

STUDI EKSPLORASI PENGARUH KEBERADAAN PASAR MODERN TERHADAP PASAR TRADISIONAL SEBAGAI RUANG PUBLIK (STUDI KASUS : KECAMATAN BEKASI SELATAN)

Akmalia Vianka¹, Darmawan L.C², N.Widyaningsih³,
Universitas Esa Unggul, Jakarta
akmaliav@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui implementasi peraturan pemerintah tentang pasar modern, (2) mengetahui persepsi pedagang dan konsumen pasar tradisional terhadap keberadaan pasar modern sebagai ruang publik dan (3) mengetahui pengaruh keberadaan pasar modern terhadap pedagang pasar tradisional dilihat dari segi omzet penjualan, pendapatan dan jangkauan pelayanan pasar tradisionalnya. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif eksploratif yang menggunakan pendekatan kualitatif. Pengambilan sampel populasi pasar menggunakan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel sebanyak 46 responden pedagang dan 100 responden konsumen diambil dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan angket, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan (1) Analisis kuantitatif menggunakan rerata atau mean (M), penghitungan Mean Ideal (Mi) dan simpangan baku ideal (Sbi). (2) Analisis kualitatif dilakukan melalui tiga komponen berurutan, yaitu *coding*, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dan (3) Analisis spasial menggunakan analisis buffer pada aplikasi ArcGIS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Implementasi peraturan pemerintah tentang pasar modern tidak berjalan semestinya, (2) Persepsi negatif pedagang pasar tradisional terhadap keberadaan pasar modern termasuk dalam kategori tinggi, (3) Keberadaan pasar modern berdampak negatif pada penurunan omzet, pendapatan dan jangkauan pelayanan pedagang Pasar Tradisional Pulo Galaxy. Upaya pedagang pasar tradisional untuk mempertahankan usahanya sangat minim, misalnya hanya menurunkan harga jual beberapa jenis barang.

Kata Kunci : Pasar Tradisional, Pasar Modern, Ruang Publik, Jangkauan Pelayanan, Persepsi Pedagang dan Konsumen Pasar Tradisional.

Pendahuluan

Perkembangan sebuah pasar tradisional secara garis besar diawali dengan adanya dua kebutuhan yang berbeda sehingga memunculkan adanya *barter* (tukar menukar barang, biasanya adalah hasil bumi). Pasar tradisional menempati tempat-tempat yang bersifat terbuka dan mudah dijangkau. Pasar terus berkembang setelah dikenal nilai tukar barang (uang), sehingga muncul pasar tradisional yang memiliki lokasi tersebar pada ragam wilayah dan menempati tempat yang lebih permanen.

Selain para pedagang yang menempati kios atau los yang tetap (sektor formal), pada sebuah pasar tumbuh (muncul) pula pedagang sektor informal yang menambah berkembang dan hidupnya sebuah pasar. Sektor informal ini tidak memiliki kios atau los yang tetap (permanen). Hal ini menyebabkan pedagang sektor informal ini tidak memiliki los atau kios untuk tempat berjualan, yang terjadi kemudian adalah ruang-ruang yang semestinya digunakan untuk ruang publik (*public space*) sebagian dimanfaatkan menjadi tempat berjualan oleh pedagang sektor ini. Pengaruh langsung pada sebuah pasar dengan adanya pedagang sektor informal yang memanfaatkan sebagian ruang publik adalah terjadi perubahan ekspresi ruang sebagai akibat menurunnya fungsi ruang publik pasar yang sebenarnya merupakan fasilitas yang bisa dimanfaatkan bersama (terutama oleh pengunjung pasar). Hal ini disebabkan karena sebagian ruang publik ini digunakan untuk tempat berjualan, maka

dari segi volume (luasan) menjadi berkurang. Kondisi ini menyebabkan timbulnya lingkungan yang secara visual berkesan, kumuh dan padat.

Selama beberapa dekade terakhir, pasar modern mulai hadir dengan memanfaatkan kelebihan yang tidak dimiliki oleh pasar tradisional seperti kebersihan, kenyamanan, keamanan, kualitas produk serta sarana dan prasarana yang memadai. Pada awal tahun 1990, pasar modern di Indonesia masih didominasi oleh peritel dalam negeri. Penelitian AC Nielsen (2010), menyatakan bahwa sampai dengan tahun 2010 di Indonesia terdapat gerai atau pasar modern sebanyak 13.240 gerai (naik sebanyak 5,1% dari jumlah tahun 2008 sebanyak 12.598 gerai), sedangkan gerai atau pasar tradisional berjumlah 2.520.757 gerai (naik 2,08% dari jumlah tahun 2008 sebanyak 2.469.465 gerai). Berdasarkan penelitian tersebut menunjukkan bahwa persentase kenaikan gerai modern lebih tinggi dari pada gerai tradisional. Jika hal ini tidak ditangani dengan benar, maka eksistensi pasar tradisional yang selama ini menjadi ruang publik masyarakat hanyalah tinggal nama saja disebabkan oleh arus modernisasi yang tidak bisa dibendung oleh pemerintah.

Pemerintah telah membuat kebijakan dan peraturan yang tertuang dalam Peraturan Presiden No.112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern dan Peraturan Menteri Dalam Negeri No.53 Tahun 2008 yang mengatur tentang Pedoman Penataan Dan Pembinaan Pasar

Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern serta Peraturan Daerah Kota Bekasi No.07 Tahun 2012 tentang Penataan dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Pada kenyataannya, peraturan tersebut tidak diimplementasikan dengan baik. Banyak peraturan yang tidak dipatuhi oleh pendiri pasar modern, misalnya masalah perizinan, jarak yang terlalu dekat dengan pasar tradisional, penyediaan tempat usaha bagi pedagang kecil. Keberadaan pasar modern juga menimbulkan persepsi yang berbeda-beda dari setiap kalangan masyarakat. Ada kelompok masyarakat yang berpandangan positif terhadap keberadaan pasar modern. Misalnya bagi masyarakat kelas menengah keatas, keberadaan pasar modern sangat menguntungkan karena mereka dapat berbelanja dengan nyaman dan leluasa di pasar modern. Namun, tidak jarang yang memiliki pandangan negatif atas keberadaannya.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bekasi (Kecamatan Bekasi Selatan dalam Angka 2016), di Kecamatan Bekasi Selatan terdapat sebelas pasar modern (*Supermarket Giant Express* Pekayon, *Hypermarket Lotte Mart Wholesale*, *Mal Grand Galaxi Park*, *Mal Pekayon*, *Revo town*, *Living Plaza*, *Mal Grand Metropolitan*, *Mal Metropolitan*, *Mal Bekasi Cyber Park* dan *Hypermall Mega Bekasi*) dan delapan pasar tradisional, akan tetapi berdasarkan hasil observasi penulis di Kecamatan Bekasi Selatan hanya memiliki tujuh pasar tradisional yang aktif (Pasar Jamblang, Pasar Tradisional Pulo Galaxy, Pasar Galaxy *Fresh Market*, Pasar Pagi Pekayon, Pasar Tradisional Poncol Baru, Pasar Mujair dan Pasar Bambu Kuning.). Pasar modern di Kecamatan Bekasi Selatan beberapa diantaranya berada di sekitar pasar tradisional dengan jarak yang relatif dekat. Selain berdekatan dengan pasar tradisional, jarak antar masing-masing pasar modern pun berdekatan satu sama lainnya. Dengan menjamurnya pasar modern akan berpengaruh terhadap lingkungan sekitarnya secara ekonomi dan terhadap pola perilaku konsumen di lingkungan sekitar dan pasar tradisional di sekitar wilayah berdirinya pasar modern tersebut.

Pasar tradisional dan pasar modern bersaing dalam pasar yang sama, yaitu pasar ritel atau eceran. Hampir semua barang yang dijual di pasar tradisional, dapat ditemukan di pasar modern, khususnya pasar modern berbentuk *minimarket*, *hypermarket* dan *supermarket*. Jarak pasar modern yang sangat dekat dengan pasar tradisional, serta perubahan pola berbelanja masyarakat tentu akan berpengaruh pada omzet penjualan dan pendapatan bersih pedagang di pasar tradisional terutama untuk pedagang yang menjual barang dagangan sama dengan yang ada di pasar modern. Pedagang harus

memiliki strategi dalam upaya mempertahankan eksistensi usahanya. Berdasarkan hal tersebut, membuat peneliti tertarik untuk meneliti seberapa besar pengaruh keberadaan pasar modern terhadap pedagang pasar tradisional di Kecamatan Bekasi Selatan, Kota Bekasi.

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui implementasi kebijakan pemerintah dalam Perpres No. 112 Tahun 2007 dan Permendagri No. 53 Tahun 2008 serta Peraturan Daerah Kota Bekasi No. 07 Tahun 2012 tentang pasar modern di Kecamatan Bekasi Selatan.
2. Menganalisis persepsi pedagang dan konsumen pasar tradisional terhadap keberadaan pasar modern sebagai ruang publik masyarakat di Kecamatan Bekasi Selatan.
3. Menganalisis pengaruh keberadaan pasar modern terhadap usaha pedagang pasar tradisional dilihat dari segi omzet penjualan, pendapatan dan jangkauan pelayanan.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif eksploratif yang menggunakan pendekatan kualitatif. Pengambilan sampel populasi pasar menggunakan teknik *purposive sampling*, dimana dalam kasus ini Pasar Tradisional Pulo Galaxy adalah pasar yang bisa merepresentasikan keseluruhan kasus ini di Kecamatan Bekasi Selatan; selain banyak dikelilingi oleh toko *modern* skala kecil seperti *minimarket*, pasar tradisional pulo galaxy ini juga satu-satunya pasar yang sangat berdekatan dengan pusat perbelanjaan skala *regional* seperti mall, dan lainnya. Jumlah sampel sebanyak 46 responden pedagang dan 100 responden konsumen diambil dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan angket, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan (1) Analisis kuantitatif menggunakan rerata atau mean (M), penghitungan Mean Ideal (Mi) dan simpangan baku ideal (Sbi). (2) Analisis kualitatif dilakukan melalui tiga komponen berurutan, yaitu *coding*, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dan (3) Analisis spasial menggunakan analisis buffer pada aplikasi ArcGIS.

