



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI IPWI JAKARTA
MANAJEMEN (S-1) TERAKREDITASI BAN-PT
MAGISTER MANAJEMEN (S-2) TERAKREDITASI BAN-PT

Kampus I : Gedung Dewi Sartika Lt.3, Jl. Tebet Barat Dalam VI No. 39-41 Tebet, Jakarta 12810
Telp. (021) 837-89666 Fax. (021) 837-89627
Kampus II : Jl. Letda Natsir No.7 Cikeas Nagrak, Gn. Putri, Bogor 16967
Telp. (021) 823-3737 Fax. (021) 823-4224
HTTP://website : www.stieipwija.ac.id Email : contact@stieipwija.ac.id

PERPUSTAKAAN STIE IPWIJA

SURAT KETERANGAN

No.04.Q/PUSTA/STIEIPWIJA/III/021

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Mochamad Imam Muslim

Jabatan : Kepala Unit Perpustakaan

Instansi : STIE IPWIJA

Menerangkan bahwa **Karya Ilmiah** tersebut di bawah ini :

Judul : ***Digitalisasi Pasar Tradisional***

Penulis : Ir. Besar Agung Martono, MM., DBA.

No.Katalog : ***004.269/AGU/D – 004269AGU02***

Telah Perpustakaan STIE IPWIJA terima untuk dipergunakan bagi kalangan mahasiswa dan umum.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Jakarta, 4 Maret 2021



Mochamad Imam Muslim
Ka. Perpustakaan

cc. 2 lembar, Arsip

LAPORAN PENELITIAN DOSEN

DIGITALISASI PASAR TRADISIONAL



Oleh:

Ir. BESAR AGUNG MARTONO, MM., DBA.

NIDN: 0315036703

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI IPWI JAKARTA

JAKARTA

2021

**HASIL PENELITIAN DOSEN
STIE IPWIJA**

1. Judul Penelitian : DIGITALISASI PASAR TRADISIONAL
2. Peneliti
- a. Peneliti 1
- Nama Lengkap : Ir. BESAR AGUNG MARTONO, MM., DBA.
- Jenis Kelamin : Perempuan
- Pangkat/Gol/NIP :
- Jabatan Fungsional : Lektor
- Nomor Induk Dosen : 0315036703
- Univ./Inst/Akademi/Sekolah : STIE IPWIJA
- Bidang Ilmu yang Diteliti : Manajemen
- b. Peneliti 2
- Nama Lengkap : -
- Status : -
- Univ./Instansi/Akademi/Sekolah : -
- Bidang Ilmu yang Diteliti : -
3. Jumlah Tim Penelitian : 1 (satu) orang
4. Lokasi Penelitian :
5. Jangka Waktu Penelitian : 1 (satu) Tahun Akademik
6. Biaya : Mandiri

Jakarta, 4 Maret 2021

Menyetujui,
PLT Kepala LP2M




Eka Avianti Ayuningtyas, SE, MBA

Yang Membuat Laporan,
Peneliti

**Ir. BESAR AGUNG MARTONO,
MM., DBA.**

Digitalisasi Pasar Tradisional

Oleh: Besar Agung Martono

Pendahuluan

Belakangan ini banyak perkembangan baru dalam strategi pengembangan pasar baru melalui digitalisasi pasar. Pada dasarnya strategi ini mengacu pada matriks strategi yang dikembangkan oleh Igor Ansoff yang meliputi empat macam strategi, yaitu strategi penetrasi, pengembangan produk, pengembangan pasar, dan diversifikasi.

Melihat dari matriks ini, maka digitalisasi pasar tradisional merupakan strategi diversifikasi, karena secara simultan terjadi pengembangan pasar dan produk dalam satu kegiatan diversifikasi. Hal ini membuat kegiatan pasar tradisional tak lagi tampak tradisional, tapi menjadi pasar yang telah direvitalisasi secara penuh.

Adapun diversifikasi melalui digitalisasi pasar dan produk dalam bentuk revitalisasi pasar rakyat, sesungguhnya tidak hanya sekedar pembenahan sarana dan prasarana, namun juga pembenahan sumberdaya manusia, teknologi, dan sistem pengadaan di bidang aktivitas sekunder.

Revitalisasi Rantai Nilai

Mengambil teori Porter tentang rantai nilai, maka revitalisasi sesungguhnya dan terutama meliputi aktivitas primer yang mengarah

pada revitalisasi masukan, proses, keluaran, revitalisasi pemasaran dan jasa. Kesemuanya melibatkan revitalisasi manajemen yang meliputi 6M, yaitu man, money, material, methods, machine, dan market.

