



Penerapan zonasi pasar tradisional dan modern di kota malang

Marchahsufi Intan D¹, Nadya Ayu Ramadhani^{2*}

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, Malang

¹Email: marcha123@gmail.com

²Email: nadyaramadhani@ub.ac.id

Abstrak

Pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk bertransaksi dan memenuhi kebutuhan sehari-hari. Pasar konvensional sendiri pada era modern mulai tersisihkan dengan pasar modern, dengan membawa konsep melayani sendiri dan juga nyaman serta bersih sehingga pasar modern memiliki banyak peminat dan sasaran konsumen yang cukup luas. Hal ini akan memunculkan dampak positif dan negatif, salah satu dampak negatif adalah adanya persaingan anatara pasar tradisional dengan pasar modern. Untuk itu pemerintah sebagai pengambil kebijakan mengeluarkan zonasi pasar, suatu peraturan yang mengatur pendirian pasar konvensional dan modern. Di Kota Malang sendiri pertumbuhan pasar sangat tinggi dikarenakan permintaan konsumen yang juga tinggi. Kebijakan zonasi pasar merupakan hal yang harus dilakukan segera dengan dukungan kebijakan pemda melalui peraturan daerah. Hal ini juga merupakan bentuk pemberian otonomi yang luas kepada daerah dari pemerintah pusat. Namun, sering juga di temui banyak pendirian pasar modern yang tidak sesuai dengan peraturan zonasi pasar di Kota Malang. Oleh karena itu, kami tertarik untuk membahas mengenai implementasi kebijakan zonasi pasar tradisional dan modern di Kota Malang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian analisis deskriptif dengan studi pustaka dan literatur serta perundang-undangan di Kota Malang. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan ketidaksinkronan antara peraturan zonasi pasar tradisional dan modern.

Kata Kunci: Regulasi; pasar tradisional; pasar modern

The application of zoning for traditional and modern markets in Malang City: is it going well?

Abstract

The market is a meeting place for sellers and buyers to transact and fulfill their daily needs. The Traditional Market itself in the modern era began to be set aside with the modern market, by bringing the concept of self-serving and also comfortable and clean, so we know that the modern market has a large number of enthusiasts and consumers. This will lead to positive and negative impacts, one of the negative impacts is the existence of competition between conventional markets and modern markets. For this reason, the government as the policy maker issues market zoning, a regulation governing the establishment of conventional and modern markets. In Malang, the market growth is very high due to high consumer demand. Market zoning is something that must be done immediately with the support of regional government policies through regional regulations. It is also a form of granting broad autonomy to the regions from the central government. However, often also found many modern market establishments that are not in accordance with market zoning regulations in Malang. Therefore, we are interested in discussing the implementation of traditional and modern market zoning policies in Malang. This research uses descriptive analysis research methods with the study of literature and literature and legislation in the city of Malang. Based on the results of the study found the unsynchronization between traditional and modern market zoning regulations.

Keywords: Regulation; traditional market; modern market

PENDAHULUAN

Kota Malang merupakan salah satu kota produktif di Jawa Timur. Seperti yang kita tau bahwa kota Malang merupakan kota pariwisata dan juga pendidikan. Letak geografis yang strategis dan berdekatan dengan Kota Batu menjadikan Kota Malang sebagai tempat tujuan untuk pusat perekonomian. Oleh karena itu, Kota Malang menjadi rujukan berbagai kalangan masyarakat dari berbagai daerah. Kota Malang menyimpan berbagai tempat unik dan peninggalan sejarah. Berbagai makanan khas dan oleh-oleh juga sering banyak dijumpai disekitar Kota Malang. Sebagai pusat perekonomian, berbagai macam toko serta pasar sering bermunculan di Kota Malang. Pasar tradisional dan modern seringkali banyak dijumpai dan menjadi variasi untuk masyarakat yang konsumtif. Hal ini tentunya berdampak baik bagi perekonomian daerah dan juga perekonomian Indonesia untuk keseluruhan, dikarenakan pendapatan daerah akan naik dan daerah menjadi lebih produktif. Apalagi dengan berkembangnya era digital saat ini, menjadikan masyarakat Indonesia dimanjakan dengan berbagai pilihan variasi produk atau toko yang mudah untuk dikunjungi. Meski begitu, pertumbuhan pasar tradisional dan modern semakin meningkat setiap tahunnya. Berdasarkan data Aprindo (Asosiasi Perusahaan Ritel Indonesia), perkembangan dan pertumbuhan pasar ritel modern mengalami peningkatan 10-15% per tahun dibanding dengan perkembangan dan pertumbuhan pasar tradisional. Pertumbuhan dan perkembangan pasar modern ini diakibatkan meningkatnya jumlah frekuensi outlet *Indomaret* dan *Alfamart*.

Menurut Data Badan Pusat Statistik Jawa Timur pembaharuan terakhir pada tahun 2016, pertumbuhan pedagang baru dan juga munculnya pasar baru di Kota Malang mencapai 1003. Hal ini mengindikasikan bahwa tingkat konsumen dan juga permintaan di Kota Malang juga semakin naik setiap tahunnya.

Pasar sendiri diartikan sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Pada masa sekarang pasar sendiri terbagi menjadi tiga, pasar tradisional (konvensional), pasar modern, dan juga pasar online (*marketplace*). Kategori pasar tradisional dibagi menjadi tiga, yaitu pasar kota, pasar wilayah dan pasar lingkungan. Sedangkan, pasar modern dikategorikan menjadi hypermart, supermarket, minimarket dan pertokoan.

