

DAMPAK KEBERADAAN PASAR MODERN TERHADAP KINERJA PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DI WILAYAH KABUPATEN MALANG

Endi Sarwoko

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kondisi pasar tradisional dilihat dari aspek konsumen, produk/komoditas, dan harga; mengetahui dampak kehadiran ritel modern (Indomaret dan Alfamart) terhadap kinerja pedagang di pasar tradisional, dilihat dari omset, keuntungan, dan jumlah tenaga kerja. Pasar tradisional yang dijadikan obyek penelitian adalah 5 pasar tradisional omset terbesar yang berada di wilayah Kabupaten Malang yaitu pasar Lawang, pasar Kepanjen, Pasar Lawang, Gondanglegi, Singosari, Tumpang, Kepanjen, dan Pasar Dampit. Sampel penelitian adalah pedagang di pasar tradisional, jumlah sampel yang diambil sebanyak 60 pedagang atau 12 pedagang pada masing-masing pasar, teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam dengan pedagang, sedangkan teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan statistik inferensial yaitu Uji Beda sampel berpasangan (*paired sample t test*). Hasil penelitian tentang kondisi pasar tradisional menunjukkan bahwa konsumen di pasar tradisional didominasi oleh konsumen toko/warung yaitu konsumen yang berbelanja di pasar tradisional untuk tujuan dijual lagi. Produk yang dijual di pasar tradisional umumnya didominasi bahan makanan (sembako), baru kebutuhan rumah tangga lainnya, selanjutnya tentang harga, karena mekanisme transaksi di pasar tradisional dilakukan dengan tawar menawar maka harga komoditas antar pedagang sangat bersaing. Hasil penelitian tentang kinerja pasar tradisional menunjukkan omset pedagang justru mengalami peningkatan dibandingkan tahun-tahun sebelumnya (setelah berdiri ritel modern), sedangkan tingkat keuntungan mengalami penurunan, hal ini menunjukkan bahwa keberadaan ritel modern membawa dampak meningkatnya persaingan dalam mendapatkan konsumen, sehingga pedagang di pasar tradisional berusaha menurunkan margin keuntungan melalui mekanisme tawar menawar. Oleh karena itu walaupun sebenarnya omset meningkat, tetapi keuntungan secara keseluruhan menurun. Hasil uji beda menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan omset dan keuntungan pedagang pasar tradisional sebelum dan sesudah keberadaan ritel modern (Alfamart dan Indomaret), sedangkan jumlah tenaga kerja tidak ada perbedaan yang signifikan.

Kata kunci: pasar tradisional, ritel modern, kinerja pedagang pasar tradisional

Kehadiran pasar modern (supermarket, hipermarket, minimarket), dianggap oleh berbagai kalangan telah menyudutkan keberadaan pasar tradisional di perkotaan. Berdasarkan hasil studi A.C. Nielsen (2005), pasar modern di Indonesia tumbuh 31,4% per tahun, sedangkan pasar tradisional menyusut 8% per tahun. Hasil kajian Kementerian Koperasi dan UKM dengan PT Solusi Dinamika Manajemen (2005) menunjukkan bahwa kehadiran pasar modern telah mengancam eksistensi pasar tradisional. Dampak keberadaan pasar modern terhadap pasar tradisional adalah dalam hal penurunan omzet penjualan. Demikian pula hasil penelitian Solfres (2002) tentang perbandingan pasar tradisional (*wet market*) dengan pasar modern di Hongkong mengemukakan bahwa meskipun *wet market* tetap dominan, tetapi terjadi penurunan pangsa belanja konsumen *wet market*.

Penurunan kinerja pasar tradisional sebenarnya tidak sepenuhnya disebabkan oleh hadirnya pasar modern. Hampir seluruh pasar tradisional di Indonesia masih bergelut dengan masalah internal pasar seperti buruknya manajemen pasar, sarana dan prasarana pasar yang sangat minim, pasar tradisional sebagai sapi perah untuk penerimaan retribusi, menjamurnya pedagang kaki lima (PKL) yang mengurangi pelanggan pedagang pasar, dan minimnya bantuan permodalan yang tersedia bagi pedagang tradisional. Keadaan ini secara tidak langsung menguntungkan pasar modern (Suryadarma et al, 2007). Lebih lanjut penelitian Suryadarma et al (2007) menyimpulkan bahwa keberadaan supermarket memberikan pengaruh terhadap penurunan kontribusi dan kinerja pasar tradisional. Namun secara kuantitatif, tidak terbukti adanya pengaruh yang nyata. Penurunan pasar tradisional lebih diakibatkan oleh faktor internal yang mengakibatkan kurangnya daya saing dibanding pasar modern. Lebih lanjut ditemukan, bahwa pasar tradisional yang berada dekat dengan supermarket terkena dampak yang lebih buruk dibanding yang berada jauh dari supermarket. Demikian pula hasil penelitian Sulistyowati (1999) tentang persaingan pasar tradisional dan pasar swalayan berdasarkan pengamatan perilaku berbelanja di Kotamadya Bandung, menunjukkan bahwa dari beberapa indikator persaingan yang dianalisis dari perilaku berbelanja masyarakat dan karakteristik pasar tradisional dan pasar swalayan diketahui bahwa kehadiran pasar swalayan yang tumbuh dengan pesat belum sepenuhnya mampu menggantikan peran pasar tradisional.

Jika awal berkembangnya pasar modern lebih banyak ditujukan untuk penduduk berpendapatan menengah ke atas, kini mereka mulai masuk ke segmen masyarakat kelas menengah ke bawah dengan membuka gerai-gerai sampai wilayah kecamatan. Dua pasar modern yang sedang gencar-gencarnya membuka gerai sampai ke daerah-daerah adalah Indomaret dan Alfamart. Di wilayah Kabupaten Malang pada tahun 2008 terdapat 33 pasar tradisional yang tersebar pada wilayah kecamatan, dengan sebanyak 17.442 pedagang. Berdasarkan survey awal yang telah dilakukan, hampir pada tiap pasar tradisional tersebut telah berdiri gerai-gerai Indomaret atau Alfamart, bahkan tidak jarang dua gerai pasar modern tersebut berhadap-hadapan. Kondisi ini tentunya memicu persaingan untuk memperebutkan konsumen, bahkan dengan munculnya gerai-gerai pasar modern tersebut sedikit banyak akan memberikan dampak pada keberadaan pedagang disekitar pasar tradisional yang memiliki karakteristik barang dagangan mirip dengan pada pasar modern. Hasil kajian empirik terhadap dampak tumbuhnya pasar modern selama ini lebih banyak dilakukan pada pasar tradisional di perkotaan, dan biasanya wilayah kajian per

kota sehingga hasil penelitiannya belum bisa digeneralisasi untuk pasar tradisional secara umum. Selain itu hasil penelitian menunjukkan masih adanya perbedaan temuan tentang dampak pasar modern terhadap pasar tradisional, sehingga masih perlu dikaji tentang dampak pasar modern terhadap kinerja pasar tradisional khususnya di daerah kecamatan yang selama ini alternatif belanja hanya pada pasar tradisional.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kondisi pasar tradisional dilihat dari aspek konsumen, produk/komoditas, dan harga; mengetahui dampak kehadiran ritel modern (Indomaret dan Alfamart) terhadap kinerja pedagang di pasar tradisional, dilihat dari omset, keuntungan, dan jumlah tenaga kerja; dan mencari konsep pemberdayaan perdagangan ritel yang dapat diterapkan pedagang pasar tradisional.

Pasar Modern

Sinaga (2006) menyatakan 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, minimarket, swalayan, pasar serba ada, toko serba ada dan sebagainya. Barang yang dijual 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 rijk/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).

