

# **KAJIAN PASAR TRADISIONAL DAN PASAR MODERN DALAM RANGKA REVITALISASI PASAR TRADISIONAL DI WILAYAH DKI JAKARTA**

Dasmir Good, Muhammad Cholifihani

Program Pascasarjana Administrasi Publik, Universitas Esa Unggul, Jakarta

Jln. Arjuna Utara Tol Tomang Kebun jeruk, Jakarta 11510

dasmirgood@yahoo.com

## **Abstrak**

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui : (i) beda pilihan tempat berbelanja masyarakat antara sebelum dengan setelah ada pembangunan pasar modern yang letaknya berdekatan dengan pasar tradisional yang telah ada sebelumnya; (ii) beda pilihan masyarakat yang tinggal di kawasan permukiman tertata baik dengan yang tinggal di kawasan permukiman kampung sekitar pasar tradisional Bendungan Hilir dan pasar tradisional Perumnas Klender dalam memilih tempat berbelanja setelah ada pasar modern dibangun berdekatan letaknya dengan pasar tradisional; (iii) beda pilihan masyarakat yang tinggal di sekitar pasar tradisional Bendungan Hilir dengan yang tinggal di sekitar pasar tradisional Perumnas Klender dalam memilih tempat berbelanja setelah ada pasar modern dibangun berdekatan letaknya dengan pasar tradisional. Penelitian ini menggunakan Desain Kausalitas dan Deskriptif, memakai metoda survey dan mengambil *sample* dengan *purposive sampling* di lingkungan permukiman yang tertata baik dan perkampungan kota sekitar Pasar Tradisional Bendungan Hilir dan Perumnas Klender, Provinsi DKI Jakarta. Analisis yang digunakan untuk menganalisis data adalah (i) Uji beda memakai metoda Uji T dan Uji Anova serta Analisis Deskriptif yang dilakukan dengan program komputer SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan, Pertama; terdapat perbedaan yang signifikan pilihan masyarakat berbelanja sebelum dan setelah ada pembangunan pasar modern yang berdekatan letaknya dengan pasar tradisional yang telah ada sebelumnya. Kedua; terdapat perbedaan yang signifikan pilihan berbelanja masyarakat yang tinggal di kawasan permukiman tertata baik dengan yang tinggal di kawasan permukiman kumuh sekitar pasar tradisional Bendungan Hilir dan pasar tradisional Perumnas Klender setelah ada pasar modern dibangun berdekatan letaknya dengan pasar tradisional. Ketiga; tidak terdapat perbedaan yang signifikan pilihan berbelanja masyarakat yang tinggal di sekitar pasar tradisional Bendungan Hilir dengan yang tinggal di sekitar pasar tradisional Perumnas Klender dalam memilih tempat berbelanja. Secara deskriptif diperoleh pula temuan, bahwa sebagian besar responden memilih berbelanja ke pasar tradisional dan sekaligus juga ke pasar modern. Sedangkan yang memilih berbelanja ke pasar modern saja, angkanya relatif kecil. Hasil penelitian ini mengisyaratkan bahwa pasar tradisional membutuhkan revitalisasi. Bila kebijakan ini tidak dilakukan, maka publik sebagai pembeli ke pasar tradisional akan dirugikan dan upaya pemberdayaan pedagang kecil yang berjualan di pasar tradisional sebagai UKM cenderung akan kurang berhasil. Dampaknya, sumber PAD dari sektor pasar cenderung akan berkurang pula. Diharapkan hasil penelitian ini berguna antara lain sebagai masukan bagi Pemda Provinsi DKI Jakarta khususnya dan Pemda lainnya dalam membuat kebijakan merevitalisasi pasar tradisional di tengah persaingannya dengan pasar modern.

**Kata Kunci** : pasar tradisional, pasar modern, revitalisasi

## **Abstract**

*This study aimed to analyze: 1) difference of community's preference for shopping destination, before and after the establishment of the modern market that is located near the traditional market, 2) difference of community's preference for shopping destination, between those who lived in planned residential area and those who lived in kampong/slum area settlement near the traditional markets of Bendungan Hilir and Perumnas Klender, after a modern market was established near the traditional*

markets, 3) difference of community's preference for shopping destination, between those who lived in traditional market in Bendungan Hilir and Perumnas Klender, after a modern market was established near the traditional markets. A causative and descriptive design were employed in this study, utilizing survey as its method of data collection, and purposive sampling from the community who lived in a planned residential area and urban 'kampung' (village) nearby the traditional markets of Bendungan Hilir and Perumnas Klender, in DKI Jakarta province. Tools of analysis are T-test and Anova-Test and descriptive analysis, using SPSS computer programming. Study results showed that : 1) There is a significant difference of community's shopping choice, before and after the establishment of the modern market nearby the traditional on, 2) There is a significant difference of community's shopping preference between those who lived in planned residential and those who lived in kampung/slum areas settlement nearby the aforementioned traditional markets, after the modern market was established, 3) There is no significant difference of preference between community who lived nearby the traditional market of Bendungan Hilir and Perumnas Klender. As descriptive, it was discovered that most of the respondents preferred the traditional market compared as well as to the modern market (those who preferred the latter). As while discovered modern market were only in relatively small number. These results signified the needs for traditional market revitalization. Should this policy is not implemented, then it will detriment traditional market's consumers and hamper empowerment effort for vendors/small entrepreneurs within the market, as well as reducing potential local revenue from the market sector. It is hoped that this study would serve as input for Provincial Government of DKI Jakarta, and other regional governments in their view upon traditional market's revitalization and their competing modern markets.

**Keywords :** *traditional markets, modern markets, revitalization*

## **Pendahuluan**

Dalam konsep negara kesejahteraan (*welfare state*) negara memberi pelayanan kepada masyarakat. Pemerintah bertanggungjawab atas kesejahteraan rakyat dan karenanya harus aktif mengatur kehidupan ekonomi dan sosial masyarakatnya (Miriam Budiardjo, Prof DR, 2008). Pelayanan Publik diartikan segala bentuk kegiatan pelayanan umum yang dilaksanakan oleh Instansi Pemerintah di pusat, di daerah dan di lingkungan Badan Usaha Milik Negara/Daerah (BUMN/BUMD) dalam bentuk barang dan atau jasa, baik dalam rangka upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan (Joko Widodo, 2001).

Pasar tradisional ditinjau dari kebijakan publik, ia adalah sebuah institusi ekonomi yang mempunyai fungsi mengimplementasikan kebijakan publik dalam menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan penduduk. Karena itu, di banyak kota dan daerah kabupaten dalam perangkat pemerintah daerahnya dibentuk Dinas Pasar dan khusus di wilayah DKI Jakarta dibentuk PD Pasar sebagai BUMD yang bertanggungjawab membangun dan mengelola pasar tradisional dalam rangka memberikan pelayanan publik untuk pengadaan barang dan jasa kepada masyarakat.

Ada beberapa kelebihan pasar tradisional yang menjadi alasan kenapa publik berbelanja ke

pasar tradisional tersebut, yaitu ;

1. Barang yang dijual di pasar tradisional, seperti buah-buahan dan sayur-sayuran relatif segar (18% responden)
2. Sejumlah barang yang dijual di pasar tradisional relatif lebih murah dibanding pasar modern (29% responden).
3. Harga barang dapat ditawar (25 % responden).
4. Pasar tradisional menyediakan segala yang diperlukan (6% responden)
5. Lokasi pasar tradisional relatif lebih dekat dengan tempat tinggal pembeli dibanding pasar modern (12% responden) (Harian Kompas, 3 November 2007).

Meskipun demikian, pasar tradisional sebagai lembaga pelayanan publik, kinerjanya menurut sebagian besar pebelanja tidak bagus. Hal ini dapat diketahui dari hasil Survey yang diselenggarakan oleh AC Nielsen (2004), pengunjung mengeluhkan kondisi prasarana pasar sebagai berikut : 60% mengeluhkan kondisi pasar kotor, 63% mengeluhkan kurangnya tempat sampah, 47% mengeluhkan bau, 14% mengeluhkan pasar tidak aman, 6% mengeluhkan bahwa barang dagangan di pasar tradisional kurang higienis, dan 29% mengatakan pasar tradisional hawanya panas (Harian Kompas, 23 Maret 2007).

Di wilayah DKI Jakarta saat ini, terdapat pasar tradisional sebanyak 251 unit. 111 unit diantaranya dalam kondisi rusak berat dan sedang, 113 unit dalam kondisi rusak ringan, dan

yang dalam kondisi baik hanya 27 unit saja. Bahkan 5 (lima) unit diantaranya, dalam kondisi mau mati, yaitu (i) Pasar Blora, (ii) Pasar Cilincing, (iii) Pasar Karet Petamburan, (iv) Pasar Cipinang Besar dan (v) Pasar Muncang. Kondisi pasar tradisional di Indonesia pada umumnya, diperkirakan relatif tidak jauh berbeda dengan kondisi di DKI Jakarta.

