



**MENGUAK FENOMENA PERSAINGAN
EKONOMI ANTARA PASAR TRADISIONAL
DAN PASAR MODERN DI INDONESIA**

KARYA TULIS MAHASISWA

**Diajukan dalam rangka Kompetisi Karya Tulis Mahasiswa Bidang IPS
Tingkat Fakultas Tahun 2008**

Disusun Oleh :

Abida Muttaqiena	(7450406003)
Wahyu Prihatiningsih	(3351405067)
M. Khamim Setiawan	(7450406004)

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
2008**

HALAMAN PENGESAHAN

Karya tulis ilmiah dengan judul :

**“MENGUAK FENOMENA PERSAINGAN EKONOMI ANTARA
PASAR TRADISIONAL DAN PASAR MODERN DI INDONESIA”**

Yang disusun oleh:

Nama/NIM : Abida Muttaqiena NIM 7450406003

Jurusan : Ekonomi Pembangunan

Nama/NIM : Wahyu Prihatiningsih NIM 3351405067

Jurusan : Akuntansi

Nama/NIM : M. Khamim Setiawan NIM 7450406004

Jurusan : Ekonomi Pembangunan

Disahkan untuk mengikuti Kompetisi Karya Tulis Mahasiswa Bidang IPS Tingkat

Fakultas pada :

Hari :

Tanggal :

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan

Dosen Pembimbing

Drs. Bambang Prishardoyo, M.Si
NIP 131993879

Agung Yulianto, S.Pd. M.Si
NIP 132303205

Pembantu Dekan III Fakultas Ekonomi

Drs. Kusmuryanto, M.Si
NIP 131404309

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan begitu banyak limpahan ilmu, rezeki serta rahmatNya sehingga kami dapat menyelesaikan karya tulis yang berjudul “*Menguak Fenomena Persaingan Ekonomi Antara Pasar Tradisional Dan Pasar Modern Di Indonesia*”. Ide dan gagasan kami yang selama ini kami diskusikan, tertuang dalam karya tulis ilmiah ini.

Kami menyadari banyak kekurangan dalam pengerjaan hasil akhir karya tulis kami, sehingga kami menyampaikan terima kasih yang tak terhingga atas saran dan kritik bagi karya ilmiah kami. Dengan tulus kami mengucapkan terima kasih kepada Agung Yulianto, S.Pd, M.Si yang telah menjadi dosen pembimbing kami, hingga karya ilmiah ini mencapai kesempurnaan. Ayah dan bunda yang memberikan kasih dan sayang yang tak pernah tergantikan, Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan, Pembantu Dekan Bidang Akademik, Pembantu Dekan Bidang Kemahasiswaan serta semua pihak yang terlibat dalam pembuatan karya tulis kami.

Kami memohon maaf apabila terdapat kekurangan dan jauh dari sebuah kesempurnaan, karena kesempurnaan hanyalah milik Allah SWT. Semoga karya tulis kami bermanfaat bagi semua pihak.

Semarang, 14 April 2008

Penulis

RINGKASAN

M. Khamim Setiawan, Wahyu Prihatiningsih, dan Abida Muttaqiena. “*Menguak Fenomena Persaingan Ekonomi Antara Pasar Tradisional Dan Pasar Modern Di Indonesia*”. KKTM Bidang IPS Tingkat Fakultas. 2008. Pembimbing: Agung Yulianto, S.Pd, M.Si

Pasar merupakan tempat dimana penjual dan pembeli bertemu untuk melakukan transaksi. Seiring dengan perkembangan zaman definisi pasar berubah menjadi tempat bertemunya permintaan dan penawaran. Dalam kehidupan sehari – hari akan dijumpai pasar tradisional dan pasar modern, dimana diantara kedua pasar tersebut terjadi persaingan yang tidak sehat antara pemodal besar dan pemodal kecil. Di samping itu, peranan pemerintah belum begitu signifikan untuk mengatasi ketimpangan tersebut. Padahal pasar tradisional merupakan salah satu penggerak perekonomian masyarakat ekonomi lemah.

Berdasarkan latar belakang diatas rumusan masalah yang diangkat dalam karya tulis ini adalah bagaimana pasar tradisional mampu bertahan dan melawan perkembangan pasar modern yang dalam jangka panjang akan berdampak negatif bagi pembangunan perekonomian Indonesia. Adapun tujuan karya tulis ini memberikan gambaran tentang pengaruh pasar modern terhadap pasar tradisional dan kondisi perekonomian Indonesia serta mengetahui konsep pasar tradisional ideal dan mengendalikan pengaruh pasar modern di Indonesia. Pendekatan yang digunakan adalah deskripsi kualitatif berdasarkan kajian kepustakaan yang berasal dari buku – buku yang relevan serta artikel – artikel yang ada di internet. Langkah dalam penulisan meliputi menemukan dan merumuskan masalah, mencari dan menyeleksi sumber – sumber pustaka yang relevan, menganalisis sumber pustaka yang relevan dan studi komparasi untuk menjawab permasalahan, merumuskan alternatif permasalahan, menarik simpulan dan saran, serta yang terakhir menyusun karya ilmiah.

Dari proses diatas, dapat disimpulkan bahwa pasar tradisional merupakan tempat strategis dan berperan penting dalam menggerakkan perekonomian rakyat kecil, untuk itu bagaimana agar pasar tradisional mampu bertahan dan meningkatkan potensinya. Untuk itu, diperlukan model pengembangan pasar tradisional yang melibatkan fungsi alokasi dan fungsi regulasi pemerintah, pengelola pasar, *supplier*, dan konsumen. Strategi yang dapat digunakan yaitu melalui peran pemerintah dalam mengalokasikan peran masing-masing *stakeholder*, menentukan regulasi, serta pengembangan manajemen pengelolaan pasar, hubungan dengan *supplier*, dan segmentasi pasar tradisional.

Kata kunci : Pasar Tradisional, Pasar Modern, Regulasi, Manajemen Pengelolaan Pasar, *Supplier*, dan Segmentasi Pasar

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
RINGKASAN.....	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR LAMPIRAN.....	vi
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penulisan	4
D. Manfaat Penulisan	4
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	5
A. Pengertian dan Perkembangan Pasar.....	5
B. Kondisi Pasar Tradisional dan Pasar Modern.....	6
C. Kebijakan Pemerintah Mengenai Pasar Tradisional dan Pasar Modern.....	10
BAB III METODE PENULISAN	13
BAB IV PEMBAHASAN.....	15
A. Dampak Perkembangan Pasar Modern.....	15
B. Model Pengembangan Pasar Tradisional.....	20
BAB V PENUTUP	29
A. Simpulan	29
B. Saran	30
DAFTAR PUSTAKA	31
BIODATA PENULIS	32
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	34

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Tabel Struktur Pengecer di Indonesia	34
Lampiran 2. Tabel Perkembangan Persyaratan Perdagangan dalam Bisnis Ritel Modern Indonesia	35
Lampiran 3. Regulasi Terkait dengan Pasar Ritel	36

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan zaman menuntut keefisienan dan keefektifan dalam semua bidang. Keberadaan modernisasi yang tentu dipahami juga akibat desakan kekuatan kapitalis modern mendorong berdirinya pasar modern di tengah – tengah masyarakat Indonesia. Dalam jangka waktu singkat, para pelaku usaha ritel modern dengan kemampuan kapital yang luar biasa memanjakan konsumen dengan berbagai hal positif terkait kenyamanan saat berbelanja, keamanan, kemudahan, variasi produk yang kian beragam, kualitas produk yang makin meningkat, dan harga yang makin murah karena adanya persaingan.

Tetapi, meskipun kontribusi pasar modern terhadap pertumbuhan industri ritel di Indonesia menguntungkan konsumen, pertumbuhan ritel modern ternyata mendatangkan persoalan tersendiri berupa kian tersingkirnya hasil pertanian, perikanan, dan peternakan dalam negeri dari meja makan masyarakat Indonesia. Pasar modern memiliki standar kualitas yang tak mampu dipenuhi oleh hasil pertanian Indonesia, sehingga untuk kebutuhan pangan yang sebenarnya sudah ada di Indonesia, seperti daging, sayur, dan buah pun, harus didatangkan dari luar negeri agar mampu memenuhi standar kualitas mereka.

Di sisi lain, nasib pasar tradisional yang menjadi saluran distribusi utama hasil pertanian rakyat Indonesia, saat ini berada di ujung tanduk karena tak mampu bersaing dengan pasar modern. Padahal tidak sedikit masyarakat yang menggantungkan hidupnya kepada pasar tradisional. Ketika dilanda krisis ekonomi, pasar tradisional mampu menjadi penopang hidup sebagian masyarakat Indonesia, baik yang berprofesi sebagai pedagang, maupun para petani yang hanya mampu memasarkan hasil pertaniannya lewat pasar rakyat ini. Dengan semakin tergerusnya pasar tradisional berimbas pada para pemasok lokal yang pada umumnya tidak bisa masuk ke pengecer besar.

