JURNAL EMPOWER:
Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam
P-ISSN: 2580-085X, E-ISSN: 2580-0973

Volume 8 Issue 1, Juni 2023

Upaya Peningkatkan Daya Saing Pasar Sambilegi Melawan Toko Modern Berjejaring di Kabupaten Sleman

Ayu Restianti[1], Nasrudin Muzakki[2]

[1]*UIN Sunan Kalijaga, Indonesia, ayuresti20@gmail.com*
[2]*UIN Sunan Kalijaga, Indonesia, nasrudinmuzakki@gmail.com*

ARTICLE INFO

Keywords:
Collective efforts; Sambilegi Market

How to cite:
Restianti, Ayu & Muzakki, Nasrudin. (2023). Upaya Peningkatan Daya Saing Pasar Sambilegi Melawan Melawan Toko Modern Berjejaring di Kabupaten Sleman. Jurnal Empower: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam, Vol. 8 (No. 1), 74-93.

Article History:
Received: January, 16th 2023
Accepted: May, 23th 2023
Published: June, 30th 2023

COPYRIGHT © 2022 by Jurnal Empower: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam. This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

ABSTRACT

Sambilegi Market is a traditional market located in Sleman Regency, Yogyakarta. The presence of modern network stores that are growing rapidly in Sleman Regency also threatens traditional market traders and creates intense competition. Therefore, the Sambilegi Market traders association needs efforts to increase competitiveness against networked modern shops in Sleman Regency through a SWOT analysis. The purpose of this study is to describe efforts to increase the competitiveness of Sambilegi Market against networked modern stores in Sleman Regency through SWOT analysis and to describe the results of these efforts. This research method uses descriptive qualitative. Informant withdrawal techniques using purposive techniques based on criteria. In addition, the data collection techniques used are observation, interviews, and documentation. All data were analyzed through the process of data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results of this study indicate that efforts to increase the competitiveness of Sambilegi Market against networked modern shops in Sleman Regency through SWOT analysis include: 1) Strengthening market institutions through providing capital to traders who need capital; procuring mass gymnastics for consumers, so that the relationship between buyers or customers and Pasar Sambilegi traders remains harmonious; take care of each trader's customers; and there is cooperation between the Department of Industry and Trade and the Sambilegi Market Association. 2) Increased human resource capacity, such as Sambilegi Market being able to compete with modern shops because Sambilegi Market traders are able to present products obtained directly from farmers and sell them at affordable prices to buyers; the awareness of several Sambilegi Market traders starting to promote their wares at Sambilegi Market via WhatsApp and Facebook status; the idea of joint wholesalers from

the Sambilegi Market Association and the People's Market School emerged, although this has not yet been realized.

ABSTRAK

Pasar Sambilegi adalah pasar rakyat yang berlokasi di Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Kehadiran toko modern berjejaring yang semakin berkembang pesat di Kabupaten Sleman turut mengancam pedagang pasar rakyat dan menciptakan persaingan hebat. Oleh karena itu, paguyuban pedagang Pasar Sambilegi memerlukan upaya peningkatan daya saing melawan toko modern berjejaring di Kabupaten Sleman melalui analisis SWOT. Tujuan penelitian ini ialah mendeskripsikan upaya peningkatan daya saing Pasar Sambilegi melawan toko modern berjejaring di Kabupaten Sleman melalui analisis SWOT serta mendeskripsikan hasil dari upaya tersebut. 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 dianalisis melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa upaya peningkatan daya saing Pasar Sambilegi melawan toko modern berjejaring di Kabupaten Sleman melalui analisis SWOT antara lain: 1) Menguatnya kelembagaan pasar melalui pemberian modal pada pedagang yang membutuhkan modal; pengadaan senam massal untuk konsumen, sehingga hubungan antara pembeli atau pelanggan dengan pedagang Pasar Sambilegi tetap harmonis; saling menjaga pelanggan tiap pedagang; dan adanya kerjasama antara Dinas Perindustrian dan Perdagangan dengan Paguyuban Pasar Sambilegi. 2) Meningkatnya kapasitas SDM, seperti Pasar Sambilegi dapat bersaing dengan toko modern karena pedagang Pasar Sambilegi mampu menghadirkan produk yang didapat dari petani langsung dan menjualnya dengan harga terjangkau ke pembeli; mulai sadarnya beberapa pedagang Pasar Sambilegi untuk melakukan promosi barang dagangannya di Pasar Sambilegi melalui status WhatsApp maupun Facebook; tercetusnya gagasan kulakan bersama dari Paguyuban Pasar Sambilegi dan Sekolah Pasar Rakyat, walaupun belum terealisasi.

1. PENDAHULUAN

Pasar tradisional adalah tulang punggung perekonomian tanah air, begitu kata Anak Agung Gede Ngurah Puspayoga. Mantan Menteri Koperasi dan UKM Periode 2014-2019 tersebut pernah memberikan himbauan kepada walikota maupun bupati untuk mengembangkan dan memberdayakan pasar tradisional ditengah gempuran pasar modern (P Putra 2016). Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2019, terdapat 15.657 unit dan

2.818.260 pedagang pasar tradisional di Indonesia. Dari informasi tersebut, dapat dilihat bahwa tidak sedikit masyarakat di negeri ini yang menggantungkan nasib perekonomiannya di pasar tradisional (Agung 2020).

Pasar yang merupakan tulang punggung perekonomian menjadikannya sebagai aspek prioritas dalam sistem perdagangan nasional. Berlandaskan Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, agar peran pasar tradisional dalam perekonomian di daerah menjadi lebih maksimal, maka Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah melakukan kerjasama untuk membangun, memberdayakan, dan meningkatkan standar pengelolaan pasar rakyat (Suprapto and Raden 2022). Oleh karena itu, Pemerintah harus turut serta bertanggungjawab dalam mengintervensi dan mengembangkan pasar agar lebih maju dan sejahtera (Triono and Tisnanta 2022).

Walaupun mendapat perhatian penuh dari pemerintah, namun menjadi pedagang pasar tradisional bukanlah persoalan mudah. Tantangan global semakin nyata didepan mata. Sistem ekonomi neoliberal disinyalir telah merasuk hingga ke tulang sendi perekonomian rakyat saat ini, termasuk pasar tradisional. Neoliberalisme sebagaimana dikemas oleh ordoliberalisme merupakan sebuah sistem perekonomian yang dibangun diatas tiga prinsip, yakni setiap individu bebas untuk bersaing, faktor-faktor produksi diakui dari kepemilikan pribadi, dan pengaruh undang-undang negara atas terbentuknya harga pasar (Baswir 2015).

