**MODEL *SYSTEM DYNAMICS* DAYA SAING PASAR TRADISIONAL DI PASAR PANORAMA LEMBANG**

**KABUPATEN BANDUNG BARAT**

**Dynamics System Model Competitiveness Of Traditional Markets**

**In Lembang Panorama Market West Bandung District**

***Yanti Purwanti***

***Program Doktor Ilmu Sosial Bidang Kajian Ilmu Administrasi Bisnis,***

***Pascasarjana Universitas Pasundan Bandung***

e-mail : yanti.purwanti@unpas.ac.id

**ABSTRACT**

Traditional markets as the center of community economic activity are currently faced with various challenges and market changes that are so dynamic (Haris et al., 2019). Traditional markets in addition to maintaining market characteristics with a culture of bargaining, are also required to be able to adapt and innovate according to existing market developments, so as to increase the competitiveness of traditional markets. (Dwivedi et al., 2021a).

The purpose of this study is to examine, examine and find out the general description of the Panorama Lembang Traditional Market in West Bandung Regency, examine and determine the competitiveness index of the Lembang Panorama traditional market in West Bandung Regency, and build a dynamics system model to increase market competitiveness effectively. and looking for the largest leverage point in traditional markets in West Bandung Regency until 2030.

The research method used is the mixed method embedded method. This research was conducted using the "System Dynamics" approach which uses a perspective based on information feedback and delays to understand the dynamics of complex system behavior. (Bellet al,.2003).

The final result of the model produces 6 scenarios or policies, namely: a). Scenario 1: Baseline simulation without policy; b). Scenario 2: limited street vendors (limiting the number of street vendors); c). Scenario 3: The number of street vendors is limited plus the control of street vendors 2 times per year and the number of kiosks is added by 5% of the total existing kiosks; d). Scenario 4: Controlling street vendors 5 times per year plus the addition of 20% of the total kiosks available. ; e). Scenario 5: Controlling street vendors 2 times per year plus the addition of 5% kiosks., and f). Scenario 6: Controlling street vendors 2 times per year.

**Keywords : Dynamics System Model, Competitiveness, Traditional Markets**

**ABSTRAK**

Pasar tradisional sebagai pusat kegiatan ekonomi masyarakat, saat ini dihadapkan pada berbagai tantangan dan perubahan pasar yang begitu dinamis (Haris et al., 2019). Pasar tradisional di samping mempertahankan ciri khas pasar dengan budaya tawar menawar, juga dituntut mampu beradaptasi dan berinovasi sesuai perkembangan pasar yang ada, sehingga dapat meningkatkan daya saing pasar tradisional (Dwivedi et al., 2021a).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menelaah, mengkaji dan mengetahui gambaran umum Pasar Tradisional Panorama Lembang di Kabupaten Bandung Barat, mengkaji dan mengetahui indeks daya saing pasar tradisional Panorama Lembang di Kabupaten Bandung Barat, dan membangun sebuah model *system dynamics* untuk peningkatan daya saing pasar yang efektif dan mencari *leverage point* (daya ungkit) terbesar pada pasar tradisional di Kabupaten Bandung Barat sampai tahun 2030.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode mixed method embedded. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan “*System Dynamics*” yang menggunakan perspektif berdasarkan umpan balik informasi dan delays untuk memahami dinamika perilaku sistem yang kompleks (Bellet al,.2003).

Hasil Akhir dari model tersebut menghasilkan 6 skenario atau kebijakan, yaitu : a). Skenario 1 : Simulasi baseline (dasar) tanpa kebijakan.; b). Skenario 2 : PKL terbatas (pembatasan jumlah PKL); c). Skenario 3 : Jumlah PKL dibatasi ditambah penertiban PKL 2 kali pertahun dan ditambah jumlah kios sebanyak 5% dari total kios yang ada.; d). Skenario 4 : Penertiban PKL 5 kali per tahun ditambah dengan penambahan jumlah kios 20% dari total kios yang tersedia. ; e). Skenario 5 : Penertiban PKL 2 kali pertahun ditambah penambahan kios 5%., dan f). Skenario 6 : Penertiban PKL 2 kali per tahun.

Kata Kunci : *Model System Dynamics*, Daya saing, Pasar Tradisional.

1. PENDAHULUAN

Pasar tradisional sebagai pusat kegiatan ekonomi masyarakat, saat ini dihadapkan pada berbagai tantangan dan perubahan pasar yang begitu dinamis (Haris et al., 2019). Pasar sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi yang mempertukarkan barang dengan uang (Runtu et al., 2018) . Eksistensi pasar tradisional sebagai dampak bermunculannya pasar modern, mendorong untuk terus dikembangkan dan dipertahankan, sehingga pasar tradisional tetap menjadi alternatif pilihan masyarakat untuk berbelanja dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari hari (Nelwan & Rumokoy, 2017). Pasar tradisional adalah pasar yang di bangun dan dikelola Pemerintah, pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara, Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda, atau nama lain sejenisnya yang dimiliki/dikelola pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar (Nelwan & Rumokoy, 2017). Sedangkan toko modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang dan terdiri dari hanya satu penjual. (PERMENDAG No 53/M-DAG/PER/12/2008).

Pasar tradisional merupakan pasar yang memiliki ciri khas khusus di masyarakat dan memiliki keunggulan pasar dibandungkan dengan pasar modern (Nelwan & Rumokoy, 2017). Adanya tawar menawar dan semangat kekeluargaan dalam bertransaksi, tidak ditemuai di pasar modern. Beberapa kelemahan yang ada di pasar tradisional, nampak dari bangunan fisik, kebersihan pasar, fasilitas yang tersedia, dan sarana lainnya menjadi hal pokok yang perlu dibenahi, sehingga masyarakat merasa nyaman, aman, serta mampu bertahan dan memiliki daya saing di tengah makin berkembangnya pasar modern, serta perubahan perilaku masyarakat yang terus berubah (Merlinda & Widjaja, 2020);(Handayati, 2018). Perubahan lingkungan pemasaran yang sangat dinamis, memberikan dampak kepada eksistensi pasar tradisional (Idris & A. Momani, 2013). Selain memiliki ciri khas unik dan keunggulan dibandingkan dengan pasar modern, pasar tradisional dihadapkan pada permasalahan klasik pasar, seperti kotor, becek, bau, sehingga kurang memiliki daya saing seperti halnya pasar modern, seperti minimarket dan supermarket. Upaya revitalisasi pasar, perubahan perilaku konsumen, serta profesionalisme pengelolaan pasar perlu terus di tingkatkan, agar pasar tradisional mampu bersaing dengan toko modern dan memiliki citra yang positif di masyarakat.