Pemerintah menggunakan istilah pasar modern dengan toko modern sebagaimana dituangkan dalam Peraturan Menteri Perdagangan No. 53/M-DAG/PER/12/2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, mendefinisikan toko modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk Minimarket, Supermarket, Depaftment Store, Hypermarket ataupun grosir yang berbentuk perkulakan.

Data dari Retail Asia Online menunjukkan ritel Indomaret dan Alfamart menduduki peringkat ke 4 dan ke 5 di Indonesia, sedangkan pemeringkatan Retail Asia Pasific (RAP), Indomaret dan Alfamart menduduki peringkat ke 254 dan ke 263 dengan omset pada tahun 2007 masing-masing Rp 3.035 milyar dicapai Indomaret dengan jumlah outlet mencapai 1.800, dan Rp 2.849 milyar dicapai Alfamart dengan jumlah outlet 1.475 (Retail Asia Online, 2008).

Perbedaan karakteristik minimarket, supermarket, hypermarket, departement store dan perkulakan menurut Peraturan Menteri Perdagangan No. 53/M-DAG/PER/12/2008 dibedakan berdasarkan batasan luas lantainya yaitu memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a. Minimarket, luas lantai kurang dari 400 m²
- b. Supermarket, 400 m² sampai dengan 5.000 m²

- c. Hypermarket, lebih lantai dari 5.000 m²
- d. Departement store, luas lantai lebih dari 400 m²
- e. Perkulakan, luas lantai lebih dari 5.000 m²

Pasar Tradisional

Dalam Peraturan Menteri Perdagangan No. 53/M-DAG/PER/12/2008 dijelaskan bahwa 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.

Masalah infrastruktur yang hingga kini masih menjadi masalah serius di pasar tradisional adalah kondisi bangunan, kebersihan dan tempat pembuangan sampah yang kurang terpelihara, kurangnya lahan parkir, dan buruknya sirkulasi udara. Belum lagi ditambah semakin menjamurnya PKL yang otomatis merugikan pedagang yang berjualan di dalam lingkungan pasar yang harus membayar penuh sewa dan retribusi. PKL menjual barang dagangan yang hampir sama dengan seluruh produk yang dijual di dalam pasar. Hanya daging segar saja yang tidak dijual oleh PKL. Dengan demikian, kebanyakan pembeli tidak perlu masuk ke dalam pasar untuk berbelanja karena mereka bisa membeli dari PKL di luar pasar. Selain hal tersebut yang juga menjadi penyebab kurang berkembangnya pasar tradisional adalah minimnya daya dukung karakteristik pedagang tradisional, yakni strategi perencanaan yang kurang baik, terbatasnya akses permodalan yang disebabkan jaminan (*collateral*) yang tidak mencukupi, tidak adanya skala ekonomi (*economies of scale*), tidak ada jalinan kerja sama dengan pemasok besar, buruknya manajemen pengadaan, dan ketidakmampuan untuk menyesuaikan dengan keinginan konsumen (Wiboonpongse dan Sriboonchitta 2006).

Menurut Kuncoro (2008) permasalahan umum yang dihadapi pasar tradisional antara lain:

- a. Banyaknya pedagang yang tidak terampil
- b. Pasar tradisional mempunyai kesan kumuh
- c. Dagangan yang bersifat makanan siap saji mempunyai kesan kurang higienis.
- d. Pasar modern yang banyak tumbuh dan berkembang merupakan pesaing serius pasar tradisional
- e. Rendahnya kesadaran pedagang untuk mengembangkan usahanya dan menempati tempat dasar yang sudah ditentukan
- f. Masih rendahnya kesadaran pedagang untuk membayar retribusi
- g. Masih adanya pasar yang kegiatannya hanya pada hari pasaran

Dampak pasar modern terhadap pasar tradisional

Pada hakikatnya pasar modern dan pasar tradisional mempunyai kelebihan masing-masing dimana segmentasi pasar yang berbeda satu sama lainnya. Di pasar tradisional masih terjadi proses tawar-menawar harga yang memungkinkan terjalinnya kedekatan personal dan emosional antar penjual

dengan pembeli yang tidak mungkin didapatkan ketika berbelanja di pasar modern, dikarenakan di pasar modern harga sudah pasti yang ditandai dengan label harga. Salah satu keunggulan pasar modern atas pasar tradisional adalah kemampuan menjalin kerjasama dengan pemasok besar dan biasanya untuk jangka waktu yang cukup lama, yang menyebabkan dapat meningkatkan efisiensi melalui skala ekonomi yang besar. Juga beberapa strategi harga antara lain pemangkasan harga, dan diskriminasi harga antar waktu, strategi non harga di antara iklan, jam buka lebih lama, pembelian secara gabungan, dan parkir gratis.

Ancaman yang muncul dari keberadaan pasar modern antara lain; pertama, mematikan penjual di tradisional karena adanya pergeseran kebiasaan konsumen. Posisi yang berdekatan antar pasar modern melalui keunggulan yang dimiliki dibandingkan dengan pasar tradisional telah menyebabkan berpindahannya para pembeli pasar tradisional ke pasar modern. Kedua, terkait permasalahan perekonomian lokal. Perputaran uang di daerah, awalnya sebagian besar perputaran uang tersebut merupakan kontribusi dari UKM namun seiring dengan berkurangnya UKM dan pasar tradisional akibat kalah bersaing dengan pasar modern maka secara otomatis mengecilkan kontribusi mereka. Sementara di sisi lain, keberadaan pasar modern di suatu daerah tidak memberikan sumbangan yang signifikan pada perekonomian lokal karena pendapatan yang diperoleh dari pasar modern biasanya hanya berasal dari pajak IMB dan pajak reklame (<http://inz-myjourney.blogspot.com>).

Data dari Asosiasi Pedagang Pasar Tradisional Seluruh Indonesia (APPSI) pada tahun 2005 seperti dikutip website Kementerian Koperasi dan UKM menyebutkan, bahwa sekitar 400 toko di pasar tradisional harus tutup usaha setiap tahunnya. Jumlah ini kemungkinan akan terus bertambah seiring kehadiran pasar modern yang kian marak. Kondisi semacam ini tentu sungguh memprihatinkan. Semoga saja pengalaman kota Bangkok, Thailand yang awalnya memiliki puluhan pasar tradisional, namun kini hanya tersisa dua pasar karena terdesak oleh kehadiran puluhan hypermarket tidak terjadi di Indonesia.

Bagi pedagang tradisional, dengan trend pertumbuhan pasar modern tentunya akan dan telah membawa akibat pada penurunan daya saing pasar tradisional dan melemahkan posisi tawar menawar terhadap para pemasok yang juga menjadi pemasok pasar tradisional.

Mutu layanan yang cukup memuaskan merupakan alasan kuat yang menyebabkan pasar modern mampu menyedot minat para konsumen di berbagai wilayah. Selain itu, pasar modern juga memiliki keunggulan lingkungan seperti halnya suasana nyaman, ber-AC, bersih, aman dan ada pula yang dilengkapi dengan sarana hiburan. Pasar tradisional yang semula sebagai tempat berbelanja kaum ibu, kini tetap saja memiliki konsumen yang kebanyakan kaum ibu. Sementara pasar modern, bukan saja memikat belanja kaum ibu yang tadinya berbelanja di pasar tradisional, akan tetapi juga memikat kalangan pria, remaja, dan anak-anak yang berbelanja sendiri..

