

## ANALISIS DAMPAK PERTUMBUHAN PASAR MODEREN TERHADAP EKSISTENSI PASAR TRADISIONAL DI KABUPATEN BEKASI

**R u s h a m**

Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi  
(rushamsangaji@gmail.com)

### *Abstract*

*The emergence of modern retailers (supermarket, minimarket and department stores) in the early 1980s did not threaten the traditional market. However, the modern retail of consumer targeting the upper middle class, as an alternative to the more traditional markets that are identical to the slum, with the look and quality of the goods is poor, and the low sale price and conventional bargaining system. 2000s, several locally owned conglomerate retailers anticipate threats and invasion of foreign retailers to shift to indirect competition, to develop a mini market format, the number of outlets operated has reached about 2,200 outlet. Factors that influence positively and significantly to the growth of the modern market in Bekasi are population, number of households and the level of income per capita. The increase in population, number of households, and income per capita in Bekasi causing increasing number of modern market. In general, this study is expected to provide information that is accurate enough for the Bekasi government in formulating a comprehensive policy-related programs and activities that are recommended for the development of traditional traders in Bekasi, and to develop regulatory models suitable for traditional and modern Traders in Bekasi district, because the government may not prohibit large retailers to enter the retail business sector*

*Keywords: Regulatory and institutional arrangement Modern Markets and Traditional*

### **PENDAHULUAN**

Pertumbuhan pasar modern di Jabodetabek (Jakarta, Bekasi, Depok, Tangerang, dan Bekasi) dalam beberapa tahun terakhir cukup tinggi. Pada 2000–2010, terjadi peningkatan pangsa pasar supermarket terhadap total pangsa pasar industri makanan yang cukup tajam dari 11% menjadi 30%. Penjualan supermarket pun tumbuh rata-rata 15% per tahun, sedangkan penjualan pedagang tradisional turun 2% per tahunnya (Natawidjadja 2006). Pricewaterhouse Coopers (2010) memprediksi bahwa penjualan supermarket akan meningkat sebesar 50% dari periode 2007 hingga 2010, sedangkan

penjualan hipermarket akan meningkat sebesar 70% untuk periode yang sama. Salah satu penyebab meningkatnya jumlah dan penjualan pasar modern adalah urbanisasi yang mendorong percepatan pertumbuhan penduduk di perkotaan serta meningkatnya pendapatan per kapita. Dari 1998 hingga 2005, hipermarket di seluruh Indonesia tumbuh 27% per tahun, dari delapan menjadi 49 gerai. Meskipun demikian, pertumbuhan hipermarket terkonsentrasi di wilayah Jabodetabek dengan proporsi 58% dari keseluruhan hipermarket.

Pedagang tradisional yang terkena imbas langsung dari keberadaan

supermarket atau hypermarket adalah pedagang yang menjual produk yang sama dengan yang dijual di kedua tempat tersebut. Meskipun demikian, pedagang yang menjual makanan segar (daging, ayam, ikan, sayur-sayuran, buah-buahan, dan lainlain) masih bisa bersaing dengan supermarket dan hypermarket mengingat banyak pembeli masih memilih untuk pergi ke pasar tradisional untuk membeli produk tersebut. Keunggulan pasar modern atas pasar tradisional adalah bahwa mereka dapat menjual produk yang relatif sama dengan harga yang lebih murah, ditambah dengan kenyamanan berbelanja dan beragam pilihan cara pembayaran. Supermarket dan hipermarket juga menjalin kerja sama dengan pemasok besar dan biasanya untuk jangka waktu yang cukup lama. Hal ini yang menyebabkan mereka dapat melakukan efisiensi dengan memanfaatkan skala ekonomi yang besar.

Beberapa permasalahan yang terkait dengan pengembangan pasar tradisional adalah :

#### a. Revitalisasi Pasar Tradisional

Pemerintah seharusnya serius dalam menata dan mempertahankan eksistensi pasar tradisional. Pemerintah menyadari bahwa keberadaan pasar tradisional sebagai pusat kegiatan ekonomi masih sangat dibutuhkan oleh masyarakat luas. Perhatian pemerintah tersebut dibuktikan dengan melakukan revitalisasi pasar tradisional di berbagai tempat. Target yang dipasang sangat sederhana dan menyentuh hal yang sangat mendasar.

Selama ini pasar tradisional selalu identik dengan tempat belanja yang kumuh, becek serta bau, dan karenanya hanya didatangi oleh kelompok masyarakat kelas bawah. Gambaran pasar seperti di atas harus diubah menjadi tempat yang bersih dan nyaman bagi pengunjung. Dengan demikian masyarakat dari semua kalangan

akan tertarik untuk datang dan melakukan transaksi di pasar tradisional.

#### b. Regulasi

Pemerintah memang mempunyai hak untuk mengatur keberadaan pasar tradisional dan pasar modern. Tetapi aturan yang dibuat pemerintah itu tidak boleh diskriminatif dan seharusnya justru tidak membuat dunia usaha mandek. Pedagang kecil, menengah, besar, bahkan perantara ataupun pedagang toko harus mempunyai kesempatan yang sama dalam berusaha.

Kehadiran pasar modern yang memberikan banyak kenyamanan membuat sebagian orang enggan untuk berbelanja ke pasar tradisional. Berbagai alasan mungkin akan dilontarkan orang jika ditanya:” Mengapa tidak memilih pasar tradisional?.” Dari mulai kondisi pasar yang becek dan bau, malas tawar menawar, faktor keamanan (copet, dan lain sebagainya), resiko pengurangan timbangan pada barang yang dibeli, penuh sesak, dan sejumlah alasan lainnya. Padahal pasar tradisional juga masih memiliki beberapa kelebihan yang tidak dimiliki pasar modern. Diantaranya adalah masih adanya kontak sosial saat tawar menawar antara pedagang dan pembeli. Tidak seperti pasar modern yang memaksa konsumen untuk mematuhi harga yang sudah ditetapkan.