Keberadaan pasar tradisional merupakan salah satu indikator kegiatan ekonomi masyarakat di suatu wilayah, apalagi pasar konvensional sangat dekat dengan masyarakat. Perkembangan teknologi di era sekarang juga cenderung merubah gaya hidup masyarakat, apalagi dengan mudahnya berbagai media untuk mempromosikan pasar modern, membuat pasar modern mendapatkan sasaran konsumen yang luas dan tepat sasaran. Eksistensi pasar modern pun semakin tahun, semakin tinggi. Pasar tradisional pun lambat laun akan tersisihkan dengan pasar modern. Dalam hal ini peran pemerintah sebagai pengambil kebijakan dan stabilisasi dibutuhkan. Untuk itu dibentuklah peraturan tentang zonasi pasar yang mengatur bahwasanya letak pendirian pasar tradisional dengan modern haruslah tidak berdekatan, sesuai dengan Pasal 4 huruf a dan b Perpres No.112 mengatakan bahwa pasar modern wajib memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat, keberadaan pasar tradisional, usaha kecil dan usaha menengah yang ada di wilayah yang bersangkutan dan memperhatikan jarak antara pasar tradisional maupun pasar modern yang telah ada sebelumnya. Munculnya peraturan terkait zonasi pasar ini dimaksudkan salah satunya untuk menciptakan iklim persaingan usaha yang baik dan sehat di kalangan masyarakat.

Peraturan mengenai zonasi pasar tradisional dan modern merupakan wewenang dari pemerintah daerah. Hal ini mengartikan bahwa pemerintah daerah dalam hal ini mempunyai otonomi untuk mengatur tentang zonasi pasar di daerahnya. Kota Malang sendiri memiliki peraturan mengenai zonasi pasar tradisional dan modern yang diatur dalam Perda No.8 Tahun 2010 Tentang Penyelenggaraan Usaha Perindustrian dan Perdagangan. Dalam Perda No.8 Tahun 2010 Pasal 23 telah dijelaskan bahwa jarak minimal antara pasar tradisional dan pasar modern serta jarak antar pasar modern adalah minimal 500 meter. Selain itu, dalam pasal tersebut juga dijelaskan bahwa lokasi pendirian pasar modern wajib mengacu pada Rencana Tata Ruang Wilayah, Rencana detail tata Ruang Kota termasuk peraturan zonasinya. Undang-undang yang dimaksud dalam hal ini adalah Perda Kota Malang No.4 Tahun 2011 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Malang Tahun 2010-2030. Dua peraturan tersebut

merupakan landasan utama dari adanya peraturan mengenai pembatasan jarak antara pasar tradisional dan pasar modern di Kota Malang.

Pemerintah daerah merupakan pihak yang paling berkompeten dalam mengimplementasikan perpres di tingkat daerah, khususnya dalam segi pengaturan perijinan pendirian pasar tradisional dan pasar modern. Apabila pasar modern melanggar ketentuan pendirian yang ada, maka bisa dilaporkan ke KPPU untuk diperiksa Bintoro (2010).

Namun, sering juga dijumpai bahwa masih saja pendirian pasar modern seperti (Indomaret dan Alfamart) yang berdekatan dengan letak pasar tradisional. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada kontradiksi antara peraturan yang dibuat dengan kenyataan di lapangan. Berdasarkan fenomena tersebut, topik ini dipilih karena kami melihat hal tersebut sebagai masalah penting yang harus segera dicari jalan keluarnya. Instrumen pengambilan data dengan cara observasi, dokumentasi, dan studi literatur. Objek penelitian merupakan pasar tradisional dan modern di Kota Malang. Pemilihan Kota Malang dikarenakan Kota Malang merupakan kota besar dan merupakan salah satu pusat perekonomian besar di Jawa Timur yang ditunjang oleh berbagai sektor.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis, dimana kami melakukan survey langsung ke lokasi. Instrumen pengambilan data adalah observasi dan dokumentasi yang kemudian kami analisis dan jelaskan secara deskriptif.

Studi pustaka dan perundang-undangan meliputi data yang kami ambil dari beberapa studi literatur dari lembaga terkait Kota Malang, yang selanjutnya kami korelasikan dengan fakta yang terjadi di lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keberadaan pasar tidak bisa lepas dari kehidupan masyarakat. Berbagai kebutuhan masyarakat bias didapatkan di pasar. Pada awalnya, pengelolaan pasar hanya dilakukan dengan sistem tawar menawar dan sistem manual lainnya yang sangat sederhana, namun belasan tahun belakangan teknologi dan informasi berkembang semakin canggih. Pasar modern yang menggunakan sistem tata kelola yang lebih canggih mulai muncul. Pada mulanya sistem transaksi di pasar dilakukan dengan sistem tawar menawar yang membutuhkan waktu lama untuk mendapatkan barang dengan harga yang sesuai. Namun seiring dengan berjalannya waktu, muncullah pasar modern dengan konsep pembayaran yang tidak lagi seperti di pasar tradisional. Munculnya pasar modern ini, membuat masyarakat tidak perlu lagi melakukan tawar menawar. Harga produk sudah tercantum pada label harga beserta barcode dan informasi mengenai produk sudah tersedia melalui mesin pembaca (Wijayanti, 2007). Kota Malang kerap dijadikan ladang bisnis oleh para investor, mulai dari investor lokal hingga investor asing. Seiring dengan meningkatnya kepadatan penduduk di Kota Malang, maka kebutuhan sehari-hari pun menjadi faktor penting. Hal tersebut membuat para investor terus mengembangkan usahanya. Persaingan bisnis dalam dunia usaha memaksa setiap pelaku bisnis untuk dapat bertahan bahkan mengembangkan usahanya, karena kebutuhan konsumen semakin hari semakin bermacam-macam sehingga pebisnis harus teliti dalam merancang strategi untuk menarik pelanggan. Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu aktor bisnis yang ikut dalam persaingan ini. Salah satu persaingan yang harus di hadapi pedagang kecil antara lain adalah meningkat drastisnya pembangunan pasar modern yang dirasakan oleh banyak pihak yang berdampak pada eksistensi pasar tradisional yang sebagian besar pelaku ekonominya adalah usaha kecil perorangan (Rusno, 2008).