Perlu diakui, tantangan global dan neoliberal begitu masif mengancam pasar Indonesia, termasuk pasar tradisional. Tidak dapat dielakkan lagi, pasar tradisional atau sekarang berganti istilah menjadi pasar rakyat seiring keluarnya Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 70 Tahun 2013 dan Undang-undang Perdagangan Nomor 7 Tahun 2014 (Jannah 2014) juga terkena dampak negatif praktik neoliberal di tanah air.

Pasar merupakan lembaga ekonomi dimana pembeli dan penjual saling bertemu untuk melakukan transaksi perdagangan jual beli (Aurora, Inayah, and Kurniasih 2019). Pasar rakyat sebagai tempat usaha yang dikelola oleh Pemerintah atau Pemerintah Daerah, swasta dan badan usaha lainnya berupa kios atau los yang dimiliki oleh pedagang kecil dan menengah bahkan koperasi, setiap harinya melakukan proses jual beli dengan cara tawar-menawar (PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA 2014). Namun, sampai sekarang, pasar rakyat tidak bisa lepas dari *image* buruk sebagai tempat yang kotor, bau, dan kumuh sehingga membuat para pembeli dari kalangan atas merasa kurang nyaman berbelanja disana (Rahayu and Fitanto 2012).

Seiring dengan perkembangan zaman, agar terpenuhinya harapan masyarakat bisa berbelanja di tempat dengan fasilitas yang baik, maka

terbentuklah toko modern yang mengutamakan kenyamanan para pembeli. Toko modern menyajikan tempat yang bersih, pelayanan yang baik, dan mencantumkan label harga pada produk–produk yang dijual sebagai wujud transparansi. Kehadiran toko modern dirasa lebih efisien oleh sebagian masyarakat umum karena setiap orang dapat mengetahui harga dari barang-barang yang dijual tanpa perlu melakukan proses tawar-menawar lagi antara pembeli dan penjual, serta mereka pun dapat merasakan kenyamanan tanpa takut kotor saat berbelanja (Rahayu and Fitanto 2012).

Perlu disadari, menjamurnya toko modern berjejaring di Indonesia bukan semata-mata karena harapan warga. Sesungguhnya, kehadiran toko modern berjejaring merupakan bukti nyata dari aksi neoliberalisme perdagangan di negeri ini. Tidak hanya jumlahnya saja yang membludak, tetapi persebarannya pun sudah merambah ke berbagai lokasi di pusat-pusat perkotaan. Mirisnya, toko modern berjejaring ini juga sudah berekspansi sampai ke pelosok perdesaan. Kian masifnya penetrasi dan ekspansi toko modern berjejaring yang kini telah mengepung desa-desa, tentu menjadi tantangan besar bagi para pedagang pasar rakyat masa kini. Akibatnya, kondisi persaingan usaha di Indonesia semakin mengarah pada pola monopoli atau oligopoli yang terdampak langsung pengaruh globalisasi ekonomi alias pasar bebas (Santosa and Indroyono 2011).

Salah satu contoh toko modern berjejaring yang pertumbuhannya sangat pesat di Indonesia adalah minimarket. Banyak minimarket tersohor tersebar di tanah air, antara lain *Indomaret* dan *Alfamart*. Eksistensi minimarket bergengsi ini bahkan sampai menembus ke desa-desa di Indonesia. Berlandaskan laporan keuangan kuartal III tahun 2018, tercatat omset *Alfamart* pada tahun tersebut mencapai 49,60 triliun rupiah, naik 8,77% dari tahun sebelumnya yang mencapai nilai 45,60 triliun rupiah (Richard 2019).

Akibat maraknya toko modern berjejaring tersebut, berdasarkan hasil penelitian Pusat Studi Ekonomi Kerakyatan (PUSTEK) Universitas Gadjah Mada (UGM) dan Lembaga Ombudsman Swasta (LOS) Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) pada tahun 2011, padagang pasar rakyat merasa terus terancam dengan keberadaan toko modern berjejaring. Hal ini terlihat dari menurunnya omset penjualan di pasar rakyat. PUSTEK dan LOS DIY mengemukakan, sudah terjadi penurunan dalam rata-rata total omset penjualan sebesar -5,9% (Santosa and Indroyono 2011). Keberadaan *Indomaret* dan *Alfamart* cukup memengaruhi perubahan omset pedagang pasar rakyat secara signifikan (Sugiyanto 2009).

Penurunan omset ini dialami oleh kelompok pedagang dengan aset antara 5-15.000.000 rupiah, 15-25.000.000 rupiah, dan diatas 25.000.000 rupiah.

Porsi penurunan dari ketiganya tersebut masing-masing persentasenya ialah sebesar -14,6%, -11%, dan -20,5% (Santosa and Indroyono 2011). Selain itu, dilihat dari aspek kewilayahan, penurunan omset tertinggi dialami oleh pedagang area kota Yogyakarta dan kabupaten Sleman. Keduanya sama-sama mengalami penurunan omset dengan total masing-masing sebesar –25,5% dan -22,9% (Santosa and Indroyono 2011).

Tentu penataan pasar rakyat dan toko modern berjejaring ini perlu mendapatkan perhatian penuh. Karena tata letak yang saling berdekatan antara keduanya bisa menimbulkan konflik bahkan mematikan usaha satu sama lain, serta berdampak langsung pada sosial ekonomi para pelaku ekonomi di pasar rakyat. Hal ini yang turut terjadi di Kabupaten Sleman DIY. Pedagang pasar rakyat di Kabupaten Sleman berbondong-bondong menolak kehadiran toko modern berjejaring. Apalagi letaknya yang begitu berdekatan dengan pasar rakyat, membuat para pedagang merasa terancam dan tersaingi oleh keberadaan toko modern berjejaring (Suryana 2019).

Oleh karena itu, seperti terkandung dalam Peraturan Daerah Kabupaten Sleman Nomor 18 Tahun 2012 tentang Perizinan Pusat Pembelanjaan dan Toko Modern, minimarket baru bisa didirikan dan dioperasikan apabila lokasinya berjarak sekitar 1000 meter dengan pasar rakyat (Bupati Sleman 2012). Kejadian toko modern berjejaring muncul didekat pasar rakyat pernah melanda Pasar Sambilegi. Harun selaku Ketua Paguyuban Pasar Sambilegi menuturkan, *Indomaret* pernah berdiri tegak dengan jarak yang sangat dekat dengan Pasar Sambilegi (Harun n.d.). Tetapi, pada tahun 2019, *Indomaret* tersebut akhirnya ditutup dan tidak beroperasi lagi. Meskipun begitu, kekhawatiran pedagang pasar rakyat perihal persaingan dengan toko modern berjejaring terus-menerus menghantui mereka (Harun n.d.).

