

BAB I

PENDAHULUAN

1. LatarBelakang

Pasar adalah sebuah tempat berinteraksi antara produsen, distributor dan konsumen untuk melakukan transaksi jual beli sehingga memperoleh suatu barang atau jasa. Di era pasar global ini, peran pasar tradisional mengalami banyak kemunduran dalam hal penjualan karena harus bersaing dengan pasar modern dimana pasar modern menyediakan barang barang dengan layanan tersendiri, maraknya pembangunan pasar modern seperti hypermarket dan supermarket telah menyudutkan pasar tradisional di kawasan perkotaan, karena menggunakan konsep penjualan produk yang lebih lengkap dan dikelolalebih profesional.

Kemunculan pasar modern di Indonesia berawal dari pusat perbelanjaan modern Sarinah di Jakarta pada tahun 1966 dan selanjutnya diikuti pasar-pasar modern lain (1973 dimulai dari Sarinah Jaya, Gelael dan Hero; 1996 munculnya hypermarket Alfa, Super, Goro dan Makro; 1997 dimulai peritel asing besar seperti Carrefour dan Continent; 1998 munculnya minimarket secara besar-besaran oleh Alfamart dan Indomaret; 2000-an liberalisasi perdagangan besar kepada pemodal asing), serta melibatkan pihak swasta lokal maupun asing.

Pesatnya perkembangan pasar yang bermodal kuat dan dikuasai oleh satu manajemen tersebut dipicu oleh kebijakan pemerintah untuk memperkuat kebijakan penanaman modal asing.

Dampak dari hal yang dikemukakan, menurut survei AC Nielsen pada tahun 2004 didapatkan data bahwa pertumbuhan pasar modern 31,4% dan pasar tradisional bahkan minus 8,1%. Hal ini menunjukkan adanya masalah yang dihadapi pasar tradisional sebagai wadah utama penjualan produk-produk kebutuhan pokok yang dihasilkan oleh para pelaku ekonomi skala menengah kecil.

Namun demikian, pemerintah tetap berupaya membangun pasar tradisional di seluruh daerah dan juga hasil survei AC Nielsen, 29% konsumen tetap mengunjungi pasar tradisional dengan alasan harga lebih murah, harga dapat

ditawar, banyak pilihan makanan dan produk segar, lokasi dekat dengan rumah, menyediakan segala yang diperlukan dan lainnya.

Pasar Sangkrah dibangun sekitar tahun 1994, awalnya merupakan pasar ayam dan kambing kemudian pasar ayam dan kambing di pindah didekat Pasar Klitikan Semanggi dan Pasar Sangkrah berubah menjadi pasar tradisional bahan makanan. Secara fisik bangunan pasar sangkrah belum pernah mengalami perubahan sejak awal berdiri hanya atap dan talang, sementara itu status tanah yang ditempati pasar sangkrah yaitu milik PT KAI.

Barang dagangan yang berada di pasar sangkrah cukup beragam mulai dari sayur sayuran, daging, ikan segar, telur hingga pakaian, asal komoditas sayur sayuran kebanyakan berasal dari tawangmangu, sedangkan daging berasal dari sragen.

Pedagang yang berjualan di pasar sangkrah cukup beraneka ragam tidak hanya pedagang asli surakarta namun juga dari wilayah Boyolali, Karanganyar dan Sukoharjo.



Gambar 1.1 Revitalisasi Pasar Sangkrah

Sumber : www.surakarta.go.id

Dari proyek pembangunan pasar sangkrah tersebut. Pemerintah bertujuan untuk meningkatkan pelayanan dan pendapatan masuk kekas daerah. Pemerintah memiliki perkiraan dimana pembangunan dengan anggaran yang tidak sedikit ini bias terbayar. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi sangat penting karena dapat menilai dan menganalisis kapan atau tahun berapa total pengeluaran untuk pembangunan ini bias terbayar lunas. Selain itu, dengan adanya penelitian ini diharapkan bias memberikan masukan kepada pengelola pasar untuk merencanakan pengembangan pasar lebih lanjut untuk meningkatkan pendapatan pemerintah. Dari paparan latar belakang masalah diatas melalui penelitian ini penulis akan mengkaji tentang investasi pembangunan proyek pasar sangkrah surakarta.

2. RumusanMasalah

Bardasarkan latar belakang yang sudah dikemukakan, masalah yang akan dianalisis pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana Kelayakan Ekonomi dan Finansial Pembangunan Pasar Sangkrah
2. Apakah dengan adanya Pembangunan Pasar Tradisional Sangkrah dapat meningkatkan pendapatan kota surakarta?
3. Berapa lama Pay Back Period (PBP) itu tercapai ?

3. Manfaat

Manfaat penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bahwa proyek Pembangunan Pasar Tradisional Sangkrah Surakarta dapat memberikan keuntungan sebelum umur ekonomis berakhir.
2. Untuk mengetahui waktu tercapainya titik impas sehingga pengeluaran dan pendapatan seimbang
3. Menambah pengetahuan serta mengembangkan diri dibidang Menagemen Kontruksi dan Ekonomi Teknik.

4. Tujuan

1. Menganalisis Kelayakan Ekonomi dan Finansial Pembangunan Pasar Sangkrah
2. Mengidentifikasi Pembangunan Pasar Sangkrah untuk mengetahui peningkatan pendapatan kota surakarta?
3. Menghitung dan mengukur Berapa lama Pay Back Period (PBP) itu tercapai ?

5. Batasan Masalah

Agar tidak terjadi perluasan dalam pembahasan tugas akhir ini, maka penulis memberikan batasan masalah, yaitu:

1. Pendapatan investasi pasar sangkrah diperhitungkan dari aspek berikut dan diasumsikan naik 12% setiap tahun:
 - Retribusi Pedagang
 - Jual kios
 - Parkir mobil dan motor
 - Papan Iklan
2. Biaya investasi diperhitungkan berdasarkan RAB Pembangunan Pasar Sangkrah dan Biaya maintenance dan diasumsikan naik 5% setiap tahun :
 - Biaya Tenaga Honorer
 - Biaya Surat Menyurat
 - Biaya penyediaan peralatan kantor
 - Biaya pemeliharaan rutin atau berkala gedung dan kantor
 - Biaya Konsumsi
3. Untuk melakukan proses analisis kelayakan ekonomi digunakan metode:
 - *Benefit Cost Ratio* (BCR)
 - *Net Present Value* (NPV)
 - *Internal Rate of Return* (IRR)
 - *Profitability Ratio* (PR)
 - *Pay Back Periode* (PBP)