

KAJIAN PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DAN PASAR MODERN DI KOTA MALANG

Rachmad Yusuf Susanto, Budi Prihatmingtyas
Universitas Tribhuwana Tungadewi

rachmadyusufsusanto@yahoo.co.id

Abstrak

Pasar tradisional merupakan aset daerah yang dapat menghidupi banyak orang. Bahkan masyarakat di kota Malang menggantungkan hidupnya pada pasar tradisional sebagai salah satu penyumbang pendapatan asli daerah. Tujuan jangka panjang penelitian ini adalah meningkatnya kesejahteraan masyarakat khususnya pedagang pasar tradisional melalui pemanfaatan sumberdaya yang rasional, optimal, memiliki konsep pasar moderen. Tujuan penelitian 1. Menjelaskan karakteristik pedagang pasar tradisional tentang konsep pasar moderen 2. Jaminan sosial pedagang pasar tradisional. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan partisipatif Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang tidak melakukan pengujian hipotesis hanya menggambarkan keadaan sesuai dengan fakta yang ditemukan. Lokasi penelitian di pasar Blimbing Kota Malang. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan observasi. Pendekatan untuk memperoleh informasi tentang profil pedagang pasar tradisional yang menggunakan konsep pasar moderen, menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian ini bermanfaat khususnya bagi pedagang pasar tradisional. Memahami IPTEKS dan sosial budaya di era globalisasi.

Kata kunci : Pedagang pasar tradisional, pasar moderen

PENDAHULUAN

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.

Pasar tradisional harus menjadikan pusat transaksi dan jaringan pemasok kebutuhan pokok. Sehingga selain mempunyai daya saing juga bisa sama-sama berkembang dengan pasar modern yang tergolong perdagangan eceran besar seperti Hypermarket, Supermarket, Supermarket, Bisnis Waralaba dan pusat pusat belanja lainnya. Untuk merubah citra pasar tradisional dari kesan kotor, semrawut, bau dan gersang, serta meningkatkan daya saing pasar tradisional perlu dilakukan perbaikan pelayanan terhadap konsumen, antara lain, dengan pembenahan fisik yang mencakup perbaikan areal penjualan, sirkulasi udara, fasilitas pembuangan sampah, MCK, pengelolaan air bersih, perpakiran dan pencahayaan. Hal ini akan membuat konsumen merasa betah untuk berlama lama di dalam pasar karena kondisinya bersih, teratur, nyaman dan sejuk. Sehingga pihak konsumen yang pada awalnya tidak terencana untuk membeli barang akan berubah pikiran menjadi berbelanja. Dengan demikian dapat menambah potential demand (kekuatan membeli) bagi pedagang pasar tradisional. Tata kelola pasar modern yang menawarkan pelayanan berkelas dengan penataan barang-barang dagangan yang rapi, telah sukses mencuri perhatian masyarakat. Di sisi lain, keberadaan pasar tradisional kian terjepit dan sulit untuk berkembang karena kondisi pasar modern telah membuktikan diri dengan keunggulan kompetitifnya. Penyebab utama kalah bersaingnya pasar tradisional dengan pasar modern adalah lemahnya sistem manajemen dan buruknya infrastruktur pasar tradisional. Padahal, pasar tradisional adalah aset daerah yang menghidupi banyak orang. Jutaan orang di kota Malang menggantungkan hidupnya pada pasar tradisional sebagai salah satu penyumbang pendapatan asli daerah. Tujuan penelitian 1. Menjelaskan karakteristik pedagang pasar tradisional tentang konsep pasar moderen 2. Jaminan sosial pedagang pasar tradisional.

1. KAJIAN PUSTAKA

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Sedangkan Pasar modern adalah pasar yang penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (barcode), berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan secara mandiri (swalayan) atau dilayani oleh pramuniaga (Kotler, 2001). Pasar itu sendiri terdiri dari dua yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional adalah tempat berjual beli dimana konsumen masih bisa melakukan tawar menawar, salah satu contoh dari pasar tradisional yang sering terlihat di pinggir jalan atau di pemukiman penduduk yang biasa disebut pedagang kelontong. Pasar modern tempat dimana konsumen dapat membeli barang-barang yang diinginkan tapi di tempat ini tidak dapat lagi melakukan tawar-menawar seperti pasar tradisional karena harganya sudah terpatok. Salah satu contoh dari pasar modern ini adalah Minimarket, Carefour, Ramayana, Matahari, Macan Yaohan, alfamart, alfamidi, indomart dan sebagainya.

Pasar modern menjadi tuntutan dan konsekuensi dari gaya hidup modern yang berkembang di masyarakat kita. Tidak hanya di kota-kota besar tetapi sudah merambah sampai ke kota-kota kecil di Indonesia. Untuk menjumpai minimarket atau supermarket sudah sangat mudah di sekitar tempat tinggal kita. Tempat tersebut menyediakan fasilitas tempat belanja yang nyaman dengan harga yang tidak kalah menariknya. Berdirinya berbagai pusat perbelanjaan modern adalah cermin dari perubahan gaya hidup masyarakat yang dulunya hanya berbelanja di pasar tradisional, sekarang mulai beralih berbelanja di pasar modern. Semakin banyaknya pasar modern yang menawarkan produk dan jasa, maka konsumen beranggapan akan memiliki semakin banyak pilihan yang tentu saja harus disesuaikan dengan tingkat daya beli (purchasing power) masing-masing.

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).

