

STRATEGI PENGEMBANGAN PASAR ANTIK-KOPER JAKARTA

Shintya Nurgita¹, Laili Fuji Widyawati²

^{1,2}Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Esa Unggul
Jln. Arjuna Utara Tol Tomang Kebun Jeruk, Jakarta 11510
snurgita@yahoo.com

Abstract

Jakarta Antik-Koper Market is one of the traditional markets in the Menteng Subdistrict area, Central Jakarta, which only sells antiques and bags / luggage. This market is a segmented traditional market. When viewed from its development, the Antik-Koper Jakarta Market has an advantage that has the potential to be developed into the trade and tourism sectors. The purpose of this study is to find out the characteristics of the market, to find out the distribution patterns of the supply of goods and marketing and to find out the right market development strategies to be carried out at the Antik-Koper Market in Jakarta. The method used in this study is the mix methods method and uses a SWOT analysis tool to determine the development strategy that will be carried out at the Antik-Koper Market in Jakarta. The results of this study are the Antik-Koper Jakarta Market has different characteristics from other markets, it can be seen from the characteristics of the merchandise sold, the characteristics of traders; and the characteristics of the dominant buyers come from the upper middle class and have an interest or love for antiques while in the distribution and marketing patterns it is identified that there are 4 patterns of distribution of antiques and 3 patterns of distribution of bags / luggage then for the development strategy carried out by using the concept of development through community needs and value and making the market a center for selling antiques and bags / luggage in the DKI Jakarta Province which will have an impact on activities in the trade and tourism sector.

Keywords: Antique-Suitcase Market Jakarta, segmented market, community needs and value

Abstrak

Pasar Antik-Koper Jakarta merupakan salah satu pasar tradisional yang berada di wilayah Kecamatan Menteng, Jakarta Pusat yang hanya menjual barang antik dan tas/koper. Pasar tersebut merupakan pasar tradisional yang bersifat segmented. Bila dilihat dari perkembangannya Pasar Antik-Koper Jakarta memiliki suatu kelebihan yang potensial untuk dikembangkan ke sektor perdagangan maupun sektor pariwisata. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik pasar, untuk mengetahui pola distribusi penyediaan barang dan pemasaran serta untuk mengetahui strategi pengembangan pasar yang tepat untuk dilakukan di Pasar Antik-Koper Jakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode mix methods serta menggunakan alat analisis SWOT untuk menentukan strategi pengembangan yang akan dilakukan di Pasar Antik-Koper Jakarta. Hasil dari penelitian ini adalah Pasar Antik-Koper Jakarta memiliki karakteristik yang berbeda dengan pasar lainnya, hal tersebut dapat dilihat dari karakteristik barang dagangan yang dijual, karakteristik pedagang; serta karakteristik pembeli yang dominan berasal dari kalangan menengah ke atas dan memiliki ketertarikan atau kecintaan terhadap barang-barang antik sedangkan pada pola distribusi dan pemasaran teridentifikasi bahwa terdapat 4 pola distribusi barang antik dan 3 pola distribusi tas/koper kemudian untuk strategi pengembangan yang dilakukan adalah dengan menggunakan konsep pengembangan melalui community needs and value dan menjadikan pasar tersebut sebagai pusat penjualan barang antik dan tas/koper di wilayah Provinsi DKI Jakarta yang akan berdampak pada kegiatan di sektor perdagangan dan pariwisata.

Kata Kunci: Pasar Antik-Koper Jakarta, segmented market, community needs and value

Pendahuluan

Pasar Antik-Koper Jakarta merupakan salah satu pasar yang terletak di Provinsi DKI Jakarta. Pasar tersebut terbentuk dari beberapa UKM (Usaha Kecil Menengah) yang memperjualbelikan barang-barang yang menjadi salah satu kebutuhan bagi sekelompok masyarakat. Namun lain halnya dengan pasar tradisional lainnya, yang menjual bahan pokok

untuk kegiatan sehari-hari seperti sayuran, buah, daging, perabot rumah tangga dan lain sebagainya. Pasar Antik-Koper Jakarta merupakan pasar yang menjual berbagai macam barang antik seperti barang-barang antik peninggalan dari kerajaan, hiasan lampu, uang kertas dan uang logam, gucci, wayang, piringan hitam serta alat atau perabot rumah tangga yang terbuat dari kuningan dan perak,

hal tersebut merupakan satu keunikan yang dimiliki oleh Pasar Antik-Koper Jakarta yang tidak dimiliki oleh pasar lainnya.

Bila dilihat berdasarkan perkembangannya, Pasar Antik-Koper Jakarta merupakan pasar yang dinilai potensial di sektor perdagangan, dikarenakan Pasar Antik-Koper Jakarta merupakan satu-satunya pasar di wilayah Jakarta Pusat yang menjual barang-barang antik, sehingga tingkat persaingan antara pasar tersebut dengan pasar yang lainnya cenderung kecil. Namun, keberadaan pasar tersebut juga dinilai kurang berkembang, karena tidak banyak orang yang menyukai barang-barang antik, sehingga hal tersebut menyebabkan Pasar Antik-Koper Jakarta cenderung sepi pengunjung, karena kebanyakan pengunjung yang datang adalah orang-orang kalangan tertentu yang memiliki ketertarikan atau hobi terhadap barang-barang antik.

Sedangkan bila dilihat dari segi pariwisata, Pasar Antik-Koper Jakarta memiliki berbagai macam keunikan barang antik yang menjadi salah satu daya tarik bagi wisatawan lokal dan internasional, hal tersebut dikarenakan beberapa barang antik yang dijual memiliki nilai sejarah dan merupakan barang dari masa lampau. Sebagian besar dari barang antik tersebut didapatkan dari berbagai wilayah di Indonesia. Namun selain barang antik, pasar ini juga menjual tas/koper yang berasal dari berbagai pasar di wilayah DKI Jakarta dan ada beberapa pula tas/koper yang merupakan barang dari hasil olahan atau hasil produksi sendiri.