Melihat beberapa permasalahan tersebut di atas, maka penataan ruang kota hendaknya tidak hanya menguntungkan sebagian pihak saja, tetapi juga harus ada kebijakan penataan yang mengatur penempatan pasar tradisional dan pasar modern. Misalnya tentang berapa jumlah *hypermarket* yang boleh ada untuk setiap wilayah di satu kota. Lalu berapa jarak yang diperbolehkan dari pasar tradisional jika pengusaha ingin membangun *supermarket*. Hal tersebut perlu dilakukan untuk mengantisipasi ancaman kebangkrutan pada pasar tradisional akibat

kepuangan pasar modern yang tidak terkendali, dan memberikan wahana persaingan yang sehat antara keduanya.

Kemunculan peritel moderen (supermarket, minimarket dan departement store) pada sekitar awal tahun 1980-an tidak mengancam pasar tradisional. Akan tetapi, para ritel modern yang menysasar konsumen dari kalangan menengah ke atas, saat itu lebih menjadi alternatif dari pasar tradisional yang identik dengan kumuh, dengan tampilan dan kualitas barang yang buruk, serta harga jual rendah dan sistem tawar menawar konvensional. Bahkan, pada tahun 1990-an, masuknya ritel asing ke Indonesia dengan format *Warehouse club* dan *Hypermarket* mengubah cara pandang konsumen Indonesia pada galeri ritel moderen, dengan menawarkan harga yang rendah, keragaman barang yang lengkap, lokasi yang nyaman dan strategis serta pelayanan yang memberikan kemudahan kepada konsumen, kedua peritel ini mampu memperluas jangkauan pasar mereka, dengan tak hanya menysasar kalangan menengah atas, juga konsumen dari kalangan menengah bawah.

Selanjutnya, pada tahun 2000-an, beberapa peritel milik konglomerat lokal mengantisipasi ancaman dan serbuan peritel asing ini dengan mengalihkan persaingan menjadi tidak langsung, dengan mengembangkan format mini market. Kelompok salim melalui Indomacro PrismaTama membangun jaringan INDOMARET yang menjangkau ke pelosok kota dan Kecamatan. Demikian pula ALFA Sampoerna yang semula membangun jaringan discount stores dan supermarket, membangun jaringan ALFAMART. Jumlah gerai yang dioperasikan ini telah mencapai sekitar 2.200 gerai.

Berbeda dengan pasar moderen, pasar tradisional sejatinya memiliki keunggulan bersaing alamiah yang tidak dimiliki langsung oleh pasar moderen. Lokasi yang

strategis, area penjualan yang luas, keragaman barang yang lengkap, harga yang rendah, sistem tawar menawar yang menunjukkan keakraban antara penjual dan pembeli merupakan keunggulan yang dimiliki oleh pasar tradisional. Kondisi ini diperburuk dengan citra pasar yang dihancurkan oleh segelintir oknum pelaku dan pedagang pasar. Maraknya informasi produk barang yang menggunakan zat kimia berbahaya serta relatif mudah diperoleh di pasar tradisional, raktek penjualan daging oplosan, serta kecurangan-kecurangan lainnyadalam aktivitas penjualan dan perdagangan telah meruntuhkan kepercayaan konsumen terhadap pasar tradisional.

Jadi Pengaruh Pasar Moderen terhadap Pasar Tradisional cukup banyak menimbulkan persoalan, artinya Kehadiran pasar modern, terutama supermarket dan hypermarket, dianggap oleh berbagai kalangan telah menyudutkan keberadaan pasar tradisional di perkotaan. Di Indonesia, terdapat 13.450 pasar tradisional dengan sekitar 12,6 juta pedagang kecil (*Kompas* 2011). Berdasarkan hasil studi A.C. Nielsen, pasar modern di Indonesia tumbuh 31,4% per tahun, sedangkan pasar tradisional menyusut 8% per tahun. Jika kondisi ini tetap dibiarkan, ribuan bahkan jutaan pedagang kecil akan kehilangan mata pencahariannya. Pasar tradisional mungkin akan tenggelam seiring dengan trend perkembangan dunia ritel saat ini yang didominasi oleh pasar modern.

Berdasarkan data Disperindag provinsi Jawa Barat mengenai pertumbuhan pasar modern dan tradisional periode tahun 2005-2010, Kabupaten Bekasi memiliki pertumbuhan pasar modern yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan pertumbuhan pasar tradisionalnya. Secara umum, peningkatan jumlah pasar di Provinsi Jawa Barat, khususnya pasar modern, terjadi di kawasan perkotaan seperti Kabupaten Bandung, Kota Bekasi,

dan Kota Bandung. Meskipun jumlah pasar tradisional di Jawa Barat masih jauh lebih banyak jika dibandingkan dengan jumlah pasar modernnya, namun pertumbuhan pasar modern yang sangat pesat selama periode tahun 2005 hingga 2010 dikhawatirkan dapat menggeser keberadaan pasar tradisional. Selama periode 5 tahun tersebut pasar tradisional di Jawa Barat tumbuh sekitar dibawah angka 5%, sedangkan pasar modern tumbuh pesat sekitar 66%.

Penelitian ini bertujuan, *Pertama*, Mengkaji implementasi regulasi maupun kebijakan tentang pengelolaan pasar moderen dan pasar tradisional. *Kedua*, Mengkaji Dampak pertumbuhan pasar moderen terhadap eksistensi pasar tradisional di Kabupaten Bekasi.

## TINJAUAN LITERATUR

### Konsep Dasar dan Landasan Teori tentang Pasar

Dikotomi antara pasar tradisional dan pasar modern sesungguhnya tidak hanya bersumber dari arsitektur bangunan atau manajemen pengelolaannya, melainkan bersumber dari pemaknaan tentang konsepsi pasar sebagai tempat berlangsungnya transaksi ekonomi. Konsep tentang pasar dapat dipahami dari berbagai perspektif, seperti perspektif ekonomi, sosial, budaya, bahkan politik. Dalam perspektif ekonomi, konsep tentang pasar (dalam pengertian luas, sebagai tempat bertemunya permintaan dan penawaran) terbentuk sebagai salah satu implikasi dari proses perubahan masyarakat menuju masyarakat kapitalis. Boeke (1910) merupakan salah satu ahli ekonomi yang mencoba menerangkan fenomena terbentuknya pasar dalam kerangka pertumbuhan ekonomi dalam masyarakat prakapitalistik dengan masyarakat kapitalistik. Menurutnya, perbedaan yang paling mendasar antara masyarakat prakapitalistik dengan

masyarakat kapitalistik terletak dalam hal orientasi kegiatan ekonominya.

