

---

## MENJAGA EKSISTENSI PASAR TRADISIONAL DI YOGYAKARTA

Anung Pramudyo

Akademi Manajemen Administrasi YPK Yogyakarta

---

### ABSTRAK

*Pertumbuhan pasar pusat perbelanjaan dan pasar modern yang semakin besar telah mengancam keberadaan dan kelangsungan hidup pasar tradisional. Padahal banyak pedagang kecil dan masyarakat tingkat bawah yang kehidupannya sangat tergantung pada keberadaan pasar tradisional. Perlu usaha yang sungguh-sungguh dari pemerintah dan masyarakat untuk dapat mempertahankan keberadaan atau eksistensi pasar tradisional dari ancaman tersebut. Beberapa usaha yang dapat dilakukan adalah membuat berbagai regulasi yang berpihak pada kepentingan pedagang kecil di pasar tradisional, melakukan revitalisasi pasar tradisional, peningkatan kualitas sumber daya dan pengelolaan pasar tradisional, peningkatan kualitas pelayanan oleh pedagang, dan meningkatkan inovasi serta peran serta masyarakat dalam pengembangan pasar tradisional. Dengan berbagai upaya tersebut diharapkan eksistensi pasar tradisional tetap dapat terjaga.*

**Kata kunci :** *Pasar Tradisional, Pasar Modern, Pedagang Kecil.*

---

### Pendahuluan

Dewasa ini pasar modern telah berkembang dengan pesatnya. Pusat-pusat perbelanjaan modern dan hypermart terus bermunculan. Di berbagai daerah, minimarket telah berkembang jauh sampai ke pelosok, sampai ke kota-kota kecamatan yang letaknya jauh dari perkotaan. Bahkan terkadang keberadaan minimarket ini lokasinya sangat berdekatan dengan pasar tradisional. Jelas sekali terlihat bahwa jumlah pasar modern semakin meningkat sementara pasar tradisional malah semakin menyusut jumlahnya.

Berdasarkan data AC Nielsen tahun 2008, diketahui bahwa pertumbuhan pasar modern setiap tahunnya mencatat kisaran angka 10 % hingga 30 %. Hal ini ditunjukkan dengan ekspansi pasar modern sangat agresif hingga masuk ke wilayah pemukiman rakyat. Pasar tradisional yang berada di wilayah pedesaan maupun pemukiman rakyat secara langsung terkena imbasnya dengan berhadapan langsung dengan pasar modern tersebut. Persaingan diantara keduanya pun tidak terhindari.

Munculnya pasar modern juga telah menggeser peran pasar tradisional. Preferensi berbelanja masyarakat telah berubah dari pasar tradisional ke pusat perbelanjaan dan pasar modern. Hal ini terjadi dikarenakan banyaknya keunggulan yang ditawarkan oleh pasar modern. Kenyamanan, keamanan, kecepatan layanan, kualitas barang, kebersihan, kerapian, produk yang lengkap dengan

harga bersaing adalah contoh keunggulan yang dimiliki oleh pasar modern. Sementara itu orang terkadang mempersepsikan pasar tradisional sebagai pasar yang kotor, banyak sampah, bau, sumpek, becek di waktu hujan, sarang preman dan copet, biang kemacetan, kualitas barang yang tidak terjamin, dan sebagainya. Tidak hanya itu, karena minimnya aturan zonasi dari pembangunan pasar modern maka pasar tradisional yang berada di kota-kota besar pun terkena imbasnya. Persaingan *head to head* akibat menjamurnya pasar modern membawa dampak buruk terhadap keberadaan pasar tradisional. Salah satu dampak nyata dari kehadiran pasar modern di tengah tengah pasar tradisional adalah turunnya omzet dan pendapatan terhadap pedagang pasar setiap harinya.

Keadaan diatas memunculkan kekhawatiran akan keberlangsungan usaha pasar tradisional yang notabene banyak pedagang kecil yang menggantungkan hidupnya disini. Muncul pertanyaan, dapatkah pasar tradisional terus bertahan menghadapi gempuran dari pasar-pasar modern yang semakin agresif memperluas pasarnya ? Untuk itu perlu kiranya melakukan pengkajian tentang upaya yang dapat dilakukan untuk dapat terus mempertahankan keberadaan pasar tradisional ini.

### **Pengertian dan Jenis-Jenis Pasar**

Pada mulanya banyak yang mendefinisikan pasar sebagai tempat bertemunya pembeli dan penjual untuk mempertukarkan barang-barang mereka. Namun, pengertian tersebut tidaklah sepenuhnya benar karena seiring kemajuan teknologi pembeli dan penjual dapat tidak bertemu secara langsung. Kotler (1996) menyatakan bahwa pasar terdiri dari semua pelanggan potensial yang memiliki kebutuhan atau keinginan tertentu yang mungkin bersedia dan mampu melibatkan diri dalam suatu pertukaran guna memuaskan kebutuhan atau keinginan tersebut.

Menurut Wikipedia, Pasar adalah salah satu dari berbagai sistem, institusi, prosedur, hubungan sosial dan infrastruktur dimana usaha menjual barang, jasa dan tenaga kerja untuk orang-orang dengan imbalan uang. Barang dan jasa yang dijual menggunakan alat pembayaran yang sah seperti uang. Kegiatan ini merupakan bagian dari perekonomian. Ini adalah pengaturan yang memungkinkan pembeli dan penjual untuk item pertukaran. Dalam ilmu ekonomi mainstream, konsep pasar adalah setiap struktur yang memungkinkan pembeli dan penjual untuk menukar jenis barang, jasa dan informasi. Pertukaran barang atau jasa untuk uang adalah transaksi. ebuah pasar muncul lebih atau kurang spontan atau sengaja dibangun oleh interaksi manusia untuk memungkinkan pertukaran hak (kepemilikan) jasa dan barang.