Dengan kondisi pasar tersebut, hal yang menjadi dasar utama untuk melakukan identifikasi karakteristik terhadap pasar, pedagang, dan pembeli serta pola distribusi penyediaan barang dan pemasaran adalah untuk mengetahui strategi pengembangan pasar yang tepat untuk dilakukan, guna untuk memaksimalkan potensi di sektor perdagangan yang dimiliki pasar tersebut serta untuk mengatasi permasalahan yang menjadi kekurangan Pasar Antik Koper-Jakarta. Hal tersebut dilakukan dengan harapan, agar Pasar Antik-Koper Jakarta mampu menjadi pasar tradisional yang lebih berkembang dengan keunikan yang dimiliki serta mampu memberikan dampak terhadap kondisi perekonomian wilayah dan terhadap para pedagang di pasar tersebut.

Berdasarkan barang yang diperjualbelikan, Pasar Antik-Koper Jakarta ini tergolong dalam pasar tradisional yang bersifat *segmented* atau yang biasa dikenal dengan pasar yang memiliki target khusus. Sehingga hal tersebut yang membedakan karakteristik Pasar Antik-Koper Jakarta dengan pasar tradisional lainnya. Dengan perbedaan barang yang diperjualbelikan di Pasar Antik-Koper Jakarta, mampu memberikan peluang yang besar bagi pasar

tersebut berkembang menjadi pasar dengan keunikan dan ciri khas pasar tanpa harus bersaing dengan pasar tradisional lainnya. Faktanya, Pasar Antik-Koper Jakarta kurang berkembang dengan baik, hal tersebut terlihat dari sepi pengunjung yang datang ke Pasar Antik-Koper Jakarta. Sehingga hal tersebut menandakan bahwa minat masyarakat terhadap barang antik cenderung rendah.

Meskipun, Pasar Antik-Koper Jakarta terkadang sepi pengunjung, pasar tersebut telah mampu menarik wisatawan lokal hingga wisatawan internasional. Hal tersebut menunjukkan bahwa Pasar Antik-Koper Jakarta sudah memiliki jangkauan hingga skala internasional. Sama halnya seperti pasar barang antik yang terdapat di Kota Surakarta, yaitu Pasar Windujenar yang merupakan pasar barang antik yang sudah terkenal dalam lingkup lokal dan internasional. Namun, hal yang membedakan antara Pasar Antik-Koper Jakarta dengan Pasar Windujenar adalah perkembangan pasar yang dimiliki oleh Pasar Windujenar cenderung lebih baik dikarenakan pasar tersebut sudah memiliki strategi pemasaran dan penataan pasar yang memang ditujukan untuk kegiatan pariwisata, sehingga hal tersebut mampu menarik wisatawan lokal dan internasional dalam jumlah yang lebih banyak dan membuat pasar tersebut ramai akan pengunjung.

Rendahnya dan kurangnya pemasaran di Pasar Antik-Koper Jakarta di mata masyarakat, membuat Pasar Antik-Koper Jakarta kurang diminati oleh masyarakat. Kurangnya minat masyarakat terhadap barang antik akan mempengaruhi jumlah kunjungan ke Pasar Antik-Koper Jakarta yang nantinya juga akan mempengaruhi aktivitas perdagangan di pasar tersebut. Padahal pasar tersebut merupakan pasar yang potensial apabila dikembangkan secara maksimal.

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka pertanyaan untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimanakah karakteristik Pasar Antik-Koper Jakarta?
- 2) Bagaimanakah pola distribusi penyediaan barang dan pemasaran di Pasar Antik-Koper Jakarta?
- 3) Bagaimana strategi pengembangan yang dapat dilakukan di Pasar Antik-Koper Jakarta?

Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Mengidentifikasi karakteristik Pasar Antik-Koper Jakarta;
- 2) Menganalisis pola distribusi penyediaan barang dan pemasaran di Pasar Antik-Koper Jakarta;
- 3) Mengetahui strategi pengembangan yang dapat dilakukan.

Ruang lingkup studi adalah Pasar Antik-Koper Jakarta yang terletak di sepanjang Jalan Surabaya Kelurahan Menteng, Kecamatan Menteng Jakarta Pusat.



Gambar 1
Peta Ruang Lingkup Wilayah Penelitian

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian Strategi Pengembangan Pasar Antik-Koper Jakarta ini adalah metode *mix methods* yang terdiri dari metode kuantitatif dan metode kualitatif. Metode kuantitatif, merupakan metode yang digunakan untuk menentukan variabel dalam penelitian ini dan untuk menentukan jawaban sementara atau hipotesis. Selain itu metode kuantitatif, juga digunakan untuk melakukan pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner yang diperuntukan pada sampel dalam penelitian ini, sampel tersebut adalah para pedagang dan pembeli di Pasar Antik-Koper Jakarta.

Hasil dan Pembahasan

Analisis Karakteristik Pasar Antik-Koper Jakarta

Dilihat berdasarkan jenis bentuk kegiatannya, Pasar Antik-Koper Jakarta termasuk ke dalam bentuk pasar nyata. Hal tersebut dikarenakan Pasar Antik-Koper Jakarta merupakan pasar yang memperjualbelikan barang antik atau tas/koper secara langsung kepada pembeli. Pembeli atau pengunjung di Pasar Antik-Koper Jakarta dapat melihat dan memilih barang-barang yang ditawarkan di pasar tersebut, sedangkan penjual atau pedagang di Pasar Antik-Koper Jakarta dapat menawarkan barang yang dijualbelikan kepada pembeli atau pengunjung.