Bisnis ritel memang dinilai memiliki prospek yang tinggi sehingga menimbulkan persaingan yang luar biasa. Persaingan lain yang juga menjadi masalah baru bagi usaha kecil adalah meningkat drastisnya pertumbuhan minimarket dengan sistem waralaba yang juga persaingan pangsa pasar yang sama antar pasar modern. Perkembangan luar biasa ritel waralaba dengan pangsa pasar hingga kini mencapai hampir 70% (khusus Alfamart dan Indomaret). Dominasi transaksi minimarket ini selaras dengan bertambahnya gerai yang mengusung system yang serupa (Gus Wai, 2008). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, pada tahun 2014 minimarket di Indonesia berjumlah 11.468 toko. Awal 2016, minimarket Indomaret sudah berjumlah 12.100 toko, sedangkan Alfamart tercatat 11.115 gerai per Juni

2016. Menurut Edwin Lioe, selaku research analyst DBS Vickers Securities, mengungkapkan bahwa minimarket diprediksikan memiliki pertumbuhan rata-rata sebesar 15,5% per tahunnya, pertumbuhan ini tentu lebih cepat dibandingkan dengan pertumbuhan supermarket atau hypermarket.

Supermarket lokal di Indonesia telah ada sejak 1970-an, walaupun pada mulanya hanya berdiri di kota-kota besar. Supermarket bermerek asing mulai masuk ke Indonesia pada sekitar tahun 1990-an semenjak diberlakukan kebijakan investasi asing langsung dalam sektor usaha perdagangan besar dan eceran (ritel) dibuka pada tahun 1998. Meningkatnya persaingan di sektor ini malah mendorong kemunculan supermarket di kota-kota kecil yang bertujuan untuk mencari pelanggan baru dan terjadilah kompetisi harga. Akibatnya, supermarket di Indonesia hanya melayani masyarakat kelas menengah atas pada era 1980-an sampai awal 1990-an (CPIS, 1994). Menjamurnya supermarket hingga ke kota-kota kecil dan adanya strategi potongan harga memungkinkan masyarakat kelas menengah bawah untuk mengakses supermarket (Suryadarma, 2007). Kehadiran pasar modern pada awalnya tidak mengancam pasar tradisional. Pasar modern yang menyasar masyarakat dari kalangan menengah keatas, saat itu lebih menjadi alternatif dari pasar tradisional yang identik dengan kondisi pasar yang kotor, kumuh, serta harga jual rendah dan sistem tawar menawar konvensional. Supermarket dan minimarket semenjak saat itu semakin tumbuh pesat dan semakin menjamur hingga saat ini.

Peraturan daerah di kota malang

Bentuk dari sebuah kebijakan publik adalah peraturan daerah. Kebijakan publik menurut S. David Freeman Insyur AS (1970) mengungkapkan bahwa Kebijakan digunakan dan dipertukarkan maknanya dengan tujuan, program, keputusan, hukum, proposal, patokan dan maksud besar tertentu. Sedangkan, Kebijakan publik sendiri mempunyai arti pemanfaatan strategis terhadap sumberdaya-sumberdaya yang ada untuk memecahkan masalah-masalah publik atau pemerintah. Kebijakan publik merupakan bentuk dari intervensi pemerintah demi kepentingan kelompok tertentu agar dapat hidup sejahtera. Dalam hal ini pemerintah menggunakan berbagai instrumen yang dimiliki untuk mengatasi berbagai persoalan publik (Chandler dan Plano 1988). Menurut Anderson (2005) Kebijakan publik adalah segala kebijakan yang dilakukan maupun tidak dilakukan oleh pemerintah dan juga Kebijakan yang ditetapkan oleh badan badan dan aparat pemerintah. Peraturan daerah adalah program yang dibuat dan ditetapkan oleh badan badan dan aparat pemerintah untuk mencapai sebuah tujuan.

Seperti teori yang dikemukakan oleh Dye (2000) ada tiga elemen kebijakan yang membentuk sistem kebijakan publik, diantaranya adalah pelaku kebijakan, kebijakan publik dan lingkungan kebijakan. Dalam hal ini kebijakan publik adalah peraturan Pemerintah Kota Malang. Pelaku kebijakan adalah Pemerintah Kota Malang dan lingkungan kebijakan adalah Pasar tradisional dan pasar modern.



