

PENGUATAN SINERGI ANTARA PASAR TRADISIONAL DAN MODERN DALAM RANGKA MEWUJUDKAN PEMERATAAN PEMBANGUNAN EKONOMI KERAKYATAN

Istijabatul Aliyah

Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota Jurusan Arsitektur Fakultas Teknik
Universitas Sebelas Maret

Abstract - This research was conducted in Surakarta with the aims of: 1) Mapping the distribution of traditional and modern markets; 2) Assessing the classification of traditional and modern markets; 3) Assessing the scope of services of traditional and modern markets; 4) Analyzing the benefits of traditional and modern market stakeholders; 5) Formulating policy recommendations on strengthening the synergy between the traditional and the modern markets. Based on these objectives, this research is expected to: 1) Create appropriate technology; 2) Compile the research-based teaching book; 3) Develop a scientific article for a national accredited journal.

This study uses several methods of analysis, namely: 1) Spatial analysis for mapping the distribution of traditional and modern markets in Surakarta, 2) Category-based analysis (CBA) to classify traditional and modern markets in Surakarta. This method uses the concept by category and classification of the object studied, 3) Methods analysis of Geographic Information System (GIS), 4) Interactive analysis method proposed by Miles & Huberman, 2002.

The results show that traditional markets spread evenly throughout the city of Surakarta, although they have different commodities and different services. Similarly, the modern markets spread evenly throughout the city of Surakarta, but along Jalan Slamet Riyadi as a city main street in Surakarta there are 5 modern markets of the total 86 traditional and modern markets as shopping facilities. While the scope of services of traditional and modern markets in Surakarta are

mostly local market with the scope of services for Surakarta and surrounding areas. There are some with national and international scope. Policy recommendations on strengthening the synergies between traditional and modern markets in Surakarta are: 1) Change the configuration of economic actors in the traditional markets; 2) Equalization charge distribution of goods on the traditional and modern markets, 3) Legal protection for traditional market traders, 4) Monitoring and evaluation of local regulations that have been issued.

Keywords: Traditional Market, Modern Market, Synergy

Abstrak - Penelitian ini dilakukan di Kota Surakarta dengan tujuan: 1). Melakukan pemetaan persebaran lokasi pasar tradisional dan modern; 2). Mengkaji klasifikasi pasar tradisional dan pasar modern; 3). Mengkaji lingkup pelayanan pasar tradisional dan pasar modern; 4). Menganalisis manfaat yang akan diperoleh stakeholders pasar tradisional dan pasar modern; 5). Menyusun rekomendasi kebijakan tentang penguatan sinergi antara pasar tradisional dan modern. Berdasarkan tujuan tersebut maka penelitian ini ditargetkan menghasilkan luaran berupa: 1). Menciptakan teknologi tepat guna (TTG); 2). Menyusun Buku ajar berbasis riset; 3). Menyusun artikel di jurnal ilmiah terakreditasi nasional.

Penelitian ini menggunakan beberapa metode analisis, yakni: 1) Analisis Spasial untuk pemetaan persebaran pasar tradisional dan pasar

modern di Kota Surakarta, 2) Category Based Analysis (CBA) untuk mengklasifikasikan pasar tradisional dan pasar modern di Kota Surakarta. Metode ini menggunakan konsep berdasarkan kategori dan klasifikasi dari obyek yang diteliti, 3) Metode analisis Geographic Information System (GIS), 4) Metode Analisis interaktif yang dikemukakan oleh Miles & Huberman, 2002.

Hasil penelitian bahwa persebaran pasar tradisional merata di seluruh Kota Surakarta, meski komoditas dan lingkup layanan berbeda-beda. Demikian pula dengan pasar modern, memiliki persebaran yang merata di seluruh kota Surakarta, namun sepanjang Jalan Slamet Riyadi sebagai jalan protokol Kota Surakarta ditempati oleh 5 buah pasar modern dari jumlah keseluruhan 86 pasar tradisional dan modern sebagai fasilitas perbelanjaan. Sedangkan Lingkup pelayanan pasar tradisional dan pasar modern di Kota Surakarta sebagian besar adalah pasar daerah dengan lingkup pelayanan Kota Surakarta dan sekitarnya. Ada beberapa yang mencapai lingkup nasional dan internasional. Rekomendasi kebijakan tentang penguatan sinergi antara pasar tradisional dan modern di Kota Surakarta adalah: 1) Mengubah konfigurasi pelaku-pelaku ekonomi di dalam pasar tradisional; 2) Penyetaraan biaya distribusi barang pada pasar tradisional dan pasar modern, 3) Perlindungan hukum bagi para pedagang pasar tradisional, 4) Monitoring dan evaluasi peraturan daerah yang telah ditetapkan.