Dilihat berdasarkan jenis transaksinya, Pasar Antik-Koper Jakarta termasuk ke dalam pasar tradisional. Hal tersebut dikarenakan kegiatan jual beli atau transaksi antara penjual dan pembeli di Pasar Antik-Koper Jakarta dilakukan dengan cara tawar-menawar. Banyaknya variasi barang antik

atau tas/koper, juga menyebabkan adanya variasi harga antar satu barang dengan barang yang lainnya.

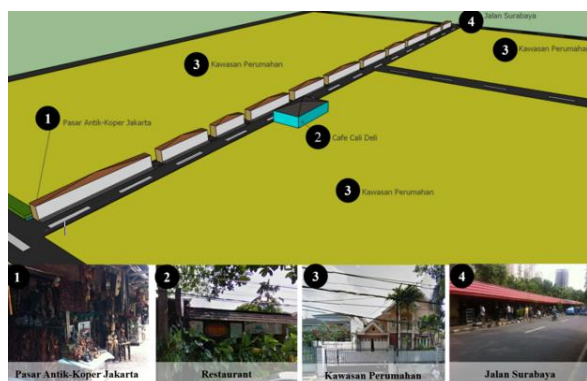
Dilihat berdasarkan jenis barangnya, Pasar Antik-Koper Jakarta termasuk ke dalam pasar loak. Hal tersebut dikarenakan Pasar Antik-Koper Jakarta merupakan pasar yang menjual barang-barang antik. Selain itu "Pasar Antik-Koper Jakarta merupakan satu-satunya pasar yang menjual barang antik di wilayah Jakarta", hasil wawancara dengan Bapak Julius Effendi, Kepala Suku Dinas Koperasi, UMKM serta Perdagangan Jakarta Pusat.

Berdasarkan jangkauan pelayanannya, Pasar Antik-Koper Jakarta merupakan pasar yang termasuk ke dalam jangkauan pasar lokal dan internasional hal tersebut dapat dilihat dari pengunjung Pasar Antik-Koper Jakarta yang tidak hanya berasal dari wisatawan lokal, namun juga terdapat wisatawan dari internasional. Untuk wisatawan lokal biasanya mereka berasal dari sekitar wilayah Jakarta dan wilayah di luar Jakarta, sedangkan wisatawan internasional biasanya berasal dari berbagai macam negara.

Analisis Kondisi Fisik Pasar

Dalam Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Provinsi DKI Jakarta tahun 2030, kawasan Kecamatan Menteng yang merupakan wilayah tempat Pasar Antik-Koper Jakarta tersebut berada merupakan wilayah yang diperuntukkan sebagai kawasan perumahan. Selain itu, dilihat dari rencana kawasan strategis, Kecamatan Menteng merupakan kawasan yang telah ditetapkan sebagai kawasan strategis provinsi di bidang sosial dan budaya. Sehingga, meskipun Kecamatan Menteng merupakan kawasan yang diperuntukkan sebagai kawasan perumahan, kawasan tersebut juga ditetapkan sebagai kawasan strategis sosial dan budaya.

Letak Pasar Antik-Koper Jakarta dikelilingi oleh perumahan mewah di kawasan Menteng yang tepatnya berada di sepanjang Jalan Surabaya, jalan tersebut merupakan jalan kolektor satu arah yang dapat dilewati oleh kendaraan roda 2 ataupun kendaraan roda 4. Jalan Surabaya tersebut tidak dilalui oleh angkutan atau transportasi umum seperti bus, kopaja ataupun mikrolet, namun terkadang ada beberapa transportasi umum yang melintas di jalan tersebut seperti bajaj ataupun taksi.



Gambar 2
Siteplan Pasar Antik-Koper Jakarta

Berdasarkan hasil survey lapangan menurut kondisi fisiknya, Pasar Antik-Koper Jakarta merupakan pasar yang sudah tertata dengan baik dan rapi, serta memiliki tingkat kebersihan, kenyamanan, dan keamanan yang sudah cukup baik. Namun, keberadaan Pasar Antik-Koper Jakarta tidak didukung atau dilengkapi dengan fasilitas yang menunjang kegiatan belanja para pembeli/pengunjung. Pasar ini tidak dilengkapi dengan fasilitas toilet umum, area parkir, fasilitas ATM center dan hanya terdapat satu fasilitas tempat makan/restaurant di sekitar pasar tersebut.

Analisis Karakteristik Pedagang di Pasar Antik-Koper Jakarta

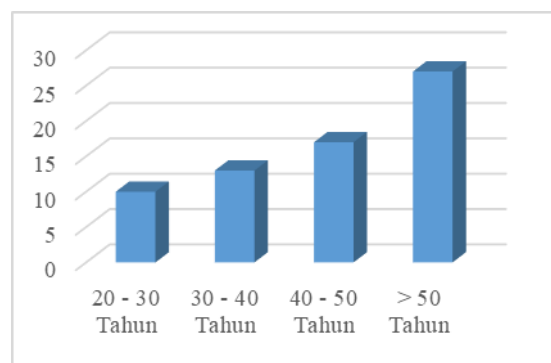
Adapun karakteristik pedagang di Pasar Antik-Koper Jakarta memiliki dominan tamatan tingkat pendidikan SMA/SMK.

Tabel 1
Tingkat Pendidikan Pedagang

| Tingkat Pendidikan | Jawaban Responden |
|--------------------|-------------------|
| SMP | 22 |
| SMA/SMK | 31 |
| Perguruan Tinggi | 13 |
| Lainnya | 1 |
| Total | 67 |

Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2016.