Pasar dapat dikategorikan dalam beberapa hal, yaitu menurut luas jangkauan, wujud, barang yang diperjualbelikan, waktu penyelenggaraan dan menurut oragnisasinya (Wikipedia).

## 1. Pasar Menurut Luas Jangkauan

### a. Pasar Daerah

Pasar Daerah membeli dan menjual produk dalam satu daerah produk itu dihasilkan. Bisa juga dikatakan pasar daerah melayani permintaan dan penawaran dalam satu daerah.

### b. Pasar Lokal

Pasar lokal adalah pasar yang membeli dan menjual produk dalam satu kota tempat produk itu dihasilkan. Bisa juga dikatakan pasar lokal melayani permintaan dan penawaran dalam satu kota.

### c. Pasar Nasional

Pasar nasional adalah pasar yang membeli dan menjual produk dalam satu negara tempat produk itu dihasilkan. Bisa juga dikatakan pasar nasional melayani permintaan dan penjualan dari dalam negeri.

### d. Pasar Internasional

Pasar internasional adalah pasar yang membeli dan menjual produk dari beberapa negara. Bisa juga dikatakan luas jangkauannya di seluruh dunia.

## 2. Pasar Menurut Wujud

### a. Pasar Konkret

Pasar Konkret adalah tempat pertemuan antara penjual dan pembeli yang dilakukan secara langsung. Misalnya ada los-los, toko-toko dan lain-lain. Di pasar konkret, produk yang dijual dan dibeli juga dapat dilihat dengan kasat mata. Konsumen dan produsen juga dapat dengan mudah dibedakan. contohnya adalah: bursa komoditi, bursa saham dan sebagainya.

### b. Pasar Abstrak

Pasar Abstrak adalah pasar yang lokasinya tidak dapat dilihat dengan kasat mata. Konsumen dan produsen tidak bertemu secara langsung. Biasanya dapat melalui internet, pemesanan telepon dan lain-lain. Barang yang diperjual belikan tidak dapat dilihat dengan kasat mata, tapi pada umumnya melalui brosur, rekomendasi dan lain-lain. Kita juga tidak dapat melihat konsumen dan produsen bersamaan, atau bisa dikatakan sulit membedakan produsen dan konsumen sekaligus.

## 3. Pasar Menurut Barang yang Diperjualbelikan

### a. Pasar Barang Konsumsi

Pasar barang konsumsi adalah pasar yang menjual barang-barang yang dapat langsung dipakai untuk kebutuhan rumah tangga. Misalnya, pasar yang memperjualbelikan beras, ikan, sayur-sayuran, buah-buahan, alat-alat rumah tangga, pakaian, dan lain sebagainya.

---

b. Pasar Barang Produksi

Pasar barang produksi adalah pasar yang memperjualbelikan faktor-faktor produksi. Dalam pasar ini diperjualbelikan sumber daya produksi. Misalnya, pasar mesin-mesin, pasar tenaga kerja, dan pasar uang.

4. Pasar Menurut Waktu Penyelenggaraan

a. Pasar Harian

Pasar harian adalah pasar yang kegiatan jual belinya dilakukan tiap hari. Pasar harian ini umumnya terdapat di desa dan kota.

b. Pasar Mingguan

Pasar mingguan adalah pasar yang kegiatan jual belinya hanya satu kali dalam seminggu. Pasar mingguan ini terdapat di daerah-daerah pedesaan.

c. Pasar Bulanan

Pasar bulanan adalah pasar yang kegiatan jual belinya dilakukan setiap sebulan sekali.

d. Pasar Tahunan

Pasar tahunan adalah pasar yang kegiatan jual belinya dilakukan setiap setahun sekali.

e. Pasar Temporer

Pasar temporer adalah pasar yang diselenggarakan organisasi/instansi pada acara tertentu, atau diadakannya hanya sewaktu-waktu (tidak tetap)

5. Pasar Menurut Organisasinya

a. Pasar Persaingan Sempurna

Dalam pasar persaingan sempurna terdapat banyak penjual atau pembeli yang sama-sama telah mengetahui keadaan pasar. Barang yang diperjualbelikan dalam pasar persaingan sempurna homogen (sejenis). Selain itu, baik penjual ataupun pembeli tidak bebas menentukan harga, karena harga ditentukan oleh kekuatan pasar. Pasar persaingan sempurna adalah keadaan di mana penjual dan pembeli tidak dapat mempengaruhi harga. Harga yang telah terbentuk merupakan hasil dari mekanisme pasar berdasarkan jumlah permintaan dan penawaran.

b. Pasar Persaingan Tidak Sempurna

Dalam pasar persaingan tidak sempurna, para penjual maupun pembeli mempunyai kebebasan dalam menentukan harga dan jumlah barang yang akan diperjualbelikan. Dalam hal ini berarti pembeli dan penjual dapat memengaruhi harga. Jenis dan kualitas barang yang diperdagangkan pada pasar ini bersifat heterogen. Pasar persaingan tidak sempurna dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu sebagai berikut.

c. Pasar monopoli dan monopsoni

Pasar monopoli adalah pasar yang hanya terdapat satu penjual untuk suatu jenis barang tertentu. Pasar monopsoni adalah pasar yang dikuasai oleh seorang pembeli untuk suatu jenis barang dan jasa, dan juga bersifat mendunia. Output yang dihasilkan tidak mempunyai substitusi.

d. Pasar persaingan monopolistis

Dalam pasar ini terdapat banyak penjual dan pembeli. Penjual bisa melakukan monopoli karena keistimewaan produk masing-masing. Pembeli bebas menentukan pilihannya dalam berbelanja. Jadi, pasar ini ada unsur persaingan dan monopoli.

e. Pasar oligopoli dan oligopsoni

Pasar oligopoli adalah pasar yang hanya ada beberapa penjual. Istilah beberapa penjual iniumlah penjual tidak terlalu banyak sehingga pengaruh penjual sangat kecil, dan tidak ada penjual yang berkuasa segala-galanya. Adapun Oligopsoni merupakan jenis pasar yang hanya ada beberapa pembeli.