Kata Kunci : Pasar Tradisional, Pasar Modern, Sinergi

1. PENDAHULUAN

Persebaran lokasi pasar tradisional dan modern memiliki peran yang signifikan dalam menentukan tumbuh kembangnya masing-masing jenis pasar tersebut. Di samping itu juga perlu diketahui lingkup pelayanan yang menjadi fokus masing-masing jenis pasar, baik pasar tradisional maupun modern untuk membantu menciptakan iklim pengembangan ekonomi yang sehat. Untuk itu diperlukan adanya zonasi pasar merupakan hal yang penting untuk menciptakan distribusi ekonomi guna meningkatkan pemerataan akses masyarakat terhadap sumber daya ekonomi sebagai mata pencaharian. Pembuatan zonasi dapat dilakukan dengan menggunakan metode pemetaan. Salah satu

metode pemetaan yang dapat digunakan adalah pemetaan berbasis *Geographic Information System* (GIS) atau Sistem Informasi Geografis (SIG). Sistem Informasi Geografis sangat dibutuhkan untuk memaparkan suatu informasi yang berkaitan dengan ruang (spasial), karena pengelolaan data spasial sangat berpengaruh dan amat diperlukan dalam pengambilan keputusan dan perumusan kebijakan mengenai penataan ruang wilayah. Untuk dapat memanfaatkan dan menganalisis data/informasi spasial dibutuhkan analisis berbasis SIG yang akan membuat pemodelan data spasial.

Penelitian Penguatan Sinergi Antara Pasar Tradisional dan Modern Dalam Rangka Mewujudkan Pemerataan Pembangunan Ekonomi Kerakyatan ini bertujuan untuk: 1). Melakukan pemetaan persebaran lokasi pasar tradisional dan modern di Kota Surakarta; 2). Mengkaji klasifikasi pasar tradisional dan pasar modern di Kota Surakarta; 3). Mengkaji lingkup pelayanan pasar tradisional dan pasar modern di Kota Surakarta; 4). Menganalisis manfaat yang diperoleh *stakeholders* pasar tradisional dan pasar modern di Kota Surakarta; 5). Menyusun rekomendasi kebijakan tentang penguatan sinergi antara pasar tradisional dan modern di Kota Surakarta.

2. STUDI PUSTAKA

A. Pengertian Pasar Tradisional dan Pasar Modern

Pengertian tentang pasar menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melaksanakan transaksi, sarana interaksi sosial budaya masyarakat, dan pengembangan ekonomi masyarakat. (Permendagri No 42 Tahun 2007). Disisi lain pengertian pasar menurut Said Sa'ad Marthon bahwa Pasar adalah sebuah mekanisme yang dapat mempertemukan pihak penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi atas barang dan jasa; baik dalam bentuk produksi maupun penentuan harga. Sedangkan syarat utama terbentuknya pasar adalah adanya pertemuan antara pihak penjual dan pembeli baik dalam satu tempat ataupun dalam tempat yang berbeda. Pasar juga merupakan elemen ekonomi yang dapat mewujudkan kemaslahatan dan kesejahteraan hidup manusia. (Toni, 2014: 3)

Sedangkan bila dilihat dari sejarah perkembangan pasar, pada awal pertumbuhannya berupa tanah lapang tanpa bangunan atau bukan bangunan permanen, (Graaf, 1989: 32) Dan pasar merupakan tempat berkumpul untuk berjual-beli. Dengan berjalannya waktu dan perkembangan perdagangan melalui darat pada tahun 1830, mulai ada jaringan pasar yang luas dan pasar-pasar wilayah yang bersifat permanen, dan berperan penting dalam lintas perdagangan. (Wiryomartono, 2000: 24). Pasar tumbuh dan berkembang sebagai simpul dari pertukaran barang dan jasa secara regional yang kemudian membangkitkan berbagai aktivitas di dalam kota. Di sini, saat orang melakukan jual dan beli bukan sekedar barang dan jasa yang dipertukarkan, tetapi juga informasi dan pengetahuan, (Ekomadyo, 2012: 5).

Dalam perkembangannya pasar diklasifikasikan atas dua bentuk, yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pengertian pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, swasta, koperasi atau swadaya masyarakat setempat dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda, atau nama lain sejenisnya, yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil menengah, dengan skala usaha kecil dan modal kecil, dengan proses jual beli melalui tawar-menawar (Permendagri No 42 Tahun 2007). Ditambahkan pula bahwa pasar tradisional sebagai pusat kegiatan sosial ekonomi kerakyatan, dengan demikian pola hubungan ekonomi yang terjadi di pasar tradisional menghasilkan terjalinya interaksi sosial yang akrab antara pedagang-pembeli, pedagang-pedagang, dan pedagang-pemasok yang merupakan warisan sosial representasi kebutuhan bersosialisasi antar individu.