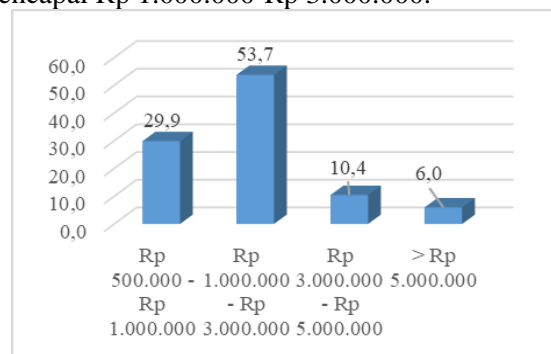
Meskipun para pedagang di Pasar Antik-Koper Jakarta hanya memiliki tamatan tingkat pendidikan SMA/SMK, para pedagang tersebut memiliki pengetahuan yang luas dan memiliki keahlian dalam berbicara bahasa asing seperti Bahasa Inggris, Perancis bahkan Bahasa Belanda. Keahlian tersebut sangat berguna dan membantu para pedagang ketika melayani pembeli atau pengunjung yang berasal dari luar negeri. Selain itu, bila dilihat dari dominan usia pedagang, kebanyakan pedagang di Pasar Antik-Koper Jakarta berada dalam kelompok Umur 50 tahun ke atas.



Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2016.

Gambar 3
Grafik Usia Pedagang

Sehingga dapat disimpulkan, dengan dominan umur pedagang yang kebanyakan berada dalam kelompok umur 50 tahun ke atas, hal tersebut menandakan bahwa para pedagang di Pasar Antik-Koper Jakarta berada diantara kelompok usia produktif dan usia tidak produktif. Dengan golongan usia tersebut juga menandakan bahwa para pedagang tersebut memiliki keterbatasan terhadap aktivitas dan keterbatasan terhadap penggunaan teknologi yang dibutuhkan sebagai media penjualan ataupun pemasaran. Sedangkan untuk tingkat pendapatan para pedagang di Pasar Antik-Koper Jakarta memiliki dominan pendapatan terbesar/hari mencapai Rp 1.000.000-Rp 3.000.000.



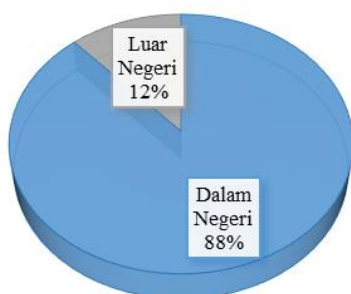
Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2016.

Gambar 4
Grafik Tingkat Pendapatan Pedagang

Dominan pendapatan pedagang Pasar Antik-Koper Jakarta yang mencapai Rp 1.000.000 - Rp3.000.000 merupakan pendapatan terbesar perhari yang mampu didapatkan oleh pedagang. Dalam satu bulan penjualan, para pedagang di Pasar Antik-Koper Jakarta hanya mampu mendapatkan 2 kali pendapatan terbesar/hari dari hasil penjualan barang anti ataupun tas/koper. Namun terkadang, jika pasar tersebut berada dalam kondisi sepi pengunjung, biasanya para pedagang hanya mendapatkan penghasilan kurang dari Rp 100.000 atau bahkan tidak mendapatkan penghasilan sama sekali.

Analisis Karakteristik Pembeli/ Pengunjung di Pasar Antik-Koper Jakarta

Adapun karakteristik pembeli atau pengunjung di Pasar Antik-Koper Jakarta memiliki dominan asal atau tempat tinggal yang berasal dari wilayah dalam negeri.



Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2016.

Gambar 5

Presentase Asal atau Tempat Tinggal Pembeli/Pengunjung

Pembeli/Pengunjung yang datang ke Pasar Antik-Koper Jakarta berasal dari wilayah yang beragam, yaitu dari wilayah dalam negeri maupun luar negeri. Hal tersebut mampu memberikan keuntungan bagi para pedagang di Pasar Antik-Koper Jakarta, salah satunya adalah meningkatkan citra dari pasar tersebut sehingga nantinya pasar tersebut akan mampu menarik lebih banyak lagi pembeli/pengunjung yang berasal dari wilayah lokal maupun internasional.

Selain itu Pasar Antik-Koper Jakarta juga akan mampu menembus pasar internasional yang berdampak terhadap sektor perdagangan dan sektor pariwisata di Indonesia. Sehingga hal tersebut akan membantu meningkatkan kondisi perekonomian Indonesia. Sedangkan, bila dilihat dari jenis pekerjaan para pembeli/pengunjung di Pasar Antik-Koper Jakarta, dominan jenis pekerjaannya adalah wiraswasta/wirausaha/pengusaha.

Dapat disimpulkan, dengan dominan jenis pekerjaan pembeli/pengunjung yang merupakan wiraswasta/wirausaha/pengusaha, menandakan bahwa pembeli/pengunjung yang datang bukan merupakan orang yang berasal dari kalangan yang biasa melainkan berasal dari kalangan menengah hingga ke atas. Sedangkan bila dilihat dari tingkat pendapatan yang dimiliki oleh para pembeli atau pengunjung, dominan pendapatannya adalah Rp 6.000.000 ke atas.

Berdasarkan Tabel 2, dapat disimpulkan bahwa para pembeli/pengunjung di Pasar Antik-Koper Jakarta memiliki tingkat pendapatan yang termasuk ke dalam kategori golongan pendapatan menengah ke atas. Karena *range* golongan

pendapatan menengah ke atas adalah pengasilan lebih dari Rp 6.000.000 ke atas. Sedangkan untuk golongan pendapatan menengah ke bawah adalah pengasilan kurang dari Rp 2.600.000.