Hasil dan Pembahasan

Gambaran Umum

Pasar Tradisional menjadi pusat perekonomian di suatu daerah atau kota, dan jumlahnya bisa lebih dari satu bahkan bisa mencapai puluhan, salah satu contohnya di wilayah Kota Bekasi, Jawa Barat.

Pasar tradisional yang ada di Kota Bekasi sebagian besar merupakan pasar-pasar rakyat yang tumbuh secara mandiri di tengah lingkungan tempat tinggal warga dan biasa disebut sebagai Pasar Lingkungan. Pasar lingkungan telah menjamur di Kota Bekasi. Saat ini tercatat ada 42 pasar lingkungan yang tersebar di 12 kecamatan yang dikelola oleh pengurus lingkungan sekitar, swasta yang berbadan hukum, maupun perorangan di kota tersebut. Salah satu pasarnya adalah Pasar Tradisional Pulo Galaxy yang ada di Jalan Pulo Sirih Barat Raya merupakan tempat perbatasan antara permukiman penduduk kelas menengah ke atas dan penduduk kelas menengah ke bawah di Kelurahan Jaka Setia, Kecamatan Bekasi Selatan. Pasar tradisional tersebut dimiliki oleh swasta yaitu pihak perorangan yang didirikan pada tahun 2005 yang lalu. Berdasarkan jenis kegiatannya pasar tradisional ini termasuk dalam pasar eceran dengan jangkauan pelayanan skala lokal.

Karakteristik Pedagang Pasar Tradisional Pulo Galaxy

• Berdasarkan Jenis Usaha Pedagang

Berdasarkan hasil kuesioner yang diberikan peneliti kepada 46 pedagang di lokasi studi, pedagang Pasar Tradisional Pulo Galaxy menjual berbagai macam jenis usaha yang terbagi menjadi 10 jenis usaha seperti sembako, pakaian, kerudung, peralatan rumah tangga, sayuran dan bumbu dapur, ikan kering, ikan basah, buah, daging dan ayam potong. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1
Jenis Usaha Pedagang
Pasar Tradisional Pulo Galaxy

No.	Jenis Tempat Usaha	Jenis Usaha	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	Kios	Sembako	15	32,61%
2		Pakaian	2	4,35%
3		Kerudung	1	2,17%
4		Peralatan Rumah Tangga	2	4,35%
5	Los	Sayuran & Bumbu Dapur	19	41,3%
6		Ikan Kering	1	2,17%
7		Ikan Basah	1	2,17%
8		Buah	2	4,35%
9		Daging	1	2,17%
10		Ayam Potong	2	4,35%
Jumlah (jiwa)			46	100%

Sumber : Hasil Observasi Lapangan, 2016

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa, mayoritas pedagang di Pasar Tradisional Pulo Galaxy didominasi oleh pedagang sayuran dan bumbu dapur yang berada di los pasar dengan jumlah pedagang sebanyak 19 orang atau sekitar 41,3% dari total responden yang ada, serta pedagang sembako yang berada di kios pasar dengan jumlah pedagang sebanyak 15 orang atau sekitar 32,61% dari total responden yang ada. Hal ini dikarenakan Pasar Tradisional Pulo Galaxy adalah pasar lingkungan yang mayoritas menyediakan bahan pokok keperluan sehari-hari masyarakat yang ada sekitarnya.

Karakteristik Konsumen Pasar Tradisional Pulo Galaxy

• Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah diberikan kepada konsumen Pasar Tradisional Pulo Galaxy, karakteristik konsumen berdasarkan pekerjaan mereka terdapat 6 (enam) kategori pekerjaan yaitu, Ibu Rumah Tangga (IRT), Pengusaha, Buruh, Pegawai Negeri Sipil (PNS), Swasta dan Mahasiswa. Untuk lebih rincinya dapat dilihat pada tabel di bawah berikut ini.

Tabel 2
Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1.	IRT	48	48
2.	Pengusaha	13	13
3.	Buruh	3	3
4.	PNS	3	3
5.	Swasta	28	28
6.	Mahasiswa	5	5
Jumlah (jiwa)		100	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2016

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa, mayoritas konsumen Pasar Tradisional Pulo Galaxy adalah berprofesi sebagai ibu rumah tangga, dengan jumlah sebanyak 48 orang atau sekitar 48 % dari total keseluruhan responden, dan minoritas profesi konsumen pasar tersebut adalah buruh dengan jumlah sebanyak 3 orang atau sekitar 3 % dari total keseluruhan responden yang ada.

• Berdasarkan Pendapatan

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah diberikan kepada 100 konsumen Pasar Tradisional Pulo Galaxy, tidak semua responden bersedia memberikan informasi mengenai pendapatan per bulannya, hanya sekitar 80 responden yang bersedia memberikan informasi tersebut. Berdasarkan nilai nominal pendapatan yang ada, karakteristik konsumen berdasarkan pendapatan

dibagi menjadi 3 kelas pendapatan, yaitu kelas pendapatan rendah, menengah dan tinggi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah berikut ini.

Tabel 3
Kelas Pendapatan Konsumen

No.	Kategori	Kelas Pendapatan	Jumlah (konsumen)	Persentase (%)
<i>Responden yang memberikan informasi</i>				
1.	Rendah	≤ 4.000.000	39	48,75
2.	Menengah	4.000.001 - 8.000.000	37	46,25
3.	Tinggi	≥ 8.000.001	4	5,00
Jumlah			80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2016

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa karakteristik konsumen Pasar Tradisional Pulo Galaxy ditinjau dari pendapatan per bulannya mayoritas terdapat pada kelas pendapatan yang rendah, dengan pendapatan kurang dari sama dengan 4 juta per bulannya, memiliki frekuensi konsumen sebanyak 39 konsumen atau sekitar 48,75% dari total responden konsumen yang memberikan informasi pendapatannya. Berdasarkan Keputusan Gubernur Jawa Barat Nomor 561 Tahun 2015 mengenai Upah Minimum Kabupaten atau Kota di daerah Provinsi Jawa Barat untuk tahun 2016 ditetapkan, bahwa Upah Minimum Kota (UMK) Bekasi Pada tahun 2016 senilai 3.327.160 rupiah, sehingga responden konsumen yang memiliki nilai pendapatan yang setara dengan nilai UMK tersebut, termasuk dalam kelas pendapatan yang rendah juga dalam penelitian ini. Untuk minoritas kelas pendapatan konsumen per bulannya terdapat pada kelas pendapatan yang tinggi, dengan nilai nominal pendapatan berada lebih dari sama dengan 8 juta ke atas per bulannya, memiliki frekuensi konsumen sebanyak 4 konsumen atau sekitar 5% dari total responden konsumen yang memberikan informasi pendapatannya. Sisanya, merupakan konsumen yang termasuk dalam kelas pendapatan menengah, yaitu konsumen yang memiliki nilai nominal pendapatan diantara 4 juta ke atas hingga 8 juta per bulannya, memiliki frekuensi konsumen sebanyak 37 konsumen atau sekitar 46,25% dari total responden konsumen yang memberikan informasi pendapatannya. Data ini akan digunakan untuk mendukung analisis-analisis terkait dengan persepsi-persepsi konsumen Pasar Tradisional Pulo Galaxy.

• **Berdasarkan Frekuensi Kedatangan Konsumen ke Pasar Tradisional Pulo Galaxy**

Berikut adalah hasil frekuensi kedatangan konsumen ke Pasar Tradisional Pulo Galaxy sebagai berikut :

Tabel 4
Frekuensi Kedatangan Konsumen ke Pasar Tradisional Pulo Galaxy

No.	Frekuensi Kedatangan	Frekuensi (Konsumen)	Persentase (%)
1.	Baru Pertama Kali	3	3
2.	2-3 kali dalam seminggu	12	12
3.	4-5 kali dalam seminggu	16	16
4.	Lebih dari 5 kali dalam seminggu	69	69
Jumlah		100	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2016

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui, bahwa mayoritas responden konsumen yang pernah datang ke Pasar Tradisional Pulo Galaxy memiliki frekuensi kedatangan yang lebih dari 5 kali dalam seminggu, dengan jumlah frekuensi konsumen sebanyak 69 konsumen atau sekitar 69% dari total responden konsumen yang menjawab demikian, dengan kata lain sebagian besar responden konsumen ini menjadikan pasar tersebut sebagai salah satu tempat berbelanja rutin mereka sehari-hari. Hal ini dikarenakan keberadaan lokasi pasar dengan rumah mereka yang relatif dekat, sehingga dapat diakses atau dijangkau lebih mudah dari pada tempat berbelanja yang lainnya. Untuk minoritas frekuensi kedatangan konsumen yang pernah datang ke Pasar Tradisional Pulo Galaxy adalah responden konsumen dengan frekuensi kedatangan yang baru pertama kali datang ke pasar tersebut selama ini, dengan jumlah frekuensi konsumen sebanyak 3 konsumen atau sekitar 3% dari total responden konsumen yang menjawab demikian.