Pemahaman tentang pasar, sejalan dengan teori Geertz bahwa "pasar" memberi akomodasi pada "bazaar economy", Geertz mengasumsikan bahwa kata 'pasar' merupakan dialek lokal dari 'bazaar'. Pasar dalam hal ini identik dengan pasar tradisional merupakan suatu pranata ekonomi dan sekaligus cara hidup, suatu gaya umum dari kegiatan ekonomi yang mencakup berbagai aspek dari suatu masyarakat, hingga aspek kehidupan sosial budaya secara lengkap. Berbagai produk atau barang dagangan diperjualbelikan di pasar tradisional, pangan, sandang, dan barang lain yang sebagian besar memiliki karakter mudah dipindah-pindahkan (Geertz, 1963: 32). Dalam

lingkup masyarakat Jawa, kekuatan aktivitas ekonomi berpusat di pasar tradisional. Pasar tradisional bukan sekedar sebagai tempat jual beli semata, namun lebih dari itu pasar terkait dengan konsepsi hidup dan interaksi sosial budaya. Pasar tradisional tidak semata-mata mewartakan kegiatan ekonomi, akan tetapi pelaku juga dapat mencapai tujuan-tujuan lain (Pamardhi, 1997: 21).

Adapun pengertian Pasar Modern adalah pasar yang dibangun oleh Pemerintah, swasta atau koperasi yang berbentuk *Mall, Hypermarket, Supermarket, Department Store, Shopping Centre, Mini Market*, yang pengelolaannya dilaksanakan secara modern, mengutamakan pelayanan kenyamanan berbelanja dengan manajemen berada pada satu tangan, bermodal kuat dan dilengkapi label harga yang pasti. (Permendagri No 42 Tahun 2007).

Berdasarkan data Kementerian Perdagangan tahun 2012, tercatat jumlah pasar tradisional tinggal 10.000-an, sementara pasar modern sudah mencapai 14.000-an. Pasar modern yang berjumlah 14.000 tersebut terbagi dalam 358 gerai berbentuk *convenience store*, 11.569 *minimarket*, 1.146 *supermarket*, 141 *hypermarket*, dan 260 toko berbentuk perkulakan atau grosir (Anonim, 2013).

B. Persebaran Pasar tradisional dan Pasar Modern dalam Pembangunan Ekonomi Kerakyatan

Pasar merupakan subsistem dari suatu sistem ekonomi yang lebih luas yang membangkitkan perkembangan suatu wilayah yang membentuk putaran sirkuit perdagangan. Ada tiga tingkatan pokok, yakni: (1) lokal /setempat yang menjembatani aktivitas perdagangan intra-desa atau antara desa-desa tetangga; (2) regional yang menyalurkan komoditas ke berbagai tempat pada suatu wilayah tertentu dan antar distrik dalam wilayah tersebut; dan (3) nasional yang muncul apabila produk-produk regional sudah cukup untuk memenuhi wilayahnya (Kahar Sunoko, 2006: 6).

Pada hakikatnya pasar tradisional dan pasar modern mempunyai kelebihan masing-masing dimana segmentasi pasar yang berbeda satu sama lainnya. Oleh karena itu, pertentangan antara pasar modern dengan pasar tradisional harus dapat ditengahi dengan baik oleh pemegang kebijakan. Hal tersebut dapat dilakukan dengan

menyiapkan sejumlah regulasi yang mampu menciptakan iklim perekonomian yang kondusif dan nyaman baik bagi pasar modern dan terkhusus bagi pasar tradisional (Indarto, 2008: 13)

Dalam Pasal 4 Perpres 112/2007, Pemerintah Daerah (Pemda) wajib menentukan jarak antara hypermarket dengan pasar tradisional. Ketentuan itu sudah ada pada ketentuan sebelumnya, namun faktanya tidak dipatuhi. peraturan tersebut bisa dituangkan dalam Perda ataupun Keputusan Gubernur, dengan mengacu pada UU 26/2007 tentang Penataan Ruang dan UU 38/2004 tentang Jalan, dan Rencana Tata Ruang setempat. Dalam Perpres Nomor 111 Tahun 2007 tentang Daftar Negatif Investasi dan Perpres Nomor 112 Tahun 2007, hanya diperuntukan bagi peritel modern, pemasok, dan produsen barang.

Sementara kalangan pedagang tradisional tetap mendapat gambaran "abu-abu" atau tidak tegas mengenai zonasi (jarak) pasar tradisional dan pasar ritel moderen. Bagi pedagang pasar tradisional yang terpenting adalah jarak. Pendirian pasar retail moderen seharusnya tidak merugikan pedagang kecil dan warung pemukiman. Faktor vital tersebut yang justru belum dijumpai oleh pemerintah. Kehadiran Perpres 112/2007 bertujuan menciptakan ketertiban persaingan dan menyeimbangkan kepentingan produsen, pemasok, toko modern, dan konsumen. Inti Perpres tersebut adalah zonasi (jarak) dan tata ruang untuk mengatur lokasi pasar dan pusat perbelanjaan toko modern, tata tertib persaingan untuk pemasok ke toko modern, terutama UKM, serta kemitraan dan pemberdayaan usaha kecil. (Anna, 2007:3)

