Strategi dapat pula mempengaruhi kesuksesan masing-masing perusahaan pula karena pada dasarnya strategi dapat dikatakan sebagai rencana untuk jangka panjang. Namun terdapat perbedaan antara strategi dan taktik.

Pengertian Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah sebuah tempat yang terbuka dimana terjadi proses transaksi jual beli yang dimungkinkan proses tawar-menawar. Pasar tradisional merupakan sektor perekonomian yang sangat penting bagi mayoritas penduduk di Indonesia. (Masitoh, 2013) mengemukakan bahwa masyarakat yang kurang mampu yang bergantung kehidupannya pada pasar tradisional tidak sedikit, menjadi pedagang di pasar tradisional merupakan alternatif pekerjaan di tengah banyaknya pengangguran di Indonesia. (Masitoh, 2013) Pasar tradisional juga memiliki kelebihan-kelebihan dibandingkan dengan pasar modern. Kelebihan tersebut diantaranya adalah :

- 1) Di pasar tradisional pembeli dapat melakukan tawar menawar harga dengan pedagang.
- 2) Harga yang ditawarkan cukup terjangkau.
- 3) Secara budaya pasar tradisional merupakan tempat publik dimana terjadi interaksi sosial.

Pengertian Retail

Retail adalah suatu penjualan dari sejumlah kecil komoditas kepada konsumen. Meningkatnya tingkat konsumsi dan hasrat berbelanja masyarakat membuat industri ini semakin dilirik oleh para pelaku bisnis. Kata ritel berasal dari bahasa Perancis, yaitu *ritellier* yang memiliki makna memutuskan sesuatu. Ritel mengupayakan untuk memutuskan produk yang dihasilkan dan di distribusikan oleh perusahaan manufaktur sesuai dengan kebutuhannya. Bisnis ritel merupakan tahapan akhir distributor kepada konsumen. Dalam buku manajemen ritel, pengertian *retail* (Utami, 2017) adalah kegiatan yang melibatkan transaksi barang dan jasa secara langsung kepada pelanggan akhir.

Retailing adalah serangkaian kegiatan usaha yang memberikan nilai tambah pada produk dan jasa yang dijual kepada pelanggan untuk penggunaan pribadi atau keluarga (Levy & Wietz, 2012). *Retail* dapat dibagi menjadi berbagai jenis, hal yang paling sederhana untuk membaginya adalah dengan melihat *retail mix*. *Retail mix* atau dalam bahasa Indonesia diartikan sebagai bauran *retail* adalah empat elemen yang *retailer* gunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumen (Levy & Wietz, 2012). Keempat elemen itu adalah:

- a) Tipe dari barang dagangan (*merchandise*)
Berbagai jenis barang dagangan membedakan tipe dari *retail* yang ada, contoh dari barang dagangan adalah pakaian, sepatu, barang elektronik, makanan, perhiasan, koper, alat olahraga, dan produk kecantikan.
- b) Variasi dan jenis barang dagangan (*variation and assortment*)
Variasi adalah jumlah kategori barang yang *retailer* sediakan, sedangkan jenis barang dagangan (*assortment*) adalah jumlah jenis yang berbeda di dalam kategori barang dagangan.

c) Jasa yang disediakan

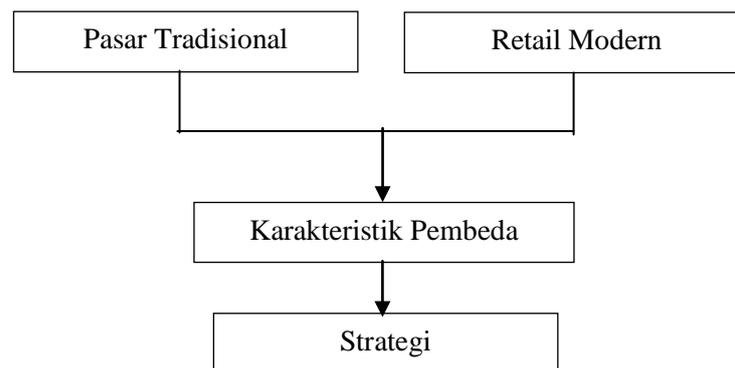
Jasa yang ditawarkan oleh *retailer* dapat membuat satu *retailer* berbeda jenisnya dengan *retailer* lain. Contoh jasanya adalah penyediaan tempat parkir, menerima pembayaran dengan kartu kredit, menerima perbaikan, menerima pengembalian barang, jasa pengiriman, dan jasa membungkus kado. Terkadang agar konsumen menikmati jasa ini, *retailer* menuntut pembayaran.

