

# Kebijakan Perdagangan Ritel dan Dampaknya bagi Peritel Tradisional di Kota Malang

Kartika Dewi Sri Susilowati<sup>a</sup>, Andi Kusuma Indrawan<sup>b</sup>, Triesti Candrawati<sup>c</sup>

<sup>a</sup>Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Malang, Malang 65145  
E-mail : kartika.dewi@polinema.ac.id

<sup>b</sup>Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Malang, Malang 65145  
E-mail : andi.kusuma@polinema.ac.id

<sup>c</sup>Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Malang, Malang 65145  
E-mail : triesti.candrawati@polinema.ac.id

## ABSTRAK

*Using both qualitative and quantitative methods, the objective of the study was to examine the main cause of the decline in the business performance of traditional traders in Malang. The quantitative method was conducted using Difference in Difference (DiD), while qualitative method was conducted using in-depth interviews with several key informants. Results of the quantitative analysis shows that the elimination of traditional traders were caused by several factors. Internally, the low quality of human resources, the quality of management, the business strategy, the ability to master information technology were the main obstacles for traditional retailers to grow and evolve. Secondly, the lack of legal protection in the form of legislation that raises firm and harsh sanctions against violators of the regulation of the retail industry. Third, the lack of political will of the local government to develop the traditional markets. It appears from the lack of support and concern of the government in the area of physical development of traditional markets. If support exist, sometimes are not in favor of the traders that is not conducive for the development of traditional retailers.*

### Kata Kunci

*Pasar modern, ritel tradisional, ritel modern*

### 1. PENDAHULUAN

Ritel merupakan sektor industri yang sangat populer dan sudah mendominasi kehidupan masyarakat Indonesia sejak dahulu kala. Dalam perkembangan ekonomi Indonesia, industri ritel (eceran) merupakan industri yang sangat strategis, bahkan Aprindo (Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia) menyatakan bahwa sektor ritel merupakan sektor kedua yang menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia, dengan kemampuan menyerap sebesar 17,5 juta orang di bawah sektor pertanian yang mencapai 40,5 juta orang [1]. Dengan pendapatan per kapita penduduk Indonesia yang mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan (saat ini sekitar US\$ 3.542) serta jumlah penduduk yang mencapai lebih dari 235 juta orang maka tidak mengherankan kalau Indonesia memberikan peluang yang sangat menjanjikan untuk daya serap produk ritel. Artinya, dengan membaiknya perekonomian Indonesia serta jumlah penduduk yang begitu besar maka daya beli dan tingkat konsumsi masyarakat juga akan meningkat.

Potensi pasar yang begitu besar itulah yang juga menarik peritel asing/modern untuk membuka gerainya di Indonesia dengan format

*hypermarket, supermarket dan minimarket, yang kini berbaran di kota-kota besar di Indonesia. Dengan gaya dan layanan modern, peritel besar ini mampu dengan cepat menarik hati masyarakat untuk berbelanja disana. Dari website Data Consult (Business Research Studies Report) diperoleh data bahwa selama periode 2007 – 2011, jumlah gerai ritel modern di Indonesia mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan yaitu 17,57% pertahun, sementara pasar tradisional menyusut 8% per tahun [2]. Pada tahun 2007, jumlah gerai ritel modern hanya berjumlah 10.365 outlet sedangkan pada tahun 2011 tercatat sudah mencapai 18.152 outlet yang tersebar di kota-kota besar di Indonesia [3]. Pertumbuhan yang cukup signifikan ini juga disebabkan karena setiap pendirian pusat perbelanjaan (mall) baru akan selalu disertai dengan pembukaan ritel besar yang menjadi anchor tenant yang mampu menyedot minat pengunjung untuk datang ke pusat perbelanjaan tersebut.*

Dengan kondisi seperti itu, maka tidak mengherankan bila eksistensi peritel tradisional maupun keberadaan pasar tradisional di Indonesia kian terjepit oleh ekspansi usaha ritel modern.

Pelan tapi pasti, keberadaan ritel modern mulai menggeser pedagang kecil tradisional, sehingga jumlah pedagang kecil di pasar-pasar tradisional menyusut terus. Hasil survei atas 51 kategori produk kebutuhan sehari-hari (*consumer goods*) oleh [2] menunjukkan bahwa pangsa pasar tradisional sudah mulai termakan ritel modern. Artinya, keberadaan pasar modern yang notabene lebih banyak dimiliki oleh peritel asing dan konglomerat lokal berpotensi menggantikan peran pasar tradisional yang selama ini menjadi sumber penghidupan mayoritas masyarakat kecil yang sebelumnya menguasai bisnis ritel di Indonesia. Secara faktual, ritel asing/ besar dan modern tidak hanya membawa peluang namun juga ancaman, pertarungan yang tidak seimbang antara pedagang tradisional dengan peritel raksasa. Inilah fenomena umum di era globalisasi saat ini.

Fenomena perkembangan bisnis ritel modern juga merambah kota Malang, kota kedua terbesar di Propinsi Jawa Timur. Bisnis ritel/eceran di Malang berkembang sangat pesat, outlet-outlet baru sangat gencar dibuka sehingga nampak sekali bahwa mereka ingin menguasai tidak hanya kota-kota besar saja namun juga kota-kota lain, yang dianggap memiliki potensi ekonomi yang sangat besar. Dari observasi singkat terlihat bahwa hampir di setiap pusat keramaian hadir pusat perbelanjaan modern asing seperti *Giant* atau *Hypermart* dan *Carrefour* atau peritel lokal seperti *Matahari Department Store (MDS)* dan *Ramayana Department Store*. Selain peritel modern skala besar tersebut, kehadiran peritel modern -skala kecil- seperti *Alfamart* dan *Indomart* serta *AlfaMidi* juga semakin menambah ketat persaingan, terlihat dari jarak lokasi berdirinya bukan lagi kilometer atau ratusan meter, tapi hanya puluhan meter bahkan tidak jarang saling berhadapan-hadapan atau berdampingan.

Terkait dengan fenomena tersebut maka, penelitian ini dilakukan untuk melihat bagaimana pengaruh hadirnya pasar modern (*supermarket* dan *hypermarket*) terhadap tingkat keuntungan dan omzet penjualan dari pedagang tradisional di kota Malang serta bagaimana kebijakan pemerintah kota dalam melakukan perlindungan terhadap eksistensi pasar tradisional yang ada di kota Malang, khususnya dalam menghadapi era globalisasi yang ditandai dengan pesatnya pertumbuhan pasar modern di kota Malang.

## II. KAJIAN TEORI

### 2.1. Penelitian Terdahulu

Menurut [4], sejak retail modern menjadi bagian dari tatanan industri retail Indonesia, muncul persaingan yang ketat antar pelaku usaha. Terdapat dua sisi negatif dari keberadaan ritel

modern. Pertama, tersingkirnya pelaku usaha retail kecil dari pasar akibat ketidak-mampuan bersaing dengan ritel modern. Kedua, munculnya fenomena menguatnya kekuatan pasar (*market power*) ritel modern ketika berhadapan dengan pemasok barang, yang berujung pada munculnya eksploitasi pemasok oleh pelaku usaha ritel modern. Namun menurut [5], secara statistik, keberadaan supermarket tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan dan keuntungan pasar tradisional, akan tetapi berpengaruh secara signifikan terhadap jumlah tenaga kerja di pasar tradisional.

