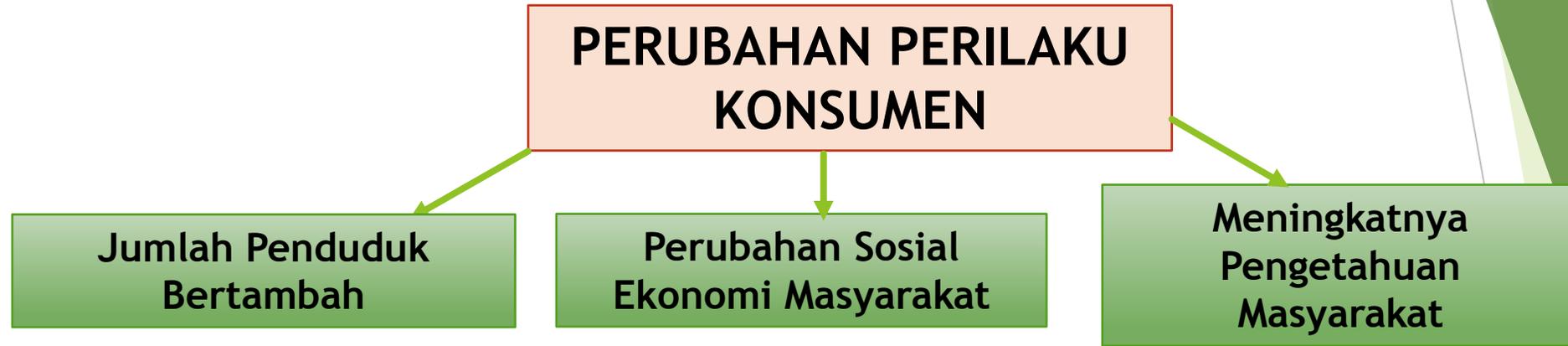


**MENINGKATKAN DAYA SAING PEDAGANG  
DAGING PASAR TRADISIONAL  
TELAAH *SUCCESS STORY* TRANSFORMASI DARI  
LOS DAGING MENJADI MEATSHOP “UD Sumber Rejeki”**

**Drs. H. Asnawi**

# PERUBAHAN ADALAH SEBUAH KENISCAYAAN



## Realitas Sosial Yang Harus Dicermati

### 1. Potensi Demografi

- Jumlah penduduk Jabodetabek tahun 2017 mencapai 17,4 juta jiwa.
- Rata-rata konsumsi daging di jabodetabek mencapai 165 ton per hari



**PASAR DAGING DI JABODETABEK MASIH POTENSIAL**

## 2. Masyarakat lebih prefer belanja kebutuhan pokok rumah tangga di super market/pasar modern

- Hasil studi AC Nielsen menyebutkan, pasar modern di Indonesia tumbuh 31,4 persen per tahun. Sedangkan pasar tradisional tumbuh minus 8 persen per tahun.



*Harus dimaknai secara bijak bahwa masyarakat senang berbelanja di pasar yang bersih*

**Fenomena ini tidaklah bersifat absolut. Buktinya:**

- Berdasarkan jurnal ekonomi kuantitatif terapan Vol 6 No,1 Februari 2013, menyatakan bahwa alasan masyarakat masih mau berbelanja ke pasar tradisional karena harganya lebih murah dan barang yang dicari tidak ada di pasar modern.
- Berdasarkan jurnal ekonomi kuantitatif terapan Vol 6 No,1 Februari 2013, setelah pasar tradisional direvitalisasi kunjungan masyarakat ke pasar tradisional meningkat sebesar empat kalinya



*Pasar Tradisional Masih Menarik sebagai tempat berbelanja*

### 3. Pengetahuan dan kesadaran berperilaku pola hidup yang sehat meningkat. Kebutuhan akan protein hewani meningkat

- Berdasarkan penelitian Monika Risang W (2011), masyarakat berbelanja daging pasar tradisional untuk mencari **daging sapi segar, daging sapi dengan kadar air rendah, daging sapi dengan lemak yang sedikit** dan daging sapi yang berserat halus.
- Berdasarkan tulisan Rosalia terdapat 5 alasan mengapa masyarakat masih memilih belanja daging segar di Pasar Tradisional :  
(1) Bisa ditawar, (2) Banyak pilihan, (3) **Daging selalu baru**  
(4) **Daging pasti segar** dan (5) Ada sentimen positif terhadap UMK
- Hasil kajian Agus Hamzah Dano (2004). Alasan mengkonsumsi daging

Alasan mengkonsumsi daging	Pasar Modern		Pasar Tradisional	
	Jumlah	%	Jumlah	%
Suka	1	3.33	1	3.33
Enak	2	6.67	1	3.33
Bergizi	0	0	<b>11</b>	<b>36.67</b>
Variasi Lauk	6	20	6	20
Lain-lain	21	70	11	36.67
Jumlah	30	100	30	100

← Harus dimaknai secara bijak bahwa masyarakat memilih daging segar, dan sehat.