Saat ini pasar tradisional menjadi wadah utama penjualan produk produk kebutuhan pokok yang dihasilkan oleh para pelaku ekonomi berskala menengah kecil serta mikro yang sebagian besar merupakan produk hasil pertanian (Adrian, 2019). Hal ini ditunjukkan dari hasil penelitian Majalah Frontier (2012), bahwa persentase penduduk yang berbelanja kebutuhan pokok di pasar ritel moderm seperti sayur mayur dan daging masih kecil atau 12,2% gingga 15,5% dan untuk produk sembako sebesar 44,5%. Dengan kata lain 85% penduduk Indonesia berbelanja kebutuhan sayur mayur dan daging di pasar tradisional. Hal ini menunjukkan bahwa pasar tradisional berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja bagi pedagang, juga bagi para petani sebagai produsen atau pemasok di pasar tradisional. Sementara pemerintah mendapatkan retribusi yang disalurkan kembali bagi kepentingan masyarakat luas. Namun demikian seiring pesatnya pertumbuhan pasar modern, perubahan pola belanja masyarakat, serta kesan terhadap pasar tradisional yang becek, kotor, bau, hal ini memberikan dampak negatif bagi pasar tradisional. Hasil penelitian AC Nielson (2006) menunjukkkan bahwa pasar tradisional tumbuh negatif 8% sedangkan pasar modern mengalami pertumbuhan pesat sebesar 31,4% dan masih terus rata rata 10-15% per tahun.

Pasar tradisional di Kabupaten Bandung Barat yang salah satunya adalah Pasar Panorama Lembang telah mengalami perkembangan pesat dengan upaya pemerintah Kabupaten Bandung Barat dalam melakukan revitalisasi pasar dengan bangunan semi modern dengan berbagai penataan, fasilitas serta pengelolaan yang bekerjasama dengan pihak swasta. Pasar Panorama Lembang tidak terlepas dari permasalahan klasik di pasar, seperti disiplin pedagang, pengunjung pasar, kebersihan pasar, serta kemudahan akses konsumen di pasar, dalam berbelanja di pasar. Keberadaan Pasar merupakan aset penting bagi daerah yang memenuhi hajat hidup orang banyak yang keberadaannya sangat dibutuhkan dalam menunjang perdagangan barang hasil bumi dan industri.

Daya saing pasar tradisonal di Pasar Panorama Lembang Kabupaten Bandung Barat dan kebijakan Pemerintah Daerah tentang pemberdayaan Pasar Tradisional, diperlukan metode yang dapat memodelkan sistem yang kompleks, dan dapat memprediksi hasil pengambilan kebijakan dari waktu ke waktu (dinamis). Ketika studi secara matematis tidak dapat diterapkan untuk memecahkan permasalahan ekonomi yang sangat kompleks, maka *system dynamics* akan mampu menjadi solusi untuk memecahkan permasalahan tersebut (Ding et al., 2018).

1. METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian *mix method* ,yaitu merupakan pendekatan dalam penelitian yang mengkombinasikan atau menghubungkan antara metode penelitian kuantitatif dan kualitatif (Creswell, 2019), sehingga diperoleh data yang lebih komprehensif, valid, reliabel, dan obyektif. Dalam hal ini digunakan metode penelitian kombinasi model *embedded*, yang merupakan metode penelitian yang mengkombinasikan penggunaan metode penelitian kuantitatif dan kualitatif secara simultan Bersama sama (atau sebaliknya), tetapi bobot metodenya berbeda. Metode primer digunakan untuk memperoleh data yang utama, dan metode sekunder digunakan untuk memperoleh data guna mendukung data yang diperoleh dari metode primer.