Masih sedikit studi mengenai hubungan antara supermarket dan pasar tradisional di Indonesia khususnya untuk wilayah kabupaten dan kecamatan. Ada anggapan bahwa pasar tradisional dan supermarket menarik segmen konsumen yang berbeda. Pasar tradisional umumnya menarik para konsumen kelas menengah-bawah, sementara supermarket menarik para konsumen dari

kelas menengah dan atas. Keuntungan kompetitif pasar tradisional adalah harga rendah dan kesegaran produk yang dijualnya, sementara supermarket menyajikan tingkat kenyamanan dan kebersihan terbaik.

Hasil penelitian Sulistyowati (1999) tentang persaingan pasar tradisional dan pasar swalayan berdasarkan pengamatan perilaku berbelanja di Kotamadya Bandung, menunjukkan bahwa dari beberapa indikator persaingan yang dianalisis dari perilaku berbelanja masyarakat dan karakteristik pasar tradisional dan pasar swalayan diketahui bahwa kehadiran pasar swalayan yang tumbuh dengan pesat belum sepenuhnya mampu menggantikan peran pasar tradisional karena hanya 17,72% pasar swalayan yang menjual barang-barang kebutuhan sehari-hari secara lengkap seperti pasar tradisional. Minat masyarakat untuk berbelanja di kedua jenis pasar cukup besar. Preferensi masyarakat terhadap jenis komoditas yang dibeli menunjukkan bahwa pasar tradisional adalah tempat berbelanja bahan pokok yang tidak lama (sayuran, daging-ayam-ikan, telur, bumbu dapur, dan beras), sedangkan pasar swalayan adalah tempat berbelanja barang kelontong dan bahan pokok yang tahan lama (perlengkapan mandi, deterjen, gula-susu-kopi-teh, makanan ringan, buah-buahan, dan perahot rumah tangga). Kesimpulan yang dikemukakan Sulistyowati bahwa persaingan antara pasar tradisional dan pasar swalayan sangat ketat adalah dalam hal segmen pasar, komoditas, dan pangsa pasar. Nampak bahwa dominasi pasar tradisional dalam kegiatan perdagangan barang-barang kebutuhan sehari-hari berkurang seiring dengan kehadiran pasar swalayan, namun pasar swalayan belum dapat menggantikan pasar tradisional.

Penelitian Solfres (2002) tentang perbandingan pasar tradisional (*wet market*) dengan pasar modern di Hongkong mengemukakan bahwa meskipun *wet market* tetap dominan, tetapi terjadi penurunan pangsa belanja konsumen ke *wet market*, tetapi tidak disebabkan oleh berkurangnya jumlah konsumen, melainkan oleh berkurangnya nilai belanja ke pasar tradisional. Pemicunya adalah strategi pemasaran pasar modern (terutama melalui program diskon)

Hasil penelitian kerjasama antara Deputy Bidang Pengkajian Sumberdaya UKMK, Kementerian Koperasi dan UKM dengan PT Solusi Dinamika Manajemen (2005) menunjukkan bahwa kehadiran pasar modern telah mengancam eksistensi pasar tradisional. Dampak keberadaan pasar modern terhadap pasar tradisional adalah dalam hal penurunan omzet penjualan. Dengan menggunakan uji beda, hasil analisis menunjukkan bahwa dari 3 variabel yang diteliti, variabel omzet penjualan pasar tradisional menunjukkan perbedaan yang signifikan antara sebelum dan sesudah hadirnya pasar modern dimana omzet setelah ada pasar modern lebih rendah dibandingkan sebelum hadirnya pasar modern. Sedangkan variabel lainnya, yaitu jumlah tenaga kerja dan harga jual barang tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan.

Penelitian yang dilakukan Suryadarma et al (2007) tentang "Dampak Supermarket terhadap Pasar dan Pedagang Ritel Tradisional di Daerah Perkotaan di Indonesia", dengan mengambil wilayah penelitian meliputi Jabodetabek dan Bandung. Hasil analisis melalui metode kuantitatif secara statistik tidak menemukan dampak signifikan pada pendapatan dan keuntungan, tetapi terdapat dampak signifikan supermarket pada jumlah pegawai pasar tradisional. Sedangkan temuan-temuan kualitatif menunjukkan bahwa kelesuan yang terjadi di pasar tradisional kebanyakan bersumber dari

masalah internal pasar tradisional yang memberikan keuntungan pada supermarket. Karena itu, untuk menjamin keberlangsungan pasar tradisional diperlukan perbaikan sistem pengelolaan pasar tradisional yang memungkinkannya dapat bersaing dan tetap bertahan bersama kehadiran supermarket.

Beberapa hasil penelitian terdahulu menunjukkan masih adanya perbedaan hasil tentang ada tidaknya dampak keberadaan pasar modern terhadap pedagang di pasar tradisional. Selain itu, umumnya penelitian tentang dampak ritel moderl terhadap kinerja pedagang di pasar tradisional mengambil wilayah perkotaan, padahal akhir-akhir ini ritel moderl seperti Indomaret dan Alfamart sudah penetrasi sampai ke wilayah kecamatan, dimana selama ini wilayah kecamatan, pasar tradisional merupakan satu-satunya tempat berbelanja masyarakat.

Kerangka Konsep

Pesatnya pembangunan pasar modern dirasakan oleh banyak pihak berdampak terhadap keberadaan pasar tradisional. Di satu sisi, pasar modern dikelola secara profesional dengan fasilitas yang serba lengkap; di sisi lain, pasar tradisional masih berkuat dengan permasalahan klasik seputar pengelolaan yang kurang profesional dan ketidaknyamanan berbelanja. Pasar modern dan tradisional bersaing dalam pasar yang sama, yaitu pasar ritel. Hampir semua produk yang dijual di pasar tradisional seluruhnya dapat ditemui di pasar modern, khususnya hipermarket. Hampir seluruh pasar tradisional di Indonesia masih menghadapi masalah internal seperti lemahnya manajemen, minimnya sarana dan prasarana, dan hanya sebagai salah sumber penerimaan retribusi (Poesoro, 2007).

Pasar modern (Indomaret atau Alfamart) merupakan pesaing dan akan mengancam keberadaan pedagang di pasar tradisional. Beberapa penyebabnya antara lain perubahan gaya hidup masyarakat, harga, kondisi pasar tradisional. Sebagaimana hasil kajian oleh INDEF bekerjasama dengan Departemen Perdagangan RI (2007) tentang Dampak Ekonomi Keberadaan Hypermarket terhadap Ritel/Pasar Tradisional bahwa pengembangan pasar tradisional harus fokus pada pencapaian atribut-atribut layanan yang dianggap penting bagi konsumen, yakni: keamanan, kenyamanan, kebersihan, kedekatan lokasi dengan pemukiman, dan terjaganya kualitas barang yang diperdagangkan.

Pada tahun 2006 Indomaret telah memiliki 1.857 gerai di seluruh Indonesia, dan meningkat menjadi 2.425 gerai pada tahun 2007. Sedangkan jumlah gerai yang dimiliki Alfamart masih lebih sedikit yaitu 1.918 gerai pada tahun 2007 (www.Indomaret.co.id). Melihat perkembangan pasar modern saat tentunya akan memberikan dampak pada pedagang di pasar tradisional, maka perlu dipikirkan suatu model pengembangan perdagangan di pasar tradisional karena keberlangsungan pasar tradisional menyangkut hajat hidup masyarakat. Pengembangan sektor perekonomian rakyat ini perlu menjadi perhatian pemerintah sesuai dengan sasaran utama pembangunan. Pemihakan pemerintah tidak perlu diwujudkan dengan cara menghambat pertumbuhan pasar modern, tetapi dapat melibatkan pelaku ekonomi golongan ekonomi lemah. Jadi peran pemerintah yang utama dalam hal ini adalah alokasi peran pelaku ekonomi.

