



Sistem Penjualan Pasar Cihapit Kota Bandung Ditinjau Dari Aspek Digitalisasi Pasar Rakyat

Siti Nurhaliza¹, Eka Yulyana², Sopyan Resmana Adiarsa³

¹Mahasiswa Ilmu Pemerintahan Universitas Singaperbangsa Karawang

^{2,3}Dosen Ilmu Pemerintahan Universitas Singaperbangsa Karawang

Abstract

Received: 23 Desember 2022

Revised: 26 Desember 2022

Accepted: 27 Desember 2022

People's Market is a place of business that is managed, built, and managed by the government, local government, private sector, State-Owned Enterprises (BUMN), and/or Regional-Owned Bada Usama (BUMD), can be in the form of shops/kiosks, stalls and tents. owned/managed by small and medium-sized traders, non-governmental organizations, or cooperatives as well as MSMEs with the process of buying and selling goods through bargaining. Traders of the Cihapit Market in Bandung City have felt the impact of the COVID-19 pandemic, such as the decline in the number of consumers and the regulation of people's market operating hours. The research approach used is a qualitative approach

Keywords: *People's Market, Cihapit Market, Pandemic*

(*) Corresponding Author: sitinurhaliza02@gmail.com

How to Cite: Nurhaliza, S., Yulyana, E., & Adiarsa, S. (2023). Sistem Penjualan Pasar Cihapit Kota Bandung Ditinjau Dari Aspek Digitalisasi Pasar Rakyat. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(1), 489-494. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7549355>.

PENDAHULUAN

Setelah adanya pandemi COVID-19 segala aspek kehidupan mengalami berbagai masalah. Berawal dari kondisi kesehatan berakibat banyak korban jiwa hingga perekonomian semakin hancur. Banyak perusahaan melakukan pengurangan pegawai besar-besaran dikarenakan demi kebijakan perusahaan untuk efisiensi pegawai. Permasalahan lain dari pandemi covid-19 ini berdampak pula pada pedagang pasar rakyat.

Menurut Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan menjelaskan Pasar Rakyat adalah tempat usaha yang di tata, dibangun, dan di kelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), dan/atau Bada Usama Milik Daerah (BUMD), dapat berupa toko/kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil dan menengah, swadaya masyarakat, atau koperasi serta UMKM dengan proses jual beli barang melalui tawar-menawar. Selain itu, dalam rangka mendorong perekonomian pasar rakyat Badan Standarisasi Nasional (BSN) menerbitkan SNI Pasar Rakyat yang terbaru, yaitu Standar Nasional Indonesia 8152 : 2021 Pasar Rakyat menggantikan Standar Nasional Indonesia 8152: 2015 Pasar Rakyat. Terbitnya SNI Pasar Rakyat merupakan regulasi dari International Organization for Standarization (IOS) yang menyatakan standarisasi pasar dan digitalisasi setidaknya dikaji ulang setiap 5 tahun diharapkan setiap pasar memiliki standarisasi yang relevan sesuai dengan keadaan dan situasi terkini sehingga pasar akan tetap nyaman dan aman.

Pasar Cihapit Kota Bandung menjadi salah satu pasar rakyat yang menerapkan SNI 8152 : 2021 Pasar Rakyat akan tetapi terkena dampak dari



pandemi COVID-19 sehingga belum terlaksana secara optimal. Pasar Cihapit berada di Jl. Cihapit, Kelurahan Cihapit, Kecamatan Bandung Wetan , Kota Bandung. Pasar Cihapit diresmikan menjadi pasar pada tahun 1940. Pada awalnya dipasar Cihapit hanya terdapat pedagang yang berdagang menggunakan roda di dalam gang yang dikenal dengan gang senggol. Kemudian dilakukan renovasi pada tahun 1985 dan 2007 sehingga saat ini Pasar Cihapit memiliki tiga gang utama yaitu gang senggol, gang masjid, dan gang sabang (Subekti dkk., 2017).