Gambar 1. Alur proses kebijakan

Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa Pemerintah Kota Malang dapat mempengaruhi kebijakan peraturan atas Pasar tradisional dan modern, Namun Pasar tradisional dan modernpun dalam kaitannya dapat mempengaruhi Pemerintah Kota Malang dalam proses pengambilan kebijakan. Artinya, ketiga elemen ini dapat berkaitan satu sama lain dan saling mempengaruhi.

Pasar sendiri merupakan indikator perekonomian masyarakat, sebab disinilah tempat bertemunya penjual dan pembeli, proses bertemunya penjual dan pembeli inilah yang menjadi tolak ukur perekonomian masyarakat. Semakin besar tingkat bertransaksi di pasar mengindikasikan suatu pasar stabil dan menjadi cerminan dari kesejahteraan masyarakatnya. Oleh karena itu, eksistensi suatu pasar sangat menarik untuk diperbincangkan. Pasar yang sering kita jumpai ada dua menurut karakteristiknya yaitu, pasar tradisional dan modern.

Perbedaan pasar tradisional dan pasar modern

Pasar merupakan indikator perekonomian masyarakat, sebab disinilah tempat bertemunya penjual dan pembeli, proses bertemunya penjual dan pembeli inilah yang menjadi tolak ukur perekonomian masyarakat. Semakin besar tingkat bertransaksi di pasar mengindikasikan suatu pasar stabil dan menjadi cerminan dari kesejahteraan masyarakatnya. Oleh karena itu, eksistensi suatu pasar sangat menarik untuk diperbincangkan. Pasar yang sering kita jumpai ada dua menurut karakteristiknya yaitu, pasar tradisional dan modern.

Tabel 1. Karakteristik pasar tradisional

No.	Aspek	Pasar tradisional
1	Histori	Evolusi panjang
2	Fisik	Kurang baik, sebagian baik dan terata
3	Pemilikan/Kelembagaan	Biasanya dikelola dan dimiliki pemda dan masyarakat
4	Modal	Modal swadaya
5	Konsumen	Golongan menengah kebawah
6	Metode Pembayaran	Tawar menawar
7	Status Tanah	Tanah negara
8	Pembiayaan	Umumnya ada subsidi
9	Pembangunan	Pemda atau gotong royong masyarakat
10	Pedagang yang masuk	Beragam , masal , dari sektor informal sampai pedagang menengah ke besar
11	Peluang masuk / partisipasi	Bebas
12	Jaringan	Pasar regional, pasar kota, pasar kawasan

Terlihat dari karakteristik pasar tradisional, maka persaingan antara pasar tradisional dengan modern terjadi. Apalagi masyarakat sekarang sangat menyukai pola belanja pasar modern, yang nyaman, bersih dan terfasilitasi dengan baik. Apalagi pada pasar tradisional hal-hal tersebut susah ditemukan dikarenakan pasar tradisional sangat identik dengan kualitas dan suasana yang kumuh dan tidak bersih sehingga membuat konsumen tidak nyaman. Apalagi pada pasar tradisional tidak ada bagian yang menjaga kebersihan ataupun yang mengurus hal tersebut.

Berbeda dengan pasar tradisional, pasar modern sangat nyaman dengan karkteristik yang tertera di Tabel 2. Hal ini sangat tidak memungkinkan antar pasar modern untuk ada persaingan. Dikarenakan permintaan antar pasar modern tergantung dengan perilaku konsumen.

Tabel 2. Karakteristik pasar modern

No.	Aspek	Pasar modern
1.	Kualitas produk	Berkualitas dan bertahan lama
2.	Kualitas pelayanan	Melayani sendiri
3.	Harga	Murah, terdapat bandrol
4.	Variasi produk	Sangat bervariasi
5.	Merk Produk	Beragam
6.	Lokasi	Mudah dijangkau, dekat perumahan
7.	Promosi	Cenderung sering dan tinggi
8.	Penanganan keluhan	Tidak langsung
9.	Cara pembayaran	Cash , debit, credit
10.	Keluasan gerak konsumen	Tinggi, sempit
11.	Keamanan	Aman
12.	Parkir	Luas
13.	Fasilitas tambahan	Troli, tempat istirahat, wc
14.	Kebersihan	Sangat bersih

15.	Kemudahan menemukan jenis produk	Sangat mudah terdapat label yang beserta harga
16.	Kedekatan personal dengan pedagang	Rendah cenderung tidak ada

Adanya perbedaan karakteristik antara pasar tradisional dengan pasar modern ini juga bias mempengaruhi perilaku konsumen. Konsumen akan lebih nyaman jika berada di tempat yang nyaman dan rapi.

Dalam pasar, penjual sebagai aktor yang menentukan harga dan pembeli sebagai penawar dan penentu permintaan pasar. Pasar merupakan suatu hal yang dinamis, jadi perkembangan pasar sesuai dan mengikuti perkembangan jaman. Dari data yang diperoleh dari malangkota.go.id perkembangan pasar di kota malang menunjukkan tren yang menurun berbanding terbalik dengan pasar modern. Berikut data disajikan dengan bentuk tabel dalam hitungan presentase. Data diambil dengan pengolahan data sebelumnya.