Pertumbuhan pasar modern terbukti membahayakan posisi pasar tradisional dan ritel-ritel tradisional lain di sekitarnya.. Sebagai akibat kebijakan Pemda yang mengizinkan pembangunan banyak pasar modern, menurut Asosiasi Pedagang Pasar Seluruh Indonesia (APPSI), sejak tahun 2004, delapan pasar di Jakarta tutup karena ditinggalkan pembelinya dan *overhead cost* cukup tinggi, yaitu pasar Blora, Cilincing, Cipinang Baru, Kramat Jaya, Muncang, Prumpung Tengah, Sinar Utara dan Karet Pedurenan. Pedagang yang menganggur diperkirakan sedikitnya mencapai 2.100 pedagang. Pedagang yang bertahan sampai saat ini mengalami penurunan omzet hingga 75 persen. Sedangkan pasar-pasar tradisional lain di wilayah Jakarta, tingkat huniannya hanya 40-60% serta ditinggalkan pembelinya. Catatan APPSI menyebutkan, dari keseluruhan 151 pasar tradisional di Jakarta, terdapat 51 pasar yang berdekatan dengan pasar modern dan yang berdekatan dengan hipermarket ada 45 pasar, dengan rata-rata radius kedekatan kurang dari 2,5 km. Contohnya pasar Mede dan Pasar Pondok Pinang, Pondok Indah berdekatan dengan Carrefour dan Giant Lebak Bulus. Di Cempaka Mas, Carrefour berdekatan dengan Pasar Cempaka Putih, Pasar Gembrong dan Pasar Sumur Batu. Di Depok, dalam radius lima kilometer dari terminal Depok terdapat tiga pasar tradisional (Pasar Kemiri Muka, Pasar Depok Jaya dan Pasar Lama) dan disekitar itu pula di bangun 5 pasar modern (Margocity, Depok Town Square, Plaza Depok, Mall Depok, dan ITC Depok).

Banyak kasus yang terjadi bukan hanya di Jakarta, tetapi hampir seluruh wilayah di Indonesia pasar tradisional dan pasar modern mengalami hal serupa. Hingga tahun 2006, berdasarkan data AC Nielsen pasar di Indonesia mengalami pertumbuhan mencapai 31,4 % per tahun, sedangkan pasar tradisional menyusut hingga 8,1 % per tahun. Hasil penelitian TN. Sofres di Hongkong, meskipun pasar tradisional tetap bertahan tetapi terjadi penurunan jumlah pelanggan. Ini diakibatkan adanya promosi yang dilakukan pasar modern yang sangat gencar. Padahal Hongkong telah menerapkan regulasi tata wilayah pendirian pasar modern tidak boleh berdekatan dengan pasar tradisional.

Sangatlah mengesankan ketika pasar tradisional harus dihadapkan pada pasar modern “*face to face*” dan lebih tragis lagi hampir tidak adanya keberpihakan pemerintah kepada pasar tradisional, berakibat pada kian menajamnya kesenjangan sosial. Pemerataan pendapatan takkan tercapai jika media utama aktivitas perekonomian rakyat ekonomi lemah, dibiarkan tersisih. Pemberdayaan pasar tradisional sebagai wadah ekonomi mikro mutlak diperlukan.

Berdasarkan latar belakang diatas, fenomena perkembangan dan dampak pasar modern di Indonesia perlu diangkat menjadi sebuah karya tulis untuk mendeskripsikan konsep pasar tradisional ke depan untuk melawan arus perkembangan pasar modern.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, permasalahan yang akan diangkat adalah :

1. Mendeskripsikan dampak pasar modern terhadap kondisi pasar tradisional dan perekonomian Indonesia.
2. Menjelaskan model pengembangan pasar tradisional ditengah merebaknya pasar modern di Indonesia.

C. Tujuan Penulisan

Tujuan penulisan karya ilmiah ini adalah :

1. Memberikan gambaran tentang pengaruh pasar modern terhadap pasar tradisional dan kondisi perekonomian Indonesia.
2. Memberikan solusi model pengembangan pasar tradisional ditengah merebaknya pasar modern di Indonesia.

D. Manfaat Penulisan

Adapun manfaat yang dapat diambil dalam penulisan karya ilmiah ini adalah :

1. Manfaat praktis

Hasil karya tulis ini diharapkan dapat membuka dan menambah wawasan serta memperbanyak informasi mengenai fenomena pertumbuhan pasar modern serta pengaruhnya terhadap pasar tradisional dan perekonomian Indonesia.

2. Manfaat teoritis

Bagi kalangan akademisi, karya tulis ini diharapkan dapat memperkaya dan memberikan sumbangan wacana konseptual bagi pengembangan kajian teori dan kebijakan ekonomi.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

A. Pengertian dan Perkembangan Pasar

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual dan pembeli secara langsung, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los, dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Seiring dengan perkembangan jaman, pasar mengalami perkembangan baik secara fisik (bangunan) dan non fisik (pelayanan). Pasar berkembang menjadi sebuah kebutuhan yang harus dipenuhi karena faktor modernisasi. Istilah pasar tradisional dan pasar modern pun muncul ke permukaan. Keberadaan pasar yang kumuh, becek dan sempit mulai terlupakan dengan kehadiran pasar modern di tengah – tengah masyarakat.

Pasar modern adalah pasar yang dikelola oleh manajemen modern, umumnya terdapat di perkotaan, sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen. Di pasar modern, penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (*barcode*), berada dalam bangunan, dan pelayanannya dilakukan secara mandiri (swalayan) atau dilayani oleh pramuniaga. Pasar modern antara lain supermarket, mall, mini market, shopping centre, department store, dan sebagainya. Barang yang di jual memiliki variasi jenis yang beragam dan mempunyai kualitas yang relatif lebih terjamin karena melalui penyeleksian terlebih dahulu secara ketat. Secara kuantitas, pasar modern umumnya mempunyai barang persediaan di gudang yang terukur. Dari segi harga, pasar modern memiliki label harga yang pasti (tercantum harga sebelum dan setelah pajak). Pasar modern juga memberikan pelayanan yang baik dengan adanya alat pendingin udara. (*jurnal pengkajian koperasi dan ukm, 2006*)

B. Kondisi Pasar Tradisional dan Kondisi Pasar Modern

1) Kondisi Pasar Tradisional.

Saat ini ada lebih dari 13.000 pasar tradisional di Indonesia. Disana berkumpul lebih dari 12,6 juta pedagang setiap harinya. Jika setiap pedagang memiliki empat anggota keluarga, maka ada sekitar 50 juta orang terkait pasar tradisional. Itu belum termasuk pemasok dan konsumen yang bertransaksi di pasar tradisional itu. Umumnya pasar tradisional dikunjungi oleh konsumen golongan menengah ke bawah. Berbeda dengan supermarket, kebanyakan pasar tradisional merupakan milik pemda. Pemda di Indonesia umumnya memiliki Dinas Pasar yang menangani dan mengelola pasar tradisional. Dinas ini mengelola pasar miliknya sendiri atau bekerja sama dengan swasta.

Sudah menjadi kebiasaan bagi Dinas Pasar untuk menentukan target penerimaan tahunan untuk setiap pengelola pasar, yang lazimnya meningkat setiap tahun. Kegagalan untuk memenuhi target umumnya berdampak pada pergantian kepala pengelola pasar. Karena itu, tidaklah mengherankan bila didapati banyak kepala pasar yang lebih mencurahkan perhatian pada tugas untuk memenuhi target pemungutan retribusi daripada upaya pengelolaan pasar dengan baik.

Pemerintah seyogianya menyediakan dan memelihara infrastruktur layanan yang memadai bagi para pengguna jasa, yakni kenyamanan berdagang dan kebersihan lingkungan pasar. Namun seperti banyak dikeluhkan pedagang, kasus pencurian barang dagangan di kios dan kondisi pasar yang kotor dan kurang sirkulasi udara telah menjadi kendala sehari-hari di pasar tradisional. Keberadaan kumpulan PKL yang menjadi "pasar saingan" bagi pasar tradisional terdapat di hampir setiap lokasi pasar tradisional. Para PKL yang menggelar dagangan di depan pasar sampai bahu jalan seringkali menimbulkan kemacetan lalu lintas dan turut menimbulkan kesemrawutan dan ketidaknyaman berbelanja di pasar tradisional.