Tabel 2
Rata-Rata Tingkat Pendapatan Pembeli/Pengunjung

| Tingkat Pendapatan | Jawaban Responden | % |
|-----------------------------|-------------------|-------------|
| Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000 | 6 | 10% |
| Rp 3.000.000 – Rp 4.000.000 | 6 | 10% |
| Rp 4.000.000 – Rp 5.000.000 | 15 | 25% |
| > Rp 6.000.000 ke atas | 33 | 55% |
| Total | 60 | 100% |

Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2016.

Tabel 3
Motivasi Pembeli/ Pengunjung Pasar Antik-Koper Jakarta

| Motivasi Pengunjung | Jawaban Responden |
|-------------------------------|-------------------|
| Sekedar jalan-jalan | 8 |
| Berbelanja barang antik/koper | 52 |
| Total | 60 |

Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2016.

Tabel 4
Dominan Barang yang dibeli Oleh Pembeli/Pengunjung

| Jenis Barang | Jawaban Responden |
|--------------|-------------------|
| Barang Antik | 49 |
| Tas/Koper | 11 |
| Total | 60 |

Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2016.

Pasar Antik-Koper Jakarta merupakan salah satu pasar yang telah ditetapkan sebagai pasar yang mempunyai daya tarik wisata. Hal tersebut terlihat pada situs Provinsi DKI Jakarta yang memasukan Pasar Antik-Koper Jakarta sebagai salah satu *list* wisata Jakarta yang menarik untuk dikunjungi. Biasanya para pembeli/pengunjung mendapatkan informasi mengenai Pasar Antik-Koper Jakarta melalui media sosial. Sedangkan mayoritas pembeli/pengunjung yang datang memiliki tujuan atau motivasi untuk berbelanja berbagai macam barang antik dan tas/koper.

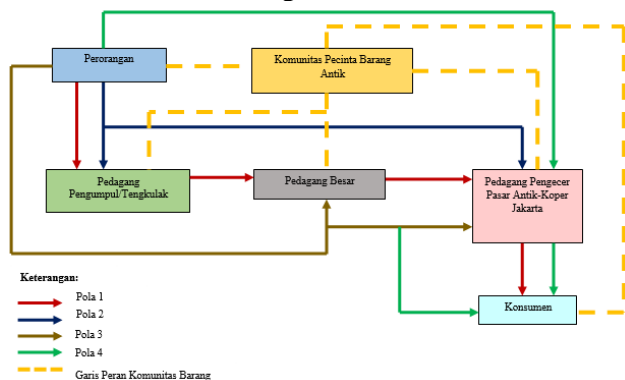
Untuk dominan barang yang biasanya di beli oleh para pengunjung adalah barang antik bila dibandingkan dengan tas/koper, dikarenakan

dominan barang yang dijual di Pasar Antik-Koper Jakarta adalah barang antik. Pembelian barang tersebut biasanya bertujuan untuk keperluan pribadi ataupun untuk sekedar dikoleksi.

Analisis Pola Distribusi Barang dan Pemasaran di Pasar Antik-Koper Jakarta

Penyediaan barang antik di Pasar Antik-Koper Jakarta biasanya didapatkan dari wilayah luar Jakarta, seperti wilayah Surabaya, Yogyakarta, Bali, Subang, Cirebon, Palembang dan wilayah Sumatera lainnya, dan untuk wilayah Jakarta biasanya barang antik didapatkan dari wilayah Tanjung Priuk. Sedangkan untuk tas/koper biasanya didapatkan dari Pasar Senen, Pasar Tanah Abang, ITC Mangga Dua dan ada juga yang merupakan hasil produksi sendiri.

Pola distribusi penyediaan barang antik di Pasar Antik-Koper Jakarta, ditemukan 4 (empat) pola distribusi barang. Dalam pola penyediaan barang antik di Pasar Antik-Koper Jakarta juga terdapat pihak yang berperan dalam penyediaan barang, pihak tersebut adalah pihak komunitas pencinta barang antik. Selain berperan dalam penyediaan barang antik, pihak tersebut juga berperan sebagai pihak yang mampu memasarkan barang-barang antik ke konsumen ataupun ke kolektor-kolektor barang antik.

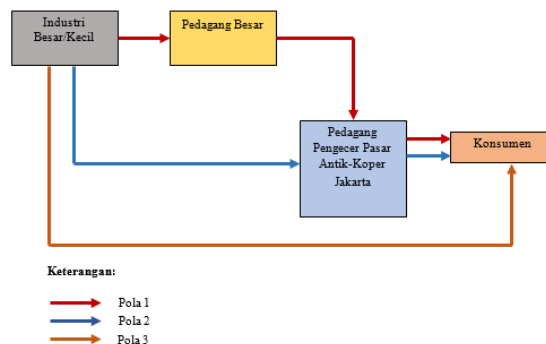


Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2016.

Gambar 6

Pola Distribusi Penyediaan Barang Antik di Pasar Antik-Koper Jakarta

Sedangkan untuk pola distribusi barang tas/koper di Pasar Antik-Koper Jakarta, ditemukan 3 (tiga) pola distribusi barang. Pola pertama, barang didapatkan dari industri besar/kecil ke pedagang besar kemudian ke pedagang pengecer lalu ke konsumen. Pola ke dua, barang didapatkan dari industri besar/kecil ke pedagang pengecer lalu ke konsumen. Kemudian pola ke tiga, barang didapatkan dari industri kecil langsung ke konsumen.



Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2016.