Tabel 3. Perkembangan pasar di kota malang

Tahun	Pasar modern	Pasar tradisional	Total %
2012	30,8	75,2	100
2013	33,4	70,08	100
2014	34,02	68,6	100
2015	44,05	67,3	100
2016	65,2	60,4	100

Dari data tersebut dapat dikatakan bahwa ada persaingan antara pasar tradisional dengan pasar modern sehingga menyebabkan eksistensi pasar tradisional kian menurun setiap tahun. Padahal seperti yang kita tahu bersumber dari pernyataan KemendagriRI bahwasanya Pasar tradisional ini merupakan penyumbang Pendapatan Asli Daerah melalui retribusi pasar. Di Kota Malang sendiri retribusi pasar sudah berjalan maju dan lancar, Sistem baru yang digunakan adalah e-retribusi yang berhasil meningkatkan penyumbangan dana ke PAD sebesar 102%. Hal tersebut merupakan sesuatu yang positif dan mengingatkan kita bahwa Pasar tradisional merupakan elemen penting dari perekonomian daerah.

Menurut klasifikasi yang dipaparkan dari tabel satu dan dua juga bahwa ada perubahan gaya hidup pada konsumen. Konsumen jaman sekarang lebih menyukai berbelanja di tempat yang nyaman dan memiliki fasilitas yang memadai. Perubahan ini yang disebut juga adanya perubahan kelembagaan yang mana perlu disadari bahwa kelembagaan tidaklah statis, namun dinamis sesuai dengan interkasi ekonomi yang mempertemukan antarkepentingan. Menurut Yustika (2014) Perubahan kelembagaan memiliki dua dimensi. Pertama, perubahan konfigurasi antarpelaku ekonomi akan memicu terjadinya perubahan kelembagaan. Dalam hal ini perubahan kelembagaan dianggap sebagai dampak dari perubahan pelaku ekonomi. Kedua, perubahan kelembagaan sengaja didesain untuk memengaruhi kegiatan ekonomi. Perubahan kelembagaan juga terjadi karena kelangkaan dari adanya *rule of game* yang menyebabkan pelaku ekonomi tidak memiliki akses melakukan transaksi secara sepadan. Dalam kasus pasar tradisional dan modern ini bisa dilihat bahwa adanya persaingan yang tidak adil dan adanya pihak yang mendapatkan akses transaksi yang tidak sepadan. Oleh karena itu, pemerintah sebagai pemegang otoritas kebijakan wajib untuk membuat kebijakan yang mengatur agar setiap aktor ekonomi mendapatkan akses transaksi yang sepadan.

Mengingat, selama ini mekanisme pasar merupakan faktor *invisible hand* yang sering dianggap sebagai pengatur kegiatan ekonomi. Namun ketika mekanisme pasar terjadi kegagalan, maka pemerintah selaku pihak yang memiliki fungsi stabilisator semestinya turun tangan untuk membantu menstabilkan kegiatan ekonomi agar tetap dapat berjalan dengan baik. Maka dari itu, investasi dalam sebuah negara dipandang sebagai salah satu faktor penting yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi. Jika investasinya semakin tinggi, bisa diasumsikan pertumbuhan ekonomi juga akan meningkat. Investasi yang dilakukan dapat meningkatkan produktivitas sektor ekonomi, yang nantinya akan berdampak pada peningkatan pendapatan dari sektor tersebut dan pendapatan tersebut akan digunakan untuk kegiatan konsumsi.

Untuk itu dibuatlah peraturan zonasi pasar tradisional dan pasar modern yang diatur dalam Perpres No.112 Tahun 2007. Dalam Perpres tersebut telah diatur mengenai peraturan zonasinya. Dalam Perpres No.112 Tahun 2007 Pasal 4 dijelaskan bahwa pendirian pasar modern dan pusat perbelanjaan mesti memperhatikan keadaan ekonomi dan sosial masyarakat, pasar tradisional serta ukm yang berada

di daerah tersebut, dan membatasi jarak minimal antara pasar modern dan pasar tradisional yang telah lebih lama berdiri. Peraturan mengenai zonasi pasar tradisional dan pasar modern merupakan wewenang dari pemerintah daerah. Hal ini mengartikan bahwa pemerintah daerah dalam hal ini mempunyai otonomi untuk mengatur tentang zonasi pasar di daerahnya.

Kota Malang sendiri memiliki peraturan mengenai zonasi pasar tradisional dan modern yang diatur dalam Perda No.8 Tahun 2010 Tentang Penyelenggaraan Usaha Perindustrian dan Perdagangan. Dalam Perda No.8 Tahun 2010 Pasal 23 telah dijelaskan bahwa jarak minimal antara pasar tradisional dan pasar modern serta jarak antar pasar modern adalah minimal 500 meter. Selain itu, dalam pasal tersebut juga dijelaskan bahwa lokasi pendirian pasar modern wajib mengacu pada Rencana Tata Ruang Wilayah, Rencana detail tata Ruang Kota termasuk peraturan zonasinya. Undang-undang yang dimaksud dalam hal ini adalah Perda Kota Malang No.4 Tahun 2011 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Malang Tahun 2010-2030. Dua peraturan tersebut merupakan landasan utama dari adanya peraturan mengenai pembatasan jarak antara pasar tradisional dan pasar modern di Kota Malang.