Kondisi pasar tradisional seperti itu, mendorong publik untuk berpaling berbelanja ke pasar modern yang lebih bersih, nyaman, dan tumbuh subur belakangan ini. Dalam survey yang diselenggarakan AC Nielsen 2004, pasar modern tumbuh 31,4%, sedangkan pasar tradisional pertumbuhannya minus 8,1% (Ibid). "Banyak pandangan negatif yang terbentuk mengenai organisasi publik muncul karena ketidakpuasan masyarakat terhadap kualitas layanan yang diterima dari organisasi publik" (Agus Dwiyanto PhD dkk, 2006), termasuk pasar tradisional yang dinilai tidak memberikan kepuasan kepada para pebelanja.

Dilihat dari ilmu kebijakan publik, bagi pemerintah, sepatutnya pasar tradisional dilihat pula dari fungsinya yang lain, yaitu sebagai salah satu lembaga untuk penciptaan lapangan kerja dan pemberdayaan pengusaha golongan ekonomi lemah yang berusaha dan beraktivitas sebagai pedagang kios, pedagang lapak dan pedagang kaki lima di pasar tradisional tersebut. Dari 13.400 pasar tradisional yang terdapat di seluruh Indonesia, terserap tenaga kerja yang berusaha sebagai pedagang kecil 12,6 juta orang (Harian Kompas, 23 Maret 2007). Selain itu, pasar tradisional juga berfungsi menyerap tenaga kerja yang bekerja memasok barang dagangan untuk dijual kepada pedagang di pasar tradisional tersebut.

Dengan kondisi pasar tradisional yang meredup itu, bagi kepentingan pelayanan publik untuk pengadaan barang dan jasa yang dibutuhkan, sebagian masyarakat dapat mencari solusi dengan pindah berbelanja ke pasar modern. Sedangkan bagi kalangan masyarakat bawah, harus tetap menerima pelayanan pasar yang jorok itu, karena berpaling berbelanja ke pasar modern mereka menghadapi keterbatasan dari segi uang yang dipunyai, transportasi dan budaya.

Untuk memecahkan masalah tersebut, pemerintah dalam hal ini di bawah koordinasi Ditjen Cipta Karya Departemen Pekerjaan Umum membuat kebijakan merehabilitasi pasar tradisional dalam paket *Market Infrastructure Improvement Program* (MIIP) sebagai bagian dari

Program Pembangunan Prasarana Kota Terpadu (P3KT). Dengan Paket MIIP ini, Pemerintah kota yang melaksanakan Program P3KT memperbaiki prasarana pasar seperti jalan atau lorong dalam pasar dari tanah ditingkatkan menjadi jalan/lorong dengan konstruksi semen. Begitu pula pasar yang belum ada prasarana sanitasi/WC atau dalam kondisi buruk dibangun WC umum.

MIIP sebagai program perbaikan prasarana pasar tradisional, tidaklah memecahkan masalah prasarana pasar tradisional secara tuntas. Karena perbaikan yang dilakukan hanya "bersifat tambal sulam" dan tidak menyeluruh mengubah kondisi pasar tradisional menjadi lebih megah (*Ministry of Public Work, DG of HS, Directorate for Program Development, Medan Metropolitan Urban Development Program, 1995*).

Menyadari bahwa perbaikan pasar tradisional dengan Program MIIP tidak memecahkan masalah dengan tuntas, maka Pemerintah, terutama Pemerintah Kota/Daerah membuat kebijakan perbaikan pasar tradisional dengan pola kerjasama Pemerintah-Swasta. Pola kerjasama yang ditempuh adalah, Pemerintah memberi peluang kepada pihak swasta untuk merehabilitasi pasar tradisional dengan perjanjian sebagian pasar yang dibangun dipergunakan oleh pihak swasta yang membangun sedangkan sebagian lagi diserahkan kepada pemerintah kota untuk digunakan oleh pedagang sebagai pasar tradisional yang dikelola pemerintah kota.

Pola lainnya, pihak swasta merehabilitasi pasar tradisional secara permanen, kemudian setelah pasar tradisional dibangun permanen, kios-kios atau tempat berjualan yang ada dalam lingkungan pasar dijual oleh pihak swasta kepada pedagang.

Pola pembangunan pasar tradisional yang dilakukan atas kerjasama dengan pihak swasta ini, sering menimbulkan masalah bagi pedagang kecil yang telah lama berjualan di pasar tersebut. Karena dengan dilakukan perbaikan pasar oleh pihak swasta, harga kios atau tempat berjualan yang telah dibuat menjadi lebih bagus, megah dan permanen menjadi naik tinggi. Bagi pedagang lama yang tidak sanggup membayar harga kios atau tempat berjualan di pasar tersebut tersingkir dan digantikan oleh orang baru yang mempunyai modal kuat untuk membeli kios atau tempat berjualan. Dan karena harga tempat berjualan yang tinggi setelah pasar tradisional dibangun permanen dan megah, banyak pedagang kecil yang berjualan di pasar tradisional

yang masih buruk menolak pasar tradisional diperbaiki permanen dan megah, karena mereka khawatir setelah pasar menjadi baik mereka akan tersingkir dari pasar tersebut (Ibid). Kasus Pasar Cibubur, Jakarta Timur yang dibangun dengan pola kerjasama dengan swasta menunjukkan bahwa di lantai bagian atas banyak kios tidak laku terjual karena harga kios dipandang *relative* mahal. Pengalaman pasar tradisional Cibubur ini, banyak terjadi di berbagai kota lainnya.

Dari segi pasar tradisional sebagai institusi untuk penciptaan lapangan kerja dan tempat berusaha bagi pedagang kecil, kondisi pasar tradisional yang buruk dan kumuh ditambah dengan tumbuhnya pasar modern dimana-mana, cenderung akan mematikan usaha mereka atau paling tidak akan menurunkan kinerja bisnisnya. Dampaknya, pasar tradisional sebagai wadah lapangan kerja cenderung akan berkurang fungsinya.

Menghadapi masalah tersebut, Pemerintah, termasuk Pemerintah Daerah mengambil kebijakan, yaitu mengeluarkan regulasi mengatur pembangunan pasar modern tidak boleh letaknya berdekatan dengan pasar tradisional yang telah ada sebelumnya dalam jarak tertentu. Kebijakan ini diambil karena ada desakan kuat dari sebagian kalangan, terutama dari pedagang pasar tradisional, bahwa sepi dan menurunnya konsumen berbelanja ke pasar tradisional dan dampaknya omset bisnis mereka turun, dipengaruhi oleh adanya pembangunan pasar modern yang dibangun berdekatan letaknya dengan pasar tradisional.

Regulasi yang mengatur pembangunan pasar modern tidak boleh berdekatan dengan pasar tradisional antara lain adalah sebagai berikut.

1. Peraturan Presiden (Perpres) No. 112 tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern pasal 4 ayat (1) b. menyebutkan : Pendirian pusat perbelanjaan dan toko modern wajib memperhatikan jarak antara Hypermarket dengan Pasar Tradisional yang telah ada sebelumnya. Perpres ini tidak menyebutkan secara eksplisit berapa km atau berapa meter jarak pasar modern dibolehkan dibangun berdekatan dengan pasar tradisional yang telah eksis sebelumnya, sehingga memungkinkan pihak-pihak yang berkepentingan menafsirkan jarak tersebut dalam arti subjektif, bisa 1 (satu) km, atau lebih atau kurang.
2. Keputusan Gubernur DKI Jakarta No. 44 ta-

hun 2003 tentang Petunjuk Pelaksanaan Perpasaran Swasta di provinsi DKI Jakarta telah menyebutkan sebelumnya pada Pasal 8, yaitu :

Dalam menyelenggarakan usaha perpasaran swasta, jarak sarana/tempat usaha harus memenuhi persyaratan sebagai berikut :

- a. Jenis usaha perpasaran swasta sebagaimana dimaksud pasal 3 yang luas lantainya 100 m<sup>2</sup> sampai 200 m<sup>2</sup> harus berjarak radius 0,5 km dari pasar lingkungan dan terletak di sisi jalan lingkungan/kolektor/arteri;
- b. Jenis usaha perpasaran swasta sebagaimana dimaksud Pasal 3 yang luas lantainya di atas 200 m<sup>2</sup> sampai dengan 1.000 m<sup>2</sup> harus berjarak radius 1,0 km dari pasar lingkungan dan terletak di sisi jalan kolektor/arteri;
- c. Usaha perpasaran swasta yang luas lantainya di atas 1.000 m<sup>2</sup> sampai 2.000 m<sup>2</sup> harus berjarak radius 1,5 km dari pasar lingkungan dan terletak di sisi jalan kolektor/arteri;
- d. Usaha perpasaran swasta yang luas lantainya di atas 2.000 m<sup>2</sup> sampai 4.000 m<sup>2</sup> harus berjarak radius 2,0 km dari pasar lingkungan dan terletak di sisi jalan kolektor/arteri;
- e. Usaha perpasaran swasta yang luas lantainya di atas 4.000 m<sup>2</sup> harus berjarak radius 2,5 km dari pasar lingkungan dan harus terletak di sisi jalan kolektor/arteri.

Pertanyaannya adalah, apakah sepi pasar tradisional dikunjungi oleh pembeli disebabkan karena pengaruh pembangunan pasar modern atau karena faktor lainnya, termasuk faktor internal pasar tradisional itu sendiri? Karena menurut SMERU *Research Report* atas penelitian yang dilakukan di Kawasan Bogor dan Bandung, "The traders also claim that the impact of the supermarkets is not as significant as the impact caused by the internal problems prevalent in their markets" (The SMERU Research Institute, August 2007).