Gambar 7

Pola Distribusi Penyediaan Tas/Koper di Pasar Antik-Koper Jakarta

Analisis Nilai Rantai Distribusi Barang

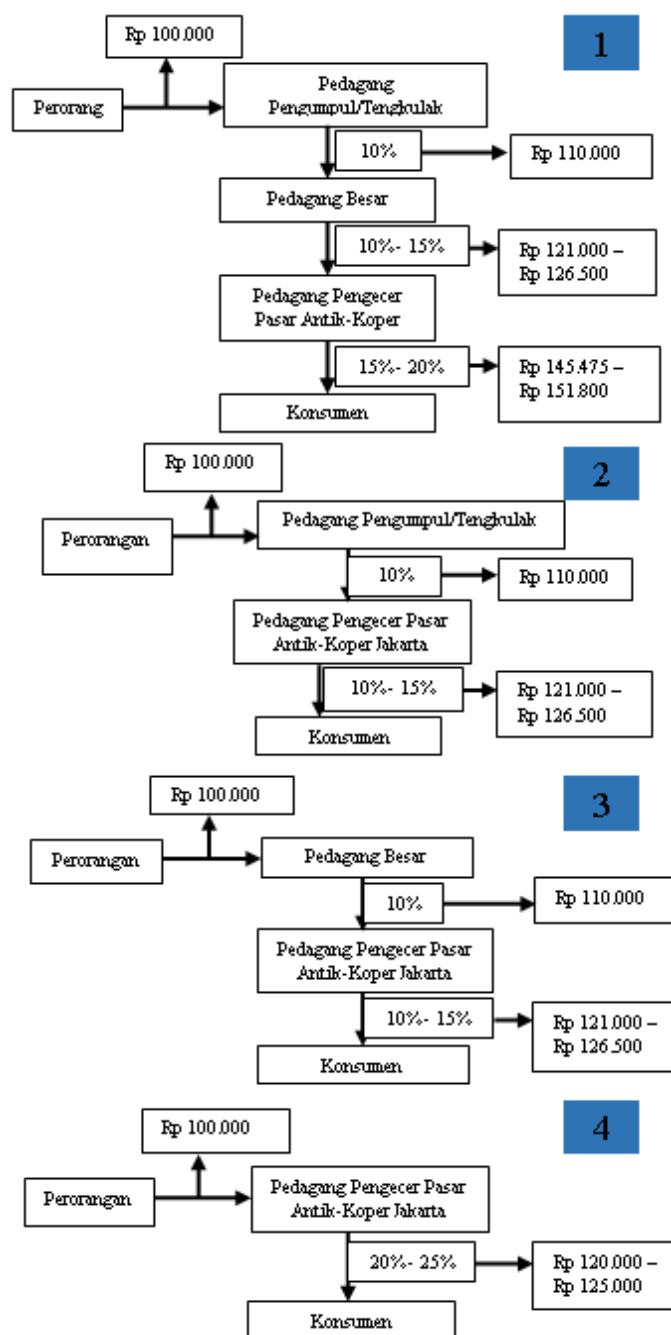
Berdasarkan analisis pola distribusi penyediaan barang antik, terdapat 4 (empat) pola distribusi barang yang melibatkan pihak perorangan, pedagang pengumpul/tengkulak, pedagang besar dan pedagang pengecer. Adanya keterlibatan antara berbagai pihak tersebut, memicu adanya tingkat disparitas antara harga barang antik dari pihak pertama ke konsumen.

Untuk mengetahui selisih harga barang antik dari pihak pertama hingga ke konsumen dilakukan dengan mengetahui keuntungan yang diambil oleh pedagang dari pembelian barang yang berasal dari pihak pertama, pihak ke dua atau pihak ke tiga. Hal tersebut dikarenakan barang antik yang dijual memiliki variasi yang berbeda-beda sehingga untuk harga pasti pun juga tidak dapat di tentukan, adanya kegiatan tawar-menawar juga akan mempengaruhi tingkat harga dari suatu barang tersebut. Berikut adalah nilai rantai distribusi barang antik:

Sedangkan untuk analisis pola distribusi penyediaan tas/koper, terdapat 3 (tiga) pola distribusi barang yang melibatkan pihak industri kecil/besar, pedagang besar dan pedagang pengecer di Pasar Antik-Koper Jakarta.

Analisis Strategi Pengembangan Pasar Antik-Koper Jakarta

Salah satu kendala dalam pengembangan pasar ini adalah kurang berkembangnya pasar sehingga pasar tersebut cenderung sepi pengunjung. Hal tersebut dikarenakan Pasar Antik-Koper Jakarta merupakan pasar yang kurang diminati oleh seluruh kalangan masyarakat. Dengan sepi pengunjung hal tersebut akan mempengaruhi aktivitas perdagangan di pasar tersebut dan berdampak pada pendapatan atau tingkat penghasilan dari pedagang di pasar tersebut.



Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2016.

Gambar 8
Margin Pemasaran Barang Antik di Pasar Koper Jakarta

Kurangnya strategi perdagangan dengan pemanfaatan teknologi *modern* juga menjadi salah satu kekurangan dari pasar ini, hal tersebut terjadi karena mayoritas pedagang memiliki golongan usia tua sehingga memiliki keterbatasan terhadap penggunaan teknologi.

Namun, selain kelemahan tersebut, Pasar Antik-Koper Jakarta juga mempunyai kelebihan yang potensial. Kelebihan tersebut adalah keunikan barang yang dijual pada pasar ini dapat dijadikan sebagai ciri khas atau simbol dari pasar ini. Selain itu Pasar Antik-Koper Jakarta merupakan satu-

satunya pasar di wilayah Provinsi DKI Jakarta yang menjual berbagai macam barang antik dan tas/koper. Sehingga pasar tersebut memiliki peluang persaingan yang kecil dengan pasar yang lainnya. Untuk melakukan strategi pengembangan yang tepat terhadap Pasar Antik-Koper Jakarta, dilakukan analisis strategi menggunakan SWOT, analisis ini dilakukan dengan melihat kekuatan dan kelemahan dari Pasar Antik-Koper Jakarta serta melihat peluang dan ancaman yang mungkin terjadi pada pasar tersebut.