Pasar Sambilegi sebagai salah satu pasar rakyat terbaik yang berada di Kabupaten Sleman (Balai Besar/Balai POM 2019) turut merasakan imbas dari hadirnya toko modern berjejaring. Hal ini disampaikan oleh Mujiyana selaku Pengelola Pasar Sambilegi (Mujiyana 2019). Mujiyana menjelaskan, pendapatan para pedagang Pasar Sambilegi mengalami penurunan setelah merebaknya toko modern berjejaring. Parahnya, beberapa pedagang pasar rakyat yang mengalami kerugian terus-menerus harus mengorbankan kiosnya untuk dijual (Mujiyana 2019).

Kini, keberadaan toko modern berjejaring yang dikelola oleh sektor privat lambat laun akan menggerus eksistensi pasar rakyat. Hal ini didukung oleh pendirian toko modern berjejaring yang mengalami peningkatan secara signifikan. Tidak menutup kemungkinan bahwa pertumbuhan toko modern berjejaring akan terus bertambah. Menurut Kepala Dinas Perindustrian dan

Perdagangan Kabupaten Sleman, jumlah kuota yang tersedia untuk toko modern berjejaring adalah 178. Namun, perlu diketahui, jumlah minimarket yang berada di Kabupaten Sleman pada tahun 2018 sudah mencapai 203 outlet (Prayoto 2019).

Tentu persebaran yang masif dari toko modern berjejaring di Kabupaten Sleman mendorong para pedagang Pasar Sambilegi untuk berupaya keras meningkatkan daya saing sehingga mampu menandingi toko modern berjejaring. Salah satu upaya yang dilakukan oleh Pasar Sambilegi untuk memberikan contoh citra baik yang dilakukan oleh pasar rakyat di Kabupaten Sleman yaitu dengan memenangkan penghargaan tingkat nasional dari Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) Republik Indonesia sebagai pasar teraman dari bahan berbahaya pada tahun 2018 (Suryana 2019).

Selain itu, pedagang pasar rakyat perlu melakukan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, and Threat)* untuk mengetahui kekuatan, kekurangan, peluang, dan ancaman dari Pasar Sambilegi sehingga mereka mampu bersaing dengan toko modern berjejaring. Oleh karena itu, melalui upaya kolektif tersebut, pedagang pasar rakyat diharapkan dapat terkonsolidasi dalam rangka melindungi ruang publik dan privat pedagang untuk melawan tekanan dari ekonomi pasar.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian di Paguyuban Pasar Sambilegi Kabupaten Sleman Yogyakarta dengan judul "Upaya Peningkatan Daya Saing Pasar Sambilegi Melawan Toko Modern Berjejaring di Kabupaten Sleman Melalui Analisis SWOT". Adapun tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan proses dan hasil upaya peningkatan daya saing Pasar Sambilegi melawan toko modern berjejaring di Kabupaten Sleman melalui analisis SWOT.

2. METODE

Penelitian tentang upaya kolektif Paguyuban Pasar Sambilegi dalam menghadapi ekspansi toko modern berjejaring ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yaitu informasi digali di lapangan sebagai hasil penelitian (Latada, Ashad, and Musa 2022). Pendekatan ini menggunakan metode yang menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dan responden (Moleong 2010). Oleh karena itu, peneliti melakukan wawancara dengan informan guna mendapatkan data dan informasi secara langsung terkait Pasar Sambilegi. Selain itu, penelitian ini berisi kutipan-kutipan data yang ditampilkan untuk memberikan gambaran dalam penyajian laporan hasil penelitiannya (Moleong 2010). Adapun data yang dikutip ialah penelitian atau

tulisan terdahulu berkaitan dengan upaya peningkatan daya saing pasar rakyat menggunakan analisis SWOT.

Penelitian ini dilakukan di Paguyuban Pasar Sambilegi yang beralamat di Jalan Solo km 8,5 Maguwoharjo, Depok, Sleman, Yogyakarta. Waktu penelitian dan pengumpulan data dilakukan pada bulan Oktober sampai dengan November 2019. Objek formal dari penelitian ini adalah Pasar Sambilegi, sedangkan objek material dari penelitian ini adalah upaya peningkatan daya saing melalui analisis SWOT. Subyek penelitian terdiri dari orang-orang yang menjadi sumber informasi (informan) dan mampu memberikan data sesuai dengan permasalahan yang diteliti oleh peneliti (Noor 2011). Oleh karena itu, subyek penelitian dalam penelitian ini harus memenuhi kriteria sebagai berikut: informan merupakan pengurus Paguyuban Pasar Sambilegi, anggota Paguyuban Pasar Sambilegi, pengelola Pasar Sambilegi, dan pedagang Pasar Sambilegi. Berdasarkan kriteria tersebut, maka subyek penelitian ini ialah pengurus paguyuban, anggota paguyuban, pengelola, dan pedagang Pasar Sambilegi.

Selanjutnya, teknik pengumpulan data, yaitu cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Secara umum, teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara, pengamatan, dan studi dokumentasi (Noor 2011). Ketiga teknik tersebut dipakai dalam penelitian ini. Pertama, Teknik observasi dalam penelitian ini adalah pengamat sebagai pemeran serta yaitu pengamat secara terbuka diketahui secara umum bahkan ia didukung oleh para subjek (Noor 2011). Hal ini dilakukan oleh peneliti dengan cara ikut serta dalam kegiatan paguyuban pedagang dan berkunjung ke kios-kios yang berada di Pasar Sambilegi. Kedua, dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara terstruktur dan wawancara tak terstruktur. Pertanyaan tidak disusun terlebih dahulu, tetapi disesuaikan dengan keadaan yang unik dari responden. Pelaksanaannya mengalir seperti dalam percakapan sehari-hari (Moleong 2010). Adapun data yang digali oleh peneliti dengan menggunakan teknik ini ialah perihal proses dan langkah-langkah serta hasil dari upaya peningkatan daya saing Pasar Sambilegi melawan toko modern berjejaring di Kabupaten Sleman melalui analisis SWOT. Ketiga, teknik dokumentasi dalam hal ini, peneliti menggali informasi melalui dokumen yang berisi data-data terkait Pasar Sambilegi yang mana membantu memperkaya isi penelitian ini.

Peneliti menggunakan metode analisis data menurut Miles dan Huberman. Model analisisnya dikenal sebagai model analisis interaktif yang memiliki tiga komponen utama, yakni: a) Reduksi data, yaitu proses pemilihan data-data kasar dari lapangan. Proses ini berlangsung mulai dari

awal sampai akhir penelitian; b) Penyajian data, yaitu 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; dan c) Penarikan kesimpulan, yaitu satu kegiatan dari konfigurasi yang utuh maka kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian itu berlangsung. Sederhananya melakukan verifikasi untuk membuat kesimpulan (Sugiyono 2016).