Pertanyaan berikutnya, apakah dengan dikeluarkan kebijakan membatasi pembangunan pasar modern merupakan kebijakan yang tepat untuk memperbaiki kinerja pasar tradisional? Bila tidak tepat kebijakan tersebut, apa kebijakan yang sebaiknya diambil oleh Pemerintah guna merevitalisasi pasar tradisional agar supaya dapat memenuhi kebutuhan publik yang lebih luas tidak hanya kepentingan pedagang dan pihak lain yang berusaha dan bekerja di pasar tradisional akan tetapi juga kepentingan masyarakat pembeli yang lebih luas dari berbagai kalangan?.

Untuk menjawab pertanyaan tersebut, dilakukan penelitian di 2 (dua) lingkungan pasar

tradisional yang letaknya berdekatan dengan pasar modern. Kedua pasar tradisional tersebut adalah sebagai berikut ini :

1. Pasar Bendungan Hilir, Jakarta Pusat;
2. Pasar Perumnas Klender, Jakarta Timur;

### **Hipotesa Penelitian**

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka penelitian ini mengemukakan hipotesa sebagai berikut :

1. Diduga terdapat perbedaan pilihan tempat berbelanja masyarakat sebelum dan sesudah pasar modern dibangun berdekatan letaknya dengan pasar tradisional.
2. Diduga terdapat perbedaan pilihan tempat berbelanja antara komunitas masyarakat yang tinggal di kawasan permukiman yang tertata baik dengan komunitas yang tinggal di kawasan permukiman kumuh di sekitar Pasar Bendungan Hilir dan Pasar Perumnas Klender setelah pasar modern berdiri berdekatan letaknya dengan pasar tradisional yang telah ada sebelumnya.
3. Diduga terdapat perbedaan pilihan tempat berbelanja antara komunitas masyarakat yang tinggal di sekitar pasar tradisional Bendungan Hilir dengan masyarakat yang tinggal di sekitar Perumnas Klender setelah pasar modern berdiri berdekatan letaknya dengan pasar tradisional yang telah ada sebelumnya.

### **Metode Penelitian**

#### **Desain Penelitian**

Desain penelitian ini ada 2 (dua), yaitu :

1. Kausalitas dengan tujuan mengetahui perbedaan pilihan tempat berbelanja masyarakat yang tinggal di sekitar 2 (dua) pasar tradisional antara sebelum dengan sesudah pasar modern berdiri, antara masyarakat yang tinggal di permukiman tertata baik dengan yang tinggal di perkampungan dan antara masyarakat yang tinggal di sekitar Pasar Bendungan Hilir dengan Pasar Perumnas Klender pada umumnya;
2. Deskriptif menggambarkan profil pasar tradisional dan pembeli yang tinggal di sekitar pasar tradisional yang diteliti di wilayah DKI Jakarta.

Untuk mempermudah penghitungan, penulis menggunakan sistem komputer dengan metoda SPSS.

### **Sumber dan Pengumpulan Data**

Sumber data diambil dari 2 (dua) type permukiman di sekitar 2 (dua) pasar tradisional di wilayah DKI Jakarta sebagai *sample*, yaitu:

1. Lingkungan Pasar Tradisional Bendungan Hilir. Berdekatan dengan pasar tradisional ini, sekitar 1 (satu) km jaraknya, terdapat Pasar Modern, Carrefour di Ratu Plaza dan Hypermarket Giant di Plaza Semanggi yang dibangun setelah Pasar Bendungan Hilir berdiri. Di sekitar Pasar Bendungan Hilir ini, terdapat 2 (dua) type permukiman, yaitu permukiman yang tertata baik di Kelurahan Bendungan Hilir, Kecamatan Tanah Abang, Jakarta Pusat dan permukiman kumuh di Kelurahan Karet Tengsin, Kecamatan Tanah Abang, Jakarta Pusat.
2. Lingkungan Pasar tradisional Perumnas Klender, Jakarta Timur. Berdekatan dengan pasar tradisional ini, sekitar 1 (satu) km jaraknya, terdapat Pasar Modern, Carrefour di Buaran yang dibangun setelah Pasar Perumnas Klender berdiri. Di sekitar Pasar Perumnas Klender dan Pasar Modern Carrefour, terdapat 2 (dua) type permukiman, yaitu permukiman yang tertata baik di Kelurahan Malaka Sari, Kecamatan Duren Sawit, Jakarta Timur dan permukiman kumuh di Kelurahan Penjaringan, Kecamatan Cakung, Jakarta Timur.

Dipilih 2 (dua) pasar tersebut sebagai objek pengamatan, didasarkan atas pengamatan lapangan awal, bahwa di sekitar 1 - 2 km dari pasar tradisional telah dibangun pasar modern, dan terlihat tidak membawa pengaruh yang berarti bagi masyarakat untuk datang dan berbelanja ke pasar tradisional tersebut.

Adapun respondennya, dipilih masyarakat yang tinggal dalam radius 1 (satu) - 2 (dua) km dari kedua pasar tradisional dengan kategori lingkungan permukiman tertata baik dan lingkungan permukiman kampung. Dipilih dalam radius 1 - 2 Km untuk studi ini, didasarkan atas pertimbangan jumlah penduduk yang dilayani dalam luas jangkauan pelayanan suatu pasar. Menurut Keputusan Menteri Permukiman dan Prasarana Wilayah No. 534/KPTS/M/2001 tentang Pedoman penentuan standar pelayanan minimal bidang penatan ruang, perumahan dan permukiman dan pekerjaan umum menyebutkan : Minimal tersedia 1 (satu) unit pasar untuk 30.000 orang penduduk. Di samping itu, dalam Keputusan Gubernur DKI Jakarta No. 44 Tahun 2003 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Perpasaran

Swasta di Provinsi DKI Jakarta pada Pasal 8 ditetapkan bahwa usaha swasta (Pasar Modern seperti Carrefour dan Giant) dengan luas 2.000 m<sup>2</sup> s/d 4.000 M<sup>2</sup> tidak boleh dibangun dalam jarak radius 2 Km dari pasar tradisional. Atas dasar pertimbangan tersebut, bila area permukiman di bawah 2 (dua) Km, diduga akan terkena pengaruh oleh keberadaan pasar modern untuk pindah berbelanja dari pasar tradisional ke pasar modern.

Dari masing-masing komunitas masyarakat lingkungan pasar tersebut, diambil beberapa RT sebagai lokasi *sample* dengan metoda *Purposive Sample* sebagaimana diuraikan dalam Tabel

3.2 berikut. Dari proses tersebut dipilih 5% dari total populasi rumah tangga warga RT menjadi *sample* sebagai responden, yaitu sekitar 12 (dua belas) orang per komunitas masyarakat type permukiman tertata baik dan type permukiman kampung di masing-masing kedua lingkungan pasar tradisional atau 24 (dua puluh empat) orang responden yang tinggal masing-masing sekitar Pasar Bendungan Hilir dan Pasar Perumnas Klender. Komposisi responden diambil sama jumlahnya antara yang tinggal di permukiman tertata baik dan yang tinggal di lingkungan permukiman kumuh sebagaimana disebutkan dalam Tabel 3.2 berikut ini :

**Tabel 3.2 Lokasi Sampel dan Jumlah Responden**

Lingkungan Pasar Tradisional						Lokasi Sampel		
No. Kecamatan dan Kelurahan	Jumlah RW	Jumlah RT	Jumlah Penduduk	Jumlah KK	Type Permukiman	Lokasi Sampel		
						RT	Jumlah KK	Jumlah Responden
<b>A. Pasar Bendungan Hilir</b>								
1. Kec. Tanah Abang Kel. Bendungan Hilir	9	126	16.018	5.072	Tertata baik	- RW 3 (RT 8,11,12,13) - RW 4 (RT. 18,19)	237	12 org/ 5 %
2. Kec. Tanah Abang Kel. Karet Tengsin	9	71	14.018	3.495	Perkampungan	- RW 5 (RT 8,9,10,11)	232	12 org/ 5 %
<b>B. Pasar Perumnas Klender</b>								
1. Kec. Duren Sawit Kel. Malaka Sari	10	143	40.022	8.521	Tertata baik	- RW 3 (RT 10,11,13,16, 17)	249	12 org/ 5 %
2. Kec. Cakung Kel. Penggilingan	14	215	45.051	11.076	Perkampungan	- RW 12 (RT 1) - RW 17 (RT 2,4,5)	245	12 org/ 5 %
<b>Total</b>						19 RT	963	24 org

Data dikumpulkan dari responden dengan menggunakan tehnik pengumpulan data kuesioner. Guna mendukung dan melengkapi data dari responden, dilakukan pula wawancara dengan Pengurus Koperasi Pedagang Pasar (Koppas) tingkat DKI Jakarta dan pasar yang bersangkutan serta dengan pengelola pasar setempat menggunakan tehnik wawancara bebas mendalam memakai Pedoman Wawancara. Selain itu, dilakukan pula tehnik observasi guna mengamati profil dan kondisi pasar tradisional secara kasat mata. Contoh Kuesioner dan Pedo-

man Wawancara disampaikan pada Lampiran 1, Lampiran 2.1 dan Lampiran 2.2.