d) Harga

Harga juga menjadi penentu jenis dan tipe dari *retail*, harga dapat dibagi menjadi rendah, rata-rata, dan tinggi. Harga juga dapat berubah apabila terdapat *discount* atau potongan harga, bisa juga karena ada suatu kejadian hari atau keadaan khusus seperti lebaran, natal, dan tahun baru.

ALUR FIKIR

Mengacu pada kajian teori maka kerangka pemikiran dapat digambarkan untuk memperjelas masalah yang akan di analisa, yaitu sebagai berikut:



METODE PENELITIAN

Informan penelitian adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian. Informan penelitian yang dipilih karena dianggap lebih mengetahui permasalahan yang diteliti berdasarkan tugas dan tanggung jawabnya dalam instansi dan terkait dengan kegiatan pemasaran. Sesuai dengan data yang diperlukan maka dibutuhkan informan untuk mendapatkan informasi yang benar tentang manajemen pemasaran khususnya mengenai produk, harga, distribusi dan promosi. Informan dalam penelitian ini adalah pedagang di pasar tradisional Kota Mojokerto. yang berjumlah 15 orang diambil dari perwakilan beberapa kelompok pedagang.

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Dalam penelitian ini instrumen dalam

penelitian ini adalah penulis itu sendiri. Penulis menyiapkan pedoman wawancara yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang disesuaikan dengan teori yang digunakan dalam penelitian ini yang disesuaikan dengan pokok permasalahan dalam penelitian ini. Peneliti kualitatif sebagai *human instrument*, berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan atas temuannya. Dalam penelitian kualitatif instrumen utamanya adalah peneliti sendiri, namun selanjutnya setelah fokus penelitian menjadi jelas, maka kemungkinan akan dikembangkannya instrumen penelitian sederhana yang diharapkan dapat melengkapi data dan membandingkan dengan data yang telah ditemukan melalui observasi dan wawancara. Peneliti akan terjun ke lapangan sendiri, baik pada *grand tour question*, tahap *focused an selection*, melakukan pengumpulan data, analisis dan membuat kesimpulan. Pokok permasalahan ini dapat berkembang sehingga penulis menemukan informasi lain yang berhubungan dengan pokok permasalahan tersebut selama wawancara berlangsung.

Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Pada penelitian ini, teknik observasi yang digunakan adalah observasi terus. Menurut Sugiyono (2012:66) peneliti dalam pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber data, bahwa peneliti sedang melakukan penelitian. Pada penelitian ini penulis melakukan observasi di Pasar Tradisional yang ada di kota Mojokerto dengan cara melakukan pengamatan secara langsung, memperhatikan secara akurat, mencatat fenomena yang ditemui dan mempertimbangkan antar aspek dalam fenomena tersebut.

b. Wawancara

Tujuan dari wawancara adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, di mana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, gagasan dan ide-idenya. Dalam melakukan wawancara, peneliti menggunakan bantuan pedoman wawancara untuk memudahkan melakukan evaluasi dampak kualitatif mencakupi wawancara dengan para pemangku kepentingan di sektor usaha, seperti pedagang pasar tradisional Kota Mojokerto yang terseleksi.

c. Dokumentasi

Hasil penelitian juga akan semakin kredibel apabila didukung oleh foto-foto atau karya tulis akademik dan seni yang telah ada. Untuk menunjang pengumpulan data dokumentasi, peneliti menggunakan alat bantu berupa kamera untuk memudahkan peneliti dalam mengumpulkan beberapa dokumentasi.

