

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Akhir-akhir ini dampak kehadiran pasar modern terhadap keberadaan pasar tradisional menjadi topik yang menyulut perdebatan hangat di kalangan masyarakat. Liberalisasi sektor perdagangan eceran pada 1998 telah mendorong munculnya berbagai supermarket asing di Indonesia. Dengan semakin menjamurnya supermarket asing ke berbagai kota, timbul pendapat dari beberapa kalangan bahwa di era globalisasi pasar tradisional menjadi korban utama persaingan antara pasar tradisional dan modern.

Pasar tradisional belum dapat dibebaskan dari citra negatif sebagai tempat yang kumuh, *semrawut*, kotor, kriminal tinggi, tidak nyaman, fasilitas minim (tempat parkir terbatas, toilet tidak terawat, tempat sampah yang bau, dan lorong yang sempit). Minimnya kesadaran akan tanggung jawab berbagai pihak baik internal maupun eksternal yang ada di lingkungan pasar, akan pentingnya sebuah kenyamanan, keamanan dan kebersihan selama aktifitas pasar berjalan. Kondisi ini mengakibatkan rendahnya daya saing pasar tradisional dibandingkan dengan pasar modern yang ada saat ini.

Kemunculan pasar modern pada pusat kota diberbagai kawasan Indonesia yang menawarkan suasana berbelanja yang lebih nyaman, aman, bersih dan tertib, dapat merubah preferensi dan perilaku berbelanja masyarakat. Masyarakat kelas menengah mulai beralih pilihan berbelanja ke pasar modern. Meskipun harga barang di pasar modern lebih mahal bila dibandingkan harga di pasar tradisional,

khususnya untuk barang kebutuhan harian seperti; sayuran, buah-buahan, ikan dan daging.

Perkembangan pasar modern sangat pesat memberikan implikasi negatif kepada pasar tradisional. Maraknya perkembangan pasar modern ini menyebabkan menurunnya minat masyarakat untuk berbelanja di pasar tradisional. Pangsa pasar dan kinerja usaha pasar tradisional menurun, sementara pada saat yang sama pasar modern mengalami peningkatan. Beberapa kelompok mengklaim bahwa pasar tradisional merupakan korban nyata persaingan tajam tersebut yang berdampak pada hilangnya pelanggan pasar tradisional akibat membanjirnya produk-produk bermutu dengan harga murah dan lingkungan perbelanjaan yang lebih nyaman yang disediakan supermarket. Karena itu, muncul desakan agar ada pembatasan pembangunan supermarket, khususnya di lokasi-lokasi yang berdekatan dengan pasar tradisional (Suryadarma, 2007).

Kehadiran peritel modern pada awalnya tidak mengancam pasar tradisional karena kehadiran para peritel modern yang menyerang konsumen dari kalangan menengah keatas, namun sekarang ini kondisinya telah banyak berubah. *Supermarket* dan *Hypermarket* tumbuh dengan pesatnya. Menurut data yang diperoleh dari Euromonitor tahun 2004, *hypermarket* merupakan peritel dengan tingkat pertumbuhan paling tinggi (25 persen), koperasi (14,2 persen), *minimarket* (12,5 persen), *independent grocers* (8,5 persen), dan *supermarket* (3,5 persen). Selain mengalami pertumbuhan dari sisi jumlah dan angka penjualan, peritel modern mengalami pertumbuhan pangsa pasar sebesar 2,4 persen per tahun terhadap pasar tradisional. Keberadaan pasar modern di Indonesia akan

berkembang dari tahun ke tahun. Perkembangan yang pesat ini bisa jadi akan terus menekan keberadaan pasar tradisional pada titik terendah dalam 20 tahun mendatang. (Kompas. Senin, 26 September 2011).

Berdasarkan data dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Surabaya mencatat, sampai akhir 2009 ini terdapat 346 mini market di Surabaya. Namun, DPD Aprindo Jatim mencatat ada 475 mini market di Kota Surabaya sampai akhir 2009. Pertumbuhan mini market memang sangat pesat di Jatim maupun secara nasional. Di Jatim ada 300-400 izin baru mini market. Sampai akhir 2009, terdapat 4.250 mini market di Jatim, naik 677 (18,62) persen dari 2008 yang 3.633 mini market. Akhir 2010, jumlahnya diprediksi meningkat 40 persen. Khusus Surabaya ada 30 izin baru mini market. (Surya, Senin 28 Desember 2011).