Ref [5] juga menyatakan bahwa penyebab utama tersingkirnya pasar tradisional lebih banyak disebabkan karena masalah-masalah internal mereka sendiri (buruknya manajemen pasar, sarana dan prasarana pasar yang sangat minim, pasar tradisional sebagai sapi perah untuk penerimaan retribusi dll) yang mana keadaan tersebut secara tidak langsung menguntungkan pasar modern. Sementara menurut [6], yang menjadi daya tarik masyarakat untuk datang ke lokasi pasar modern adalah kenyamanan, kemudahan akses dan parkir, jam buka yang panjang, harga yang kompetitif dan kualitas serta pilihan produk yang banyak. Di pihak lain, [7] menunjukkan bahwa globalisasi dalam perdagangan dan sistem informasi, pertumbuhan yang cepat dari minimarket, supermarket/hypermarket, pertumbuhan yang pesat pada outlet makanan cepat saji/restaurant, dan pertumbuhan yang sangat cepat terhadap periklanan makanan telah merubah gaya hidup, program diet, dan pola konsumsi makanan.

### 2.2. Pengertian, Tipologi dan Kebijakan

#### 2.2.1. Pengertian Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah pasar yang dikelola secara sederhana dengan bentuk fisik tradisional yang menerapkan sistem transaksi tawar-menawar secara langsung dimana fungsi utamanya adalah untuk melayani kebutuhan masyarakat baik di desa, kecamatan, dan lainnya [8]. Terdapat perbedaan budaya yang sangat mendasar antara pasar tradisional dan pasar modern. Perbedaan itu adalah di pasar tradisional masih terjadi proses tawar-menawar harga, sedangkan di pasar modern harga sudah pasti ditandai dengan label harga. Dalam proses tawar-menawar terjalin kedekatan personal dan emosional antara penjual dan pembeli yang tidak mungkin didapatkan ketika berbelanja di pasar modern. Sebagian konsumen pasar tradisional adalah masyarakat kelas menengah kebawah yang memiliki karakteristik sangat sensitive terhadap harga. Ketika faktor harga rendah yang sebelumnya menjadi keunggulan pasar tradisional mampu diruntuhkan oleh pasar modern, secara relatif tidak ada alasan

konsumen dari kalangan menengah kebawah untuk tidak turut berbelanja ke pasar modern dan meninggalkan pasar tradisional [9].

Sementara pengertian pasar tradisional menurut [12] Pepres RI No. 112/2007 adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah, termasuk kerjasama 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. Berikut akan disajikan pengertian pasar modern, tipologi dan perbedaan pasar tradisional dan pasar modern.

### 2.2.2. Pengertian Pasar Modern

Pasar Modern adalah pasar yang dikelola dengan manajemen modern, umumnya terdapat dipertokoan, sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen yang pada umumnya anggota masyarakat kelas menengah keatas. Yang termasuk dalam kategori pasar modern adalah mall, supermarket, *department store*, *shopping centre*, waralaba, toko mini swalayan, pasar serba ada, toko serba ada dan sebagainya [8].

Barang yang dijual di pasar modern memiliki variasi jenis yang beragam dengan kualitas yang relatif lebih terjamin karena melalui proses seleksi yang ketat sehingga barang yang tidak memenuhi persyaratan klasifikasi akan di tolak. Dari segi kuantitas, pasar modern umumnya mempunyai persediaan barang di gudang yang terukur. Dari segi harga, pasar modern memiliki label harga yang pasti.

### 2.2.3. Tipologi Pasar

Secara konseptual, tipologi pasar tradisional-modern lebih mengacu pada bangunan fisik. Perbedaan karakteristik antara pasar tradisional dengan pasar modern dapat dilihat pada Tabel 1.

Perkembangan yang cukup besar pada pasar modern, mendorong pemerintah mengeluarkan berbagai kebijakan untuk melindungi pedagang eceran ditingkat usaha kecil-menengah. Secara ringkas berbagai kebijakan tersebut dapat dilihat pada Tabel 2.

**Tabel 1: Perbedaan Pasar Tradisional Dengan Pasar Modern**

NO	ASPEK	PASAR TRADISIONAL	PASAR MODERN
1.	Historis	Evolusi panjang	Fenomena baru
2.	Fisik	Kurang baik, sebagian baik	Baik dan mewah
3.	Kepemilikan	Milik masyarakat/ desa, pmda, sedikit swasta	Umumnya perorangan/ swasta
4	Modal	Modal lemah/	Modal kuat/ digerakkan

		subsidi/swadaya masy/ Inpres dll	oleh swasta
5.	Konsumen	Umumnya golongan menengah kebawah	Umumnya golongan menengah keatas
6.	Metode pelayanan	Ciri dilayani, tawar menawar	Ada ciri swalayan, pasti
7.	Status tanah	Tanah negara, sedikit sekali swasta	Tanah swasta/perorangan
8.	Pembiayaan	Kadang-kadang ada subsidi	Tidak ada subsidi
9.	Pembangunan	Pembangunan fisik umumnya oleh pmda/ desa/ masy	Pembangunan fisik umumnya oleh swasta
10.	Pedagang yang masuk	Beragam, massal, dari sektor informal sampai pedagang menengah dan besar	Pemilik modal juga pedagangnya (tunggal) atau beberapa pedagang formal menengah dan besar
11.	Peluang masuk/ partisipasi	Bersifat massal pedagang kecil, menengah bahkan besar)	Terbatas, umumnya pedagang tunggal atau menengah atas
12.	Jaringan	Besar regional, pasar kota, pasar kawasan	Sistem rantai korporasi nasional atau bahkan terkait dengan modal luar negeri (manajemen tersentralisasi)

Sumber: Kepmenperindag No. 23/MPP/Kep/1/1998

**Tabel 2: Peraturan Pemerintah Tentang Perdagangan Eceran**

Peraturan	Uraian
Kepmendag Nomor: 1458/Kep/XII/84 tentang Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP)	Perusahaan yang melakukan kegiatan perdagangan wajib memiliki SIUP SIUP diperoleh secara cuma-cuma dari Kanwil atau Kandepdag Perusahaan kecil: modal < Rp 25 juta, menengah antara Rp 25 juta s/d Rp 100 juta, besar > Rp 100 juta Yang tidak wajib memiliki SIUP: (a) perusahaan cabang, (b) Perjan dan Perum, (c) perusahaan kecil perorangan
SKB Menperindag dan Mendagri Nomor: 145/MPP/Kep/5/97 Nomor 57/1997 tentang Penataan Pasar dan Pertokoan	Pendirian pasar modern di Dati II yang perkembangan kota dan ekonominya pesat, harus sejjin Menperindag dan Mendagri Pasar modern wajib melakukan kemitraan untuk mengembangkan UKM
Kepmenperindag No: 420/MPP/kep/10/1997 tentang Pedoman Penataan Pasar dan Pertokoan	Kemitraan pasar modern dengan UKM harus memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan Operasionalisasi kemitraan ditentukan oleh Tim
Keppres nomor: 96/1998 tentang <i>Negative List</i>	Perdagangan eceran skala besar, perdagangan besar, restoran terbuka bagi PMA 9 sebagai pengecualian di jasa perdagangan dan jasa penunjang perdagangan)
Kepmenperindag No: 23/MPP/Kep/1/1998 tentang <i>Kelembagaan Usaha Perdagangan Pengecer besar di Dati II</i>	Yang masuk dalam kategori kelompok pedagang besar: distributor utama, grosir, sub distributor, pemasok besar, ATPM Pedagang besar dapat mempekerjakan maks 10 TKA berpendidikan S1 dengan pengalaman min 3 tahun dibidang technical assistance Ratio TKA: TKI adalah 1:3 Pedagang besar dilarang melakukan kegiatan sebagai pengecer atau pedagang informal Yang juga masuk kelompok pedagang pengecer: agen pabrik, agen penjualan, agen pembelian, agen penjualan pemegang merk, pemasok, dealer

pengecer, pengecer tanpa merk  
Pengecer dibagi menjadi dua, yakni  
skala kecil (modal usaha < Rp 200 juta)  
dan skala besar (modal usaha > Rp 200  
juta)  
Pedagang pengecer boleh  
mempekerjakan maks 3 TKA, dengan  
ratio TKA:TKI adalah 1:3  
Pedagang besar wajib menerbitkan  
daftar harga, pengecer mencantumkan  
harga pada barang yang dijual dalam  
rupiah  
Usaha pasar modern wajib memperoleh  
ijin usaha pasar modern (IUPM) yang  
diperlukan sebagai SIUP. IUPM  
diberikan oleh menperindag c/q Dirjen  
Perdagangan Dalam Negeri  
Pasar modern wajib melakukan  
kemitraan dengan UKM.  
Jam kerja pasar modern: 10.00 s/d  
22.00.