Tabel 5
Strategi Pengembangan Pasar Antik-Koper Jakarta berdasarkan Analisa SWOT

| | Peluang (Opportunity) | Ancaman (Threat) |
|---|---|---|
| | Tingkat persaingan pasar dengan pasar yang lainnya kecil; | Adanya pihak perantara; |
| | Satu-satunya pasar di wilayah Jakarta yang menjual barang antik; | Nilai margin dari barang antik dan tas/koper tinggi; |
| | Salah satu obyek wisata belanja. | Pasar kurang berkembang; |
| | | Adanya industrialisasi dari barang antik (barang yang di produksi oleh suatu industri namun dibuat seperti barang antik, misalnya barang vintage). |
| Kekuatan (Strength) | Strategi S-O | Strategi S-T |
| Pasar bersifat <i>segmented</i> atau dengan target khusus; | Menjadikan Pasar Antik-Koper Jakarta menjadi salah satu tujuan berbelanja dan tujuan wisata; | Menjalin hubungan kerja sama dengan pihak produsen dari penyedia barang antik maupun tas/koper; |
| Keunikan dan kekhasan produk yang dijual; | Meningkatkan <i>image/ brand</i> dari barang antik dan tas/koper melalui reparasi kualitas barang ataupun <i>re-brand</i> barang antik ataupun tas/koper; | Pengendalian harga dari barang antik dan tas/koper melalui ketetapan ataupun kebijakan dari Suku Dinas Koperasi,UMKM serta Perdagangan yang menjadi pembina dari Pasar Antik-Koper Jakarta; |
| Harga barang bervariasi namun terjangkau; | Mempertahankan sistem jual-beli dengan sistem tawar menawar, agar pasar tersebut tetap menjadi pasar tradisional; | Meningkatkan kegiatan promosi terkait Pasar Antik-Koper Jakarta seperti mengadakan event atau bazar; |
| Pasar berada di lokasi yang strategis; | Mengoptimalkan pengelolaan pasar menjadi satu-satunya pasar tradisional di wilayah Jakarta yang menjual barang antik; | Meningkatkan sitem pelayanan jual-beli secara <i>online</i> ; |
| Pasar dengan skala pelayanan lokal dan internasional; | Meningkatkan strategi promosi pasar melalui berbagai media surat kabar, elektronik maupun kegiatan-kegiatan yang dapat diselenggarakan di Pasar Antik-Koper Jakarta; | Meningkatkan kualitas atau <i>brand</i> serta keaslian dari barang yang dijual di pasar tersebut dan mengelompokkan barang sesuai dengan kualitas dan spesifikasi yang dimiliki. |
| Kios pasar tertata dengan rapi. | Membuat <i>masterplan</i> ataupun konsep penataan bangunan pasar dengan menonjolkan keunikan dan ciri khas yang dimiliki oleh Pasar Antik-Koper Jakarta. | |
| Kelemahan (Weakness) | Strategi W-O | Strategi W-T |
| Kemampuan pedagang terhadap penggunaan teknologi sebagai media pemasaran rendah | Memberikan pelatihan kepada pedagang terkait dengan penggunaan media teknologi sebagai media pemasaran dan membuat model atau konsep tentang pengelolaan dan pemasaran barang secara langsung dan tidak langsung. | Menciptakan atau memberdayakan komunitas barang antik. |
| Sepi pengunjung | Mengoptimalkan pengelolaan pasar sebagai obyek wisata belanja. | Memberikan nilai tambah bagi pembeli/pengunjung melalui pengendalian harga dari barang yang dibeli. |
| Kondisi bangunan yang semi permanen | Meningkatkan kualitas bangunan melalui revitalisasi pasar dan meningkatkan kualitas di sekitar lingkungan pasar. | Memperhatikan pemilihan <i>supply</i> barang dengan tingkat kualitas yang baik. |
| Tidak tersedia fasilitas penunjang | Menyediakan fasilitas penunjang untuk mendukung aktivitas perdagangan dan aktivitas pembeli/pengunjung ketika berbelanja (seperti misalnya toilet, musholla, tempat parkir, pos keamanan dan lain sebagainya). | Mengembangkan pasar dengan konsep-konsep pengembangan <i>traditional market</i> yang disesuaikan dengan kebutuhan dari target pembeli/pengunjung dari pasar tersebut. |

Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2016

Kesimpulan

Pasar Antik-Koper Jakarta memiliki karakteristik pasar yang berbeda dengan pasar yang lainnya: Pasar Antik-Koper Jakarta merupakan pasar yang dikelola oleh Pemerintah Provinsi DKI Jakarta dan berada dalam pengawasan Suku Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah serta Perdagangan Walikota Jakarta Pusat; Pasar Antik-Koper Jakarta memiliki kondisi bangunan yang baik namun tidak didukung dengan ketersediaan fasilitas penunjang aktivitas perdagangan yang lengkap; Pasar Antik-Koper Jakarta merupakan pasar yang bersifat *segmented*, dengan target pelayanan yang sempit dengan produk yang dipasarkan bersifat unik; Pasar Antik-Koper Jakarta terletak di kawasan yang diperuntukan sebagai kawasan perumahan, namun dalam rencana kawasan tersebut juga ditetapkan sebagai kawasan strategis di bidang sosial dan budaya; Pasar Antik-Koper Jakarta merupakan pasar yang memiliki jangkauan pelayanan atau skala pelayanan internasional, dikarenakan pengunjung tidak hanya berasal dari lokal melainkan juga internasional; Mayoritas pedagang di Pasar Antik-Koper Jakarta berasal dari wilayah Jakarta yang berada pada kelompok umur 50 tahun ke atas, memiliki tamatan pendidikan SMA/SMK, memiliki tingkat pendapatan terbesar/hari mencapai Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000; Mayoritas pembeli/pengunjung yang datang ke Pasar Antik-Koper Jakarta berasal dalam negeri, memiliki jenis pekerjaan wiraswasta/wirausaha/ pengusaha, memiliki tingkat pendapatan lebih dari Rp 6.000.000 ke atas.