Pembenahan pasar tradisional perlu dilakukan, seperti yang telah dilakukan oleh Pemerintah Thailand. Pasar sehat telah diluncurkan oleh Menteri Kesehatan Masyarakat Thailand bekerjasama dengan swasta sejak tahun 2002. Dengan tujuan memberi kewenangan kepada pihak swasta dalam hal ini badan pengembangan kota metropolitan Bangkok membangun secara bertahap ribuan pasar tradisional menjadi pasar yang sehat. Tujuannya yaitu untuk meningkatkan kualitas pasar sesuai dengan undang-undang kesehatan. Berdasarkan standar dari Departemen Kesehatan Thailand, pasar sehat mempunyai tiga kelompok indikator yaitu: lingkungan sehat, makanan yang aman dan perlindungan konsumen. Dan pada tahun 2004, 75 % pasar di Kota Bangkok telah memenuhi syarat sebagai pasar sehat (1.138 dari 1.505 pasar).

Salah satu model pasar sehat yang sudah memperoleh pengakuan dari Departemen Kesehatan Thailand adalah Rangsit *Healthy Market*. Sejak berdirinya pasar Rangsit Market pada tahun 1973 merupakan pasar tradisional, dan walaupun dikelola dengan manajemen modern, sifat tradisional masih dipertahankan mulai dari bentuk bangunan, produk makanan tradisional, buah dan sayur produk lokal. Pengelolaan ditangani sepenuhnya oleh swasta dibawah pengawasan Departemen Kesehatan Thailand. Setiap pasar harus memenuhi kriteria manajemen lingkungan sehat, perlindungan konsumen, serta setiap pedagang mendapatkan fasilitas air bersih dan pencegahan kecelakaan dan kebakaran hanya dengan membayar 50 bath sehari.

Diantara berbagai kendala yang dihadapinya, pasar tradisional tetap memiliki keunggulan dibanding pasar modern. Yaitu adanya kepuasan psikologis yang didapat konsumen pasar tradisional melalui proses tawar menawar dan potongan harga pada pelanggan setia serta rasa kekeluargaan dengan saling bertegur sapa. Selain itu juga terdapat item-item produk khas pasar tradisional yang tak dapat disajikan di pasar modern, seperti jajanan khas dan produk-produk agro yang masih *fresh* langsung dari petani.

2) Kondisi Pasar Modern

Dimulai pada era 90-an, pertumbuhan pasar modern berkembang pesat. Bahkan berkembang semakin tidak terkendali pada 2000-an. Pasar modern tidak hanya merambah masyarakat berpendapatan menengah ke atas. Mereka kini mulai ekspansi ke masyarakat kelas menengah ke bawah. Kondisi ini mengakibatkan ruang bersaing pedagang pasar tradisional terus menyempit.

Pasar modern didirikan di tempat-tempat strategis di tengah kota, di dekat pasar tradisional atau bahkan menempel pasar tradisional, serta memberikan berbagai fasilitas kemudahan dan kenyamanan dalam berbelanja bagi para pembelinya. Pasar modern memberikan nilai lebih bagi pembeli, tak hanya mendapatkan barang kebutuhan, melainkan juga menciptakan kebutuhan itu sendiri, melalui konsep wisata belanja dan *prestise* sebagai *trademark*. Apalagi kini pengecer modern sudah mampu menyaingi harga pasar tradisional yang sebelumnya dikenal murah. Akses langsung terhadap produsen dapat menurunkan harga pokok penjualan, sehingga pasar modern mampu menawarkan harga yang lebih rendah. Sebaliknya, pedagang pasar tradisional dengan skala kecil dan mata rantai pemasaran yang panjang.

Kemampuan menarik konsumen tersebut, dalam perkembangannya telah menjadi kekuatan sendiri bagi para pelaku usaha ritel modern. Pemasok menjadi sangat tergantung kepadanya. Sehingga para peritel modern membuat banyak persyaratan perdagangan yang terkesan dipaksakan (Lampiran I). Karena posisi pemasok lemah, maka mereka tidak memiliki kemampuan untuk menolak. Dalam perpektif persaingan usaha, selama persyaratan perdagangan diberlakukan sama terhadap semua pelaku usaha pemasok (tidak diskriminatif), tidak berdampak terhadap pelaku usaha ritel modern pesaing yang dipasok, dan tidak mengganggu mekanisme pasar (mendistorsi pasar) secara keseluruhan, maka persyaratan perdagangan tidak bertentangan dengan prinsip persaingan usaha yang sehat sebagaimana diatur dalam UU No. 5

tahun 1999. Dari gambaran ini, maka sekali lagi tampak bahwa permasalahan hubungan pemasok-ritel modern lebih menyangkut kepada munculnya ketidaksebandingan posisi tawar antara pemasok dan peritel modern.

Kondisi yang kompleks akibat ritel modern ini, sesungguhnya telah terjadi di berbagai Negara dunia. Dan mereka memilih pendekatan perlindungan dan pemberdayaan usaha kecil ritel. Misalnya Thailand yang memberlakukan undang-undang ritel *Royal Decree for Retail Act* yang berisi aturan zona, jam buka, harga barang, dan jenis ritel. Thailand memberlakukan UU ini setelah berlangsung lima tahun, para pengusaha hipermarket di negara Gajah Putih itu mengklaim bahwa bisnisnya berhasil memberikan lapangan kerja bagi masyarakat setempat mencapai sedikitnya 20.000 orang tenaga kerja. Tetapi pada periode yang sama, sebanyak 20 pasar tradisional yang ada di Bangkok dan sekitarnya hanya tersisa dua gerai karena nasibnya sama dengan sejumlah usaha ritel kecil, menengah dan koperasi yang tergilas oleh ritel raksasa, dan pengangguran yang ditimbulkan mencapai 300.000 orang.

Dengan adanya UU tersebut maka Bangkok memiliki zona perdagangan eceran. Misalnya *southwest zone* [zona barat daya], *southeast zone* [zona tenggara], *northeast zone* [zona timur laut] sehingga dapat ditarik garis vertikal dan horizontal untuk menentukan zona satu, dua, tiga, empat dan lima. Setiap zona diperuntukkan bagi format ritel tertentu agar tidak terjadi ketimpangan persaingan usaha ritel. Salah satu isi dari UU ritel Thailand yakni penerapan zona atau tempat usaha satu jenis ritel, seperti hipermarket berada pada zona empat atau lima, sedangkan zona satu hingga tiga hanya diperuntukkan untuk warung tradisional, grosir dan supermarket. Aturan zona juga melarang pusat perbelanjaan atau toko berskala besar pada daerah padat arus lalu lintas.

Model pemberdayaan usaha kecil ritel di Thailand dilakukan antara lain dengan mendirikan perusahaan negara atau BUMN nonprofit *Allied Retail*

Trade Co.(ART Co) dengan modal kerja sekitar US\$9,1 juta. Perusahaan tersebut bertugas melakukan pembelian barang dari pabrikan dan kemudian disalurkan kepada jaringan toko-toko kecil dan warung tradisional lainnya. Sehingga harga barang di pasar tradisional bisa lebih murah daripada di pasar modern. Bank di Thailand juga memberi kemudahan kredit bagi toko tradisional yang memodernisasi toko.

Di beberapa Negara lain pun model perlindungan dan pemberdayaan tersebut juga terus dilakukan misalnya saja Perancis yang membuat peraturan melarang lokasi hipermarket di tengah kota, untuk mengatasi semakin tergusurnya warung kecil di negara itu karena keberadaan ritel yang besar. Di Perancis, hanya ada satu *Carrefour* di luar kota. Malaysia juga membuat peraturan *distribution fair trade* guna melindungi pasar tradisional. Dengan regulasi-regulasi tersebut, maka akan dapat mengendalikan ekspansi pasar modern.

C. Kebijakan Pemerintah Mengenai Pasar Tradisional dan Pasar Modern

Dalam sidang UNCTAD (United Nation Conference On Trade Distribution) telah dibahas masalah pendirian bisnis ritel kelas kakap. Dalam sidangnya menyebutkan bahwa negara berkembang harus berhati – hati dan selektif dalam pendirian bisnis ritel besar. Juga harus mempersiapkan terlebih dahulu lokasi ritel lokal (pasar tradisional) dengan pembukaan atau pembangunan ritel luar negeri (pasar modern).

Thailand telah mengeluarkan UU Royal Degree for Retail Act dan memiliki BUMN yang menjadi fasilitator antara bisnis ritel kelas teri hingga kelas kakap. Dan masih banyak negara – negara lain yang telah memberikan keberpihakan terhadap pasar tradisional di negaranya (Jepang, Australia, Singapura, Prancis, Kanada, AS, Selandia Baru). Sedangkan di Indonesia, Peraturan Presiden No. 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern belum mengakomodasi kepentingan pasar tradisional ataupun memberikan pengaturan yang secara nyata memihak pasar

tradisional. Malah, isi pasal-pasal nya rancu serta cenderung melegitimasi tumbuh suburnya pasar modern.