Ketiga komponen di atas merupakan satu-kesatuan sehingga dapat menghasilkan sebuah analisis. Peneliti melakukan langkah analisis dengan menggunakan metode milik Miles dan Huberman tersebut guna menjawab rumusan masalah yang peneliti buat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Upaya Kolektif Paguyuban Pedagang Pasar Sambilegi Dalam Menghadapi Ekpansi Toko Modern Berjejaring Melalui Analisis SWOT

Menurut Wahyudi, istilah upaya kolektif memiliki arti gerakan (aksi) kolektif atau usaha kolektif. Pengertian gerakan kolektif ini mengarah pada perilaku dua orang atau lebih, yang mana mereka bertindak secara bersama atau secara kolektif demi kepentingan kehidupan kelompoknya (Wahyudi 2005).

Disisi lain, James S. Coleman berpendapat bahwa perilaku kolektif umumnya memiliki elemen seperti melibatkan sejumlah orang untuk melakukan tindakan yang sama pada waktu bersamaan. Fenomena kolektif tersebut melibatkan perencanaan dan pertimbangan. Oleh karena itu, fenomena ini sangat bermanfaat dalam kehidupan manusia sehingga perlu dipahami dengan baik agar bisa digunakan dalam mengkaji perubahan sosial (Coleman 2011).

Selain itu, menurut Gramsci sebagaimana dikutip Esnerto Laclau dan Chantal Mouffe, istilah kehendak kolektif merupakan hasil dari artikulasi politik-ideologis berdasarkan pada kekuatan-kekuatan historis yang terpencar-pencar dan terfragmentasi (Laclau 2008). Dalam upaya menyatukan semua kekuatan tersebut, maka setiap kelompok harus memiliki inisiatif untuk menjalin kerjasama sesama anggota demi mencapai tujuan bersama (Endah Siswati 2017). Dari sini, orang dapat melihat arti penting dari aspek kebudayaan bahkan dalam konteks aktivitas (kolektif) yang sangat praktis. Maka suatu tindakan historis hanya bisa dilakukan oleh "manusia kolektif" untuk mencapai kesatuan tujuan.

Dari beberapa pendapat yang telah dijabar di atas, peneliti menyimpulkan bahwa upaya kolektif adalah usaha bersama yang dilakukan melalui proses mobilisasi dalam organisasi atau kelompok untuk mencapai kepentingan bersama. Dalam hal ini, upaya kolektif Paguyuban Pasar Sambilegi merupakan perencanaan dalam merumuskan strategi yang nantinya dipilih untuk mencapai kepentingan bersama dan upaya tersebut dilakukan dalam rangka menghadapi ekspansi dari toko modern berjejaring.

Menghadapi ekspansi toko modern berjejaring di Kabupaten Sleman, Yogyakarta, Paguyuban Pedagang Pasar Sambilegi melakukan berbagai upaya agar tetap bertahan dan eksis berjualan meski bersaing dengan toko modern. Berbagai upaya kolektif pun dilakukan oleh Paguyuban Pedagang Pasar Sambilegi untuk menghadapi ekspansi toko modern berjejaring yang semakin melebarkan sayapnya di wilayah Sleman. Adapun proses upaya kolektif yang dilakukan Paguyuban Pedagang Pasar Sambilegi dalam menghadapi ekspansi toko modern berjejaring tersebut antara lain menggunakan analisis SWOT.

Rumusan strategi pembangunan maupun pemasaran, pada tahap awal yang harus dilakukan ialah mengamati lingkungan sekitar (Hunger & Wheelen, 2003). Pengamatan ini dilakukan bertujuan untuk mempertimbangkan beberapa faktor, yakni internal dan eksternal yang terdiri dari aspek *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threat* (ancaman). Kekuatan dan kelemahan masuk dalam faktor internal, sedangkan peluang dan ancaman masuk dalam faktor eksternal (Rangkuti 1997).

Penggunaan analisis SWOT sendiri merupakan salah satu strategi bisnis yang efektif dalam memanfaatkan, meningkatkan dan mengembangkan kekuatan maupun peluang yang dimiliki oleh kelompok atau organisasi tertentu, serta mengurangi bahkan menghilangkan kelemahan dan ancamannya (Ratnawati 2020). Asumsi ini dapat berdampak besar apabila rancangan strategi tersebut diterapkan dengan akurat. Upaya inilah yang dilakukan oleh Paguyuban Pedagang Pasar Sambilegi dalam menghadapi ekspansi toko modern di Kabupaten Sleman, Yogyakarta.

1) Analisis *Strength* (Kekuatan)

Analisis *strength* digunakan untuk mengetahui faktor internal "kekuatan" yang dimiliki oleh Paguyuban Pedagang Pasar Sambilegi dalam menghadapi ekspansi toko modern di Kabupaten Sleman,

Yogyakarta. Berikut adalah penjabaran perihal kekuatan dari Paguyuban Pedagang Pasar Sambilegi:

Pertama, harga jual relatif murah. Pasar rakyat terkenal sebagai pasar yang merakyat karena barang-barang yang dijual tergolong murah dan harganya mudah dijangkau oleh masyarakat menengah ke bawah. Terdapat beberapa faktor yang memengaruhi harga jual di Pasar Sambilegi tergolong murah. Seperti penuturan Tri, salah satu pedagang ayam goreng di Pasar Sambilegi, dia mengungkapkan mengapa harga jual yang ditawarkan pasar rakyat bisa murah, alasannya tidak lain dan tidak bukan karena rata-rata barang dagangan di pasar rakyat tidak dikenai pajak (Tri n.d.). Selain itu, rata-rata pedagang tidak memiliki karyawan, sehingga pedagang tidak perlu menaikkan harga barang dagangannya untuk menopang biaya gaji karyawan.

Walaupun demikian, Ketua Paguyuban Pasar Sambilegi, Harun berkata bahwa harga jual barang dagangan di Pasar Sambilegi ini tidak bisa dikatakan murah meriah seutuhnya (semuanya). Harun menambahkan, terkadang harga jual di pasar rakyat dikalahkan oleh toko modern melalui pemberian diskon atau promo besar-besaran yang dilakukan oleh toko modern. Meskipun demikian, Pasar Sambilegi masih memberikan kemudahan bagi pembeli yang ingin mengambil barang terlebih dahulu dan bisa membayarnya dengan cara dicicil. Hal ini disampaikan oleh Harun, yaitu (Harun n.d.):

"Mereka untuk menarik konsumen, seperti minyak, di pasar modernisasi sering promo, sementara kan kalau di sini kan nggak dapat promo. Kalau di Mirota harga telur itu kan paling murah. Jadi ada harga yang dikalahkan dengan harapan mereka beli yang lain. Ada item-item tertentu yang mereka turunkan. Sebenarnya itu hampir seimbang, cuma kan tergantung berasnya. Kalau di Pasar Sambilegi kan ambil beras bisa dicicil, tapi di Pasar Modernisasi kan ambil barang langsung bayar".