Model *system dynamics*. *System dynamics* dikembangkan dari berpikir sistem (*systems thinking)*. Metode *system dynamics* dipilih untuk membangun model yang akan digunakan berdasarkan latar belakang, perumusan masalah dan kerangka pemikiran, karena persoalan daya saing pasar tradisional Panorama Lembang Kabupaten Bandung Barat yang diobservasi mempunyai sifat yang dinamis dan di dalam struktur fenomenanya mengandung lebih dari satu struktur umpan balik. Model simulasi dengan *system dynamics* mengacu pada pendekatan kualitatif-kuantitatif *(mix method*). Penggunaan pendekatan berpikir sistem kualitatif (*soft system methodology*) dalam proses operasionalnya difasilitasi dengan penggunaan program komputer (software Vensim PLE) sebagai alat bantu pengungkapan gagasan (*cognitive mapping*) atau memformulasikan model sebagai pendekatan berpikir sistem kuantitatif (*system dynamics*). Pendekatan berpikir sistem kualitatif digunakan untuk membangun struktur, sedangkan pendekatan berpikir sistem kuantitatif digunakan untuk mensimulasikan struktur menjadi suatu perilaku. Penggunaan pendekatan berpikir sistem kualitatif digunakan untuk memahami kompleksitas sistem dan untuk mendukung proses berpikir intuitif-dialogis, sedangkan pendekatan berpikir sistem kuantitatif digunakan untuk mendukung proses berpikir rasional. Dalam proses pemanfaatan pendekatan berpikir sistem kuantitatif-kualitatif, dua pendekatan ini digunakan secara terpadu sesuai kebutuhan, substansi dan konteks analisis. Pendekatan kuantitatif juga digunakan untuk menganalisis data yang dikumpulkan pada satu saat dengan menggunakan data time series. Data time series dimaksudkan unuk mengetahui trend dari suatu kondisi dan juga untuk mengetahui sebab akibat pada simulasi pola dinamis. Data yang dikumpulkan dapat juga digunakan untuk mengetahui kecendrungan perilaku tertentu. Pendekatan kualitatif digunakan untuk mengambil suatu kesimpulan dari analisis sistem yang akan dilakukan. Dari jenis data dan analisis yang diperoleh, penggunaan pendekatan kualitatif juga dimaksudkan untuk mendiagnosis organisasi dan untuk mengetahui sebab-sebab kelemahan kinerja organisasi serta mencari jalan keluarnya. Pada pendekatan ini peneliti berusaha menjelaskan apa yang telah terjadi di lapangan dan peneliti terlibat langsung pada lokasi serta memperoleh suatu gambaran, dimana data yang diperoleh dapat dijadikan karya ilmiah berupa diseratsi yang bersifat eksplanasi, prosesnya induktif dan membangun abstraksi konsep. Secara lebih rinci pemilihan pendekatan kualitatif pada studi ini didasarkan atas pertimbangan bahwa penelitian ini memerlukan informasi yang mendalam (eksploratif) dari beberapa sumber. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan maksud untuk mengetahui sebab-sebab kelemahan kinerja organisasi serta memberikan alternatif jalan keluarnya. Pada pendekatan ini peneliti berusaha menjelaskan apa yang telah terjadi di lapangan dan memperoleh suatu gambaran, dimana data yang diperoleh dapat dijadikan karya ilmiah untuk membangun suatu model.

1. HASIL DAN PEMBAHASAN
   1. Hasil Penelitian

**Kekuatan persaingan menurut pendapat Porter di Pasar Panorama Lembang menunjukkan sebagai berikut :**

1. **Persaingan Industri**

Persaingan tinggi terjadi ketika suatu industri memiliki banyak pasar tradisional dengan ukuran dan kekuatan yang sama. Pelanggan dapat berpindah dari satu pasar tradisional ke pasar tradisional lain dengan sedikit biaya. Oleh karena itu, di pasar yang kompetitif, bisnis lebih cenderung meluncurkan kampanye iklan dan pemasaran yang agresif dan menurunkan harga mereka untuk menarik pelanggan.

Hal-hal yang dapat mempengaruhi persaingan kompetitif antara lain: jumlah pesaing, berbagai pesaing, perbedaan produk, perbedaan kualitas, keseimbangan industry, pertumbuhan industry, loyalitas pelanggan terhadap merek yang sudah ada, hambatan (biaya tinggi) untuk keluar dari industry, berdasarkan hasil angket yang diberikan kepada para pedagang dapat dilihat bahwa penilaian pedagang mengenai persaingan industry sebagai daya saing peningkatan pasar tradisional. Kondisi persaingan industry adalah faktor yang berpengaruh terhadap kompetesi daya saing diantara pedagang dengan komoditi penjualan yang sama, Persaingan antar pesaing dalam industri yang sama ini menjadi pusat kekuatan persaingan. Kompetitor dalam hal ini adalah pedagang yang menghasilkan serta menjual produk sejenis, yang bersaing memperebutkan pasar yang sama. Kompetisi yang terjadi dalam industry sejenis ini biasanya terjadi dari segi harga, kualitas produk, pelayanan purna jual, yang semua hal tersebut membentuk nilai tersendiri di benak konsumen atau pelanggan. Semakin banyak kompetitor, pedagang akan semakin bekerja keras memenangkan persaingan.

1. Ancaman Pendatang Baru

Ancaman pesaing tidak hanya datang dari para kompetitor lama. Seiring dengan berkembangnya usaha, munculah kompetitor baru. Masuknya pemain baru dalam usaha akan membuat persaingan menjadi ketat yang pada akhirnya dapat menyebabkan turunnya laba atau keuntungan. Hal ini berkaitan dengan seberapa mudah pendatang baru untuk ikut berkompetisi dalam persaingan usaha sejenis Hal-hal yang dapat mempersulit pesaing untuk mapan meliputi peraturan pemerintah, loyalitas pedagang terhadap merek yang sudah ada, biaya masuk yang tinggi, akses terbatas ke distribusi, teknologi yang dibutuhkan dan pengalaman.

1. Ancaman Produk Pengganti

Ancaman produk pengganti merupakan barang atau jasa yang dapat menggantikan produk sejenis. Adanya produk atau jasa pengganti akan membatasi jumlah laba potensial yang didapat dari suatu usaha. Makin menarik alternatif harga yang ditawarkan oleh produk pengganti, makin ketat pembatasan laba dari suatu industri. Sehingga dengan semakin banyak ragam barang dan jasa, terciptanya produk pengganti juga mempengaruhi pendapatan bagi pasar tradisional.

Hal ini berkaitan dengan apakah konsumen memiliki pilihan lain terhadap produk yang ada. Faktor ini mempertimbangkan seberapa mudah pelanggan dapat beralih di antara produk atau layanan serupa. Jika banyak produk memenuhi kebutuhan pelanggan yang sama, produk tersebut menjadi dapat dipertukarkan. Pedagang akan kehilangan bagian dari keuntungan pasar ketika pelanggan menggunakan produk secara bergantian. Laba juga menurun jika pasar tradisional mulai menurunkan harga mereka untuk mencoba bersaing dengan produk pengganti.

4, Kekuatan tawar menawar Pembeli

Faktor ini mempertimbangkan bagaimana perubahan harga mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan dan kemampuan mereka untuk menurunkan harga pasar. Pembeli memiliki daya tawar yang lebih besar ketika jumlahnya sedikit tetapi jumlah produk penggantinya tinggi. Akibatnya, dapat menyebabkan harga menjadi lebih rendah dan laba pasar tradisional menyusut. Pembeli memiliki daya tawar yang lebih rendah ketika mereka membeli dalam jumlah kecil dan memiliki sedikit pilihan produk alternatif.