Wiboonpongse dan Sriboonchitta (2006) mengemukakan bahwa salah satu penyebab kurang berkembangnya pasar tradisional adalah minimnya daya dukung karakteristik pedagang tradisional, yakni strategi perencanaan yang kurang baik, terbatasnya akses permodalan yang disebabkan jaminan (*collateral*) yang tidak mencukupi, tidak adanya skala ekonomi (*economies of scale*), tidak ada jalinan kerja sama dengan pemasok besar, buruknya manajemen pengadaan, dan ketidakmampuan untuk menyesuaikan dengan keinginan konsumen.

Penelitian Lembaga ACNielsen (2005) menemukan fakta, bahwa pada tahun 2004, kontribusi pasar tradisional sekitar 69,9%, menurun dari tahun sebelumnya yaitu 73,7% (2003), 74,8% (2002), 75,2% (2001), dan 78,1% (2000). Kondisi sebaliknya terjadi pada supermarket dan hypermarket, kontribusi mereka kian hari kian besar. Lebih lanjut hasil penelitian Suryadarma et al (2007) memperoleh temuan bahwa pasar tradisional yang berada dekat dengan supermarket terkena dampak yang lebih buruk dibanding yang berada jauh dari supermarket. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja pasar tradisional cenderung mengalami penurunan walaupun tidak sepenuhnya karena keberadaan pasar modern, kondisi sebaliknya kinerja pasar modern meningkat.

Keunggulan pasar modern antara lain melakukan beberapa strategi harga dan nonharga, untuk menarik pembeli, mereka melakukan berbagai strategi harga seperti strategi limit harga, strategi pemangsaan lewat pemangkasan harga (*predatory pricing*), dan diskriminasi harga antarwaktu (*inter-temporal price discrimination*). Misalnya memberikan diskon harga pada akhir minggu dan pada waktu tertentu. Sedangkan strategi nonharga antara lain dalam bentuk iklan, membuka gerai lebih lama, khususnya pada akhir minggu, *bundling/tying* (pembelian secara gabungan), dan parkir gratis. (Suryadarma et al, akan diterbitkan).

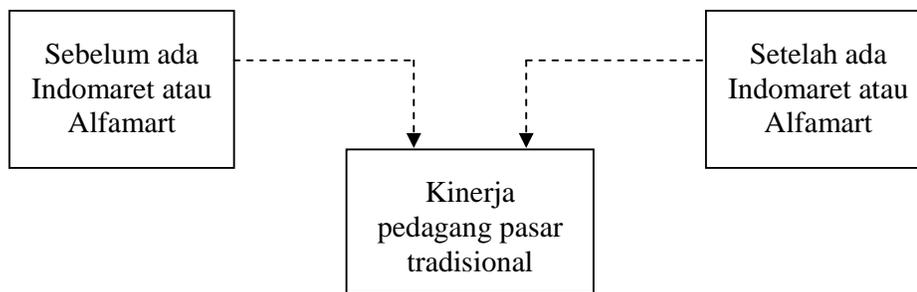
Pemihakan pemerintah kepada pedagang pasar tradisional dapat diwujudkan dengan memberikan kesempatan kepada pedagang pasar tradisional untuk turut memetik keuntungan dari peluang pertumbuhan permintaan masyarakat serta membantu mengantisipasi perubahan lingkungan yang akan mengancam eksistensi mereka. Karena sifat pedagang pasar tradisional yang umumnya lemah dalam banyak hal, maka peran pemerintahlah untuk secara aktif memberdayakan pedagang tradisional.

Pemberdayaan pedagang kecil di pasar tradisional dapat dilakukan antara lain dengan membantu memperbaiki akses kepada informasi, permodalan, dan hubungan dengan produsen atau supplier (pemasok). Pedagang pasar tradisional perlu mendapatkan informasi tentang masa depan, ancaman dan peluang usahanya, serta perlunya perubahan sikap dan pengelolaan usahanya sesuai dengan perubahan tuntutan konsumen. Dalam kaitannya dengan produsen pemasok, pedagang pasar tradisional perlu dibantu dalam mengefisienkan rantai pemasaran untuk mendapatkan barang dagangannya. Pemerintah dapat berperan sebagai mediator untuk menghubungkan pedagang pasar tradisional secara kolektif kepada industri untuk mendapatkan akses barang dagangan yang lebih murah.

Selanjutnya dalam hal permodalan, lembaga keuangan mikro seperti koperasi memiliki potensi yang besar dalam penyaluran kredit. Sebab umumnya kendala akses permodalan bagi pedagang kecil di pasar tradisional

adalah karena tidak *bankable*, tidak memiliki aset yang bisa dijaminkan, serta penghasilan yang tidak menentu. Umumnya sumber modal yang berkembang bagi pedagang di pasar tradisional adalah berasal dari rentenir atau bank harian yang bunganya relatif tinggi. Selain itu koperasi juga dapat dijadikan sebagai wadah untuk pemberdayaan pedagang di pasar tradisional, karena di samping menjadi solusi permodalan bagi pedagang di pasar tradisional, koperasi juga bisa berperan menjadi pemasok besar bagi pedagang di pasar tradisional sehingga mampu memotong rantai distribusi di pasar tradisional yang relatif panjang.

Penelitian ini akan mengkaji dampak dari pasar modern yaitu berdirinya Indomaret atau Alfamart di sekitar pasar tradisional terhadap kinerja pedagang pasar tradisional. Selain itu penelitian ini juga akan mengkaji peran lembaga keuangan mikro khususnya koperasi dalam memberikan solusi permodalan bagi pedagang kecil di pasar tradisional agar mampu bersaing dengan keberadaan pasar modern.



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Dampak dari berkembangnya pasar modern terhadap keberlangsungan pedagang di pasar tradisional bisa dikatakan sebagai berlakunya hukum bisnis, jika pasar tradisional tidak mampu bersaing atau memberikan layanan lebih baik kepada konsumen, dari sisi harga, kenyamanan, kualitas produk, maka akan ditinggalkan konsumen. Khusus untuk harga, memang menjadi keunggulan dari pasar modern, karena mampu menjual dengan harga yang bersaing bahkan lebih rendah dari pasar tradisional untuk produk yang sama, disebabkan kemampuan pasar modern untuk mengambil produk dalam jumlah yang besar dari pemasok, sehingga memperoleh harga beli lebih rendah. Sedangkan pedagang pasar tradisional harus mengambil barang dengan rantai distribusi yang panjang, sehingga jatuhnya harga ke konsumen menjadi lebih mahal dengan keuntungan yang relatif lebih kecil.

Minimnya daya dukung karakteristik pedagang tradisional, yakni strategi perencanaan yang kurang baik, terbatasnya akses permodalan yang disebabkan jaminan (*collateral*) yang tidak mencukupi merupakan salah satu kendala yang dihadapi oleh pedagang di pasar tradisional (Wiboonpongse dan Sriboonchitta, 2006). Jika para pedagang pasar tradisional ini diwadahi dalam suatu lembaga koperasi yang berperan sebagai lembaga penguatan modal maupun pemasok maka dari sisi harga, pedagang pasar tradisional masih mampu bersaing dan bertahan dari desakan pasar modern.