Kedua, modal sosial pedagang yang baik. Modal sosial yang dimiliki pedagang Pasar Sambilegi terbilang cukup baik. Hal ini terlihat dari aktivitas atau kegiatan sosial yang dilakukan oleh pedagang pasar. Sebagaimana yang telah dituturkan oleh Tri dan Harun, para pedagang masih memegang teguh prinsip gotong royong, saling membantu, dan hal-hal terkait lainnya. Tri mengungkapkan bahwa salah satu kegiatan sosial yang dilakukan pedagang pasar seperti melayat ketika ada salah satu pedagang atau keluarga pedagang yang meninggal dunia, menyumbang di acara pernikahan, dan menjenguk ketika ada kerabat di

pasar yang sakit (Tri n.d.). Harun menambahkan, paguyuban juga digerakkan untuk membantu *simbah-simbah* tua (pedagang yang sudah menginjak usia lanjut atau lansia) yang kurang memiliki modal" (Harun n.d.).

Ketiga, pembeli bisa melakukan tawar-menawar dengan pedagang. Perlu diakui, hal yang paling lumrah terjadi di pasar rakyat adalah kegiatan tawar-menawar. Harun mengatakan, kegiatan ini menjadi nilai plus tersendiri untuk pasar rakyat seperti Pasar Sambilegi. Tentunya kegiatan tawar-menawar menjadi bentuk nyata kekeluargaan antara pedagang dan pembeli, terlebih jika pembeli itu sudah rutin berbelanja di tempat pedagang terkait dan menjadi pelanggan tetap (berlangganan), maka pedagang tersebut tak segan-segan memberikan potongan harga kepada pelanggannya. Selain itu, tawar-menawar (menawar harga sayur-sayuran ataupun daging) sudah menjadi ciri khas dan tradisi di pasar rakyat, meskipun tidak semua barang dagangan bisa ditawar dengan harga lebih murah, seperti harga jajanan pasar yang harganya sudah paten dan tidak bisa diubah (Harun n.d.).

Keempat, letak pasar sangat strategis. Posisi atau letak pasar tentu sangat berpengaruh terhadap ramai atau tidaknya pasar. Letak pasar yang dekat keramaian tentu akan membuat pasar menjadi *item* yang menarik dan menjadi pusat perhatian secara tidak langsung. Sama halnya seperti Pasar Sambilegi yang terletak tepat dipinggir Jalan Solo (jalan utama). Harun menuturkan, Pasar Sambilegi mendapatkan keuntungan karena dekat dengan Bandara Adisucipto serta Jalan Solo yang mana banyak orang yang berlalu-lalang di area Pasar Sambilegi. Orang-orang yang bepergian melalui Jalan Solo dan menuju arah bandara tentunya melewati Pasar Sambilegi, sehingga tidak sedikit dari mereka berhenti di Pasar Sambilegi untuk sekadar mencari jajanan atau makanan sembari beristirahat di sana (Harun n.d.).

Kelima, area pasar bersih dan rapi (tertata). Pasar Sambilegi merupakan pengecualian dari pasar rakyat pada umumnya yang terkenal kotor dan becek. Pasar Sambilegi memiliki nilai plus tersendiri yakni memiliki kondisi pasar yang bersih dan rapi. Hal ini seperti dituturkan oleh Harun bahwa Pasar Sambilegi memenangkan gelar Pasar Sehat pada peringatan Hari Kesehatan Nasional (HKN) pada tahun 2012 tingkat Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) (Harun n.d.). Predikat tersebut didapat tidak terlepas dari ketertiban para pedagang pasar untuk menjaga kebersihan pasar sehingga pasar tidak

kotor, dan makanan yang dijual pun terbebas dari bakteri berbahaya. Kondisi Pasar Sambilegi dapat dilihat dari gambar 1.

Gambar 1 Kondisi Pasar Sambilegi di bagian kelompok penjual ikan, ayam, dan daging
(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2023)

Keenam, fasilitas pasar yang memadai. Walaupun pasar rakyat identik dengan jauh dari kata "modern", namun berbeda dengan Pasar Sambilegi, pasar rakyat ini memiliki fasilitas yang memadai dan terbilang sedikit modern. Hal ini terbukti dari adanya pemasangan wifi di area pasar. Selain itu, Pasar Sambilegi juga dilengkapi dengan fasilitas umum seperti mushola, kamar mandi, tersedianya *sound system*, posbindu, dan ruang *security*. Fasilitas tersebut dimanfaatkan dengan baik oleh para pedagang Pasar Sambilegi, terlebih pedagang-pedagang daging atau ikan yang seharian bergulat dengan bau amis, dapat langsung mandi di kamar mandi tersebut guna menghilangkan bau amis dibadannya setelah selesai berjualan (Harun n.d.).

Ketujuh, makanan bebas pengawet. Pasar Sambilegi menjadi pasar rakyat yang bebas dari makanan berbahan kimia (tidak menggunakan pengawet berbahaya). Hal ini dibuktikan Pasar Sambilegi saat memenangkan juara 1 (satu) kategori Pasar Aman dari Bahan Berbahaya pada kejuaraan nasional yang diadakan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) tahun 2018 (Harun n.d.). Tentu gelar ini didapatkan oleh Pasar Sambilegi bukan tanpa alasan. Paguyuban Pedagang Pasar Sambilegi yang terdiri dari pengelola dan pedagang pasar telah membuat komitmen untuk menciptakan pasar yang terbebas dari bahan-bahan berbahaya. Oleh karena itu, proses sampling dan pengujian pangan terus-menerus dilakukan secara rutin di Pasar Sambilegi. Selain itu, bagi para pedagang pasar yang masih nekat menjual pangan yang mengandung bahan berbahaya, maka pengelola pasar bekerjasama

dengan paguyuban pedagang pasar akan melakukan pembinaan kepada pedagang yang bersangkutan tersebut (Harun n.d.).