Hal-hal yang dapat mempengaruhi daya tawar pembeli antara lain: jumlah pelanggan, banyaknya produk yang dibeli oleh setiap pelanggan, kemmapuan pembeli untuk mengganti produk, sensitivitas pembeli terhadap harga dan akses pembeli terhadap infromasi sehingga mereka dapat membandingkan produk dan harga.

5.Kekuatan tawar menawar Pemasok

Faktor ini mempertimbangkan jumlah pemasok yang dapat diakses oleh pasar tradisional dan seberapa mudah pemasok dapat menaikkan harga atau mengurangi kualitas produk mereka. Semakin banyak pemasok yang harus dipilih pasar tradisional, semakin mudah beralih ke pemasok yang lebih murah atau menghasilkan produk dengan kualitas lebih tinggi. Jika beberapa pemasok menawarkan produk yang dibutuhkan pasar tradisional, mereka memiliki lebih banyak kekuatan dan dapat mengenakan biaya lebih banyak untuk layanan mereka

Hal-hal yang dapat mempengaruhi kekuasaan pemasok atas keuntungan suatu pasar tradisional adalah jumlah pemasok, ukuran pemasok, kemmapuan pasar tradisional untuk menemukan pemasok pengganti, keunikan produk pemasok, kualitas produk pemasok, kekuatan saluran distribusi distribusi pemasok, volume produk yang dibutuhkan, biaya beralih pemasok dan pentingnya industry bagi bisnis pemasok,.

Pemasok dapat menggunakan kekuatan tawar menawar terhadap pembeli dalam industri dengan cara menaikkan harga atau menurunkan kualitas produk atau jasa yang dibeli. Pasar Tradisional berusaha mendapatkan harga semurah mungkin dengan kualitas yang tinggi. Jika pasar tradisional memperoleh pemasok yang demikian, maka perusahaan tersebut akan memperoleh kompetisi yang baik di bandingkan dengan pesaing.

Pemasok yang masuk ke Pasar Tradisional Panorama Lembang ini datang dari beberapa daerah, untuk ikan basah, pemasok hanya dari Pasar Caringin dan Pasar Ciroyom, sedangkan untuk komoditi sembako terdapat 17 pemasok yang masuk ke pasar Panorama tersebut.

* 1. Pembahasan

Keberadaan Pasar Panorama Lembang ini diperhitungkan pemerintah karena terdapat beberapa prestasi yang pernah di raih Pasar Panorama Lembang, diantaranya :

1. Pasar tertib ukur
2. Masuk nominasi pengelolaan pasar terbaik se-Indonesia tahun 2019
3. Masuk 6 besar Pasar Rakyat Propinsi Jawa Barat Tahun 2019

Perilaku pedagang di pasar tradisonal menurut (Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No 23/MPP/KEP/I/1998) yaitu :

1. Jumlah pedagang yang saling meningkat.
2. Jumlah pedagang yang ingin berjualan di pasar tradisonal dari waktu ke waktu mengalami peningkatan. Hal ini berdampak pada kebutuhan tempat yang juga semakin meningkat. Jika tempat tidak tersedia, maka timbul pemaksaan dan mengabaikan tata ruang pasar.
3. Kesadaran yang rendah terhadap kedisiplinan, keberasihan dan ketertiban. Para pedagang yang umumnya berpendidikan rendah, tidak memiliki kesadaran yang tinggi tentang perlunya kedisiplinan, kebersihan, dan ketertiban. Kondisi ini dibiarkan oleh para pengelola pasar tanpa ada keinginan untuk melakukan proses edukasi atau pelatihan secara berkala terhadap pedagang.
4. Pemahaman yang rendah terhadap konsumen selalu berubah-ubah, tetapi para produsen dan pedagang tidak bisa mengikutinya karena terbatasnya pedagang pengetahuan dan informasi. Mereka pada umumnya berkembang secara alamiah tanpa ada persiapan untuk memasuki era persaingan.

Pada dasarnya permasalahan klasik.

Berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan dan pemberdayaan pasar tradisional, tujuan dari manajemen pasar tradisional antara lain :

a. Menciptakan pasar tradisonal yang tertib, teratur, aman, bersih dan sehat.

b. Meningkatkan pelayanan kepada masyarakat.

c. Menjadikan pasar tradisional sebagai penggerak roda perekonomian daerah.

d. Menciptakan pasar tradisional yang berdaya saing dengan pusat pembelanjaan dan toko modern.

Pemerintah memiliki peran yang besar dalam pasar dimana pemerintah  
tidak hanya sebagai konsumen, tetapi juga sebagai pengawas dan juga  
pengatur dalam pasar. Keterlibatan pemerintah dalam pasar adalah  
berkaitan dengan fungsi supervisi dan pengawasan.

Lima kekuatan Porter merupakan salah satu model strategis yang memberikan pemahaman tentang hubungan dan dinamika industry, dan memungkinkan pasar tradisional membuat keputusan strategis mengenai posisis yang paling baik, sehingga mampu dipertahankan secara ekonomis (Indiatsy et al., 2014). Analisis (Indra Gamayanto, 2004) mengidentifikasi lima kekuatan kompetitif (*competitive force*) dasar yang menentukan daya tarik pasar *relative* dari suatu *industry*, yaitu : pendatang baru, kekuatan tawar menawar pembeli, kekuatan tawar menawar pemasok, produk atau layanan subsitusi, dan persaingan antara pesaing yang ada.

Berdasarkan data dan hasil penelitian dari angket terlihat bahwa kekuatan tawar menawar pemasok (0,854) kemudian persaingan industry (0,838) mempunyai kontribusi terbesar terhadap daya saing pasar tradisional sementara itu daya tawar pembeli mempunyai kontribusi terkecil terhadap daya saing pasar tradisional Panorama Lembang yaitu sebesar 0,752.