METODE

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif, berusaha menggambarkan keberadaan pasar tradisional yang ada di wilayah Kabupaten Malang, selanjutnya dilihat dampak keberadaan pasar modern (Alfamart dan Indomaret) terhadap kinerja pedagang pasar tradisional dilihat dari aspek omset, keuntungan, dan jumlah tenaga kerja. Populasi penelitian adalah pedagang di pasar tradisional yang berada di wilayah Kabupaten Malang. Pasar tradisional yang menjadi pasar perlakuan dipilih secara *purposive* dengan syarat berikut: terdapat gerai Indomaret atau Alfamart dalam radius kurang dari 300 kilometer dari pasar tradisional, gerai pasar modern tersebut mulai dioperasikan antara 2006 dan 2007. Pasar yang dipilih adalah pasar yang terbesar kontribusinya yaitu 5 pasar tradisional: Pasar Lawang, Gondanglegi, Singosari, Tumpang, Kepanjen, dan Pasar Dampit. Sedangkan ritel modern yang diambil dalam penelitian ini hanya Indomaret dan Alfamart dengan pertimbangan, dua ritel inilah yang jumlah gerainya menyebar hampir di setiap pasar tradisional. Sampel yang diambil sebanyak sebanyak 60 sampel, dengan alokasi sampel 12 pedagang pada tiap pasar.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam untuk menggali pendapat para pedagang di pasar tradisional mengenai usahanya dan dampak pasar modern serta kenyataan berkenaan dengan kegiatan pedagang. Sedangkan teknik analisis data menggabungkan antara metode kuantitatif dan kualitatif. Metode kuantitatif menggunakan Uji Beda Sampel Berhubungan (*Paired Sample Test*), untuk menguji dampak sebelum dan sesudah ada pasar tradisional. Sedangkan metode kualitatif digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik pasar tradisional dan pasar modern serta evaluasi dampaknya berdasarkan hasil wawancara mendalam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi pasar tradisional dilihat dari aspek konsumen

Konsumen di pasar tradisional didominasi oleh konsumen toko atau warung sebesar 40,7%, yaitu konsumen yang membeli barang/komoditas di pasar tradisional untuk dijual kembali. Konsumen terbesar berikutnya adalah konsumen rumah tangga yaitu 37,3%, berikutnya pedagang keliling sebanyak 15,3% dan konsumen lain yang tidak bisa diidentifikasi oleh pedagang (pembeli insidental). Demikian pula jika dilihat dari nilai transaksi, menunjukkan kondisi yang tidak berbeda, dimana konsumen toko/warung memiliki kontribusi nilai rata-rata transaksi terbesar (43,4%) dibandingkan nilai transaksi konsumen rumah tangga (33,5%) dan pedagang keliling (16,4%). Jika nilai transaksi toko/warung/pedagang keliling sebagai konsumen pengecer digabung, maka rata-rata nilai transaksi konsumen rumah tangga di pasar tradisional hanya sepertiga dari total transaksi di pasar tradisional.

Kondisi pasar tradisional dilihat dari aspek produk/komoditas

Komoditas atau produk yang dijual di pasar tradisional, didominasi oleh barang kebutuhan sembilan bahan pokok (sembako) yang mencapai 44,2%. Selanjutnya berturut-turut kebutuhan rumah tangga lainnya, sayur mayur, lauk-pauk. Sehingga jika ditotal produk-produk segar yang di pasar tradisional mencapai 88,4% dari keseluruhan komoditas di pasar tradisional.

Jika dilihat sumber barang dagangan atau komoditas yang diperjualbelikan sebagian besar pedagang mendapatkan barang dagangan dari para pengepul yang membawa komoditas dari produsen ke pasar atau sering disebut pengepul yaitu 43,4%, selanjutnya pemasok dari produsen langsung yang membawa produknya ke pasar yaitu 33,1% atau mengirimkan produknya ke pedagang-pedagang yang memesan. Sedangkan pemasok dari grosir dan pasar tradisional lainnya hanya 24%. Selanjutnya sistem pembayaran yang sering dilakukan oleh pedagang di pasar tradisional adalah tunai yaitu 72,5%, kredit hanya 22,3% sisanya konsinyasi.

Kondisi pasar tradisional dilihat dari harga komoditas

Penetapan harga produk yang dijual di pasar tradisional secara keseluruhan pedagang yang diwawancarai menyatakan harga jual ditetapkan berdasarkan margin dari pembelian ke produsen dan keuntungan yang diharapkan. Dengan mekanisme tawar menawar dengan pengepul atau produsen yang mensuplai produk di pasar tradisional, diharapkan mendapatkan harga pembelian termurah, sehingga mampu mendapatkan laba yang tinggi.

Keunikan harga jual di pasar tradisional adalah masing-masing pedagang menetapkan harga yang relatif sama untuk satu jenis komoditas, walaupun ada perbedaan, perbedaannya hanya sedikit, dan perbedaan tersebut dicapai dari mekanisme tawar menawar antara pedagang dan pembeli. Hal ini disebabkan umumnya pedagang mengambil produk dari para pengepul atau produsen yang sama, sehingga memperoleh harga yang relatif sama. Kondisi inilah yang menyebabkan ketatnya persaingan antar pedagang dalam menetapkan harga jual. Persaingan harga antar pedagang di pasar tradisional terutama di antara sesama pedagang, berikutnya grosir yang juga pemasok dari pedagang-pedagang di pasar, baru berikutnya para pedagang kaki lima berdagang di halaman-halaman / jalan di seputar pasar tradisional.

Dampak pasar modern terhadap pasar tradisional

Pengujian dampak pasar modern terhadap kinerja pedagang pasar tradisional dalam penelitian ini menggunakan kriteria omset, keuntungan, dan jumlah karyawan, dengan menganalisis perubahan yang terjadi pada ketiga kriteria tadi setelah beroperasinya pasar modern (Alfamart dan Indomaret) di sekitar pasar tradisional.

Temuan menarik berdasarkan survey pada 5 pasar tradisional adalah justru adanya peningkatan omset sesudah beroperasinya Alfamart atau Indomaret di sekitar pasar tradisional. Sebagian besar pedagang (65%) mengakui mengalami peningkatan omset dibandingkan tahun sebelumnya, sebanyak 8,3% mengakui omsetnya stabil, dan 25,7% dari 60 pedagang mengakui omset penjualannya mengalami penurunan pada tahun 2008 dibandingkan tahun-tahun sebelumnya.

Faktor penyebab omset para pedagang meningkat adalah karena para pedagang menerapkan strategi harga dan diversifikasi komoditas yang dijual. Strategi harga dilakukan dengan menerapkan pembelian kuantitas dapat potongan harga atau harga lebih murah, sedangkan diversifikasi komoditas dilakukan dengan menerima sistem konsinyasi terhadap produk yang dijual,

sehingga barang dagangan semakin lengkap, dan risiko yang ditanggung semakin kecil.

Walaupun omset pedagang di pasar tradisional meningkat, tetapi kondisi sebaliknya terjadi pada keuntungan, dimana keuntungan para pedagang di pasar tradisional menurun dibandingkan tahun sebelumnya. Besarnya penurunan keuntungan menurut pengakuan pedagang yang menjadi responden dalam penelitian ini berkisar antara 10 sampai 30 persen dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Selanjutnya menurut pengakuan pedagang di pasar tradisional beberapa penyebab dominan menurunnya omset penjualannya adalah pembeli berkurang atau sepi (31,3%), semakin ketatnya persaingan baik antar pedagang (25%) maupun dengan PKL yang banyak berdagang di pasar tradisional (12,5%), karena kenaikan harga komoditas (18,8%), juga karena adanya persaingan dengan grosir yang melayani eceran (12,5%).

Penurunan keuntungan pedagang di pasar tradisional ternyata lebih banyak disebabkan oleh semakin ketatnya persaingan baik persaingan antar pedagang, dengan pedagang sepanjang jalan (PKL), maupun grosir yang melayani pengecer, yang secara keseluruhan mencapai 50%. Walaupun para pedagang juga mengakui bahwa penurunan omset juga ditunjukkan oleh semakin berkurangnya pembeli atau sepi pembeli yaitu 31,3%. Faktor terakhir adalah kenaikan harga-harga barang sehingga masyarakat mengurangi jumlah pembelian.