### Konsep dan Jenis Pasar

Menurut W.J. Stanton dalam Nurmalasari (2007), pasar merupakan sekumpulan orang yang memiliki keinginan untuk memenuhi kebutuhan, uang untuk belanja (*disposable income*) serta kemauan untuk membelanjakannya. Dalam perspektif sosial budaya, pasar merupakan tempat berlangsungnya interaksi sosial lintas strata. Dikotomi tradisional dan modern yang dikenakan terhadap jenis pasar bersumber dari pergeseran pemaknaan terhadap pasar, yang semula menjadi ruang bagi berlangsungnya interaksi sosial, budaya, dan ekonomi kemudian tereduksi menjadi ruang bagi berlangsungnya transaksi ekonomi dan pencitraan terhadap modernisasi yang berlangsung dalam masyarakat (Nurmalasari, 2007). Bagi sektor perdagangan, pasar merupakan tempat pedagang berusaha, sebagai sarana distribusi barang bagi produsen dan petani, tempat memonitor perkembangan harga dan stok barang beserta lapangan pekerjaan bagi masyarakat luas (Sukaesih, 1994).

Sukaesih (1994) menyatakan bahwa citra pasar dalam arti fisik telah mengalami banyak pembenahan dan peningkatan menjadi hal yang menarik seiring dengan kemajuan pembangunan ekonomi. Menarik atau tidaknya sarana tempat berdagang tersebut baik yang dikelola oleh pemerintah maupun swasta, ditentukan oleh pengelola pasar atau tempat perdagangan dan tidak kalah pentingnya yang dilakukan atau peranan pedagang itu sendiri. Pengelola hanya menyediakan fasilitas dan kemudahan untuk keperluan pedagang dan pengunjung, sedangkan para pedagang perlu memperhatikan kelengkapan barang, penataan barang (*display*), kualitas barang,

harga barang, kemudahan berbelanja, dan ketepatan ukuran.

Berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 tahun 2007 tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional, pasar didefinisikan sebagai tempat bertemunya pihak penjual dan pihak pembeli untuk melakukan transaksi dimana proses jual beli terbentuk, yang menurut kelas mutu pelayanan, dapat digolongkan menjadi pasar tradisional dan pasar modern.

a. Pasar Tradisional

Pasar tradisional merupakan pasar yang bentuk bangunannya relatif sederhana, dengan suasana yang relatif kurang menyenangkan (ruang usaha sempit, sarana parkir kurang memadai, kurang menjaga kebersihan pasar dan penerangan yang kurang baik). Barang yang diperdagangkan adalah kebutuhan sehari-hari, harga barang relatif murah dengan mutu yang kurang diperhatikan dan cara pembeliannya dengan tawar menawar (Sukaesih, 1994). Contoh pasar tradisional yang berada di Kabupaten Bekasi adalah Pasar Induk Cibitung dan Tambun, Pasar Baru Cikarang, Pasar Cibarusah, Pasar Setu.

b. Pasar Modern

Pasar modern merupakan pasar yang dibangun oleh pemerintah, swasta, atau koperasi dalam bentuk mall, supermarket, minimarket, department store, dan shopping center dimana pengelolaannya dilaksanakan secara modern dan mengutamakan pelayanan kenyamanan berbelanja dengan manajemen berada di satu tangan, bermodal relatif kuat, dan dilengkapi dengan label harga yang pasti sebagaimana dimaksud dalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 420/MPP/Kep/10/1997.

Supermarket kemudian berkembang menjadi hipermarket yang merupakan sebuah toko serba ada dengan skala lebih

besar dan pada umumnya ada unsur modal asing didalamnya. Supermarket atau hipermarket memiliki keunggulan jika dibandingkan dengan pasar tradisional diantaranya kemasan rapi, jenis barang lengkap, situasi bersih dan nyaman. Supermarket dan hipermarket tidak saja memenuhi kebutuhan konsumen tetapi juga menciptakan keinginan karena banyak barang yang tidak dikenal dan bukan menjadi kebutuhan di display di supermarket dan atau hipermarket, yang pada akhirnya menimbulkan selera konsumen.

Masuknya nilai-nilai baru, seperti kolektivitas rasional atau otonomi individu yang menjadi karakteristik masyarakat kapitalistik ternyata tidak diimbangi oleh pelembagaan nilai-nilai ini dalam dimensi kehidupan masyarakat. Kebiasaan sosial di kalangan masyarakat perkotaan yang seyogianya menampakkan ciri-ciri masyarakat kapitalistik, pada kenyataannya masih menunjukkan kebiasaan masyarakat prakapitalistik. Kondisi inilah yang kemudian memunculkan fenomena dualisme, seperti berkembangnya para pedagang kaki lima di sekitar *mall*. Dualisme sosial ini selanjutnya mengarah pada pola relasi yang timpang di mana salahsatu pihak mendominasi pihak lain dan pihak lain berada dalam posisi termarginalkan, baik dalam kerangka struktural maupun kultural. Friedman dalam Sastradipoe, menjelaskan bahwa kesenjangan dalam pola relasi tersebut disebabkan oleh ketimpangan dalam basis kekuasaan sosial. Kemiskinan yang berkaitan dengan ketidakseimbangan dalam kekuatan tawar menawar di pasar terutama disebabkan oleh ketidaksetaraan kesempatan untuk mengakumulasi basis kekuasaan sosial tersebut. Beberapa penyebabnya adalah ketidaksetaraan untuk memperoleh modal atau aktiva produktif, ketidaksetaraan dalam memperoleh sumber-sumber finansial, ketidaksetaraan dalam memasuki jaringan sosial untuk

memperoleh peluang kerja, dan ketidaksamaan akses untuk menguasai informasi.

## METODE PENELITIAN

### Lokasi dan Objek Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kabupaten Bekasi, alasan memilih Kabupaten Bekasi adalah, karena Kabupaten Bekasi merupakan daerah industri yang cukup pesat perkembangannya dengan 7 kawasan industri yang ada. Pertumbuhan sektor industri dan pemukiman berimplikasi terhadap tumbuhnya sektor ritel. Selain itu, di Kabupaten Bekasi ada

Sekitar 12 pasar tradisional yang tersebar di beberapa Kecamatan, belum termasuk pasar desa. Sementara disisi lain dengan maraknya pertumbuhan kawasan industri, hunian, hotel dan apartemen, dan ini tentu berdampak juga terhadap pertumbuhan dan pembangunan pasar pasar modern.