Pasar Cihapit tidak hanya menjual bahan kebutuhan pokok sehari-hari akan tetapi menjadi salah satu pusat kuliner yang terkenal di Kota Bandung dengan total pedagang 176 orang. Walaupun tertua dan menjadi pusat kuliner Pasar Cihapit mengalami dampak turunnya perekonomian yang dirasakan oleh pedagang Pasar Cihapit Kota Bandung. Pedagang Pasar Cihapit Kota Bandung sangat merasakan dampak dari pandemi COVID-19 seperti turunnya jumlah konsumen dan regulasi jam operasional pasar rakyat berdasarkan Peraturan Wali Kota Bandung Nomor 14 Tahun 2020 tentang Pelaksanaan PSBB dalam Penanganan Virus Corona atau COVID-19. Sehingga Pasar Cihapit Kota Bandung mulai menerapkan sistem penjualan offline dan online untuk memasarkan, mempromosi, menjual produk, serta mendistribusikannya.

KAJIAN PUSTAKA

Sistem Penjualan

Penjualan adalah suatu proses yang terjadi untuk mempengaruhi pembeli serta memberikan petunjuk supaya pembeli dapat menyesuaikan kebutuhan dengan produksi atau barang dagang yang ditawarkan dengan mengadakan perjanjian harga jual beli barang dagang antara kedua belah pihak. Sedangkan sistem penjualan adalah teknik – teknik yang digunakan untuk melakukan penjualan antara penjual dan pembeli dari proses awal hingga barang terjual (Rahman, 2022).

Digitalisasi

Digitalisasi adalah proses perubahan dari media lama (analog) ke media baru (digital). Proses perubahan ini memberikan kemudahan bagi para penggunanya dengan mengganti bentuk cetak kedalam bentuk elektronik atau digital melalui teknik pemindaian untuk menghasilkan data yang tersimpan dalam perangkat digital seperti komputer atau smartphone (Yulianti dkk., 2021).

Pasar Rakyat

Pasar Rakyat adalah tempat usaha yang ditata, dibangun, dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, badan usaha milik negara, dan/atau badan usaha milik daerah, dapat berupa toko/kios, los, tenda dan hamparan yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil dan menengah, swadaya masyarakat, atau koperasi serta UMKM dengan proses jual beli barang melalui tawar-menawar

METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan yaitu dengan pendekatan secara kualitatif. Penelitian ini adalah penelusuran sistem penjualan pasar rakyat di lihat dari aspek digitalisasi pasar rakyat yang sesuai pada Standar Nasional Indonesia 8152 : 2021 Pasar Rakyat sehingga bisa diketahui sejauhmana penggunaan digitalisasi pada Pasar Cihapit Kota Bandung. Dalam menggunakan penelitian ini

juga peneliti sangat membutuhkan pemahaman yang lebih detail terkait kondisi permasalahan secara faktual maupun empiris. Pendekatan ini tentu saja memudahkan peneliti pada saat melakukan observasi secara langsung untuk mengetahui dan mendapat pembaruan data secara langsung mengenai fenomena yang akan diteliti

Teknik pengumpulan data adalah suatu langkah yang dinilai strategis dalam suatu penelitian, karena mempunyai tujuan yang utama dalam memperoleh data. Tanpa adanya pengumpulan data penelitian ini tidak akan bisa berjalan sebagaimana mestinya. Pengumpulan data dimaksudkan untuk mencari data tentang penelitian ini dan menggali makna data tersebut dan mengaitkannya dengan penelitian yang dilakukan. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti meliputi observasi, wawancara, dokumentasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data menurut Miles dan Huberman (Sugiyono, 2017) yang mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas. Aktivitas dalam analisis data yaitu, data *reduction*, *data display*, dan *conclusion/verification*

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penyebaran COVID-19 sudah tersebar ke seluruh dunia tak terkecuali Indonesia. Setelah adanya pandemi COVID-19 segala aspek kehidupan mengalami berbagai masalah. Berawal dari kondisi kesehatan berakibat banyak korban jiwa hingga perekonomian semakin hancur. Banyak perusahaan melakukan pengurangan pegawai besar-besaran dikarenakan demi kebijakan perusahaan untuk efisiensi pegawai sehingga berakibat kepada pendapatan masyarakat yang kian menurun. Sejak pandemi COVID-19 pendapatan masyarakat kian menurun drastis berdampak pada permintaan barang dan jasa khususnya di bidang tempat usaha yakni pasar rakyat.