Kepmenperindag No:  
107/MPP/Kep/2/1998  
tentang Pemberian Ijin  
untuk Pasar Modern

Sumber: Kompilasi dari berbagai sumber

#### 2.2.4. Kebijakan Perdagangan Ritel di Indonesia

Mengamati permasalahan dan fenomena perkembangan pasar modern di Indonesia, pemerintah telah mengeluarkan Peraturan Presiden Nomor 112 tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern sebagai respon dan sekaligus bentuk tanggung jawab Pemerintah dalam menjalankan fungsinya sebagai regulator atas masalah yang berkembang di masyarakat menyangkut keberadaan pasar dan toko modern yang semakin menjamur disetiap daerah. Dalam [12] tersebut disebutkan bahwa penataan dan pengaturan pasar tradisional dan pasar modern, termasuk perizinannya, kewenangannya terletak di Kabupaten/Kota. sementara di pasal 2 dan pasal 3 disebutkan bahwa lokasi pendirian pasar tradisional dan pasar modern wajib mengacu pada Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten/Kota (RTRW) dan Rencana Detail Tata Ruang Kabupaten/Kota termasuk zonasinya.

Sementara itu di [13] telah diatur investasi asing di sektor usaha ritel, dimana dalam aturan tersebut dikatakan bahwa investor asing hanya boleh masuk di level hipermarket dan supermarket dengan luas lahan di atas 1.200 meter persegi, di bawah itu hanya boleh *franchise* (waralaba) atau waralaba milik orang Indonesia. Untuk minimarket, ada pengaturan jam buka, yaitu pukul 10.00-22.00. Pengaturan jam buka terhadap ritel modern diantaranya adalah untuk melindungi eksistensi pasar tradisional yang bertolak pada kenyataan bahwa orang pergi berbelanja di pasar tradisional biasanya dilakukan sejak subuh hingga sekitar pukul 09.00. Dengan pengaturan jam buka tersebut diharapkan omzet penjualan dari pedagang di pasar tradisional tidak terganggu dengan kehadiran ritel modern.

Berikut disajikan beberapa peraturan pemerintah di tingkat pusat terkait dengan perdagangan ritel dapat dilihat pada Tabel 3.

**Tabel 3: Peraturan Pemerintah Tentang Perdagangan Ritel**

Peraturan	Keterangan
Peraturan Menteri Perdagangan RI No: 53/M-Dag/Per/12/2008 Tentang Pedoman Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern	Dalam Peraturan Menteri ini, memuat tentang Ketentuan Umum terkait dengan definisi Pasar, Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, Toko, Toko Modern, Pengelola Jaringan Minimarket, Pemasok, Usaha Kecil dan Menengah (UMKM), kemitraan, syarat perdagangan ( <i>trading terms</i> ), ijin usaha, peraturan zonasi dan lain-lain. Permen juga mengatur tentang Pendirian Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, serta masalah Kemitraan, Batasan Luas Lantai Penjualan Toko Modern, Pemberdayaan Pasar Tradisional, Sanksi dan lain-lain. Dari pasal 1 ayat (5) dinyatakan bahwa yang dimaksud dengan Toko Modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk Minimarket, Supermarket, <i>Department Store</i> , <i>Hypermarket</i> ataupun Grosir yang berbentuk Perkulakan. Sedangkan Pengelola Jaringan Minimarket adalah pelaku usaha yang melakukan kegiatan usaha di bidang Minimarket melalui satu kesatuan manajemen, dan sistem pendistribusian barang ke <i>outlet</i> yang merupakan jaringannya
Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 12 Tahun 2007 Tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern	Dalam Peraturan Presiden ini disebutkan definisi dari Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, Toko Modern, Pengelola Jaringan, Pemasok, Usaha Kecil, Kemitraan, Syarat Perdagangan ( <i>Trading Term</i> ), Ijin Usaha serta kewajiban untuk memperhatikan lingkungan sekitar. Sedangkan pada bab-bab selanjutnya diatur tentang masalah Penataan Pasar Tradisional, pusat Perbelanjaan dan Toko Modern terkait dengan lokasi pendirian, batasan luas lantai, sistem penjualan, jam buka bagi <i>hypermarket</i> , <i>department store</i> dan supermarket, pemasokan, kemitraan, pemasokan barang kepada toko modern, perijina serta pembinaan dan pengawasan (perlindungan terhadap pasar tradisional). Dalam Perpres ini tidak ada pengaturan jam buka bagi minimarket (toko berjaringan).
Peraturan Pemerintah RI Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba	Pasal 9 (1) disebutkan bahwa pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba diwajibkan untuk mengutamakan penggunaan barang dan/atau jasa hasil produksi dalam negeri sepanjang memenuhi standar mutu barang dan /atau jasa yang ditetapkan secara tertulis oleh Pemberi Waralaba. Dan di ayat (2) nya Pemberi Waralaba harus bekerjasama dengan pengusaha kecil dan menengah di daerah setempat sebagai Penerima Waralaba atau pemasok barang dan/atau jasa sepanjang memenuhi ketentuan persyaratan yang ditetapkan oleh Pemberi Waralaba.
Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 09/M-	Peraturan Menteri Perdagangan ini khususnya berbicara tentang Surat Ijin Usaha Perdagangan atau disingkat

DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tatacara Penerbitan Surat Ijin Usaha Perdagangan.

dengan SIUP yang artinya surat ijin untuk dapat melaksanakan kegiatan usaha perdagangan. Dalam Permendag ini disebutkan bahwa setiap perusahaan wajib memiliki SIUP yaitu SIUP Kecil, SIUP Menengah, SIUP Besar atau SIUP Perseroan Terbuka (Tbk), dengan pengaturan sebagai berikut:

- SIUP Kecil wajib dimiliki oleh perusahaan dengan modal dan kekayaan bersih (netto) seluruhnya sampai dengan Rp. 200.000.000,- (dua ratus juta Rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- SIUP Menengah wajib dimiliki oleh perusahaan dengan modal dan kekayaan bersih (netto) seluruhnya diatas Rp. 200.000.000,- (dua ratus juta Rupiah) sampai dengan Rp. 500.000.000,- (lima ratus juta Rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- SIUP Besar wajib dimiliki oleh perusahaan dengan modal dan kekayaan bersih (netto) seluruhnya diatas Rp. 500.000.000,- (lima ratus juta Rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

SIUP Perseroan Terbuka (Tbk) wajib dimiliki perusahaan yang berstatus Perseroan Terbuka dan telah menjual saham perusahaan paling banyak 49% dari seluruh jumlah saham perusahaan kepada badan usaha dan/atau perorangan asing melalui penawaran secara umum dan terbuka.