### Tipe Penelitian

Konsep dan metode penelitian yang dipergunakan ialah deskriptif

analisis, yaitu penelitian yang menggambarkan secara jelas dan menganalisis mengenai implementasi dari beberapa kebijakan daerah yang berkaitan dengan pola Perlindungan, Pemberdayaan, dan Penataan Kelembagaan Pasar Tradisional serta Penataan Pembangunan Pasar Modern di Kabupaten Bekasi serta dampak dari implementasi kebijakan tersebut bagi eksistensi pasar tradisional di Kabupaten Bekasi. Dasar penelitian yang digunakan ialah kualitatif yang menggambarkan secara jelas mengenai variabel yang mempengaruhi implementasi kebijakan yang berkaitan dengan kasus penelitian ini, seperti isi kebijakan dalam hal ini tujuan dan sasaran, aktor aktor yang terlibat, mulai dari pemerintah daerah dalam hal ini dinas terkait, DPRD, Organisasi Pedagang Pasar Tradisional, pengusaha pasar modern, dll, khususnya dalam penerapan *Perda Nomor 8 Tahun 2001 Tentang Perlindungan, Pemberdayaan Pasar Tradisional dan Penataan Pasar Modern di Kabupaten Bekasi*.



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

## Sumber Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua, yaitu data primer dan data sekunder. Adapun yang dimaksud sebagai berikut:

### Data Primer

Data Primer dilakukan dengan cara wawancara. Wawancara yaitu data yang diperoleh langsung dari informan melalui wawancara secara mendalam untuk mendapatkan informasi sebanyak-banyaknya. Proses wawancara ini menggunakan pedoman wawancara (*interview guide*), agar wawancara tetap berada pada fokus penelitian. Informan yang akan penulis wawancarai dalam pengumpulan data, DPRD Kabupaten Bekasi, Perusahaan Daerah Pasar, Kepala Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Penanaman Modal Kabupaten Bekasi, Kepala Perizinan Kabupaten Bekasi, Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Kabupaten Bekasi, Ketua Persaudaraan Pedagang Pasar.

### Data Sekunder

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dalam bentuk time series dan cross section (panel data) dengan periode waktu tahunan yaitu dari tahun 2005 hingga tahun 2010. Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data pasar tradisional, pasar modern, Produk Domestik Regional Bruto riil (PDRB riil), populasi penduduk, jumlah rumah tangga, pendapatan perkapita, panjang jalan yang diaspal, dan potensi listrik negara (daya terpasang) dari dua wilayah yaitu Kabupaten Bekasi.

Sumber data diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Bekasi, Dinas Pasar Kabupaten Bekasi, Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Koperasi Kabupaten Bekasi. Adapun data-data pelengkap lainnya diperoleh dari literatur-literatur yang berkaitan dan dari media internet.

## Analisis Data

Analisa data akan berlangsung hampir bersamaan dengan pengumpulan data. Hal ini untuk membantu peneliti melihat sejumlah kekurangan penelitian ini, sekaligus untuk menarik dugaan-dugaan sementara yang akan dikaji lebih mendalam. Proses ini akan dimulai dengan penulisan data yang lebih teratur dari proses pengumpulan informasi yang dilakukan melalui proses wawancara, pencatatan lapangan serta observasi.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN Gambaran Umum Ekonomi Kabupaten Bekasi

Secara geografis, Kabupaten Bekasi memiliki letak yang strategis bagi pengembangan ekonomi seiring dengan perkembangan wilayah di sekitarnya (JABODETABEK). Kabupaten Bekasi merupakan bagian dari kawasan penyeimbang (*counter magnet*) DKI Jakarta, maka konsekuensi arah kebijakan pembangunan Kabupaten Bekasi pun tak terlepas pada orientasi kepentingan nasional. Hal ini terlihat pada kedudukan Kabupaten Bekasi dalam kebijakan tata ruang makro baik dalam RTRWN, RTRWP Jawa Barat, maupun JABODETABEK.

Kabupaten Bekasi adalah salah satu kabupaten di Jawa Barat, memiliki letak geografis pada posisi  $106^{\circ} 58' 5'' - 107^{\circ} 17' 45''$  Bujur Timur dan  $05^{\circ} 54' 50'' - 06^{\circ} 29' 15''$  Lintang Selatan. Kabupaten Bekasi memiliki batas wilayah sebagai berikut :

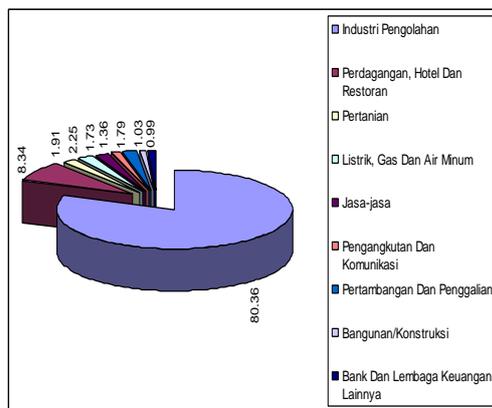
Utara	: Laut Jawa
Selatan	: Kabupaten Bogor
Barat	:DKI Jakarta dan Kota Bekasi
Timur	:Kabupaten Karawang

Pergerakan ekonomi Kabupaten Bekasi Tahun 2011 yang diukur dengan beberapa indikator ekonomi salah satunya adalah Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) masih memberikan harapan terhadap peluang berinvestasi maupun memberikan dampak nilai tambah

ekonomi terhadap masyarakat. Walaupun pertumbuhan ekonomi tahun 2011 tidak setinggi tahun 2010, namun secara rata-rata laju pertumbuhan ekonomi Kabupaten Bekasi selama 5 (lima) tahun terakhir (2005-2011) memperlihatkan pertumbuhan diatas rata-rata nasional yaitu masih tumbuh 6 persen pertahun. Pertumbuhan ekonomi ditahun 2011 sebesar 5,04 persen, tidak setinggi pada tahun 2010 (6,07 persen). Faktor eksternal (krisis global) pada kondisi ditahun 2011 agaknya cukup mempengaruhi pertumbuhan ekonomi ditahun 2011. Di sisi lain Kabupaten Bekasi merupakan daerah yang berbasis industri, dengan kontribusi industri yang mencapai hampir 80 persen, masih berharap pada sektor ini agar tetap eksis walaupun sektor ini kerap kali diterjang badai krisis baik itu kenaikan BBM, ekspor yang tertunda maupun kebijakan fiskal lainnya serta ancaman buruh akan upah (UMR).