#### Analisa Data

Tekhnik analisa data dilakukan dengan 2 (dua) cara, yaitu :

1. Analisa Kausalitas untuk penelitian uji beda dilakukan dengan Metoda Statistik Uji T dan Uji Anova.
  - a. Untuk mengetahui apakah terjadi perbedaan antara pilihan masyarakat yang tinggal di sekitar Pasar Tradisional Bendungan

Hilir dan Perumnas Klender dalam memilih tempat berbelanja sebelum dengan sesudah dibangun pasar modern berdekatan letaknya dengan pasar tradisional yang telah ada sebelumnya dilakukan dengan metoda Uji T;

- b. Untuk mengetahui apakah terjadi perbedaan pilihan masyarakat yang tinggal di permukiman tertata baik dengan permukiman kampung di sekitar Pasar Tradisional Bendungan Hilir dan Perumnas Klender dalam memilih tempat berbelanja sesudah dibangun pasar modern berdekatan letaknya dengan pasar tradisional yang telah ada sebelumnya dilakukan dengan metoda Uji Anova
  - c. Untuk mengetahui apakah terjadi perbedaan pilihan dalam berbelanja antara masyarakat yang tinggal di sekitar Pasar Tradisional Bendungan Hilir dengan masyarakat yang tinggal di sekitar Pasar Tradisional Perumnas Klender setelah pasar modern berdiri berdekatan letaknya dengan kedua pasar tradisional tersebut dilakukan dengan metoda Uji Anova.
2. Analisa deskriptif, dilakukan dengan Metoda *Statistik Descriptive* guna mengetahui nilai tertinggi (*maximum*), nilai terendah (*minimum*) dan standard deviasi dari data yang terkumpul.

## Hasil dan Pembahasan

### Uji Validitas dan Realibilitas Kuesioner

Kuesioner dikatakan valid atau sah apabila pertanyaan pada suatu kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dan kuesioner dikatakan realibel (andal) apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Kuesioner, dapat dibedakan kepada 2 (dua) jenis, yaitu kuesioner yang berisi pertanyaan tentang sikap responden tentang suatu hal atau beberapa *variable* yang berkaitan dalam suatu konstruksi, dan kuesioner yang tidak berisi pertanyaan tentang sikap responden. Menurut Ir Agus Purwoto M.Si, Lector Kepala Sekolah Tinggi Ilmu Statistik BPS, Jakarta; kuesioner yang berisi pertanyaan tidak menuntut jawaban sikap responden, tidak memerlukan uji validitas dan realibilitas. Karena, pertanyaan dalam kuesioner tersebut sudah pasti valid dan realibel, karena

data tersebut adalah riel lapangan.

Kuesioner yang penulis pakai dalam penelitian ini, semuanya tidak mengandung pertanyaan tentang sikap responden. Karenanya Kuesioner ini tidak memerlukan Uji Validitas dan Realibilitas

### Uji Beda

Variabel yang hendak diperbandingkan dengan metoda uji beda adalah :

1. Pilihan tempat berbelanja responden pada saat sebelum dengan sesudah pembangunan pasar modern dibangun di sekitar pasar tradisional yang telah ada sebelumnya.
2. Pilihan tempat berbelanja antara responden yang tinggal di permukiman tertata baik dengan yang tinggal di permukiman kampung/kumuh sekitar Pasar Bendungan Hilir dan Pasar Perumnas Klender
3. Pilihan tempat berbelanja antara responden yang tinggal di sekitar Pasar Bendungan Hilir dengan responden yang tinggal di sekitar Pasar Perumnas Klender.

Metoda yang digunakan untuk melakukan uji beda ini adalah Metoda Statistik Uji T dan Uji Anova memakai Program SPSS. Hasil penghitungannya adalah sebagai berikut.

Untuk melakukan Uji beda pilihan berbelanja masyarakat sekitar Pasar Bendungan Hilir dengan Pasar Perumnas Klender pada saat sebelum dan sesudah pasar modern berdiri di dekat pasar tradisional memakai Metoda Statistik Uji T. Hasilnya secara signifikan adalah berbeda. Karena berdasarkan penghitungan *computer* dengan metoda Uji T, bila nilai probabilitas, Sig (2-tailed) adalah  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak, jadi *variance* adalah berbeda. Dalam hal ini, setelah di proses dengan *Computer* menggunakan Metoda Uji T hasilnya adalah 0,000 atau di bawah 0,05. Lihat hasil keluaran proses *computer* tentang Uji beda pilihan berbelanja sebelum dan sesudah pasar modern berdiri pada Lampiran 3.

Untuk melakukan uji beda pilihan berbelanja masyarakat sekitar Pasar Bendungan Hilir dan Pasar Perumnas Klender yang tinggal di permukiman tertata baik dengan yang tinggal di perkampungan sesudah pasar modern berdiri di dekat pasar tradisional dipakai Metoda Uji Beda Anova. Dan hasilnya secara signifikan berbeda. Karena berdasarkan penghitungan *computer* dengan metoda Uji Anova, bila nilai probabilitas, Sig (2-tailed) adalah  $< 0,05$ , maka  $H_0$  tidak dapat diterima atau ditolak, jadi *variance* adalah

berbeda. Dalam hal ini, setelah di proses dengan *computer* menggunakan Metoda Uji Anova hasilnya adalah 0,000 (*equal variance assumed*) dan 0,001 (*equal variance not assumed*) atau di bawah 0,05. Hasil keluaran proses *computer* tentang ini dapat dilihat pada Lampiran 4.

Untuk melakukan uji beda pilihan berbelanja masyarakat sekitar Pasar Bendungan Hilir dengan Pasar Perumnas Klender sesudah pasar modern berdiri di dekat pasar tradisional memakai Metoda Statistik Uji Beda Anova. Dan hasilnya secara signifikan tidak berbeda atau sama. Karena berdasarkan penghitungan komputer dengan metoda Uji Anova, bila nilai probabilitas, Sig (2-tailed) adalah  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima atau tidak dapat ditolak, jadi *variance* adalah sama. Dalam hal ini, setelah di proses dengan *computer* menggunakan Metoda Uji Anova hasilnya

adalah 0,272 (*equal variance assumed*) dan 0,272 (*equal variance not assumed*), di atas 0,05. Hasil keluaran proses *computer* tentang hal ini dapat dilihat pada Lampiran 5.

#### Analisa Deskriptif

Selain kausalitas, desain penelitian ini juga deskriptif guna menggambarkan profil pasar dan masyarakat yang tinggal sekitar pasar tradisional tersebut.

1. Alasan responden datang berbelanja ke pasar tradisional.

Ada 8 (delapan) pertanyaan yang diajukan kepada responden berkenaan dengan kemungkinan alasan mereka datang berbelanja ke pasar tradisional, apakah ya atau tidak. Hasil proses penghitungan *computer* menunjukkan sebagai berikut :

**Tabel 4.1 Alasan Masyarakat Datang Berbelanja ke Pasar Tradisional**

No.	Variabel	Ya (%)
1	Lebih dekat dan mudah didatangi dari rumah/tempat tinggal.	97,8
2	Barang yang dijual lebih banyak variasi/pilihannya	66,7
3	Barang yang dijual mutunya lebih baik.	48,9
4	Sayur mayur yang dijual lebih segar.	93,3
5	Barang yang dijual harganya lebih murah.	71,1
6	Hubungan dengan pedagang telah akrab/langganan	46,7
7	Kondisi pasar dan lingkungan didalamnya cukup baik	6,7
8	Lainnya	4,4

Untuk jelasnya lihat hasil keluaran proses penghitungan *computer* tentang hal ini pada Lampiran 6.

2. Yang tak disukai berbelanja di pasar tradisional.

Untuk mengetahui apa yang tak disukai oleh responden dalam berbelanja di pasar tradisional, diajukan 11 (sebelas) pertanyaan, dan responden diminta menjawabnya ya atau tidak. Hasil proses penghitungan *computer* menunjukkan sebagai berikut :

**Tabel 4.2 Yang Tak Disukai oleh Pebelanja terhadap Pasar Tradisional**

No	Variabel	Ya (%)
1.	Kondisi pasar jorok / kumuh.	80,-
2.	Lorong di pasar sempit.	84,4
3.	Lorong di pasar becek.	88,9
4.	Sampah berserakan atau tidak terurus.	60,-
5.	WC tidak bersih dan kamarnya kurang banyak.	24,4
6.	Suplai air tidak ada / tidak cukup.	6,7
7.	Tempat parkir tidak cukup.	31,1
8.	Barang yang dijual tidak cukup banyak jenis dan jumlahnya.	24,4
9.	Barang yang dijual mutunya kurang baik.	6,7
10.	Harga barang ditentukan atas tawar menawar.	15,6
11.	Lainnya.	2,2



Untuk jelasnya, lihat hasil keluaran proses penghitungan *computer* tentang hal ini pada Lampiran 7.