Salah satu peraturan yang rancu dapat dilihat dalam pasal 3 ayat (1) yang menyebutkan “Lokasi pendirian Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern wajib mengacu pada Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten/Kota, dan Rencana Detail Tata Ruang Kabupaten/Kota, termasuk Peraturan Zonasinya.” serta ayat (2) yang mengatur batasan luas lantai penjualan Toko Modern. Padahal dalam era otonomi daerah, dimana masing-masing daerah menginginkan PAD (Pendapatan Asli Daerah) instan bagi daerahnya, tak jarang pemerintah daerah mengambil jalan pintas untuk menambah pendapatan dengan menjual perijinan. Aturan ini juga tidak tegas terhadap pasar modern yang sudah berdiri. Dalam pasal 18 menyebutkan, pasar modern yang sudah berdiri tidak perlu dibongkar. Padahal walaupun sudah berdiri, seharusnya direlokasi ke *border city* (di luar kota) dan harus jauh dari pasar tradisional yang ada. Peraturan ini masih kurang memadai untuk melindungi zona pasar tradisional.

Terlebih lagi, jauh sebelumnya pada tahun 2000, Pemerintah telah mengeluarkan kebijakan liberalisasi ritel dengan mengeluarkan bisnis ritel dari daftar terlarang Penanaman Modal Asing (PMA) melalui Keputusan Presiden No 96/2000 tentang Bidang Usaha Yang Tertutup Dan Bidang Usaha Yang Terbuka Dengan Persyaratan Tertentu Bagi Penanaman Modal dan Keputusan Presiden No 118/2000 tentang Perubahan atas Keputusan Presiden Nomor 96 Tahun 2000 tentang Bidang Usaha Yang Tertutup Dan Bidang Usaha Yang Terbuka Dengan Persyaratan Tertentu Bagi Penanaman Modal. Kebijakan ini ditunjang oleh kebijakan lainnya, yakni Keputusan Menkeu No. 455/KMK.01/1997 tentang Pembelian Saham oleh Pemodal Asing Melalui Pasar Modal, yang di dalamnya antara lain mencabut ketentuan pembatasan pembelian saham oleh pemodal asing melalui pasar modal dan bursa efek, sebagaimana dimaksud dalam Keputusan Menkeu No. 1055/KMK.013/1989. Melalui kebijakan ini, maka seluruh saham perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta, termasuk perusahaan ritel, boleh

dimiliki oleh pihak asing. Kebijakan tersebut telah menyebabkan tidak adanya pembatasan kepemilikan dalam ritel skala besar oleh perusahaan asing.

BAB III

METODE PENULISAN

A. Pendekatan Penulisan

Karya tulis ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif berdasarkan kajian kepustakaan. Dalam pemilihan pendekatan deskriptif kualitatif, supaya mampu memberikan gambaran tentang dampak perkembangan pasar modern serta model pengembangan pasar tradisional agar mampu bertahan dalam persaingan dengan pasar modern.

B. Sasaran Penulisan

Karya tulis ini mengkaji tentang model pasar tradisional di masa yang akan datang dalam suatu wilayah di Indonesia.

C. Sumber Kajian

Penulis menggunakan studi kepustakaan dan studi komparasi serta artikel – artikel di media massa untuk dapat lebih mudah dalam menggambarkan konsep pasar tradisional dan pasar modern di masa yang akan datang sesuai dengan fakta yang ada di lapangan. Sumber kajian ini diharapkan dapat memperkuat dan mempertajam analisis pembahasan.

D. Prosedur Penulisan Karya Ilmiah

Penulisan karya ilmiah ini melalui beberapa tahap dan langkah yang sistematis sehingga didapat hasil kajian yang komprehensif. Adapun langkah – langkah yang dilakukan dalam penulisan karya ilmiah ini adalah :

1. Menemukan dan merumuskan masalah
2. Mencari dan menyeleksi sumber – sumber pustaka yang relevan
3. Menganalisis sumber pustaka dan studi komparasi untuk menjawab permasalahan
4. Merumuskan alternatif permasalahan
5. Menarik simpulan dan merumuskan saran
6. Menyusun karya tulis

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan terdiri dari lima bab, yaitu :

1. BAB I terdiri atas pendahuluan yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penulisan, dan manfaat penulisan
2. BAB II mengkaji telaah pustaka yang berisi tentang pasar tradisional, pasar modern, dan regulasi yang mengatur tentang keduanya.
3. BAB III terdiri atas pendekatan penulisan, sasaran penulisan, sumber kajian, prosedur penulisan, dan sistematika penulisan karya ilmiah.
4. BAB IV membahas mengenai analisis dampak perkembangan pasar modern serta model pengembangan pasar tradisional agar mampu bertahan dalam persaingan dengan pasar modern.
5. BAB V merupakan bab terakhir yang berisikan simpulan dan saran

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Dampak Perkembangan Pasar Modern

1) Pasar Modern Memberikan Kenyamanan dan Prestise Bagi Konsumen

Keberadaan pasar modern dewasa ini sudah menjadi tuntutan dan konsekuensi dari gaya hidup modern yang berkembang di tengah – tengah masyarakat Indonesia. Tidak hanya di kota metropolitan tetapi sudah merambah sampai kota kecil setingkat kecamatan di tanah air. Tempat-tempat tersebut menjanjikan tempat belanja yang nyaman dengan berbagai fasilitas dan harga yang menarik. Pasar-pasar modern menyediakan barang-barang bermutu tinggi dengan harga pasti, dan kadang-kadang ditawarkan diskon. Terlebih lagi, mereka menawarkan aneka pilihan pembayaran, mulai dari kartu kredit hingga pendanaan untuk barang-barang yang lebih besar. Tempat pembelanjaan juga bersih, terang, dan memiliki fasilitas yang berfungsi dengan baik seperti toilet, tempat makan, dan tempat parkir yang luas.

2) Keunggulan Kompetitif Pasar Modern Merebut Pelanggan Pasar Tradisional.

Pasar modern dan pasar tradisional bersaing di sektor yang sama yaitu industri ritel. Di satu sisi, pasar modern dikelola dengan tangan profesional dan fasilitas yang serba lengkap. Sedangkan di sisi yang lain pasar tradisional masih terkungkung pada masalah klasik, pengelolaan yang masih jauh dari profesional, hingga ketidaknyamanan dalam berbelanja.

Ritel modern mampu menyediakan segala kebutuhan dengan harga yang relatif tidak kalah dengan pasar tradisional dari segala jenis barang, dengan kualitas bisa lebih baik. Kalau selama ini pasar tradisional dianggap unggul dalam memberikan harga relatif lebih rendah untuk banyak komoditas, dengan fasilitas berbelanja yang jauh lebih baik skala ekonomis pengecer modern

yang cukup luas dan akses langsung mereka terhadap produsen dapat menurunkan harga pokok penjualan mereka sehingga mereka mampu menawarkan harga yang lebih rendah. Sebaliknya para pedagang pasar tradisional, mereka umumnya mempunyai skala yang kecil dan menghadapi rantai pemasaran yang cukup panjang untuk membeli barang yang akan dijualnya. Keunggulan biaya rendah pedagang tradisional kini mulai terkikis.

Dulu, keunggulan pasar tradisional juga didapat dari lokasi. Masyarakat akan lebih suka berbelanja ke pasar-pasar yang lokasinya lebih dekat. Akan tetapi pusat-pusat perbelanjaan modern terus berkembang memburu lokasi-lokasi potensial. Dengan semakin marak dan tersebarnya lokasi pusat perbelanjaan modern maka keunggulan lokasi juga akan semakin hilang. Kedekatan lokasi kini tidak lagi dapat dijadikan sumber keunggulan yang berkelanjutan.

Ada berbagai penelitian tentang dampak negatif dari munculnya pasar modern, seperti Reardon dan Berdegeu (2007), Trail (2006) dan lain sebagainya. Tentu saja pasar tradisional mengalami kemunduran omzet bahkan kebangkrutan. Hasil riset AC Nielsen menyatakan bahwa pada tahun 2005 penjualan produk kebutuhan sehari-hari di pasar tradisional kembali mengalami penurunan sebesar 2 % sehingga pangsa pasarnya pada tahun 2005 menjadi hanya 67,6 %. Survei atas 51 kategori produk barang kebutuhan sehari-hari menunjukkan pangsa pasar tradisional termakan ritel modern berformat minimarket. Sedangkan hasil survei Dekopin (Dewan Koperasi Indonesia) menyebutkan bahwa satu pasar modern seperti Indomaret, Alfamart, serta sejenisnya membunuh 20 warung disekitarnya. Sementara untuk hipermarket jika jaraknya 2 km dari pasar tradisional bisa menurunkan omzet antara 20% hingga 40%. Di Bandung, APPSI Jawa Barat mengeluhkan bahwa omzet pedagang pasar tradisional menurun rata-rata 40%, sejak hypermarket hadir di kota Bandung.