Selain itu pemerintah Kota Malang juga membuat program-program yang mana dapat meningkatkan kenyamanan dan kualitas dari pasar tradisional, salah satunya adalah program revitalisasi pasar. Dimana dalam hal ini pada tahun 2019 dicanangkan akan rampung, pasar yang akan direvitalisasi adalah Pasar Kasin di Kelurahan Tanjungrejo yaitu dengan proses pengerjaan pembuatan lapak penampungan. Selanjutnya revitalisasi pasar juga dilakukan di Pasar Mergan Kelurahan Bareng dengan proses pembenahan atap pasar tradisional dengan masing – masing dana yang digunakan melalui Dana Alokasi Khusus (DAK) Rp 2,4 Miliar dan Rp 600 Juta. Pasar Sukun dan Sawojajar juga merupakan pasar yang diharapkan dapat menyaingi pasar modern dana yang digelontorkan juga tidak sedikit. Untuk pasar sukun dan sawojajar didanai melalui APBD Kota Malang masing masing Rp 6 Miliar dan Rp 3,5 Miliar. Hal ini merupakan kebijakan PEMKOT Malang yang positif. Pemerintah Kota Malang juga mengatur tentang pengelolaan pasar melalui Peraturan Walikota Malang nomor 50 tahun 2012 tentang uraian tugas pokok, fungsi dan tata kerja dinas pasar. Selain itu Pemerintah Kota Malang melakukan program pemberdayaan pedagang tradisional melalui beberapa cara yaitu: Meningkatkan komunitas pedagang pasar tradisional agar peran dan fungsi komunitas tersebut dapat digunakan sebagai media aspirasi pedagang pasar tradisional. Adanya komunitas tersebut diharapkan dapat menjembatani komunikasi antara pedagang dengan pengelola dinas pasar.

Meningkatkan distribusi informasi, agar meminimalisir konflik pedagang pasar tradisional karena tidak adanya asimetri informasi.

Memberikan fasilitas system pinjaman modal dari perbankan, agar pedagang tidak lagi meminjam uang pada Lembaga informal yang mana hanya akan merugikan pedagang tradisional.

Beberapa program dan peraturan yang ditetapkan Pemerintah Kota Malang ini bertujuan untuk mensejahterahkan masyarakat bawah khususnya pedagang Pasar tradisional.

Penerapan zonasi pasar tradisional dan pasar modern di kota malang

Tata kelola pasar di Kota Malang merupakan tugas dari Dinas Pasar Kota Malang. Hal ini didasarkan Peraturan Walikota Malang No.50 Tahun 2012 tentang Uraian Pokok Tugas, Fungsi, dan Tata Kerja Dinas Pasar. Menurut Peraturan Walikota Malang No.50 Tahun 2012 Pasal 3 menyebutkan bahwa Dinas Pasar melaksanakan tugas pokok penyusunan dan pelaksanaan kebijakan urusan pemerintahan daerah di bidang pengelolaan pasar. Dari ayat tersebut dapat diartikan bahwa Pemerintah Daerah Kota Malang melalui Dinas Pasar memiliki tugas dan wewenang untuk melaksanakan kebijakan di bidang pengelolaan pasar.

Pemerintah Kota Malang sendiri telah melakukan perbaikan tata kelola pada pasar tradisional dengan melakukan revitalisasi. Program ini berfokus pada perbaikan sarana prasarana pasar, perbaikan fasilitas dan akses menuju ke pasar tersebut. Hingga saat ini, program revitalisasi pasar masih berjalan. Pasar yang sudah direvitalisasi adalah Pasar Kasin, Pasar Mergan, Pasar Sukun, dan Pasar Sawojajar. Dengan adanya program revitalisasi pasar, diharapkan masyarakat akan lebih banyak berbelanja di pasar tradisional yang telah direvitalisasi karena lebih bersih, aman dan nyaman.

Pasar tradisional juga dapat memberikan kontribusi kepada Pendapatan Asli Daerah (PAD) melalui retribusi. Maka dari itu, jika pasar tradisional dikembangkan dengan baik dan masyarakat juga lebih memilih untuk belanja di pasar tradisional maka retribusi akan meningkat dan berdampak pada

peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Berbeda dengan pasar tradisional, pasar modern tidak berkontribusi pada PAD karena tidak ada tarikan retribusi untuk pasar modern.

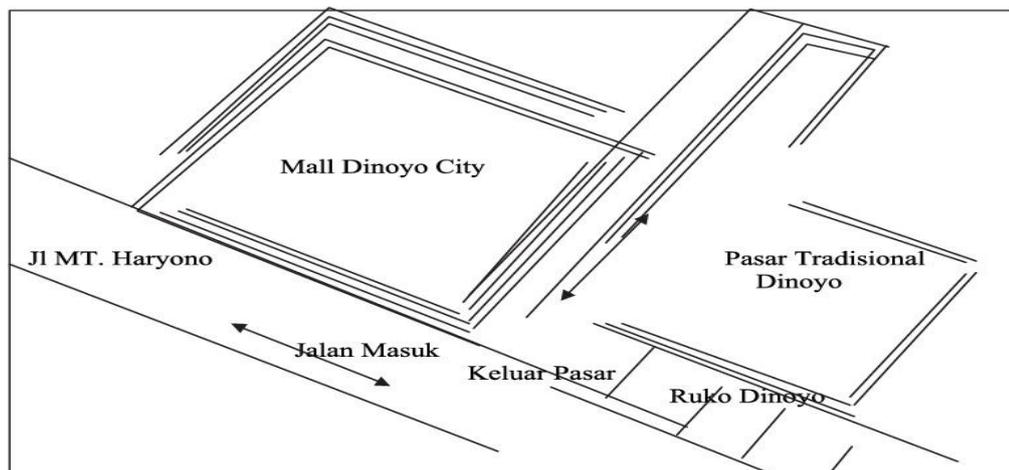
Saat ini, penerapan peraturan zonasi pasar tradisional dan pasar modern di Kota Malang masih belum optimal diterapkan dalam pelaksanaannya. Berikut ini merupakan faktor yang mendasari argumen mengenai kurang optimalnya penerapan peraturan zonasi pasar di Kota Malang.