Dalam perpres tersebut dijelaskan yang mengeluarkan izin adalah bupati, wali kota, dan gubernur. Sementara itu, pedoman tata cara perizinan ditetapkan oleh menteri perdagangan. Desakan adanya aturan yang efektif tentang zonasi, atas dasar pengalaman. Saat ini telah terjadi sejumlah pelanggaran jarak lokasi toko modern dengan pasar tradisional. Pasar tradisional juga sampai sekarang masih berkutat dengan permasalahan yang biasa dihadapi, seperti tempat dagang yang kumuh dan barang dagangan yang kurang higienis. (Silitonga, 2008: 4).

Ada beberapa langkah yang dapat digunakan untuk mengantisipasi sekaligus memberikan proteksi terhadap keberadaan pasar tradisional termasuk pedagangnya dari persaingan dengan pasar modern.

C. Ekonomi Kerakyatan

Dalam Pasal 33 UUD 1945 terkandung konsep ekonomi kerakyatan, yakni sebuah sistem perekonomian yang ditujukan untuk mewujudkan kedaulatan rakyat dalam bidang ekonomi. Tiga prinsip dasar ekonomi kerakyatan adalah sebagai berikut: (1) perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas azas kekeluargaan; (2) cabang-cabang produksi yang penting bagi negara dan yang menguasai hajat hidup orang banyak dikuasai oleh negara; dan (3) bumi, air, dan segala kekayaan terkandung didalamnya dikuasai negara dan dipergunakan bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Berdasarkan ketiga prinsip tersebut dapat disaksikan betapa sangat besarnya peran negara dalam sistem ekonomi kerakyatan. Sebagaimana dilengkapi oleh Pasal 27 ayat 2 dan Pasal 34, peran negara dalam sistem ekonomi kerakyatan antara lain meliputi lima hal sebagai berikut: (1) mengembangkan koperasi (2) mengembangkan BUMN; (3) memastikan pemanfaatan bumi, air, dan segala kekayaan yang terkandung didalamnya bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat; (4) memenuhi hak setiap warga negara untuk mendapatkan pekerjaan dan penghidupan yang layak; (5) memelihara fakir miskin dan anak terlantar (Baswir, 2009: 11).

Berkaitan dengan peran negara dalam perekonomian disebutkan bahwa terdapat beberapa hal yang menjadi fokus dari ekonomi kerakyatan, yaitu: 1) Menyusun perekonomian sebagai usaha bersama berdasar atas azas kekeluargaan dan mengembangkan koperasi (Pasal 33 ayat 1); 2) Menguasai cabang-cabang produksi yang penting bagi negara dan yang menguasai hajat hidup orang banyak; mengembangkan BUMN (Pasal 33 ayat 2); 3) Menguasai dan memastikan pemanfaatan bumi, air, dan segala kekayaan yang terkandung di dalamnya bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat (Pasal 33 ayat 3); 4) Mengelola anggaran negara untuk kesejahteraan rakyat, memberlakukan pajak *progresif* dan memberikan subsidi; 5) Menjaga stabilitas moneter; 6) Memastikan setiap warga negara memperoleh

haknya untuk mendapatkan pekerjaan dan penghidupan yang layak bagi kemanusiaan (Pasal 27 ayat 2); dan 7) Memelihara fakir miskin dan anak terlantar (Pasal 34).

Ekonomi kerakyatan adalah sistem ekonomi yang menekankan pada dimensi keadilan dalam penguasaan sumber daya ekonomi, proses produksi, dan konsumsi. Tujuan utama ekonomi kerakyatan pada dasarnya adalah untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengendalikan jalannya roda perekonomian. Bila tujuan utama ekonomi kerakyatan itu dijabarkan lebih lanjut, maka sasaran pokok ekonomi kerakyatan dalam garis besarnya meliputi lima hal berikut:

- 1). Tersedianya peluang kerja dan penghidupan yang layak bagi seluruh anggota masyarakat.
- 2). Terselenggaranya sistem jaminan sosial bagi anggota masyarakat yang membutuhkan, terutama fakir miskin dan anak-anak terlantar.
- 3). Terdistribusikannya kepemilikan modal material secara relatif merata di antara anggota masyarakat.
- 4). Terselenggaranya pendidikan nasional secara cuma-cuma bagi setiap anggota masyarakat.
- 5). Terjaminnya kemerdekaan setiap anggota masyarakat untuk mendirikan dan menjadi anggota serikat-serikat ekonomi (Baswir, 2009: 12-15).