### **Pengertian Pasar Tradisional dan Pasar Modern**

Menurut Perpres No.112 Tahun 2007, pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar. Sedangkan menurut Wikipedia, pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar.

Pedagang di pasar tradisional ini kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian barang elektronik, jasa dan lain-lain. Selain itu, ada pula yang menjual kue-kue dan barang-barang lainnya. Pasar seperti ini masih banyak ditemukan di Indonesia, dan umumnya terletak dekat kawasan perumahan agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar. Beberapa pasar tradisional yang "legendaris" antara lain adalah pasar Beringharjo di Yogyakarta, pasar Klewer di Solo, pasar Johar di Semarang. Berdasarkan klasifikasi menurut pengelolaannya, pasar tradisional ini digolongkan menjadi pasar propinsi, pasar kabupaten/kota, pasar desa, dan pasar swasta.

Selain pasar tradisional, sekarang terdapat juga pasar modern. Pasar modern tidak banyak berbeda dari pasar tradisional, namun pasar jenis ini 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. Barang-barang yang dijual, selain bahan makanan seperti; buah, sayuran, daging, sebagian besar barang lainnya yang dijual adalah barang yang dapat bertahan lama. Contoh dari pasar modern adalah *hypermart*, pasar swalayan (*supermarket*), dan minimarket (Wikipedia).

Sementara itu Sinaga (2006) mengatakan bahwa pasar modern adalah pasar yang dikelola dengan manajemen modern, umumnya terdapat di kawasan perkotaan, sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen (umumnya anggota masyarakat kelas menengah ke atas). Pasar modern antara lain mall, supermarket, *departement store*, *shopping centre*, waralaba, toko mini swalayan, pasar serba ada, toko serba ada dan sebagainya. Barang yang dijual disini memiliki variasi jenis yang beragam. Selain menyediakan barang-barang lokal, pasar modern juga menyediakan barang impor. Barang yang dijual mempunyai kualitas yang relatif lebih terjamin karena melalui penyeleksian terlebih dahulu secara ketat sehingga barang yang rijek/tidak memenuhi persyaratan klasifikasi akan ditolak. Secara kuantitas, pasar modern umumnya mempunyai persediaan barang di gudang yang terukur. Dari segi harga, pasar modern memiliki label harga yang pasti (tercantum harga sebelum dan setelah dikenakan pajak). Pasar modern juga memberikan pelayanan yang baik dengan adanya pendingin udara yang memadai.

Usaha toko modern ini ada beberapa golongan yaitu (Pasal 8 Perda Propinsi DIY Nomor 11 Tahun 2011) :

1. Minimarket merupakan Toko Modern dengan luas lantai toko kurang dari 400 m<sup>2</sup> (empat ratus meter persegi);
2. Supermarket merupakan Toko Modern dengan luas lantai toko, diatas 400 m<sup>2</sup> sampai dengan 5.000 m<sup>2</sup> (lima ribu meter persegi);
3. Hypermart merupakan Toko Modern dengan luas lantai toko di atas 5.000 m<sup>2</sup> (lima ribu meter persegi);
4. Departement Store merupakan Toko Modern yang luas lantai toko diatas 400m<sup>2</sup> (empat ratus meter persegi);
5. Pusat perkulakan merupakan Toko Modern yang luas lantai toko di atas 5.000 m<sup>2</sup> (lima ribu meter persegi).

Sementara itu Sistem penjualan dan jenis barang dagangan Toko Modern, ditentukan sebagai berikut:

1. *Minimarket, supermarket* dan *hypermarket* menjual secara eceran barang konsumsi terutama produk makanan dan produk rumah tangga lainnya;
2. *Departement Store* menjual secara eceran barang konsumsi terutama produk sandang dan perlengkapannya dengan penataan barang berdasarkan jenis kelamin dan/atau tingkat usia konsumen;
3. Pusat perkulakan menjual secara grosir barang konsumsi.

### Keunggulan Pasar Tradisional

Dibalik *image* yang negatif seperti yang telah dibahas diatas, sebenarnya pasar tradisional masih mempunyai beberapa keunggulan (Pramudyo dan Widayatmoyo, 2008). *Pertama* adalah adanya kesempatan tawar menawar. Dengan adanya tawar menawar ini membuat penjual dengan pembeli saling bertegur sapa. Ada sentuhan humanis, sehingga mempunyai kedekatan personal maupun emosional. Terkadang antara penjual dan pembeli saling mengenal dengan baik, bahkan mengenal keluarganya masing-masing dan saling mengundang jika mempunyai hajatan. Hal ini tentunya tidak akan kita dapatkan apabila berbelanja di pasar modern.