Masih terdapat pasar modern yang berdiri dengan jarak kurang dari 500 meter dari pasar tradisional

Untuk penerapan peraturan pembatasan jarak antara pasar tradisional dengan pasar modern di Kota Malang dapat dikatakan masih belum optimal dalam pelaksanaannya. Hal ini dapat dilihat dari kenyataan yang terjadi di lapangan. Misalkan di daerah Pasar Belimbing, kurang dari 500 meter dari pasar tradisional tersebut terdapat pasar modern (minimarket) Alfamart. Kawasan Pasar Dinoyo juga mengalami hal yang sama, kurang dari 500 meter dari pasar tersebut terdapat pusat perbelanjaan Mall Dinoyo City, supermarket Giant, minimarket Alfamart serta Indomaret.



Gambar 2. Pasar belimbing (tradisional) dan pasar modern



Gambar 3. Denah lokasi sekitar pasar dinoyo kota malang

Dari contoh tadi dapat diasumsikan bahwa pemerintah masih belum tegas akan penegakan peraturan daerah yang ada. Selain itu untuk jarak antara pasar modern satu dengan yang lain pun belum berjalan dengan optimal. Misalnya di daerah Jalan Soekarno-Hatta, terdapat dua minimarket (Indomaret dan Alfamidi) yang jaraknya saling berdempetan dan hanya terpisah beberapa meter saja.

Pendirian pasar modern yang kurang memperhatikan kondisi sosial ekonomi masyarakat sekitar

Berdasarkan Perpres No.112 Tahun 2007, pendirian pasar modern di Kota Malang masih belum memperhatikan keadaan sosial maupun ekonomi masyarakat daerah setempat. Selain itu, pendirian pasar modern di Kota Malang masih belum memperhatikan pasar tradisional dan ukm sekitarnya. Hal ini dapat dilihat dari kenyataan di lapangan yang ada, masih terdapat beberapa pasar modern yang pendiriannya tidak sesuai dengan peraturan daerah yang dapat mengakibatkan adanya kesenjangan pendapatan yang diperoleh masyarakat yang kegiatan ekonominya berada di daerah pasar tradisional dengan pendapatan dari pasar modern.

Menurut hasil penelitian terdahulu oleh Iqbal Martin (2017) dengan penelitian mengenai penerapan kebijakan zonasi dalam penataan pasar. Persaingan harga antara pasar tradisional dan modern serta menjamurnya pendirian pasar modern justru malah membuat pasar tradisional tergeser. Penerapan penentuan jarak perlu ditegaskan kembali oleh Pemerintah Daerah Kota Bandung.

Hal ini dikhawatirkan juga terjadi di Kota Malang. Menurut koresponden kami Bu Saidah, salah satu pengelola di pasar Blimbing mengatakan bahwasanya pendapatan rata rata pedagang di pasar Belimbing turun sebesar 25 – 30% semenjak munculnya minimarket di sekitar Pasar Belimbing. Apalagi minimarket itu menjual produk yang sama dengan yang dijual pedagang di Pasar Belimbing.

Jika keadaan terus berlangsung seperti ini, dikhawatirkan sektor perekonomian lain yang memiliki jenis usaha yang sama (misalnya toko kelontong, warung, ukm) akan tergeser keberadaannya dan mulai tergantikan oleh pasar modern yang menawarkan beberapa keunggulan seperti adanya potongan harga serta fasilitas yang nyaman. Masyarakat yang sumber penghasilannya berasal dari berjualan di pasar tradisional dan umkm akan menurun pendapatannya. Hal ini dikarenakan menjamurnya minimarket yang izin berdirinya tidak sesuai dengan peraturan daerah. Hal ini dibuktikan dengan data terakhir sampai Februari 2018, Menurut Alwi selaku kepala bidang data dan system informasi DPM-PTSP Kota Malang setidaknya ada 8 pendirian pasar modern yang diadakan bermasalah. Menurutnya akan ada tindak lanjut mengenai permasalahan ini dengan bekerjasama dengan SatpolPP untuk turun langsung ke lapangan menindaklanjuti kelengkapan dokumen.