D. Penelitian Terkait

Terkait dengan penguatan sinergi pasar tradisional dan pasar modern, beberapa penelitian yang ada diantaranya pengelolaan pasar tradisional berbasis pemberdayaan masyarakat oleh Aliyah pada tahun 2007 telah melakukan penelitian dengan luaran strategi pengelolaan pasar tradisional sebagai upaya Peningkatan Daya tarik Wisata di Kota Surakarta. Disamping itu pada tahun 2008 hingga 2009 Aliyah melakukan penelitian yang berpijak pada pemberdayaan masyarakat pedagang kecil di Kota Surakarta untuk memperkuat peran pasar tradisional dalam pembangunan kota. Sedangkan dalam rumusan strategi pengembangan kawasan Aliyah pada tahun 2010 melakukan penelitian terkait dengan sinergi pasar tradisional dan modern di Surakarta sebagai upaya penguatan ekonomi lokal. Sampai saat ini belum banyak penelitian maupun tulisan-tulisan atau artikel yang dilakukan mengenai penguatan sinergi pasar tradisional dan pasar modern khususnya di Kota

Surakarta.

3. METODE PENELITIAN

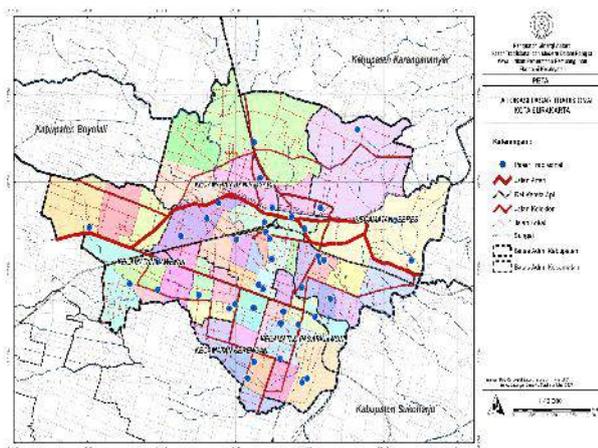
Penelitian ini menggunakan beberapa metode analisis, yakni: 1) Analisis Spasial untuk pemetaan persebaran pasar tradisional dan pasar modern di Kota Surakarta, sesuai dengan pengertian analisis spasial menurut De Mers, 1997 dalam Fotheringham, Stewart. A, 2005:4 bahwa analisis spasial mengarah pada banyak macam operasi dan konsep termasuk perhitungan sederhana, klasifikasi, penataan, tumpangsusun geometris, dan pemodelan kartografis. 2) *Category Based Analysis* (CBA) untuk mengklasifikasikan pasar tradisional dan pasar modern di Kota Surakarta. Metode ini menggunakan konsep berdasarkan kategori dan klasifikasi dari obyek yang diteliti. Sehingga dapat mempermudah didalam pengelompokan data. (Christensen, 1995:103-112 dan Pathak 1995, 69-74) Metode analisis *Geographic Information System* (GIS) sangat dibutuhkan manakala suatu informasi terkait dengan ruang (spasial), karena pengelolaan data spasial sangat berpengaruh dalam mengambil keputusan dan kebijakan mengenai penataan ruang, 4) Metode Analisis interaktif yang dikemukakan oleh Miles & Huberman, 2002, ini memiliki beberapa komponen penting, yakni pengumpulan data, reduksi data, sajian data, dan penarikan kesimpulan (*verifikasi*). Sebagai bentuk analisis kualitatif, analisis interaktif dilakukan secara terus menerus dari awal proses pengumpulan data sampai dengan proses verifikasi atau penarikan kesimpulan. (Miles & Huberman, 2002: 43)

4. HASIL PEMBAHASAN

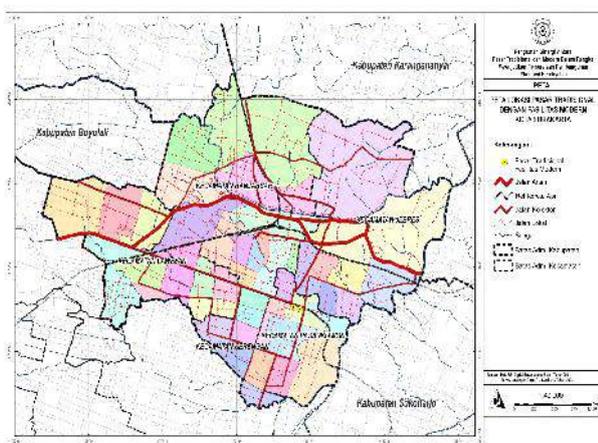
Hasil yang diperoleh dari penelitian ini yaitu :