Diharapkan pertumbuhan sektor ini masih memberikan kestabilan perkonomian yang pada akhir dapat mengatasi dampak sosial seperti bertambahnya pengangguran dan kemiskinan. Disisi lain perkembangan yang pesat disektor perdagangan dan jasa sedikitnya dapat membantu mengatasi pengangguran yang ditimbulkan akibat kegiatan industri.

Grafik 1  
Distribusi PDRB Tahun 2012



### Gambaran Umum Pasar Tradisional dan Pasar Modern di Kabupaten Bekasi

Pembangunan Mall dan munculnya pasar-pasar dan juga ritel modern merupakan eksese yang tak terpisahkan dari berkembangnya sejumlah kawasan industri besar yang selama ini telah menjadi *trade mark* kabupaten ini. Nah, apakah pasar-pasar tradisional di Kabupaten Bekasi dapat bertahan menahan gempuran modernisasi tersebut?

Menurut data Disperindagkop dan UMKM Kabupaten Bekasi, jumlah pasar modern di Kabupaten Bekasi memang mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Pada 2013 lalu terdapat lebih dari 310 minimarket di kabupaten yang memiliki luas 1.484,370 km<sup>2</sup> ini. Jumlah tersebut diperkirakan juga masih akan terus bertambah. Akan tetapi, hal itu ternyata tak membuat sebagian pedagang di pasar tradisional resah. Hal itu misalnya, disampaikan oleh sejumlah pedagang di Pasar Tambun Kabupaten Bekasi kepada tim peneliti pada saat melakukan wawancara dan mereka mengaku bahwa selama ini kehadiran ritel-ritel modern tidak berdampak langsung terhadap omset yang mereka dapat setiap harinya. "Penghasilan kami setiap harinya masih stabil, pelanggan juga tidak berkurang," kata Tarmidzi (47) pedagang sayur di Pasar Tambun, namun apabila kalau dibiarkan terus menerus seperti ini oleh Pemerintah tanpa di lakukan regulasi yang baik, maka kedepan dikhawatirkan akan mengganggu keberlangsungan usaha kami.

Menarik memang, ternyata, ditengah menjamurnya toko-toko swalayan masyarakat setempat justru tetap lebih memilih datang ke pasar tradisional. Apa pasal, menurut pengakuan Yeni (39), seorang pembeli yang ditemui di Pasar Setu, tak lain karena segala kebutuhannya dapat terpenuhi dengan harga yang relatif murah. Dan memang seperti itulah daya tarik dari pasar-pasar tradisional di Indonesia bagi kebanyakan masyarakat.

Pernyataan ini dibenarkan oleh Feri Ferdian. "Pasar-pasar ini punya segmentasi yang berbeda, sebenarnya orang lebih suka datang ke pasar

tradisional. Alasannya adalah, karena di pasar tradisional barang yang dijual lebih bervariasi. Selain itu, yang menarik lagi adalah adanya kegiatan tawar-menawar disitu. Begitu sebaliknya justru yang terjadi bila kita ke minimarket,” walaupun ada penurunan jumlah pengunjung pasar tradisional, kata Fery, sebenarnya bukan karena adanya ritail modern, tetapi lebih karena kondisi fisik dan infrastruktur dari pasar tradisional tersebut yang kurang baik. “Faktor penyebabnya bukan pasar modern menurut saya. Tetapi kondisi pasar-pasar tradisional yang semrawut menjadi alasan orang enggan datang kesitu,” ungkapnya.

Meski begitu fenomena ini tetap ditanggapi dengan serius oleh Pemerintah Daerah. Keluarnya Peraturan Bupati nomor 5 tahun 2008 sebagai bentuk sikap tegas pemerintah menangani permasalahan ini. “Perbup tersebut berisi tentang, pengaturan jarak antar tempat usaha minimal 400 meter,” lanjut Fery.

Jumlah pasar tradisional di Kabupaten Bekasi saat ini memang masih sedikit. Walaupun begitu, dengan 12 pasar yang ada ditambah dengan pasar-pasar desa, sudah mampu memenuhi kebutuhan masyarakat. Fery menambahkan bahwa, menjamurnya pasar modern tidak terlalu mengganggu. Buktinya, menurut analisa Disperindagkop 90% masyarakat kenyataannya memang lebih memilih datang ke pasar tradisional.

Tak hanya itu pasar tradisional juga memiliki sumbangan besar terhadap PAD Kabupaten Bekasi. Koordinasi yang baik dengan UPTD, pembinaan, pengawasan, serta evaluasi rutin dilakukan. Sehingga, untuk target PAD setiap tahunnya selalu tercapai. Sedangkan tahun 2012 saja Pemerintah Kabupaten Bekasi menargetkan Rp 5 miliar PAD dari retribusi pasar.

#### **Analisis Kebijakan yang Berkaitan dengan Pasar Modern dan Pasar Tradisional**

Dalam Kurun waktu 2007-2010, hanya ada beberapa kebijakan yang berupa

PERDA maupun Peraturan Bupati, antara lain Perda Nomor 8 Tahun 2001 Tentang Pengelolaan Pasar dan Tempat Perbelanjaan, Peraturan Bupati Bekasi Nomor 6 Tahun 2010 tentang nilai Sewa Reklame, Peraturan Bupati Bekasi Nomor 9 Tahun 2010 Tentang, Pedoman Penataan Pada Zona Industri Di Desa Pasir Sari Kecamatan Cikarang Selatan Kabupaten Bekasi, Peraturan Bupati Bekasi Nomor. 16 Tahun 2007 Tentang Minimarket. Berdasarkan tinjauan itu, bahwa pengelolaan ekonomi di Kabupaten Bekasi belum memiliki Roadmap yang jelas untuk meningkatkan kapasitas pengelolaannya. Disisi lain minimnya Sinergitas antara Masyarakat, Swasta dan Pemerintah Pelaku pembangunan ekonomi terdiri dari pemerintah, swasta dan masyarakat (masyarakat madani dan LSM) serta perguruan tinggi.