Berdasarkan hasil analisis uji beda kinerja pedagang pasar tradisional sebelum dan sesudah berdirinya ritel modern (Alfamart dan Indomaret) diperoleh hasil bahwa dampak yang signifikan dirasakan pedagang adalah perubahan keuntungan dimana keuntungan mengalami penurunan dalam satu tahun terakhir dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Demikian pula jika dilihat dari aspek omzet ternyata ada perbedaan yang signifikan, tetapi justru omset pasar tradisional di Kabupaten Malang mengalami peningkatan, hal ini menunjukkan bahwa keberadaan ritel modern ternyata tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap penurunan omzet pedagang pasar tradisional. Hal ini terjadi karena di awal berdirinya ritel modern, pedagang tradisional merasakan adanya persaingan, sehingga strategi untuk bisa bersaing pedagang pasar tradisional adalah menerapkan harga yang lebih rendah dalam proses tawar-menawar (menurunkan persentase keuntungan), dengan tujuan mendapatkan pelanggan tetap atau agar konsumen tidak pindah pada ritel modern. Oleh karena itu walaupun omzetnya relatif tidak berubah, tetapi jumlah keuntungan yang diperoleh lebih rendah dari tahun-tahun sebelumnya. Hal ini didukung dari data yang diperoleh, dimana 65% dari pedagang yang diwawancarai menyatakan bahwa omset penjualan meningkat.

Faktor lain yang menyebabkan omzet pasar tradisional tidak terpengaruh oleh keberadaan ritel modern adalah 1) adanya keunggulan karakteristik komoditas yang dijual di pasar tradisional tetapi tidak tersedia di ritel modern seperti sayuran, lauk-pauk, daging segar, serta kebutuhan dapur; 2) karakteristik pelanggan di pasar tradisional dengan kuantitas pembelian besar adalah para toko/warung dan pedagang keliling, dan dua konsumen tersebut merupakan konsumen terbanyak di pasar tradisional yaitu mencapai 56% dari keseluruhan konsumen. Kedua konsumen ini sulit untuk pindah ke ritel modern karena di pasar tradisional berlaku sistem "ngapek-nyaur" atau pembelian dengan cara kredit, pelunasannya pada saat pembelian berikutnya,

3) sudah menjadi budaya di pasar tradisional adalah transaksi dilakukan dengan tawar menawar, sehingga seringkali di pasar tradisional berlaku harga khusus untuk pelanggan warung/toko, pedagang keliling yang sudah berlangganan, karena barang yang dibeli akan dijual lagi, dan kemampuan konsumen dalam melakukan tawar menawar dengan penjual. Keunggulan-keunggulan tersebut tidak dimiliki oleh ritel modern (Alfamart dan Indomaret) walaupun mungkin juga menjual barang yang sama, berapapun jumlah pembelian di ritel modern maka harga yang dibayarkan sesuai dengan harga per unit dikalikan jumlah pembelian.

Walaupun demikian, dengan keberadaan ritel modern di sekitar pasar tradisional akan membawa dampak berkurangnya jumlah konsumen yang berbelanja di pasar tradisional, karena akan terjadi segmentasi. Tidak semua konsumen menyukai proses transaksi melalui tawar menawar, karena konsumen harus menyediakan waktu untuk menemukan kesepakatan harga dengan penjual. Kesepakatan harga akan terjadi jika penjual bersedia menjual pada tingkat harga yang dianggap menguntungkan dan konsumen bersedia membeli pada tingkat harga tersebut, tetapi agar terjadi kesetaraan informasi, konsumen masih harus membandingkan harga barang antara satu toko dengan toko lain. Pengorbanan waktu dan tenaga inilah yang disebut dengan *cost of transactions* yaitu biaya yang ditanggung konsumen untuk melakukan transaksi jual beli. Konsumen yang tidak mau menanggung *cost of transactions* lebih menyukai berbelanja di ritel modern, karena harga sudah tertera pada produk, sehingga konsumen tinggal memilih produk dengan harga yang diinginkan. Konsumen pada segmen inilah yang umumnya berpindah dari pasar tradisional ke pasar modern, dan umumnya adalah konsumen rumah tangga atau konsumen yang berbelanja memang untuk memenuhi kebutuhan konsumsi sehari-hari, dan berdasarkan hasil penelitian jumlah konsumen rumah tangga ini hanya sekitar 33,5% dari keseluruhan konsumen pasar tradisional, dan tidak mungkin seluruhnya akan pindah ke pasar modern, karena beberapa kebutuhan sehari-hari tidak dijual di pasar modern, sehingga hanya sebagian jenis barang saja yang dibeli di pasar modern. Temuan ini relevan dengan hasil penelitian Smeru (2007) bahwa dampak keberadaan pasar modern terhadap pasar tradisional disebabkan oleh faktor karakteristik konsumen, dimana pelanggan pasar tradisional dari kalangan menengah ke atas yang akan pindah ke pasar modern.

Pedagang pasar tradisional sebagai UMKM merupakan salah satu unit usaha yang diklaim mampu menyerap tenaga kerja. Dari hasil analisis diperoleh hasil bahwa selama periode pengamatan tidak terbukti adanya perubahan yang signifikan jumlah tenaga kerja di pasar tradisional. Menurut para pedagang selama ini keluarnya pekerja di toko-toko pasar tradisional umumnya karena kehendak pekerja sendiri untuk mencari pekerjaan lain, bukan karena keuntungan usaha menurun sehingga pedagang di pasar tradisional harus mengurangi biaya tenaga kerja dengan memberhentikan pekerja. Perlu disampaikan bahwa salah satu karakteristik pasar tradisional adalah adanya hubungan kekeluargaan yang dibina baik antar pedagang maupun antara pedagang dengan para pekerja, selain itu umumnya pekerja yang bekerja di pasar tradisional adalah dari kalangan keluarga atau tetangga dari pedagang sendiri, sehingga jarang sekali terjadi pemberhentian. Jika dibandingkan dengan pekerja atau karyawan di ritel modern karakteristiknya berbeda, salah satu contoh: umumnya ritel modern menerapkan manajemen, tanggungjawab keamanan barang dagangan diserahkan kepada karyawan,

sehingga kehilangan barang dagangan harus ditanggung oleh para karyawan. Hal ini seringkali menyebabkan tingginya perputaran karyawan di ritel modern, karena karyawan tidak mampu menanggung kerugian jika barang dagangan seringkali hilang.

Memang harus diakui, harga jual beberapa komoditas, di pasar tradisional bisa lebih mahal dibandingkan yang dijual di ritel modern (Alfamart dan Indomaret), sehingga bisa dikatakan daya saing pasar tradisional dalam hal harga masih kalah dengan ritel modern. Tetapi kelemahan ini masih mampu dieliminir dengan karakteristik pasar tradisional yang menyajikan mekanisme tawar menawar antara penjual dengan pembeli, sehingga adakalanya pembeli justru mampu mendapatkan harga lebih murah dari harga di ritel modern. Hal ini disebabkan penjual berusaha mengurangi margin keuntungan yang diperolehnya untuk beberapa komoditas yang dijualnya tetapi mengambil margin keuntungan yang lebih besar untuk komoditas lainnya pada saat transaksi dengan konsumen. Penyebab lain dan seringkali menjadi penyebab utama adalah, ritel modern mampu menjalin kerjasama dengan pemasok besar, sehingga dengan pembelian dalam jumlah banyak mereka mendapatkan potongan harga, sehingga mampu menjual lebih murah. Salah satu kelebihan ritel modern adalah memiliki jaringan luas atau beberapa outlet yang tersebar di beberapa lokasi, sehingga dapat melakukan pengambilan barang dari pemasok dalam jumlah besar, untuk didistribusikan pada masing-masing pemasok, sedangkan pedagang di pasar tradisional, karena pengambilan dari pemasok terbatas pada kapasitas tokonya sendiri, sehingga tidak mungkin mengambil dalam jumlah besar, sehingga harga perolehan dari distributor lebih mahal jika dibandingkan dengan ritel modern.