Ada Potensi : Masyarakat masih percaya bahwa untuk mendapatkan daging sehat di pasar tradisional

# HIPOTESIS SAYA PADA WAKTU ITU ?

## ❑ Hambatan yang dihadapi saya (Pedagang Daging Pasar Tradisional)

- 1) Saya (kita) berdagang di lokasi yang infrastruktur pendukungnya terbatas
- 2) Saya (kita) tidak bisa dengan leluasa menggunakan peralatan dan perlengkapan teknis untuk mendukung perkembangan usaha
- 3) Saya berusaha di lingkungan dimana mindset dan perilakunya pesimis untuk maju

## ❑ Tantangan yang dihadapi saya (Pedagang Daging Pasar Tradisional)

- 1) Saya (kita) berdagang di lokasi yang distigmakan sebagai “tempat” yang kurang bersih dan nyaman
- 2) Supermarket/pasar modern juga menjual daging sapi segar,
- 3) Adanya perilaku konsumen yang mulai berbelanja kebutuhan pokok di pasar modern
- 4) Terdapatnya “pelemahan” fungsi pasar tradisional

## **HIPOTESIS SAYA PADA WAKTU ITU ?**

### **❑ Potensi yang saya (Pedagang Daging Pasar Tradisional) miliki**

- 1) Saya punya pengetahuan tentang bagaimana menyediakan/berjualan daging sapi yang sehat menurut berbagai varian cutmeat dengan harga yang bisa bersaing.
- 2) Saya mempunyai sikap mental untuk terus maju dalam berusaha
- 3) Saya mempunyai sikap mental dan perilaku yang menyukai berjualan di tempat yang bersih
- 4) Saya mempunyai sumber daya dan relasi yang dapat mendukung peningkatan skala usaha

### **❑ Peluang yang saya (Pedagang Daging Pasar Tradisional) miliki**

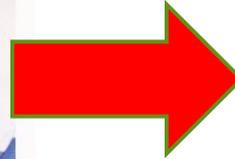
- 1) Permintaan daging sapi masih tinggi.
- 2) Masyarakat lebih prefer daging sapi segar
- 3) Terdapat persepsi kuat bahwa berbelanja daging sapi segar lebih tepat di pasar tradisional
- 4) Kesadaran masyarakat untuk konsumsi protein hewani mulai tumbuh.

❑ **TINDAKAN/ACTION DALAM RANGKA MENINGKAT DAYA SAING :**  
**MENGATASI HAMBATAN/TANTANGAN DAN MENGOPTIMAL POTENSI/PELUANG**

1. Memindahkan lokasi berjualan ke tempat yang lebih bersih, luas dan nyaman tetapi masih berada di sekitar area pasar tradisional,



2. Mengubah teknik berjualan dengan cara menampilkan daging sapi yang dijajakan pada kasanah/tempat yang lebih bersih, higienis dan menarik (*eye catching*) konsumen,



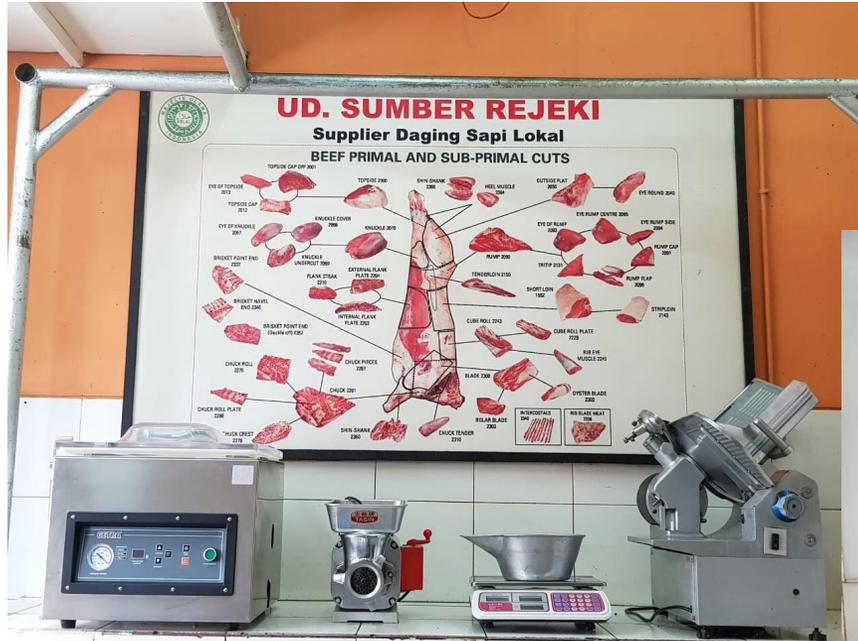
3. Mengubah layout dari nuansa los daging menjadi toko agar :
- (1) konsumen dapat melihat secara langsung kualitas/mutu daging yang dijual,
  - (2) konsumen lebih leluasa memilih daging yang diinginkan,



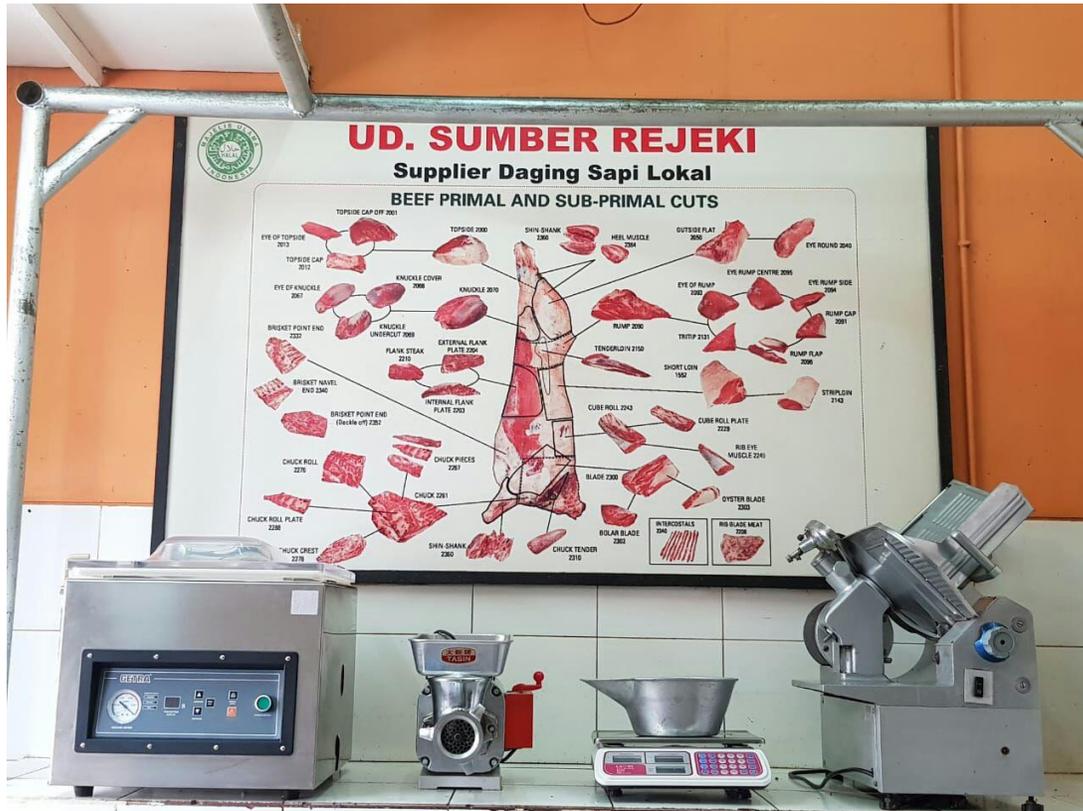
4. Menjual *cutmeat* dalam berbagai varian dan ukuran untuk menjangkau konsumen dari berbagai kalangan



## 5. Melengkapi peralatan dan perlengkapan kerja (freezer, bone saw, meat slicer dan meat grinder)



6. Memasang foto/gambar informasi cutmeat dan ciri-ciri daging yang sehat, untuk membangun kepercayaan konsumen



7. Pengadaan moda transportasi yang sesuai standar kebutuhan daging, untuk menjamin mutu/kualitas daging



## ❑ DAMPAK TRANSFORMASI

- Waktu berjualan lebih panjang tidak terbatas pada jam operasional pasar tradisional
- Omzet penjualan meningkat 120 persen,
- Keuntungan meningkat 120 persen,
- Jumlah konsumen meningkat,
- Dapat melayani konsumen tanpa hambatan ruang dan waktu,
- Varian cut meat yang dijual lebih banyak,
- Citra positif perusahaan : dipercaya menjadi pilihan konsumen untuk berbelanja daging segar dan daging sehat,
- Citra positif perusahaan: konsumen merasa lebih nyaman dalam berbelanja karena jarak tempat parkir dengan toko relatif dekat,
- Citra positif perusahaan: konsumen merasa ada jaminan mutu daging,
- Ada konsumen dari horeka

## ❑ STRATEGI MENINGKATKAN DAYA SAING

- Membangun keyakinan untuk maju
- Menguasai informasi pasar secara akurat dan real time,
- Menjual produk dagang sesuai kebutuhan selera pasar,
- Menjual produk dagang mutunya sesuai tuntutan pasar,
- Investasi alat dan perlengkapan untuk menjaga standar mutu,
- Service excellent demi kepuasan pelanggan,

## ❑ UNSUR PENTING DALAM TRANSFORMASI

- Sikap mental
- Pengetahuan
- Perilaku usaha
- Sumber daya/modal
- Investasi peralatan / infrastuktur

**TERIMA KASIH**