Keunggulan yang *kedua* adalah masalah kualitas. Kualitas disini dikaitkan dengan kesegaran, misalnya untuk sayur-mayur, daging, dan ikan. Pembeli yang teliti akan dengan mudah mendapatkannya dengan harga yang lebih murah jika dibandingkan dengan harga di pasar modern. *Ketiga* adalah pasar tradisional juga buka lebih pagi jika dibandingkan pasar tradisional. Bahkan sejak dinihari kegiatan di pasar tradisional sudah dimulai. *Keempat*, yang menjadi keunggulan pasar tradisional adalah konsumen akan dengan cepat mengetahui adanya perubahan harga. Bahkan konsumen akan dengan cepat dapat membandingkan harga antara penjual yang satu dengan penjual lainnya, dengan demikian konsumen akan mendapatkan barang sesuai dengan keinginannya, tentunya dengan harga yang lebih murah.

Sementara itu Mulyadi (2012) menyatakan bahwa pasar tradisional adalah cermin dari keberadaan kehidupan sosial di dalam satu wilayah tertentu. Pasar tradisional merupakan pusat kebudayaan, dimana segala macam ekspresi perilaku dan nilai yang melekat dalam masyarakat terekspresikan didalamnya. Intensitas interaksi di dalam pasar tradisional tidak kita temukan di pasar modern. Pasar sebagai pusat budaya terlihat ketika Pasar tradisional tidak hanya menjadi ruang jual beli tetapi lebih dari itu pasar tradisional menjadi ruang ekspresi kesenian dan kebudayaan. Pasar tradisional memiliki peran penting dalam upaya membangun wawasan kebangsaan untuk ikut membangun suatu bentuk kebudayaan masa depan yang tak lepas dari akar tradisinya.

---

## Pasar Tradisional Vs Pasar Modern

Pasar tradisional siap tidak siap memang harus berhadapan secara langsung dengan pasar pusat perbelanjaan dan pasar modern. Terkadang keberadaan pasar modern berada di sebelah pasar tradisional. Di sekitar wilayah tempat tinggal penulis sendiri banyak berdiri pasar modern atau pasar berjejaring yang telah mempunyai puluhan ribu cabang di tanah air. Di sekitar jalan godean km 6 (Ringroad Barat Demak Ijo) sampai dengan pasar godean (kira-kira 4 km) ada delapan pasar modern / toko berjejaring. Sementara di jalan Godean km 7 (Bantulan-Sidoarum) sampai dengan pasar gamping yang jaraknya sekitar 3 km terdapat 6 buah pasar modern/toko berjejaring. Dengan demikian setiap kira-kira 500 m terdapat satu buah pasar modern.

Perbedaan yang mencolok yang kita lihat selama ini adalah bahwa pasar tradisional sering dipersepsikan sebagai pasar yang kotor, banyak sampah, bau busuk, panas/*sumuk* (dari bahasa jawa) dan becek di musim hujan. Bahkan ada yang menganggap pasar tradisional sebagai sarang preman/copet, biang kemacetan dan mutu barang yang tidak terjamin. Sementara kalau kita lihat pasar modern menawarkan berbagai keunggulan yang berupa kenyamanan, keamanan, kecepatan layanan, kualitas barang, produk yang lengkap dan ditata rapi, serta harga yang bersaing. Hal inilah yang dapat membuat para pelanggan pasar tradisional semakin lama semakin berkurang dan pada akhirnya beralih ke pasar modern.

Menurut Kholis, Ratnawati, dan Yuwalliatin (2011), ciri pasar tradisional adalah sebagai berikut :

1. Dalam pasar tradisional tidak berlaku fungsi-fungsi manajemen : *Planning, Organizing, Actuating, Controlling*.
2. Tidak ada konsep *marketing*, yaitu : bahwa pembeli adalah raja, terdapat pelayanan penjualan; penentuan harga berdasarkan perhitungan harga pokok ditambah keuntungan tertentu, produk berkualitas, tempat penjualan yang nyaman bagi pembeli, dan lain-lain.

Sedangkan Penjual Pasar Tradisional biasanya mempunyai ciri :

1. Tempat jualannya kumuh, sempit, tidak nyaman, gelap, kotor;
2. Penampilan penjualnya tidak menarik;
3. Cara menempatkan barang dagangan tanpa konsep marketing.

Adapun pembeli Pasar Tradisional mempunyai ciri :

1. Rela berdesak-desakan ditempat yang kumuh dan tidak nyaman;
2. Tidak peduli dengan lalu-lalang pembeli lainnya;
3. Pembeli pasar tradisional biasanya menguasai dan mengenal pasar tersebut utamanya masalah harga, karena bila tidak tahu, harga komoditas bisa dua atau tiga kali lipat.

Sementara itu Pasar Modern mempunyai ciri-ciri sebagai berikut :

1. Kelengkapan pasar modern menjadikan sangat efisien karena para pelanggan (konsumen) melakukan pekerjaan-pekerjaan yang biasanya dilakukan oleh pramuniaga secara pribadi melayani konsumen berbelanja.
2. Mempunyai penataan ruang yang membuat nyaman bagi pembeli.
3. Pelanggan sendiri yang melakukan pembelian, berjalan sepanjang lorong-lorong yang tersedia, memilih barang sesuai keinginan dan mengisi kereta belanja atau keranjang belanja yang dibawa.
4. Pasar swalayan lebih mencerminkan industrialisasi jasa.