3. Saran untuk perbaikan pasar tradisional.  
Untuk mengetahui apa saran responden

dalam rangka memperbaiki pasar tradisional, diajukan 13 (tiga belas) pertanyaan, dan responden diminta menjawabnya ya atau tidak. Dari proses pengolahan data dengan *computer* diperoleh keluaran sebagai berikut :

**Tabel 4.3 Saran Perbaikan Pasar Tradisional**

No	Variabel	Ya (%)
1.	Bangunan pasar dibangun baru atau direnovasi lagi	62,5
2.	Bangunan pasar, kios, dan prasarana lainnya dibuat lebih bersih dan rapi	81,3
3.	Lorong didalam pasar diperlebar agar tidak terasa sempit	87,5
4.	Lorong didalam pasar, terutama di tempat jual ikan dan daging tidak becek	79,2
5.	Sampah dikelola dengan baik hingga tidak terlihat berserakan	68,8
6.	Prasarana WC disediakan cukup dan bersih.	27,1
7.	Suplai air bersih disediakan cukup.	4,2
8.	Tempat parkir disediakan lebih luas.	37,5
9.	Barang yang dijual dibuat lebih murah dibanding pasar modern.	43,8
10.	Barang yang dijual diperbanyak jenis dan jumlahnya.	45,8
11.	Barang yang dijual mutunya baik.	31,3
12.	Disediakan jasa rekreasi permainan untuk anak-anak.	33,3
13.	Lainnya.	25,-

Untuk jelasnya, lihat keluaran proses *computer* tentang hal ini pada Lampiran 8.

### Pembahasan

#### 1. Hasil Pengujian Hypothesa

Dari hasil uji beda yang dipaparkan sebelumnya, diperoleh jawaban apakah hypothesa yang disebutkan pada BAB III diterima atau ditolak.

- a. Hypothesa tentang dugaan terdapat perbedaan pilihan berbelanja masyarakat sebelum dan sesudah pasar modern dibangun berdekatan letaknya dengan pasar tradisional. Berdasarkan hasil penghitungan uji beda yang disebutkan pada Halaman 40 dan 41 diperoleh hasil, bahwa hypothesa yang disebutkan di atas dapat diterima. Karena secara signifikan terdapat perbedaan pilihan tempat belanja masyarakat yang tinggal di sekitar Pasar Tradisional Bendungan Hilir dan Pasar Tradisional Pasar Perumnas Klender antara sebelum dan sesudah pembangunan pasar modern dibangun berdekatan letaknya dengan pasar tradisional yang telah ada sebelumnya.
- b. Hypothesa tentang dugaan perbedaan pilihan tempat berbelanja antar komunitas masyarakat yang tinggal di permukiman tertata baik dengan yang tinggal di permukiman perkampu-

ngan kota di sekitar pasar tradisional Bendungan Hilir dan Perumnas Klender setelah pasar modern berdiri berdekatan letaknya dengan pasar tradisional yang telah ada sebelumnya. Berdasarkan hasil penghitungan uji beda yang disebutkan pada halaman 41, secara signifikan terdapat perbedaan pilihan antara masyarakat yang tinggal di permukiman tertata baik dengan yang tinggal di permukiman perkampungan sekitar Pasar Tradisional Bendungan Hilir dan Pasar Tradisional Perumnas Klender dalam memilih tempat berbelanja. Artinya, hypothesa yang dikemukakan sebelumnya diterima.

- c. Hypothesa tentang dugaan perbedaan pilihan berbelanja antar komunitas masyarakat yang tinggal di sekitar pasar tradisional Bendungan Hilir dengan yang tinggal di sekitar pasar tradisional Perumnas Klender dalam memilih tempat berbelanja setelah pasar modern berdiri berdekatan letaknya dengan pasar tradisional yang telah ada sebelumnya. Berdasarkan hasil penghitungan uji beda yang disebutkan pada halaman 41, secara signifikan tidak terdapat perbedaan pilihan antara masyarakat yang tinggal di sekitar Pasar Tradisional Bendungan Hilir dengan masyarakat yang tinggal sekitar Pasar Tradisional Perumnas Klender dalam

memilih tempat berbelanja. Maksudnya, sama-sama berbeda secara signifikan antara pilihan berbelanja sebelum dan sesudah pasar modern dibangun dan antara pilihan berbelanja antara masyarakat yang tinggal di permukiman tertata baik dengan masyarakat yang tinggal di perkampungan kota. Dengan demikian, hypothesis yang dikemukakan sebelumnya ditolak.

2. Pilihan berbelanja antara Pasar Tradisional versus Pasar Modern

Pasar modern yang dibangun letaknya berdekatan dengan pasar tradisional yang telah ada sebelumnya, memang telah menimbulkan dampak bagi pasar tradisional, terlepas besar-kecilnya dampak. Dari penghitungan uji beda yang dilakukan dengan metoda Uji T, diperoleh temuan bahwa setelah pasar modern berdiri, pili-

han tempat berbelanja para pebelanja tidak lagi tunggal, yaitu ke pasar tradisional saja; akan tetapi telah ada pilihan lain, yaitu (i) beralih berbelanja ke pasar modern dan (ii) campuran dalam arti tetap berbelanja ke pasar tradisional dan juga berbelanja ke pasar modern. Perubahan ini sebagaimana ditunjukkan oleh penghitungan statistik Uji T terjadi secara signifikan.

Pilihan berpindah berbelanja ke pasar modern saja tanpa lagi mengunjungi pasar tradisional, jumlahnya tidak banyak, hanya 6% saja. Yang terbanyak adalah pebelanja datang berbelanja ke pasar tradisional dan juga ke pasar modern, yaitu 65% responden. Dan yang konsisten dari dulu dan sekarang tetap berbelanja ke pasar tradisional saja jumlahnya 29% responden. Lihat Tabel 4.4 berikut ini.

**Tabel 4.4. Deskripsi Pilihan Tempat Berbelanja Masyarakat yang Tinggal di Sekitar Pasar Tradisional**

No.	Pilihan Tempat Berbelanja Saat Ini	Jumlah	Persentase
1.	Tetap ke Pasar Tradisional	14	29 %
2.	Ke Pasar Modern	3	6 %
3.	Ke Pasar Tradisional dan juga ke Pasar Modern	31	65 %
		48 (n)	100 %

Perubahan ini, cenderung sama antara masyarakat yang tinggal di sekitar Pasar Bendungan Hilir dengan masyarakat yang tinggal di sekitar Pasar Perumnas Klender, baik yang tinggal di permukiman tertata baik dan perkampungan kota. Hal ini ditunjukkan dari penghitungan statistik Uji Anova, bahwa pilihan berbelanja antara masyarakat yang tinggal di sekitar Pasar Bendungan Hilir dengan Pasar Perumnas Klender baik yang tinggal di permukiman yang tertata baik dan perkampungan cenderung relatif sama.

Dalam hitungan statistik Uji Anova, cenderung tidak ada perbedaan pilihan berbelanja yang signifikan antara masyarakat yang tinggal di sekitar Pasar Bendungan Hilir dengan masyarakat yang tinggal di Pasar Perumnas Klender. Namun kalau dilihat secara deskriptif, ada sedikit

perbedaan, yaitu masyarakat yang tinggal di lingkungan Pasar Bendungan Hilir diantaranya dalam jumlah yang relatif kecil telah meninggalkan berbelanja ke pasar tradisional dan beralih ke pasar modern; sedangkan masyarakat yang tinggal di lingkungan sekitar Pasar Perumnas Klender mempunyai 2 (dua) pilihan saja, yaitu ada yang tetap berbelanja ke pasar tradisional 25% saja dan yang terbanyak adalah campuran 75%.

Antara masyarakat yang tinggal di permukiman tertata baik dengan yang tinggal di permukiman kampung terjadi perbedaan pilihan tempat berbelanja yang signifikan. Pilihan berbelanja hanya ke pasar modern saja, hanya terdapat pada masyarakat yang tinggal di permukiman tertata baik sekitar Pasar Bendungan Hilir saja sebanyak 6%. Lihat Tabel 4.5 berikut ini.