Kekuatan tawar menawar pemasok mempunyai kontribusi yang terbesar dalam melihat daya saing pasar tardisional hal ini menunjukkan terjadinya kenaikan harga dan pengurangan kualitas dari produk yang diperjualbelikan di pasar tradisional merupakan hal yang harus mendapat perhatian, artinya pemasok menggunakan kekuatan untuk bersaing dalam industri. Ketika pemasok memiliki kekuatan tawar yang kuat, maka pemasok akan menjual produk atau barang dengan harga lebih tinggi atau rendah kepada pembeli mereka. Ini secara langsung mempengaruhi keuntungan pedagang dalam membeli, karena harus membayar lebih untuk barang atau produk tersebut. Pemasok memiliki daya tawar yang kuat saat:

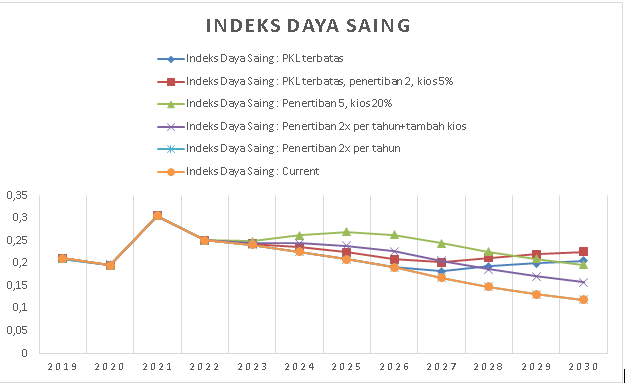
* Ada sedikit pemasok tapi banyak pembeli;
* Terdapat sedikit bahan baku pengganti
* Biaya penggantian bahan baku sangat tinggi.
* Pemasok memiliki sumber daya yang langka;

Persaingan industry juga mempunyai kontribusi besar dalam melihat indeks daya saing pasar tradisional, Kekuatan ini merupakan penentu utama seberapa kompetitif dan seberapa menguntungkan sebuah industri. Dalam industri yang kompetitif, pasar tradisional harus bersaing secara agresif untuk meraih pangsa pasar. Hal ini berdampak pada keuntungan yang rendah. Persaingan antar pesaing sangat ketat saat:

* Ada banyak pesaing;
* Hambatan keluar tinggi;
* Pertumbuhan industri lambat atau negatif;
* Produk tidak bervariasi dan dapat dengan mudah diganti;
* Pesaing memiliki kemampuan yang sama;
* Loyalitas pelanggan rendah.

Model yang dibangun menggunakan *System Dynamics* ini bertujuan untuk memahami permasalahan yang akan dikaji. Model harus dapat menjawab seandainya pemerintah daerah Kabupaen Bandung Barat dengan terpaksa harus menerapkan kebijakan pembatasan jumlah Pedagang kaki Lima (PKL). Intervensi ini dimaksudkan untuk menguji beberapa variabel yang sensitif terhadap upaya meningkatan daya saing pasar. Tindakan-tindakan yang dapat dilakukan ialah dengan membuat alternatif/ skenario/Kebijakan atas 6 kondisi, yaitu skenario 1-6.

Gambar. Hasil Skenario 1-6



1. SIMPULAN
   1. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan bahwa dapat disimpulkan sebagai berikut:
2. Pasar Tradisional Panorama Lembang Kabupaten Bandung Barat merupakan Pasar Tradisional di wilayah Kabupaten Bandung Barat yang memiliki keunggulan, yaitu telah dilakukan revitalisasi dan pengelolan pasar yang dilakukan atas kerjasama dengan pihak swasta. Pasar Panorama tetap diminati sebagai pilihan berbelanja masyarakat karena pertimbangan harga yang lebih murah. Selain itu jam operasional pasar yang lebih panjang, keragaman produk yang di jual banyak, serta segmen pasar adalah selain rumah tangga, juga para pedagang, pemilik warung, dan sebagainya.
3. Indeks Daya Saing berdasarkan hasil perhitungan olah data statistik dari kuesioner yang dibagikan kepada pedagang sebagai responden, menunjukkan bahwa dari lima kekutan persaingan menurut Porter yaitu Persaingan Industri, Ancaman Pendatang Baru, Ancaman Produk Pengganti, Kekuatan tawar menawar Pembeli, dan Kekuatan tawar menawar Pemasok, yang memiliki kontribusi terbesar adalah kekuatan tawar menawar pemasok, dimana pemasok ke pasar Panorama Lembang mampu menekan biaya transportasi, sebagai mempunyai keunggulan biaya dan menjadi faktor daya saing pasar.
4. Model *system dynamics* untuk peningkatan daya saing pasar tradisional di Pasar Panorama Lembang Kabupaten Bandung Barat, terdapat lima submodel yaitu submodel pemasok, submodel PKL submodel Jumlah kios, submodel Jumalah pelanggan dan submodel pedagang/Penyewa Kios. Akhir dari model menghasilkan 6 skenario atau kebijakan, yaitu:
5. Skenario 1 : Simulasi baseline (dasar) tanpa kebijakan.
6. Skenario 2 : PKL terbatas (pembatasan jumlah PKL)
7. Skenario 3 : Jumlah PKL dibatasi ditambah penertiban PKL 2 kali pertahun dan ditambah jumlah kios sebanyak 5% dari total kios yang ada.
8. Skenario 4 : Penertiban PKL 5 kali per tahun ditambah dengan penambahan jumlah kios 20% dari total kios yang tersedia.,
9. Skenario 5 : Penertiban PKL 2 kali pertahun ditambah penambahan kios 5%.
10. Skenario 6 : Penertiban PKL 2 kali per tahun.
    1. SARAN-SARAN
11. Sebaiknya pihak manajemen dalam hal ini pengelola pasar yang merupakan perwakilan dari Pemerintah Daerah Kabupaten Bandung Barat (KBB) dapat menjalankan manajemen pengelolaan pasar Panorama lembang dengan memperhatikan perubahan pasar yang akan berdampak kepada eksistensi dan daya saing pasar panorama lembang. Tidak saja pengelolaan fisik pasar, tetapi juga pemberdayaan pedagang serta ancaman lingkungan eksternal seperti perubahan ekonomi, dan persaingan itu sendiri.
12. Daya saing Pasar Panorama Lembang perlu memperhatikan ketersediaan kios dan los seperti penambahan atau penawaran jumlah kios sebagai salah satu upaya dalam mengurangi jumlah PKL.
13. Model *system* *dynamics* daya saing pasar ini masih dapat dikembangkan lagi dan dapat dijadikan dasar untuk penelitian lebih lanjut.