Hal tersebut dikarenakan beberapa dari mereka memberikan alasan bahwa hanya ingin mencari variasi dalam tempat berbelanja yang ada, biasanya untuk mencari tahu perbandingan harga barang dengan pasar atau tempat berbelanja lain di sekitar tempat tinggal mereka. Terdapat sebanyak 12 konsumen atau sekitar 12% dari total responden konsumen yang telah sekitar 2-3 kali dalam seminggu yang pernah datang ke pasar tersebut, beberapa dari mereka memberikan alasan, bahwa tempat berbelanja sehari-hari mereka terdapat di pasar lain yang jaraknya lebih dekat dengan rumah mereka, mereka datang ke pasar tersebut hanya untuk mencari barang yang mereka butuhkan saat itu. Terdapat sebanyak 16

konsumen atau sekitar 16% dari total responden konsumen yang telah sekitar 4-5 kali dalam seminggu datang ke pasar tersebut, beberapa dari mereka memberikan alasan bahwa keberadaan pasar tersebut dekat dengan tempat usaha atau kegiatan mereka lainnya. Berdasarkan hasil observasi lapangan, pasar ini lebih ramai dikunjungi pada akhir pekan seperti hari Sabtu dan Minggu, hal ini dikarenakan konsumen dapat lebih leluasa berbelanja pada hari-hari tersebut, jika pada hari kerja seperti Senin hingga Jumat, mereka memiliki kesibukannya masing-masing dan berbelanja jika memang dibutuhkan untuk keperluan esok harinya.

• **Berdasarkan Jenis Barang yang Dibeli Konsumen di Pasar Tradisional Pulo Galaxy**

Berikut adalah hasil jenis barang yang dibeli konsumen ke Pasar Tradisional Pulo Galaxy sebagai berikut :

Tabel 5
Jenis Barang yang dibeli Konsumen di Pasar Tradisional Pulo Galaxy

No.	Jenis Barang yang Dibeli Konsumen	Frekuensi (Konsumen)	Persentase (%)
1.	Sembako dan atau Bahan Mentah	94	94
2.	Pakaian, Sandal, Boneka dan lainnya	1	1
3.	Peralatan Rumah Tangga	5	5
4.	Barang Lainnya	0	0
Jumlah		100	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2016

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui jenis barang yang dibeli konsumen pada Pasar Tradisional Pulo Galaxy, dari 100 responden yang memberikan jawaban, jenis barang yang paling banyak dibeli konsumen di Pasar Tradisional Pulo Galaxy adalah jenis barang berupa sembako dan atau bahan mentah seperti sayur, buah, daging dan lainnya, hal ini dikarenakan mayoritas jenis usaha pedagang di Pasar Tradisional Pulo Galaxy adalah pedagang sembako dan bahan mentah, sehingga hal ini mempengaruhi jenis barang yang dibeli konsumen dalam berbelanja di pasar tersebut, yaitu dengan frekuensi konsumen sebanyak 94 konsumen atau sekitar 94% dari total responden konsumen yang menjawab demikian. Hanya 1 konsumen atau sekitar 1% dari total responden konsumen yang pernah membeli jenis barang seperti pakaian, sandal dan lainnya di pasar tersebut, Sisanya, sebanyak 5 konsumen atau sekitar 5 % dari total responden konsumen yang pernah membeli jenis barang peralatan rumah tangga seperti sapu, piring, plastik dan semacamnya di pasar tradisional tersebut.

• **Berdasarkan Alasan Konsumen Berbelanja di Pasar Tradisional Pulo Galaxy**

Alasan konsumen memilih Pasar Tradisional Pulo Galaxy sebagai tempat berbelanja berbagai macam, seperti dekat dengan rumah, jenis barang lengkap, harga yang murah dan lain-lain. Berikut adalah hasil jawaban responden terkait kuesioner mengenai alasan konsumen memilih pasar tersebut, seperti pada tabel berikut ini.

Tabel 6
Alasan Konsumen Berbelanja di Pasar Tradisional Pulo Galaxy

No.	Alasan Konsumen Berbelanja	Frekuensi (Konsumen)	Persentase %
1.	Dekat dengan Rumah	65	65
2.	Jenis Barang yang Dijual Lengkap	10	10
3.	Harga Lebih Murah	23	23
4.	Lain-lain	2	2
Jumlah		100	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2016

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui alasan konsumen memilih berbelanja di Pasar Tradisional Pulo Galaxy, dari 100 responden yang memberikan jawaban, terdapat sebanyak 65 konsumen atau sekitar 65% dari total responden konsumen memilih datang ke Pasar Tradisional Pulo Galaxy dikarenakan lokasi pasar tersebut relatif dekat dengan rumah dan kemudahan aksesibilitas yang dapat dijangkau oleh mereka, hal ini sesuai dengan mayoritas frekuensi kedatangan konsumen yang datang ke pasar tersebut lebih dari 5 (lima) kali pada pembahasan sebelumnya. Terdapat sebanyak 10 konsumen atau sekitar 10% dari total responden konsumen memilih datang ke Pasar Tradisional Pulo Galaxy dikarenakan jenis barang yang relatif lengkap memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka seperti jenis barang berupa sembako dan bahan mentah makanan yang juga merupakan mayoritas jenis barang yang dijual di pasar tersebut. Terdapat sebanyak 23 konsumen atau sekitar 23% dari total responden konsumen memilih datang ke Pasar Tradisional Pulo Galaxy dikarenakan harga barang yang dibeli relatif murah dibandingkan dengan pasar yang lainnya, misalnya Pasar Tradisional Pagi Pekayon, Pasar Jati Asih dan atau pasar semi modern Galaxy Fresh Market yang menjadi referensi lain dari konsumen untuk berbelanja sehari-hari, sedangkan terdapat sebanyak 2 konsumen atau sekita 2% dari total responden konsumen memilih datang ke Pasar Tradisional Pulo Galaxy dikarenakan hal lain seperti berdasarkan hasil wawancara lebih lanjut, beberapa dari mereka menjawab telah memiliki langganan pedagang atau telah terjalannya keakraban sosial dengan pedagang tersebut

sehingga mereka masih konsisten berbelanja di pasar tersebut dan juga lokasi yang relatif dekat dengan tempat usaha atau kegiatan mereka.

• **Berdasarkan Jarak dari Rumah Konsumen Menuju ke Pasar Tradisional Pulo Galaxy**

Berikut adalah hasil jarak dari rumah konsumen menuju ke Pasar Tradisional Pulo Galaxy sebagai berikut :

Tabel 7
Jarak dari Rumah Konsumen Menuju ke Pasar Tradisional Pulo Galaxy

No.	Jarak dari Rumah Konsumen - Pasar	Frekuensi (Konsumen)	Persentase %
1.	< 0,5 km (sangat dekat)	53	53
2.	0,5-1 km (dekat)	39	39
3.	1-1,5 km (sedang)	7	7
4.	> 1,5 km (jauh)	1	1
Jumlah		100	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2016

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa sebanyak 53 konsumen atau sekitar 53% dari total responden konsumen menjawab bahwa keberadaan lokasi rumah mereka sangat dekat dengan pasar yaitu hanya sejauh kurang dari 0,5 km dari rumahnya, sebanyak 39 konsumen atau sekitar 39% dari total responden konsumen menjawab bahwa lokasi rumah mereka masih dekat dengan pasar yaitu sejauh antara 0,5-1 km dari rumahnya, hal ini dikarenakan keberadaan pasar tersebut memang berada di sekitar permukiman masyarakat seperti yang telah dijelaskan sebelumnya. Sebanyak 7 konsumen atau sekitar 7% dari total responden konsumen menjawab bahwa keberadaan lokasi rumah mereka memiliki jauh antara 1-1,5 km dari Pasar Tradisional Pulo Galaxy dan hanya 1 konsumen atau sekitar 1% dari total responden konsumen memiliki rumah yang jauh dari pasar ini yaitu lebih dari 1,5 km dari rumahnya, namun hal ini dikarenakan alasan jarak yang lebih dekat dengan tempat usahanya bukan dengan tempat tinggalnya.

• **Berdasarkan Transportasi yang Digunakan Konsumen Menuju Pasar Tradisional Pulo Galaxy**

Berikut adalah jenis transportasi yang konsumen gunakan menuju ke Pasar Tradisional Pulo Galaxy sebagai berikut :

Tabel 8
Transportasi yang Digunakan Konsumen Menuju Pasar Tradisional Pulo Galaxy

No.	Transportasi yang Digunakan Konsumen	Frekuensi (Konsumen)	Persentase (%)
1.	Jalan Kaki	20	20

No.	Transportasi yang Digunakan Konsumen	Frekuensi (Konsumen)	Persentase (%)
2.	Motor	78	78
3.	Mobil	2	2
4.	Sepeda	0	0
Jumlah		100	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2016

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui, bahwa terdapat sebanyak 20 konsumen atau sekitar 20% dari total responden konsumen Pasar Tradisional Pulo Galaxy datang dengan jalan kaki, hal ini dikarenakan jarak rumah konsumen yang sangat dekat dengan pasar sehingga dapat ditempuh hanya dengan jalan kaki. Terdapat 78 konsumen atau sekitar 78% dari total responden konsumen pasar datang dengan menggunakan motor, hal ini dikarenakan mengingat efisiensi waktu dan tenaga mereka serta lahan parkir yang kurang luas, sehingga mereka memilih menggunakan kendaraan bermotor, terdapat pula 2 konsumen atau sekitar 2% dari total responden konsumen yang datang menggunakan mobil, hal ini dikarenakan mereka termasuk dalam konsumen yang memiliki kelas pendapatan yang tinggi, sehingga hal tersebut mempengaruhi gaya hidup berbelanja seseorang. Dari konsumen yang bersedia dijadikan responden dalam penelitian ini, tidak ada responden yang datang ke pasar tersebut menggunakan sepeda. Berdasarkan hasil jawaban di atas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas transportasi yang digunakan konsumen untuk datang menuju Pasar Tradisional Pulo Galaxy adalah dengan menggunakan kendaraan bermotor.