Ketiga unsur yang pertama merupakan pelaku utama pembangunan ekonomi. Sementara itu perguruan tinggi merupakan lembaga intelektual yang mendukung dari sisi riset dan penelitian. Permasalahannya adalah penyelenggaraan pembangunan ekonomi sering kali tidak dilakukan secara terintegrasi di antara pelaku-pelaku pembangunan tersebut, tetapi masing-masing berjalan sesuai keinginannya masing-masing sehingga tidak terjadi sinergitas diantara lembaga-lembaga ini. Sinergitas ini terjadi karena tidak ada payung hukum yang mengatur tentang kerjasama diantara lembaga-lembaga ini untuk mengembangkan ekonomi daerah, sehingga terkesan tidak terintegrasi antara satu sama lain.

#### **Analisis Implementasi Perda Nomor 8 Tahun 2001 Tentang Perlindungan, Pemberdayaan Pasar Tradisional dan Penataan Pasar Modern di Kabupaten Bekasi**

Dalam konteks perlindungan pasar tradisional di Indonesia, terlepas dari ideal atau tidaknya peraturan per-undang undangan yang mengaturnya. Ada satu penyakit kronis yang sampai saat ini tidak terobati. Penyakit tersebut adalah implementasi dan penegakan hukumnya. Contoh kasus di beberapa daerah di

Indonesia seperti Jakarta dan Bandung. Setelah terbitnya Perpres No.112 Tahun 2007 serta peraturan turunannya lewat Permendagri No.58 Tahun 2008 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, tidak lantas memberikan suatu payung hukum yang jelas kepada nasib pasar tradisional dan para pedagang di dalamnya. Untuk kasus kota Jakarta, terdapat enam pasar yang dikategorikan “mati” antara lain Pasar Sinar Utara, Pasar Karet Pedurenan, Pasar Blora, Pasar Cipinang Baru, Pasar Muncang, dan Pasar Prumpung Tengah. Kematian beberapa pasar tersebut terjadi karena dalam lima tahun terakhir, pendirian ritel modern dalam hal ini Hypermarket terjadi semakin massif. Dari data yang dikeluarkan oleh APPSI, penurunan omzet pasar tradisional di DKI Jakarta merosot tajam sampai dengan 60 %, setelah hadirnya Hypermarket.

Lain halnya yang terjadi di kota Bandung. Daerah yang menjadi ikon wisata Jawa Barat ini, semakin hari semakin bertumbuh pesat terutama dalam bidang perdagangannya. Hal ini memberikan efek terhadap gaya hidup masyarakatnya dalam hal berbelanja. Gaya hidup berbelanja tersebut disokong dengan maraknya pembangunan beberapa pusat perbelanjaan dan toko modern yang berada disana. Sehingga membuat beberapa pasar tradisional mengalami penurunan omzet yang sangat tajam. Hal tersebut mendorong pemerintah Kota Bandung untuk menerbitkan Perda No. 2 Tahun 2009 tentang Penataan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Dalam perjalannya, Perda tersebut tidak lantas membuat aktivitas persaingan antara pasar tradisional dan ritel modern tersebut semakin membaik. Dari 50 pasar tradisional yang ada di kota Bandung tidak berimbang dengan populasi ritel modern yang mencapai 147 unit. Ini menandakan perkembangan ritel modern cukup signifikan di Kota Bandung.

Dalam perjalanannya, banyak kalangan mengharapkan agar Perpres 112 Tahun 2007 dan permendagri No. 53

Tahun 2008 menjadi salah satu solusi terhadap konflik antara pasar tradisional dengan pasar modern. Tetapi saat ini masih terdapat ketidakjelasan tentang implementasi Perpres untuk tujuan perlindungan dan pemberdayaan pasar tradisional. Banyak daerah yang seharusnya menjadi ujung tombak pelaksanaan tidak melakukan apa apa karena ketidakpahaman tentang implementasi dari Perpres dan Permendagri tersebut. Seperti apa sesungguhnya implementasi tentang zonasi dari pasar modern terhadap pasar tradisional dan pemberdayaan pasar tradisional serta UMKM dapat dilaksanakan secara optimal. Kejelasan konsep yang dibangun oleh Perpres 112 Tahun 2007 dan Permendagri Tahun 53 Tahun 2008 menjadi sandaran utama banyak kalangan sehingga mereka mengharapkan penjelasan yang lebih rinci terkait hal tersebut.

Terkait dengan disahkannya dan implemetnasi **Perda Nomor 8 Tahun 2001 Tentang Perlindungan, Pemberdayaan Pasar Tradisional dan Penataan Pasar Modern di Kabupaten Bekasi** bagi Pasar sendiri merupakan angin segar bagi keberlangsungan pasar tradisional di Kabupaten Bekasi. Lebih jauh lagi, di pasar tradisional merupakan tempat berbagai macam pekerjaan dan aktifitas yang menyokong ribuan orang yang hidup disana. Jika dibandingkan dengan pasar modern dan toko modern dalam hal penyerapan tenaga kerja, pasar tradisional lebih banyak menyerap tenaga kerja dibandingkan pasar modern.

Melihat kondisi dalam pengelolaan pasar tradisional di Kabupaten Bekasi yang masih carut marut, menyebabkan kerugian kepada pihak swasta sendiri dalam hal ini developer sebagai pembangun gedung pasar, Dimana setiap lods dan kios yang dibangun tidak terisi. Bukan itu saja, dampak yang sama pun akan menghinggapi pemerintah kota. Dikarenakan beberapa pedagang mengancam tidak mau lagi membayar retribusi yang ditetapkan. Jika hal tersebut

terjadi maka pendapatan yang masuk lewat retribusi ke PAD akan berkurang.