Sidin (2012) melakukan observasi pada pasar tradisional, pasar semi modern, dan pasar modern di kota Padang. Observasi yang dilakukan menyangkut perbandingan keadaan fisik, akses, beserta sarana dan prasarana pendukung, keamanan, kenyamanan, dan sebagainya. Hasil observasi tersebut adalah sebagai berikut :

#### 1. Keadaan Pasar

Berdasarkan bangunan, pasar tradisional kondisi fisik bangunannya sudah tua karena umur teknisnya rata-rata sudah diatas 15 tahun. Keadaan ini berpengaruh pada keamanan dan kenyamanan termasuk risiko kebakaran, sehingga perlu pengaturan yang lebih baik untuk menjaga keberlangsungannya. Banyak pasar tradisional yang terbakar karena salah urus dalam jaringan listrik maupun perilaku pedagangnya. Sementara itu bangunan pada pasar semi modern dan pasar modern relatif baru dan memperhatikan berbagai risiko yang mengancam keberlangsungannya dengan mengadopsi standar yang baku dalam keamanan operasinya.

#### 2. Tata Letak

Pasar tradisional relatif kotor dan tidak tertata, sebaliknya pasar semi modern dan pasar modern bersih dan tertata rapi. Pasar tradisional menyediakan bahan mentah yaitu daging, ikan, ayam, sayur, dan bahan makanan lainnya secara terbuka dan sebagian dibuang sebagai sampah yang menyebabkan kotor dan bau. Di pasar semi modern dan pasar modern semua bahan mentah sudah dikemas dan ditempatkan dalam pendinginan sehingga terhindar dari kesan kotor dan tidak menimbulkan bau.

#### 3. Sirkulasi

Pasar tradisional yang semrawut sering mengakibatkan pembeli merasa gerah dan tidak nyaman. Lorong-lorong pada pasar tradisional sempit dan dipenuhi dengan barang dagangan sehingga terkadang terdapat risiko kecopetan bagi para pengunjung pasar tradisional yang berdesakan. Hal ini terjadi karena pedagang menggunakan tempat berjualan sekaligus sebagai gudang sehingga terkesan sumpek dan berisiko kerugian besar jika terjadi kebakaran. Sementara itu pasar semi modern dan pasar modern menata barang menurut kelompok bahkan didukung dengan pendingin ruang untuk kenyamanan pelanggan. Faktor keamanan sangat terjamin dan merupakan salah satu bagian dari promosi untuk menarik pelanggan.

#### 4. Keamanan dan Kenyamanan

Pasar tradisional sering dianggap kurang dalam hal keamanan dan kenyamanan. Kondisi keamanan kurang karena tidak adanya tenaga keamanan yang menjaga pasar tradisional, sedangkan kondisi kurang nyaman diakibatkan oleh kurangnya pencahayaan dan sirkulasi udara. Pasar tradisional juga terkadang kurang dalam fasilitas seperti toilet, tempat beribadah, dan tidak ada tempat untuk beristirahat bagi pengunjung. Sementara itu pada pasar semi modern dan pasar modern menjamin keamanan dan kenyamanan lebih baik. Mereka menyediakan petugas keamanan yang mengawasi pengunjung yang keluar masuk sehingga kejahatan dapat diantisipasi. Pada pasar ini juga tersedia troli sehingga lebih mempermudah pengunjung membawa barang belanjanya. Pasar semi modern dan modern biasanya juga menyediakan toilet, tempat beribadah, dan tempat beristirahat berupa bangku tempat duduk yang cukup bagi pengunjung. Waktu operasi pasar modern dari pagi hingga malam juga lebih lama daripada waktu operasi pasar tradisional, sehingga semua ini menambah kenyamanan berbelanja di pasar semi modern dan pasar modern.

#### 5. Pengunjung

Sebagian besar pengunjung pasar tradisional adalah ibu rumah tangga terutama mereka yang tidak bekerja. Kunjungan mereka meningkat ketika hari libur dan menjelang perayaan keagamaan karena mereka harus mengisi lemari pendingin mereka dan memasak untuk keluarganya sebagai perlambang kesejahteraan keluarga. Sedangkan pengunjung pasar modern sebagian besar adalah remaja dengan berbagai kepentingannya dan “orang kampung” yang ingin berbelanja dan rekreasi. Kunjungan ke pasar modern biasanya adalah untuk mengetahui perkembangan mode terkini dan mengecek harga karena pasar modern memajang semua barang termasuk harganya. Jumlah pengunjung pasar modern akan meningkat jika digelar pesta diskon karena dipercayai harga barang-barang tertentu akan lebih murah. Peningkatan kunjungan ke pasar modern juga dipengaruhi oleh suguhan tertentu seperti pertunjukan musik dan perlombaan tertentu di plazanya.

#### 6. Pedagang atau Penjual

Pada pasar tradisional, umumnya pedagang sekaligus sebagai penjual termasuk anggota keluarga yang membantu sebagai penjual. Sebaliknya pasar semi modern dan pasar modern merekrut tenaga penjual yang sudah dilatih menjadi penjual profesional. Jumlah pedagang di pasar tradisional sangat banyak termasuk pedagang kakilima, sebaliknya di pasar semi modern dan pasar modern sangat terbatas tergantung pada kemampuan modal dan jaringan bisnisnya.

## 7. Pola Transaksi

Pada pasar tradisional terjadi tawar menawar antara penjual dan pembeli, namun karena faktor kedekatan emosional sebagai pelanggan biasanya tidak terjadi penawaran oleh pembeli karena percaya penjual telah member harga yang baik. Di pasar semi modern dan pasar modern ada kebijakan pelabelan.

## 8. Keuntungan

Sebagian besar pedagang pasar tradisional mendapatkan keuntungan yang hanya cukup untuk meningkatkan kehidupan dari masa ke masa. Sebagian pedagang tradisional tidak memiliki catatan yang memadai bahkan ada yang tidak membuat catatan penjualan dan pembelian. Keadaan ini amat membahayakan dalam jangka panjang karena sukar menghitung keuntungan yang sebenarnya. Pada pasar semi modern dan pasar modern keuntungan merupakan kalkulasi dengan skala besar dikurangi dengan biaya operasi dan promosi dimana efisiensi dan efektifitas sangat menentukan kelangsungan bisnisnya.