Pelaku usaha pada pasar khususnya pedagang bahan kebutuhan pokok ataupun kuliner yang biasanya memiliki pendapatan yang tinggi, setelah adanya pandemi COVID-19 kian menurun drastis. Hal tersebut disebabkan oleh turunnya jumlah konsumen yang datang untuk membeli bahan kebutuhan pokok di pasar dan regulasi jam operasional pasar sehingga berbanding lurus terhadap permintaan barang kebutuhan pokok. Pada umumnya pedagang pasar tidak dibantu penanaman saham melainkan dari dana pribadi sehingga jika pedagang pasar menggulung tikar berakibat pada turunnya kesejahteraan masyarakat dan pemenuhan kebutuhan pokok harian masyarakat.

Pasar Cihapit termasuk dalam kategori pasar tertua di Kota Bandung terkena dampak pandemi COVID-19. Pasar Cihapit mengalami penurunan jumlah konsumen dan terkena efek regulasi jam operasional pasar sesuai ketentuan Peraturan Wali Kota Bandung. Pasar Cihapit berada di Jl. Cihapit, Kelurahan Cihapit, Kecamatan Bandung Wetan, Kota Bandung. Pasar ini diresmikan menjadi pasar pada tahun 1940 kemudian dilakukan beberapa renovasi tahun 1985 dan 2007. Jumlah pedagang di Pasar Cihapit yaitu 176 orang terbagi atas beberapa tipe tempat dagang yang dapat dilihat pada tabel 1.1 dibawah ini:

Tabel 1.1
Jumlah Pedagang

No	Tipe Tempat dagang	Jumlah
	Toko/Kios	76 Orang
	Los	86 Orang
	Tenda	4 Orang
	Hampanan	10 Orang
Jumlah		176 Orang

Sumber: Survey Peneliti

Berdasarkan jumlah pedagang pada tabel tersebut Pasar Cihapit termasuk kedalam golongan pasar tipe IV sesuai dengan klasifikasi pasar rakyat yang tertuang pada Standar Nasional Indonesia 8152 : 2021 Pasar Rakyat. Produk yang dijual pada Pasar Cihapit terdiri atas komoditi pangan basah, pangan kering, siap saji, dan non pangan. Pada pasar ini tidak hanya menjual bahan kebutuhan pokok sehari-hari akan tetapi menjadi salah satu pusat kuliner di Kota Bandung.

Akibat dari permasalahan jumlah penurunan konsumen pada masa pandemi covid-19 Pasar Cihapit menerapkan dua metode sistem penjualan. Sistem penjualan pada Pasar Cihapit terdapat dua metode yaitu secara offline dan online. Sistem jual beli offline membuka lapak jualan sesuai dengan aturan jam operasional pasar rakyat atau swalayan yang tertuang pada Peraturan Wali Kota Bandung Nomor 14 Tahun 2020 tentang Pelaksanaan PSBB. Pada umumnya sistem jual beli offline melalui transaksi jual beli secara langsung antara penjual dan pembeli. Pedagang bahan kebutuhan pokok memulai lapak jualannya pagi hari sekitar pukul 06.00 hingga 12.00 WIB sedangkan pusat kuliner buka pukul 11.00 hingga 18.00 WIB.

Sistem jual beli online dilakukan oleh pedagang bahan kebutuhan pokok dan kuliner melalui marketplace dan Online-to-Offline (O2O) untuk memasarkan, mempromosi, menjual produk, serta mendistribusikannya. Marketplace yang telah bekerja sama dengan Pasar Cihapit Kota Bandung yakni Tokopedia untuk menjual bahan kebutuhan pokok rumah tangga dari pedagang kepada konsumen.



Gambar 1. Marketplace Tokopedia

Penjualan melalui marketplace pada Pasar Cihapit termasuk kegiatan transaksi bisnis yang cukup praktis dilakukan oleh pembeli ataupun penjual tanpa harus bertatap muka hanya melalui smartphone atau alat telekomunikasi lainnya. Pembeli memesan melalui aplikasi Tokopedia barang yang dibutuhkan, kemudian transaksi pembayaran melalui transfer antar bank, e-money, kartu kredit dan tunai melalui gerai retail yang telah bekerjasama. Setelah itu barang akan dikirimkan ke alamat pembeli.