A. Pemetaan persebaran lokasi pasar tradisional dan modern di Kota Surakarta.

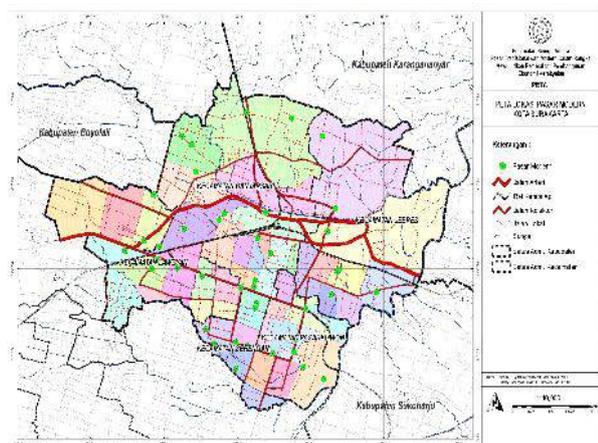
Persebaran pasar tradisional merata di seluruh Kota Surakarta, meski koditas dan lingkup layanan berbeda-beda. Demikian pula dengan pasar modern, memiliki persebaran yang merata di seluruh kota Surakarta, namun sepanjang Jalan Slamet Riyadi sebagai jalan protokol Kota Surakarta ditempati oleh 5 buah pasar modern.



Gambar 1 : Peta Persebaran Pasar Tradisional di Kota Surakarta



Gambar 2 : Peta Persebaran Pasar Tradisional Bernuansa Modern di Kota Surakarta



Gambar 3 : Peta Persebaran Modern di Kota Surakarta

B. Klasifikasi pasar tradisional dan pasar modern di Kota Surakarta.

Guna melihat keberadaan pasar tradisional dan pasar modern yang ada di Kota Surakarta, maka pasar tradisional dan pasar modern dapat diklasifikasikan berdasarkan :

1. Pasar menurut komoditas barang yang dijual,
2. Waktu bertemunya penjual dan pembeli,
3. Luasnya kegiatan distribusi (lingkup layanan)
4. Fisik Pasar : meliputi Pasar konkrit (Pasar Tradisional dan Modern), Pasar abstrak
5. Kategori generasi terbentuknya pasar

Klasifikasi Pasar Tradisional yang ada di Kota Surakarta sebagian besar memiliki komoditas rupa-rupa atau barang kebutuhan harian, kemudian komoditas tekstil. Sedangkan pasar modern yang ada di Kota Surakarta sebagian besar memiliki kelontong dan umum. Jumlah keseluruhan ada 88 pasar tradisional dan modern sebagai fasilitas perbelanjaan.

C. Lingkup pelayanan pasar tradisional dan pasar modern di Kota Surakarta.

Lingkup layanan pasar tradisional dan modern Kota Surakarta sebagian besar adalah pasar daerah dengan lingkup pelayanan Kota Surakarta dan sekitarnya. Ada beberapa yang mencapai lingkup nasional dan internasional.

D. Manfaat yang diperoleh stakeholders pasar tradisional dan pasar modern di Kota Surakarta.

Manfaat yang diperoleh *stakeholders* pasar tradisional di Kota Surakarta adalah sebagai berikut :

1. Para pedagang di pasar tradisional memiliki keleluasaan untuk menentukan dan mengembangkan jenis komoditas
2. Para pelaku pasar tradisional lainnya, seperti pengamen, pengasong, kreditor ilegal, buruh gendhong, kuli atau *porter* bisa mendapatkan ruang gerak usaha di sektor informal.
3. Dalam konteks persebaran lokasi pasar tradisional para pedagang tidak perlu memiliki kekhawatiran tentang adanya ancaman dari kompetitor.
4. Para pedagang di pasar tradisional dapat mengoperasionalkan usahanya dengan modal yang relatif tidak besar.
5. Biaya operasional untuk melakukan usaha perdagangan di pasar-pasar tradisional relatif murah dan terjangkau oleh para pedagang kecil.
6. Dengan berbelanja di pasar tradisional para pembeli dapat membangun interaksi sosial dengan pedagang maupun dengan sesama pembeli.
7. Para pembeli di pasar tradisional dapat

memperoleh kepuasan dalam hal melakukan *bargaining* karena di pasar tradisional harga tidak diberlakukan secara kaku.

8. Dalam banyak hal pembeli di pasar tradisional bisa mendapatkan harga yang lebih murah untuk komoditas yang jenis dan kualitasnya sama dengan yang dijual di pasar modern, meskipun kadang-kadang terjadi adanya harga barang yang lebih mahal di pasar tradisional dibandingkan dengan pasar modern.
9. Di pasar tradisional pembeli dapat melakukan sistem pinjam kepada pedagang secara mendadak tanpa adanya agunan dan birokrasi formal karena telah terbangun interaksi sosial
10. Keberadaan pasar tradisional di Kota Surakarta dapat mendukung pembangunan citra Pemerintah Kota Surakarta di dalam mengembangkan ekonomi kerakyatan.
11. Eksistensi pasar tradisional menjadi salah satu generator bagi pengembangan ekonomi daerah.
12. Dengan menunjukkan komitmennya untuk melestarikan dan mengembangkan pasar tradisional Pemerintah Kota Surakarta akan mendapatkan apresiasi dari pihak-pihak terkait dalam membangun ekonomi kerakyatan demi mewujudkan pembangunan kesejahteraan rakyat.