Metode Analisis Data

Dalam melakukan analisis data dengan pengorganisasi data, mencari pola-pola hubungan dan keterkaitan antara atau interaksi di antara data, sampai ditemukan data yang dianggap Kredibel.

Aktivitas-aktivitas yang demikian adalah pengumpulan data, reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan *conclusion drawing/verification* (Sugiyono, 2013).

a. *Data Collection* (Pengumpulan Data)

Kegiatan utama pada setiap Penelitian adalah mengumpulkan data. Hal yang dilakukan pada tahap ini adalah mengumpulkan seluruh catatan lapangan berdasarkan pertanyaan yang telah dilakukan. Pada tahap awal peneliti melakukan penjelajahan secara umum terhadap situasi sosial/ objek yang diteliti, semua yang dilihat dan didengar direkam semua. dengan demikian peneliti akan memperoleh data yang sangat banyak dan sangat bervariasi. Pengumpulan data kualitatif dengan cara observasi, wawancara mendalam, kajian dokumen, dan *focus group discussion*.

b. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Reduksi data adalah analisis data yang dilakukan dengan memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Data yang diperoleh di dalam lapangan ditulis/diketik dalam bentuk uraian atau laporan yang terperinci. Menurut Sugiyono (2015:249) Reduksi data merupakan proses berfikir sensitif yang memerlukan kecerdasan dan keluasan dan kedalaman wawasan yang tinggi. Bagi peneliti yang masih baru, dalam melakukan reduksi data dapat mendiskusikan pada teman atau orang lain yang dipandang ahli. Dalam mereduksi data, setiap peneliti akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai. Tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah pada temuan. Oleh karena itu, kalau peneliti dalam melakukan penelitian, menemukan segala sesuatu yang dipandang asing, tidak dikenal, belum memiliki pola, justru itulah yang harus dijadikan perhatian peneliti dalam melakukan reduksi data. Untuk memperjelas data yang dibutuhkan, peneliti menggunakan wawancara, observasi, dan hasil studi dokumentasi yang ditujukan kepada pedagang pasar tradisional di Kota Mojokerto yang terseleksi.

c. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data atau menyajikan data. Menurut Sugiyono (2015:249) dalam penelitian kualitatif penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya. Dalam hal ini Miles and Huberman (Sugiyono 2015:249) menyatakan "*The most frequent form of display data for qualitative research data in the past has been narrative text*". Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan menyajikan data, maka akan memudahkan, untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami

tersebut.

d. *Verification* (Penarikan Kesimpulan)

Langkah terakhir dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Menurut Sugiyono (2015:252) bahwa: “Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kasual atau interaktif, hipotesis atau teori”. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.

Obyek Penelitian

Obyek penelitian yaitu 2 pasar tradisional dan 2 ritail besar di kota Mojokerto hal ini dibatasi karena untuk mempermudah dalam perolehan data serta waktu, tenaga dan biaya agar dapat lebih efisien dan hasil penelitian ini nantinya dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan pengelola dan pengambilan kebijakan dalam izin pendirian Ritail modern yang ada di Kota Mojokerto.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Sebelum penulis melakukan wawancara kepada seseorang atau informan, terlebih dahulu penulis melakukan observasi. Dengan adanya observasi membuat penulis lebih mengetahui kondisi lapangan. Observasi ini dilakukan dengan berkoordinasi kepada Pemerintah Kota Mojokerto, Disperindag Kota Mojokerto, dan UPTD Pasar Tanjung, Anyar dan pasar Kliwon sebagai sampel untuk pasar tradisional serta perwakilan dari ritail modern yaitu Superindo dan sanrio di Kota Mojokerto. Wawancara ini bagian dari teknik yang digunakan penulis untuk melakukan penelitian guna untuk mendapatkan informasi yang lebih jelas.