Sumber: Sumber: Kompilasi dari berbagai sumber

### III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif. Evaluasi dampak kuantitatif dilakukan menggunakan metode *difference-in-difference* (DiD) dan model ekonometrik, dua metode yang lazim dipakai dalam evaluasi dampak [10]. Sementara itu, evaluasi dampak kualitatif dilakukan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan beberapa informan kunci yang terkait dengan usaha ritel, diantaranya pedagang pasar tradisional; manager pasar tradisional; manager supermarket; pejabat pemerintah yang relevan, dinas perdagangan dan industri dan kantor pelayanan pasar daerah; Asosiasi Pengusaha Ritel (APRINDO); dan Asosiasi Pedagang Pasar Seluruh Indonesia (APPSI) dan anggota Dewan Perwakilan Rakyat Kota Malang. Studi ini menggunakan kuesioner untuk para pedagang dan panduan wawancara untuk para informan kunci sebagai instrumen penelitian. Kuesioner berisi pertanyaan tentang pendapat para pedagang mengenai usahanya dan dampak supermarket, serta fakta berkenaan dengan kegiatan pedagang.

### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil kajian yang dilakukan menunjukkan bahwa salah satu pemicu pesatnya perkembangan bisnis perdagangan (ritel) ini

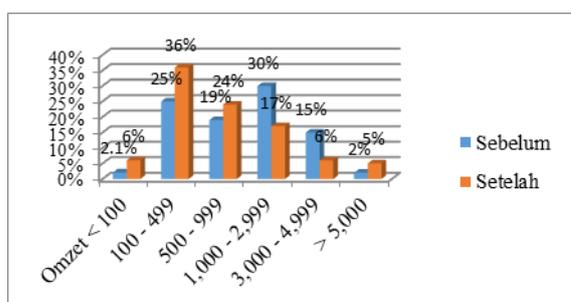
adalah Keppres No. 96/2000 (yang kemudian diperbaharui dengan Keppres No. 118/2000) tentang “Bidang Usaha Yang Tertutup dan Bidang Usaha yang Terbuka dengan Persyaratan Tertentu bagi Penanaman Modal”. Pada intinya melalui Perpres tersebut, bisnis perdagangan eceran skala besar (mall, supermarket, jaringan minimarket, *department store*, pusat pertokoan/perbelanjaan) dan perdagangan besar (*distributor/ wholesaler*, perdagangan ekspor dan impor) dikeluarkan dari *negative list* bagi penanaman modal asing (PMA). Artinya, apabila sebelumnya PMA dilarang melakukan usaha perdagangan eceran/ritel skala besar dan perdagangan besar, namun sejak dikeluarkannya Perpres tersebut para pemodal asing dapat membuka berbagai bentuk perdagangan ritel di Indonesia. Sejak saat itulah kemudian serbuan ritel asing modern ini sangat sulit dibendung. Dengan kombinasi berbagai kelebihan yang dimilikinya seperti kemampuan kapital yang sangat besar, kenyamanan, keamanan, kemudahan akses dan parkir, jam layanan buka yang panjang, harga yang kompetitif dan kualitas serta pilihan produk yang banyak, menjadikan pasar modern memiliki keunggulan bersaing yang lebih baik dibandingkan dengan pasar tradisional. Berbagai keunggulan diatas sangatlah mudah diwujudkan oleh pelaku usaha dengan kemampuan modal yang besar.

Pesatnya pertumbuhan ritel besar/ modern juga menunjukkan bahwa peluang bisnis ritel (pasar modern) ini cukup menjanjikan, sehingga tidak mengherankan apabila setiap tahun selalu muncul dan berdiri gerai baru di kota-kota besar. Pertumbuhan industri ritel ini di satu sisi sangat positif dan sangat menguntungkan konsumen Indonesia karena memberikan banyak kenyamanan dalam berbelanja kebutuhan sehari-hari namun, berbagai keluhan dari pedagang tradisional juga banyak bermunculan. Pertama, karena lokasinya yang berdekatan dan kedua, barang-barang yang dijual sama dan lebih kompetitif serta ketiga, jam buka yang panjang. Mengingat nilai strategis bisnis ritel dalam konstelasi bisnis Indonesia, maka persoalan ini menjadi persoalan besar yang harus segera dipecahkan oleh Pemerintah karena ekskalasi kekecewaan yang besar dari para pelaku usaha kecil dapat menjadi dis-insentif bagi perkembangan Indonesia secara keseluruhan. Berikut adalah dampak liberalisasi perdagangan ritel terhadap peritel tradisional di kota Malang.

#### 4.1. Dampak Liberalisasi Terhadap Penjualan dan Keuntungan Peritel Tradisional

Dari hasil penelitian di lapangan menunjukkan bahwa perkembangan pasar modern di Kota

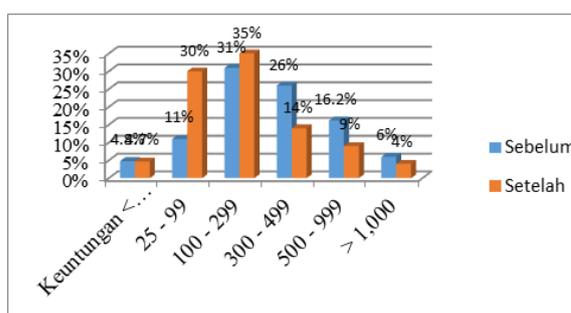
Malang baik yang berkelas minimarket, supermarket maupun hypermarket terbukti menimbulkan dampak negatif terhadap eksistensi dan keberlangsungan pasar tradisional yang umumnya diisi oleh para pedagang kecil dan menengah. Berikut akan disajikan bagaimana kondisi penjualan pedagang ritel tradisional sebelum dan setelah menjamurnya pasar modern di kota Malang seperti terlihat pada grafik dibawah ini:



Sumber: Data diolah

Gambar 1: Omzet penjualan Ritel Tradisional (dalam ribuan Rupiah)

Dari grafik diatas terlihat bahwa banyak pedagang tradisional yang mengalami penurunan penjualan setelah menjamurnya pasar modern di kota Malang. Secara agregat tingkat penurunan penjualannya mencapai 26% antara sebelum dan setelah berdirinya pasar modern (Susilowati, 2014). Sementara dari sisi keuntungan, grafik berikut memperlihatkan bagaimana pengaruh pasar modern terhadap capaian keuntungan pedagang ritel tradisional di kota Malang.

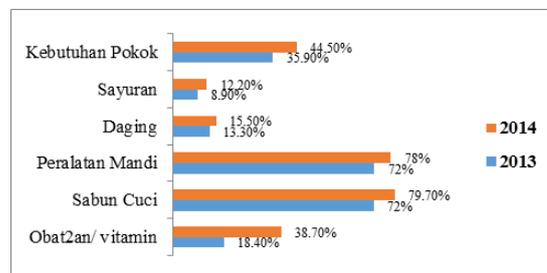


Sumber: data diolah

Gambar: Tingkat keuntungan ritel tradisional (dalam ribuan Rupiah)

Dilihat dari segi keuntungannya terbukti bahwa keberadaan pasar modern ini telah menurunkan tingkat keuntungan pedagang ritel tradisional secara agregat sebanyak 28% [11]. Fenomena ini akan berlanjut terus bila pemerintah kota tidak segera mengambil langkah strategis guna menyelamatkan eksistensi pedagang ritel tradisional.

Selain omzet dan keuntungan, keberadaan pasar modern (*hypermarket* dan *minimarket*) disekitar pasar kota Malang memberikan dampak negatif, terutama kepada para pedagang kebutuhan pokok yang mayoritas dagangannya tersedia juga di pasar modern.