Manfaat yang diperoleh *stakeholders* pasar modern di Kota Surakarta adalah sebagai berikut :

1. Para pengusaha pasar modern dapat melakukan kegiatan usaha yang memiliki target pasar dari golongan ekonomi menengah ke atas.
2. Pengusaha pasar modern didukung oleh sistem penitipan komoditas dari berbagai produsen karena pada umumnya pasar modern memiliki sarana yang memadai sehingga mereka dapat menyewakan *counter* untuk berbagai produsen dengan sistem pengembalian komoditas yang tidak laku dengan perjanjian yang telah disepakati.
3. Keberadaan pasar-pasar modern memberikan banyak manfaat kepada pembeli. Salah satu manfaat yang diperoleh pembeli adalah suasana nyaman ketika berbelanja di pasar modern.

4. Di samping mendapatkan suasana nyaman, para pembeli di pasar modern dapat memperoleh rasa aman karena suasana di pasar modern dibangun sedemikian rupa sehingga dapat menjamin keamanan pembeli, termasuk disediakannya kamera pemantau (CCTV).
5. Para pembeli di pasar modern bisa memperoleh kepastian harga dari semua komoditas yang dijual karena setiap barang telah diberi label harga pasti (*fixed price*) sehingga pembeli dapat berhemat waktu tanpa melakukan kegiatan tawar menawar dengan penjual.
6. Di pasar modern pembeli dapat memperoleh berbagai macam komoditas karena pada umumnya barang-barang yang dijual di pasar modern cukup lengkap, mulai barang kebutuhan sehari-hari (sembako) sampai dengan pakaian, alat elektro dan sebagainya.
7. Manfaat lain yang diperoleh pembeli di pasar tradisional adalah adanya kelengkapan sarana untuk menunjang aktivitas berbelanja, seperti sarana bermain bagi anak-anak, sarana boga (kantin), dan sarana terkait lainnya.
8. Eksistensi pasar modern dapat meningkatkan pendapatan asli daerah dalam bentuk pajak. Dengan semikian semakin banyak pasar modern semakin banyak pendapatan yang didapatkan oleh pemerintah.
9. Keberadaan pasar modern dapat menguatkan *image* atau citra suatu daerah atau kota sebagai daerah atau kota modern. Daerah atau kota yang sama sekali tidak memiliki pasar modern akan terkesan sebagai daerah atau kota tertinggal yang tidak mengikuti perkembangan jaman. Kota modern dengan sarana modern seperti pasar-pasar modern akan menunjang peningkatan gaya hidup (*life style*) masyarakatnya menjadi masyarakat yang bergaya hidup modern.

E. Rekomendasi kebijakan tentang penguatan sinergi antara pasar tradisional dan modern di Kota Surakarta.

Rekomendasi pilihan kebijakan yang digunakan oleh pemerintah Kota Surakarta dalam pengelolaan pasar tradisional dan pasar modern adalah:

1. Mengubah konfigurasi pelaku-pelaku ekonomi di dalam pasar tradisional.
2. Penyetaraan biaya distribusi barang pada pasar tradisional dan pasar modern.
3. Perlindungan hukum bagi para pedagang pasar tradisional
4. Monitoring dan evaluasi peraturan daerah yang telah ditetapkan.