3) Pasar Modern Mengeksploitasi Pemasok (*Supplier*)

Persoalan berikutnya dari industri ritel terkait dengan ketidakseimbangan posisi antara pemasok dengan pelaku usaha ritel. Kekuatan pelaku usaha ritel modern telah mengubah situasi di industri ritel. Ritel modern telah menjelma menjadi kekuatan yang luar biasa. Dalam manajemen rantai pasokan produk sampai ke konsumen, ritel modern kini menjadi bagian yang sangat menentukan, karena kemampuannya mendatangkan konsumen sangat besar. Kekuatan pemasok semakin bertambah lemah karena persaingan antar mereka juga terjadi dengan sangat ketat, sementara peritel modern di satu wilayah tidak memiliki banyak pesaing. Akibatnya, peritel modern dapat dengan sangat leluasa menggunakan kekuatannya.

Pertama, barang yang dijual di pasar modern perlu melewati seleksi yang ketat, dimana pemasok kecil yang tidak mampu memenuhi standar kualitas, biaya penyimpanan barang, dan tidak dapat menyanggupi jangka waktu pembayaran yang lebih panjang daripada pengusaha ritel tradisional, akan ditolak. Di titik ini saja, banyak pemasok lokal tak memenuhi syarat untuk masuk ke pasar modern. Sementara itu, pasar tradisional mulai ditinggalkan pembelinya, sehingga para pemasok lokal ini dengan sendirinya kehilangan konsumen.

Jika para pemasok tersebut telah lolos persyaratan standar kualitas, mulailah para peritel modern tersebut menerapkan berbagai persyaratan perdagangan (*trading terms*), sehingga pemasok berpotensi menjadi lahan eksploitasi bagi peritel modern. Maka muncullah kemudian yang dikenal sebagai *listing fee*, *minus margin*, *fixed rebate*, *term of payment*, *regular discount*, *common assortment cost*, *opening cost/new store* dan *penalty*. Bahkan dalam perkembangannya *trading terms* tersebut telah berubah menjadi sebuah bagian pemasukan sendiri bagi para peritel. Hasil penelusuran KPPU dalam kasus Carrefour Indonesia, misalnya memperlihatkan bahwa hipermarket asal Prancis itu sepanjang 2004 mampu meraih pendapatan lain-lain (*other income*) hingga Rp 40,19 miliar. Perolehan dari *listing fee* terbesar, mencapai Rp 25,68

miliar. Sedangkan dana dari kepesertaan *minus margin* (jaminan pemasok bahwa harga jual produk paling murah) Rp1,98 miliar, dan sisanya Rp12,53 miliar berasal dari pembayaran syarat dagang.

4) Pasar Modern Meningkatkan PDB, tetapi Menyebabkan Ketimpangan Distribusi Pendapatan

Ritel merupakan salah satu tulang punggung ekonomi nasional. Pada tahun 2003 saja, potensi pasar bisnis ritel mencapai sekitar Rp. 600 Trilyun. Kontribusi sektor ritel terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai 20%. Demikian juga dilihat dari kuantitas, dari sekitar 22,7 juta jumlah usaha di Indonesia sebanyak 10,3 juta atau sekitar 45% merupakan usaha perdagangan besar dan eceran. Dalam sebuah klaimnya, asosiasi perusahaan ritel Indonesia (Aprindo) menyatakan bahwa sektor ritel merupakan sektor kedua yang menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia, dengan kemampuan menyerap sebesar 18,9 juta orang, di bawah sektor pertanian yang mencapai 41,8 juta orang.

Adapun perkembangan terakhir komposisi industri ritel Indonesia digambarkan dalam survey yang dilakukan oleh AC Nielsen dalam tahun 2004-2005, sebagaimana terlihat dalam Lampiran I. Data survey ini memperlihatkan bahwa ritel modern sesungguhnya belum apa-apa, apabila dibandingkan secara kuantitas dengan ritel tradisional. Jumlah pelaku usaha ritel tradisional jauh diatas jumlah pelaku usaha ritel modern dengan selisih kuantitas yang sangat signifikan. Namun, omset ritel modern berada di kisaran Rp 50-60 triliun per tahun, dengan omset sisanya sekitar Rp 550-600 triliun dari ritel tradisional, maka sangat jelas bahwa omset ritel modern tersebut jauh diatas ritel tradisional (*KPPU:2007*).

Berbagai jenis ritel modern telah memusatkan kekuatan modal besar pada satu orang atau kelompok dagang. Ini hal pokok yang membuat persaingan dalam perdagangan ini menjadi tidak seimbang dengan usaha kecil atau dengan

pasar-pasar tradisional yang selama ini menjadi salah satu penggerak roda kegiatan perekonomian masyarakat di suatu wilayah serta merupakan salah satu sarana publik yang mendukung dan membangun kegiatan ekonomi sebagian besar masyarakat Indonesia. Penguasaan pasar oleh ritel modern lambat laun akan meningkatkan penumpukan kapital pada golongan ekonomi menengah keatas, sehingga pemerataan ekonomi tidak tercapai. Penyebab utama ketimpangan distribusi pendapatan adalah sangat tidak meratanya kepemilikan aset (kekayaan, sumber daya, atau faktor produksi).

5) Investasi Asing dalam Pasar Modern Dapat Mengurangi Devisa

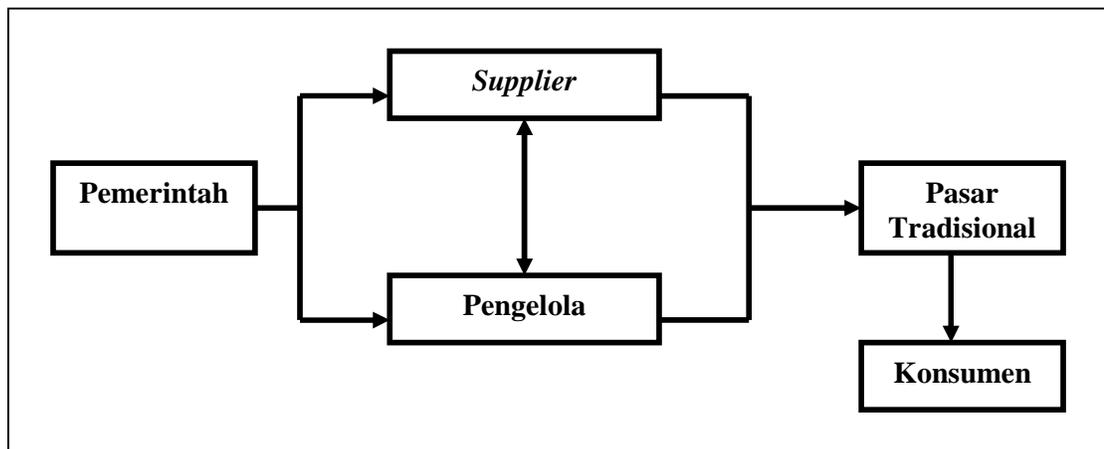
Terdapat banyak penyebab dari pesatnya pertumbuhan pasar modern di Indonesia. Dorongan pertama lahir dari munculnya kebijakan yang pro terhadap liberalisasi ritel, antara lain diwujudkan dalam bentuk mengeluarkan bisnis ritel dari *negative list* bagi Penanaman Modal Asing (PMA) sebagaimana tertuang dalam Keputusan Presiden No 118/2000 tentang Bidang Usaha Yang Tertutup Dan Bidang Usaha Yang Terbuka Dengan Persyaratan Tertentu Bagi Penanaman Modal. Kebijakan tersebut telah menyebabkan tidak adanya lagi pembatasan kepemilikan dalam industri ritel. Akibatnya, pelaku usaha di industri ini terus bermunculan. Bahkan perkembangan terakhir memperlihatkan munculnya sinyal akan masuknya peritel asing dalam segmen ritel yang selama ini terlarang bagi penanaman modal asing (PMA) seperti di minimarket dan *convenience store*. (KPPU:2007)

Padahal, dampak investasi asing dalam jangka panjang dapat mengurangi penghasilan devisa, baik dari sisi neraca transaksi berjalan maupun neraca modal. Neraca transaksi berjalan bisa memburuk karena adanya impor besar-besaran atas barang-barang setengah jadi dan barang modal, sedangkan neraca modal makin memburuk dikarenakan adanya pengiriman kembali keuntungan, hasil bunga, royalti, biaya-biaya jasa manajemen, dan dana-dana lainnya ke negara asalnya. (Todaro & Smith,2003: 173)

Sebaliknya, bila pasar tradisional sanggup berjaya di Indonesia, maka akan berpengaruh positif bagi neraca pembayaran Indonesia. Apabila mayoritas masyarakat Indonesia lebih memilih berbelanja di pasar tradisional, maka invasi pasar modern akan mampu ditahan. Produk-produk lokal berkualitas tinggi yang saat ini dijual di pasar modern bisa dialihkan menjadi komoditas ekspor. Sedangkan kebocoran akibat pelarian dana-dana dalam negeri ke luar negeri dapat ditekan.