Bisnis ini memang menggiurkan. Tahun 2008, Aprindo Jatim mencatat total omzet retail modern di Jatim mencapai Rp 9,41 triliun. Tahun 2009, jumlah omzet naik 20,03 persen menjadi Rp 11,49 triliun. Sedangkan tahun 2010, diprediksi peningkatan omzet berkisar 21,61 persen atau menjadi Rp 13,97 triliun. Dalam portofolio nasional, selama kurun waktu 2003-2008 pertumbuhan gerai ritel modern cukup fenomenal, yakni 162 persen. Bahkan, pertumbuhan gerai mini market mencapai 254,8 persen, yakni dari 2.058 gerai pada 2003 menjadi 7.301 gerai pada 2008. (Surya, Senin 28 Desember 2011).

Grafik 1.1

Perkembangan Omset Pasar Modern Berdasarkan Jenisnya di Indonesia Tahun 2004-2008 (Rp Triliun)



Sumber: Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia, Media Data (diolah)

Sumber: AC Nielsen, Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia.

Peningkatan yang cukup tinggi tersebut membuat pasar modern semakin menguasai pangsa pasar. Jika kondisi ini tetap dibiarkan, ribuan bahkan jutaan pedagang kecil akan kehilangan mata pencahariannya. Pasar tradisional mungkin akan tenggelam seiring dengan tren perkembangan dunia ritel saat ini yang didominasi oleh pasar modern.

Sedangkan, keberadaan pasar tradisional di Kabupaten Malang kian mengkhawatirkan. Data Dinas Perindustrian Malang menyebut di Kabupaten ini terdapat 91 toko modern berbentuk minimarket: 54 Indomaret dan 37 Alfamart. Keberadaan toko modern makin mengancam keberadaan pasar-pasar tradisional. Kegairahan pasar tergerus dan omzet rata-rata pasar tradisional merosot hingga 15 persen karena jumlah konsumen terus berkurang. (TEMPO Interaktif, Kamis 24 Maret 2011).

Peraturan presiden yang mengatur tentang hal ini juga telah dikeluarkan yaitu peraturan presiden (Perpres) No 112 Tahun 2007 tentang penataan dan

pembinaan pasar tradisional, pusat pembelanjaan, serta toko modern (biasa disebut perpres pasar modern), akhirnya ditandatangani oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada 27 Desember 2007 lalu. Dan dalam Peraturan Daerah No 2 Tahun 2002 tentang perpasaran swasta, sudah diatur bahwa jarak antara pasar tradisional dan pasar modern minimal 2,5 kilometer.

Pasar Dinoyo merupakan salah satu pasar tradisional di kota Malang yang mempunyai keterkaitan dengan ekonomi masyarakat Malang khususnya masyarakat sekitar Dinoyo. Keberadaannya pasar tradisional Dinoyo sampai saat ini juga belum dibebaskan dengan citra negatif sebagai tempat yang kumuh, *semrawut*, kotor, tidak nyaman, fasilitas lapak kurang memenuhi syarat, tidak sebanding dengan jumlah pedagang, dan kondisi lingkungan yang kurang sehat untuk bisa disebut pasar sehat, sehingga sangat mengganggu kenyamanan orang berbelanja. Selain itu, disekitar pasar Dinoyo sekarang banyak ditemui pasar-pasar modern yang bermunculan seperti pasar swalayan, *giant*, *indomart*, *alfamart*, dan *minimarket-minimarket* lainnya. Berdirinya pasar-pasar modern tersebut akan mengakibatkan matinya usaha kecil, turunnya jumlah pembeli, dan menurunnya omzet para pedagang sampai radius beberapa kilo meter.

Keberadaan pasar tradisional Dinoyo memegang peran yang cukup penting dalam perekonomian, mengingat bahwa sebagian besar masyarakat masih mengandalkan perdagangan melalui pasar tersebut. Masyarakat yang tinggal di sekitar Dinoyo lebih memanfaatkan pasar tradisional untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari sehingga bisa dikatakan pasar Dinoyo merupakan bagian penting bagi ekonomi masyarakat Dinoyo.