Dari keenam komponen manajemen tersebut diatas, maka digitalisasi pasar tradisional lebih banyak melibatkan perubahan metoda, yaitu dari metoda tradisional ke metoda digitalisasi. Dengan metoda digital ini, maka pertumbuhan pasar tradisional akan menjadi atau berubah fungsinya menjadi pasar moderen.

Namun demikian, revitalisasi metoda digital ini tidak menafikan peranan dari kelima komponen manajemen lainnya tersebut diatas. Terutama dalam hal money, maka revitalisasi pasar tradisional sangatlah memerlukan uang atau investasi yang tentu saja dalam jumlah yang tidak sedikit.

Revitalisasi dalam bentuk sarana dan prasarana misalnya, dapat meningkatkan citra dan kesan buruk tentang pasar tradisional, yaitu dari kesan kumuh menjadi bersih dan nyaman untuk dikunjungi. Dalam revitalisasi yang melibatkan sumberdaya manusia dan teknologi, maka pasar tradisional telah menjadi pasar yang lebih bernilai kemanusiaan dan berbudaya.

Peran Pemerintah

Pemerintah memiliki peranan utama dalam memperkuat peran pasar rakyat dalam perekonomian suatu daerah. Peranan Pemerintah antara lain adalah bekerja sama dengan Pemerintah Daerah melakukan pembangunan, pemberdayaan, dan peningkatan kualitas

pengelolaan pasar rakyat, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan.

Saat ini pasar rakyat sudah memiliki Standar Nasional Indonesia (SNI) yang menjadi rujukan bagi pengelola pasar dalam mengelola dan memberdayakan komunitas pasar secara optimal dan profesional. Diharapkan peran pemerintah ini dapat menjadi rujukan agar pasar rakyat dapat menjadi rumah ekonomi dan rumah budaya Indonesia yang mempunyai daya saing dengan tetap mempertahankan kearifan dalam budaya lokal.

Pemerintah juga berperan penting dalam program pemberdayaan pasar rakyat. Program-program yang dijalankan meliputi pemberian pelatihan pengelola pasar rakyat, focus group discussion (FGD), penggunaan SNI pasar rakyat dan SOP pengelolaan pasar rakyat, penyediaan sekolah pasar untuk para pedagang, aktivasi pasar rakyat, pendampingan dan sertifikasi SNI pasar rakyat, serta pemberian penghargaan kepada pengelola pasar rakyat yang berprestasi.

Digitalisasi Pasar Tradisional

Asparindo bekerjasama dengan STIE IPWIJA menggalakkan program digitalisasi pasar melalui penerapan rantai nilai pasar tradisional kedalam digitalisasi aktivitas primer dan sekunder serta dengan membangun hubungan langsung maupun tidak langsung dengan Pemerintah, maka kinerja pasar akan dapat ditingkatkan secara dramatis.

Meminjam istilah rekayasa ulang yang dikembangkan oleh Hammel dan Prahalad, maka dibutuhkan disamping syarat pertumbuhan yang

dramatis, maka revitalisasi juga harus bersifat fundamental, yaitu mulai dari awal atau dari kertas kosong. Selanjutnya revitalisasi dalam bentuk rekayasa ulang pasar tradisional harus mengikuti proses yang benar melalui digitalisasi yang merubah fungsi pasar secara radikal.

Setelah melakukan rekayasa ulang maka indikator keberhasilan program revitalisasi pasar rakyat adalah peningkatan kualitas dan sekaligus pangsa pasar dalam industri. Pangsa pasar yang telah direvitalisasi melalui digitalisasi pasar, seharusnya naik secara lebih signifikan daripada tanpa adanya digitalisasi pasar.

Kenaikan pangsa pasar diindikasikan dengan adanya peningkatan omzet penjualan di pasar maupun melalui pasar tersebut. Hal ini karena pasar rakyat yang sudah direvitalisasi memberikan metoda pelayanan dan rasa nyaman dan aman melalui transaksi langsung maupun secara online bagi konsumen di pasar tersebut.

Salah satu cara untuk mempermudah pemantauan peningkatan pangsa pasar rakyat, adalah dengan mendukung pengembangan aplikasi on line yang memanfaatkan teknologi digital. Teknologi ini telah banyak dipasarkan dalam bentuk aplikasi transaksi yang melibatkan pedagang dan konsumen pasar tradisional yang telah direvitalisasi.

Dewasa ini telah tersedia aplikasi berupa E-Catalog, E-Retribusi dan E-Payment yang merupakan transformasi digital pasar rakyat. Dengan melakukan transaksi secara on line, maka diharapkan dapat membuat sistem kerja pasar rakyat menjadi lebih mudah, tepat, dan efisien dalam meningkatkan kinerja secara nyata.