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan partisipatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang tidak melakukan pengujian hipotesis hanya menggambarkan keadaan sesuai dengan fakta yang ditemukan. Lokasi penelitian di pasar Blimbing Kota Malang. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan observasi. Pendekatan untuk memperoleh informasi tentang profil pedagang pasar tradisional yang menggunakan konsep pasar moderen, menggunakan teknik *purposive sampling*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian bahwa karakteristik pedagang pasar tradisional adalah sebagai berikut:

Di pasar tradisional masih terjadi proses tawar-menawar harga yang memungkinkan terjalinnya kedekatan personal dan emosional antara penjual dengan pembeli. Hal tersebut yang tidak mungkin didapatkan ketika berbelanja di pasar modern. Harga barang yang tersedia di pasar modern sudah pasti, tidak bisa ditawar, harga barang sudah tercantum di label barang tersebut. Hampir seluruh pasar tradisional di kota Malang masih memiliki masalah internal pasar antara lain: keterbatasan manajemen pasar, sarana dan prasarana pasar yang sangat minim, pasar tradisional sebagai penerimaan retribusi daerah, munculnya pedagang kaki lima (PKL) yang mengurangi pelanggan pedagang pasar tradisional, dan minimnya bantuan permodalan yang tersedia bagi pedagang tradisional. Bagi pedagang tradisional, dengan trend pertumbuhan pasar modern membawa dampak pada penurunan daya saing pasar tradisional. Mengurangi posisi tawar menawar terhadap para pemasok yang juga menjadi pemasok pasar

tradisional. Pasar tradisional yang semula sebagai tempat berbelanja para wanita, sampai sekarang memiliki konsumen yang kebanyakan wanita. Keuntungan kompetitif pasar tradisional adalah harga rendah dan kesegaran produk yang dijualnya, sementara supermarket menyajikan tingkat kenyamanan dan kebersihan. 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.

Pemberdayaan pedagang di pasar tradisional dapat dilakukan antara lain dengan membantu memperbaiki akses informasi, permodalan, dan hubungan dengan produsen atau supplier. 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.

Pada umumnya kendala akses permodalan bagi pedagang di pasar tradisional adalah kurang 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.

Pemerintah bekerjasama dengan perguruan tinggi dapat berperan sebagai mediator untuk menghubungkan antara pedagang pasar tradisioanal secara kolektif dan 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.

Perkembangan pasar modern lebih banyak ditujukan untuk penduduk berpendapatan menengah ke atas, namun kini pasar modern mulai masuk ke segmen masyarakat kelas menengah ke bawah dengan membuka gerai-gerai sampai wilayah kecamatan an kelurahan. Dua pasar modern yang sedang gencar-gencarnya membuka gerai sampai ke daerah-daerah adalah

Indomaret dan Alfamart. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, hampir pada setiap pasar tradisional tersebut telah berdiri Indomaret dan Alfamart, bahkan banyak dijumpai dua gerai pasar modern tersebut berhadapan-hadapan. Kondisi seperti ini memicu persaingan untuk memperebutkan konsumen, bahkan dengan munculnya gerai-gerai pasar modern tersebut memberikan dampak pada keberadaan pedagang pasar tradisional yang memiliki karakteristik barang dagangan mirip dengan pada pasar modern. Salah satu keunggulan pasar modern atas pasar tradisional adalah kemampuan menjalin kerjasama dengan pemasok besar dan biasanya untuk jangka waktu yang cukup panjang, yang menyebabkan dapat meningkatkan efisiensi melalui skala ekonomi yang besar. Beberapa strategi yang dilakukan pasar modern antara lain memberikan potongan harga, jam buka lebih lama, pembelian secara gabungan, dan parkir gratis. 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 kebersihan, ruangan ber-AC, suasana nyaman, aman dan beberapa pasar modern dilengkapi dengan sarana hiburan. 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.

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.

Jaminan sosial merupakan hak setiap orang yang pemenuhannya dijamin oleh konstitusi dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pelaksananya terutama dikaitkan dengan upaya pemerintah dalam

pengentasan kemiskinan. Jaminan sosial meliputi baik asuransi sosial maupun jaminan sosial lainnya. Dengan demikian, asuransi sosial merupakan salah satu metode penyelenggaraan jaminan sosial. Jumlah santunan yang ditetapkan dengan peraturan perundang-undangan menurut keputusan masyarakat. Berdasarkan hasil penelitian di pasar tradisional kota Malang belum memiliki jaminan sosial, khususnya di bidang kesehatan, Jika pedagang sakit melakukan pemeriksaan ke posyandu terdekat atau berobat ke puskesmas. Sebagian kecil pedagang sebagai peserta BPJS. Kedepan perlu disosialisasikan jaminan sosial pedagang pasar tradisional, karena berdagang sepanjang waktu dilakukan di pasar.

4. KESIMPULAN

- a. Menjelaskan karakteristik pedagang pasar tradisional tentang konsep pasar moderen
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 terjalannya kedektan personal dan emosional antar penjual dengan pembeli, sebangkan di pasar modern harga sudah pasti yang ditandai dengan label harga
- b. Selama ini pedagang pasar tradisional belum memiliki Jaminan sosial, khususnya dibidang kesehatan. Kedepan perlu dilakukan sosialisasi jaminan sosial.

SARAN

Kedua pasar mempunyai kelebihan dan kekurangan yang dapat dijadikan alat untuk menarik perhatian konsumen.. Selanjutnya dikelola secara profesionl, artinya pasar modern dikelola secara modern dengan keistimewaannya dan pasar tradisional dikelola dengan baik mengutamakan tradisi dan budayanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P. & Armstrong, G. (2001). Dasar-dasar Pemasaran Edisi IX. Jakarta: PT. Indeks.
- Sinaga, Pariaman. 2004. Makalah Pasar Modern VS Pasar Tradisional. Kementerian Koperasi dan UKM. Jakarta : Tidak Diterbitkan.