B. Model Pengembangan Pasar Tradisional

Setelah usaha ritel kelas kakap saling tidak mau kalah dalam mengembangkan bisnisnya di berbagai tempat, termasuk ke wilayah permukiman melalui minimarket, tidak sedikit pengecer atau toko kelontong yang omset penjualannya menurun dan banyak pasar tradisional mati karena ditinggalkan pembelinya. Dalam kondisi seperti ini, dibutuhkan solusi bagi seluruh *stakeholders* yang eksistensinya terancam oleh perkembangan pasar modern, agar kepemilikan aset tidak lagi terpusat pada segelintir orang. Solusi tersebut dapat digambarkan melalui model berikut.



Gambar I. Model Pengembangan Pasar Tradisional

1) Pemerintah

Pemihakan pemerintah kepada pedagang pasar tradisional dapat diwujudkan dengan memberikan kesempatan kepada pedagang pasar tradisional untuk turut memetik keuntungan dari peluang pertumbuhan permintaan masyarakat dan membantu mengantisipasi perubahan lingkungan yang akan mengancam eksistensi mereka, serta melibatkan pelaku ekonomi golongan ekonomi lemah. Pemihakan kepada pedagang pasar tradisional ini juga dapat dilakukan dengan membantu memperbaiki akses mereka kepada informasi, permodalan, dan hubungan dengan produsen atau *supplier* (pemasok). Karena sifat pedagang pasar tradisional yang umumnya lemah dalam banyak hal, maka peran pemerintah lah untuk secara aktif memberdayakan pedagang tradisional. Untuk itu, diperlukan adanya regulasi yang secara tegas memihak pasar tradisional dan mengendalikan pertumbuhan pasar modern (retailer besar).

Kondisi yang tersingkap dalam studi penelitian yang dilakukan oleh lembaga penelitian Smeru yang dipublikasikan pada November 2007 menunjukkan perlunya regulasi yang sistematis mengenai pasar modern, termasuk yang menyangkut isu hak dan tanggung jawab pengelola pasar dan pemda, dan juga sanksi atas pelanggaran aturan tersebut. Baik pemerintah pusat maupun daerah seyogianya bertindak tegas sesuai aturan yang berlaku. Terlebih lagi, yang terpenting adalah menjamin bahwa aturan tersebut dipahami oleh para pemangku kepentingan. Pemerintah pusat dan daerah harus memiliki mekanisme kontrol dan sistem pemantauan untuk menjamin kompetisi yang sehat antara pengusaha ritel modern dan pengusaha ritel tradisional.

Regulasi yang memihak pasar tradisional hendaknya mengandung unsur-unsur pembagian zona usaha, jam buka, harga barang, dan jenis retailer. Zona usaha antara pasar modern dan pasar tradisional perlu ditentukan dalam jarak yang tidak merugikan pasar tradisional. Ini tidak cukup hanya dengan menentukan jalan mana yang boleh atau tidak boleh dijadikan lokasi pasar modern, melainkan juga harus memperhitungkan jaraknya dengan pasar tradisional

yang sudah ada. Aprindo pernah mengusulkan pembagian zona untuk pendirian ritel. Zona ini mengambil titik tertentu sebagai pusat. Misalnya, untuk zona pusat adalah Jembatan Semanggi, Istana, dan Glodok, tergantung kesepakatan. Di zona satu, misalnya, yang jaraknya 25 km dari pusat hanya boleh berdiri ritel dengan luas maksimum 2.500 meter persegi; sedang zona dua, 25-40 km dari pusat, hanya boleh berdiri ritel dengan luas 5.000 meter persegi. Di luar zona satu dan dua baru boleh berdiri ritel raksasa, hipermarket, yang luas lantainya lebih dari 5.000 meter persegi. Dengan demikian, dengan sendirinya pendirian pasar modern baru perlu memperhitungkan banyak hal terkait peraturan zonasi ini.

Akan tetapi usulan itu kurang didengar para penentu kebijakan di daerah. Akibatnya, pasar modern kini meruyak di mana-mana tanpa mengindahkan ketentuan lokasi dan zona tadi. Adanya Keppres yang mengatur pasar modern memang lebih memiliki daya tekan dibandingkan dengan SK Menteri dan Perda. Namun, Keppres tidak memuat sanksi pidana bagi pasar modern bila terjadi pelanggaran terhadap peraturan tersebut karena pemberlakuan sanksi dalam peraturan presiden dianggap melanggar perundang-undangan nasional. Dengan demikian, dibutuhkan undang-undang di tingkat nasional yang lebih memiliki kekuatan hukum dan ketegasan penegakan hukum dalam pelaksanaannya.

Jam buka pasar modern dan jenis usaha pasar modern juga perlu ditentukan, agar keberadaannya tidak menyebabkan perpindahan pembeli dari pasar tradisional ke pasar modern. Selain itu, yang terpenting adalah harus ada perbedaan harga barang antara pasar tradisional dan pasar modern.

Selama ini, harga-harga di pasar modern, terutama untuk barang kebutuhan pokok, tidak jauh berbeda dengan harga-harga di pasar tradisional dan dengan kualitas yang tak jarang jauh lebih tinggi. Bahkan harga beberapa barang di pasar modern, seperti gula pasir dan minyak goreng kemasan malah cenderung

lebih murah daripada di pasar tradisional, karena pasar modern memperoleh barang dari distributor yang tingkatannya lebih tinggi daripada distributor yang menyalurkan barang yang sama ke pasar tradisional. Hal ini menyebabkan konsumen dengan sendirinya lebih memilih berbelanja di pasar modern daripada di pasar tradisional. Untuk itu, diperlukan adanya regulasi yang mengatur harga barang di pasar tradisional dan pasar modern. Strategi yang dapat digunakan untuk mengatur harga barang yaitu dengan membedakan produk, mewajibkan selisih harga dan peraturan perpajakan.

Dengan harga yang relatif sama dan produk yang seragam, maka terjadi rebutan konsumen antara pasar modern dan pasar tradisional. Karenanya, dalam peraturan perpajakan perlu disusun regulasi yang lebih ketat. Produk yang dijual di pasar modern boleh merupakan produk impor berkualitas tinggi, tapi harganya tidak boleh sama atau lebih murah daripada harga barang sejenis di pasar tradisional, sehingga pasar modern tidak bisa menekan harga di tingkat pemasok lokal maupun menarik konsumen dari kalangan menengah kebawah. Untuk mempertahankan agar harga di pasar modern tetap tinggi, dapat digunakan instrumen bea masuk dan pajak pertambahan nilai bagi barang-barang di pasar modern. Sedangkan retribusi di pasar tradisional harus lebih efisien dan berdaya guna.

Dengan membayar berbagai retribusi di pasar tradisional, sudah sewajarnya apabila para pedagang mendapatkan imbalan nyata, yakni kenyamanan berdagang dan kebersihan lingkungan pasar. Seperti banyak dinyatakan para pedagang, kasus pencopetan, pencurian barang dagangan di kios dan kondisi pasar yang kotor dan becek merupakan kejadian dan potret sehari-hari. Keadaan ini boleh jadi dipicu oleh minimnya dana perangsang peningkatan pelayanan. Di Depok, misalnya, dari total retribusi yang diterima dan disetor ke pemda, hanya 5% saja yang dikembalikan untuk uang perangsang peningkatan pelayanan. Dana perangsang itu tidak memadai untuk peningkatan pelayanan, termasuk perawatan infrastruktur pasar. Perda yang

menjadi acuan penting sistem pengelolaan retribusi seyogianya tidak hanya mengatur jumlah dan proses penarikan retribusi, tapi juga mengatur secara tegas penyediaan layanan bagi para pedagang. Dengan demikian, selain menjadi acuan hukum, perda tersebut akan menjamin bahwa penanganan retribusi menjadi bersifat integral dengan pengelolaan infrastruktur pasar dan penyediaan layanan imbal balik bagi pedagang.

