

## PENGELOLAAN PASAR TRADISIONAL DALAM SINERGITAS PASAR MODERN DI INDONESIA

Mustafa Gani, M.Si<sup>1)</sup>

<sup>1)</sup>STIEM Bongaya

(Diterima: 28 Januari 2018; direvisi: 28 Februari 2018; dipublikasikan: 18 April 2018 )



©2018 –Bongaya Journal for Research in Management STIEM Bongaya. Ini adalah artikel dengan akses terbuka dibawah licenci CC BY-NC-4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/> ).

**Abstrak:** *Pengelolaan Pasar Tradisional dalam sinergitas pasar modern* yang menjadi fokus masalah adalah Bagaimana pengembangan pasar tradisional sebagai mitra Pasar modern di Indonesia Jenis penelitian kualitatif melalui pendekatan fenomenologi Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan pasar tradisional sangat penting dan strategis baik ditinjau dari aspek ekonomi, sosial, budaya dan politik, kehadiran pasar tradisional dengan konsep kesederhanaan dan harga yang terjangkau akan mengairahkan ekonomi sehingga proses perputaran barang akan lancar, keberadaan pasar tradisional perlu dibenahi dan diolah agar kehadirannya tetap mampu dipertahankan dan tidak tergilas oleh kehadiran pasar modern

**Kata Kunci:** *Pasar; Tradisional; Modern; Kebijakan; Ekonomi*

### PENDAHULUAN

#### Latar Belakang

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).

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 menjamnya 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.

### **Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pengembangan pasar tradisional sebagai mitra Pasar modern.
2. Bagaimana kedudukan pasar tradisional dalam konteks hubungan sosial.

### **Tinjauan Pustaka**

#### **Teori Pelayanan Publik Menurut Paradigma *New Public Service***

Dalam paradigma *New Public Service* (NPS) warga masyarakat tidak lagi menjadi penonton, semua warga masyarakat atau citizen jadi pemain dan ikut bermain dalam proses atau kegiatan pembangunan. Pemerintah harus menjamin hak-hak warga masyarakat dan memenuhi tanggung jawabnya kepada masyarakat dengan mengutamakan kepentingan

warga masyarakat. Sembongan "*Citizen First*" menjadi pegangan utama bagi pemerintah. (Denhardt and Denhardt, 2003)

Dalam perbandingannya dengan *Old Public Administration* dan *New Public Manajemen, New Public Service* tidak berdiri sendiri secara eksklusif melainkan ketiganya saling menguatkan. Ide-ide pokok yang dikemukakan paradigma ini yakni :

- 1) Melayani warga negara, bukan konsumen.
- 2) Mencari kepentingan publik.
- 3) Nilai kewarganegaraan lebih dari kewirausahaan.
- 4) Berpikir strategis, bertindak demokratis.
- 5) Mengakui bahwa akuntabilitas bukanlah sederhana.
- 6) Melayani bukan menyentir.
- 7) Menilai manusia, bukan hanya produktifitasnya.

### **1. Fakta Pelayanan Publik Di Indonesia**

#### **a. Perspektif Pemerintah**

Munculnya paradigma *good governance* merupakan titik balik satu arah kebijakan pelayanan kepada masyarakat sebab telah mengubah model pemerintahan yang sentralistik kepada satu model pemerintahan yang desentralistik yang melibatkan masyarakat dalam penyelenggaraan pemerintahan. Asumsinya bahwa keberhasilan penerapan *good governance* merupakan cerminan perubahan cara pandang pemerintah kepada warganya yang sebelumnya hanya dianggap sebagai customer kepada suatu cara pandang baru bahwa masyarakat juga adalah penyedia sekaligus penerima layanan publik melalui keterlibatannya di dalam proses pelayanan publik. Delapan prinsip *good governance* yang dikemukakan UNDP, salah satunya adalah partisipasi dapat dirujuk untuk menilai tingkat partisipasi masyarakat di Indonesia.