Semenjak ada minimarket berdiri di dekat toko tradisional, pendapatan dari pedagang toko tradisionalpun menurun akibat masyarakat lebih tertarik untuk berbelanja di minimarket tersebut. Sesuai dengan hasil penelitian oleh Dwinita Aryani (2011) mengenai efek pendapatan pedagang tradisional dari ramainya kemunculan minimarket di Kota Malang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 66% responden pedagang tradisional menyatakan keberadaan minimarket berpengaruh terhadap penurunan pendapatannya. Perpres No.112 tahun 2007 dirasakan kurang memihak kalangan pedagang tradisional yang akan berdampak pada kerugian pedagang kecil di pasar tradisional dan tergesernya pasar tradisional oleh pasar modern Apabila pemerintah tidak segera menindaklanjuti terkait hal ini, maka bukan tidak mungkin akan terjadi pertikaian di masyarakat mengenai keberadaan dari pasar modern yang berdiri tak jauh dari pasar tradisional ini.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa penerapan zonasi pasar tradisional dan pasar modern di Kota Malang sudah bagus dalam penerapannya. Dibuktikan dengan penetapan beberapa kebijakan Pemerintah Kota maupun daerah, dan juga penyelenggaraan program perbaikan kualitas serta SDM dari pedagang Pasar tradisional. Namun, tidak dapat dihindari bahwa masih terdapat beberapa faktor yang membuat penerapan kebijakan zonasi ini masih belum sempurna. Masih terdapat beberapa pasar modern yang “nakal” berdiri di jarak yang tidak sesuai dengan Perda Kota Malang No.8 Tahun 2010. Padahal peraturan ini dibuat agar pasar tradisional tidak tergeser dan masyarakat yang melakukan kegiatan ekonomi di pasar tradisional tidak merasa dirugikan dari berdirinya pasar modern. Selain itu, jika mengacu pada Perpres No.112 Tahun 2007 Pasal 4, pendirian pasar modern di Kota Malang juga masih belum memperhatikan kondisi sosial ekonomi masyarakat daerah setempat. Pemerintah Daerah Kota Malang perlu melakukan pengawasan dan penegasan lebih mengenai izin pendirian pasar modern agar tetap sesuai dengan peraturan yang berlaku. Program revitalisasi pasar tradisional oleh Pemerintah Daerah Kota Malang juga diperlukan agar pasar tradisional tidak kalah saing dengan pasar modern. Sehingga, semua aktor ekonomi dapat melakukan transaksi ekonomi dengan lancar dan tidak ada salah satu pihak yang dirugikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryani, Dwinita. (2011). Efek Pendapatan Pedagang Tradisional Dari Ramainya Kemunculan Minimarket Di Kota Malang. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 2(2), 169–180.
- Bintoro, R. W. (2010). Aspek Hukum Zonasi Pasar Tradisional Dan Pasar Modern. *Jurnal Dinamika Hukum*, 10(3), 360–374.
- Jatimnet.com. (2019, 5 Maret). Pemkot Malang Revitalisasi Empat Pasar Sesuai SNI. Diakses pada 16 Desember 2019, pada <https://jatimnet.com/pemkot-malang-revitalisasi-empat-pasar-sesuai-sni>
- Kupita, W., & Bintoro, R. W. (2012). Implementasi Kebijakan Zonasi Pasar Tradisional Dan Pasar Modern (Studi Di Kabupaten Purbalingga). *Jurnal Dinamika Hukum*, 12(1), 45–59.
- Malangtimes.com. (2019, 7 November). Terkait Retribusi Pasar Tradisional, Begini Penjelasan Dinas Perdagangan Kota Malang. Diakses pada 17 Desember 2019, pada <https://www.malangtimes.com/baca/45981/20191107/192100/terkait-retribusi-pasar-tradisional-begini-penjelasan-dinas-perdagangan-kota-malang>
- Malangvoice.com. (2019, 25 November). Tok! Perda Batasi Jarak Minimarket dengan Pasar Tradisional Disahkan. Diakses pada 13 Desember 2019, pada <https://malangvoice.com/tok-perda-batasi-jarak-minimarket-dengan-pasar-tradisional-disahkan/>
- Malangvoice.com. (2015, 8 Desember). Pemkot Malang Hilang Akal dalam Tata Kelola Toko Modern. Diakses pada 15 Desember 2019, pada <https://malangvoice.com/pemkot-malang-hilang-akal-dalam-tata-kelola-toko-moderen/>
- Martin, I. (2017). Penerapan Kebijakan Zonasi Dalam Penataan Pasar Tradisional dan Pasar Modern Kota Bandung (Suatu Tinjauan Yuridis dari Perspektif Otonomi Daerah). *Jurnal Wawasan Yuridika*, 1(2), 107.
- Noor, A. (2013). Perlindungan Di Tengah Ekspansi Pasar Ritel Modern. *Economica*, IV(2), 107–120.
- Radarmalang.id. (2019, 22 Juli). Pemkot Kecolongan Indomaret. Diakses pada 15 Desember 2019, pada <https://radarmalang.id/pemkot-kecolongan-indomaret/>
- RRI.co.id. (2017, 2 November). Pedagang Pasar Tradisional di Kota Malang Dilatih Layani Pembeli. Diakses pada 16 Desember 2019, pada http://rri.co.id/post/berita/452551/ruang_publik/pedagang_pasar_tradisional_di_kota_malang_di_latih_layani_pembeli.html
- Savitri, W., Turtiantoro, & Sulistyowati. (2016). Implementasi Kebijakan Peraturan Daerah Nomor 9 Tahun 2013 Tentang Pengaturan Pasar Tradisional Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 2(2), 330–360.
- Suryamalang.com. (2019, 17 Desember). Sejak Pakai Alat E-Retribusi, Pendapatan dari Retribusi Pasar Kota Malang Naik 102 Persen. Diakses pada 18 Desember 2019, pada <https://suryamalang.tribunnews.com/2019/12/17/sejak-pakai-alat-e-retribusi-pendapatan-dari-retribusi-pasar-kota-malang-naik-102-persen>