### **Analisis Implementasi Regulasi pemberian izin Pasar Modern di Kabupaten Bekasi**

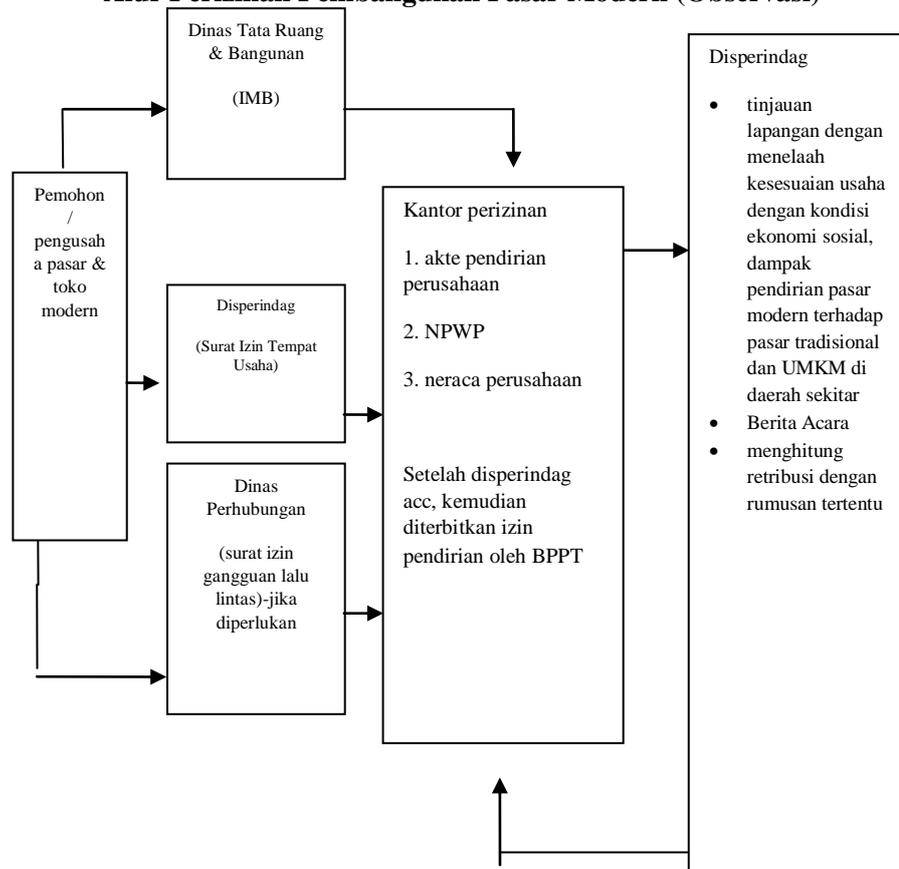
Regulasi yang patut menjadi bahan perhatian serius ialah mengenai izin pendirian dari pasar modern. Dalam pemberian izin pembangunan pasar dan toko modern, terdapat beberapa SKPD yang berwenang didalamnya. SKPD tersebut antara lain Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Penanaman Modal (Disperindagdal), Dinas Tata Ruang dan Bangunan (Distarub), dan BPPT. Ketiga SKPD masing masing mempunyai tugas dalam proses perizinan suatu pasar modern untuk berdiri. Dari observasi dan penelitian dilapangan, peneliti menyusun alur pemberian izin kepada pasar modern untuk berdiri. Alur pemberian ijin dijelaskan pada gambar 2 setelah penjelasan ini.

Berdasarkan skema pemberian ijin yang dilakukan oleh Pemerintah abupaten Bekasi seperti di atas mengakibatkan tingkat pertumbuhan pasar moderen semakin tinggi Perpres Nomor 112 tahun 2007 dan Permendagri No.58 tahun 2008 tidak mampu meredam penetrasi yang dilakukan secara massif dari pasar modern. Untuk Kabupaten Bekasi dan bahkan

setelah terbitnya Perda **8 Tahun 2001 Tentang Perlindungan, Pemberdayaan Pasar Tradisional dan Penataan Pasar Modern** lantas tidak memberikan dampak signifikan terhadap pengendalian pasar modern. Konsep perlindungan hanya menjadi aturan formal belaka tanpa bisa di tegakkan. Aturan mengenai pendirian pasar modern harus menyertakan dampak sosial-ekonomi dari pasar tradisional dan usaha kecil yang telah terlebih dahulu berada disekitarnya dijalankan dengan tidak serius. Indikasi kearah permainan antara kelompok pengusaha pasar modern bersama pemerintah semakin menguak kepermukaan. Segala faktor tersebut menyisahkan kesedihan tersendiri pada keberadaan pasar tradisional dan pedagang di dalamnya.

Kehadiran pasar modern dengan *market power* yang sangat besar, berbasisan kapital, mampu menggerus setiap lawan termasuk pasar tradisional. Kita bisa melihat dari posisi Carefour saat ini. Berbagai strategi bisnis yang dikembangkannya untuk menopang *brand image* sebagai ritel penyedia barang dengan harga termurah di Indonеса, selalu menjadi *trend* dalam pengelolaannya di Indonesia. Dalam berbagai hal harus diakui bahwa Carrefour telah berkembang menjadi *trend setter* bisnis ritel Indonesia

**Gambar 2**  
**Alur Perizinan Pembangunan Pasar Modern (Observasi)**



## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Pertumbuhan pasar moderen di Kabupaten Bekasi pada periode tahun 2000-2010 cukup tinggi di bandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya, sedang pertumbuhan pasar tradisional mengalami pertumbuhan tidak signifikan, cukup rendah ketika di survey pada 23 Kecamatan yang ada di Kabupaten Bekasi. Oleh karena itu dalam mengimplementasikan **Perda Nomor 8 Tahun 2001 Tentang Perlindungan, Pemberdayaan Pasar Tradisional dan Penataan Pasar Modern di Kabupaten Bekasi** secara teknis SKPD yang terkait tidak berjalan dengan baik. Aturan dalam Perda ini yang dinilai masih dibiakan oleh pemerintah ialah mengenai pemberdayaan dan Perlindungan pasar Tradisional. Untuk Pemberdayaan, pemerintah seakan lepas tangan dalam pengelolaan pasar tradisional dengan memberikan hak sepenuhnya

kepada Pengelola pasar dan developer yang bernuansa korporasi.

