



Penataan Pasar Rakyat dan Pasar Modern di Kota Surabaya

Ignatia Martha H¹ & Nuruni Ika K W²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

Article Infortion

Article history:

Received 24 May 2019; Received

in revised form 10 June 2019;

Available online 29 July 2020

ABSTRACT

The people's market plays an important role in supporting the distribution of goods and services in Surabaya. But its existence is increasingly pressured by the increasing number of modern markets (minimarkets) which continue to increase every year, which for the past seven years (2012-2017) numbered 729 units. The largest number are in strategic areas. And the existence of minimarkets has entered settlements. This study aims to enable the people's market and modern market as a result of the fact that the presence of the modern market in Surabaya is quite significant and is spread throughout the Surabaya region, which has a negative impact on the people's market, especially in terms of income and turnover.

Keywords: *People's Market, Modern Market*

Pasar Rakyat memegang peran penting dalam mendukung distribusi barang dan jasa di Surabaya. Tetapi keberadaannya semakin terdesak oleh bertambahnya jumlah pasar modern (minimarket) yang terus meningkat setiap tahun yang selama tujuh tahun terakhir (2012-2017) berjumlah 729 unit. Jumlah terbesar berada di area yang strategis. Dan keberadaan minimarket telah memasuki permukiman. Penelitian ini bertujuan untuk mamping pasar rakyat dan pasar modern hasil dari mamping bahwa keberadaan pasar modern di Surabaya cukup signifikan dan tersebar diseluruh wilayah Surabaya sangat memberikan dampak negative bagi pasar Rakyat terutama dalam hal pendapatan dan omset.

Kata kunci: *Pasar Rakyat, Pasar Modern*

PENDAHULUAN

Di sektor perdagangan, pertumbuhan pasar modern dan pasar tradisional cukup tersebar di seluruh wilayah dengan jumlah yang terus meningkat. Total pasar modern yang mendukung aktivitas perdagangan di Kota Surabaya dimana pada tahun 2013 jumlah pasar modern sebanyak 437 unit saja dan mengalami peningkatan yang cukup pesat pada tahun 2016 dan 2017 menjadi 729 unit.

Pemerintah seolah tidak mau tahu dengan fenomena menjamurnya usaha ritel tersebut karena pemerintah dengan mudah memberikan izin pembangunannya. Akibatnya, pedagang pasar rakyat yang menjadi korban. Pedagang pasar rakyat beranggapan bahwa minimarket-minimarket sekarang ini telah merusak perekonomian mereka. Di dalam pertumbuhannya saat ini, minimarket telah sampai pada daerah pingiranpinggiran kota atau pedesaan yang memang berpenduduk padat dan inilah yang menjadi sasaran utama para

pengusaha ritel tersebut. Di balik pertumbuhannya yang pesat tersebut, minimarket juga menimbulkan dampak baik dan buruk bagi masyarakat. Bagi masyarakat non pedagang, minimarket memberikan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari tanpa harus repot-repot untuk pergi ke pasar rakyat. Selain itu minimarket memberikan kenyamanan pelanggan atau masyarakat dalam berbelanja, berbeda dengan toko tradisional yang kurang mengutamakan kenyamanan bahkan kadang barang yang dibutuhkan juga kurang lengkap. Tetapi, jika dilihat dari kaca mata pedagang tradisional, menjamurnya minimarket hingga ke pedesaan ini sangat merugikan mereka karena pendapatan mereka menjadi menurun drastis. Keberadaan minimarket hingga di pedesaan dan pingiran-pinggiran kota yang didukung oleh modal besar dapat membahayakan pedagang tradisional yang tidak mampu menghadapi persaingan usaha,

Author Correspondence:

E-mail: ignatiamartha@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.33005/jdep.v2i2.92>

bahkan hal yang lebih buruk lagi adalah gulung tikarnya para pedagang tradisional karena dagangannya tidak laku.

Berdasarkan uraian di atas, maka pemerintah Kota Surabaya dirasa perlu mengambil kebijakan strategis dalam hal penataan dan penerbitan izin minimart. Sebagai bahan dalam proses pengambilan kebijakan, maka diperlukan kajian analisa kebutuhan pasar modern, yaitu minimart dengan mempertimbangkan aspek ekonomi, aspek demografi dan sosial masyarakat.

KAJIAN PUSTAKA

Kebijakan Pemerintah Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, merupakan salah satu kebijakan yang dikeluarkan pemerintah untuk mengatasi persaingan yang tidak seimbang antara pasar tradisional dengan pasar modern. Regulasi yang dikeluarkan pemerintah diharapkan benar-benar dilaksanakan dengan tepat khususnya oleh pelaku dalam pasar modern.

Menurut Lukman, dkk. (2012), seorang pengelola pasar harus memiliki kemampuan manajerial yang memadai dan memiliki kemampuan teknis di bidang perencanaan, pengorganisasian serta pengawasan pasar. Sumber daya manusia dapat dikatakan berkualitas jika mempunyai kemampuan untuk melaksanakan kewenangan dan tanggung jawab yang diberikan. Sumber daya pedagang dipengaruhi oleh beberapa faktor, di antaranya faktor sosial dan faktor ekonomi.

Menurut Nyoman Suartha, (2016) .Pengertian pasar secara sempit adalah adalah suatu tempat pertemuan antara penjual dengan pembeli untuk melakukan transaksi.¹ Secara sederhana pasar dapat diartikan sebagai tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Pengertian ini mengandung arti pasar memiliki tempat atau lokasi tertentu sehingga memungkinkan penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli produk, baik barang maupun jasa.

Menurut Herman Malano (2011) 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. 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.

Sinaga dalam Sarwoko (2008) 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 (umunya anggota masyarakat kelas menengah ke atas). Pasar modern antara lain mall, supermarket, departemen store, shopping center, 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 penyeleksi 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). Dari teori di atas dapat disimpulkan bahwa, pasar modern merupakan tempat yang memberikan pelayanan yang baik bagi para konsumen untuk memenuhi kebutuhannya.

METODE PENELITIAN

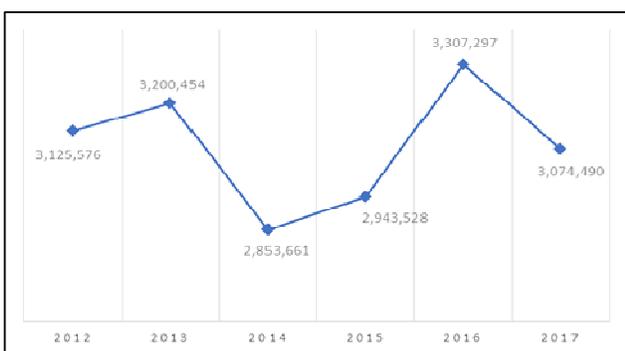
Teknik analisis yang digunakan dalam kajian ini adalah analisa kritis. Analisis yang kritis (atau berfikir kritis) merupakan suatu cara untuk mencoba memahami kenyataan, kejadian (peristiwa), situasi, benda, orang, dan pernyataan yang ada di balik makna yang jelas atau makna langsung. Analisis kritis mempertanyakan asumsi. Analisis kritis mengkaji situasi atau peristiwa dari sudut pandang yang utuh. Kontradiksi atau kebalikan dari sebuah situasi yang perlu dicari. Secara umum teknik analisis yang digunakan adalah tiga metode yaitu: (1). Statistik Deskriptive;

(2). Analisa Kebutuhan Berdasarkan Rasio dan (3). Analisa SWOT.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Perkembangan jumlah penduduk kota surabaya Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), penduduk adalah semua orang yang berdomisili di wilayah geografis Indonesia selama enam bulan atau lebih dana tau mereka yang berdomisili kurang dari enam bulan tetapi bertujuan menetap. Sehingga jumlah penduduk merupakan banyaknya orang yang menempati suatu wilayah dalam waktu tertentu. Perkembangan jumlah penduduk Kota Surabaya dapat digambarkan sebagaimana gambar 1 berikut ini:

Berdasarkan gambar 1 dibawah dapat diketahui bahwa perkembangan jumlah penduduk Kota Surabaya 6 (enam) tahun terakhir memiliki trend cenderung naik. Berdasarkan laporan perkembangan penduduk bulan Desember tahun 2017, penduduk Kota Surabaya berjumlah 3,074.490 jiwa. Jumlah tersebut meningkat sebesar 7,00 persen dari tahun 2016 dengan jumlah penduduk mencapai 3.307.297 jiwa.



Sumber: BPS Kota Surabaya, 2017

Gambar 1. Perkembangan Jumlah Penduduk Kota Surabaya Tahun 2012-2017

Peningkatan jumlah penduduk Kota Surabaya memiliki dampak positif terhadap iklim usaha perdagangan. Dampak positif tersebut antara lain terciptanya potensi peningkatan produksi/volume usaha dan ketersediaan tenaga kerja yang melimpah. Peningkatan jumlah penduduk berarti peningkatan juga dalam kebutuhan akan pangan, sandang dan papan, sehingga jumlah dan jenis usaha akan berkembang pula. Dengan demikian, peningkatan jumlah penduduk merupakan potensi berkembangnya kebutuhan yang berdampak pada pengembangan sektor perdagangan.

b. Pertumbuhan ekonomi kota surabaya
 Pertumbuhan Ekonomi dapat diukur berdasarkan perkembangan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) suatu daerah. Pertumbuhan ekonomi Kota Surabaya Tahun 2011-2016 jika dibandingkan dengan pertumbuhan ekonomi nasional maupun Jawa Timur dapat dilihat dalam Gambar 2.



Sumber: BPS Kota Surabaya, 2017

Gambar 2. Laju Pertumbuhan Ekonomi Kota Surabaya Tahun 2011-2016

Berdasarkan Gambar 2 Perkembangan ekonomi di Kota Surabaya pada tahun 2012-2017 mengalami fase yang dinamis. pada tahun 2012 pertumbuhan sebesar 7,35%, kemudian naik menjadi 7,58% di tahun 2013. Namun pada tahun 2014 pertumbuhan ekonomi mengalami penurunan menjadi 6,96%. Pada tahun 2015 kembali mengalami penurunan menjadi 5,97% dan pada tahun 2016 mengalami peningkatan sebesar 1,0% menjadi 6,07%. sedangkan di tahun 2017, pertumbuhan ekonomi di Kota Surabaya mengalami peningkatan sebesar 6,01%. Penurunan yang terjadi mulai tahun 2013 hingga tahun 2015 disebabkan oleh adanya perlambatan ekonomi global, yang tidak hanya dialami oleh Indonesia. tetapi juga hampir semua negara di dunia.

Pertumbuhan ekonomi Kota Surabaya selalu berada di atas pertumbuhan ekonomi Provinsi Jawa Timur maupun Nasional. Realisasi tahun 2017 menunjukkan pertumbuhan ekonomi Kota Surabaya berada 0.75 persen di atas pertumbuhan ekonomi Jawa Timur dan 1,03% di atas pertumbuhan ekonomi nasional.

c. Mapping sebaran minimart dan pasar modern di kota surabaya

Pasar Modern antara lain Mall, Supermarket, Department Store, Shopping Centre, Waralaba,

toko mini swalayan, 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 tidak memenuhi persyaratan klasifikasi akan ditolak.

Tabel 1. Sebaran Pasar Modern di Kota Surabaya

No	Kecamatan	Jmlh	No	Kecamatan	Jmlh
1	Asemrowo	3	17	Pakal	4
2	Benowo	7	18	Rungkut	38
3	Bubutan	20	19	Sambikerep	13
4	Bulak	5	20	Sawahan	18
5	Dukuh Pakis	27	21	Semampir	14
6	Gayungan	28	22	Simokerto	12
7	Genteng	14	23	Sukolilo	37
8	Gubeng	54	24	Sukomanunggal	22
9	Gunung Anyar	13	25	Tambaksari	36
10	Jambangan	7	26	Tandes	17
11	Karangpilang	10	27	Tegalsari	23
12	Kenjeran	17	28	Tenggilis Mejoyo	25
13	Krembangan	11	29	Wiyung	17
14	Lakarsantri	20	30	Wonocolo	34
15	Mulyorejo	36	31	Wonokromo	37
16	Pabean Cantian	14			
Jumlah		286	Jumlah		347
Total					633

Jumlah pasar modern di Kota Surabaya di Tahun 2017 sebanyak 633 unit, dimana pasar modern ini didominasi oleh minimarket indomaret yang berjumlah 324 unit yang tersebar di seluruh kecamatan. Di posisi kedua terdapat minimarket Alfamart dengan jumlah sebanyak 151 unit dan kemudian disusul oleh Alfamidi sebanyak 65 unit. Pasar modern lain yang juga ada di Kota Surabaya meliputi Superindo, Giant, Careffour, Matahari department store dan Hypermarket dengan masing-masing sejumlah 15 unit, 11 unit, 6 unit, 7 unit dan

5 unit. Sedangkan jenis pasar modern lain seperti Lotte Mart, Papaya, Circle K, City Mart, dan SOGO masing-masing sebanyak 3 unit. Adapun jenis pasar modern lain hanya berjumlah 1-2 unit. Selanjutnya untuk melihat sebaran dari pasar modern ini disajikan Tabel 1 diatas.

Berdasarkan Tabel 1, diketahui bahwa sebaran pasar modern di Kota Surabaya paling banyak berada di Kecamatan Gubeng dengan jumlah sebanyak 54 unit. Kemudian disusul oleh Kecamatan Rungkut sebanyak 38 unit dan Kecamatan Sukolilo serta Wonokromo masing-masing sejumlah 37 unit. Adapun kecamatan yang memiliki pasar modern paling sedikit yaitu Kecamatan Asemrowo dengan jumlah pasar modern sebanyak 3 unit saja.

Kecamatan Wonokromo dan Mulyorejo terdapat jenis pasar modern terbanyak dibanding dengan Kecamatan lainnya. di Kecamatan Wonokromo terdapat 37 unit pasar modern yang terdiri dari 12 jenis pasar modern diantaranya yaitu Ace Hardware sebanyak 1 unit, Indomaret sebanyak 18 unit, Alfamart sebanyak 8 unit, Alfa Midi sebanyak 2 unit, Giant, Palapa Supermarket, Carrefour, Foodmart, Matahari Dept Store, Lotte Mart, Hypermart, dan Toserba Remaja masing-masing sebanyak 1 unit. Begitu pula dengan Kecamatan Mulyorejo yang memiliki 12 jenis pasar modern yaitu Alfamart sebanyak 7 unit, Alfa Midi sebanyak 3 unit, Indomaret sebanyak 15 unit, Super Indo sebanyak 3 unit, Bonnet, Madani Mart, Giant, Zmart, Papaya, SOGO, Hypermart dan Ranch Market masing-masing sebanyak 1 unit. Dari kedua kecamatan terlihat bahwa minimarket indomaret masih sangat mendominasi dibandingkan dengan jenis pasar modern lainnya.

KESIMPULAN

Hasil mapping diperlukan evaluasi menyeluruh terhadap pengelolaan pasar rakyat baik yang berada di perkotaan maupun di pedesaan untuk menjaga dan memperkuat posisi pasar sebagai sentra perekonomian, terutama kelas menengah ke bawah. Karena pada kenyataannya implementasi Perda No. 13 tahun 2011 tidak sepenuhnya berjalan sesuai dengan yang ditetapkan.

Pemerintah daerah harus menyadari bahwa pasar rakyat merupakan roda perekonomian, sehingga harus diberi perlindungan sesuai dengan perda

yang ada untuk menciptakan iklim persaingan usaha yang sehat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustino, Leo. (2006). *Dasar-Dasar Kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta.
- Bryant C, And White. (1989). *Manajemen Pembangunan Untuk Negara Berkembang*. Jakarta: LP3ES
- Dwijowiyoto, Riant Nugroho. (2003). *Kebijakan Publik Formulasi, Implementasi, dan Evaluasi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Grindle, Merilee, S. (1980). *Politic and Policy Implementation in the Third World*. New Jersey: Princeton University Press.
- Herman Malano, *Selamatkan Pasar Tradisional*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2011, hlm. 62
- Lukman Muslimin, Fibria Indiati, dan Tjahya Widayanti. (2012). *Kajian Model Pengembangan Pasar Tradisional*. Buletin Ilmiah.H : 1- 44
- Moleong, J. Lexy. (2007). *Metodologi Penelitian kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda karya.
- Nyoman Suartha, *Revitalisasi Pasar Tradisional Bali Berbasis Pelanggan (Studi Kasus di Kabupaten Gianyar)*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2016, hlm.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia. (2007). *Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern*. Diakses dari <http://desaku.blogdetik.com>
- Sarwoko. (2008). *Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kinerja Pedagang Pedagang Pasar Tradisional Diwilayah Kabupaten Malang*. Malang : Universitas Kunjuruhan Malang
- Subarsono, Ag. (2005). *Analisis Kebijakan Publik: Konsop, Teori, dan Aplikasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sugandha, Dann. (1988). *Koordinasi: Alat Pemersatu Gerak Administrasi*. Jakarta: Intermedia.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R dan D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suwitri, Sri. (2008). *Konsep Dasar Kebijakan Publik*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Triana, Rochyati Wahyuni. (2011). *Implementasi dan Evaluasi Kebijakan Publik*. Surabaya: PT Revka Petra Media.
- Wahab, Solichin Abdul. (2012). *Analisis Kebijaksanaan dari Formulasi ke Penyusunan Model-Model Implementasi Kebijakan Publik*. Jakarta : Bumi Aksara