Tidak hanya observasi dan wawancara, penulis juga melakukan dokumentasi. Dokumentasi merupakan teknik yang dijalankan penulis untuk menyelesaikan penelitian ini. Dokumentasi sendiri berperan sebagai penguat informasi dari hasil wawancara ataupun pengamatan yang dilakukan oleh penelitian selama berlangsung dari awal hingga akhir penelitian.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan peneliti di objek penelitian yakni 2 pasar tradisional dan ritail yang ada di kota Mojokerto, menghasilkan beberapa poin mengenai bentuk persaingan atau strategi yang dilakukan oleh kedua pasar tersebut dalam tujuannya untuk mempertahankan eksistensi dan lebih baik lagi jika dapat menarik konsumen untuk datang dan berbelanja di tempat tersebut. Strategi yang digunakan antara lain:

- a. Dampak Sosial Ekonomi Keberadaan Pasar Modern Pada Pasar Tradisional di Kota Mojokerto

Dalam perkembangan pola gaya hidup masyarakat saat ini kehadiran pasar modern menjadi salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan masyarakat itu sendiri. Di sisi lain, kehadiran pasar modern memberikan perubahan yang sangat nyata, dimana akibat secara langsung adalah menghambat pertumbuhan pasar tradisional. Berdasarkan hasil wawancara diketahui beberapa akibat secara langsung perkembangan pasar modern terhadap pasar tradisional, yaitu (1) penurunan omset penjualan akibat turunnya jumlah pembeli (2) persaingan antara pedagang Pasar Tradisional di Kota Mojokerto dengan pasar modern (3) meningkatkan persaingan antar penjual sendiri di pasar tradisional. 1. Penurunan Omset Penjualan.

Dampak langsung dan nyata atas kehadiran pasar modern terhadap pasar tradisional adalah penurunan jumlah pembeli. Dalam hasil wawancara dengan salah seorang penjual menyebutkan bahwa kehadiran pasar modern merupakan dampak utama dari penurunan omset penjualan yang selama ini dialami oleh para penjual di pasar tradisional. Salah satu wawancara dengan Informan menyatakan bahwa sejak adanya pasar modern (Superindo dan sanrio) yang didekat Pasar Tradisional di Kota Mojokerto memang memberikan dampak berupa penurunan omset penjualan.

Bentuk lain dari pasar modern yang juga mengancam keberadaan Pasar tradisional di Kota Mojokerto adalah Indomaret dan Alfamart. Secara lokasi memang tidak berdekatan namun jumlah gerai yang banyak serta selalu diposisikan berada dekat dengan pemukiman penduduk.

Berdasarkan hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa pengaruh utama dari kehadiran pasar modern adalah penurunan omset penjualan. Penurunan omset penjualan ini merupakan hasil perbandingan antara jumlah pendapatan penjualan yang di dapatkan informan sebelum merebaknya pasar modern dan setelah merebaknya pasar modern.

b. Persaingan Antara Pedagang Pasar Tradisional di Kota Mojokerto dengan Pasar Modern

Kehadiran pasar modern di Kota Mojokerto membuat persaingan yang cukup kompetitif dengan para pedagang di Pasar Tanjung Kota Mojokerto. Persaingan tersebut cukup menghambat kondisi pedagang di Pasar tradisional Kota Mojokerto.

Di sisi lain menurut informan, persaingan yang di alami dengan pasar modern sebenarnya tidak terlalu terkena. Oleh karenanya masih banyak pedagang sayur yang masih bertahan. Hal ini diungkapkan oleh salah seorang pedagang sayur di Pasar tradisional di Kota Mojokerto. Berdasarkan keseluruhan hasil wawancara dalam persaingan pedagang Pasar Tanjung Kota Mojokerto terhadap pasar modern sebenarnya memberikan pengaruh terhadap para pedagang jenis barang kelontong sedangkan untuk pedagang sayur tidak mengalami persaingan yang kompetitif dengan kehadiran pasar modern. Hal inilah yang menyebabkan lebih banyaknya pedagang sayur dibandingkan jenis jualan lain.