DAFTAR PUSTAKA

Aliyah, I., Setioko, B., & Pradoto, W. (2014). Traditional Market Revitalization as an Urban Catalyst in the City of Surakarta. *3rd International Conference on Engineering & Technology Development*, 180–188.

Ariani, N. I., & Nurcahyo, O. H. (2014). DIGITALISASI PASAR TRADISIONAL: Perspektif Teori Perubahan Sosial. *Jurnal Analisa Sosiologi*, *3*(April), 1–12.

Arnold, R. D., & Wade, J. P. (2015). A definition of systems thinking: A systems approach. *Procedia Computer Science*, *44*(C), 669–678. https://doi.org/10.1016/j.procs.2015.03.050

Bahri, M. (2013). Indonesia’s Macroeconomic Model using System Dynamics Approach. *A Thesis as One of Requirements to Receive the Title of Master of Development Studies*, *May 2013*, 101. https://doi.org/10.13140/2.1.4215.6487

Binder, T., Vox, A., Belyazid, S., Haraldsson, H., & Svensson, M. (2004). Developing system dynamics models from causal loop diagrams. *Proceedings of* the *22nd International Conference of the System Dynamic Society*, *January*, 1–21.

Bruijl, G. H. T. (2018). The Relevance of Porter’s Five Forces in Today’s Innovative and Changing Business Environment. *SSRN Electronic Journal*, *7*(December), 1–23. https://doi.org/10.2139/ssrn.3192207

Burns, T. R. (2006). The Sociology of Complex Systems: An Overview of Actor-System-Dynamics Theory. In *World Futures* (Vol. 62, Issue 6). https://doi.org/10.1080/02604020600798619

Cabrera, D., Colosi, L., & Lobdell, C. (2008). Systems thinking. *Evaluation and Program Planning*, *31*(3), 299–310. https://doi.org/10.1016/j.evalprogplan.2007.12.001

Darmawan, D. (2010). *Analisis Pemasaran Pasar Tradisional Studi kelayakan rencana pembangunan pasar tradisional di Pontianak Timur Abstrak*. 1–26.

Das Nair, R., & Dube, S. C. (2016). Competition, Barriers to Entry and Inclusive Growth: Case Study on Fruit and Veg City. *SSRN Electronic Journal*, *9*(January), 1–41. https://doi.org/10.2139/ssrn.2716049

Ding, Z., Gong, W., Li, S., & Wu, Z. (2018). System dynamics versus agent-based modeling: A review of complexity simulation in construction waste management. *Sustainability (Switzerland)*, *10*(7). https://doi.org/10.3390/su10072484

Donella H. Meadows. (2008). *Thinking in Systems* (Diana Wright (ed.); I).

Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., Jain, V., Karjaluoto, H., Kefi, H., Krishen, A. S., Kumar, V., Rahman, M. M., Raman, R., Rauschnabel, P. A., Rowley, J., Salo, J., Tran, G. A., & Wang, Y. (2021a). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*, *59*(June 2020), 102168. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168

Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., Jain, V., Karjaluoto, H., Kefi, H., Krishen, A. S., Kumar, V., Rahman, M. M., Raman, R., Rauschnabel, P. A., Rowley, J., Salo, J., Tran, G. A., & Wang, Y. (2021b). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*, *59*(July 2020), 102168. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168

Eren Şenaras, A. (2017). Structure And Behavior in System Dynamics: A Case Study in Logistic. *Journal of Business Research - Turk*, *9*(4), 321–340. https://doi.org/10.20491/isarder.2017.334

Forrester, J. W. (1989). The Beginning of System Dynamics. In *Banquet Talk at the international meeting of the System Dynamics Society Stuttgart, Germany* (1st ed., p. 16).

Fred Nickols. (2016). Strategy, Strategic Planning, Strategic Thinking, Strategic Management. In Andrews (Ed.), *Strategic Management* (First, pp. 1–10). Free Press.

Gharajedaghi, J. (2011). *Systems Thinking: Managing Chaos and Complexity* (P. C. Roumeliotis (ed.); ThirD EDiT).

Giantari, I. G. A. K., Surya, I. B. K., Yasa, N. N. K., & Yasa, I. B. A. (2018). Development and revitalization strategies for traditional markets in Bali. *International Journal of Social Economics*, *45*(7), 1058–1070. https://doi.org/10.1108/IJSE-09-2017-0414

Handayati, P. (2018). Developing Regional Market Based on Local Commodity: (Case Study on Regional Market in Pasuruan Regency). *KnE Social Sciences*, *3*(3), 491. https://doi.org/10.18502/kss.v3i3.1906

Haraldsson, H. V. (2018). Causal Loop Diagrams - Archetypes. *Idea*, *1*(January 2004), 1–5. This is an introduction to System Thinking and modelling. System Thinking is a%0Acommon concept for understanding how causal relationships and feedbacks work in an%0Aeveryday problem. Understanding a cause and an effect enables us to analyse, sort out%0Aa

Haris, R. A., Muzayyana, E., & Irawati. P., I. (2019). Revitalisasi pasar tradisional dalam mewujudkan pengembangan ekonomi lokal di Kabupaten Sumenep. *Publisia: Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, *4*(2). https://doi.org/10.26905/pjiap.v4i2.3284

Hekkert, M. P., Suurs, R. A. A., Negro, S. O., Kuhlmann, S., & Smits, R. E. H. M. (2007). Functions of innovation systems: A new approach for analysing technological change. *Technological Forecasting and Social Change*, *74*(4), 413–432. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2006.03.002

Idris, W. M. S., & A. Momani, R. (2013). Impact of Environmental Dynamism on Marketing Strategy Comprehensiveness and Organizational Performance. *International Journal of Business and Management*, *8*(9). https://doi.org/10.5539/ijbm.v8n9p40

Indiatsy, C. M., Mwangi, M. S., Mandere, E. N., Bichanga, J. M., George, G. E., Mandere, E. N., & Bichanga, J. M. (2014). The Application of Porter ’ s Five Forces Model on Organization Performance : A Case of Cooperative Bank of Kenya Ltd. *European Journal of Business and Management*, *6*(16), 75–86.