5. KESIMPULAN

Dari 43 (empat puluh tiga) pasar tersebut diklasifikasikan berdasarkan Surat Keputusan Wali Kota Surakarta Nomor 511. 2/085 A/I/2001 tentang Penetapan Klas Pasar dan Taksiran Nilai Tempat Dasar. Keberadaan pasar-pasar tersebut diharapkan dapat memberikan kontribusi yang maksimal kepada masyarakat dan Pemerintah Kota Surakarta. Sedangkan pasar modern yang ada di Kota Surakarta meliputi 47 pasar modern dengan 39 yang terdaftar di Disperindag dan 8 yang belum masuk daftar Disperindag Kota Surakarta. Dalam perkembangan saat ini Kota Surakarta memiliki 2 pasar tradisional yang telah dikelola secara modern yaitu Pusat Grosir Solo dan *Beteng Trade Centre*.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Adis Nurhidayati. 2006. *Penataan Kawasan Pasar Legi Surakarta*. Surakarta: Fakultas Teknik UNS.
- Ahmad Erani Yustika, 2010, *Refleksi Kompetisi Hypermarket dan Pasar Tradisional*
- Antara, 2008, *Presiden: Pemda Harus Proaktif Atur Pasar Tradisional dan Modern*, Jakarta
- Christensen, F.H.; Ingwersen, P, 1995, *Fundamental methodological issues of data set creation online for the analyses of research publications.- In: Fifth International Conference of the International Society for Scientometrics and Informetrics, River Forest, June 7-10, 1995, Proceedings, Rosary College, 1995, p. 103-112*
- Dwi Yulita Sulistyowati, 2005, *Kajian persaingan pasar tradisional dan pasar swalayan berdasarkan pengamatan perilaku berbelanja di kotamadya Bandung*, Departemen Teknik Planologi - ITB
- Elvira Anna, 2007, *Lebih Berpihak kepada Pasar Modern*, Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP)
- Fotheringham. Stewart. A., *Quantitative Geography- Perspective on Spatial Data Analysis*, SAGE Publication, London, 2005
- Frino Bariarcianur, 2008, *Festival Budaya Di Pasar Tradisional*, Beritaseni
- Guritno Mangkoesobroto. (2000). *Ekonomi Publik*, Edisi Ketiga, Cetakan Ke-9. Yogyakarta: BPFE.
- Hari Purnomo, 2006, *Prospek Kinerja, Pemkab Pasar-Pasar Tradisional di Kabupaten Klaten*, Klaten: Laporan Penelitian.
- Harry Waluyo, 2006, *Pasar Tradisional sebagai daya tarik wisata belanja*, Jakarta: Departemen Kebudayaan dan Pariwisata.
- Indarto 2008, *Hegemoni Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional*.
- Istijabatul Aliyah, 2006, *Strategi Pengembangan Pasar Tradisional sebagai Aset Pariwisata di Kota Surakarta*, UNS: Laporan Penelitian.
- Istijabatul Aliyah, 2008, *Model Penguatan Peran Pasar Tradisional Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat Pedagang Kecil Di Kota Surakarta*, LPPM Universitas Sebelas Maret, Surakarta
- Jano, Pilar, 2006, *Public and private roles in promoting small farmers access to traditional market*, Buenos Aires: IAMA.
- Kahar Sunoko, 2006, *Perkembangan Tata Ruang Pasar Tradisional*, Surakarta: Fakultas Teknik UNS.
- Linda T Silitonga, 2008, *50% Ritel modern ekspansi ke luar Jabodetabek Aturan zonasi hingga perdesaan mendesak diterbitkan*, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat
- Miles, B. & Hubberman, A, 2002, *Analisis Data Kualitatif dalam Sutopo, Metode Penelitian Kualitatif*, Surakarta: UNS.
- Munoz, lucio, dkk, 2006, *The traditional market and the sustainability market: Is the perfect market sustainable? 2006*.
- Nurmansyah Lubis, 2005, *Keberadaan Hypermarket Menghambat Perkembangan Pasar Tradisional*, DPW PKS DKI Jakarta

- Pathak, L.P.; Binwal, J.C,1995, *Identification of main concepts used in sociology and their categorization.- Knowl Organization*, 21(94)2, p. 69-74
- Pemerintah Kota Surakarta. 2006. *Pasar tradisional di Kota Surakarta dan kontribusinya terhadap pendapatan asli daerah (PAD)*.
- Prawironoto, 1991, *Peranan Pasar pada Masyarakat Pedesaan Jawa Tengah*, Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia.
- Reardon, T., dkk, 2003, The Rise of supermarket in Africa, Asia, and Latin America, *American Journal of Agricultural Economics* 85(5), dalam Mainville, D., *The supermarket market – Who participates and how do they fare? USA: Michigan State University*.
- Fredrik Benu. 2002. *Ekonomi Kerakyatan Dan Pemberdayaan Ekonomi Rakyat: Suatu Kajian Konseptual. Ruang Ekonomi Kerakyatan Indonesia Th. I - No. 10 - Desember 2002*.
- Revisond Baswir. 2009. *Ekonomi Kerakyatan vs. Neoliberalisme. Tim Ahli Pusat Studi Ekonomi Kerakyatan UGM*.
- Rizon Pamardi-Utomo, 2002, *Merencana Pasar Tradisional di Wilayah Yogyakarta*, Gema Teknik: 6 (12), Fakultas Teknik UNS.
- Rizon Pamardhi Utomo, 2002, *Karakteristik Pasar-Pasar di Wilayah Surakarta dan Implikasinya terhadap Segi Planologis dan Rancang Bangun Pasar*.
- Rizon Parmadhi Utomo, 1997, *Kajian tentang Karakteristik Pasar-Pasar Tradisional di Surakarta*, Surakarta: FT UNS.
- Ronnie Natawidjaja, 2005, *Modern market growth and changing map of retail food sector in Indonesia, Bandung: Padjadjaran University, Hasil Penelitian*.
- Sasmini, 2010, *Implementasi Kovenan Hak-hak Ekonomi, Sosial dan BUDaya Dalam Pembangunan Berbasis HAM Studi Kasus Pemenuhan Hak-hak Pedagang Tradisional dalam Pembangunan dan Peremajaan Pasar di Wilayah Perkotaan*.
- Satrio A. Wicaksono, 2006, *Pasar Tradisional di Era Kompetisi*, Associate SINERGI CONSULTING.