Permasalahan lain yang dialami pedagang pasar tradisional adalah tingginya tingkat persaingan antar pedagang, sehingga satu-satunya strategi yang sering diambil untuk mendapatkan pembeli adalah strategi harga, yaitu memberikan harga termurah yang diinginkan pembeli dalam proses tawar menawar agar pembeli tidak pindah ke toko lain. Selain itu persaingan juga terjadi antara pedagang (toko) dengan pedagang kaki lima yang tersebar di seluruh area pasar. Para pedagang PKL menanggung biaya yang lebih murah dibandingkan dengan toko karena hanya menanggung biaya retribusi saja, sedangkan pedagang toko selain menanggung retribusi, juga harus menanggung sewa toko. Grosir di lingkungan pasar juga menjadi penyebab berkurangnya tingkat keuntungan pedagang, karena pedagang di pasar tradisional seringkali juga mengambil barang dagangan pada grosir, sedangkan grosir juga melayani pembelian eceran dari konsumen yang selisih harganya tidak terlalu banyak dengan pembelian yang dilakukan oleh toko pada grosir, sehingga margin keuntungan yang diperoleh pedagang menjadi lebih kecil untuk tetap mendapatkan pembeli. Hal ini didukung dari data yang diperoleh dari pedagang dimana penurunan keuntungan 31,3% disebabkan oleh berkurangnya pembeli, 50% karena persaingan yang semakin ketat, sisanya karena kenaikan harga komoditas secara umum, sehingga daya beli masyarakat berkurang.

Permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh pedagang pasar tradisional terkait dengan aspek harga sebenarnya bisa diatasi agar bisa bersaing dengan ritel modern. Rendahnya daya saing harga dari pedagang di pasar tradisional dibandingkan ritel modern adalah ketidakmampuan memanfaatkan peluang potongan harga yang diterapkan grosir untuk pembelian dalam jumlah besar

sebagaimana dilakukan oleh ritel modern. Masalah klasik yang dihadapi para pedagang adalah masih lemahnya permodalan karena sebagai UMK memiliki keterbatasan dalam mengakses modal dari bank. Kondisi ini bisa diatasi, jika para pedagang di pasar tradisional mampu menerapkan strategi pembelian bersama, yaitu toko-toko atau pedagang dengan karakteristik barang dagangan sejenis melakukan patungan sehingga mampu melakukan pembelian dari grosir dalam jumlah banyak untuk mendapatkan potongan harga, tentunya daya saring harga dapat ditingkatkan. Solusi lain, para pedagang biasanya memiliki asosiasi pedagang pasar, tentunya merupakan potensi yang cukup besar untuk penggalangan/pengumpulan modal melalui tabungan harian yang dikelola oleh pengurus asosiasi pedagang, modal yang terkumpul dapat dipinjam pedagang secara bergilir, atau dengan mekanisme arisan antar pedagang sehingga pedagang yang lemah dalam hal permodalan akan mampu memperoleh modal yang lebih besar bahkan tanpa biaya, daripada mengakses permodalan dari pinjaman dengan beban bunga.

Hasil analisis dan dukungan data yang telah dijelaskan menunjukkan bahwa kinerja pedagang pasar tradisional terkena dampak secara signifikan dari aspek keuntungan dengan keberadaan ritel modern Alfamart dan Indomaret di sekitar pasar tradisional, sedangkan omset dan jumlah tenaga kerja ditemukan bukti tidak ada dampak yang signifikan. Tetapi berkurangnya keuntungan pedagang di pasar tradisional lebih disebabkan oleh semakin ketatnya persaingan mendapatkan konsumen, sehingga para penjual menerapkan strategi pengurangan margin keuntungan, sebab jika dilihat dari omset ternyata justru mengalami peningkatan dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Hal ini ditunjukkan, omset pasar tradisional di Kabupaten Malang selama tahun 2008 ternyata mengalami peningkatan dibandingkan tahun-tahun sebelumnya, tercatat omset pasar tradisional di Kabupaten Malang mencapai Rp 4 triliun secara bruto, omzet perdagangan inilah yang membuat perekonomian masyarakat di Kabupaten Malang bisa stabil (www.beritajatim.com). Temuan ini mendukung hasil penelitian Sulistyowati (1999), bahwa kehadiran pasar swalayan yang tumbuh dengan pesat belum sepenuhnya mampu menggantikan peran pasar tradisional karena hanya 17,72% pasar swalayan yang menjual barang-barang kebutuhan sehari-hari secara lengkap seperti pasar tradisional. Persaingan antara pasar tradisional dan pasar swalayan sangat ketat adalah dalam hal segmen pasar, komoditas, dan pangsa pasar. Demikian juga dengan hasil penelitian Solfres (2002) bahwa meskipun *wet market* (pasar tradisional) tetap dominan, tetapi terjadi penurunan pangsa belanja konsumen ke *wet market*, tetapi tidak disebabkan oleh berkurangnya jumlah konsumen, melainkan oleh berkurangnya nilai belanja ke pasar tradisional. Pemicunya adalah strategi pemasaran pasar modern (terutama melalui program diskon).

Hasil penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian kerjasama antara Deputi Bidang Pengkajian Sumberdaya UKMK, Kementerian Koperasi dan UKM dengan PT Solusi Dinamika Manajemen (2005) yang menyatakan bahwa kehadiran pasar modern telah mengancam eksistensi pasar tradisional. Dampak keberadaan pasar modern terhadap pasar tradisional adalah dalam hal penurunan omzet penjualan sesudah hadirnya pasar modern. Juga berlawanan dengan hasil penelitian Suryadarma et al (2007) yang menyatakan bahwa tidak menemukan dampak signifikan pada pendapatan dan keuntungan.

Beberapa kesamaan dan perbedaan hasil penelitian ini mencerminkan bahwa pasar tradisional memiliki karakteristik yang berbeda di antara wilayah