Indra Gamayanto. (2004). Porter S Five Forces Model Scott Morton S Five Forces Model Bakos Treacy Model Analyzes Strategic Information Systems Management. *Jurnal Informatika*, *5*(2), 127–134. https://doi.org/10.9744/informatika.5.2.pp.127-134

Iriani, S. S., & Sanaji. (2019). Traditional Market Management Strategy in Conditions of Modern Market Development. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, *94*(10), 129–138. https://doi.org/10.18551/rjoas.2019-10.17

Jamaludin, M. (2021). The influence of supply chain management on competitive advantage and company performance. *Uncertain Supply Chain Management*, *9*(3), 696–704. https://doi.org/10.5267/j.uscm.2021.4.009

Jamaludin, M., Fauzi, T. H., Yuniarti, Y., & Mulyaningsih. (2021). Assessing the availability of rice by using system dynamics approach in West Java, Indonesia. *Universal Journal of Agricultural Research*, *9*(5), 156–165. https://doi.org/10.13189/ujar.2021.090502

John D. Sterman. (2002). System Dynamics: Systems Thinking and Modeling for a Complex World. In *System Dynamics: Systems Thinking and Modeling for a Complex World* (Edition 1, p. 31). Massachusetts Institute of Technology Engineering Systems Division. https://dspace.mit.edu/bitstream/handle/1721.1/102741/esd-wp-2003-01.13.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Kiani, B., Gholamian, M. R., Hamzehei, A., & Hosseini, S. H. (2009). Using Causal Loop Diagram To Achieve a Better Understanding of E-Business Models. *International Journal of Electronic Business Management*, *7*(3), 159–167. http://ijebm.ie.nthu.edu.tw/IJEBM\_Web/IJEBM\_static/Paper-V7\_N3/A02.pdf

Kim, D. H., & Anderson, A. V. (2011). Systems Archetype Basics From Story to Structure. In *Systems Archetype Basics* (Revised ed, p. 196). Waltham, Massachusetts. https://thesystemsthinker.com/wp-content/uploads/2016/03/Systems-Archetypes-Basics-WB002E.pdf

Krämer, A., Jung, M., & Burgartz, T. (2016). A Small Step from Price Competition to Price War: Understanding Causes, Effects and Possible Countermeasures. *International Business Research*, *9*(3), 1. https://doi.org/10.5539/ibr.v9n3p1

Kunc, M. (2018). *System Dynamics Soft and Hard Operational Research* (M. Kunc, W. B. School, U. of Warwick, & U. K. Warwick (eds.); Series edi). Brunel University Uxbridge, United Kingdom. https://link.springer.com/content/pdf/10.1057%2F978-1-349-95257-1.pdf

Lagarda‐leyva, E. A. (2021). System dynamics and lean approach: Development of a technological solution in a regional product packaging company. *Applied Sciences (Switzerland)*, *11*(17). https://doi.org/10.3390/app11177938

Maksum, I. R., Sri Rahayu, A. Y., & Kusumawardhani, D. (2020). A social enterprise approach to empowering micro, small and medium enterprises (SMEs) in Indonesia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, *6*(3). https://doi.org/10.3390/JOITMC6030050

Merlinda, S., & Widjaja, S. U. M. (2020). *Revitalization Strategy of Traditional Markets: A Case Study in Malang*. *124*, 414–421. https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200305.098

Michael E. Porter. (1985). Competitive Advantage Creating And Sustaining Superior Peifonnance. In *Competitive Advantage* (First Edit, p. 32). Library of Congress Cataloging in Publication Data. https://www.albany.edu/~gs149266/Porter (1985) - chapter 1.pdf

Minimarket, K., & Kota, D. I. (2011). Efek Pendapatan Pedagang Tradisional Dari Ramainya Kemunculan Minimarket Di Kota Malang. *JDM - Jurnal Dinamika Manajemen*, *2*(2), 169–180. https://doi.org/10.15294/jdm.v2i2.2481

Mirah, P. P. A., & Ayuningsasi, A. A. K. (2013). Efektivitas dan Dampak Program Revitalisasi Pasar Tradisional di Pasar Agung Peninjoan. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, *2*(5), 233–243. https://ojs.unud.ac.id/index.php/eep/article/download/5419/4169

Mukerjee, K. (2016). Factors That Contribute Towards Competitive Advantage: A Conceptual Analysis. *IUP Journal of Business Strategy*, *13*(1), 26–39. http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=buh&AN=114243366&site=bsi-live

Nelwan, J. W., & Rumokoy, F. S. (2017). the Existence of Traditional Market Toward Modern Market in Tomohon City. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *5*(3), 3348–3355. https://doi.org/10.35794/emba.v5i3.17511

Purnomo, M., Otten, F., & Faust, H. (2018). Indonesian traditional market flexibility amidst state promoted market competition. *Social Sciences*, *7*(11). https://doi.org/10.3390/socsci7110238

Qudrat-Ullah, H. (2012). On the validation of system dynamics type simulation models. *Telecommunication Systems*, *51*(2–3), 159–166. https://doi.org/10.1007/s11235-011-9425-4