2) Pengelolaan Pasar

Seiring dengan pembentukan regulasi-regulasi ini, pemerintah perlu mendukung strategi pemasaran pasar tradisional dengan melakukan pembenahan aspek fisik pasar tradisional dan manajemen pengelolaan pasar tradisional secara lebih profesional, karena dengan meningkatnya persaingan di bisnis ritel, ada beberapa hal yang harus menjadi landasan bagi pembuat kebijakan untuk menjaga kelangsungan hidup pasar tradisional. Pertama, memperbaiki sarana dan prasarana pasar tradisional. Masalah keterbatasan dana dapat diatasi dengan melakukan kerja sama dengan pihak swasta seperti pasar tradisional di Bumi Serpong Damai. Konsep bangunan pasar pun ketika renovasi harus diperhatikan sehingga permasalahan seperti konsep bangunan yang tidak sesuai dengan keinginan penjual dan pembeli dan kurangnya sirkulasi udara tidak terulang kembali. Kedua, melakukan pembenahan total pada manajemen pasar. Sepatutnya, kepala pasar yang ditunjuk memiliki kemampuan dan kepandaian manajerial. Ketiga, mencari solusi jangka panjang mengenai PKL yang salah satunya adalah menyediakan tempat bagi PKL di dalam lingkungan pasar. (*KPPU: 2007*)

Sedangkan temuan studi penelitian yang dilakukan Lembaga Penelitian Smeru (November 2007) merekomendasikan kebijakan dalam rangka menjamin berkembangnya pasar tradisional, berkisar pada upaya peningkatan daya saing pasar tradisional. Salah satu rekomendasinya adalah perbaikan infrastruktur yang mencakup terjaminnya kesehatan yang layak, kebersihan yang memadai, cahaya yang cukup, dan keseluruhan kenyamanan lingkungan pasar. Pemda

dan pengelola pasar tradisional harus secara nyata berinvestasi pada perbaikan pasar tradisional dan menetapkan standar layanan minimum. Ini tentu juga berimplikasi pada penunjukkan orang-orang yang tepat sebagai pengelola dan memberikan kewenangan yang cukup untuk mengambil keputusan sehingga mereka tidak bertindak sekadar sebagai pengumpul retribusi semata. Juga penting untuk meningkatkan kinerja pengelola pasar melalui pelatihan atau evaluasi berkala. Lebih lanjut, pengelola pasar harus secara konsisten melakukan koordinasi dengan para pedagang untuk mencapai pengelolaan pasar yang lebih baik.

Hal yang tidak kalah penting adalah pengembangan sumber daya manusia pengelola pasar tradisional. Konsep manajemen pasar tradisional saat ini yang mengedepankan *income-sentris* yang kini diterapkan oleh para kepala pasar, karena besarnya target retribusi yang ditetapkan, harus diubah dengan menyeimbangkan antara pemberian pelayanan yang baik kepada komunitas pasar, baik itu pemasok, pedagang, pembeli maupun pihak-pihak lain yang memanfaatkan jasa pasar. Kepala pasar selain sebagai penarik retribusi, harus mampu sebagai konsultan bisnis. Artinya, ketika para pedagang mengalami kesulitan dalam usahanya, ia dapat memberikan bantuan pemikiran terhadap kelangsungan usahanya.

3) *Supplier*

Ditinjau dari sisi lain, keberadaan ritel modern sebenarnya telah mematikan usaha kecil, baik petani kecil, peternak atau usaha-usaha kecil lainnya. Karena memakai logika pasar dalam kapitalisme maka persaingan menjadi hal yang wajib hukumnya. Petani kecil akan tergantung (kalau tidak mau terlindas) oleh tengkulak atau bandar yang menjadi pemasok retail tersebut untuk hasil-hasil pertanian. Demikian juga di usaha-usaha kecil lainnya mengalami hal serupa. Karena tergantung maka nilai harganya tidak memiliki harga tawar dan lebih dipatok oleh pemasok tersebut. Usaha-usaha kecil yang tidak bisa masuk

dalam retail modern akan mati dengan sendirinya, karena tidak ada ruang untuk pasar tradisional.

Terkait dengan produsen pemasok, pedagang pasar tradisional perlu dibantu dalam mengefisienkan rantai pemasaran untuk mendapatkan barang dagangannya. Pemerintah dapat berperan sebagai mediator untuk menghubungkan pedagang pasar tradisional secara kolektif kepada industri untuk mendapatkan akses barang dagangan yang lebih murah.

Alternatif lain adalah memajukan kerjasama untuk membangun pola hubungan saling menguntungkan antara organisasi massa petani atau penghasil produksi kecil bekerja sama dengan pengelola pasar tradisional. Organisasi petani atau penghasil produksi bisa menjual hasil produksi dengan harga yang relatif lebih rendah dari harga pasar modern, sementara pasar tradisional bisa mendapatkan harga lebih murah yang dapat dinikmati anggotanya bahkan masyarakat sekitar. Keuntungan ini didapat dari hasil memangkas biaya yang selama ini dipakai untuk tengkulak, bandar maupun pemasok-pemasok. Hal lainnya adalah transportasi akan lebih murah dan kepastian konsumennya terjamin. Untuk itu tingkat rutinitas dan kualitas penyediaan barang kebutuhan serta tata kelola manajemen di masing-masing organisasi harus disiapkan dengan matang. Konsep ekonomi inilah yang merupakan cikal-bakal dari ekonomi kerakyatan yang disandarkan pada kekuatan masing-masing kelompok dan kebutuhannya, sehingga nafsu serakah dan produksi yang berlomba tidak akan lagi terjadi.

4) Konsumen

Perlu dipahami bahwa pasar (*market*) selalu akan terbagi atas beberapa segmen baik secara geografis, demografis, psikologis, psikografis, maupun sosiokultural. Setiap segmen pelanggan memiliki pola perilaku yang berbeda satu sama lain. Dari perspektif ini, pasar tradisional memiliki berbagai keunggulan yang tak kalah dengan pasar modern. Pasar tradisional merupakan

gambaran sosial, ekonomi, teknologi, politik, agama, struktur sosial, kekerabatan masyarakat yang ada di sekitarnya.

Budaya dan perilaku konsumen Indonesia yang gemar tawar-menawar adalah faktor penting yang bahkan bisa dikatakan sebagai keunggulan kompetitif dari pasar tradisional, sebab hal ini hampir tidak mungkin diterapkan oleh ritel-ritel modern. Keunggulan lain adalah kedekatan antara penjual dan pembeli yang biasanya ada di ritel tradisional jarang ditemukan pada ritel modern sekalipun mereka seringkali mengatasi dengan database pelanggan namun tidak terasa alami sebagaimana hubungan yang dibangun antara penjual-pembeli di pasar tradisional. Persepsi pelanggan mengenai harga pasar tradisional yang lebih murah juga menjadi faktor lain, belum lagi di pasar tradisional pelanggan bisa membeli sesuai jumlah (minimum) yang diperlukan sementara di ritel modern sudah dikemas dengan ukuran-ukuran standar.

Lebih lanjut, jika perbedaan produk dan harga antara pasar modern dan pasar tradisional telah dilakukan, maka masyarakat akan memiliki pilihan antara berbelanja di pasar modern yang berkualitas impor dan berprestise tinggi tapi mahal, atau berbelanja di pasar tradisional yang murah namun berkualitas lokal. Dilihat dari psikologi, pendapatan, dan kebiasaan berbelanja masyarakat, masyarakat kalangan menengah keatas akan memilih berbelanja di pasar modern, sedangkan bagi mayoritas masyarakat Indonesia yang berekonomi lemah tersedia pasar tradisional. Tentu saja kebijakan ini harus pula disertai dengan upaya untuk meningkatkan kualitas produk lokal dan pengembangan teknologi dalam negeri, agar kualitas produk yang dijual di pasar tradisional bisa bersaing dengan produk yang dijual di pasar modern.

Pasar tradisional yang dikelola dengan baik juga bisa memiliki daya tarik sebagai tempat tujuan wisata, karena memiliki unsur alam, budaya, dan sifatnya yang unik dan khas. Daya tarik wisata ini juga bisa diperoleh dari makanan dan cinderamata khas daerah. Beberapa pasar tradisional yang

berhasil eksis dengan memanfaatkan daya tarik wisatanya antara lain Pasar Kuin (pasar apung) di Banjarmasin, Pasar Klewer di Solo, dan Pasar Sukawati di Bali.