Sumber: data diolah

Gambar 2: Hasil penjualan beberapa item

Dari survey yang dilakukan terhadap 50 pedagang tradisional kebutuhan pokok diperoleh hasil sebagai berikut. Terdapat 32 pedagang (64%) mengalami penurunan dalam penjualan beras, 27 pedagang (54%) mengalami penurunan pendapatan pada penjualan telur, 41 pedagang (82%) mengalami penurunan pendapatan pada penjualan gula pasir, 40 pedagang (80%) mengalami penurunan pendapatan pada penjualan minyak goreng, 35 pedagang (707%) mengalami penurunan pendapatan pada penjualan mie instan, 45 pedagang (90%) mengalami penurunan pendapatan pada penjualan susu. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah ritel modern, baik yang berbentuk supermarket, minimarket maupun *hypermarket* di kota Malang sebenarnya sudah “oversupply” [11]. Satu pasar modern idealnya memenuhi kebutuhan 50 ribu penduduk. Dengan jumlah penduduk sekitar 900 ribu orang, idealnya di wilayah Malang hanya membutuhkan 18-20 ritel modern. Namun dari pendataan yang dilakukan Disperindag kota Malang, jumlah pertokoan modern saat ini sudah lebih dari 100 unit. Jadi memang sudah *oversupply*. Lantas bagaimana kebijakan kota Malang terkait perdagangan ritel ini?

#### 4.2. Kebijakan Kota Malang Terkait Dengan Perdagangan Ritel.

Sebenarnya, di tingkat pusat sudah ada beberapa peraturan yang mengatur tentang usaha ritel, mulai dari Keputusan Presiden (Keppres) sampai Peraturan Pemerintah (PP) seperti terlihat di tabel 2 diatas. Namun faktanya, banyak ketentuan diatas yang dilanggar karena secara teknis belum diatur dalam peraturan daerah. Berikut disajikan beberapa kebijakan yang terkait perdagangan ritel di Kota Malang.

**Tabel 4: Peraturan Daerah Kota Malang Terkait Perdagangan**

Peraturan	Keterangan
Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 12 Tahun 2001 Tentang Pengaturan Usaha Dan Retribusi Bidang Industri Dan Perdagangan	Perda ini memuat masalah struktur dan besarnya Tarif Retribusi, tata cara pemungutan, tata cara pembayaran, tata cara penagihan, keberatan, pengembalian kelebihan pembayaran serta pengurangan, keringanan dan pembebasan retribusi.
Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 11 Tahun 2007 Tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 12 Tahun 2001 Tentang Pengaturan Usaha Dan Retribusi Bidang Perdagangan	Perda ini diterbitkan mengingat bahwa tarif retribusi bidang industri dan perdagangan yang diatur dalam Perda nomor 12 tahun 2001 tentang Pengaturan Usaha dan Retribusi Bidang Industri dan Perdagangan sudah tidak sesuai dengan perkembangan perekonomian dewasa ini, sehingga perlu dilakukan penyesuaian.
Peraturan Walikota Malang Nomor 8 Tahun 2009 tentang Tata Cara Pelayanan Perijinan Pada Badan Pelayanan Perijinan Terpadu Kota Malang.	Peraturan Walikota ini terbit didasarkan pada keinginan untuk mewujudkan pelayanan perijinan di bidang perindustrian dan perdagangan yang cepat, murah, mudah dan terintegrasi dengan bidang layanan perijinan lainnya. Peraturan Walikota ini mengamanatkan tentang pendirian kantor BP2T (Badan Penyelenggaraan Pelayanan Terpadu) yang bertugas melakukan pelayanan administratif di bidang Perdagangan dengan sistem satu atap antara lain meliputi pengurusan SIUP (Surat Ijin Usaha Perdagangan), TDI (Tanda Daftar Industri), IUI (Ijin Usaha Industri) dan lain lain. Dalam Perwali Malang ini juga diatur tentang Penyelenggaraan Pelayanan Perijinan terkait dengan jenis layanan serta sistem dan prosedur tetap pelayanan perijinan yang dilaksanakan pada Badan Pelayanan Perijinan terpadu Kota Malang.

Sumber: Disperindag Kota Malang, 2014

Dari tabel di atas terlihat bahwa belum ada Peraturan Daerah Kota Malang yang secara khusus mengatur masalah pengaturan dan penataan pertokoan modern di Kota Malang. Beberapa peraturan atau kebijakan yang ada, sama sekali belum menyentuh substansi pengaturan atau upaya perlindungan terhadap pedagang ritel tradisional di kota Malang, maka tidaklah mengherankan bila absennya Peraturan Daerah Kota Malang dimanfaatkan oleh pemilik kapital untuk mendirikan ritel modern dalam bentuk minimarket dengan model waralaba. Sebenarnya bila ada keseriusan dari pihak

pemerintah kota Malang untuk melindungi pedagang ritel tradisional, di tingkat propinsi sudah ada Peraturan Daerah Propinsi (PerdaProp) Jawa Timur Nomor 3 Tahun 2008. PerdaProp ini berisi tentang Perlindungan, Pemberdayaan Pasar Tradisional dan Penataan Pasar Modern di Jawa Timur yang dibuat untuk melindungi dan memperkuat daya saing pasar tradisional agar mampu berkembang dan bersaing secara adil dengan ritel/toko modern. Dalam [14] tersebut diatur masalah lokasi pendirian, perijinan, kewajiban, larangan dan sanksi serta jarak (meskipun tidak disebutkan secara detil berapa jarak ideal lokasi toko modern dari pasar tradisional).

Diterbitkannya PerdaProp ini juga dimaksudkan untuk memberikan arahan bagi pemerintah Kabupaten/ Kota agar dalam memberikan ijin pendirian pasar modern tidak berdampak negatif bagi kelangsungan hidup pasar tradisional dan usaha kecil lainnya. Artinya, sesuai ketentuan yang berlaku dalam PerdaProv tersebut disebutkan bahwa apabila Pemerintah Kabupaten/ Kota belum memiliki Perda tersendiri tentang perdagangan ritel, maka pemerintah Kabupaten/Kota diharapkan menggunakan Perda Propinsi Nomor 3 tahun 2008 tersebut sebagai pedoman ataupun panduan dalam melakukan penataan ritel modern yang ada diwilayahnya. Dengan demikian, PerdaProv ini sudah cukup memadai bila digunakan untuk mengatur/ menata maraknya perdagangan ritel modern di tingkat kabupaten/ kota.

Idealnya, Pemerintah Kota memiliki Perda tersendiri yang mengatur tentang hal ini, karena Pemerintah Kota-lah yang paling mengerti dinamika sosial masyarakat daerahnya. Namun penyusunan peraturan ini membutuhkan waktu yang sangat panjang karena harus melibatkan banyak pihak dengan berbagai kepentingannya masing-masing, misalnya Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (APRINDO), Asosiasi Pedagang Pasar Seluruh Indonesia (APPSI), Pemerintah Daerah, Masyarakat, LSM dan lain-lain. Di kota Malang sendiri, penyusunan peraturan terkait dengan perdagangan ritel ini sudah dimulai sejak tahun 2010, namun sampai saat ini belum juga selesai. Oleh karena itu, mengingat masalah yang ada di kalangan masyarakat sudah semakin mendesak untuk diselesaikan maka seharusnya pemerintah Kota Malang, menggunakan PerdaProp ini sebagai pedoman dan landasan hukum dalam melakukan perlindungan, pemberdayaan Pasar Tradisional dan Penataan Pasar Modern di wilayah Kota Malang. Akan tetapi sepertinya ini tidak dilakukan. Hal ini terlihat dari proses pemberian ijin pendirian minimarket di kota Malang yang begitu mudah

dan sederhana. Untuk mendirikan sebuah minimarket misalnya, menurut [15] cukup mengurus Ijin Mendirikan Bangunan (IMB) dan Undang Undang Gangguan (HO).