Kedelapan, keamanan pasar. Harus mengungkapkan, keamanan di Pasar Sambilegi saat ini sudah lebih baik. Pasar Sambilegi sudah memiliki security yang selalu stand by menjaga keamanan pasar. Selain itu, pedagang pasar juga sudah lebih mawas diri terlebih perihal ketelitian dalam memeriksa uang (asli atau palsu) sehingga fenomena pemalsuan uang di Pasar Sambilegi sudah tidak pernah terjadi lagi.

2) Analisis *Weakness* (Kelemahan)

Berikut adalah beberapa kelemahan dari Paguyuban Pasar Sambilegi dalam menghadapi ekspansi toko modern di Kabupaten Sleman, Yogyakarta:

Pertama, belum tersedianya tempat penitipan anak. Di Pasar Sambilegi belum memiliki fasilitas untuk tempat penitipan anak. Fasilitas ini dianggap penting guna memudahkan para pembeli yang pergi ke pasar bersama anak-anaknya (khususnya anak kecil). Tentu tempat penitipan anak ini akan memudahkan dan membuat para pembeli lebih leluasa dalam berbelanja, tanpa khawatir anak-anak akan lelah berkeliling pasar. Menurut penuturan Harun, pasar rakyat yang sudah memiliki tempat penitipan anak adalah di Pasar Imogiri (Harun n.d.).

Kedua, kurang terawat (pembiaran fasilitas rusak). Meskipun fasilitas di Pasar Sambilegi sudah memadai, namun jika terjadi kerusakan di pasar, pihak dinas tidak segera memperbaiki. Seperti yang diungkapkan oleh Harun sebagai berikut (Harun n.d.):

> *"Walaupun sudah didukung tapi ini tidak akan diperbaiki kan, becek dibiarkan kan, bocor dibiarkan kan" (Informan Harun, 2022).*

Akibat dari pembiaran fasilitas yang rusak, tentu hal ini akan mengganggu kenyamanan pengunjung saat berbelanja di Pasar Sambilegi. Berbagai upaya dilakukan oleh Paguyuban Pedagang Pasar Sambilegi dengan melaporkan kerusakan pada pihak pengelola pasar untuk diteruskan ke Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Kabupaten Sleman.

3) Analisis *Opportunity* (Peluang)

Meskipun terdapat kekurangan dalam faktor internal, Paguyuban Pasar Sambilegi memiliki beberapa peluang atau kesempatan di faktor eksternal untuk menghadapi ekspansi toko modern di Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Penjelasannya adalah sebagai berikut:

Pertama, kebijakan pemerintah. Seperti penuturan Tri, setelah adanya kebijakan dari Pemerintah Daerah, yakni Peraturan Daerah dari Pemerintah Kabupaten Sleman terkait pembatasan toko modern, beberapa waralaba yang jaraknya dekat dengan pasar rakyat terpaksa ditutup (Tri n.d.). Hal ini bertujuan agar pasar rakyat tidak bersaing dengan toko modern.

Perlu diketahui, toko–toko modern seperti minimarket harus mengantongi izin terlebih dahulu sebelum beroperasi di area Kabupaten Sleman. Hal ini merujuk pada Peraturan Daerah Kabupaten Sleman Nomor 18 Tahun 2012 tentang Perizinan Pusat Pembelanjaan dan Toko Modern yang membuat peraturan bahwa minimarket waralaba boleh mendirikan bangunan dan beroperasi paling dekat sekitar 1000 meter dari pasar rakyat (Sleman n.d.).

Namun, Harun menuturkan, meskipun pemerintah mendukung pasar rakyat, tetapi apabila tidak ada tindakan cepat tanggap dari pemerintah atau dinas terkait adanya kerusakan di pasar rakyat. Hal ini justru membuat pasar tetap dengan kondisi buruknya sehingga secara penampilan dan fasilitas belum mampu bersaing dengan toko modern. Meskipun Pasar Sambilegi ini fasilitasnya sudah baik, tetapi masih perlu perbaikan ke arah yang lebih baik sehingga dapat seimbang dan bersaing dengan toko modern (Harun n.d.).

Kedua, pemenuhan kebutuhan dan keinginan masyarakat kalangan menengah ke bawah pada pasar rakyat. Antusias masyarakat yang berkunjung ke Pasar Sambilegi memang masih didominasi oleh masyarakat menengah ke bawah. Terkait kelengkapan barang yang dijual di Pasar Sambilegi, Tri mengatakan bahwa apa yang dijual di Pasar Sambilegi bisa dikatakan sudah lengkap, seperti kios beras dan kebutuhan sembako, kios sayur-mayur, kios buah-buahan, kios bagian daging segar, dan kios lainnya (Tri n.d.).

Tetapi Harun menambahkan, untuk saat ini pemenuhan kebutuhan Pasar Sambilegi mulai bergeser. Jika dulu banyak pengusaha catering yang berbelanja di pasar, saat ini konsumen pasar banyak didatangi oleh ibu-ibu rumah tangga yang berbelanja untuk memenuhi kebutuhan rumah tangganya (Harun n.d.). Jadi, para pedagang Pasar Sambilegi harus memiliki inovasi serta mampu memetakan kebutuhan pembeli agar tidak kehilangan pelanggannya.

4) Analisis *Threat* (Ancaman)

Jika ada peluang, maka ada juga ancaman. Pada faktor eksternal, terdapat beberapa ancaman yang dihadapi oleh Paguyuban Pasar Sambilegi dalam menghadapi ekspansi toko modern di Kabupaten Sleman, Yogyakarta.

Pertama, pertumbuhan toko modern. Semakin meningkatnya penyebaran toko modern di daerah-daerah, tentu hal ini menjadi ancaman tersendiri bagi pasar rakyat. Semakin banyaknya pengusaha dan investor yang melanggengkan kehadiran toko modern di daerah, tentu hal tersebut menjadi ancaman yang menakutkan bagi pasar rakyat sehingga memaksanya untuk bersaing dengan toko modern (Harun n.d.).

Kedua, tidak stabilnya harga pokok di pasar rakyat. Ketidakstabilan harga yang sering terjadi di Pasar Sambilegi disebabkan oleh sulitnya mendapatkan barang. Terlebih ketika gagal panen, maka akan mempengaruhi stok barang dan harga, seperti ketika cabai gagal panen, harga jualnya menjadi tinggi (Harun n.d.).

Ketiga, kurangnya *branding* di media sosial. Pedagang Pasar Sambilegi belum terlalu mampu melakukan promosi via media online. Sebagian pedagang Pasar Sambilegi melakukan promosi barang dagangannya via status WhatsApp, seperti yang dilakukan Tri dalam mempromosikan ayam goreng kremesnya. Berbeda dengan toko modern yang sangat kencang dalam melakukan promosi, terlebih toko modern memiliki Sumber Daya Manusia (SDM) marketing yang mumpuni sehingga sistem pemasarannya sangat baik. Hal ini tentu dapat membahayakan eksistensi pasar rakyat seperti Pasar Sambilegi (Tri n.d.).