Sehingga pedagang pasar yang mempunyai modal kecil dan mikro tidak bisa mengakses lapak/kios yang sangat mahal. Untuk konsep perlindungan, pemerintah seakan memberikan kelonggaran kepada pengusaha pasar modern dalam penerbitan izin. Artinya terdapat kepentingan yang saling beriringan antara pemerintah Kabupaten Bekasi dan pengusaha pasar modern. Disatu sisi pemerintah ingin menjadikan Kabupaten Bekasi sebagai kota dunia. Berbagai simbol modernitas dimunculkan salah satunya pengembangan pasar modern. Selain itu, pemerintah Kabupaten Bekasi ingin merealisasikan target pemasukan bagi PAD Kabupaten Bekasi setiap tahun lewat perizinan melalui sektor perdagangan. Kedua kepentingan pemerintah ini sangat sejalan dengan kepentingan dari pengusaha pasar modern

yang menginginkan ekspansi yang luas terhadap gerai-gerainya pasar moderen.

### Saran

Hasil Penelitian ini dapat ditindaklanjuti dengan melakukan beberapa hal, yaitu melakukan kajian ulang atas Regulasi dari Perda yang sangat lemah terutama yang berhubungan dengan sistem zonasi, maka perlu di lakukan moratorium kembali Perda Nomor 8 Tahun 2001 Tentang Perlindungan, PEMBERDAYAAN PASAR TRADISIONAL dan Penataan Pasar Modern di Kabupaten Bekasi. Moratorium tersebut bisa lewat Perda perubahan ataupun Peraturan Bupati yang didalamnya terdapat regulasi yang ketat dan jelas atas jarak yang seharusnya diberikan kepada pasar dan toko modern untuk berdiri. Ketentuan zonasi wajib mempertimbangkan aspek ekonomi dan sosial pasar tradisional dan sektor informal yang berada di sekitarnya, agar tercipta iklim usaha yang adil dan sehat. Pemerintah Kabupaten Bekasi dalam setiap aktifitasnya terutama yang berhubungan dengan implementasi kebijakan publik, perlu melihat aturan yang mendasarinya. Seperti pada pemberian izin kepada pasar modern untuk berdiri. Pemerintah dalam memberikan izin bukan bekerja pada SOP yang berlaku di setiap dinas saja tetapi harus melihat Perda No. 8 Tahun 2001 sebagai payung hukum yang lebih tinggi. Dengan semakin menjamurnya hypermarket dan minimarket di Kabupaten Bekasi membuat dampak negatif yang sangat besar terhadap keberadaan pasar tradisional dan sektor informal lainnya. Sehingga sangat perlu dilakukan moratorium kembali izin dari pendiriannya. Dimana dari hasil penelitian, banyak terdapat hypermarket dan minimarket yang menyalahi aturan mengenai analisis dampak sosial ekonomi dari masyarakat dan pelaku-pelaku usaha kecil yang berada disekitarnya. Dalam hal ini, pemerintah seharusnya mempunyai hak mengawasi pendirian pasar dan toko modern yang melanggar aturan Perda dengan memberikan sanksi yang tegas berupa pencabutan izin usaha. Disisi lain

juga Pemerintah Kabupaten Bekasi juga perlu melakukan program Revitalisasi dan Peremajaan Pasar-pasar Tradisional, baik dari aspek manajemen pengelolaannya maupun dalam aspek perwajahan serta tampilannya harus lebih moderen dan terlihat rapi, bersih dan terurus.

### REFERENSI

- AC.Nielsen, 2010 . "*Laporan Pertumbuhan Ritel Modern dan Dampaknya Terhadap Ritel Tradisional*". Jakarta
- Boeke, J. H. 1953. *Economics and Economic Policy of Dual Societies: As Exemplified by Indonesia*. N. V. Haarlem. HD Tjeenk Willink & Zoon.
- Dunn, William N. 2000. *Pengantar Analisis Kebijakan Publik*. Yogyakarta. Hanindita Graha Widya
- Dwidjowijoto, R. N. 2007. *Analisis Kebijakan*. Jakarta. Elek Media Komputindo.
- Gujarati, Damodar. 2003. *Basic Econometrics*. Fourth Edition. McGraw-Hill, New York.
- Hartati, Widi. 2006. *Pergeseran Subsektor Perdagangan Eceran dari Tradisional ke Modern di Indonesia*. Fakultas Ekonomi dan Manajemen, IPB, Bekasi.
- Hodgson, Geoffrey. 2006. *Economics in The Shadows of Darwin and Marx Essay on Institutional and Evolutionary Themes*. University of Hertfordshire, UK.
- Irawan, Tony. 2010. *Pelatihan Panel Data*. Departemen Ilmu Ekonomi, FEM, IPB, Bekasi.
- Kuncoro, Mudrajat. 2010. "*Strategi Pengembangan Pasar Modern dan Tradisional Kadin Indonesia*". Kadin, Indonesia. Nachrowi, Djalal dan Usman, Hardius. 2007. *Pendekatan Populer dan Praktis Ekonometrika Untuk Analisis Ekonomi dan Keuangan*. LP FE UI, Depok.
- Natawidjaja, Ronnie. 2005. *Modern Market Growth and The Changing Map of The Retail Food Sector in Indonesia*. The Pacific Food System Outlook 2005.
- Nurmalasari, Devi. 2007. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Daya Saing dan Preferensi Masyarakat dalam Berbelanja di Pasar Tradisional*.
- Roe, Terry; Shane, Mathew dan Somwaru, Agapi. 2005. *The Rapid Expansion of The Modern Retail Food Marketing in Emerging Market Economies: Implication to Foreign Trade and Structural Change in Agriculture*.

- Sastradipoera, Komaruddin. "*Pasar sebagai Etalase Harga Diri*". dalam Ajip Rosidi, dkk (eds). 2006. *Prosiding Konferensi Internasional Budaya Sunda* (Jilid 2). Jakarta: Yayasan Kebudayaan Rancage
- Smeru, newsletter. 2007. "*Pasar Tradisional di Era Persaingan Global*". Jakarta.
- Smeru, 2007. "*Dampak Pendirian Supermarket Terhadap Pasar Tradisional*". Indonesia
- Sukaesih, H. 1994. "Pasar Swalayan dan Prospeknya". *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*. 2: 63-68.
- Susilowati, Yunita. 2005. *Analisis Determinan Jumlah Omset Ritel Modern di Indonesia Pasca Liberalisasi Perdagangan*. Fakultas Ekonomi dan Manajemen, IPB, Bekasi.
- Wirahadikusumah, Miftah, 1991. "*Sektor Informal Sebagai Bumper Pada Masyarakat Kapitalis*", LIPi-Jakarta