Rajapathirana, R. P. J., & Hui, Y. (2018). Relationship between innovation capability, innovation type, and firm performance. *Journal of Innovation and Knowledge*, *3*(1), 44–55. https://doi.org/10.1016/j.jik.2017.06.002

Randel S. Carlock and John L. Ward. (2001). *Strategic Planning for the Family Business* (S. Aardvark Editorial, Mendham (ed.); First Edio). PALGRAVE. http://www.untag-smd.ac.id/files/Perpustakaan\_Digital\_1/BUSINESS Strategic Planning for the Family Business.pdf

Runtu, M. E., Pangemanan, S. S., & Program, M. (2018). Analysis of Impact the Modern Market Toward Retailers in Pasar Beriman Tomohon. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *6*(3), 1288–1297. https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20210

Rusiawan, W., Tjiptoherijanto, P., Suganda, E., & Darmajanti, L. (2015). System Dynamics Modeling for Urban Economic Growth and CO2 Emission: A Case Study of Jakarta, Indonesia. *Procedia Environmental Sciences*, *28*(SustaiN 2014), 330–340. https://doi.org/10.1016/j.proenv.2015.07.042

Saeed, K. (1998). Defining a Problem or Constructing a Reference Mode. *16th International Conference of the System Dynamics Society, Québec City, Canada*, *1*(April), 1–29.

Sahban, H. (2018). *Empowerment of Traders and Traditional Market Potential Development in Indonesia*. *3*(1), 428–436. https://doi.org/10.31219/osf.io/38f59

Sariffuddin, S., Wahyono, H., & Brotosunaryo, B. (2017). Street Vendors Hypergrowth: Consequence of Uncontrolled Urbanization In Semarang City. *KOMUNITAS: International Journal of Indonesian Society and Culture*, *9*(1), 81–91. https://doi.org/10.15294/komunitas.v9i1.8497

Schaffernicht, M. (2007). Causality and diagrams for system dynamics. *Proceedings of the 2007 International Conference of the System Dynamics Society*, *1*(July), 1–24.

Schoenenberger, L., Schmid, A., Tanase, R., Beck, M., & Schwaninger, M. (2021). Structural Analysis of System Dynamics Models. *Simulation Modelling Practice and Theory*, *110*(November 2020), 102333. https://doi.org/10.1016/j.simpat.2021.102333

Senge, P. M. (1999). the learning organization. In Mark K. Smith (Ed.), *The Fifth Discipline* (Edition 1, p. 17).

Shaked, H. (2017). Definitions and Development of Systems Thinking. In *System Thingking for Schools Leader* (1st ed., p. 15). Springer. http://www.csr.ufmg.br/modelagem\_sistemas\_dinamicos/Chapter2.pdf

Sterman, J. D. (2002). All models are wrong: Reflections on becoming a systems scientist. *System Dynamics Review*, *18*(4), 501–531. https://doi.org/10.1002/sdr.261

Stevens Maleka. (2014). Strategy Management And Strategic Planning Process. In First edition (Ed.), *Strategy Management* (p. 30). South Africa Government- Department of Communications and Digital Technologies. file:///C:/Users/maunj/AppData/Local/Temp/STRATEGICMANAGEMENTANDSTRATEGICPLANNINGPROCESS-CHAPTER.pdf

Stonehouse, G., & Snowdon, B. (2007). Competitive advantage revisited Michael Porter on strategy and competitiveness. *Journal of Management Inquiry*, *16*(3), 256–273. https://doi.org/10.1177/1056492607306333

Strelkovskii, N., & Rovenskaya, E. (2021). Causal loop diagramming of socioeconomic impacts of COVID-19: State-of-the-art, gaps and good practices. *Systems*, *9*(3). https://doi.org/10.3390/systems9030065

Tapera, J. (2016). *The Importance of Strategic Management to Business Organizations | Julius Tapera - Academia.edu*. *3*(11), 122–131. https://www.academia.edu/19699269/The\_Importance\_of\_Strategic\_Management\_to\_Business\_Organizations

Taylor, S., Calvo-Amodio, J., & Well, J. (2020). A method for measuring systems thinking learning. *Systems*, *8*(2), 1–36. https://doi.org/10.3390/systems8020011

Teece, D. J. (2010). Business models, business strategy and innovation. *Long Range Planning*, *43*(2–3), 172–194. https://doi.org/10.1016/j.lrp.2009.07.003

Tulinayo, F. P. F., Van Bommel, P. P., & Proper, H. A. E. (2012). From a system dynamics causal loop diagram to an object-role model: A stepwise approach. *Journal of Digital Information Management*, *10*(3), 174–186.

Uloli, R., Probowo, & Prastowo, T. (2016). Kajian Konseptual Proses Berpikir Kreatif. *Isu-Isu Kontemporer Sains, Lingkungan, Dan Inovasi Pembelajarannya*, *1*(1), 644–647.

Utomo, T. J. (2011). Persaingan Bisnis Ritel : Tradisional vs Modern (The Competition of Retail Business : Traditional vs Modern). *Fokus Ekonomi*, *6*(1), 122–133.

Verma, R., & Bashir, M. (2017). Why Business Model Innovation is the New Competitive Advantage. *IUP Journal of Business Strategy*, *14*(1), 7. https://www.researchgate.net/publication/316644311

Widiastuti, W., Paturusi, S. A., & Dwijendra, N. K. A. (2017). Cultural Value Transformation in Traditional Market Spatial Planning in City of Denpasar, Gianyar and Klungkung – Bali, Indonesia. *Journal of Sustainable Development*, *10*(4), 97. https://doi.org/10.5539/jsd.v10n4p97

Wynn, D. C., & Clarkson, P. J. (2018). Process models in design and development. *Research in Engineering Design*, *29*(2), 161–202. https://doi.org/10.1007/s00163-017-0262-7

Zaim, S., Bayyurt, N., Tarim, M., Zaim, H., & Guc, Y. (2013). System Dynamics Modeling of a Knowledge Management Process: A Case Study in Turkish Airlines. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, *99*, 545–552. https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.10.524