Penjualan menggunakan marketplace pada Pasar Cihapit tidak hanya terlibat antar pedagang dan pembeli akan tetapi pengelola pasar terlibat

didalamnya. Pengelola Pasar Cihapit sebagai pemegang akun utama marketplace Pasar Cihapit sekaligus penghubung dengan pedagang bahan kebutuhan pokok karena sistem online shop yang dibuat yakni satu pintu dimana proses utama dipegang oleh satu pihak. Walaupun pedagang pasar tidak terlibat langsung dalam transaksi online tetapi jual beli tetap terjadi dan pembayaran akan diproses oleh pihak pengelola sesuai barang kebutuhan pokok yang diambil dari pedagang pasar.

Proses pemesanan yang diterima atau masuk pada akun marketplace tokopedia akan diproses oleh petugas pengelola pasar cihapit untuk dilakukan penerimaan pesanan. Setelah proses penerimaan pesanan kemudian petugas pengelola pasar akan mengumpulkan dan memilih bahan kebutuhan pokok dari pedagang yang akan dikirim sesuai dengan pesanan yang diperoleh dari marketplace.



Gambar 2. Packing Pemesanan

Setelah pemilihan barang kebutuhan pokok telah terkumpul sesuai pesanan, proses selanjutnya packing yang dilakukan oleh petugas pengelola pasar cihapit itu sendiri seperti yang terlihat pada gambar diatas. packing tersebut dilakukan sesuai dengan standar operasional marketplace tokopedia yaitu menggunakan kardus atau plastik untuk pangan basah. setelah proses packing selesai dilakukan selanjutnya pengiriman yang akan dilakukan oleh pihak jasa pengiriman yang telah bekerjasama.

Online-to-Offline (O2O) atau yang biasa disebut jasa transportasi online salah satu pihak yang berperan dalam pengiriman barang dari pasar ke konsumen. Jasa transportasi online yang bekerjasama yaitu Gojek dan Grab. Kedua pihak tersebut bertugas untuk mendistribusikan barang pesanan konsumen dan kuliner di Pasar Cihapit. Distribusi pemesanan antar kota akan dilakukan oleh jasa pengiriman lain yaitu AntarAja.

KESIMPULAN

Digitalisasi Pasar salah satu inovasi yang diharuskan untuk diimplementasikan pada seluruh pasar rakyat di Indonesia. Pasar Cihapit Kota Bandung melakukan inovasi digitalisasi pasar rakyat bertujuan untuk meningkatkan penjualan terkhusus pada pedagang bahan kebutuhan pokok. Inovasi yang dilakukan pada Pasar Cihapit yaitu dengan sistem penjualan melalui marketplace dan jasa transportasi online.

DAFTAR PUSTAKA

A. M Yusuf. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan. (Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2017)

- Amriani, Nurnaningsih, (2012), *MEDIASI: Aternatif Penyelesaian Sengketa di Pengadilan*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Keempat*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014)
- Hardani. Ustiawaty, J. A. H. (2017). *Buku Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif (Issue April)*.
- Indiahono, D. (2009). *Kebijakan publik berbasis dynamic policy analysis*. Yogyakarta: Gava Media.
- Moekijat. (1990). *Pengawasan Efektif*. Bandung : CV. Pionir Jaya
- J.W, Creswell. *Research Design : Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2016)
- Rahman, A. Y. (2022). *Optimalisasi Sistem Pakar Pemasaran Produk Herbal*. CV Literasi Nusantara Abadi.
- Yulianti, D. T., Damayanti, & Prastowo, A. T. (2021). *Pengembangan Subekti*, B., Sutisna, I., Gandhita, N. I., & Haniffan, R. (2017). *Kelayakan Pasar Rakyat Cihapit Ditinjau Dari Aspek Persyaratan Teknis SNI*. *Jurnal Reka Karsa*, V, 2. <https://ejurnal.itenas.ac.id/index.php/rekakarsa/article/view/1498/2666>
- Digitalisasi perawatan kesehatan pada klink pratama sumber mitra bandar lampung*. 2(2), 32–39.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. (Bandung : Afabeta, 2013)