Pasar Antik-Koper Jakarta memiliki saluran atau pola distribusi dalam penyediaan barang: Pola distribusi penyediaan barang antik di Pasar Antik-Koper Jakarta ditemukan memiliki 4 pola distribusi yang melibatkan 4 pihak, yaitu pihak perorangan/individu, pedagang pengumpul/tengkulak, pedagang besar dan pedagang pengecer; Pola distribusi penyediaan barang tas/koper di Pasar Antik-Koper Jakarta ditemukan memiliki 3 pola distribusi yang melibatkan 3 pihak, yaitu pihak industri besar/kecil, pedagang besar dan pedagang pengecer; Pihak pedagang pengecer di Pasar Antik-Koper Jakarta adalah pihak yang paling banyak memiliki peluang untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Strategi pengembangan yang tepat untuk dilakukan di Pasar Antik-Koper Jakarta adalah: Jenis barang dagangan di Pasar Antik-Koper Jakarta merupakan suatu ciri khas yang dapat dijadikan *icon* dalam pengembangan pasar tersebut. Serta meningkatkan dan memaksimalkan kegiatan promosi terkait Pasar Antik-Koper Jakarta melalui berbagai macam media ataupun kegiatan seperti

event atau *baazar*; Pasar Antik-Koper Jakarta merupakan pasar yang menjadi pasar yang menyediakan kebutuhan khusus bagi sebagian kalangan masyarakat, untuk itu perlu ditingkatkan pelayanan dalam penjualan barang antik dan tas/koper, seperti misalnya melayani pembelian secara *online*; Pasar Antik-Koper Jakarta dapat dikembangkan menggunakan konsep strategi pengembangan pasar melalui *community needs and value*, yaitu konsep pengembangan pasar yang didasarkan pada kebutuhan komunitas pecinta barang antik. Serta menjadikan Pasar Antik-Koper Jakarta menjadi pasar pusat penjualan barang antik dan tas/koper di wilayah Provinsi DKI Jakarta; Melakukan penataan pasar dengan konsep *traditional market*, guna menarik minat kalangan masyarakat dan menyediakan atau melengkapi pasar dengan berbagai macam fasilitas yang mampu menunjang kegiatan dan keberadaan Pasar Antik-Koper Jakarta. Hal tersebut dilakukan sebagai salah satu bentuk masukan/usulan untuk melakukan peninjauan kembali terhadap RTRW.

Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik. 2015. Jakarta Dalam Angka. <http://www.jakarta.bps.go.id>. 15 November 2015.
- Badan Pusat Statistik. 2015. Kecamatan Menteng Dalam Angka. <http://www.jakartapusat.bps.go.id>. 16 Februari 2016.
- Creswell, Jhon.W. 2003. *Desain Penelitian, Pendekatan Kualitatif dan Pendekatan Kuantitatif*. Cetakan 2. Jakarta. KIK Press.
- Dewi Lupitosari. 2011. *Dampak Jumlah Pasar, Jumlah Pedagang dan PAD Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kota Surakarta Sebelum dan Sesudah Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional*. Tugas Akhir. Surakarta. Universitas Negeri Sebelas Maret.
- Ditjen Pekerjaan Umum. 2014. *Tata Cara Perencanaan Lingkungan Perumahan di Perkotaan*. Jakarta.
- Istijabatul Aliyah, Tri Joko Daryanto, Murtanti Jani Rahayu. 2007. *Peran Pasar Tradisional Dalam Mendukung Pengembangan Pariwisata Kota Surakarta*. Jurnal Penelitian. Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota. Universitas Negeri Semarang.

Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan
Nomor 23/MPP/Kep/1/1998 tentang
Lembaga-Lembaga Usaha Perdagangan.

Nanik Wijayanti. 2015. *Pengaruh Keberadaan Pasar Terhadap Sosial Ekonomi Pedagang di Pasar Klithikan Notoharjo Kota Surakarta.* Tugas Akhir. Yogyakarta. Jurusan Geografi. Universitas Gadjah Mada.

Okta Mauludya Lestari. 2012. *Redevelopment dan Strategi Pengembangan Kawasan Pasar Bendungan Hilir Dalam Rangka Dibangunnya MRT di Jakarta.* Tugas Akhir. Jakarta. Fakultas Teknik. Universitas Esa Unggul.

Oktavima Wisdaningrum. 2013. *Analisis Rantai Nilai (Value Chain) Dalam Lingkungan Internal Perusahaan.* Jurnal Penelitian Vol.1 No.1. Banyuwangi. Universitas 17 Agustus 1945 Banyuwangi.

Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2011 tentang *Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.*

Septian Bagas Pamungkas. 2013. *Analisis Rantai Distribusi Komoditas Ikan Tangkap Perikanan Laut di Kota Tegal.* Tugas Akhir. Semarang. Jurusan Ekonomi Pembangunan. Universitas Negeri Semarang.

Sunyoto, Drs Danang. 2014. *Praktik Riset Perilaku Konsumen.* Yogyakarta. CAPS.

Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang *Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Daerah.*

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.*