Keempat, Pasar Sambilegi tidak ada promo, sedangkan toko modern selalu ada promo. Toko modern seringkali mengadakan diskon besar-besaran. Hampir di event-event tertentu, toko modern melakukan promo. Banyak strategi marketing yang dilakukan oleh toko modern agar banyak pengunjung yang tertarik dengan diskonan atau promo tersebut sehingga mereka berbondong-bondong datang ke toko modern. Tentu hal ini menjadi berbeda dengan pasar rakyat, karena stok persediaan pasar rakyat yang terbatas, Pasar Sambilegi sulit untuk memberikan diskonan atau promo ke pembeli. Hal ini diungkapkan oleh Harun, yaitu (Harun n.d.):

"Jadi umpama ayam kita turunkan harganya ya kita nggak dapat apa-apa. Dari kulakan udah kurang, kalau mereka kan besar, marketnya besar, mereka batasi juga kan, pokoknya hanya boleh dua, hanya boleh tiga, dengan alasan produknya belum datang. Padahal peraturannya begitu. Tapi dengan harapan perumpamaan masih ada minyak merk yang lain, kan merknya yang lain kan tidak sama harganya, hehe. Jadi strategi mereka kayak gitu, sistim marketing kayak gitu-gitu. Tapi kalau kita seumpama buat kayak gitu ndak bisa karena kita hanya beberapa produk tok, kan" (Informan Harun, 2022).

Setelah melakukan analisis SWOT, timbul beberapa upaya yang dapat dilakukan Paguyuban Pasar Sambilegi dalam menghadapi ekspansi toko modern berjejaring di Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Adapun upaya yang disarankan untuk diupayakan oleh Paguyuban Pasar Sambilegi dalam menghadapi ekspansi toko modern, antara lain:

Pertama, bersikap ramah tamah kepada pembeli. Pedagang sejatinya harus selalu bersikap ramah tamah dan mengalah terhadap pembeli. Hal ini tentunya bertujuan agar pembeli nyaman berbelanja di Pasar Sambilegi dan adanya *engagement* antara pedagang dan pembeli. Keramahan penjual di Pasar Sambilegi dapat dilihat melalui gambar 2.

Gambar 2 Kondisi Pasar Sambilegi di bagian kelompok penjual sayur-sayuran dan jajanan pasar
(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2023)

Kedua, memprioritaskan keinginan konsumen. Dalam berjualan, tentu pedagang dituntut untuk bisa memuliakan pelanggan atau pembelinya (konsumen). Oleh karena itu, sebisa mungkin keinginan konsumen harus bisa dituruti oleh pedagang, seperti melakukan ambil nyaur, yakni mengantarkan barang pembeli sampai parkiran ketika pembeli memang meminta tolong agar barang yang sudah dibelinya dibawakan sampai parkiran.

Ketiga, mengajak pembeli atau pelanggan ke koperasi dan mengikuti arisan pasar. Untuk meningkatkan keakraban hubungan antara pembeli atau pelanggan dengan pedagang, maka pengurus

ataupun anggota paguyuban yang tidak lain dan tidak bukan adalah pedagang Pasar Sambilegi bisa mengajak pembeli atau pembeli untuk ikut acara paguyuban, salah satunya seperti acara di koperasi dan arisan pasar.

Keempat, adanya belanja online di Pasar Sambilegi. Pembelian barang di Pasar Sambilegi diharapkan bisa diakses melalui media online sehingga memudahkan pembeli yang malas berangkat ke pasar tetap bisa berbelanja sayuran dan sejenisnya di Pasar Sambilegi.

Kelima, promosi melalui media online. Promosi melalui media online ini dilakukan agar dalam segi promosi, Pasar Sambilegi dapat bersaing dengan toko modern. Dengan demikian, Pasar Sambilegi akan lebih dikenal banyak kalangan, dan pastikan keunikan-keunikan dan prestasi Pasar Sambilegi masuk dalam poin penting promosi sehingga orang-orang akan lebih mengenal Pasar Sambilegi sehingga penasaran dan tertarik untuk berbelanja di Pasar Sambilegi.

b. Hasil Upaya Peningkatan Daya Saing Pasar Sambilegi Melawan Toko Modern Berjejaring di Kabupaten Sleman Melalui Analisis SWOT

Setelah melakukan analisis SWOT dan merumuskan strategi dalam menghadapi ekspansi toko modern berjejaring, maka dapat dilhat hasil dari upaya peningkatan daya saing Pasar Sambilegi melawan toko modern berjejaring di Kabupaten Sleman melalui analisis SWOT. Adapun hasil upaya kolektif tersebut antara lain menguatnya kelembagaan pasar dan meningkatnya kapasitas SDM pasar (Pasar 2012).

Pertama, menguatnya kelembagaan pasar. Agar Pasar Sambilegi melalui paguyuban pedagang bisa menjadi kelembagaan yang kuat, maka perlu beberapa aspek berikut ini: Adanya pemberian modal pada pedagang yang membutuhkan modal (khususnya pada pedagang yang sudah menginjak umur lansia); Pengadaan senam massal untuk konsumen, sehingga hubungan antara pembeli atau pelanggan dengan pedagang Pasar Sambilegi tetap harmonis; Saling menjaga langganan tiap pedagang (tidak saling menikung langganan pedagang lain); dan adanya kerjasama antara Dinas Perindustrian dan Perdagangan dengan Paguyuban Pasar Sambilegi.

kedua, meningkatnya kapasitas SDM. Adapun langkah-langkah untuk meningkatkan kapasitas SDM di Pasar Sambilegi antara lain: Pasar Sambilegi dapat bersaing dengan toko modern karena pedagang Pasar Sambilegi mampu menghadirkan produk yang didapat dari petani langsung dan menjualnya dengan harga terjangkau ke pembeli; Mulai

sadarnya beberapa pedagang Pasar Sambilegi untuk melakukan promosi barang dagangannya di Pasar Sambilegi melalui status *WhatsApp* ataupun *Facebook*; Tercetusnya gagasan kulakan bersama (guna memangkas rantai harga distributor) dari Paguyuban Pasar Sambilegi dan Sekolah Pasar Rakyat, walaupun belum terealisasi.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa proses upaya kolektif Paguyuban Pedagang Pasar Sambilegi dalam menghadapi ekpansi toko modern berjejaring melalui analisis SWOT di Kabupaten Sleman, Yogyakarta terdiri dari analisis SWOT dan perumusan upaya dalam menghadapi ekspansi toko modern berjejaring. Setelah analisis SWOT dilakukan, langkah selanjutnya ialah merumuskan upaya yang seharusnya dilakukan oleh Paguyuban Pedagang Pasar Sambilegi.