satu dengan wilayah yang lain, hal ini terkait dengan karakteristik masyarakat dimana pasar tradisional berada. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik masyarakat Kabupaten Malang masih sulit meninggalkan budaya berbelanja dengan sistem tawar menawar untuk mendapatkan *maximum satisfaction* yaitu mendapatkan harga paling diinginkan melalui proses tawar menawar, yang tidak akan diperoleh di ritel modern. Selain itu, ritel modern Alfamart dan Indomaret yang tumbuh pesat di Kabupaten Malang, karakteristik komoditas barang dagangannya didominasi oleh barang kelontong dan bahan pokok tahan lama (perlengkapan mandi, deterjen, gula-susu-kopi-teh, makanan ringan, buah-buahan, dan perabot rumah tangga), belum menjual bahan pokok yang tidak tahan lama (sayuran, daging-ayam-ikan, bumbu dapur), sehingga konsumen untuk mendapatkan bahan pokok tidak tahan lama tetap akan mengunjungi pasar tradisional. Ritel modern (Alfamart dan Indomaret) bersaing dengan pedagang pasar tradisional terutama untuk segmen konsumen menengah atas.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Eksistensi pasar tradisional sebagai pusat perekonomian daerah di wilayah Kabupaten Malang disebabkan karena karakteristik yang dimiliki oleh pasar tradisional yaitu:
 - a. Konsumen didominasi oleh konsumen toko atau warung dan pedagang keliling yaitu konsumen yang membeli barang/komoditas di pasar tradisional untuk dijual kembali, sisanya adalah konsumen rumah tangga.
 - b. Produk/komoditas yang dijual terdiri bahan pokok yang tidak tahan lama (sayuran, daging-ayam-ikan, bumbu dapur), dan barang kebutuhan rumah tangga dan bahan pokok tahan lama (perlengkapan mandi, deterjen, gula-susu-kopi-teh, makanan ringan, buah-buahan, dan perabot rumah tangga).
 - c. Kesepakatan harga dicapai melalui mekanisme tawar menawar, sehingga bisa tercapai *maximum satisfied* bagi konsumen, karena mendapatkan harga yang diinginkan dari proses tawar menawar.Ketiga karakteristik pasar tradisional tersebut merupakan keunggulan pasar tradisional yang tidak dapat digantikan oleh keberadaan ritel modern Alfamart dan Indomaret.
2. Keberadaan ritel modern Alfamart dan Indomaret di sekitar pasar tradisional yang berada di wilayah Kabupaten Malang hanya memberikan dampak terhadap tingkat keuntungan pedagang pasar tradisional, tidak memberikan dampak signifikan terhadap omset dan jumlah tenaga kerja di pasar tradisional. Jadi keberadaan ritel modern Alfamart dan Indomaret meningkatkan persaingan untuk mendapatkan konsumen, sehingga pedagang di pasar tradisional menerapkan strategi persaingan harga dengan menurunkan margin keuntungan sehingga harga jual lebih murah untuk mempertahankan konsumen agar tidak beralih ke ritel modern. Padahal jika dilihat dari omset, justru mengalami peningkatan. Peningkatan omset pedagang pasar tradisional disebabkan jumlah konsumen yang pindah ke ritel modern umumnya adalah konsumen rumah tangga, padahal transaksi dalam jumlah besar di pasar tradisional didominasi dari toko/warung dan pedagang keliling.

3. Salah satu keunggulan ritel modern adalah dalam hal kemampuan mengakses pemasok besar dengan mekanisme pembelian dalam jumlah besar ke pemasok agar mendapatkan harga lebih murah (potongan harga), sehingga harga jual yang ditetapkan bisa lebih murah dibandingkan di pasar tradisional.

Saran-saran yang dapat dikemukakan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Salah satu kelemahan pasar tradisional dibandingkan ritel modern adalah daya saing harga karena ritel modern melakukan pembelian dalam jumlah besar kepada pemasok sehingga memperoleh harga lebih murah. Pedagang pasar tradisional bisa meningkatkan daya saing dalam hal harga dengan melakukan kerjasama dengan pedagang sejenis di pasar untuk patungan dalam mengambil barang dari pemasok, sehingga total pembelian menjadi lebih besar dan dapat memanfaatkan potongan harga dari pemasok untuk pengambilan dalam jumlah besar. Dalam hal ini peran asosiasi pedagang pasar dalam melakukan pemberdayaan pedagang di pasar tradisional.
2. Pemerintah daerah harus menyadari bahwa pasar tradisional, merupakan roda perekonomian di daerah, sehingga harus diberi perlindungan untuk menciptakan iklim persaingan usaha yang sehat. Perlindungan ini bisa diwujudkan dalam bentuk kebijakan yang mengatur pendirian ritel modern di wilayah Kabupaten Malang. Kebijakan yang diambil tentunya diiringi dengan pengawasan dalam implementasinya.
3. Keterbatasan penelitian ini di antaranya adalah hanya menguji dampak keberadaan ritel modern terhadap kinerja pasar tradisional dari sisi pedagang pasar tradisional sedangkan dari sisi konsumen tidak diteliti, selain itu tidak mempertimbangkan jarak ritel modern dengan pasar tradisional, ada kemungkinan jarak dengan pasar tradisional akan mempengaruhi dampak keberadaan ritel modern terhadap kinerja pasar tradisional. Sehingga perlu dikaji untuk penelitian yang akan datang dengan mempertimbangkan jarak ritel modern dengan pasar tradisional sehingga dimungkinkan menggunakan variabel kontrol baik jarak maupun pasar tradisional yang belum berdiri ritel modern.

DAFTAR PUSTAKA

- A.C. Nielsen. 2005. Asia Pacific Retail and Shopper Trends 2005 [online] <http://www.acnielsen.de/pubs/documents/RetailandShopperTrendsAsia2005.pdf> [27 November 2006]
- Baker, Judy. 2000. *Evaluating the Impact of Development Projects on Poverty: A Handbook for Practitioners*. Washington DC: Bank Dunia
- Collett, Paul and Tyler Wallace. 2006. 'Background Report: Impact of Supermarkets on Traditional Markets and Small Retailers in the Urban Centers.' Mimeo. Jakarta: SMERU Research Institute

- CPIS. 1994. *Perdagangan Eceran di Indonesia: Skala Kecil vs Skala Besar*. Jakarta: Center for Policy and Implementation Studies
- Daniel Suryadarma, et al. 2007. Dampak Supermarket terhadap Pasar dan Pedagang Ritel Tradisional di Daerah Perkotaan di Indonesia, *Lembaga Penelitian SMERU*. Jakarta.
- <http://inz-myjourney.blogspot.com>, Hegemoni Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional. Download April 2008.
- Instruksi Presiden No. 10 Tahun 1999 tentang *Pemberdayaan Usaha Menengah*
- Keputusan Menteri Keuangan No. 40/KMK.06/2003 tentang *Pendanaan Kredit Usaha Mikro dan Kecil*
- Kompas. 2006. 'Jangan Biarkan Pasar Bersaing dengan Hipermarket' [online] <<http://www.kompas.com/kompas-cetak/0606/02/metro/2693747.htm>> [2 Juni 2006]
- Peraturan Menteri Perdagangan No. 53/M-DAG/PER/12/2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern
- Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 1997 Tentang Waralaba
- Peraturan Menteri Perdagangan No.12 Tahun 2006 Tentang Waralaba.
- Poesoro, Adi. 2007. *Pasar Tradisional di Era Persaingan Global*. Jakarta: SMERU Research Institute.
- Pusat Penelitian dan Pengembangan Perdagangan Dalam Negeri Departemen Perdagangan RI, 2007. *Kajian Dampak Ekonomi Keberadaan Hypermarket terhadap Ritel/Pasar Tradisional*.
- Reardon, Thomas and Julio A. Berdegue, 2002. 'The Rapid Rise of Supermarkets in Latin America: Challenges and Opportunities for Development.' *Development Policy Review*.
- Reardon, Thomas, C. Peter Timmer, Christopher B. Barrett, and Julio Berdegue. 2003. 'The Rise of Supermarkets in Africa, Asia, and Latin America.' *American Journal of Agricultural Economics*.
- Reardon, Thomas and Rose Hopkins. 2006. 'The Supermarket Revolution in Developing Countries: Policies to Address Emerging Tensions among Supermarkets, Suppliers, and Traditional Retailers. *European Journal of Development Research*.
- Ritel Asia Online, 2008.

Sarief, Saifuddin. 2004. *Kebijakan untuk Meningkatkan Iklim yang Kondusif dalam Mengembangkan UMKM sebagai Kekuatan Ekonomi.*

Sinaga, Pariaman. 2004. Makalah Pasar Modern VS Pasar Tradisional. Kementerian Koperasi dan UKM. Jakarta : Tidak Diterbitkan.

Undang-Undang No. 9 Tahun 1995 tentang *Usaha Kecil*

www.antarajatim.com, akses April 2008.

www.Indomaret.co.id, akses April 2008.