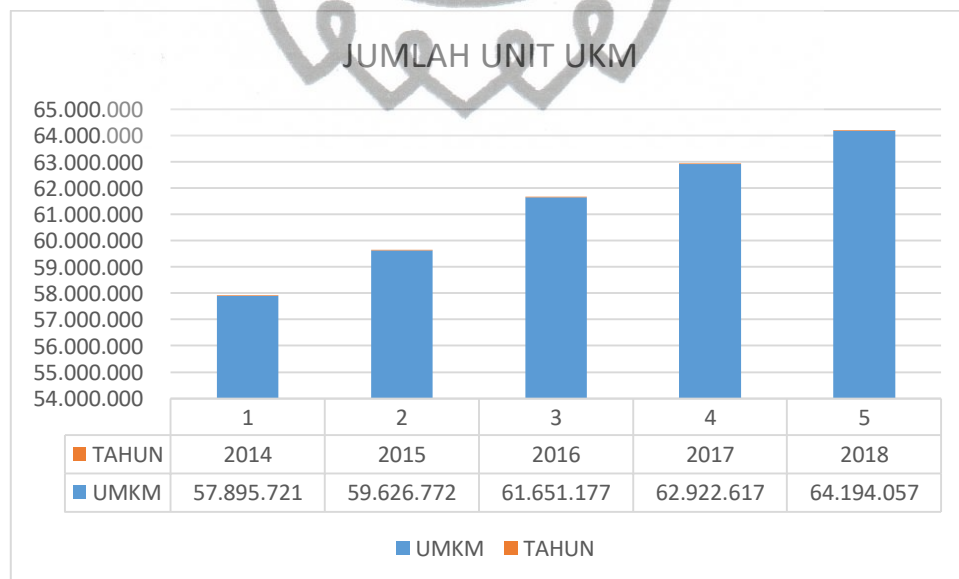


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

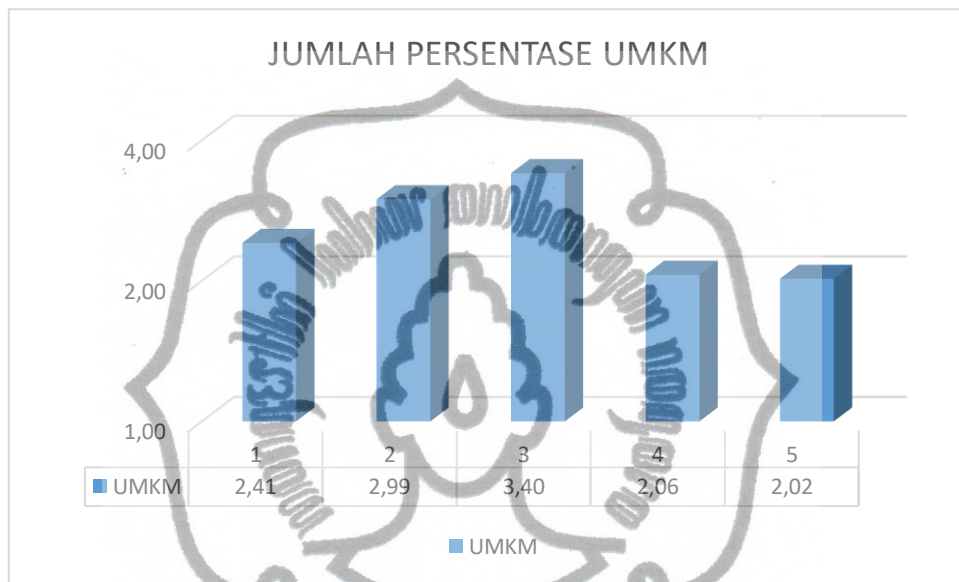
UMKM berperan strategis bagi pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. Hal ini ditunjukkan dengan data perekonomian nasional tahun 2013–2014 yaitu, 5.440 triliun rupiah mampu disumbangkan UMKM, serta 114,14 juta orang terserap tenaga kerja, dan menarik 1.655,2 triliun rupiah investasi dengan total jumlah usaha sebanyak 57,8 juta unit (www.bi.go.id). Untuk kontribusi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia tidak perlu diragukan lagi. Dominasi dunia usaha di Indonesia ditempati oleh UMKM yang menjadi level tinggi dan mampu menghadapi krisis, hal ini terlihat sejak adanya krisis ekonomi yang melanda bangsa Indonesia tahun 1998 silam, terbukti bahwa sektor UMKM lah yang masih mampu berdiri tegak bertahan dalam menghadapi krisis tersebut bahkan hingga saat ini. Dapat dilihat dari beberapa tahun terakhir penambahan unit UMKM dari tahun 2014-2018 menunjukkan peningkatan, hal tersebut dapat dilihat dalam grafik berikut:



Gambar 1.1 Grafik Jumlah Unik UMKM Periode 2014-2018

Sumber : www.bps.go.id

Dari grafik diatas dapat dilihat perkembangan jumlah unit usaha UMKM tahun 2014-2018 menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan. Begitupun presentase perkembangan UMKM juga menunjukkan peningkatan hal ini dapat dilihat dari gambar grafik sebagai berikut:



Gambar 1.2 Grafik Persentase Kenaikan Jumlah UMKM Periode 2014-2018

Sumber : www.bps.go.id

Dari grafik diatas dapat dilihat persentase jumlah UMKM tahun 2014-2018 menunjukkan peningkatan namun terlihat masih fluktuatif. Hal ini menunjukkan bahwa usaha mikro kecil menengah masih memerlukan perhatian, khususnya dalam hal penerapan UMKM yang masih rentan dengan masalah pengelolaan. hal ini dikarenakan data statistik UMKM tahun 2017 dan 2018 menunjukkan bahwa partisipasi UMKM dalam ekspor masih relatif rendah. Usaha skala besar masih mendominasi ekspor nonmigas. Sekitar 84,32 persen ekspor nonmigas disumbangkan oleh usaha besar, sedangkan usaha mikro hanya menyumbang 1,38 persen, usaha kecil 2,76 persen, dan usaha menengah sebesar 11,54 persen. Hal itu menunjukkan bahwa akses ekspor UMKM, khususnya usaha mikro dan kecil masih rendah

(www.bi.go.id). Oleh karena itu unit usaha UMKM di Indonesia masih memerlukan peran dukungan dari pemerintah, agar mampu bersaing di pasar asing.

Kota Madiun merupakan salah satu Kota yang mendukung akan keberadaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Berdasarkan data, pada tahun 2017 ada sebanyak 23.276 pelaku UMKM. Sedangkan, pada 2018 sebanyak 23.360 pelaku UMKM, Dengan perincian 20.941 usaha mikro, 2.196 usaha kecil, dan 223 usaha menengah dengan menyerap sekitar 8.000 tenaga kerja dengan nilai produksi mencapai Rp65 miliar per tahun. Jumlah tersebut tersebar dalam berbagai sektor baik perdagangan, industri, maupun jasa. Jumlah pelaku UMKM di Kota Madiun merupakan yang terbanyak di wilayah karesidenan Madiun (www.madiuntoday.go.id).

Perkembangan UMKM yang baik di Madiun tidak terlepas dari dukungan pemerintah daerah Kota Madiun, hal ini ditunjukkan dengan adanya pasar minggu atau *Sunday Market* dari yang diresmikan oleh pemerintah Kota Madiun. Konsep *Sunday Market* sengaja dilakukan untuk mewadahi para pelaku UMKM guna meningkatkan perekonomian. Dengan adanya *Sunday Market* diharapkan mampu menggerakkan masyarakat dan juga sebagai wadah para Pelaku UMKM dalam meningkatkan penghasilan, selain itu dengan adanya *Sunday Market* juga diharapkan menjadi wadah yang bisa menarik pengunjung dan sebagai destinasi wisata baru yang akan di datangi dari masyarakat luar Kota Madiun.

Upaya Pemerintah Kota Madiun dalam mengelola *Sunday Market* mendapat respon dari berbagai pelaku UMKM maupun komponen masyarakat. Respon masyarakat terhadap kegiatan *Sunday Market* dirasa lebih baik, karena *Sunday Market* lebih tertata dan sudah tidak bisa lagi pedagang berjualan tanpa izin karena pedagang sudah melengkapi lapak mereka dengan nomer lapak yang setiap minggunya wajib untuk dipasang. Akan tetapi beberapa masalah muncul terkait penempatan lokasi *Sunday Market* yang dinilai tidak strategis, masyarakat mengeluhkan bahwa lokasi di Taman Lalu Lintas Bantaran Kali Kota Madiun jauh dari pemukiman dan kurangnya pepohonan yang menyebabkan suhu yang panas. Hal

commit to user

ini menyebabkan beberapa mengeluhkan pedagang mengeluhkan mengalami penurunan Omzet, masalah lain yaitu sulitnya akses masuk *Sunday Market* madiun, para pengunjung serta pedagang mengeluhkan sulitnya memasukkan kendaraan sampai lokasi jualan. Hal ini dikarenakan Jalan untuk masuk ke lokasi jualan cukup sempit sehingga aksesnya kurang mudah.

Dari beberapa hasil penelitian terdahulu menemukan hal-hal yang penting untuk dilakukan pemerintah dalam rangka mendukung pertumbuhan UMKM. Temuan tersebut antara lain: dari hasil Penelitian Loso (2010) yang menunjukkan bahwa starategi kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah dalam pengelolaan pasar meliputi, penerapan regulasi (pembuatan aturan berupa peraturan daerah tentang pengelolaan pasar), penetapan batas maksimal pungutan / retribusi dan peruntukannya, pengaturan mengenai estetika yang mencakup keindahan, kerapian dan ketertiban, Pengawasan dan pembinaan pedagang pasar, serta penetapan anggaran paguyuban.

Hasil Penelitian Rahayu, Santoso dan Maesaroh (2015) yang juga menunjukkan strategi dalam peningkatan pengelolaan pasar lebih difokuskan pada perbaikan fisik bangunan dan sarana prasarana. Menyelaraskan visi dan misi antara Dinas Pasar dan UPTD Pasar wilayah serta mewujudkan kondisi pasar yang aman, nyaman, tertib, bersih, dan tertata dengan peran aktif pedagang dalam kegiatan pengelolaan pasar.

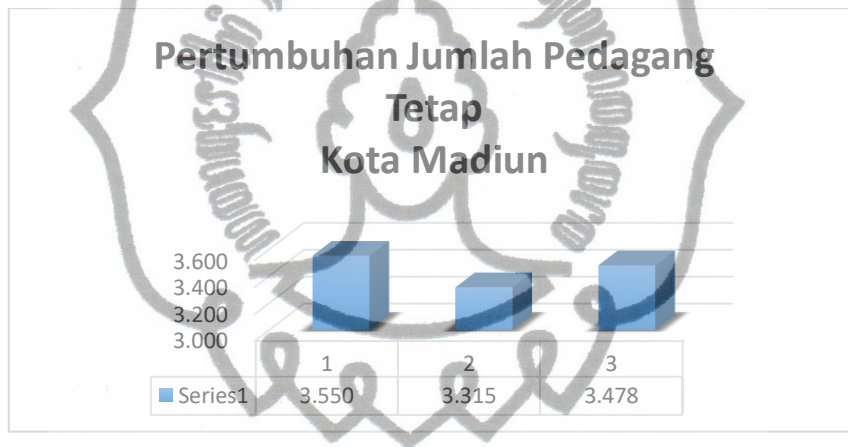
Hasil Penelitian Sinaga (2017) menunjukkan bahwa starategi kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah dalam pengelolaan pasar antara lain dengan melakukan revitalisasi pasar rakyat yang sudah ada sehingga keadaan pasar rakyat lebih tertata baik, memberikan harga lapak untuk berjualan di pasar rakyat lebih terjangkau, serta memberi keringanan dengan mengurangi jumlah biaya retribusi terhadap setiap pedagang.

Akan tetapi upaya yang dilakukan oleh pemerintah dalam pengembangan UMKM tidak selalu berjalan sesuai dengan tujuan. Hal ini dapat dilihat dari beberapa hasil temuan penelitian terdahulu antara lain: hasil temuan dari penelitian yang dilakukan oleh Desy dan Harjanti (2013) yang menyatakan bahwa beberapa kondisi

commit to user

yang menghambat dalam pengelolaan pasar antara lain yaitu mudahnya pedagang baru masuk yang memiliki produk yang sama, selain itu temuan bahwa petugas yang melakukan pungutan liar, dan masih sulitnya proses izin usaha.

Berdasarkan uraian hasil temuan penelitian terdahulu tentang hambatan dan peran pemerintah, maka peneliti akan mengkaji bagaimana hal – hal tersebut terjadi di Kota Madiun, berdasarkan data dari dinas perdagangan Kota Madiun menunjukkan jumlah pedagang tetap di Kota Madiun dari 3 tahun terakhir mengalami penurunan, hal ini dapat dilihat dari gambar grafik sebagai berikut:



Gambar 1.3 Grafik Pertumbuhan Jumlah Pedagang di Kota Madiun Periode 2017-2019

Sumber : Dinas Perdagangan Kota Madiun

Dari grafik di atas menunjukkan bahwa pertumbuhan jumlah pedagang di Kota Madiun menunjukkan tren penurunan, selain itu dari hasil wawancara pra observasi dari 15 orang pedagang yang berjualan di *Sunday Market* beberapa mengeluhkan mengalami penurunan Omzet, sementara itu dari hasil wawancara dari pengunjung *Sunday Market* beberapa dari pengunjung mengeluhkan lokasi di Taman Lalu Lintas Bantaran Kali Kota Madiun jauh dari pemukiman dan kurangnya pepohonan yang menyebabkan suhu yang panas. Dari seluruh informasi yang diberikan oleh

pemerintah, pedagang, dan masyarakat, untuk sementara peneliti melihat adanya ragam perspektif terkait penyelenggaraan CFD.

Dari data di atas nampak ada perbedaan pandangan antara pemerintah, pedagang, dan masyarakat tentang keberadaan *Sunday Market*, sebagai berikut. Pemerintah memandang dengan adanya *Sunday Market* pemerintah mengharapkan terciptanya antusias dari masyarakat serta adanya *Sunday Market* dapat menjadi wadah para pelaku UMK dalam meningkatkan penghasilan, selain itu *Sunday Market* juga diharapkan menjadi wadah yang bisa menarik pengunjung dan sebagai destinasi wisata baru yang akan di datangi dari masyarakat luar Kota Madiun. Sementara Pedagang berpandangan bahwa lokasi *Sunday Market* di Taman Lalu Lintas Bantaran Kali Kota Madiun kurang strategis dan menyebabkan penurunan omzet. Selain itu masyarakat memiliki pandangan lokasi *Sunday Market* Kota Madiun sulit diakses oleh kendaraan karena kondisi jalan yang sempit.

Berdasarkan hasil Pra Survey di atas, maka ditemukan permasalahan yang perlu dikaji lebih lanjut. Permasalahan yang nampak saat ini adalah perbedaan perspektif antara pemerintah, pelaku UMKM, dan masyarakat. Jadi, penelitian ini akan menggali dan menjelaskan hambatan-hambatan utama dalam pengelolaan *Sunday Market* dari Perspektif Pemerintah, Pelaku UMKM, dan Masyarakat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, rumusan masalah penelitian ini adalah “Apa Saja hambatan-hambatan dan dukungan dalam pengelolaan *Sunday Market* dari Perspektif Pemerintah, Pelaku UMKM, dan Masyarakat”.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun maka didapatkan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Memetakan jenis-jenis hambatan pengelolaan *Sunday Market* dan menjelaskan kaitan logis dengan sumber penyebab hambatan dari Perspektif Pemerintah, Pelaku UMKM, dan Masyarakat;
2. Memetakan jenis-jenis dukungan pengelolaan *Sunday Market* dan menjelaskan kaitan logis dengan potensi pengembangannya dari Perspektif Pemerintah, Pelaku UMKM, dan Masyarakat.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Memberikan tambahan *evidence based policy* dari kebijakan pengembangan *Sunday Market* di Kota Madiun yang dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang akan mengambil isu manajemen sektor perdagangan non formal.
2. Memberikan masukan bagi pemerintah Kota Madiun dan stakeholder terkait yang meliputi, pedagang *Sunday Market* serta pengusaha kreatif dalam mengembangkan potensi dan meminimalisir hambatan pengembang *Sunday Market*.