c. Meningkatkan Persaingan Antar Pedagang Pasar Tanjung Kota Mojokerto

Melalui berbagai wawancara serta pengamatan yang dilakukan oleh peneliti diketahui bahwa dampak lain dari kehadiran pasar modern terhadap pedagang di Pasar Tanjung Kota Mojokerto adalah meningkatnya daya persaingan di antara para pedagang itu sendiri. Hal ini mendorong munculnya berbagai cara berdagang yang tidak beretika. Dalam hasil wawancara dengan salah seorang pedagang Pasar Tanjung Kota Mojokerto menunjukkan bahwa meskipun pedagang yang berjualan sudah mengalami penurunan namun justru daya persaingan di antara para pedagang semakin ketat.

Berdasarkan hasil wawancara di atas menegaskan bahwa makin berkurangnya jumlah pedagang di Pasar tradisional di Kota Mojokerto tidak membuat penjualan makin mudah dan justru memperparah saingan antar pedagang itu sendiri. Selanjutnya persaingan makin ketat antara pedagang membuat munculnya berbagai cara-cara berjualan tidak beretika dan hubungan antar pedagang yang makin memanas.

Secara keseluruhan hasil wawancara menunjukkan bahwa dampak lain dari kehadiran pasar modern terhadap pedagang Pasar Tradisional di Kota Mojokerto adalah meningkatnya persaingan antar pedagang itu sendiri. Menurut informan menurunnya jumlah pedagang bukan berarti membuat pedagang makin mudah berjualan namun sebaliknya persaingan makin ketat. Persaingan tersebut membuat para pedagang kemudian menempuh berbagai cara yang tidak beretika seperti menjelek-jelekkan barang dagangan pesaing. Hal ini selanjutnya membuat hubungan para pedagang menjadi renggang, Antar sesama pedagang pun sering terjadi persaingan yang tidak sehat.

Perubahan sosial dalam hal ini disebabkan karena kehadiran pasar modern yang menyebabkan berbagai perubahan berdampak negatif. Berdasarkan hasil penelitian diketahui salah satu dampak negatif dari kehadiran pasar modern terhadap pedagang Pasar tradisional di Kota Mojokerto adalah ketika persaingan antar para pedagang di Pasar tradisional di Kota Mojokerto makin meningkat yang menyebabkan adanya perubahan dalam interaksi yang dijalin antar pedagang.

d. Bentuk strategi bersaing Pasar Tradisional di Kota Mojokerto

Pasar tradisional pasar Tradisional di kota Mojokerto harus memperhatikan kelemahan dan kekuatan sebelum menghadapi persaingan dan menentukan strategi bersaing. Berdasarkan observasi yang dilakukan ada beberapa kelemahan yang dimiliki oleh pasar tanjung antara lain:

- 1) Kualitas dan kuantitas SDM belum memadai.
- 2) Belum adanya upaya untuk mempermudah pinjaman modal bagi pedagang.
- 3) Belum optimalnya pembinaan pedagang.
- 4) Minimnya Anggaran.
- 5) Sarana dan prasarana kurang memadai.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan peneliti di pasar tradisional di Kota Mojokerto menghasilkan beberapa poin Strategi yang digunakan antara lain:

1) Strategi Harga

Salah satu bentuk strategi untuk bersaing yang dilakukan para pedagang pasar tradisional Tanjung ialah dibidang harga. Para pedagang pasar tradisional masih tetap dan akan selalu memberlakukan sistem tawar-menawar dalam harga, sehingga harga dipasar bersifat fleksibel atau tidak kaku, sehingga diharapkan konsumen akan melihat ada daya tarik tersendiri dari pasar tradisional dibanding pasar modern. namun tetap mempunyai standar harga agar tidak terjadi kerugian bagi pedagang.