**Tabel 4.5 Pilihan Tempat Berbelanja Atas Dasar Type Permukiman Masyarakat Yang Tinggal Di Sekitar Pasar Tradisional**

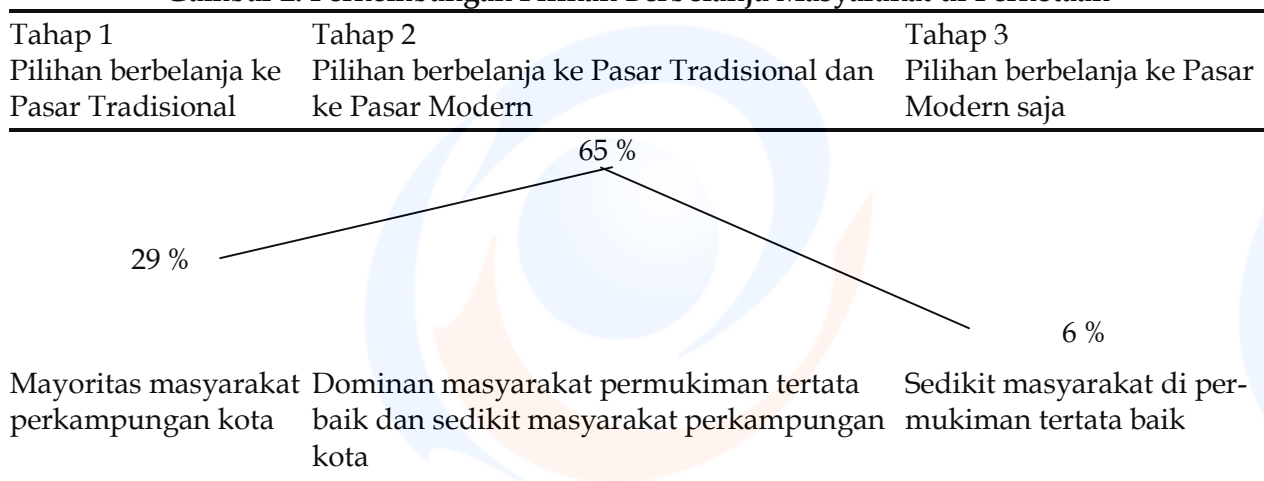
No.	Type Permukiman	Pasar Tradisional	Pilihan Tempat Berbelanja (Jumlah Responden & %)			Total
			Pasar Tradisional	Pasar Tradisional dan Modern	Pasar Modern	
I.	Tertata Baik	1. Bendungan Hilir	-	9	3	12
		2. Perumnas Klender	1	11	-	12
		Total I	1 (4 %)	20 (83 %)	3 (13%)	24 (100 %)
II.	Perkampungan	1. Bendungan Hilir	8	4	-	12
		2. Perumnas Klender	5	7	-	12
		Total II	13 (54 %)	11 (46 %)	-	24 (100 %)
Total I dan II			14 (29 %)	31 (65 %)	3 (6 %)	48 (100 %)

Dalam Tabel 4.5 tersebut tampak bahwa pilihan berbelanja antara masyarakat yang tinggal di permukiman tertata baik dengan yang tinggal di permukiman kampung dalam Uji Anova secara signifikan berbeda dan secara deskriptif juga relatif berbeda. Masyarakat yang tinggal di permukiman tertata baik, lebih banyak memilih berbelanja ke pasar tradisional dan juga ke pasar modern. Angkanya dominan mencapai 83%. Sedangkan bagi masyarakat yang tinggal di permukiman kampung, lebih banyak atau 54% memilih tetap berbelanja ke pasar tradisional saja, sedangkan pilihan berbelanja ke pasar tradisional dan sekaligus juga ke pasar modern jumlahnya lebih rendah, yaitu 46%.

Dari Tabel 4.5 di atas dapat pula digambarkan, bahwa tingkat perkembangan pilihan

berbelanja masyarakat dikaitkan dengan type permukiman dimulai dari pilihan berbelanja ke pasar tradisional yang sebagian besar menjadi pilihan masyarakat yang tinggal di permukiman kampung (29%). Tingkat perkembangan pilihan berbelanja kedua, adalah berbelanja ke pasar tradisional dan sekaligus ke pasar modern (65%). Tingkat pilihan kedua ini, sebagian kecil menjadi pilihan masyarakat yang tinggal di permukiman kampung dan menjadi pilihan dominan masyarakat yang tinggal di permukiman tertata baik. Dan tingkat pilihan ketiga, adalah berbelanja hanya ke pasar modern, adalah hanya pilihan masyarakat yang tinggal di permukiman tertata baik dalam jumlah yang relatif kecil (6%). Untuk jelasnya, lihat Gambar 2 berikut ini.

**Gambar 2. Perkembangan Pilihan Berbelanja Masyarakat di Perkotaan**



Sebagaimana disebutkan sebelumnya, karakteristik masyarakat yang tinggal di permukiman tertata baik banyak bekerja di *sector* formal dan mempunyai tingkat pendapatan relatif baik. Pada masyarakat dengan karakteristik seperti itu, kecenderungan untuk berbelanja ke pasar modern di era kehidupan modern ini, dimana kedua suami dan isteri bekerja dari pagi sampai malam, dan tidak mempunyai pembantu rumah tangga, adalah suatu keniscayaan. Sebagaimana dikatakan oleh Faisal Basri, "Gaya hidup masyarakat strata menengah di kota-kota besar tidak mungkin lagi hanya dilayani oleh pasar rakyat (tradisional). Dengan semakin banyak suami-istri bekerja, frekuensi ke pasar (tradisional) semakin rendah" (Harian Seputar Indonesia, 15 September 2007).

Modernisasi diartikan sebagai proses transformasi. Dalam mencapai status modern, struktur dan nilai tradisional secara total berganti dengan seperangkat struktur dan nilai-nilai modern (Suwarsono dan Alvin Y. So, 2000), yang antara lain bercirikan menghargai waktu, efisiensi, pragmatis dan rasional

Bagi masyarakat seperti itu, akan lebih efisien dan praktis berbelanja ke pasar modern dibanding berbelanja ke pasar tradisional yang kurang higienes dan tak perlu melakukan tawar menawar dalam menentukan harga suatu barang yang dibeli. Sekali datang ke pasar modern dapat dibeli semua barang yang dibutuhkan lantaran jenis dan jumlah barang relatif banyak tersedia menurut ukuran mereka.

Walaupun begitu, tak terbantahkan pula, dalam penelitian ini ditemukan fakta bahwa sebagian besar masyarakat apakah yang tinggal di

permukiman tertata baik maupun perkampungan kota, cenderung tetap berbelanja ke pasar tradisional dan sekaligus ke pasar modern. Barangkali kecenderungan ini sejalan dengan Thesis JH Boeke tentang Ekonomi Dualistik, bahwa Kapitalistik Barat dalam langkah kemenangannya menaklukkan dunia akan selalu bertabrakan dengan masyarakat prakapitalistik yang tidak dapat dihindarkan, kedua *system* berjalan secara paralel (JH Boeke, 1983).

Bila ditelaah dari perasaan responden ke mana tempat berbelanja yang lebih dekat dari rumah tempat tinggal mereka, apakah ke pasar tradisional atau ke pasar modern atau sama dekat ke kedua jenis pasar, jawabannya beragam. Yang paling banyak mereka merasakan lebih dekat ke pasar tradisional sebanyak 39 responden atau 82%. Meskipun sebagian besar responden merasakan lebih dekat ke pasar tradisional akan tetapi dalam memilih tempat berbelanja yang banyak dipilih adalah berbelanja ke pasar tradisional dan juga ke pasar modern sebanyak 26 responden atau 55%. Artinya meskipun lebih jauh rasanya dari pasar tradisional, masyarakat tetap berbelanja ke pasar modern sebagai pilihan tambahan selain ke pasar tradisional.

Yang perlu juga diketahui adalah, bagi masyarakat yang tinggal di kampung perkotaan, meskipun mereka merasakan lebih dekat ke pasar modern, akan tetapi mereka memilih tempat berbelanja ke pasar tradisional. Karena mereka malu berbelanja ke pasar modern dengan uang yang sedikit, sedangkan ke pasar tradisional masalah tersebut tidak mereka rasakan. Untuk jelasnya, Lihat Tabel 4.6 berikut ini :

**Tabel 4.6 Kedekatan dari Tempat Tinggal dan Pilihan Tempat Berbelanja**

No.	Dekat ke	Pilihan Tempat Berbelanja			Total
		Pasar Tradisional	Pasar Modern	Ke kedua Pasar	
1	Pasar Tradisional	12 (25)	1 (2)	26 (55)	39 (82)
2	Pasar Modern	2 (4)	-	4 (9)	6 (13)
3	Sama dekat	-	2 (4)	1 (1)	3 (5)
Total		14 (29)	3 (6)	31 (65)	48 (100)

Keterangan : ( ) = Persentase

3. Kekuatan dan Kelemahan Pasar Tradisional  
Alasan terbesar, kenapa masyarakat ber-

belanja ke pasar tradisional, adalah karena pasar tradisional lebih dekat dan mudah didatangi dari

rumah/tempat tinggal para pembeli 97,8%. Alasan kedua terbesar, 93,3% karena sayur mayur yang dijual lebih segar. Alasan ketiga, 71,1% karena barang yang dijual harganya lebih murah dan alasan keempat 66,7% karena barang yang dijual lebih banyak variasi/pilihannya.

Data tersebut mengungkapkan, bahwa kekuatan pasar tradisional terletak pada faktor kedekatannya dengan lingkungan permukiman dan dari faktor barang yang dijual baik dari segi jenis barang seperti sayur mayur, harga yang dipandang murah dan jumlah serta jenis barang yang relatif banyak menurut ukuran masyarakat yang bersangkutan.

Adapun faktor cara menentukan harga dengan cara tawar menawar oleh sebagian kecil masyarakat yang berbelanja ke pasar tradisional kurang disukai, akan tetapi bagi sebagian besar pembeli atau 84,4 % diantaranya hal tersebut adalah suatu yang menyenangkan dan menjadi kekuatan pasar tradisional pula.

Bila dikaitkan data ini dengan kondisi Pasar Tradisional Blora, Jakarta Pusat dan Pasar Tradisional Karet Pedurenan, Jakarta Selatan yang sepi didatangi para pembeli dan bahkan mau mati, disamping karena kondisi pasar yang jorok, faktor banyaknya permukiman tergusur dan berubah menjadi jalan dan gedung perkantoran di sekitar pasar yang selama ini menjadi segmen pasar tradisional adalah menjadi faktor pengaruh utamanya. Boleh dikatakan, hubungan antara pasar tradisional dengan permukiman yang letaknya berdekatan dengan pasar tradisional bagaikan ikan dengan air tambak atau sungai. Apabila tambak tergusur atau berubah menjadi lahan kering maka ikan akan mati.

Kelemahan pasar tradisional, dapat diketahui dari penilaian responden tentang apa hal yang tidak disukai oleh para pembeli, yaitu; (i) kondisi pasar yang becek, (ii) lorong yang sempit dan (iii) kondisi pasar yang jorok/kumuh didalam lingkungan pasar; persentasenya sangat tinggi, yaitu masing-masing berturut-turut 88,9%, 84,4% dan 80%. Pengelolaan sampah di lingkungan pasar, sebagian besar masyarakat atau 60% memandang tidak terurus.

Data tersebut sejalan dengan pendapat responden dalam hal apa saran perbaikan pasar tradisional, yaitu (i) Bangunan pasar dibangun baru atau *redesign* 62,5%, (ii) Bangunan pasar, kios dan prasarana lainnya dibuat bersih dan rapi 81,3%, (iii) Lorong didalam pasar diperlebar agar tidak terasa sempit 87,5%, (iv) Lorong didalam

pasar, terutama di tempat jual ikan dan daging tidak becek 79,2%, dan (v) Sampah dikelola dengan baik hingga tidak terlihat berserakan 68,8%. Data di atas menunjukkan bahwa kelemahan pasar tradisional terletak pada kondisi bangunan dan prasarana/sarana pasar tradisional.

Belajar dari pengalaman Pemerintah Kota Surakarta atau Sala, Jawa Tengah dan Pasar tradisional di kawasan Bumi Serpong Damai, Tangerang, Banten; dimana bila pasar dibangun atau *redesign* dengan baik dan dikelola dengan manajemen yang baik, telah mendatangkan manfaat bagi pasar tersebut. Yaitu, mampu bersaing dengan pasar modern dan para pembeli, termasuk yang datang dengan mobil kendaraan roda 4 (empat) ramai mengunjungi pasar tersebut dan dampak lanjutannya retribusi yang dikumpulkan dari pasar tradisional sebagai sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) meningkat. Hal tersebut tidak terjadi di wilayah DKI Jakarta, dimana banyak pasar tradisional dibiarkan jorok dan tidak terurus serta dikelola dengan manajemen yang tidak berorientasi pada peningkatan pelayanan publik.

Dengan demikian dapat disimpulkan, apabila kelemahan pasar tradisional dapat di-benahi, maka ia akan mampu bersaing dengan pasar modern dan para pembeli, termasuk kalangan ekonomi menengah-atas cenderung akan ramai datang mengunjungi pasar tradisional tersebut.

#### 4. Kebijakan Pemerintah/Pemerintah Daerah DKI Jakarta

Kelemahan pasar tradisional ini, dipengaruhi oleh faktor kebijakan publik pemerintah yang menempatkan pasar tradisional hanya sebagai sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) semata secara konvensional dan kebijakan serta manajemen pengelolaan pasar yang tidak berorientasi kepada peningkatan pelayanan publik. Pasar tidak dilihat sebagai tempat pemberdayaan pedagang ekonomi lemah dan kecil bagi pemerintah, sehingga menghadapi persaingan yang tak berimbang dengan pertumbuhan pasar modern, pemerintah berlepas tangan dan tidak mengeluarkan kebijakan dan strategi yang efektif.

Kebijakan yang diambil dan tidak diambil oleh pemerintah/pemerintah daerah hingga saat ini untuk mempertahankan eksistensi, mengembangkan dan mengelola pasar tradisional antara lain adalah :

- a. Membiarkan pasar tradisional tetap jorok dan kumuh. Dengan alasan anggaran pendapatan

dan belanja daerah/nasional (APBD/N) yang terbatas, maka pasar tradisional dibiarkan rusak dan tidak dikelola dengan baik. Pemda Kota Surakarta dengan Pendapatan Daerahnya tahun 2006 hanya Rp 479.739.210.000, sanggup memperbaiki pasar tradisional dengan sumber APBDnya. Akan tetapi ironis bagi Pemda Provinsi DKI Jakarta dengan Pendapatan Daerahnya mencapai Rp 17 triliun lebih (tahun 2006) tidak sanggup melakukan *redesign* pasar tradisional dengan dana APBD, akan tetapi menggantungkan diri pada kerjasama swasta yang cenderung tidak menguntungkan pedagang yang telah berjualan selama ini di pasar tersebut.

- b. Pasar tradisional ditempatkan oleh pemerintah daerah sebagai sumber PAD semata. Karena, dengan pendapatan PAD dari sumber ini tak mencukupi, maka dari kalkulasi keuangan adalah rugi melakukan perbaikan pasar yang tidak memberi keuntungan finansial yang memadai. Pasar tradisional tidak diletakkan sebagai strategi untuk memberdayakan pedagang kecil dan penciptaan lapangan kerja.
- c. Pola kerjasama dengan pihak swasta untuk merehabilitasi pasar yang bangunan rusak, cenderung menggusur pedagang lama. Karena dengan harga kios yang relatif mahal, pedagang lama tidak sanggup membiayainya, dan akhirnya mereka terlempar keluar dan digantikan pedagang baru yang kuat modal.
- d. Mengeluarkan regulasi untuk melarang pembangunan pasar modern berdekatan dengan pasar tradisional yang telah ada sebelumnya. Namun regulasi ini tidak konsisten dilaksanakan, tidak ada sanksi bagi yang melanggar dan karenanya tidak punya manfaat dan dampak positif bagi pemberdayaan pasar tradisional.
- e. Manajemen pengelolaan pasar tradisional memakai sistem konvensional dan tidak berorientasi kepada peningkatan pelayanan publik.
- f. Kebijakan dan strategi yang dilakukan tidak menyeluruh akan tetapi parsial dan karenanya kurang efektif memecahkan masalah yang dihadapi pasar tradisional.

#### **F. Implikasi Kebijakan sebagai Pemecahan Masalah**

Uraian di atas menunjukkan, bahwa (1) mayoritas masyarakat, baik yang tinggal di permukiman tertata baik dan perkampungan kota, te-

tap berbelanja ke pasar tradisional selain ke pasar modern; (2) kebijakan yang diambil pemerintah/pemerintah daerah DKI Jakarta selama ini kurang peduli dengan kepentingan pemberdayaan pasar tradisional sebagai lahan berusaha bagi usaha pedagang kecil dan sebagai tempat berbelanja bagi sebagian besar masyarakat kota baik yang tinggal di perkampungan kota maupun yang tinggal di permukiman tertata baik dan (3) kebijakan yang diambil pemerintah/pemda DKI Jakarta dan tertuang dalam Perpres No. 112 tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern dan Keputusan Gubernur DKI No. 44 tahun 2003 tentang Petunjuk Pelaksanaan Perpasaran Swasta di provinsi DKI Jakarta yang antara lain berisi larangan pembangunan pasar modern berdekatan letaknya dalam jarak tertentu dengan pasar tradisional tidak berjalan efektif dan tidak memecahkan masalah yang dihadapi pasar tradisional dan kebutuhan pelayanan yang diharapkan publik.

Dalam konteks itu, Keynes mengatakan, pemerintah tidak boleh berlepas tangan dan menyerahkan sepenuhnya kepada mekanisme pasar apabila terjadi kekuatan pelaku ekonomi tidak berimbang dan yang kuat menghancurkan yang lemah. Pemerintah harus ikut campur dalam pertarungan antar pelaku ekonomi bila terjadi ketidakadilan. Dalam konteks pertarungan pasar tradisional menghadapi pasar modern yang kuat modal, seyogyanya pemerintah turut campur mengatasi masalah tersebut.

Kebijakan pemerintah membiarkan pembangunan pasar modern berdiri, boleh saja, lantaran sebagian publik membutuhkan pelayanan pasar modern tersebut. Akan tetapi pemerintah harus meningkatkan daya saing pasar tradisional bertarung dengan pasar modern serta mengatur aturan main yang adil dengan melakukan revitalisasi pasar tradisional. Yaitu, dengan strategi berikut ini:

1. Membatasi jumlah pembangunan pasar modern, mengatur lokasi pembangunan serta mengatur jam buka-tutupnya. Pemerintah Perancis dan banyak negara lain dapat ditiru bagaimana mengatur pasar modern tidak membunuh pasar tradisional atau usaha retail melakukan usaha secara adil. Di Perancis contohnya sebagai tempat asal berdirinya pasar modern Carrefour diatur jumlah *counter* yang boleh didirikan, diatur waktu buka tutupnya dan diatur lokasi pembangunan *counternya* sehingga

- tidak menurunkan atau "mematikan" usaha retail kecil (Majalah Swa, 1 April 2009).
2. Merehabilitasi dan redesign bangunan pasar tradisional sehingga terlihat megah, bersih dan higienes. Termasuk menata lorong dalam pasar menjadi lapang dan tidak becek, tidak pengap serta mengelola sampah dengan baik dan menyediakan tempat parkir yang cukup.
  3. Menata lembaga dan manajemen pengelolaan pasar dengan semangat kewiraswastaan, profesional, dan menerapkan sistem manajemen peningkatan kinerja yang berorientasi kepada kepuasan publik.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan, diperoleh temuan sebagai berikut :

1. Terdapat perbedaan yang signifikan pilihan tempat berbelanja masyarakat antara sebelum dengan sesudah pasar modern dibangun di sekitar pasar tradisional yang telah ada sebelumnya dan pilihan tempat berbelanja antara masyarakat yang tinggal di permukiman tertata baik dengan masyarakat yang tinggal di permukiman perkampungan kota. Tidak terdapat perbedaan pilihan yang signifikan antara masyarakat yang tinggal di sekitar Pasar Tradisional Bendungan Hilir dengan Pasar Tradisional Perumnas Klender dalam memilih tempat berbelanja ke pasar tradisional dan pasar modern.
2. Tempat berbelanja yang paling banyak dipilih masyarakat adalah pasar tradisional dan sekaligus juga pasar modern. Pilihan berbelanja hanya ke pasar tradisional saja, lebih banyak dipilih oleh masyarakat yang tinggal di permukiman kampung kota. Dan pilihan berbelanja ke pasar modern saja hanya oleh masyarakat yang tinggal di permukiman tertata baik dalam jumlah yang relatif kecil.
3. Mayoritas responden merasakan lebih dekat mengunjungi pasar tradisional dari rumah tempat tinggal mereka dibanding pasar modern. Meskipun dirasakan mengunjungi pasar modern lebih jauh dibanding pasar tradisional dari tempat tinggal mereka, akan tetapi sebagian besar responden juga berbelanja ke pasar modern disamping ke pasar tradisional. Dan bagi sebagian kecil masyarakat yang tinggal di perkampungan kota, meskipun mereka merasakan pasar modern lebih dekat dikunjungi dari tempat tinggal mereka, akan tetapi mereka memilih berbelanja ke pasar tra-

disional.

4. Teori lokasi relevan menjelaskan hasil penelitian ini, yaitu kenapa sebagian besar pebelanja tetap berbelanja ke pasar tradisional, karena kedua pasar tradisional telah menjadi aglomerasi kegiatan ekonomi sektor pemasaran. Ada dua produk yang menimbulkan eksternalitas berbelanja, yaitu barang substitusi yang tidak sempurna dan barang komplementer. Begitu pula di kedua pasar telah terbangun kluster turunan yang mendatangkan manfaat sebagai *spread effect*.
5. Thesis JH Boeke tentang Ekonomi Dualistik, dimana ekonomi modern berjalan paralel dengan ekonomi tradisional juga relevan menjelaskan hasil penelitian ini bahwa sebagian besar para pebelanja disamping berbelanja ke pasar tradisional juga berbelanja ke pasar modern.

### **Daftar Pustaka**

- Agus Dwiyanto, "Mewujudkan *Good Governance* Melalui Pelayanan publik", *Gajah Mada University Press*, Yogyakarta, Editor (2006).
- \_\_\_\_\_, dkk, "Reformasi Birokrasi Publik di Indonesia", *Gajah Mada University Press*, Yogyakarta, 2006.
- "Benci Tapi Rindu", *Majalah Swa*, 1 April 2009.
- Budi Winarno, "Teori dan Proses Kebijakan Publik", Penerbit Media Pressindo, Yogyakarta 2002.
- "Cengkraman *Hypermarket* di Bisnis Retail", *Majalah Swa*, 1 April 2009.
- Clifford Geerts, "*Peddlers and Princes*", *The University of Chicago Press*, Chicago and London, 1963.
- Damsar, Dr., "Sosiologi Ekonomi", Penerbit Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002.
- David Osborne dan Meter Plastrik, "Memangkas Birokrasi Lima Strategi Menuju Pemerintahan Wirausaha", Penerbit PPM, Jakarta, 1996.
- David Osborne Ted Gaebler, "Mewirausahakan Birokrasi *Reinventing Government*", Pustaka Binaman Pressindo, Jakarta, 1996.

- Depdiknas, "Kamus Besar Bahasa Indonesia", Penerbit PT Gramedia, Jakarta, 2008.
- "Evaluasi Pasar Modern – Pedagang Pasar Tuntut Perpres Nomor 112/2007 Ditinjau Ulang". *Harian Kompas*, 8 Juli 2008.
- Firmansyah, "Solusi Ruko Berlumut di Mataram", 2 Juni 2007, *Opini Lombok Post*, 2007.
- Fischer, "Evaluating Public Policy", *Capital City Press, Chicago Illinois*, 1995.
- Garry Davie, "Bringing Store to shoppers-Not Shoppers to Store", Vol 23, *International Journal of Retail and Distribution Management*, 1995.
- "Gurita Bisnis Ritel Raksasa", *Harian Seputar Indonesia*, 15 September 2007.
- Harry W Richardson, "Regional and Urban Economics", Pinguin Book, USA, 1978.
- Hessel Nogi S Tangkilisan, "Manajemen Modern Untuk Sector Public", Penerbit Balaiung & Co., Yogyakarta, 2003.
- Husein Umar, "Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan", PT Raja Grafindo Persada, Bandung, 2008.
- Jennifer Alexander, "Wanita Pengusaha di Pasar-Pasar Jawa", Robert W Hefner (editor), "Budaya Pasar - Masyarakat dan Moralitas dalam Kapitalisme Asia Baru", halaman 285 - 314, Penerbit LP3ES, Jakarta, 2000.
- JH Boeke, "Prakapitalisme di Asia", Penerbit Sinar Harapan, Jakarta, 1983.
- Joko Widodo, "Good Governance", Penerbit Insan Cendekia, Surabaya, 2001.
- "Kanibalisme Dunia Saudagar – Gurita Ritel modern", *Harian Seputar Indonesia*, 15 September 2007.
- Lea Jellinek, "Seperti Roda Berputar – Perubahan Social Sebuah Kampung di Jakarta", Penerbit LP3ES, Jakarta, 1995.
- "Memberdayakan Pasar Tradisional, Menegakan Pilar Ekonomi Rakyat", *Harian Kompas*, 20 Juli 2008.
- Michael Levy PhD and Barton A Weitz PhD, "Retailing Management", Published by Mc Geaw-Hill/Companies, New York, 2004.
- Miftah Thoha Prof, Dr,MPA, "Birokrasi & Politik di Indonesia", Penerbit Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2007.
- Miriam Budiardjo, Prof, Dr., "Dasar Dasar Ilmu Politik", PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2008.
- "Ministry of Public Work, DG of Human Settlement - Capacity Building in Urban Infrastructure Management (CBUIM), Focus Group Discussion (FGD) with Traders in Lima Puluh Market", *Pilot Area Pekan Baru Report, Pekanbaru, Riau*, 2002.
- "Ministry of Public Work, DG of HS, Directorate for Programme Development – Medan Metropolitan Urban Development Programme" – Makalah Diskusi : "Study Community Development", *Buku 11*, Hal. 1-8, 1995.
- Mudrajat Kuncoro, "Analisis Spasial dan Regional", UPP AMP YKPN, Yogyakarta, 2002.
- "Pasar Tradisional Logika Dagang yang Tak Jalan", *Harian Kompas*, 23 Juni 2007.
- "Pasar Tradisional Mesti Dikelola Profesional", *Harian Kompas*, 20 juli 2008.
- "Pasar Tradisional Mulai Kehilangan Tempat", *Harian Kompas*, 3 November 2007.
- "Pasar Tradisional, Pelanduk Berani Melawan Raksasa", *Harian Kompas*, 8 juli 2000.
- "Pasar Tradisional, Ruang Publik yang Terabaikan", *Harian Kompas*, 4 Juli 2004.
- "Pasar Tradisional Rontok", *Harian Kompas*, 23 November 2005.
- "Pasar Tradisional, Si Pelanduk Berjuang Melawan Gajah", *Harian Kompas*, 21 November 2007.
- "Pasar Tradisional Tetap Diminati", *Harian Re-*



publika, 24 Juni 2000.

Patrick M Dunne & Robert F Lusch, *"Retailing"*, Thomson Learning, Ohio, 2002.

"Pedagang, Menolak Carrefour di Pluit", *Harian Kompas*, 8 Juli 2008.

"Persaingan Ritel Layakkah Memisahkannya?", *Harian Kompas*, 23 Maret 2007.

Prasetyo Soepono, "Lokasi Perusahaan dan Implikasinya bagi Kebijakan", *Pidato Pengukuhan Guru Besar Ekonomi UGM*, 2002.

Said Zainal Abidin Ph.D, *"Kebijakan Publik"*, Penerbit Suara Bebas, Jakarta, 2002.

"Serbuan Ritel Modern dan Produk Impor", *Harian Seputar Indonesia*, 15 September 2007.

Serra, Danil and Rosa Colome, *"Consumer choice and Optimal Location Model"*, *Formulation and Heuristics Papers*, 2001.

Singgih Santoso, "Menguasai Statistik di era Informasi dengan SPSS 15", *Penerbit Elex Media Komputindo*, Jakarta, 2006.

Suwarno & Alvin SO, "Perubahan Sosial dan Pembangunan", *Penerbit LP3ES*, Jakarta, 2000.

Vinsent Gaspersz , Prof. Dr., "Sistem Manajemen Kinerja Terintegrasi BALANCED SCORCARD DENGAN SIX SIGMA Untuk Organisasi Bisnis dan Pemerintah", *PT Gramedia Pustaka Utama*, Jakarta, 2002.