Tujuan akhir dari penyusunan model pengembangan pasar tradisional ini diharapkan dapat memperkuat pasar tradisional untuk bertahan dalam persaingan dengan pasar modern. Dengan *image* harga barang yang lebih murah, kualitas produk yang tak kalah, manajemen pengelolaan yang profesional, dan pendekatan psikologis, pasar tradisional akan memiliki *bargaining position* yang seimbang dengan pasar modern di mata masyarakat serta memperbesar potensinya sebagai roda penggerak perekonomian Indonesia.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

1. Keberadaan pasar modern berpengaruh positif bagi konsumen dan memberikan sumbangan yang cukup besar bagi PDB. Namun, perkembangan pasar modern saat ini berpengaruh negatif terhadap eksistensi pasar tradisional dan pemasok mikro, dengan mengambil alih pelanggan pasar tradisional dan mengeksploitasi pemasok, yang mengakibatkan penumpukan kapital pada golongan ekonomi menengah keatas, sehingga pemerataan ekonomi tidak tercapai. Dalam jangka panjang, penguasaan pasar modern yang berasal dari investasi asing juga akan merugikan neraca pembayaran Indonesia.
2. Untuk mempertahankan eksistensi dan meningkatkan potensi pasar tradisional sebagai penggerak ekonomi rakyat kecil, diperlukan sebuah model pengembangan pasar tradisional, dimana pemerintah berperan sebagai pengatur alokasi peran para *stakeholders* dan penyusun regulasi. Regulasi mengenai pasar tradisional dan pasar modern harus mengatur tentang pembagian zona usaha, jam buka, harga barang, dan jenis retailer. Strategi yang dapat digunakan untuk mengatur harga barang yaitu dengan melakukan pembedaan produk dan harga, serta melalui peraturan perpajakan dan pengelolaan retribusi yang efisien. Disamping itu juga diperlukan sumber daya manusia pengelola pasar tradisional yang bermanajemen modern namun tetap mempertahankan cita rasa khas pasar tradisional.

B. Saran

1) Bagi Pemerintah

Adanya regulasi akan memberikan angin segar bagi pasar tradisional yang saat ini kian terpuruk.

2) Bagi Masyarakat

Memberikan gambaran yang lebih kritis mengenai modernisasi tanpa meninggalkan budaya dan karakteristik Indonesia serta tetap memihak rakyat kecil.

3) Bagi Peneliti

Memberikan wacana untuk mendalami masalah publik dan permasalahan di sekitar kita.

DAFTAR PUSTAKA

id.wikipedia.org/wiki/pasar

Komisi Pengawas Persaingan Usaha. 2007. *Saran Pertimbangan terhadap Rancangan Peraturan Presiden tentang Penataan dan Pembinaan Usaha Pasar Modern dan Usaha Toko Modern*. www.kppu.go.id [27 Maret 2008].

Napitupulu, Albert. *Masa Depan Pasar Tradisional*. www.google.com [27 Maret 2008].

Peraturan Presiden RI No. 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern.

Sinaga, Pariaman. 2006. *Penelitian Dampak Keberadaan Pasar Modern (Supermarket dan Hypermarket) Terhadap Usaha Ritel Koperasi/Waserda dan Pasar Tradisional*. Jurnal Pengkajian Koperasi dan UKM: nomor 1 tahun 1-2006: 85-99.

Suryadarma, Daniel, dan kawan-kawan. 2007. *Laporan Penelitian Dampak Supermarket terhadap Pasar dan Pedagang Ritel Tradisional di Daerah Perkotaan di Indonesia*. www.smeru.or.id.

Todaro, Michael P. dan Stephen C. Smith. 2003. *Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga Jilid Satu*. Edisi Kedelapan. Munandar Haris, Penerjemah. Jakarta: Erlangga. Terjemahan dari: Economic Development Eighth Edition.

Todaro, Michael P. dan Stephen C. Smith. 2003. *Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga Jilid Dua*. Edisi Kedelapan. Munandar Haris, Penerjemah. Jakarta: Erlangga. Terjemahan dari: Economic Development Eighth Edition.

www.bisnis.com

www.prakarsa-rakyat.org

www.republika.co.id

www.sinergi-indonesia.com

www.smeru.or.id

www.tempointeraktif.com

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama lengkap : Abida Muttaqiena
Tempat, tanggal lahir : Temanggung, 17 Februari 1989
Alamat : Desa Purwodadi Rt.02/05 Kec. Tembarak Kab.
Temanggung
NIM : 7450406003
Program Studi : Ekonomi Pembangunan S1
Jurusan : Ekonomi Pembangunan
Fakultas : Ekonomi
Karya tulis yang pernah dibuat :
“*E-Business Syari’ah* Sebagai Upaya Mengembangkan Pemasaran Produk
Usaha Ekonomi Mikro”
Prestasi yang pernah diraih :
Finalis LKTES Tingkat Semarang
Organisasi yang pernah diikuti :
1. KSEI 2007
2. Oikonomia 2007

Nama lengkap : M. Khamim Setiawan
Tempat, tanggal lahir : Pekalongan, 9 Mei 1988
Alamat : Desa Rowokembu Rt 11/05 kec. Wonopringgo Kab.
Pekalongan
NIM : 7450406004
Program Studi : Ekonomi Pembangunan S1
Jurusan : Ekonomi Pembangunan
Fakultas : Ekonomi
Karya tulis yang pernah dibuat :
Prestasi yang pernah diraih :

Nama lengkap : Wahyu Prihatiningsih
Tempat, tanggal lahir : Semarang, 20 Desember 1986
Alamat : Jl Jomblang Perbalan 684f Semarang 50257
NIM : 3351405067
Program Studi : Akuntansi S1
Jurusan : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi
Karya tulis yang pernah dibuat :
 “*E-Business* Syari’ah Sebagai Upaya Mengembangkan Pemasaran Produk
Usaha Ekonomi Mikro”
Prestasi yang pernah diraih :
 Finalis LKTES Tingkat Semarang

LAMPIRAN I

Tabel Struktur Pengecer di Indonesia

STRUKTUR PENGECEK DI INDONESIA		
SEKTOR	2004	2005
Toko tradisional	1.745.589	1.787.897
<i>Convenience Store</i>	154	115
Supermarket	6560	7606
• sub-supermarket	956	1141
• minimarket	5604	6456
<i>Large format store</i>	90	107
• hipermarket	68	83
• <i>warehouse clubs</i>	22	24
Total toko eceran	1.752.393	1.795.725
Toko Obat		
<i>Traditional Drugstore</i>	17.699	16.663
<i>Chain Drugstore</i>	218	245
Total toko obat	17.917	16.908

Sumber : AC Nielsen

LAMPIRAN II

**Tabel Perkembangan Persyaratan Perdagangan dalam Bisnis Ritel
Modern Indonesia**

N O	TAHUN		
	2003	2004	2005
1	Rabat Tetap/ <i>Fixed Rebate</i>	Rabat Tetap/ <i>Fixed Rebate</i>	Rabat Tetap/ <i>Fixed Rebate</i>
2	Rabat Bersyarat/ <i>Conditional Rebate</i>	Rabat Bersyarat/ <i>Conditional Rebate</i>	Rabat Bersyarat/ <i>Conditional Rebate</i>
3	Diskon Promosi/ <i>Promotion Discount</i>	Diskon Promosi/ <i>Promotion Discount</i>	Diskon Promosi/ <i>Promotion Discount</i>
4	Anggaran Promosi/ <i>Promotion Budget</i>	Anggaran Promosi/ <i>Promotion Budget</i>	Anggaran Promosi/ <i>Promotion Budget</i>
5	Diskon Biasa/ <i>Regular Discount</i>	Diskon Biasa/ <i>Regular Discount</i>	Diskon Biasa/ <i>Regular Discount</i>
6	Biaya Jaminan Semua Produk yang Dipamerkan/ <i>Common Assortment Cost</i>	Biaya Jaminan Semua Produk yang Dipamerkan/ <i>Common Assortment Cost</i>	Biaya Jaminan Semua Produk yang Dipamerkan/ <i>Common Assortment Cost</i>
7		Potongan Harga Beli/ <i>Reduced Purchase Price</i>	Potongan Harga Beli/ <i>Reduced Purchase Price</i>
8		<i>Minus Margin</i>	<i>Minus Margin</i>
9		Penalti untuk Keterlambatan Pengiriman Barang/ <i>Penalty Delay Delivery for Event</i>	Penalti untuk Keterlambatan Pengiriman Barang/ <i>Penalty Delay Delivery for Event</i>
10		Penalti atas Kekurangan Stok/ <i>Penalty on Short Level</i>	Penalti atas Kekurangan Stok/ <i>Penalty on Short Level</i>
11		<i>Opening Cost</i>	<i>Opening Cost</i>
12		Diskon untuk Pembukaan Toko Baru/ <i>Opening Discount for New Store</i>	Diskon untuk Pembukaan Toko Baru/ <i>Opening Discount for New Store</i>
13		Diskon Tambahan/ <i>Additional Discount for Other</i>	Diskon Tambahan/ <i>Additional Discount for Other</i>
14		Diskon Ulang Tahun	Diskon Ulang Tahun
15		Diskon Penataan Toko/ <i>Store Remodelling Discount</i>	
16			Biaya Pasok Produk Baru/ <i>Opening Listing Fee</i>
17			Diskon Lebaran/ <i>Lebaran Discount</i>

Sumber : KPPU