## 9. Kebijakan Publik

Sebagian besar pedagang pasar tradisional mengharapkan kebijakan publik dapat melindunginya dari persaingan yang mematikan dengan pasar semi modern dan modern. Bentuk perlindungannya diantaranya adalah pembatasan jumlah pasar semi modern dan pasar modern dan lokasinya jangan berdekatan dengan pasar tradisional. Mereka juga berharap adanya kemudahan angkutan / transportasi dan mengharapkan adanya perbaikan suasana pasar terutama yang berkaitan dengan kenyamanan pengunjung dan faktor keamanan.

## Upaya Melindungi Pasar Tradisional

Semakin banyaknya pusat perbelanjaan dan pasar modern apabila tidak dikendalikan akan membuat pasar tradisional semakin terdesak dan ditinggalkan oleh pelanggannya. Pemerintah daerah seharusnya mewaspadaai hal ini dan melakukan langkah-langkah yang dapat melindungi keberadaan pasar tradisional. Hal ini karena masih banyak masyarakat kalangan bawah dan pedagang kecil yang menggantungkan hidupnya dengan berjualan di pasar tradisional. Mereka tidak akan dapat mencari nafkah apabila konsumen beralih ke pasar modern. Ini belum termasuk profesi lain yang terkait dengan pasar tradisional seperti supplier dari industri kecil, jasa angkutan, ojek, tukang becak, tukang parkir, buruh gendong, pengamen dan profesi lainnya.

Beberapa upaya dapat dilakukan untuk melindungi keberadaan atau eksistensi pasar tradisional ini. Diantara upaya-upaya yang dapat dilakukan adalah :

1. Membuat regulasi yang memperhitungkan kepentingan rakyat banyak khususnya rakyat kecil yang berdagang di pasar tradisional

Sebenarnya pemerintah telah mengeluarkan Perpres No. 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pasar Modern dan Pusat Perbelanjaan. Adapun arah kebijakan yang ingin dicapai antara lain pemberdayaan pasar tradisional agar dapat tumbuh dan berkembang serasi, saling memerlukan, saling memperkuat, serta saling menguntungkan; memberikan pedoman bagi penyelenggaraan ritel tradisional, pusat perbelanjaan, dan toko modern; memberikan norma-norma keadilan, saling menguntungkan dan tanpa tekanan dalam hubungan antara pemasok barang dengan toko modern; pengembangan kemitraan dengan usaha kecil, sehingga tercipta tertib persaingan dan keseimbangan kepentingan produsen, pemasok, toko modern dan konsumen. Pemerintah kemudian kembali mengeluarkan aturan pendukung yaitu Permendag No. 53 Tahun 2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Aturan ini, lebih rinci mengatur mengenai zonasi, perjanjian perdagangan (*trading term*) dan perizinan.

Peraturan diatas akan dapat lebih kuat dalam mendukung perlindungan terhadap pasar tradisional apabila ditambah dengan adanya peraturan daerah (perda) tentang pasar tradisional. Banyak pemerintah daerah juga telah mengeluarkan peraturan daerah yang mengatur tentang pasar tradisional dan pasar modern. Akan tetapi perda-perda tersebut ternyata belum dapat sepenuhnya melindungi pasar tradisional, bahkan keberadaan pasar pusat perbelanjaan dan pasar modern semakin menjamur.

Pemerintah Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta juga menerbitkan Peraturan daerah Nomor 8 tahun 2011 tentang Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern. Dalam Pasal 3 Perda ini dikemukakan bahwa penyelenggaraan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern bertujuan untuk :

1. Memberikan perlindungan kepada Pasar Tradisional;
2. Memberdayakan Pasar Tradisional agar mampu berkembang, bersaing, tangguh, maju, dan mandiri;
3. Mengatur dan menata keberadaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern agar mampu bersaing secara sehat, saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan;
4. Menjamin terselenggaranya kemitraan antara pelaku usaha Pasar Tradisional dengan pelaku usaha Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern berdasarkan prinsip kesamaan dan keadilan dalam menjalankan usaha di bidang perdagangan;
5. Mewujudkan sinergi yang saling memberikan dan memperkuat antara Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern dengan Pasar Tradisional agar dapat tumbuh berkembang lebih cepat sebagai upaya terwujudnya tata niaga dan pola distribusi daerah yang mantap, lancar, efisien dan berkelanjutan.

Sebenarnya apabila dilihat dari arah kebijakan, pemerintah sudah tepat dengan keluarnya kebijakan-kebijakan diatas. Hanya memang implementasi di lapangan khususnya di daerah harus benar-benar diperhatikan khususnya dalam evaluasi dan pengawasan pelaksanaan perpres, permendag, dan perda-perda tersebut. Apabila peraturan diatas benar-benar diimplementasikan secara tegas maka keberadaan pasar tradisional akan dapat tetap dijaga dan dipertahankan.

## 2. Melakukan Revitalisasi Pasar Tradisional

Peran dan keseriusan pemerintah dibutuhkan dalam merevitalisasi pasar tradisional ini. Pemerintah harus menyadari bahwa keberadaan pasar tradisional masih sangat dibutuhkan masyarakat sebagai pusat kegiatan ekonomi. Revitalisasi akan mengubah pasar tradisional yang semula kotor, kumuh, dan becek menjadi bersih dan nyaman. Hal ini diharapkan akan dapat menarik kembali masyarakat untuk berbelanja di pasar tradisional. Revitalisasi dapat dijalankan misalnya dengan memanfaatkan retribusi dari pedagang atau dengan melakukan kerjasama dengan pihak-pihak lain dalam masalah pembangunan dan menggunakan perusahaan *outsourcing* untuk masalah kebersihan dan perparkiran.

Contoh yang baik yang kita lihat di Yogyakarta ini adalah yang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Bantul yang terus melakukan revitalisasi pasar-pasar tradisional dan tidak mengeluarkan ijin bagi peritel besar untuk mendirikan usahanya di Bantul. Pasar-pasar tradisional yang dibangun diantaranya Pasar Niten, Pasar Imogiri, Pasar Bantul, Pasar Pijenan, dan sebagainya. Sementara masih di sekitaran Yogyakarta, Pemerintah Surakarta mempunyai target untuk dapat merevitalisasi empat pasar tradisional setiap tahunnya. Program revitalisasi ini diikuti dengan kebijakan tidak memungut biaya beli atau sewa kios bagi para pedagang lama setelah pasar selesai dibangun serta pemberian Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP) dan Tanda Daftar Perusahaan (TDP) secara gratis.

Revitalisasi yang dilakukan tentunya juga berkaitan dengan penambahan dan perbaikan berbagai fasilitas yang mendukung seperti bangunan/infrastruktur. Menurut Mulyadi (2012) dari aspek infrastruktur yang dapat ditingkatkan yaitu pembuatan maupun perbaikan terhadap saluran air bersih yang dapat dipergunakan oleh pedagang dan pengunjung dan saluran air kotor dan lancar, perbaikan sistem drainase yang baik dan memadai, perbaikan dan pemisahan akses jalan yang dilalui oleh pejalan kaki dari akses kendaraan, pemisahan arus sirkulasi barang dengan pengunjung baik yang keluar maupun yang masuk, perbaikan dan pengadaan fasilitas umum dan fasilitas sosial seperti ATM, P3K, toilet dan tempat ibadah yang memadai, tersedianya tempat parkir yang memadai dan aman, perlu pengaturan sistem Zoning berdasarkan barang yang dijual, Perlu ada pemisahan antara komoditi basah dan kering, Perlu ada papan penunjuk arah zoning yang menjadi panduan bagi pengunjung, Perlu ada tempat penampungan sampah yang memadai

sesuai kapasitas yang dibutuhkan, perlu ada fasilitas bongkar muat yang memadai. Dengan berbagai perbaikan diatas diharapkan para pelanggan pasar tradisional tidak beralih ke pasar pusat perbelanjaan dan pasar modern.

### 3. Meningkatkan kemampuan sumber daya manusia dan manajemen pengelolaan pasar

Hal ini sangat penting dilakukan agar pengelolaan pasar tradisional dapat lebih efektif dan efisien. Pasar tradisional merupakan salah satu penyumbang Pendapatan Asli daerah (PAD) yang terbesar, sehingga pengelolaannya harus benar-benar dilakukan secara profesional. Dengan pengelolaan yang baik diharapkan pemerintah dapat keuntungan dari besarnya PAD yang didapatkan, sementara para pedagang dan pelanggan pasar tradisional juga akan merasakan dampaknya dengan semakin meningkatnya kualitas pengelolaan pasar.

Untuk itulah manajemen pengelola pasar perlu memikirkan kepentingan pedagang dan pengunjung pasar. Manajemen pengelola harus transparan dan profesional dengan memperhatikan prinsip *good corporate governance*. Perlu kemampuan menyusun pengaturan tata letak pasar (*layout*), kemampuan untuk mengelola keuangan institusi pasar, dan perlu adanya sanksi yang tegas atas penunggakan retribusi.

### 4. Meningkatkan kualitas pelayanan

Pedagang Pasar tradisional harus bersedia berbenah diri agar tetap dapat bertahan, dapat berkembang, dapat bersaing dan tidak ditinggalkan konsumennya. Para pedagang dan pengelola pasar tradisional perlu melakukan introspeksi diri dengan melihat apakah selama ini pedagang telah memahami keinginan konsumen atautkah belum. Pedagang harus terus menjaga kualitas. Sayur, ikan, daging, dan barang dagangan lainnya yang dijual harus tetap segar. Jangan lagi dijumpai adanya ayam *tiren* (mati kemarin), daging sapi glonggongan, mie yang mengandung formalin, pengurangan timbangan, dan sebagainya.

Peningkatan kualitas pelayanan adalah sesuatu yang tidak dapat ditawar. Kualitas pelayanan ini misalnya ditingkatkan dengan penjual dan barang yang dijual harus bersih. Pedagang dapat saja menggunakan seragam yang sama agar nampak lebih bersih dan rapi, sementara untuk barang dagangan yang hendak dijual hendaknya perlu dibersihkan terlebih dahulu bahkan dikemas agar lebih menarik. Misalnya untuk buah-buahan dan sayuran yang dibersihkan dan dikemas, bawang merah dan bawang putih yang dikupas terlebih dahulu, demikian juga untuk ikan maupun daging ayam dan daging lainnya. Pemerintah Kota Yogyakarta melalui Dinas Pengelolaan Pasar Yogya membuat slogan “*Pasare Resik, Rejekine Apik*”, dimana dengan slogan ini diharapkan para pedagang pasar tradisional benar-benar dapat menjaga kebersihan agar mendapatkan lebih banyak rejeki apabila banyak orang yang datang ke pasar tradisional membeli karena pasarnya bersih dan nyaman.

Disamping itu pedagang juga perlu meningkatkan kecepatan layanan dan tentunya keramahan ketika melayani pembeli. Ada ide menarik dari pemerintah kabupaten Banyumas yang akan membuat seragam untuk fasilitas lapak sehingga dapat lebih menarik. Disamping itu juga akan memberi nama pemilik untuk masing-masing los dan kios di pasar tradisional. Hal ini tentunya apabila ada pembeli yang kurang puas dengan kualitas pelayanan atau barang yang dibeli tidak sesuai dengan kualitasnya dapat melakukan *complain* karena akan dengan mudah mengetahui siapa pemilik los atau kios yang menjual produk tersebut.

Untuk peningkatan kualitas pelayanan ini menurut Mulyadi (2012) dapat juga dilakukan dengan pedagang perlu mengkhususkan diri untuk menjual satu jenis barang dagangan sesuai dengan zoning komoditas, perlu ada standar mutu barang yang diperdagangkan, terdapat sistem informasi harga barang pasokan dan kemampuan negoisasi dengan pemasok, pedagang memberikan harga yang lebih transparan kepada konsumen, penempatan dagangan harus rapi, tertib, aman dan tidak boleh melebihi batas tempat dagangan.

5. Melakukan inovasi pengembangan pasar tradisional dan mengikutsertakan masyarakat dalam pengelolaan pasar

Pada akhirnya untuk menjaga eksistensi pasar tradisional maka diperlukan inovasi dan peran serta masyarakat sangat diperlukan. Menarik apa yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Yogyakarta yang ingin meningkatkan animo masyarakat berbelanja di pasar tradisional melalui pendekatan budaya. Pemerintah Kota Yogyakarta sudah dua kali melakukan kirab pedagang pasar tradisional yaitu yang pertama tahun 2012 yang dipusatkan di sporthall Kridosono dan yang kedua tahun 2013 yang dipusatkan di halaman balaikota. Kirab pedagang dan gebyar promo pasar tradisional tersebut ternyata mampu meningkatkan jumlah pengunjung. Hal ini terlihat dari survei yang dilakukan oleh Bidang Pengembangan Dinas Pengelolaan Pasar Kota Yogyakarta dimana pengunjung tahun 2010 sebanyak 35.826 orang, kemudian meningkat jadi 89.727 di tahun 2011, 125.647 di tahun 2012, dan 136.283 di tahun 2013.

Beberapa program yang biasanya dilakukan oleh toko modern seperti pesta diskon atau menggelar undian berhadiah juga bisa diterapkan di pasar tradisional agar dapat menarik pengunjung atau pembeli. Pemerintah kota Yogyakarta adalah contoh pemerintah daerah yang mencoba mengadakan program ini dengan promo memberikan hadiah berupa motor, elektronik, dan lain-lainnya bagi pengunjung/pembeli di pasar tradisional.

Dalam melakukan inovasi ini perlu juga kiranya untuk dapat menonjolkan “keunikan” dari masing-masing pasar. Misalnya Pasar Beringharjo yang terkenal dengan batiknya, Pasar Klithikan sebagai pasarnya barang bekas yang berkualitas, Pasar Kranggan yang terkenal dengan jajanan tradisionalnya, Pasar Giwangan dan Pasar Gamping sebagai sentranya buah-buahan, dan sebagainya. Keunikan-keunikan ini tentunya akan lebih menarik bagi para pembeli untuk datang mengunjungi pasar-pasar tersebut.

## Penutup

Demikianlah, diperlukan usaha yang sungguh-sungguh dari pemerintah sebagai pembuat dan pengambil kebijakan dengan didukung oleh masyarakat termasuk para pedagang yang berjualan di pasar tradisional untuk dapat mempertahankan eksistensi pasar tradisional. Dengan regulasi atau aturan dan kebijakan yang melindungi pasar tradisional, adanya revitalisasi, perbaikan pengelolaan, peningkatan kualitas layanan dan inovasi serta peran serta masyarakat maka diharapkan pasar tradisional dapat bertahan dari gempuran pusat perbelanjaan dan pasar modern yang semakin gencar.

---

## Daftar Pustaka

- Kotler, Philip. 1996. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jilid I. Erlangga. Jakarta.
- Muyadi. 2012. *Model Pengelolaan Pasar Tradisional Dalam Perspektif Kemandirian Daerah Kota Surakarta*. STIE AUB. Surakarta.
- Noor Kholis, Alifah Ratnawati, Sitty Yuwalliatin. 2011. *Pengembangan Pasar Tradisional Berbasis Perilaku Konsumen*. Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi, Volume 7, Nomor 1, Edisi Mei 2011.
- Peraturan Daerah Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 8 Tahun 2011 tentang *Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern*.
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 53/M-Dag/Per/12/2008 tentang *Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern*.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 tentang *Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern*.
- Pramudyo, Anung dan Widyatmoyo. 2008. *Pasar Tradisional : Dapatkah Terus Bertahan ?* Harian Jogja, Senin Pon, 27 Oktober 2008.
- Sidin, Fashbir Noor. 2007. *Mengembangkan Pasar Modern dan Melindungi Pasar Tradisional*. Fakultas Ekonomi Universitas Andalas.
- Sinaga, Pariaman. 2004. *Makalah Pasar Modern Vs Pasar Tradisional*. Kementerian Koperasi dan UKM. Jakarta : Tidak Diterbitkan.
- [www.wikipedia.com/PasarTradisional/Pasar-Wikipedia bahasa Indonesia,ensiklopedia bebas.htm](http://www.wikipedia.com/PasarTradisional/Pasar-Wikipedia_bahasa_Indonesia,ensiklopedia_bebas.htm). diakses 20 Februari 2014.