A. Implementasi Kebijakan Pemerintah dalam Perpres No.112 Tahun 2007, Permendagri No.53 Tahun 2008 dan Perda Kota Bekasi No.07 Tahun 2012 tentang Pasar Modern di Kecamatan Bekasi Selatan

Peraturan Presiden (Perpres No. 112 Tahun 2007) dan Permendagri No. 53 Tahun 2008 telah dibuat sebagai upaya untuk melindungi wirausahawan khususnya pedagang tradisional secara nasional. Pemerintah Kota Bekasi pun telah mengeluarkan Perda (Peraturan Daerah Kota Bekasi No. 07 tahun 2012 mengenai Penataan dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern) memuat pasal-pasal terkait Pasar Modern lebih spesifik di Kota Bekasi. Berikut adalah pelanggaran-pelanggaran terhadap kebijakan pasar modern yang telah dimuat pada beberapa poin perbandingan isi pasal dengan kondisi lapangan, seperti di bawah ini:

1. Peraturan Daerah Kota Bekasi No.07 Tahun 2012 tentang Penataan dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern

a. Pasal 7 poin a tentang jarak minimal minimarket

- *Isi* : Minimarket dengan luas bangunan kurang dari 400 m² (empat ratus meter per segi) wajib memenuhi jarak minimal 500 m (0,5 km) dari pasar tradisional dan minimarket lainnya termasuk usaha sejenis lainnya.
- **Kondisi Lapangan** : Minimarket Grand Galaxy Berada di samping Pasar Pulo Galaxy dengan jarak yang kurang dari 500m atau sangat dekat.

b. Pasal 7 poin b tentang jarak minimal supermarket dan departemen store atau mall

- *Isi* : Supermarket dan departemen store dengan luas bangunan 400 m² (empat ratus meter per segi) sampai dengan 5000 m² (lima ribu meter per segi) wajib memenuhi jarak minimal 1500 m (1,5 km) dari pasar tradisional.
- **Kondisi Lapangan** : Mall Grand Galaxy Park dengan luas bangunan sebesar 14.486 m² berada dalam radius kurang dari 1000m dari Pasar Tradisional Pulo Galaxy.

c. Pasal 6 tentang pertimbangan syarat penentuan lokasi pendirian pusat perbelanjaan dan toko modern.

- *Isi* : Persyaratan penentuan lokasi pendirian pusat perbelanjaan dan toko modern harus **mempertimbangkan** lokasi pendirian toko modern dengan toko modern atau dengan pasar tradisional yang sudah ada sebelumnya, iklim usaha yang sehat antara toko modern dan pasar tradisional, aksesibilitas, mobilitas dan perkembangan permukiman baru.
- **Kondisi Lapangan** : Pusat perbelanjaan (mall) dan toko modern dalam jangkauan penelitian ini (1000 m) tidak mempertimbangkan hal tersebut, dibuktikan dengan ketentuan jarak minimal pusat perbelanjaan dan toko modern yang telah dilanggar.

d. Pasal 4 ayat 1 tentang kewajiban dalam pendirian pusat perbelanjaan dan toko modern.

- *Isi* : Pendirian pusat perbelanjaan dan toko modern wajib :
 - a. **Wajib memperhitungkan** kondisi sosial ekonomi masyarakat, keberadaan pasar tradisional, usaha kecil dan usaha menengah yang ada di wilayah yang bersangkutan.
 - b. **Bermitra dengan produsen** yang berkemampuan usaha kecil menengah

dalam produk makanan dan minuman serta barang kebutuhan rumah tangga.

- c. **Wajib memperhatikan** kepadatan penduduk, perkembangan pemukiman baru, aksesibilitas (infrastruktur jalan), mobilitas (hambatan lalu lintas), kemitraan dengan UMKM lokal, penyerapan tenaga kerja lokal, dampak lingkungan (aspek sosial, ekonomi, budaya, dan lingkungan hidup) yang diakibatkan oleh jarak antara pusat perbelanjaan dan toko modern di wilayah sekitar yang telah ada sebelumnya.

- **Kondisi Lapangan** : Hal tersebut tidak dipertimbangkan oleh pendiri pusat perbelanjaan dan toko modern, hal ini dibuktikan dengan pendirian pusat perbelanjaan dan toko modern yang sangat dekat dengan Pasar Tradisional Pulo Galaxy dan lainnya, dimana pasar tradisional merupakan sarana ekonomi bagi UMKM lokal.

2. Peraturan Menteri Dalam Negeri No.53 Tahun 2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.

a. Pasal 3 ayat 9 tentang pendirian minimarket.

- *Isi* : Pendirian minimarket baik yang berdiri sendiri maupun yang terintegrasi dengan pusat perbelanjaan wajib memperhatikan keberadaan pasar tradisional dan warung atau toko di wilayah sekitar minimarket.
- **Kondisi Lapangan** : Terdapat minimarket yang berlokasi disamping Pasar Tradisional Pulo Galaxy.

b. Pasal 5 ayat 2 tentang kemitraan usaha.

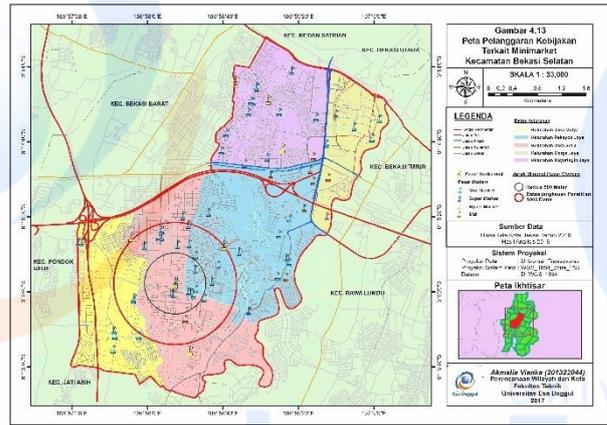
- *Isi* : Kemitraan dalam pola perdagangan umum dapat dilakukan dalam bentuk kerjasama pemasaran. Kerjasama pemasaran dapat dilakukan dalam bentuk :
 - a. Memasarkan barang produksi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang dikemas atau dikemas ulang (repackaging) dengan merek pemilik barang, Toko Modern, atau merek lain yang disepakati dalam areal Pusat Perbelanjaan atau Toko Modern.

b. Memasarkan produk hasil UMKM melalui etalase atau outlet dari Toko Modern min. 10% (sepuluh persen) dari seluruh barang yang dijual.

• Kondisi Lapangan :

a. Produk UMKM sudah ada di beberapa *minimarket*, walaupun jumlahnya masih sangat sedikit dan sangat perlu untuk ditingkatkan lebih banyak lagi karena, hal itu merupakan kewajiban bagi setiap pusat perbelanjaan dan toko modern yang telah berdiri.

b. Belum ada kerja sama yang memasarkan produk UMKM melalui outlet dari toko modern.



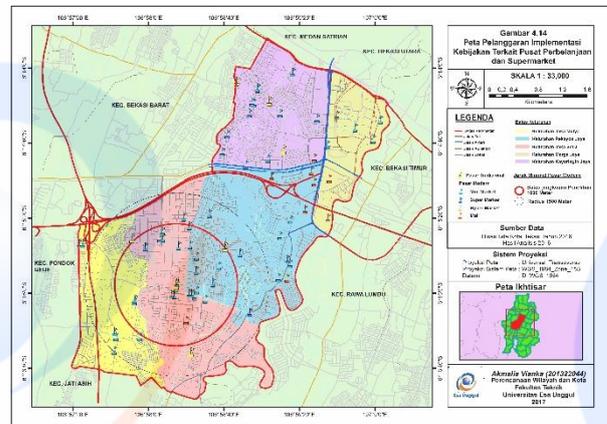
Sumber : Hasil Analisis, 2016

Gambar 1
Peta Pelanggaran Implementasi Kebijakan
Terkait Minimarket

c. Pasal 5 ayat 3 tentang kemitraan usaha.

• Isi : Kemitraan dalam pola perdagangan umum dapat dilakukan dalam bentuk penyediaan lokasi usaha, penyediaan lokasi usaha dilakukan oleh pengelola Pusat Perbelanjaan dan toko modern kepada UMKM dengan menyediakan ruang usaha dalam areal Pusat Perbelanjaan atau Toko Modern.

• Kondisi Lapangan : Penyediaan lokasi usaha tersebut sudah ada di beberapa toko modern, namun dalam jangkauan penelitian ini terdapat toko modern yang tidak menyediakan ruang kosong yang cukup untuk pelaku usaha mikro melakukan usaha di tempat tersebut, yaitu *minimarket* samping Pasar Tradisional Pulo Galaxy.



Sumber : Hasil Analisis, 2016

Gambar 2
Peta Pelanggaran Implementasi Kebijakan
Terkait Pusat Perbelanjaan dan Supermarket

3. Peraturan Presiden No. 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.

a. Pasal 5 ayat 2 pendirian hypermarket dan pusat perbelanjaan.

• Isi : *Hypermarket dan Pusat Perbelanjaan (mall)* :

a. Hanya boleh berlokasi pada atau pada akses sistem jaringan jalan arteri atau kolektor.

b. Tidak boleh berada pada kawasan pelayanan lokal atau lingkungan di dalam kota/perkotaan.

• Kondisi Lapangan : Pusat perbelanjaan *Mall Grand Galaxy Park* berada di jalan lokal pada Kawasan Pusat Pelayanan Lingkungan (RTRW Kota Bekasi) yaitu di Kelurahan Jaka setia.