2) Strategi Pelayanan

Pelayanan pedagang di pasar tradisional sangat berpengaruh penting untuk menarik konsumen, pelayanan membutuhkan kerja keras dalam proses komunikasi dengan baik kepada konsumen. Biasanya pelanggan setianya itu dari konsumen industri. Konsumen pedagang warung tentu berbelanja dalam jumlah yang besar setiap harinya karena nanti akan dijual kembali di daerahnya. oleh sebab itu pedagang pasar tradisional akan memberikan pelayanan khusus terhadap pelanggan - pelangganya tersebut.

3) Strategi Produk

Kualitas yang ada di pasar Tradisional biasanya tidak kalah bila dibandingkan barang-barang yang ada di pasar modern. Seluruh barang yang dijual dipasar tradisional maupun modern mempunyai kualitas dan harga yang sama karena di suplay dari produsen yang sama.

Kesimpulan

1. Strategi merupakan cara yang paling tepat dalam melakukan antisipasi persaingan dalam menghadapi ritail Modern dengan pasar tradisional. Persaingan yang sangat terasa adalah *segmented*, yaitu sesuai dengan kelasnya. Tetapi masing-masing mempunyai strategi persaingan yang unik. Hal yang perlu dilakukan diantaranya oenetapan strategi harga yabg tepat sesuai segmentasinya.
2. Peningkatan taraf hidup masyarakat akan bisa mendorong kemampuan daya beli masyarakat, agar masysrakat mampu dalam memenuhi kebutuhan dasarnya.

Saran

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan mengenai strategi pedagang pasar tradisional menghadapi persaingan retail modern dan preferensi konsumen dapat diambil saran untuk beberapa pihak yang nantinya semoga bisa dipertimbangkan demi kebaikan masing-masing pihak.

Berikut ini beberapa saran yang disampaikan:

1. Bagi Pedagang

Pedagang pasar tradisional di Kota Mojokerto harus lebih bersiap untuk bersaing dengan retail modern. Walaupun mempunyai segmentasi yang berbeda.

2. Bagi Pemerintah Kota Mojokerto

Pemerintah Kota Mojokerto harus lebih peduli dengan keberadaan pasar tradisional yang dirasa akan mendapatkan ancaman dari retail modern yang berkembang dengan pesat. Peran pemerintah disini sangat dibutuhkan untuk mengatur dan menjaga keseimbangan persaingan usaha yang ada di Kota Mojokerto terutama terkait perlindungan pedagang tradisional dan fasilitas pasar Tradisional.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Dewi, U., & Winarni, F. (2013). Pengembangan Pasar Tradisional Menghadapi Gempuran Pasar Modern di Kota Yogyakarta. *Proceeding Simposium Nasional ASIAN III Universitas 17 Agustus 1945 Semarang*, 4.
- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: Rosdakarya.
- Levy, & Wietz. (2012). *Retailing Management. Edisi ke lima*. Academia Internet Publisher.
- Masitoh, E. (2013). Upaya Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional (Studi Revitalisasi Pasar Piyungan Bantul). *Jurnal PMI Volume X, Nomor 2*.
- Mintzberg, H. (2012). *Tracking Strategies*. New York: Oxford University Press.
- Moleong, L. J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Novianti, D. (2013). Dewi Novianti, 2013Kebermaknaan Hidup Penyandang Disabilitas Fisik Yang Berwirausaha (Penelitian Fenomenologi Pada Tiga Orang Penyandang Disabilitas Fisik yang Berwirausaha di Kota Bandung). *Universitas Pendidikan Indonesia*.
- Rangkuti, F. (2015). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sadilah, E. (2011). *Eksistensi Pasar Tradisional: Relasi dan Jaringan Pasar Tradisional di Kota Semarang - Jawa Tengah*. Yogyakarta: Balai Pelestarian Sejarah dan Nilai Tradisional Yogyakarta.
- Satori, D., & Komariah, A. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sukmadinata, N. S. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Utami, C. W. (2017). *Manajemen Ritel: .* Jakarta: Salemba Empat.