Adapun upaya yang dilakukan oleh Paguyuban Pedagang Pasar Sambilegi dalam menghadapi ekspansi toko modern berjejaring di Kabupaten Sleman, Yogyakarta, antara lain: (1) Bersikap ramah tamah kepada pembeli. (2) Memprioritaskan keingan konsumen. (3) Mengajak pembeli atau pelanggan ke koperasi dan mengikuti arisan pasar untuk meningkatkan keakraban hubungan antara pembeli atau pelanggan dengan pedagang. (4) Adanya belanja online di Pasar Sambilegi, yakni pembelian barang di Pasar Sambilegi diharapkan bisa diakses melalui media online. (5) Promosi melalui media online, agar dalam segi promosi, Pasar Sambilegi dapat bersaing dengan toko modern.

Terakhir, hasil dari upaya peningkatan daya saing pasar sambilegi melawan toko modern berjejaring di Kabupaten Sleman melalui analisis SWOT ialah: Pertama, menguatnya kelembagaan Pasar Sambilegi, seperti adanya pemberian modal pada pedagang yang membutuhkan modal (khususnya pada pedagang yang sudah menginjak umur lansia), pengadaan senam massal untuk konsumen, sehingga hubungan antara pembeli atau pelanggan dengan pedagang Pasar Sambilegi tetap harmonis, saling menjaga langganan tiap pedagang (tidak saling menikung langganan pedagang lain, dan adanya kerjasama antara Dinas Perindustrian dan Perdagangan dengan Paguyuban Pasar Sambilegi. Kedua, meningkatnya Kapasitas SDM, seperti Pasar Sambilegi dapat bersaing dengan toko modern karena pedagang Pasar Sambilegi mampu menghadirkan produk yang didapat dari petani langsung dan menjualnya dengan harga terjangkau ke pembeli, mulai sadarnya beberapa pedagang Pasar Sambilegi untuk melakukan promosi barang dagangannya di Pasar Sambilegi melalui status *WhatsApp* ataupun *Facebook*,

dan tercetusnya gagasan kulakan bersama (guna memangkas rantai harga distributor) dari Paguyuban Pasar Sambilegi dan Sekolah Pasar Rakyat, walaupun belum terealisasi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih penulis sampaikan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Tim Redaksi Jurnal Empower, dan seluruh *stakeholder* yang telah turut serta membantu mensuksekan penulisan jurnal ini hingga tahap publikasi.

DAFTAR PUSTAKA

Agung. 2020. "Pasarsambilegi.Id, Platform Belanja Online Di Saat Pandemi." https://www.ugm.ac.id/id/berita/19737-pasarsambilegi-id-platform-belanja-online-di-saat-pandemi (March 2, 2023).

Aurora, Gita, Dwi Inayah, and Tristanti Kurniasih. 2019. *4 Profil Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, Dan Toko Modern 2019*. Jakarta.

Baswir, Revrisond. 2015. "Ekonomi Kerakyatan vs. Neoliberalisme." *Gema Keadilan* 2(1): 8–17.

Jannah, Kurniasih Miftakhul. 2014. "UU Perdagangan Baru Sebut Pasar Tradisional Jadi Pasar Rakyat." *okezone.com*. https://economy.okezone.com/read/2014/08/19/320/1026781/uu-perdagangan-baru-sebut-pasar-tradisional-jadi-pasar-rakyat.

Latada, Helmi, Hanafi Ashad, and Ratna Musa. 2022. "Analisis Penyelesaian Sengketa Jasa Konstruksi Pada Proyek Pembangunan Pasar Rakyat Pontolo Kabupaten Gorontalo." *Jurnal Flyover* 2(1): 10–20.

Moleong, Lexy J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya, 2010.

Noor, Juliansyah. 2011. *Metodelogi Penelitian*. Jakarta: Kencana Perdana Group.

P Putra, Yudha Manggala. 2016. "Pasar Tradisional Itu Tulang Punggung Perekonomian." *republika.co.id*. https://ekonomi.republika.co.id/berita/ekonomi/makro/16/09/17/odnkbb284-pasar-tradisional-itu-tulang-punggung-perekonomian.

PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA. 2014. *Undang-Undang Republik Indonesia No. 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan*. Indonesia. https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/38584/uu-no-7-tahun-2014.

Prayoto, Victorian Sat. 2019. "Lindungi Toko Klontong, Sleman Atur Ulang Toko Modern." *antaranews.com*. https://www.antaranews.com/berita/741658/lindungi-toko-kelontong-sleman-atur-ulang-toko-modern.

Rahayu, Yenika Sri, and Bahtiar Fitanto. 2012. "Strategi Pedagang Pasar Tradisional Menghadapi Persaingan Dengan Retail Modern Dan Preferensi Konsumen." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 1(2).

Ratnawati, Shinta. 2020. "Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus Di Kantor Pos Kota Magelang 56100)." *Jurnal Ilmu Manajemen* 17(2): 58–70.

Richard, M. 2019. "2019, Bisnis Ritel Modern Ditarget Tumbuh 10%." *bisnis.com*. https://ekonomi.bisnis.com/read/20190107/12/876089/2019-bisnis-ritel-modern-ditarget-tumbuh-10.

Santosa, Awan, and Puthut Indroyono. 2011. "Pedagang Pasar Tradisional Terancam." *Jurnal Ekonomi Rakyat* 108: 13–2011.

Sleman, Bupati. *Peraturan Daerah Kabupaten Sleman Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Perizinan Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern*. Indonesia.

Sugiyanto, Sukesi. 2009. "Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pedagang Pasar Tradisional." *Die* 5(4): 368645.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suprapto, Heru, and Ince Raden. 2022. "Analisis Kesesuaian Kualitas Pasar SNI 8152 Pasar Rakyat Pada 3 Pasar Di Kutai Kartanegara." *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia* 22(1). https://ejurnal.unikarta.ac.id/index.php/jemi/article/view/1070.

Suryana, Wahyu. 2019. "Sleman Diminta Perhatikan Penataan Pasar." *republika.co.id*. https://nasional.republika.co.id/berita/pmx0mp399/sleman-diminta-perhatikan-penataan-pasar.

Triono, Agus, and HS Tisnanta. 2022. "Pasar Rakyat Vs. Pasar Modern Ketimpangan Pengaturan Produk Hukum Daerah." *Pancasila : Jurnal Keindonesiaan* 2(1): 12–36.

EMPOWER