Sumber : Hasil Observasi Lapangan, 2016

Gambar 3
Bukti Pelanggaran Jarak Minimal Minimarket
di Kecamatan Bekasi Selatan



Sumber : Hasil Observasi Lapangan, 2016

Gambar 4
Bukti Pelanggaran Jarak Minimal Pusat Perbelanjaan di Kecamatan Bekasi Selatan



Sumber : Hasil Observasi Lapangan, 2016

Gambar 5
Bentuk Kemitraan antara UMKM lokal dengan Pasar Modern di Kecamatan Bekasi Selatan

B. Analisis Persepsi Pedagang dan Konsumen Pasar Tradisional Terhadap Keberadaan Pasar Modern.

1. Persepsi Pedagang Pasar Tradisional Pulo Galaxy.

Berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan ke pedagang Pasar Tradisional Pulo Galaxy mengenai persepsi negatif pedagang terhadap keberadaan pasar modern sebagai ruang publik, maka diperoleh hasil frekuensi kategori skor sebagai berikut :

Tabel 9
Persepsi Pedagang Pasar Tradisional Pulo Galaxy

No.	Kategori	Frekuensi (Pedagang)	Persentase (%)
1.	Persepsi Negatif Tinggi	34	73,91
2.	Persepsi Negatif Sedang	12	26,09
3.	Persepsi Negatif Rendah	0	0
Jumlah		46	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2016

Berdasarkan hasil pengkategorian skor di atas, persepsi negatif pedagang Pasar Tradisional Pulo Galaxy terhadap keberadaan pasar modern, mayoritas termasuk dalam kategori persepsi negatif yang tinggi, dengan frekuensi pedagang yang beranggapan demikian sebanyak 31 pedagang atau sekitar 73,91% dari total responden pedagang yang ada, dengan kata lain sebagian besar pedagang pasar tersebut merasa dirugikan dengan adanya pasar modern di sekitar tempat usaha mereka, terutama bagi pedagang sembako yang jenis komoditasnya kurang lebih sama dengan apa yang di jual di pasar modern berbentuk *minimarket*, seperti gula, minyak, beras dan semacamnya.

Sisanya adalah persepsi negatif pedagang yang termasuk dalam kategori sedang, dengan frekuensi sebanyak 15 pedagang atau sekitar 32,61% dari total responden pedagang yang beranggapan demikian, dengan kata lain keberadaan pasar modern dapat menjadi pesaing bagi usaha mereka, namun hal tersebut tidak sampai mengancam kegiatan usaha mereka. Hal ini dikarenakan keberadaan Pasar Tradisional Pulo Galaxy masih berada di daerah strategis yang berada dekat dengan permukiman masyarakat kalangan menengah ke atas dan juga permukiman masyarakat kalangan menengah ke bawah, yang pada umumnya menjadikan pasar tradisional di dekat permukimannya menjadi pilihan tempat berbelanja kebutuhan sehari-harinya, sehingga kegiatan perdagangan di pasar tradisional tersebut masih dapat tetap berjalan.

Tidak ada pedagang yang persepsi negatifnya rendah terhadap keberadaan pasar modern yang ada saat ini atau tidak ada pedagang yang beranggapan bahwa keberadaan pasar modern dapat menjadi *partner* usaha mereka. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan, bahwa tidak ada satu pun pedagang yang tidak merasakan pengaruh dari keberadaan pasar modern terhadap kegiatan usaha mereka.

2. Persepsi Konsumen Pasar Tradisional Pulo Galaxy.

Persepsi konsumen terhadap Pasar Tradisional Pulo Galaxy terbagi menjadi 6 (enam) aspek yang dapat dinilai, yaitu aspek aksesibilitas pasar, aspek kelengkapan barang yang dijual, aspek kualitas barang yang dijual, aspek harga barang yang dijual, aspek kenyamanan dalam berbelanja dan aspek keamanan dalam berbelanja, yang masing-masing memiliki butir-butir kriteria yang berbeda-beda pada setiap aspek yang ada. Untuk lebih jelasnya, akan dibahas satu-persatu setiap aspek yang dinilai dan secara keseluruhan penilaian terhadap pasarnya yang berkaitan dengan beberapa deskripsi data responden yang ada sebelumnya, seperti pada beberapa pembahasan di bawah berikut ini.

a. Aksesibilitas

Berdasarkan hasil kuesioner konsumen Pasar Tradisional Pulo Galaxy mengenai penilaian konsumen terhadap atribut citra pasar, maka diperoleh hasil frekuensi kategori skor terhadap aspek aksesibilitas Pasar Tradisional Pulo Galaxy sebagai berikut :

Tabel 10
Persepsi Konsumen Terhadap Aspek Aksesibilitas Pasar

No.	Kategori	Frekuensi (konsumen)	Persentase (%)
1.	Aksesibilitas Mudah	77	77
2.	Aksesibilitas Cukup Mudah	23	23
3.	Aksesibilitas Sulit	0	0
Jumlah		100	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2016

Kemudahan aksesibilitas pasar ini didukung dengan infrastruktur jalan pada Perumahan Grand Galaxy City yang telah memadai dan terintegrasi dengan baik satu dengan yang lainnya, selain itu kemudahan aksesibilitas tersebut juga dikarenakan jarak keberadaan Pasar Tradisional Pulo Galaxy yang berada dekat di sekitar permukiman warga, sehingga dapat dijangkau lebih mudah oleh masyarakat sekitarnya. Hal ini terbukti, dilihat dari mayoritas frekuensi kedatangan konsumen yang menjadikan pasar tersebut sebagai tempat berbelanja yang pernah dikunjungi lebih dari 5 kali atau rutin bagi mereka. Untuk aksesibilitas melalui jalan lingkungan disamping dan belakang pasar masih kurang memadai, karena hanya dapat dilewati satu arah oleh kendaraan beroda empat atau mobil, ditambah dengan kurangnya ketertiban masyarakat dalam memarkirkan kendaraan bermotornya di sisi kanan dan kiri pada jalan tersebut yang mengurangi volume jalan yang seharusnya, sehingga mengganggu pengguna jalan lain. Melihat kondisi aksesibilitas tersebut juga dapat mempengaruhi konsumen dalam memilih transportasi yang akan digunakannya menuju pasar tersebut, hal tersebut dilihat dari mayoritas transportasi yang digunakan konsumen ke Pasar Tradisional Pulo Galaxy menggunakan transportasi motor. namun meskipun demikian, karena demi memenuhi keperluan sehari-hari, konsumen Pasar Tradisional Pulo Galaxy tampaknya cenderung mengabaikan hal seperti demikian. Berdasarkan hasil perhitungan rata-rata (*mean*) didapatkan hasil rata-rata sebesar 11,69, artinya secara keseluruhan persepsi konsumen terhadap aspek tersebut termasuk dalam aksesibilitas yang mudah dijangkau oleh mereka.

b. Kelengkapan

Berikut adalah hasil frekuensi skor kuesioner konsumen Pasar Tradisional Pulo Galaxy mengenai penilaian konsumen terhadap aspek kelengkapan barang yang dijual di Pasar Tradisional Pulo Galaxy adalah sebagai berikut :

Tabel 11
Persepsi Konsumen Terhadap Aspek Kelengkapan Barang

No.	Kategori	Frekuensi (konsumen)	Persentase (%)
1.	Barang yang dijual Lengkap	62	62
2.	Barang yang dijual Cukup Lengkap	38	38
3.	Barang yang dijual Tidak Lengkap	0	0
Jumlah		100	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2016

Berdasarkan tabel di atas, dapat dikatehui bahwa mayoritas persepsi konsumen terhadap aspek kelengkapan barang yang dijual di Pasar Tradisional Pulo Galaxy masih tergolong lengkap untuk jenis barang berupa sembako (beras, telur, minyak, gula dan semacamnya) dan bahan mentah makanan seperti sayuran dan bumbu dapur, dengan jumlah frekuensi konsumen sebanyak 62 konsumen atau sekitar 62% dari total responden konsumen yang beranggapan demikian. Hal tersebut dikarenakan mayoritas jenis barang yang dibeli konsumen dan jenis usaha yang ada di Pasar Tradisional Pulo Galaxy adalah berupa sembako dan bahan mentah makanan seperti sayur dan bumbu dapur, sehingga dengan banyaknya jenis usaha tersebut meningkatkan keragaman produk barang yang dijual pedagang; dan juga dapat tersedia alternatif barang lainnya apabila barang yang dicari konsumen kurang lengkap pada satu atau dua pedagang jenis usaha tersebut. Hal ini juga didukung berdasarkan pengamatan peneliti yang melihat bahwa untuk jenis barang berupa sembako dan bahan mentah makanan seperti sayuran dan bumbu dapur di pasar ini termasuk lengkap, contohnya terdapat jenis sayuran seperti kangkung, bayam, sawi yang sudah diikat beberapa batang, tempe, tahu dan ada juga yang sudah dibungkus menjadi satu plastik untuk resep makanan seperti untuk sayur sop terdapat wortel, kentang, daun bawang seledri dan sebagainya.