Berdasarkan laporan Indeks Demokrasi Indonesia Tahun 2014, secara keseluruhan indeks kita berada di level 67,30 dengan distribusi indeks dari ketiga aspek yaitu aspek kebebasan sipil 86,97, aspek hak-hak politik 54,60 dan aspek lembaga demokrasi 62,72. Indikator partisipasi khususnya partisipasi politik dalam pengambilan keputusan dan pengawasan yang merupakan sub bagian dari aspek hak-hak politik berada pada level 55,16. Terhadap keseluruhan,

aspek hak-hak politik ini merupakan penyumbang indeks terendah. Hal ini menunjukkan bahwa reformasi demokrasi di Indonesia telah mendongkrak nilai kebebasan sipil masyarakat namun kebebasan tersebut belum dimanfaatkan secara baik dalam bentuk partisipasi politik dalam pengambilan keputusan dan pengawasan. Hal ini bisa juga dipicu oleh belum maksimalnya peran lembaga-lembaga demokrasi yang terlihat dari nilai indeksnya pada level 62,72; bahkan bila diperinci lagi maka terlihat bahwa peran partai politik merupakan penyumbang indeks terendah yaitu hanya sebesar 19,29 yang diikuti oleh peran DPRD pada tingkat 38,03.

#### 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.

##### 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 ketidak -sebandingan 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.

## **METODE**

Jenis penelitian adalah kualitatif melalui pendekatan fenomenologi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Pengembangan pasar tradisional sebagai mitra Pasar modern di Indonesia**

#### **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.

#### **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 antara lain dengan 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. Harga produk di pasar modern 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 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 membenahi aspek fisik 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 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. Kepala pasar yang ditunjuk harus 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 penunjukan orang-orang yang tepat sebagai pengelola dan memberikan kewenangan yang cukup untuk mengambil keputusan sehingga mereka tidak hanya bertindak sebagai pengumpul retribusi. 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 oleh para kepala pasar, 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 usaha, ia dapat memberikan bantuan pemikiran.

## 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. 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.

### **Bagaimana kedudukan pasar tradisional dalam konteks hubungan sosial**

#### **Pasar Tradisional Dan Budaya**

Industrialisasi yang merangsek tanpa ampun, membuat pasar modern menjamur tak terkendali. Akibatnya pasar tradisional pun kian terdesak. Pertumbuhan pasar tradisional terus

mengalami penurunan. Pada 2011, pertumbuhannya turun 8,1 persen sementara pasar modern mengalami peningkatan pertumbuhan sebesar 31,4 persen. Saat ini, sebagian besar orang lebih memilih berbelanja di pasar modern ketimbang di pasar tradisional. Tempat yang lebih bersih dan nyaman menjadi alasan utama mengapa orang lebih suka berbelanja di pasar modern. Semakin hari, pasar tradisional kian ditinggalkan pembelinya. Tanpa pembeli, para penjual di pasar tradisional satu persatu meninggalkan lapak mereka. Ketika saat itu tiba, tinggal menunggu waktu sampai pasar tradisional itu benar-benar ditutup.

“Jumlah pasar tradisional terus menurun, dari 2007-2014 saja ada 4000 pasar yang hilang. Dalam satu pasar ada lingkaran profesi yang bergantung. Petani, peternak, nelayan, pedagang, kuli panggul, transportasi. Coba bayangkan berapa banyak orang yang kehilangan pekerjaan?” kata Manajer Komunikasi dan Manajemen Pengetahuan Yayasan Danamon Peduli, Ency Mataniari. Pasar tradisional memang belum bisa memberikan kenyamanan setara dengan pasar modern. Tetapi, pasar tradisional memiliki keunggulan yang tak dimiliki oleh pasar modern: interaksi sosial yang kuat dan selalu memanusiaikan manusia. Hanya di pasar rakyat, kita bisa unjuk kelihaihan dalam seni tawar-menawar.

Sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan daya tarik pasar tradisional di mata masyarakat, Yayasan Danamon Peduli bekerja sama dengan Fotokita.net mengadakan kontes foto bertajuk “Pasar Rakyat” pada 14 Maret – 14 Mei 2016. Kontes foto Pasar Rakyat mengusung misi yang jauh lebih penting dari sekadar mengumpulkan foto-foto pasar tradisional nan menawan, yakni untuk melestarikan budaya asli masyarakat. Melalui fotografi, pihak penyelenggara ingin mengangkat kembali eksistensi pasar tradisional. “Dalam upaya melestarikan pasar tradisional, fotografer punya peran untuk turut mensosialisasikan pasar tradisional melalui karya foto-foto mereka,” ungkap Editor Fotokita.net, Firman Firdaus

Selain itu, kontes ini juga bertujuan untuk mendorong generasi muda untuk lebih mengenal pasar tradisional. “Karena sekarang kan anak-anak muda cenderung pergi ke pasar modern. Padahal, pasar tradisional merupakan destinasi wisata yang menarik, hanya saja belum

terpoles dengan baik,” ujar Ency. Fakta bahwa pasar tradisional memegang peranan penting dalam kebudayaan dan perekonomian Indonesia membuat Yayasan Danamon Peduli menjadikan pasar tradisional sebagai obyek program *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Melalui program CSR yang bertajuk Pasar Sejahtera, Yayasan Danamon Peduli telah melakukan pendampingan terhadap beberapa pasar tradisional di Indonesia. Pasar tersebut di antaranya Pasar Ibu, Payakumbuh; Pasar Grogolan, Pekalongan; Pasar Bunder, Sragen; Pasar Baru, Kota Probolinggo; Pasar Tejo Agung, Lampung; Pasar Karang Waru, Yogyakarta; Lambocca, Sulawesi Selatan; dan Pandan Sari, Balikpapan. Bentuk pendampingan bukan hanya mengenai pengelolaan sampah, tetapi juga dari segi tata kelola keuangan, kesehatan dan lingkungan. Semua itu dilakukan agar pasar tradisional dapat mengimbangi pasar modern sehingga pertumbuhan keduanya seimbang. Tidak hanya pasarnya saja yang dibenahi, tetapi *mindset* konsumen juga diperbaiki. Animo konsumen harus dijaga agar jangan sampai redup.

Perdagangan di pasar-pasar Indonesia mengalami pertumbuhan pada kuartal pertama tahun 2009 dibandingkan tahun lalu. Pertumbuhan di pasar modern mencapai 12,7%, sedangkan pasar tradisional hanya tumbuh sebesar 5,5%. Perkembangan yang sangat pesat pada pusat perbelanjaan modern ini tentunya akan memberikan dampak yang tidak menguntungkan pada keberadaan pasar tradisional.

Mengingat produk pertanian (dan peternakan) yang bernilai tinggi bersifat musiman, mudah rusak (*perishable*) dan *fragile*, maka produk-produk pertanian (dan peternakan) ini memerlukan cara penanganan yang hati-hati, fasilitas khusus (pengemasan, tempat penyimpanan bersuhu dingin, dan transportasi yang dilengkapi dengan lemari es) dan harus cepat sampai ke tangan konsumen untuk menjaga kualitas dan meminimisasikan kerusakan fisik dan kandungan gizinya.

Di negara-negara berkembang, panjangnya saluran pemasaran (*supply chain*), buruknya akses jalan dan listrik, dan tidak memadainya infrastruktur dan layanan dalam pasar berakibat pada semakin meningkatnya biaya transaksi dan menyebabkan menurunnya

kualitas dan tingginya kerugian yang diakibatkan oleh kerusakan pasca panen. Infrastruktur dan fasilitas yang terbatas dan padat, tentu saja mempersulit perdagangan barang-barang yang mudah rusak. Perbaikan infrastruktur pasar merupakan suatu keniscayaan untuk memperlancar arus distribusi produk pertanian (dan peternakan) dan mengurangi “*high cost economy*” dalam proses transaksi.

### **Pentingnya Revitalisasi Pasar Tradisional**

Disadari atau tidak, persepsi masyarakat terhadap pasar tradisional adalah kumuh, semrawut, becek, kotor dan minimnya fasilitas seperti terbatasnya tempat parkir, tempat sampah yang bau dan kotor, lorong yang sempit dan sebagainya. Kondisi ini yang seringkali menyebabkan masyarakat cenderung memilih berbelanja di pasar modern walaupun harga barang di pasar modern lebih mahal dibandingkan harga barang di pasar tradisional. Terlebih pasar modern memiliki tempat berbelanja yang lebih bersih dan praktis.

Pencitraan negatif pada pasar tradisional ini tidak terlepas dari lemahnya manajemen dari pasar tradisional itu sendiri, antara lain masih rendahnya kesadaran terhadap kedisiplinan pada aspek kebersihan dan ketertiban sehingga kurang memperhatikan pemeliharaan sarana fisik, adanya premanisme, tidak ada pengawasan terhadap barang yang dijual dan standarisasi ukuran dan timbangan, terbatasnya masalah fasilitas umum, pemahaman rendah terhadap perilaku konsumen, dan penataan los/kios/lapak yang tidak teratur. Manajemen pasar yang lemah ini disebabkan karena pengelola pasar belum berfungsi dan bertugas secara efektif dan belum didukung *Standard Operation Procedure* (SOP) yang jelas. Kondisi semacam ini menggambarkan bahwa pasar tradisional di Indonesia masih cukup memprihatinkan.

Di balik beberapa kelemahan, pasar tradisional menyimpan peran penting bagi masyarakat luas yang tidak dapat sepenuhnya digantikan oleh pasar-pasar modern. Pasar tradisional oleh sebagian konsumen dianggap memiliki 3 (tiga) karakteristik yang khas yaitu pertama, suasana dimana adanya proses tawar-menawar harga yang dapat menjalin kedekatan personal dan emosional antara penjual dan pembeli yang tidak mungkin didapatkan ketika berbelanja di pasar modern. Dalam proses tawar-menawar ini ada rasa “*trust*” di antara pembeli

dan pelanggan yang terbangun baik. Kedua, para pedagang di pasar tradisional sudah mengetahui persis keinginan pelanggan terhadap barang yang dibelinya. Ketiga, pasar tradisional mampu menawarkan produk yang diinginkan masyarakat dengan harga yang menarik pada barang/produk khusus yang tidak didapatkan di pasar-pasar modern.

### **Kebijakan yang Berpihak**

Revitalisasi pasar tradisional berarti mensinergikan sumberdaya potensial yang dimiliki oleh pasar tradisional dengan mempertimbangkan seluruh aspek secara komprehensif, terintegrasi dan holistik sehingga mampu meningkatkan daya saing pasar tradisional dengan tetap mempertahankan kekhasan maupun keunggulan yang dimiliki pasar tradisional tersebut. Revitalisasi pasar tradisional dapat dilakukan dengan menata dan membenahi pasar tradisional, dimana kelemahan-kelemahan pada pasar tradisional yang menyebabkan penurunan daya saing pasar tradisional sendiri harus segera dibenahi. Tentunya, revitalisasi pasar tradisional membutuhkan kebijakan yang berpihak (*affirmative action*), baik pemerintah maupun seluruh stakeholder yang terkait.

Adapun kebijakan-kebijakan yang dapat dilaksanakan oleh pemerintah dalam rangka merevitalisasi pasar tradisional kita, adalah pertama, pemerintah seyogianya mampu merubah “wajah” pasar tradisional agar bisa lebih higienis, lebih nyaman dan lebih teratur. Pembenahan pasar tradisional ini hendaknya mengedepankan kepentingan para pedagangnya dan konsumen bukan kepentingan investor semata. Kedua, pemerintah harus terus melakukan kampanye massal untuk mendorong kesadaran pedagang dalam melakukan sanitasi lingkungan, kesehatan dan menjual produk yang higienis. Ketiga, pemerintah juga senantiasa mendorong dan membangun kesadaran masyarakat dan pedagang akan pentingnya atribut mutu dan keamanan produk. Keempat, pemerintah dapat menggunakan instrumen CSR perusahaan-perusahaan distributor untuk membina pedagang pasar tradisional. Kelima, diperlukan koordinasi dan kerjasama yang erat antar semua pihak agar tidak terjadi kerancuan dalam menyikapi kebijakan-kebijakan yang telah dikeluarkan.

Regulasi pemberdayaan pasar tradisional hendaknya diupayakan dengan memfasilitasi pedagang pasar tradisional agar mendapatkan iklim usaha yang kondusif. Kebijakan yang berpihak mempercepat terjadinya distribusi manfaat yang bersifat "positive-sum game" dalam sistem kerjasama antara pasar modern dan pasar tradisional. Bila pasar tradisional dapat dibenahi dengan baik, niscaya produk-produk yang dijual akan memiliki kualitas yang baik dan tidak ada pertentangan lagi antara pasar tradisional dengan pasar modern, keduanya akan berkembang dengan nuansanya serta daya tariknya sendiri-sendiri. Namun, jika pemerintah tidak berpihak kepada pasar tradisional, maka mereka akan semakin termarginalkan dan membiarkan keberadaan pasar tradisional semakin terpinggirkan dan mati oleh para pelaku usaha retailer besar yang lebih kuat. Jika demikian halnya, pertumbuhan yang memberikan manfaat bagi banyak pihak (*inclusive growth*) tidak terjadi. Bukan pula "trickle down effects" yang terjadi, tetapi malah "trickle up effects", yakni pertumbuhan yang menyebabkan jurang yang kaya dan miskin semakin lebar. Tentu saja hal semacam ini tidaklah kita harapkan.

## SIMPULAN DAN SARAN

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 ber manajemen modern namun tetap mempertahankan cita rasa khas pasar tradisional.

## DAFTAR PUSTAKA

- 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](http://www.kppu.go.id) [27 Maret 2008].
- Napitupulu, Albert. *Masa Depan Pasar Tradisional*. [www.google.com](http://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](http://www.smeru.or.id).  
[www.id.wikipedia.org/wiki/pasar](http://www.id.wikipedia.org/wiki/pasar)