Melihat begitu mudahnya ijin diperoleh, maka tidaklah mengherankan bila pendirian ritel modern (minimarket) di kota Malang tidak tertata rapi dan terkesan semrawut. Selain masalah perijinan, lokasi juga memunculkan permasalahan tersendiri. Banyak ritel modern ini didirikan berdekatan dengan pasar tradisional bahkan pusat pendidikan. Pengaturan seperti itu perlu dilakukan untuk menghindari persaingan secara langsung dengan pasar-pasar tradisional, tak terkecuali usaha-usaha kecil yang dimiliki warga masyarakat. Contohnya adalah penataan lokasi minimarket, seharusnya -paling tidak- berpegang pada Perda RTRW (Rencana Tata Ruang dan Wilayah). Dalam [12], secara jelas diungkapkan bahwa penataan dan pengaturan pasar tradisional dan pasar modern, termasuk perijinannya terletak di tangan pemerintah daerah dalam hal ini Bupati atau Walikota. Sementara pasal 2 dan pasal 3 disebutkan bahwa lokasi pendirian pasar tradisional dan pasar modern wajib mengacu pada Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten/Kota (RTRW) dan Rencana Detail Tata Ruang Kabupaten/Kota termasuk zonasinya. Sayangnya, ketentuan yang ada di Perpres ini tidak dilaksanakan dengan baik oleh pemerintah Kota Malang, sehingga penataan serta perlindungan terhadap para pelaku perdagangan tradisional tidak dapat dilakukan dengan maksimal.

Selain masalah lokasi (zonasi) dan jumlahnya yang semakin banyak, paling tidak ada dua hal yang menyebabkan ritel tradisional kalah dibandingkan dengan ritel asing/modern. Dari sisi internal, faktor rendahnya kualitas SDM, kualitas manajemen, strategi bisnis, kemampuan menguasai teknologi informasi serta gaya dan kepedulian sosial menjadi kendala bagi ritel lokal untuk tumbuh dan berkembang. Sedangkan dari sisi eksternal, lemahnya dukungan pemerintah baik dari kebijakan yang terkadang tidak berpihak pada pengusaha ataupun penciptaan iklim usaha yang tidak kondusif turut menambah beban bagi perkembangan ritel lokal yang notabene tidak memiliki modal besar.

Mengenai sistim pelayanan kepada pembeli misalnya terdapat perbedaan yang mencolok antara pola peritel modern dengan peritel tradisional. Peritel modern menjual dengan sistim swalayan, artinya pembeli dapat memilah dan memilih sendiri barang belanjaan sesuka hati disesuaikan dengan kebutuhan, tentu ini merupakan kelebihan karena lebih bisa memberikan keleluasaan kepada pembeli untuk

memilih barang yang sesuai keinginan dan kemampuan tanpa harus merasa sungkan karena harus terus dilayani, ini yang disebut privasi. Berbeda dengan sistim pelayanan tradisional yang tidak efektif dan efisien dari sisi pelayanan dan biaya SDM, karena untuk waktu tertentu satu orang pegawai harus melayani satu pembeli.

Untuk sistim pengadaan barang, peritel modern sudah menggunakan sistim komputerisasi, dimana mesin *cash register* yang digunakan sudah tersambung dengan komputer induk sebagai data *server*, sehingga jenis barang yang laku terjual secara otomatis datanya terekam di data *server*, dengan demikian saat mereka melakukan *purchase order* berdasarkan *historical* penjualan. Artinya barang yang diadakan adalah memang benar benar barang yang laku, dengan demikian dapat diminimalisir kesalahan pengadaan barang yang berakibat pembengkakan *inventory* barang mati atau tidak laku yang sudah barang tentu menimbulkan kerugian, karena bisnis produk supermarket adalah bisnis dengan margin keuntungan yang tipis, sedangkan jangka waktu pembayarannya sangat pendek maksimal 7 hari, sehingga ketepatan pengadaan baik dari sisi jenis barang maupun jumlah barang sangat dituntut kejelian. Belum lagi kendala tanggal kadaluarsa yang harus diikuti, karena disamping membahayakan kesehatan apabila dikonsumsi, juga bisa menimbulkan akibat hukum bila dilanggar.

Sedangkan dari strategi penjualan, peritel modern jauh lebih agresif dengan pola potongan harga maupun pemberian hadiah karena mereka memiliki *budget* untuk melakukan semua kegiatan tersebut. Demikian pula dari sisi promosi, peritel modern memiliki perencanaan yang matang, komunikatif dan efektif dengan materi brosur, leaflet, pamflet, booklet, *flyer*, baliho, spanduk dan lain lain sehingga pesan bisa cepat diterima oleh pelanggan dan mengambil keputusan penentuan dimana sebaiknya bila akan belanja. Berbeda dengan peritel tradisional yang lebih mengandalkan komunikasi dasar berupa pembicaraan dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang sangat terbatas dan sering informasi mengalami distorsi.

#### 4.3. Kebijakan Pemerintah Daerah Propinsi Jawa Timur Terkait Dengan Perdagangan Ritel.

Di satu sisi, eksistensi ritel modern memang merupakan aset. Bila dikelola dengan baik, bisnis ini akan mendatangkan kesejahteraan bagi semua pihak. Banyaknya problem yang muncul saat ini membutuhkan solusi yang tepat, untuk itu ada beberapa hal yang perlu dilakukan ke depan. Pertama, perlu keberpihakan. Meskipun masih ada kelemahan, perlu ada penegakan Perpres

112/2007 dan Permendag 53/2008. Ekspansi ritel modern yang "kebablasan" dan melanggar aturan perlu segera dihentikan. Ketidakadilan ini berakar pada lemahnya atau absennya aturan perdagangan. Jika kondisi ini tidak segera ditangani, ratusan bahkan ribuan pedagang kecil akan kehilangan mata pencahariannya. Pasar tradisional mungkin akan tenggelam seiring dengan tren perkembangan dunia ritel yang didominasi oleh pasar modern.

Demikian juga dalam [14] tentang Perlindungan, Pemberdayaan Pasar Tradisional dan Penataan Pasar Modern di Jawa Timur dimana dalam Bagian Pertama tentang Perlindungan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional dan Penataan Pasar Modern pada pasal 6 ayat (5) dikatakan bahwa dalam melakukan perlindungan kepada pasar tradisional, usaha mikro, kecil, menengah, dan koperasi serta pelaku usaha yang ada didalamnya, pemerintah daerah berkewajiban memberikan perlindungan dalam aspek, *Persaingan dengan pelaku usaha di pasar modern baik dalam aspek lokasi maupun aspek lainnya*. Sementara dalam ayat (6) dikatakan bahwa dalam melakukan pemberdayaan pada pasar tradisional usaha mikro, kecil, menengah dan koperasi serta pelaku-pelaku usaha yang ada didalamnya, pemerintah daerah berkewajiban melakukan pemberdayaan dalam berbagai aspek yang menyangkut pembinaan, pemberian subsidi dan peningkatan kualitas sarana dan prasarana

Sedangkan pada Bagian Kedua Penataan Pasar Modern Pasal 7 ayat (1) dikatakan bahwa Lokasi pendirian Pasar modern dan toko modern wajib mengacu pada rencana tata ruang wilayah kab/kota, termasuk pengatur zonasinya. Pada ayat (2) dikatakan bahwa penyelenggaraan dan pendirian pasar modern dan toko modern wajib memenuhi ketentuan, sbb:

- a. Memperhitungkan keberadaan pasar tradisional
- b. Memperhatikan Jarak
- c. Penyediaan tempat usaha baik untuk usaha kecil maupun menengah

Dari paparan pasal 6 dan pasal 7 [14] diatas jelas bahwa pengaturan masalah perlindungan pedagang eceran kecil menengah tradisional dengan penataan ritel modern sudah diatur cukup baik. Kebijakan yang begitu kompleks menuntut kerjasama dan koordinasi banyak pihak, namun sepertinya koordinasi dan kerjasama antar instansi tidak cukup kondusif untuk terciptanya sebuah kebijakan yang mampu mengakomodir kepentingan berbagai pihak terutama kepentingan masyarakat banyak yang selama ini menjadi 'korban' keberadaan peritel modern di kota Malang. Oleh karena itu, jika ingin melindungi

pedagang ritel tradisional, kuncinya ada pada regulasi pemerintah. Untuk itu harus ada sanksi yang diterapkan kepada mereka jika terbukti terjadi pelanggaran atas ketentuan tersebut. Pentingnya regulasi pemerintah juga disampaikan Ketua Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (DPC Aprindo) kota Malang. Regulasi itu tidak hanya untuk menciptakan persaingan bisnis yang adil, aka tetapi juga untuk mencegah timbulnya gesekan sosial.