Sisanya adalah persepsi konsumen yang beranggapan bahwa barang yang dijual di Pasar Tradisional Pulo Galaxy cukup lengkap memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka, dengan frekuensi jumlah konsumen sebanyak 38 konsumen atau sekitar 38% dari total responden konsumen yang beranggapan demikian. Hal ini dikarenakan, memang secara jenis barang yang dijual di pasar tersebut telah tersedia, namun jika dilihat dari

jumlah pedagang dengan jenis usaha seperti pedagang bahan mentah makanan (daging, ayam potong, ikan basah, buah dan lainnya) pakaian, kerudung dan peralatan rumah tangga masih minoritas di pasar tersebut, sehingga keragaman produknya pun masih perlu ditingkatkan lagi. Berdasarkan perhitungan rata-rata (*mean*), didapatkan hasil rata-rata sebesar 11,22 yang artinya secara keseluruhan konsumen beranggapan bahwa barang yang dijual di Pasar Tradisional Pulo Galaxy termasuk dalam kategori yang lengkap.

c. Kualitas

Berikut adalah hasil frekuensi skor kuesioner konsumen Pasar Tradisional Pulo Galaxy mengenai penilaian konsumen terhadap aspek kualitas barang yang dijual di Pasar Tradisional Pulo Galaxy adalah sebagai berikut :

Tabel 12
Persepsi Konsumen Terhadap Aspek Kualitas Barang

No.	Kategori	Frekuensi (konsumen)	Persentase (%)
1.	Kualitas Barang Baik	57	57
2.	Kualitas Barang Cukup Baik	43	43
3.	Kualitas Barang Buruk	0	0
Jumlah		100	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2016

Berdasarkan perhitungan rata-rata (*mean*), didapatkan hasil sebesar 7,56 yang artinya rata-rata konsumen beranggapan bahwa kualitas barang yang dijual di Pasar Tradisional Pulo Galaxy termasuk dalam kategori kualitas barang yang baik. Hal tersebut dikarenakan berdasarkan asumsi menurut salah satu responden konsumen dengan nomor responden 3 mengatakan bahwa jenis barang berupa sembako atau barang kemasan lainnya yang dikeluarkan dalam satu pabrik, kualitas barangnya tidak jauh berbeda dengan barang lainnya yang dijual di pasar modern, contohnya seperti minyak, kopi, gula dan sebagainya; bahkan dengan kualitas yang tidak jauh berbeda tersebut mereka dapat membeli dengan harga yang lebih murah di pasar tradisional dibandingkan dengan barang yang ada di pasar modern. Seperti pada pasar tradisional pada umumnya, pasar tradisional akan ramai dikunjungi pada pagi hari, hal ini dikarenakan untuk kualitas jenis barang berupa bahan mentah makanan masih bagus pada saat pagi hari, hal ini dikarenakan sebagian besar dari barang jenis tersebut tidak tahan lama, sehingga ini akan mempengaruhi kualitas barangnya jika berbelanja pada sore atau malam hari, contohnya seperti bayam, kangkung, sawi dan sebagainya. Tentunya hal ini akan sangat berpengaruh terhadap harga jual barang tersebut.

d. Harga Barang

Berikut adalah hasil frekuensi skor kuesioner konsumen Pasar Tradisional Pulo Galaxy mengenai penilaian konsumen terhadap aspek harga barang yang dijual di Pasar Tradisional Pulo Galaxy adalah sebagai berikut :

Tabel 13
Persepsi Konsumen Terhadap Aspek Harga Barang yang Dijual

No.	Kategori	Frekuensi (konsumen)	Persentase (%)
1.	Harganya Mahal	29	29
2.	Harganya Normal	71	71
3.	Harganya Murah	0	0
Jumlah		100	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2016

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas persepsi konsumen terhadap aspek harga barang yang dijual di Pasar Tradisional Pulo Galaxy termasuk dalam kategori harga normal (tidak mahal dan juga tidak murah) dengan frekuensi konsumen sebanyak 71 konsumen atau sekitar 71% dari total responden konsumen yang beranggapan demikian, sedangkan untuk jawaban responden lainnya beranggapan bahwa harga barang yang dijual di pasar tersebut termasuk mahal pada beberapa jenis bahan mentah makanan bumbu dapur seperti cabai yang pada saat itu memang sedang naik harganya, hal ini disebabkan oleh berkurangnya pengunjung di pasar ini karena munculnya berbagai saingan pasar baik dalam bentuk semi modern seperti Pasar Galaxy Fresh Market yang baru saja beroperasi sejak bulan Agustus tahun 2016 yang lalu, maupun pasar modern seperti *minimarket* dan *supermarket* dan lainnya yang menyediakan harga diskon pada waktu-waktu tertentu, sehingga mempengaruhi pedagang dalam menentukan harga jual barangnya dengan frekuensi konsumen yang beranggapan demikian sebanyak 29 konsumen atau sekitar 29% dari total responden konsumen.

e. Kenyamanan

Berikut adalah hasil frekuensi skor kuesioner konsumen Pasar Tradisional Pulo Galaxy mengenai penilaian konsumen terhadap aspek kenyamanan berbelanja di Pasar Tradisional Pulo Galaxy adalah sebagai berikut :

Tabel 14
Persepsi Konsumen Terhadap
Aspek Kenyamanan dalam Berbelanja

No.	Kategori	Frekuensi (konsumen)	Persentase (%)
1.	Nyaman	13	13
2.	Cukup Nyaman	87	87
3.	Kurang Nyaman	0	0
Jumlah		100	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2016

Berdasarkan tabel di atas, mayoritas persepsi konsumen terhadap aspek kenyamanan berbelanja ditinjau dari kinerja dan pelayanan pedagang, serta kebersihan Pasar Tradisional Pulo Galaxy termasuk dalam kategori cukup nyaman, dengan frekuensi konsumen sebanyak 87 responden yang menjawab demikian, sedangkan sekitar 13 responden lainnya merasa nyaman berbelanja di pasar tersebut dikarenakan berbagai aspek seperti aksesibilitas, kualitas dan harga barangnya. Persepsi tersebut dikarenakan ciri-ciri pembeli pasar tradisional seperti dalam penelitian Anung Pramudyo (2014) adalah sebagai berikut :

- Rela berdesak-desakan di tempat yang kurang bersih dan nyaman.
- Tidak peduli dengan lalu-lalang pembeli lainnya.
- Konsumen biasanya dapat mengetahui perubahan harga barang di pasar tradisional dengan cepat dibandingkan jika belanja di pasar modern.

f. Keamanan

Berikut adalah hasil frekuensi skor kuesioner konsumen Pasar Tradisional Pulo Galaxy mengenai penilaian konsumen terhadap aspek keamanan berbelanja di Pasar Tradisional Pulo Galaxy adalah sebagai berikut :

Tabel 15
Persepsi Konsumen Terhadap
Aspek Keamanan dalam Berbelanja

No.	Kategori	Frekuensi (konsumen)	Persentase (%)
1.	Aman	26	26
2.	Cukup Aman	56	56
3.	Tidak Aman	18	18
Jumlah		100	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2016

Berdasarkan tabel di atas, mayoritas persepsi konsumen terhadap aspek keamanan dalam berbelanja ditinjau dari penjagaan terhadap keamanan Pasar Tradisional Pulo Galaxy tergolong cukup aman dengan frekuensi konsumen 56 responden yang menjawab demikian, sedangkan sekitar 26 responden merasa aman berbelanja di pasar tersebut karena mereka

tidak pernah mengalami tindakan kriminal terjadi di pasar tersebut dan sekitar 18 responden lainnya merasa tidak aman, bukan dalam hal keamanan diri konsumen saat berbelanja melainkan keamanan kendaraan yang dibawa mereka saat pergi berbelanja. Hal ini diakibatkan kurang memadainya lahan parkir pasar, ditambah penempatan yang kurang baik dalam berparkir antara motor dan mobil sehingga penggunaan lahan parkir tidak bisa digunakan secara optimal. Banyak dari beberapa konsumen pasar yang tidak mendapatkan lahan yang cukup pada akhirnya memarkirkan motornya di sisi kanan dan kiri jalan yang berada di samping Pasar Tradisional Pulo Galaxy, yaitu di Jalan Usup.

g. Penilaian Secara Keseluruhan Terhadap Pasar Pulo Galaxy

Berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan kepada 100 konsumen Pasar Tradisional Pulo Galaxy mengenai penilaian konsumen terhadap atribut citra pasar, maka diperoleh hasil frekuensi kategori skor terhadap penilaian citra Pasar Tradisional Pulo Galaxy secara keseluruhan adalah sebagai berikut ini.

Tabel 16
Frekuensi Skor Penilaian Konsumen
Terhadap Citra Pasar Pulo Galaxy

No.	Kategori	Frekuensi (konsumen)	Persentase (%)
1.	Baik	24	24
2.	Cukup Baik	76	76
3.	Buruk	0	0
Jumlah		100	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2016

Berdasarkan tabel di atas, mayoritas persepsi konsumen terhadap citra Pasar Tradisional Pulo Galaxy sebagai tempat berbelanja adalah cukup baik dengan sebanyak 76 konsumen yang menjawab demikian, sedangkan 24 konsumen lainnya menilai Pasar Tradisional Pulo Galaxy tergolong baik untuk dijadikan tempat berbelanja mereka sehari-hari.

h. Alternatif Berbelanja Konsumen

Berdasarkan hasil pertanyaan terbuka dengan konsumen mengenai alternatif pasar yang dikunjungi, diketahui bahwa konsumen juga berbelanja di pasar tradisional dan pasar modern lainnya. Untuk pasar tradisional yang dijadikan alternatif berbelanja konsumen adalah warung atau toko kelontong terdekat, seperti Pasar Tradisional Pagi Pekayon karena lebih dekat dengan rumahnya, Galaxy Fresh Market karena lebih bersih dan dengan harga yang tidak jauh berbeda serta Pasar Tradisional Jati Asih di

kecamatan Jati Asih karena barang yang dijual lebih banyak dan lengkap dari Pasar Tradisional Pulo Galaxy, sedangkan untuk pasar modern yang menjadi alternatif berbelanja konsumen adalah *minimarket* terdekat, Giant Pekayon dan Naga Pekayon karena lebih nyaman, lebih lengkap dan terdapat diskon pada waktu tertentu.

i. Jenis Pasar yang Sering Dikunjungi untuk Berbelanja

Berdasarkan hasil pertanyaan terbuka dengan konsumen mengenai jenis pasar mana yang lebih sering dikunjungi, pasar tradisional masih lebih unggul dari pada pasar modern dari segi harga barang yang dijual dan kemudahan aksesibilitasnya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, sedangkan dalam segi kenyamanan dalam berbelanja, pasar modern jauh lebih unggul dibandingkan dengan pasar tradisional.

j. Kelebihan Pasar Tradisional Pulo Galaxy

Berdasarkan hasil pertanyaan terbuka melalui kuesioner kepada konsumen, diketahui bahwa kelebihan pasar tradisional pulo galaxy adalah sebagai berikut :

- a) Aksesibilitas yang mudah dan dekat.
- b) Harga lebih murah dari pasar tradisional lain.
- c) Kenyamanan berbelanja

k. Kekurangan Pasar Tradisional Pulo Galaxy Berdasarkan Hasil Kuesioner Kepada Konsumen

Berdasarkan hasil pertanyaan terbuka melalui kuesioner kepada konsumen, diketahui bahwa kelebihan pasar tradisional pulo galaxy adalah sebagai berikut :

- a) Kenyamanan dalam berbelanja
- b) Keamanan pasar yang kurang pada lahan parkir.
- c) Kurang lengkapnya barang yang dijual

C. Pengaruh Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pedagang Pasar Tradisional

Pengaruh keberadaan pasar modern terhadap pedagang di Pasar Tradisional Pulo Galaxy dapat dilihat dari tiga aspek, yaitu segi omzet penjualan, pendapatan dan jangkauan pelayanan pasar. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada pembahasan di bawah berikut ini.