Pasar tradisional mempunyai peranan yang sangat penting di masyarakat. Sebagai wahana transaksi jual beli, pasar memungkinkan masyarakat non pedagang untuk menjual hasil bumi maupun barang-barang yang lain yang dibutuhkan. Pasar menyediakan kebutuhan sehari-hari masyarakat dengan harga relatif murah dengan cara tawar-menawar. Keramaian pasar dipengaruhi oleh kondisi pasar, baik itu fisik maupun kondisi lingkungan. Pasar yang tidak terawat, kumuh, fasilitas yang kurang akan mempengaruhi minat pedagang untuk berjualan di pasar. Dengan demikian pasar adalah salah satu sendi perekonomian masyarakat tradisional. Sehingga peneliti tertarik untuk mengangkat kondisi tersebut dalam suatu penelitian dengan judul **”EKSISTENSI PASAR TRADISIONAL AKIBAT MUNCULNYA PASAR MODERN (Studi di Pasar Tradisional Dinoyo Malang)”**.

1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah di uraikan di atas, maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan:

- a. Bagaimanakah perkembangan pasar modern disekitar Pasar Dinoyo dan perkembangan pasar tradisional Dinoyo Malang?
- b. Bagaimanakah dampak munculnya pasar modern terhadap jumlah pembeli dan perolehan omzet di pasar tradisional Dinoyo Malang?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang dikemukakan di atas tujuan yang ingin diketahui dalam penelitian ini antara lain:

- a. Untuk mengetahui perkembangan pasar modern disekitar Pasar Dinoyo dan perkembangan pasar tradisional Dinoyo Malang.
- b. Untuk mengetahui dampak munculnya pasar modern terhadap jumlah pembeli dan perolehan omzet di pasar tradisional Dinoyo Malang.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Kegunaan teoritis meliputi: (1) Bagi Perguruan Tinggi, untuk menambah referensi bagi Perguruan tinggi sehingga dapat memberikan informasi kemungkinan dapat dilaksanakannya penelitian lebih lanjut dan sebagai bahan masukan dalam rangka pengembangan ilmu pengetahuan; (2) Bagi peneliti, untuk menambah pengetahuan dan pengalaman; (3) Bagi pembaca, untuk menambah wawasan dan cakrawala pandang pembaca.
- b. Kegunaan praktis meliputi: (1) Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi salah satu masukan dalam pengembangan usaha pasar tradisional; (2) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi positif bagi peneliti sebagai perbandingan antara teori dan praktek yang sesungguhnya.

1.4. Definisi Operasional

Untuk menghindari terjadinya pengertian ganda terhadap istilah-istilah yang digunakan dalam penelitian ini, maka perlu diberikan definisi operasional sebagai berikut:

1. Pasar tradisional yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah pasar yang dikelola secara sederhana dengan bentuk fisiknya tradisional menerapkan

sistem transaksi tawar menawar secara langsung 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.

2. Pasar modern yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Swasta, atau Koperasi yang dalam bentuknya berupa Pusat Perbelanjaan, seperti *Mall, Plaza, Shopping Centre, indomart, alfamart, swalayan, dan minimarket* lainnya. Dimana pengelolaannya dilaksanakan secara modern, dan mengutamakan pelayanan kenyamanan berbelanja dengan manajemen berada di satu tangan, bermodal relatif kuat, dan dilengkapi label harga yang pasti.
3. Pracangan adalah jenis komoditas yang dijual di Pasar Dinoyo seperti; bahan pokok, produk kemasan, makanan ringan, dan lain-lain.
4. Palen adalah jenis komoditas yang dijual di Pasar Dinoyo seperti; alat-alat dapur, alat-alat sekolah, alat-alat rumah tangga, dan lain-lain.
5. Los adalah tempat jualan para pedangang.
6. Emper adalah tempat jualan para pedangang yang ukurannya lebih kecil daripada los.
7. Bedak adalah tempat jualan para pedagang dimana ukurannya lebih besar daripada los dan emper.