Yang juga perlu mendapatkan perhatian dari pemerintah adalah munculnya fenomena menguatnya kekuatan pasar (*market power*) ritel modern ketika berhadapan dengan pemasok barang, yang berujung pada munculnya eksploitasi pemasok oleh pelaku usaha ritel modern dalam bentuk penerapan *trading terms* yang berat seperti '*fixed price contract*' dan *listing fee*. Mengamati kondisi yang terjadi, maka kunci keberhasilan regulasi di sektor ritel akan terletak pada upaya penegakan peraturan perundangan yang telah ada, baik menyangkut tugas KPPU, pemerintah, maupun instansi lain yang terlibat dalam pengaturan industri ritel Indonesia. Tidak tegaknya regulasi dapat menjadi akar dari semakin kusutnya permasalahan. Dengan adanya regulasi tersebut, maka kehadiran pasar modern tidak hanya melindungi kepentingan masyarakat namun juga mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam bentuk penciptaan lapangan kerja baru, pengurangan kemiskinan dan kesenjangan pendapatan, serta mewujudkan tatanan kehidupan bersama yang harmonis dengan menciptakan iklim persaingan bisnis yang adil.

#### 4.4. Konsep Perlindungan Dan Pemberdayaan Pedagang Tradisional di Kota Malang

Berikut akan disampaikan beberapa saran dan pertimbangan kebijakan yang ditujukan untuk mendorong makin efektifnya Perpres dan Permendag oleh pemerintah yang implementasinya harus melalui Perda dan Keputusan Kepala Daerah yang dalam beberapa pengamatan tidak berjalan simetris dengan tujuan Perpres dan Permendag itu sendiri. Tidak efektifnya Perpres dan Permendag serta Perda Kota Malang tersebut membuat kekuatan pasar (*market power*) toko retail dan pusat perbelanjaan (pasar modern) cenderung melakukan praktek monopoli dan penyalahgunaan posisi dominan. Oleh karena itu, kebijakan ataupun peraturan yang dibuat harus tetap berlandaskan pada peraturan atau kebijakan di tingkat pusat maupun di tingkat propinsi diantaranya adalah 4 aturan dibawah ini:

Tabel 5: 4 Acuan Peraturan dan Kebijakan

Perdagangan Ritel

1.	SKB Menperindag dan Mendagri No.57/1997 tentang Penataan Pembinaan dan Penataan Pasar dan Pertokoan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menperindag mengatur, membina, mengembangkan usaha perdagangan di pasar dan pertokoan dan pedagang kecil dan menengah</li> <li>• Mendagri melakukan pembinaan Pemerintah Daerah dalam hal penataan dan pembangunan pasar/pertokoan.</li> <li>• Pemerintah Daerah menetapkan lokasi ijin lokasi pembangunan pasar/pertokoan</li> </ul>
2.	Peraturan Presiden RI Nomor 112 tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penataan pasar tradisional (Lokasi, AMDAL, lahan parkir)</li> <li>• Penataan Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern (Lokasi, Luas, AMDAL, Kemitraan, Jam Buka, Pemasokan Barang, Perijinan, dan Perlindungan, Zonasi)</li> </ul>
3.	Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 53/ M-DAG/ PER/ 12/ 2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pendirian Pasar tradisional, Pusat perbelanjaan dan Toko Modern (Lokasi, AMDAL, Kemitraan Usaha, Luas Lokasi, Perijinan, Pemberdayaan Pasar Tradisional, Zonasi)</li> </ul>
4.	Peraturan Daerah Propinsi Jawa Timur Nomor 3 Tahun 2008 tentang Perlindungan, Pemberdayaan Pasar Tradisional dan Penataan Pasar Modern Di Jawa Timur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perlindungan, Pemberdayaan Pasar Tradisional Dan Penataan Pasar Modern (lokasi, AMDAL, perijinan, Zonasi)</li> </ul>

Sumber: Kompilasi dari berbagai Peraturan/Kebijakan

Dengan mempertimbangkan pada kebutuhan masyarakat dan juga mengacu pada berbagai peraturan yang ada, maka seyogyanya peraturan daerah Kota Malang minimal harus menyangkut hal-hal sebagai berikut:

- Lokasi pendirian**  
Lokasi pendirian harus mengacu pada Rencana Tata Ruang Wilayah Kota dan Rencana Detail Tata Ruang Kota dengan mempertimbangkan kondisi sosial ekonomi masyarakat, keberadaan Pasar Tradisional, Usaha Kecil dan Usaha Menengah yang ada di wilayah Kota Malang
- Zonasi**  
Pemerintah seyogyanya menentukan jarak antara ritel modern dengan Pasar Tradisional sehingga tercipta kondisi persaingan dagang yang kondusif dan sehat.
- Jam operasional**  
Pemerintah mengatur jam operasional ritel modern (misalnya jam buka diatas jam 10.00 pagi) agar tidak mengganggu pasar tradisional yang masih beroperasi, sehingga tidak mematikan pedagang tradisional skala kecil

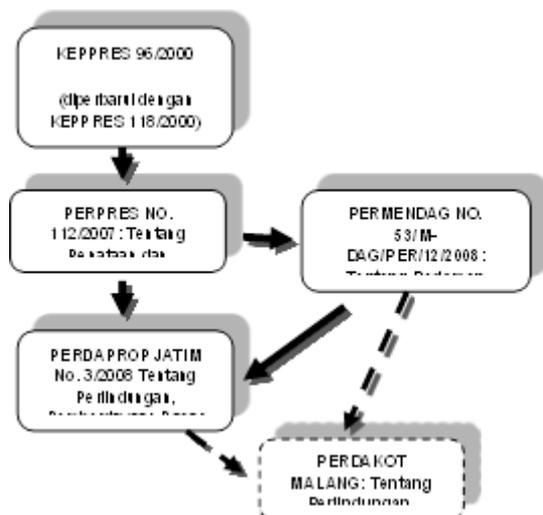
yang berlokasi berdekatan dengan pendirian ritel modern.

- Kemitraan**  
Pemerintah mengatur kerjasama usaha antara Usaha Kecil dengan Usaha menengah dan Usaha Besar disertai pembinaan dan pengembangan dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan, sebagaimana yang dimaksud dalam Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan.
- Pembinaan dan bantuan permodalan**  
Untuk meningkatkan kemampuan bersaing dari pedagang tradisional, maka pemerintah sebaiknya juga mengatur mekanisme pembinaan dan bantuan permodalan.
- Trading terms**  
Pemerintah juga mengatur syarat-syarat dalam perjanjian kerjasama antara Pemasok dan Toko Modern/Pengelola Jaringan Minimarket yang berhubungan dengan pemasokan produk-produk yang diperdagangkan dalam Toko Modern yang bersangkutan secara jelas dan wajar dengan memperhatikan prinsip keadilan dan saling menguntungkan.

Berikut adalah konsep yang ditawarkan dalam merumuskan Peraturan/kebijakan untuk Kota Malang yang mengacu pada peraturan yang sudah ada di tingkat pusat seperti [13] serta [14] Tentang Perlindungan, Pemberdayaan Pasar Tradisional Dan Penataan Pasar Modern di Propinsi Jawa Timur, seperti nampak dalam Gambar 2.

Selain penyusunan peraturan daerah yang sudah semakin urgen untuk dilakukan, ada beberapa hal lain yang juga perlu diperhatikan dan dijadikan landasan bagi pembuat kebijakan untuk menjaga kelangsungan hidup pasar tradisional. **Pertama**, memperbaiki sarana dan prasarana pasar tradisional. Konsep bangunan pasar ketika dilakukan renovasi harus diperhatikan sehingga permasalahan seperti konsep bangunan yang tidak sesuai dengan keinginan penjual dan pembeli dan kurangnya sirkulasi udara tidak terulang kembali. Masalah keterbatasan dana seyogyanya juga dapat diatasi dengan melakukan kerja sama dengan pihak swasta. **Kedua**, melakukan pembenahan total pada manajemen pasar. Sepatutnya, kepala pasar yang ditunjuk memiliki kemampuan dan kepandaian manajerial. **Ketiga**, pedagang tradisional selama ini selalu dihadapkan pada masalah permodalan dan jaminan/asuransi atas barang dagangannya. Oleh sebab itu, sudah saatnya Pemkot dan lembaga keuangan setempat memperhatikan hal ini. Strategi pengadaan barang yang seringkali menjadi strategi utama pedagang tradisional adalah membeli barang dagangan dalam bentuk tunai dengan menggunakan dana

pribadinya. Kondisi tersebut berdampak negatif terhadap usaha mereka. Mereka menjadi sangat rentan terhadap kerugian yang disebabkan oleh rusaknya barang dagangan dan fluktuasi harga. Untuk menghindari tenggelamnya pasar tradisional akibat kehadiran pasar modern, diperlukan pendekatan yang terpadu menyangkut keempat permasalahan diatas, yakni adanya regulasi untuk melindungi pasar tradisional, dukungan perbaikan infrastruktur, penguatan manajemen dan bantuan permodalan bagi pedagang di pasar tradisional.



Sumber : Konsepsi Peneliti

Gambar 2:Konsepsi Perlindungan & Pemberdayaan Pedagang Tradisional di Kota Malang

## V. KESIMPULAN

Dari pemaparan hasil penelitian diatas berikut disajikan beberapa kesimpulan sebagai berikut

Pemerintah Kota Malang belum memiliki kebijakan atau peraturan Pemerintah Kota terkait dengan Perlindungan terhadap Peritel Tradisional serta penataan ritel modern. Namun dalam kegiatannya, juga tidak menjadikan Peraturan Daerah Propinsi Jawa Timur nomor 3 tahun 2008 tentang Perlindungan, Pemberdayaan Pasar Tradisional dan Penataan Pasar Modern di Propinsi Jawa Timur sebagai pedoman atau arahan dalam penentuan kebijakannya. Pemkot Malang tidak melakukan pembatasan Zonasi dalam hal Ijin Pendirian Ritel Modern, karena ijin pendirian hanya didasarkan pada Ijin Mendirikan Bangunan (IMB) dan Undang Undang Gangguan (HO/Hinder Ordonansi).

Serbuan minimarket di Kota Malang akibat kebijakan liberalisasi bidang perdagangan yang arahnya belum jelas tersebut mengakibatkan peritel Modern dalam hal ini Minimarket yang dikelola oleh jaringan (Alfamart dan Indomart)

berkembang luar biasa tanpa kendali. Keberadaan peritel modern tersebut telah menggeser keberadaan pedagang di pasar tradisional terbukti jumlah pedagang di pasar-pasar tradisional menyusut secara drastis. Oleh sebab itu kebijakan pemerintah terkait masalah zonasi dan jam buka sudah sangat mendesak untuk diadakan sehingga keberadaan dan eksistensi Peritel Tradisional dapat dilindungi.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Pertama-tama saya sampaikan Puji Syukur kepada Allah SWT yang telah memberi kemudahan dan kelancaran kepada saya dalam menyelesaikan artikel ini dengan baik. Rasa terima kasih juga saya sampaikan kepada Kementerian Ristek dan Dikti yang telah membiayai penelitian saya dalam bentuk hibah penelitian fundamental pada tahun 2014 sebagai bahan untuk artikel ini. Terima kasih juga saya sampaikan kepada semua pihak (informan, responden maupun pihak-pihak lainnya) yang telah membantu saya dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] KPPU. 2006. Saran Pertimbangan Terhadap Rancangan Peraturan Presiden Tentang Penataan dan Pembinaan Usaha Pasar Modern dan Uasaha Toko Modern. <http://www.kppu.go.id>
- [2] A.C. Nielsen. 2009. Asia Pacific Retail and Shopper Trends (Trend Pembeli dan Ritel Asia Pasifik 2009). [online] <<http://www.acnielsen.de/pubs/documents/RetaiandShoppersAsiaTrends2009.pdf>>
- [3] [www.wartaekonomi.co.id](http://www.wartaekonomi.co.id), April 2013, diakses pada tanggal 10 Juli 2015 pukul 12.10 WIB.
- [4] Taufik Ahmad. 2007. Business Competition Regulation In The Retail, *The SMERU Research Institute*, No. 22, April – June.
- [5] Daniel Suryadarma, Adri Poesoro, Sri Budiayati, Akhmadi, Meuthia Rosfadhila, 2007. Impact of Supermarkets on Traditional Markets and Retailers in Indonesia's Urban Centers, *The SMERU Research Institute*, Agustus, Jakarta.
- [6] Mutebi, Alex M. 200).Regulatory Responses to Large-Format Transnational Retail in South-east Asian Cities, *Urban Studies*, Vol. 44, No. 2, 357-379, February.
- [7] Achmad Suryana, Mewa Ariani and Erna M Lokollo,. 2008. The Role of Modern Markets In Influencing Lifestyles in Indonesia, *Jurnal Litbang Pertanian*, 27 (1), Jakarta.
- [8] Sinaga Pariaman. 2004. Makalah Pasar Modern VS Pasar Tradisional Sinaga,

- Pariaman. 2004. Makalah Pasar Modern VS Pasar Tradisional. Kementerian Koperasi & UKM. Jakarta: Diterbitkan (online) dalam [http://www.smecda.com/kajian/files/jurnal/Hal\\_85.pdf](http://www.smecda.com/kajian/files/jurnal/Hal_85.pdf) diunduh tanggal 22 Januari 2015
- [9] Wildan Ekapribadi. 2007. Pasar Modern: Ancaman Bagi Pasar Tradisional? <https://bimandiri.wordpress.com/2007/11/08/> diunduh pada tanggal 22 Januari 2015
- [10] Judy Baker (2000) *Evaluating the Impact of Development Projects on Poverty: A Handbook for Practitioners*. Washington DC: Bank Dunia
- [11] Kartika Dewi Sri Susilowati. 2014. The Impacts of Modern Market To Traditional Traders (A Case in Malang City), *International Journal of Technical Research and Application (IJTRA)*, Special Issue 8, November, p. 38-44, [www.ijtra.com](http://www.ijtra.com)
- [12] Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor: 112 Tahun 2007 Tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern, Jakarta
- [13] Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 53/M-DAG/PER/12/2008 Tentang Pedoman Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern
- [14] Peraturan Daerah Propinsi Jawa Timur Nomor: 3 Tahun 2008 Tentang Perlindungan, Pemberdayaan Pasar Tradisional Dan Penataan Pasar Modern Di Provinsi Jawa Timur, Surabaya
- [15] Peraturan Walikota Nomor 8 Tahun 2009 Tentang Tata Cara Pelayanan Perijinan Pada Badan Pelayanan Perijinan Terpadu Kota Malang.