1. Omzet

Berdasarkan pengolahan data primer mengenai perubahan omzet pedagang dari sebelum adanya pasar modern (tahun 2013) hingga setelah adanya pasar modern. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah berikut ini.

Tabel 17
Kelas Presentase Penurunan Omzet Rata-Rata per Hari Pedagang

No.	Kategori	Kelas Presentase Penurunan Omzet (%)	Frekuensi (pedagang)	Persentase (%)
1.	Persentase Penurunan Omzet Rendah	$x \leq 14,08$	11	23,91
2.	Persentase Penurunan Omzet Sedang	14,09 - 28,16	23	50,00
3.	Persentase Penurunan Omzet Tinggi	$28,7 \leq x$	12	26,09
Jumlah			46	100,00%

Sumber : Hasil Analisis, 2016

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas persentase penurunan omzet rata-rata per hari responden pedagang di Pasar Tradisional Pulo Galaxy termasuk dalam kategori persentase penurunan omzet yang sedang, dengan frekuensi konsumen sebanyak 23 pedagang atau sekitar 50% dari total responden pedagang. Untuk kategori persentase penurunan omzet rata-rata per hari yang rendah dan tinggi memiliki selisih frekuensi pedagang yang tidak berbeda jauh, yaitu sebanyak 11 pedagang atau sekitar 23,91% dari total responden pedagang termasuk dalam kelas persentase penurunan omzet rendah, dan sebanyak 12 pedagang atau sekitar 26,09% dari total responden pedagang termasuk dalam kelas persentase penurunan omzet tinggi. Dilihat dari jenis usaha pedagangnya, untuk kategori persentase penurunan omzet rata-rata per hari yang rendah, didominasi oleh pedagang dengan jenis barang berupa sembako, sedangkan untuk kategori persentase penurunan omzet rata-rata per hari yang tinggi, didominasi oleh pedagang dengan jenis barang berupa bahan mentah makanan seperti sayuran, lauk pauk, bumbu dapur (cabai merah, cabai rawit dan lainnya).

Hal tersebut dikarenakan berdasarkan hasil pemantauan BPS Kota Bekasi pada November 2016, Kota Bekasi sedang mengalami inflasi sebesar 0,80%, hal tersebut disebabkan oleh adanya kenaikan harga yang ditunjukkan oleh naiknya indeks di 5 (lima) kelompok pengeluaran pada bulan tersebut, seperti bahan makanan; makanan jadi, minuman, rokok dan tembakau; perumahan, air, listrik, gas dan bahan bakar; kesehatan dan; transpor, komunikasi dan jasa keuangan, sedangkan 2 (dua) kelompok pengeluaran lainnya mengalami deflasi seperti sandang dan; pendidikan, rekreasi dan olahraga. Kelompok yang mengalami inflasi

tertinggi adalah kelompok bahan makanan, yang secara keseluruhan mengalami inflasi sebesar 3,17%. Artinya adalah pedagang dengan jenis barang berupa bahan mentah makanan seperti sayuran, lauk pauk, bumbu dapur (cabai merah, cabai rawit dan lainnya) yang termasuk dalam kategori persentase penurunan omzet rata-rata per hari yang tinggi tadi, penurunan omzetnya juga dipengaruhi oleh inflasi yang terjadi di Kota Bekasi, khususnya untuk kelompok bahan makanan. Hal tersebut dikarenakan mayoritas kelompok bahan makanan tersebut merupakan bahan makanan yang tidak tahan lama, sehingga apabila terjadi inflasi pada bahan makanan tersebut akan mempengaruhi daya beli masyarakatnya dan mempengaruhi penurunan terhadap omzet para pedagang pula. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah berikut ini.

Tabel 18
Data Inflasi Kelompok Bahan Makanan

No.	Kelompok/Sub kelompok	IHK November 2016	% perub thd Oktober 2016
[1]	[2]	[3]	[4]
	UMUM / TOTAL	122,74	0,80
1.	BAHAN MAKANAN	140,45	3,17
1	Padi-padian, Umbi-umbian dan Hasilnya	122,19	2,74
2	Daging dan Hasil-hasilnya	127,45	2,79
3	Ikan Segar	146,81	0,91
4	Ikan Diawetkan	154,93	0,67
5	Telur, Susu dan Hasil-hasilnya	114,64	-1,14
6	Sayur-sayuran	164,55	3,22
7	Kacang - kacangang	122,03	-0,02
8	Buah - buahan	152,50	0,23
9	Bumbu - bumbuuan	222,90	15,85
10	Lemak dan Minyak	104,76	-0,64
11	Bahan Makanan Lainnya	126,53	-0,14

Sumber : Berita Resmi Statistik BPS Kota Bekasi, November 2016

Berdasarkan pendalaman informasi yang didapatkan dilapangan dengan pedagang sayur, buah dan bahan-bahan mentah lainnya, selain memang harga komoditas barang yang naik, mereka merasakan dampak dari pendirian pasar semi modern yaitu Pasar Galaxy Fresh Market, yang mana pasar tersebut mampu bersaing dalam hal harga yang tidak berbeda jauh dengan pasar tradisional lainnya namun dengan tampilan fisik pasar yang lebih tertata rapi dan bersih, seperti yang dapat dilihat pada gambar berikut ini :



Sumber : Hasil Observasi Lapangan, 2016

Gambar 6
Tampilan Fisik Pasar Semi Modern Galaxy Fresh Market

Artinya, hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Forsyth (1990), bahwa yang mempengaruhi turunnya omzet penjualan pedagang dari faktor eksternal adalah munculnya saingan pasar yang baru dan perubahan pola berbelanja pada konsumen. Untuk pedagang sembako merasakan dampak dari pendirian pasar modern yang menjamur di sekitar Pasar Tradisional Pulo Galaxy, khususnya untuk pasar modern dengan bentuk *minimarket* dan *supermarket*, sehingga jika pedagang yang tidak mampu bersaing dengan baik dalam menarik perhatian konsumen akan mengalami kebangkrutan dan terancam tutup usaha.

2. Pendapatan

Berdasarkan pengolahan data primer mengenai perubahan pendapatan pedagang dari sebelum adanya pasar modern (tahun 2013) hingga setelah adanya pasar modern, persentase penurunan pendapatannya dapat dikategorikan menjadi 3 (tiga) kategori, yaitu persentase penurunan pendapatan yang rendah, sedang dan tinggi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah berikut ini.

Tabel 19
Kelas Persentase Penurunan Pendapatan Rata-Rata per Hari Pedagang

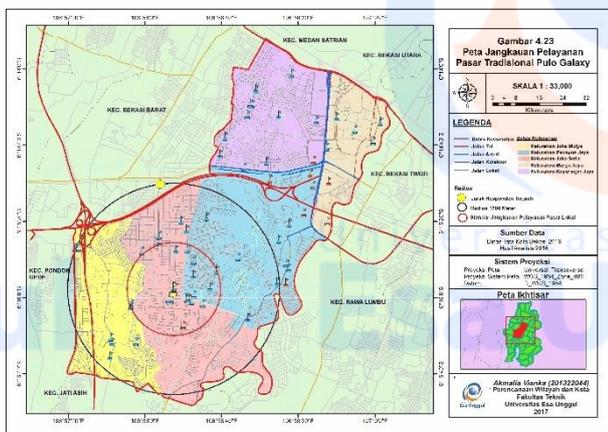
No.	Kategori	Kelas Persentase Penurunan Pendapatan	Frekuensi (konsumen)	Persentase (%)
1.	Persentase Penurunan Pendapatan Rendah	$x \leq 12,67$	2	4,35
2.	Persentase Penurunan Pendapatan Sedang	12,68 - 25,34	21	45,65
3.	Persentase Penurunan Pendapatan Tinggi	$25,35 \leq x$	23	50,00
Jumlah			46	100,00%

Sumber : Hasil Analisis, 2016

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas persentase penurunan pendapatan rata-rata per hari responden pedagang di Pasar Tradisional Pulo Galaxy termasuk dalam kategori persentase penurunan pendapatan yang tinggi, dengan frekuensi konsumen sebanyak 23 konsumen atau sekitar 50% dari total responden pedagang. Minoritas persentase penurunan pendapatan rata-rata per hari responden pedagang di Pasar Tradisional Pulo Galaxy termasuk dalam kategori persentase penurunan pendapatan yang rendah, dengan frekuensi konsumen sebanyak 2 konsumen atau sekitar 4,35% dari total responden pedagang. Hal ini dipengaruhi oleh terjadinya penurunan omzet penjualan pedagang dan perbedaan kebutuhan serta jumlah tanggungan hidup dari masing-masing pedagang.

3. Jangkauan Pelayanan

Jangkauan pelayan merupakan penggambaran luas area perdagangan dalam bentuk peta yang ditinjau dari asal konsumen yang berbelanja. Dari hasil kuesioner diperoleh bahwa konsumen terjauh Pasar Tradisional Pulo Galaxy mencapai lebih dari 1,5 km dari titik lokasi pasar tersebut. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar peta di bawah ini.



Sumber : Hasil Analisis, 2016

Gambar 7
Peta Jangkauan Pelayanan
Pasar Tradisional Pulo Galaxy

Berdasarkan gambar peta diatas, hasil buffer menunjukkan bahwa berdasarkan hasil kuesioner yang diberikan kepada responden konsumen, jarak terjauh konsumen Pasar Tradisional Pulo Galaxy adalah sejauh 1,7 km dari titik lokasi Pasar Tradisional Pulo Galaxy. Standar jangkauan pelayanan pasar tradisional menggunakan standar jarak dalam kota yang dikemukakan oleh Chapin (dalam Jayadinata, 1999) dimana untuk pasar lokal, jarak pencapaian dari tempat tinggal ke pasar adalah $\frac{3}{4}$ kilometer atau 750 meter. Berdasarkan hal ini,

jangkauan pelayanan Pasar Tradisional Pulo Galaxy memang telah melampaui standar pencapaian pasar lokal yang ada, namun dengan munculnya berbagai saingan pasar yang baru seperti pasar semi modern Galaxy Fresh Market dan pasar modern lainnya, tentu akan mempengaruhi intensitas atau frekuensi berbelanja konsumen ke Pasar Tradisional Pulo Galaxy sehari-harinya, sehingga hal ini pun berpengaruh terhadap omzet dan pendapatan pedagang yang ada di pasar tersebut.

4. Upaya yang Dilakukan Pedagang Pasar Tradisional untuk Mempertahankan Eksistensi Usahanya.

Dari hasil wawancara, diketahui bahwa upaya yang dilakukan pedagang pasar tradisional untuk menjaga eksistensi usahanya masih sangat minim. Mereka mengaku berjualan seperti biasanya, sama seperti ketika belum ada pasar modern. Dari segi strategi pemasaran, mereka menjual dagangannya secara tradisional yaitu melayani Konsumen satu persatu, tidak ada harga yang tertera di masing-masing barang dagangan sehingga penataan barang dagangan menjadi kurang menarik. Mereka tidak menerapkan strategi pemasaran baru dalam perkembangan bisnisnya hanya mengikuti tren penjualan yang laku di pasar tersebut. Dari segi harga barang, mereka tidak menjual barang dagangan dengan harga lebih murah dari pasar modern, akan tetapi ada beberapa barang yang lebih murah seperti beras, tepung terigu, dan telur. Sedangkan untuk produk makanan dan kebutuhan sehari-hari, mereka menjual dengan harga sama dan terkadang lebih mahal dari pasar -pasar tradisional lainnya, namun masih dapat ditawarkan oleh konsumen. Hal ini diakibatkan karena mulai berkurangnya intensitas berbelanja pelanggan mereka dikarenakan persaingan pasar yang semakin tinggi. Pedagang pasar tradisional tidak memberikan diskon atau potongan harga kepada konsumennya. Akan tetapi, mereka menerapkan dua harga yaitu harga eceran dan harga grosir. Jadi, untuk konsumen yang membeli dalam jumlah besar dapat diberikan harga grosir. Dalam usahanya, pedagang pasar tradisional tidak berupaya untuk menambah modal usaha. Mereka hanya melakukan usaha dengan modal yang mereka miliki saat ini. Penambahan modal sangat jarang mereka lakukan.

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Implementasi peraturan pemerintah dalam Perpres No. 112 Tahun 2007, Permendagri No. 53 Tahun 2008 dan Peraturan Daerah Kota Bekasi No. 07 tahun 2012 mengenai Penataan dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern tidak berjalan dengan semestinya. Banyak pasal-pasal dalam peraturan tersebut yang tidak terlaksana dengan baik. Implementasi peraturan yang tidak sempurna dapat merugikan banyak pihak, termasuk pelaku usaha sejenis di sekitar usahanya.
2. Pedagang Pasar Tradisional Pulo Galaxy memiliki persepsi negatif yang tinggi terhadap keberadaan pasar modern. Mereka menganggap bahwa keberadaan pasar modern berdampak negatif terhadap usaha mereka.
3. Keberadaan pasar modern memiliki dampak negatif terhadap omzet, pendapatan, dan jumlah pedagang pasar tradisional. Penurunan omzet pedagang Pasar Tradisional Pulo Galaxy secara keseluruhan sebesar 18,95%. Untuk pendapatan pedagang Pasar Tradisional Pulo Galaxy penuruna secara keseluruhannya mencapai 30%. Selain penurunan omzet dan pendapatan, pedagang Pasar Tradisional Pulo Galaxy juga mengalami penurunan intensitas atau frekuensi berbelanja konsumen dikarenakan banyaknya persaingan pasar tradisional yang ada di Kecamatan Bekasi Selatan. Upaya yang dilakukan oleh pedagang pasar tradisional masih sangat minim, bahkan tidak ada upaya yang berarti dalam usaha mempertahankan eksistensi usahanya. Semisal menurunkan beberapa harga jenis barang yang dijualnya demi menarik para konsumen.

Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik. 2016. *Kecamatan Bekasi Selatan Dalam Angka*. <https://bekasikota.bps.go.id/publication.html?Publikasi%5BtahunJudul%5D=&Publikasi%5BkataKunci%5D=kecamatan+bekasi+selatan+&yt0=Tampilkan>. 16 Oktober 2016.
- Badan Pusat Statistik. 1 Desember 2016. Berita Resmi Statistik. *Perkembangan Indeks Harga Konsumen/ Inflasi*. <https://bekasikota.bps.go.id/>. Oktober 2016.
- Srigati, Dinanda Nurul. 2016. Analisis Spasial dan Faktor Pemilihan Lokasi Pusat Perbelanjaan di Kota Bekasi. Bekasi : Perencanaan Wilayah dan Kota, Teknik, Universitas Esa Unggul
- Ekomadjo, Agus.S. 2012. *Isu, Tujuan dan Kriteria Perancangan Pasar Tradisional*. Temu Ilmiah IPBI.
- Linggasani, Made. A.Wahyudi. 2015. *Kajian Aspek Atribut Pasar Sebagai Upaya Peningkatan Daya Tarik Pasar Tradisional*. Temu Ilmiah IPBI.
- Malano, H. 2015. *Selamatkan Pasar Tradisional*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 53/MDAG/PER/12/ 2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.
- Peraturan Daerah Kota Bekasi No. 07 Tahun 2012 Tentang Penataan dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.
- Pramudyo, A. 2014. *Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional di Yogyakarta*. Jurnal Volume II, No. 1 Maret 2014.
- Pramudyo, Anung dan Widyatmoyo. 2008. *Pasar Tradisional : Dapatkah Terus Bertahan ?* Harian Jogja, Senin, 27 Oktober 2008.
- Prastyawan, A. Agus Suryono, M.Saleh Soeaidy, Khairul Muluk. 2015. *Revitalization of Traditional Markets into a Modern Market in the Perspective of Local Governance Theory*. Jurnal.
- Purwanti, N.I. Resi Khoerunnisa, Ana Eka Prasetyanto dan Fina Rizki Annisa. 2012. *Mengkaji perbandingan pola perilaku konsumen di pasar modern (retail) dan di pasar tradisional*. Jurnal.
- Rasidin Karo-karo Sitepu. *Dampak Keberadaan Pasar Modern terhadap Kinerja Ekonomi Regional*. Jurnal. Medan: *QE Journal*, 01, 1-17. Diambil dari http://qe-journal.unimed.ac.id/edisi/epdf/1/QEJ_Vol01_No01_1_Rasidin. PDF, tanggal 17 Januari 2013 pukul 17.52 WIB.
- Sadino dan Joesron Alie Syahbana. 2014. *Pasar Tradisional Versus Pasar Modern di Daerah Perkotaan (Studi Kasus : Kecamatan Gondokusuman Kota Yogyakarta)*. Jurnal Volume 10 (2):205-217.

Santoso, Suwito. 2011. *Jakarta dan Pusat Perbelanjaan (Sejarah dan Seluk-beluk Kondisi Bisnis Properti Pusat Perbelanjaan di Jakarta*. Jakarta : Elex Media Komputindo.

Sihotang, R. Syaad Affifudin dan Rahmanta. 2014. *Pengaruh Pasar Modern Terhadap Pedagang Pasar Tradisional dan Masyarakat dalam Pengembangan Wilayah di Kecamatan Medan Area*. Jurnal.

Susilowati, Kartika Dewi Sri. 2014. *The Impact of Modern Market to Traditional Traders (A Case in Malang City – Indonesia)*. Jurnal. Volume 1 Special Issue 2 : 38-44.

Wilda Nuraftia dan Irawati. 2011. *Dampak Pendirian Minimarket terhadap Omset Pedagang Tradisional di Desa Karang Asih Kecamatan Cikarang Utara Kabupaten Bekasi (Studi Kebijakan Peraturan Bupati Nomor 16 Tahun 2007 tentang Minimarket)*. Jurnal Madani Edisi II (2011: 52-61).

Yuliasih, E. (2013). *Studi Eksplorasi Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Usaha Ritel Waserda Dan Pedagang Paasr Tradisional di Kecamatan Klirong Kabupaten Kebumen*. Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta.