Kajian Dampak Pembangunan Pasar Modern terhadap Eksistensi Pasar Tradisional



Laporan Akhir
Oktober 2022

PEMERINTAH KABUPATEN BANDUNG BARAT
BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN, PENELITIAN, DAN PENGEMBANGAN DAERAH
Komplek Perkantoran Pemkab Bandung Barat
Jl. Raya Padalarang-Cisarua KM2 Ngamprah

Kajian Dampak Pembangunan Pasar Modern terhadap Eksistensi Pasar Tradisional



Laporan Akhir
Oktober 2022

DISUSUN OLEH :
TAUFIK MUNAJAT ANWAR, S.H
DIKDIK RAHMAT MULYANA, S.IP

KATA PENGANTAR

Laporan Akhir ini merupakan laporan finasl pekerjaan **Kajian Dampak Pembangunan Pasar Modern terhadap Eksistensi Pasar Tradisional.** Laporan ini merupakan produk akhir yang dihasilkan dari rangkaian kegiatan yang akan dilaksanakan. Muatan laporan ini yaitu Pendahuluan; Tinjauan Pustaka; Pendekatan dan Metode Pelaksanaan Pekerjaan; Perkembangan Pasar Tradisional dan Pasar Modern di Kabupaten Bandung Barat; Dampak Pembangunan Pasar Modern terhadap Pasar Tradisional; serta Rekomendasi Upaya Pengendalian Pasar Modern.

Kami menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu, meluangkan waktu dan memberi masukan, kritik dan saran serta koreksi yang sangat dibutuhkan dalam mendukung penyempurnaan pekerjaan ini.

Bandung, Oktober 2022

Tim Penyusun

bappelitbangda

DAFTAR ISI

Kata Pengantar i
Daftar Isi ii
Daftar Gambar iii
Daftar Tabel iv

BAB I PENDAHULUAN 1

I.1 LATAR BELAKANG 1
I.2 MAKSUD DAN TUJUAN KEGIATAN 5
I.3 LANDASAN HUKUM 5
I.4 RUANG LINGKUP PEKERJAAN 7
I.5. SISTEMATIKA ISI LAPORAN 8

BAB II TINJAUAN UMUM KABUPATEN BANDUNG BARAT 9
II.1 LETAK GEOGRAFIS 9
II.2 PENGGUNAAN LAHAN 10
II.3 ADMINISTRATIF 11
II.4 KEPENDUDUKAN 13
II.5 KETENAGAKERJAAN DAN KUALITAS SUMBER DAYA MANUSIA 14
II.6 EKONOMI DAN KESEJAHTERAAN PENDUDUK 16
II.7 KONDISI PASAR MODERN DAN PASAR TRADISIONAL 26

BAB III TINJAUAN TEORITIS 29
III.1 DEFINISI PASAR 29
III.2 PASAR MODERN 30
III.3 PASAR TRADISIONAL 37
III.4 IMPLIKASI PEMBANGUNAN PASAR MODERN TERHADAP PASAR TRADISIONAL 39
III.5 USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH 42
III.6 PENGENDALIAN 47
III.7 KAJIAN REGULASI PENGENDALIAN PASAR MODERN PADA PEMERINTAH DAERAH 49

BAB IV METODOLOGI PELAKSANA PEKERJAAN 57
IV.1 METODOLOGI KAJIAN 57
IV.2 CAKUPAN WILAYAH DAN TAHAPAN PENELITIAN 62

BAB V PERKEMBANGAN PASAR TRADISIONAL DAN PASAR MODERN DI KABUPATEN BANDUNG BARAT 65
V.1 PERKEMBANGAN PASAR TRADISIONAL 66
V.1.1 STATISTIK PASAR TRADISIONAL 66
V.1.2 KUALITAS DAN KARAKTERISTIK PEDAGANG PASAR TRADISIONAL 71
V.2 PERKEMBANGAN PASAR MODERN 79
V.2.1 STATISTIK PASAR MODERN 79
V.2.2 ANALISA POLA PERSEBARAN PASAR MODERN 85

bappelitbangda

BAB VI DAMPAK PEMBANGUNAN PASAR MODERN TERHADAP EKSISTENSI PASAR TRADISIONAL 92
VI.1 ANALISA DAYA TAHAN PASAR TRADISIONAL 93
VI.1.1 KOMPETISI DAN STRATEGI PERSAINGAN USAHA 93
VI.1.2 KINERJA USAHA 95
VI.1.3 FAKTOR DAYA TAHAN DAN KEBERLANJUTAN PASAR TRADISIONAL 99
VI.2 ANALISA DAMPAK PASAR MODERN TERHADAP PASAR TRADISIONAL 102

BAB VII REKOMENDASI UPAYA PENGENDALIAN DAN PENATAAN PASAR MODERN 111
VII.1 BEST PRACTICE PENATAAN DAN PENGENDALIAN PASAR MODERN 112
VII.2 PENGENDALIAN DAN PENATAAN PASAR MODERN 118

BAB VIII PENUTUP 124
VIII.1 SIMPULAN 124
VIII.2 REKOMENDASI 126

Daftar Pustaka

bappelitbangda

Daftar Gambar

Gambar 2.1	Peta Wilayah Kabupaten Bandung Barat	10
Gambar 2.2	Grafik Peningkatan Jumlah Penduduk Kabupaten Bandung Barat	13
Gambar 2.3	Grafik Jumlah Penduduk Usia 10 tahun ke Atas menurut Mata Pencaharian	15
Gambar 2.4	Grafik APM dan APK Kabupaten Bandung Barat	16
Gambar 2.5	Laju Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Bandung Barat	17
Gambar 2.6	Data Pasar Modern di Kabupaten Bandung Barat	26
Gambar 2.7	Persebaran Pasar Modern berdasarkan Kecamatan	27
Gambar 2.8	Persebaran Pasar Tradisional berdasarkan Kecamatan	28
Gambar 4.1	Bagan Kerangka dan Alur Kajian	63
Gambar 5.1	Pasar Panorama Lembang dan Pasar Tagog Padalarang	69
Gambar 5.2	Peta Lokasi Pasar Tagog Padalarang	72
Gambar 5.3	Kondisi Pasar Tagog Padalarang	73
Gambar 5.4	Peta Lokasi Pasar Desa Tanimulya	73
Gambar 5.5	Kondisi Pasar Desa Tanimulya	74
Gambar 5.6	Peta Lokasi Pasar Panorama Lembang	75
Gambar 5.7	Kondisi Pasar Panorama Lembang	76
Gambar 5.8	Peta Persebaran Pasar Modern di Kabupaten Bandung Barat	81
Gambar 5.9	Peta Persebaran Pasar Modern di Kecamatan Padalarang	83
Gambar 5.10	Peta Persebaran Pasar Modern di Kecamatan Ngamprah	84
Gambar 5.11	Peta Persebaran Pasar Modern di Kecamatan Lembang	85

bappelitbangda

Daftar Tabel

Tabel 2.1	Penggunaan Lahan di Kabupaten Bandung	10
Tabel 2.2	Luas Wilayah dan Jumlah Desa per Kecamatan	12
Tabel 2.3	Jumlah dan Kepadatan Penduduk di Kabupaten Bandung Barat	14
Tabel 2.4	Angka Partisipasi Sekolah Usia > 7 tahun	15
Tabel 2.5	Laju Pertumbuhan PDRB Kabupaten Bandung Barat 2019-2021	18
Tabel 2.6	Jumlah Perusahaan dan Tenaga Kerja Menurut Skala Usaha	21
Tabel 2.7	Jumlah Pasar Non-Permanen, Toko, dan Kios Menurut Kecamatan	22
Tabel 2.8	IPM Kabupaten Bandung Barat Menurut Kecamatan	25
Tabel 3.1	Perbandingan Pengendalian Pasar Modern Berdasarkan Regulasi yang Berlaku di Kabupaten Bandung Barat, Kabupaten Bandungd dan Kota Bandung	50
Tabel 4.1	Jenis sumber dan Metode Pengolahan Data	60
Tabel 4.2	Rencana dan Jadawal Kegiatan	64
Tabel 5.1	Data Pasar Tradisional yang Dikelola Pemda	68
Tabel 5.2	Komoditas yang Dijual	77
Tabel 5.3	Pemasok Barang Bagi Pedagang	77
Tabel 5.4	Sumber Permodalan	78
Tabel 5.5	Konsumen/Pelanggan	79
Tabel 5.6	Jarak Toko Modern dengan Pasar Tradisional	88
Tabel 6.1	Persaingan dan Strategi Pedagang Pasar Tradisional	94
Tabel 6.2	Kondisi dan Penyebab Naik dan Turunnya Kinerja	97
Tabel 6.3	Faktor Daya Tahan dan Keberlanjutan Pasar Tradisional di Kabupaten Bandung Barat	100
Tabel 6.4	Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Konsumen Pasar Tradisional	102
Tabel 6.5	Rata-Rata Jumlah Konsumen yang Terlayani oleh Setiap Pedagang di Pasar Tradisional Berdasarkan Kategori terhadap Pasar Modern	104
Tabel 6.6	Pengaruh Langsung Keberadaan Pasar Modern terhadap Daya Saing UMKM dan Pasar Tradisional	107
Tabel 6.7	Pengaruh Positif Keberadaan Pasar Modern terhadap UMKM dan Pasar Tradisional	109

bappelitbangda

BAB I
PENDAHULUAN

I.1 LATAR BELAKANG

Pasar Modern adalah pasar yang mana produknya bisa dijual dengan harga pas, sehingga di dalamnya tidak akan ada kegiatan tawar menawar pada harga barang antara pihak penjual dan juga pihak pembeli. Pasar modern menyediakan barang-barang kebutuhan hidup sehari-hari mulai dari sembako, peralatan rumah tangga dan elektronik (*home living*), kelengkapan berbusana dan barang-barang yang lain dengan varian beragam sehingga memungkinkan pembeli dapat memilih dan menambah kebutuhan dengan harga yang lebih kompetitif. Saat ini pasar modern juga telah menjadi alternatif tempat rekreasi keluarga terutama dengan berbagai fasilitas yang ditawarkan serta menyediakan kemudahan dan kenyaman dalam berbelanja terutama sekali masyarakat perkotaan.

Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan No.23 Tahun 2021 tentang Pedoman Pengembangan, Penataan, dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan, yang dimaksud dengan toko modern atau toko swalayan adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk mini market, supermarket, departement store, hypermarket, ataupun grosir yang berbentuk perkulakan. Toko modern menjual barang-barang kebutuhan rumah tangga (termasuk kebutuhan sehari-hari), dimana penjualan dilakukan secara eceran dan dengan cara swalayan (konsumen mengambil sendiri barang dari etalase dagangan dan membayar ke kasir). Perbedaan utama antara pasar tradisional dan toko modern adalah mengenai mekanisme penentuan harga pada toko modern yang telah ditentukan oleh pihak penjual dan tidak memungkinkan adanya proses tawar-menawar seperti yang terjadi pada pasar tradisional.

Dampak dari semakin derasnya arus investasi di sektor retail modern terutama berbentuk *franchise* merupakan sinyal positif bahwa roda ekonomi di suatu daerah mengalami perkembangan ke arah yang baik. Akan tetapi, di sisi lain,

bappelitbangda

investasi ekspansif dari pasar modern yang sangat ekspansif seperti yang terjadi saat ini apabila tanpa diimbangi dengan pengaturan yang baik dapat melahirkan masalah yang serius bagi perkembangan pasar-pasar tradisional dan peritel kecil di daerah tersebut.

Berdasarkan pada data lima tahun terakhir menunjukan jika dari tahun 2017 hingga tahun 2021 menunjukan jika sektor perdagangan dan jasa telah menjadi bagian terpenting dari Kabupaten Bandung Barat. Di tahun 2021, kontribusi sektor perdagangan besar dan eceran, reparasi mobil dan sepeda motor terhadap Produk Domestik Bruto Kabupaten Bandung Barat sebesar Rp 6.194 milyar atau mencapai 12,70% dan menjadi sektor tertinggi setelah Industri Pengolahan (41,2%). Perdagangan besar dan eceran juga menjadi lapangan usaha yang menjadi mayoritas lapangan pekerjaan masyarakat di Kabupaten Bandung Barat yang mencapai 27,65% atau sekitar 65.195 usaha, sehingga menjadi sektor dengan penyerapan angkatan kerja tertinggi, yaitu mencapai 194.731 juta jiwa (BPS, Kabupaten Bandung Barat Dalam Angka, 2021).

Saat ini berdasarkan catatan Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Kabupaten Bandung Barat secara keseluruhan terdapat sebanyak 301 toko modern yang sudah berdiri dan beroperasi, sedangkan jumlah pasar tradisional sebanyak 48 unit yang terdiri dari 40 pasar desa dan 8 pasar yang dikelola oleh pemerintah daerah. Di sisi lain, jumlah usaha/perusahaan perdagangan di Kabupaten Bandung Barat didominasi oleh usaha Skala Mikro dan Kecil atau yang lebih dikenal sebagai Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), yaitu sebanyak 211.001 atau mencapai 97,43 %, sedangkan skala menengah dan besar hanya 2,57%. Usaha Mikro dan Kecil ini juga menyerap tenaga kerja yang besar, yaitu mencapai 74,88% (BPS Kabupaten Bandung Barat, 2020). Berdasarkan data tersebut, dapat terlihat pentingnya peranan pemerintah dan swasta dalam mengembangkan potensi perdagangan ini dalam kerangka menggerakan roda perekonomian masyarakat di Kabupaten Bandung Barat.

Meningkatnya investasi di sektor retail modern merupakan sinyal positif dari melajunya perputaran roda ekonomi di suatu wilayah. Di sisi lain, investasi Toko Ritel Modern apabila tanpa diimbangi dengan pengaturan tata ruang bisnis yang

bappelitbangda

memadai, akan melahirkan masalah yang serius bagi perkembangan pasar-pasar tradisional dan peritel kecil di daerah tersebut. Pembangunan pasar modern pada sebuah wilayah diharapkan dapat menjadi lokomotif perkembangan ekonomi wilayah tersebut. Perkembangan ini karena pasar modern memerlukan kegiatan-kegiatan usaha lainnya. Akibatnya keberadaan pasar modern dapat menumbuhkan usaha-usaha baru, terutama usaha-usaha di level mikro dan kecil. Hal ini tentu menguntungkan dari sisi ketenagakerjaan. Secara internal pasar modern juga memerlukan tenaga kerja, di sisi ketenagaan ini akan berkembang lapangan kerja. Dampak lainnya, yaitu nilai tambah produk lokal menjadi lebih tinggi, karena berdasarkan peraturan pasar modern diwajibkan untuk menempatkan produk lokal sebagai barang yang diperjualbelikan.

Sementara itu dampak yang tidak diharapkan terhadap keberadaan pasar modern di antaranya adalah: dampak yang terjadi pada ritel kecil, terutama ritel kecil yang ada di sekitar lokasi, apabila berdekatan dengan pasar modern keberadaannya akan menurunkan omset usaha pasar tradisional, kemudian karena kawasan dimana pasar modern berada biasanya berkembang cukup pesat maka akan terjadi berbagai permasalahan sosial budaya, gangguan terhadap keamanan dan ketertiban, gangguan lalu lintas, pertumbuhan wilayah yang tidak terkendali yang akan membuat area tersebut tidak nyaman lagi untuk ditinggali atau melakukan kegiatan, masalah yang terkait dengan ekonomi masyarakat, ketercukupan infrastrukur, dan dampak yang tidak diharapkan lainnya.

Keberadaan ritel modern berpotensi menimbulkan konflik sosial ekonomi, lingkungan hidup, serta tata ruang wilayah. Gejolak sosial karena dekat kawasan pendidikan atau pasar tradisional, banjir karena Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL) yang buruk, dan kemacetan karena arus lalu lintas yang tidak sebanding ruas jalan. Pelajaran bagi semua ritel modern memang merupakan aset. Bila dikelola dengan baik, bisnis ini akan mendatangkan kesejahteraan. Banyaknya problem saat ini membutuhkan solusi yang tepat, sehingga dampak negatif keberadaan pasar modern dalam dieliminasi atau bahkan terjadi sinergi yang ideal antara pasar modern dengan ritel kecil/pasar tradisional.

bappelitbangda

Terkait regulasi, Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 dengan penekanan terkait Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan pada Bagian Tiga Pasal 85 – Pasal 106, mensyaratkan pendirian pusat perbelanjaan dan toko modern wajib memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat, keberadaan pasar tradisional, serta usaha kecil dan menengah yang ada di wilayah bersangkutan dan memperhatikan jarak dengan pasar tradisional yang telah ada sebelumnya. Hal ini bertujuan agar tujuan bisnis toko modern dapat membawa dampak positif bagi perekonomian masyarakat sekitar, serta mendorong pertumbuhan usaha skala mikro, kecil dan menengah (UMKM) di sekitarnya.

Kabupaten Bandung Barat sendiri memiliki peraturan terkait pengendalian pasar modern (dalam bentuk pusat perbelanjaan, hypermarket, supermarket atau mini market) merujuk pada Perda Nomor 21 tahun 2011 tentang Penyelenggaraan Pasar, Retribusi Pelayanan Pasar Dan Retribusi Pasar Grosir dan / atau Pertokoan yang menuntut ketentuan untuk harus memenuhi persyaratan zonasi dan analisa kondisi sosial ekonomi masyarakat. Hal tersebut menjadi landasan dari pemberian Izin Usaha Toko Modern yang mengacu kepada hasil kajian mengenai kondisi sosial ekonomi masyarakat sekitar.

Hadirnya pasar modern di Kabupaten Bandung Barat selain bertujuan bisnis, juga harus memiliki visi sinergitas dengan *stakeholders* untuk memberikan manfaat sebesar-besarnya sekaligus mengurangi dampak sosial ekonomi yang menyertainya. Dengan adanya kewenangan yang luas kepada pemerintah daerah maka pemerintah daerah bisa melakukan pengawasan dan pengendalian tentang pertumbuhan perekonomian di sektor pasar modern. Pertumbuhan pasar modern harus ditata sedemikian rupa agar pemerintah bisa memberikan perlindungan kepada pasar tradisional, usaha mikro, kecil, menengah dan koperasi pasar. Pemerintah harus menegakan peraturan dan melakukan pengendalian agar tidak mengganggu keberlangsungan dan ketertiban pasar tradisional.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang dipaparkan di atas, maka diperlukan adanya kajian mengenai Dampak Pembangunan Pasar Modern Terhadap Eksistensi Pasar Tradisional Di Kabupaten Bandung Barat. Kajian ini dilakukan mengingat tingginya pertumbuhan pasar modern utamanya yang

bappelitbangda

berjenis minimarket/ retail kecil dan di satu sisi belum seluruhnya pemilik usaha mengikuti regulasi yang berlaku. Diperlukan adanya kajian yang lebih terkini dan mendalam, sehingga menjadi dasar bagi dalam mengambil kebijakan dan melaksanakan kegiatan pengendalian pasar modern.

I.2 MAKSUD DAN TUJUAN

Sebagaimana dalam Kerangka Acuan Kerja dan hasil koordinasi awal dengan pengguna jasa, maksud disusunnya kajian ini adalah mendeskripsikan kondisi perkembangan industri pasar modern serta dampaknya terhadap keberadaan pasar tradisional di Kabupaten Bandung Barat, baik yang bersifat dampak yang diharapkan (dampak positif) maupun dampak yang tidak diharapkan (dampak negatif). Selain itu kajian ini akan memetakan masalah, peluang dan tantangan yang dihadapi dalam pengendalian dampak pasar modern terhadap eksistensi pasar tradisional sehingga dapat menjadi bahan rekomendasi bagi penyusunan kebijakan bagi Pemerintah Kabupaten Bandung Barat.

Adapun Tujuan dari Kegiatan ini adalah untuk :

1. Mendeskripsikan kondisi perkembangan industri pasar modern dan pasar tradisional di Kabupaten Bandung Barat;
2. Mendeskripsikan dan menganalisa dampak pembangunan pasar modern terhadap eksistensi pasar tradisional di Kabupaten Bandung Barat baik secara ekonomi, sosial maupun lingkungan;
3. Memetakan masalah, peluang dan tantangan dalam pengendalian pasar modern di Kabupaten Bandung Barat; serta
4. Memaparkan rekomendasi yang diperlukan bagi kebijakan dan kegiatan pengendalian pasar modern di Kabupaten Bandung Barat.

I.3 LANDASAN HUKUM

Kegiatan ini dilaksanakan dengan dasar hukum sebagai berikut:

1. Undang – Undang Republik Indonesia No.11 tahun 2020 tentang Cipta Kerja;
2. Peraturan Pemerintah No 6 Tahun 2021 Tentang Perizinan Berusaha di Daerah;

bappelitbangda

3. Peraturan Pemerintah No 29 Tahun 2021 Tentang Perdagangan;
4. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, sebagaimana telah diubah beberapa kali terakhir dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 245, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6573);
5. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No.70/MDAG/PER/2013 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern sebagaimana yang diubah beberapa kali terakhir dengan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No.23 Tahun 2021 tentang Pedoman Pengembangan, Penataan, dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan;
6. Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat Nomor 3 Tahun 2019 Tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Tahun 2018-2023;
7. Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat Nomor 12 tahun 2010 tentang Penyelenggaraan Izin Gangguan Dan Retribusi Izin Gangguan sebagaimana telah diubah dalam Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat Nomor 2 tahun 2019 tentang Pencabutan Penyelenggaraan Izin Gangguan Dan Retribusi Izin Gangguan;
8. Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat Nomor 2 tahun 2012 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Bandung Barat tahun 2009 – 2029;
9. Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat Nomor 4 tahun 2018 tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perusahaan;
10. Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat Nomor 8 tahun 2011 tentang Penyelenggaraan Penataan Bangunan dan Retribusi Izin Mendirikan Bangunan (IMB);
11. Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat Nomor 21 tahun 2011 tentang Penyelenggaraan Pasar, Retribusi Pelayanan Pasar Dan Retribusi Pasar Grosir dan / atau Pertokoan; dan
12. Peraturan Bupati Nomor 11 Tahun 2012 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Peraturan Daerah Nomor 21 Tahun 2011 Tentang Penyelenggaraan Pasar, Retribusi Pelayanan Pasar Dan Retribusi Pasar Grosir Dan/Atau Pertokoan

bappelitbangda

I.4 RUANG LINGKUP PEKERJAAN

Dengan mengacu pada arah maksud dan tujuan yang dikemukakan diatas, maka ruang lingkup kegiatan Kajian Dampak Pembangunan Pasar Modern terhadap Eksistensi Pasar Tradisional ini adalah sebagai berikut :

1. Lingkup Wilayah

   Lingkup wilayah Pekerjaan adalah Kabupaten Bandung Barat.

2. Lingkup Kegiatan

   Adapun serangkaian kegiatan yang akan dilaksanakan untuk dapat mengakomodasi tujuan, sasaran dan keluaran pekerjaan ini, mencakup:

   a. Melaksanakan kajian literatur mengenai regulasi pembangunan pasar modern dan pasar tradisional;
   b. Mengumpulkan data-data sekunder mengenai pasar modern dan tradisional;
   c. Melakukan survey observasional kondisi pasar tradisional dan UMKM sekitar pasar modern.
   d. Memastikan informasi data survei yang disajikan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.
   e. Melakukan wawancara terhadap pihak-pihak terkait dampak pembangunan pasar modern.
   f. Melakukan analisa data dan menyusun laporan kajian.

Berdasarkan lingkup pekerjaan tersebut diatas, produk keluaran yang diharapkan yaitu:

1. Hasil survey mengenai kondisi pasar tradisional dan UMKM di sekitar pasar modern;
2. Hasil pengolahan data dari survey yang dilaksanakan;
3. Rekomendasi yang diperlukan bagi kebijakan dan kegiatan pengendalian pasar modern di Kabupaten Bandung Barat; serta
4. Dokumen laporan hasil kegiatan dalam bentuk hardcopy dan softcopy.

I.5 SISTEMATIKA ISI LAPORAN

Sistematika laporan pendahuluan ini disusun dengan urutan sebagai berikut :

bappelitbangda

BAB I PENDAHULUAN

Menjelaskan latar belakang dilaksanakannya kegiatan, maksud dan tujuan kegiatan, landasan hukum serta sistematika pembahasan.

BAB II TINJAUAN UMUM KABUPATEN BANDUNG BARAT

Menjelaskan mengenai profil daerah Kabupaten Bandung Barat, utamanya yang terkait dengan pasar modern, pasar tradisional dan UMKM.

BAB III TINJAUAN TEORITIS

Menjelaskan tentang dasar-dasar teoritis mengenai pasar modern, pasar tradisional serta hal-hal yang terkait dengan pengendalian pasar modern.

BAB IV METODOLOGI PELAKSANAAN PEKERJAAN

Bagian ini menguraikan pendekatan-pendekatan dan metodologi yang digunakan dalam penelitian ini, metodologi pekerjaan dimulai dari metode penanganan pekerjaan serta dari kegiatan yang akan dilakukan.

BAB V PERKEMBANGAN PASAR TRADISIONAL DAN MODERN

Memaparkan data mengenai pasar tradisional dan modern beserta analisa kesesuaian dengan regulasi yang berlaku.

BAB VI DAMPAK PEMBANGUNAN PASAR MODERN

Memaparkan data dan analisa dampak pembangunan pasar modern terhadap keberlanjutan usaha mikro dan pedagang di pasar tradsional.

BAB VII REKOMENDASI UPAYA PENGENDALIAN PASAR MODERN

Memaparkan analisa dan rekomendasi upaya yang bisa dilakukan dalam pengendalian dan penataan pasar modern.

BAB VIII PENUTUP

Memaparkan kesimpulan dan rekomendasi .

bappelitbangda

BAB II
TINJAUAN UMUM KABUPATEN BANDUNG BARAT

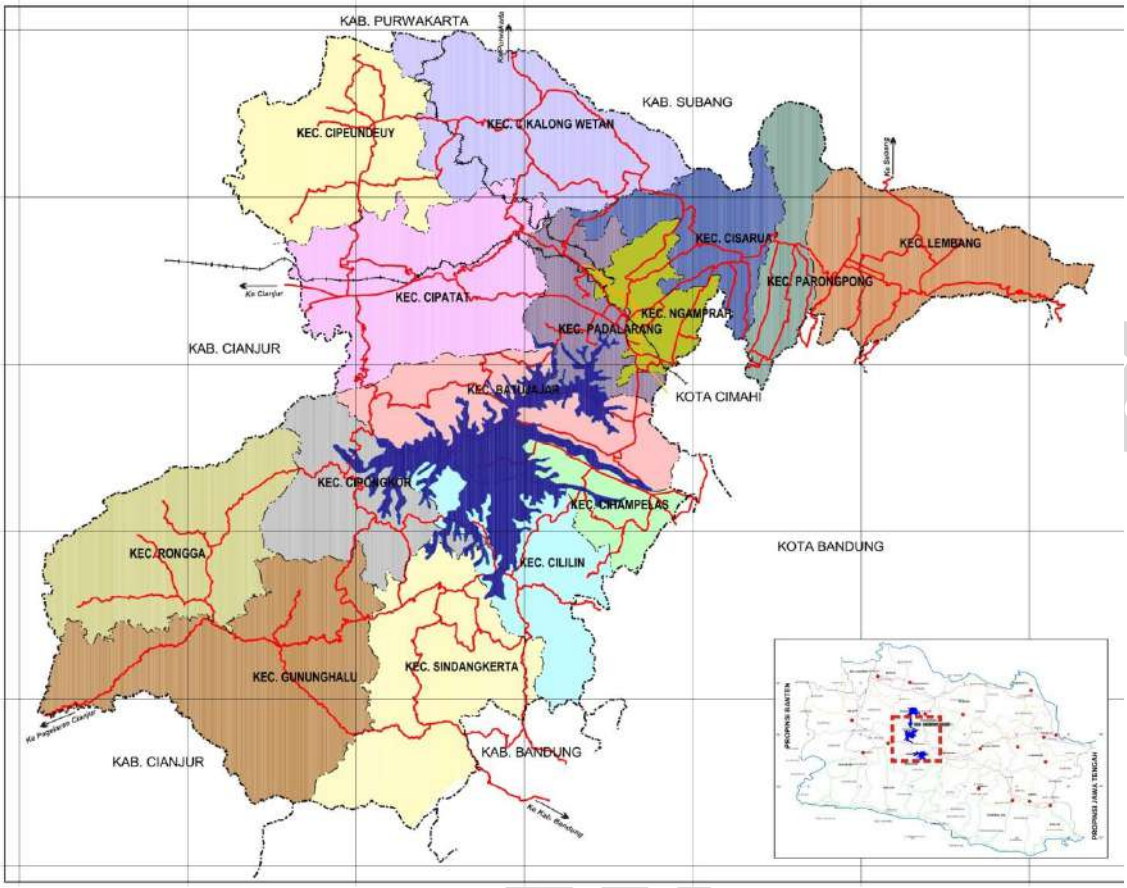
II.1 Letak Geografis

Kabupaten Bandung Barat (KBB) adalah Daerah Otonom ke-26 di wilayah Jawa Barat. Geografis Kabupaten Bandung Barat terletak pada 06º 41' - 07º 19' Lintang Selatan dan 107º 22' - 108º 05' Bujur Timur. Keseluruhan wilayah Kabupaten Bandung Barat memiliki luas sebesar Luas wilayah 1.305,77 Km2 atau 130.577,40 Ha.

Wilayah Kabupaten Bandung Barat merupakan daerah subur dan indah pemandangannya dengan kondisi geografis yang potensial (berbukit-bukit dengan ketinggian dan kemiringan yang variatif) dengan dataran terendah pada ketinggian 125 m dpl dan dataran tertinggi pada ketinggian 2.150 m dpl. Kawasan perkotaan Bandung Barat berkembang di kawasan tengah atau di kawasan yang relatif datar (di sekitar wilayah Kota Padalarang).

Berdasarkan Undang-undang Nomor 12 Tahun 2007 ditetapkan bahwa cakupan wilayah Kabupaten Bandung Barat terdiri dari 16 kecamatan yaitu: Kecamatan Lembang, Parongpong, Cisarua, Cikalongwetan, Cipeundeuy, Ngamprah, Cipatat, Padalarang, Batujajar, Cihampelas, Cililin, Cipongkor, Rongga, Sindangkerta, Gununghalu, dan Saguling dengan jumlah desa sebanyak 165 desa.

bappelitbangda



Gambar 2.1 Peta Wilayah Administratif Kabupaten Bandung Barat

II.2 Penggunaan Lahan

Penggunaan lahan merupakan suatu cara atau metode bagaimana pemanfaatan ruang di suatu wilayah yang akan digunakan berdasarkan potensi dan sumber daya alam yang tersedia. Penggunaan lahan di suatu wilayah dapat dibagi menurut fungsi dan jenisnya.

Tabel 2.1 Penggunaan Lahan Kabupaten Bandung Barat dalam (ha)

No	Jenis Guna Lahan	Total Luas	Persentase (%)
1	Kawasan Lindung	48.339,40	36,95
2	Kawasan Budaya		
	a. Budidaya Pertanian		
	• Kebun Campur	13.662,62	10,41
	• Perkebunan	13.453,61	10,28
	• Sawah	22.101,56	16,89
	• Sawah Tadah Hujan	60,66	0,05
	• Tegal / Ladang	19.003,55	14,53

bappeli

No	Jenis Guna Lahan	Total Luas	Persentase (%)
	b. Budidaya Non Pertanian		
	• Bandara	4,85	0,00
	• Industri	465,86	0,36
No	**Jenis Guna Lahan**	**Total Luas**	**Persentase (%)**
	• Institusi / fasum	258,73	0,20
	• Jalan	1.965,69	1,50
	• Jalan Kereta Api	47,79	0,04
No	**Jenis Guna Lahan**	**Total Luas**	**Persentase (%)**
	• Lapangan Golf	5,00	0,01
	• Pasar / Pertokoan	7,86	0,01
	• Perumahan	9.281,11	7,09
	• Stadion / Lapangan	51,48	0,04
	• Taman	20,66	0,02
	• Tambang	432,12	0,33
3	Lainnya		
	a. Tanah kosong	1.104,71	0,84
	b. Rumput	107,65	0,08
	c. Awan dan Bayangan	536,93	0,41

Sumber : RTRW Kabupaten Bandung Barat 2009-2029

Penggunaan lahan di Kabupaten Bandung Barat dikelompokkan berdasarkan fungsinya, yaitu: berfungsi sebagai kawasan lindung dan kawasan budidaya. Kawasan lindung meliputi luas 48.339,4 Ha atau 36,95% sedangkan kawasan budidaya pertanian 68.271,89 Ha atau 52,19% dan kawasan budidaya non pertanian 12.536,45 Ha atau 9,58% dan lainnya 1.759,29 Ha atau 1,34%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kawasan budidaya masih merupakan areal yang terluas dibandingkan dengan kawasan hutan.

II.3 Administratif

Secara Administratif Kabupaten Bandung Barat Mempunyai batas-batas wilayah sebagai berikut:

a. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Cikalong Kulon Kabupaten Cianjur; Kecamatan Manis, Kecamatan Darangdan, Kecamatan Bojong dan

bappelitbangda

Kecamatan Wanayasa Kabupaten Purwakarta; Kecamatan Sagalaherang, Kecamatan Jalancagak dan Kecamatan Cisalak Kabupaten Subang.

b. Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Cilengkrang, Kecamatan Cimenyan, Kecamatan Margaasih, Kecamatan Soreang Kabupaten Bandung, Kecamatan Cidadap, Kecamatan Sukasari Kota Bandung, Kecamatan Cimahi Utara, Kecamatan Cimahi Tengah, Kecamatan Cimahi Selatan Kota Cimahi.
c. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Ciwidey, Kecamatan Rancabali Kabupaten Bandung, Kecamatan Pagelaran Kabupaten Cianjur.
d. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Campaka, Kecamatan Cibeber, Kecamatan Bojongpicung, Kecamatan Ciranjang, Kecamatan Mande Kabupaten Cianjur

Dengan Luas wilayah sebesar 1.305,77 Kilometer persegi atau sekitar 130.577,40 Hektar Kondisi geografis Kabupaten Bandung Barat yang strategis ini merupakan keuntungan bagi Kabupaten Bandung Barat terutama dari segi komunikasi dan perhubungan.

Tabel 2.2 Luas Wilayah dan Jumlah Desa per Kecamatan

No	Kecamatan	Luas Kecamatan (Ha)	Jumlah Desa
1	Lembang	96,07	16
2	Parongpong	45,12	7
3	Cisarua	55,14	8
4	Cikalong Wetan	112,95	13
5	Cipeundeuy	101,11	12
6	Ngamprah	36,01	11
7	Cipatat	125,66	12
8	Padalarang	51,40	10
9	Batujajar	31,87	7
10	Cihampelas	46,93	10
11	Cililin	77,78	11
12	Cipongkor	79,99	14
13	Rongga	113,17	8
14	Sindangkerta	120,49	11
15	Gununghalu	160,62	9
16	Saguling	51,46	6
Jumlah		**1.305,77**	**165**

Sumber : BPS Kabupaten Bandung Barat, 2021

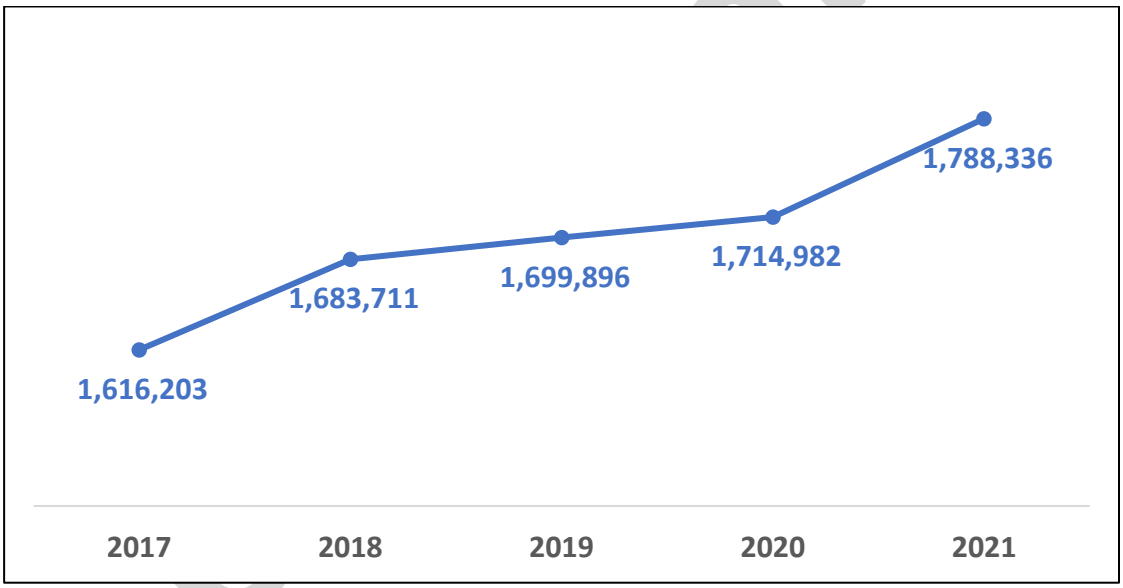
bappelitbangda

II.4 Kependudukan

Jumlah penduduk Kabupaten Bandung Barat yang cukup besar dapat dijadikan aset pembangunan bila kualitas sumber daya manusianya dikelola dengan baik. Tahun 2020 jumlah penduduk Kabupaten Bandung Barat mencapai 1.788.336 orang, penduduk laki-laki berjumlah 913.085 orang sedangkan perempuan 875.251 orang (BPS KBB, 2021). Usia 0 – 14 merupakan kelompok penduduk terbesar yaitu mencapai 27,11% dari total populasi. Hal ini menggambarkan pada 10 hingga 15 tahun mendatang Kabupaten Bandung Barat akan menerima bonus demografi yang cukup besar.

Adapun perkembangan penduduk Kabupaten Bandung Barat selama kurun waktu Tahun 2010 sampai dengan Tahun 2015 dapat dilihat pada gambar berikut :

Gambar 2.2 Grafik Peningkatan Jumlah Penduduk Kabupaten Bandung Barat Tahun 2017-2021



Sumber : Pusdalisbang Jabar, 2021

Data tersebut menunjukan pertumbuhan jumlah penduduk yang terus meningkat setiap tahunnya. Selama 5 tahun, pertumbuhan penduduk sebesar 10,30% atau mencapai rata-rata 2,58% per tahun. Rata-rata kepadatan penduduk per Km-nya yang mencapai 1.253 jiwa, dimana Kecamatan Ngamprah memiliki kepadatan penduduk yang paling tinggi yaitu sebanyak 4.639 orang/Km2,

sedangkan Kecamatan Gununghalu merupakan kepadatan yang terendah yaitu sebesar 462 orang/Km2. Hal ini dapat dilihat pada data berikut ini :

Tabel 2.3 Jumlah dan Kepadatan Penduduk Kabupaten Bandung Barat Berdasarkan Kecamatan Tahun 2021

No	Kecamatan	Populasi Penduduk	Kepadatan (orang/km^2)
1	Rongga	55.567	493
2	Gunung Halu	75.862	462
3	Sidangkerta	69.004	551
4	Cililin	89.996	1.117
5	Cihampelas	114.938	2.364
6	Cipongkor	90.245	1.109
7	Batujajar	96.960	2.929
8	Saguling	30.692	582
9	Cipatat	131.798	1.026
10	Padalarang	176.732	3.279
11	Ngamprah	174.832	4.639
12	Parongpong	111.590	2.345
13	Lembang	194.560	1.965
14	Cisarua	74.156	1.314
15	Cikalongwetan	122.656	1.041
16	Cipeundeuy	82.092	801
	Total	**1.691.680**	**1.253**

Sumber : BPS KBB, 2021

Kepadatan penduduk terjadi di pusat-pusat pertumbuhan ekonomi. Hal ini karena pembangunan industri (pabrik-pabrik besar maupun tempat wisata) yang menyerap banyak tenaga kerja baik dari sekitar maupun dari luar wilayah Kabupaten Bandung Barat.

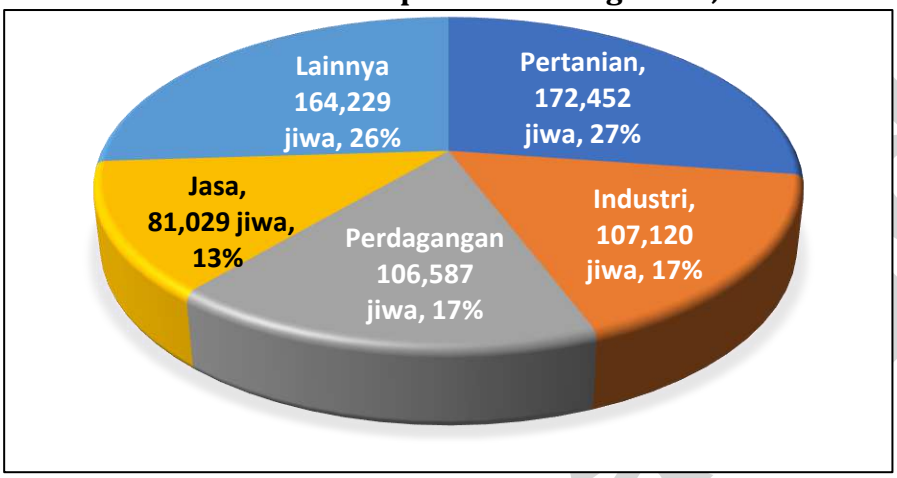
II.5 Ketenagakerjaan Dan Kualitas Sumber Daya Manusia

Sebagian besar penduduk usia produktif (15 tahun ke atas) adalah mereka yang bekerja yaitu sebesar 39%, sedangkan sisanya bersekolah 15%, tidak bekerja 9% dan lainnya sebesar 37%. Jumlah angkatan kerja di Kabupaten Bandung Barat pada tahun 2021 adalah sebanyak 1.177.749 jiwa, yang terbagi ke dalam 631.417

bappelitbangda

jiwa yang bekerja dan 54.632 yang mencari pekerjaan. Sebagian besar penduduk bekerja di sektor pertanian sedangkan terendah di sektor jasa. Berikut data penduduk berdasarkan mata pencaharian utama :

Gambar 2.3 Grafik Jumlah Penduduk 10 tahun ke Atas Menurut Mata Pencaharian di Kabupaten Bandung Barat, 2021



Sumber : BPS KBB, 2021

Dari jumlah tersebut, sebagian besar atau 40% penduduk bekerja sebagai buruh atau karyawan, 24% nya sebagai pekerja bebas, 20% berusaha sendiri (wirausaha), sedangkan jumlah terkecil adalah mereka yang berusaha dibantu oleh buruh tetap (BPS KBB, 2021).

Kondisi sumber daya manusia di Kabupaten Bandung Barat masih harus ditingkatkan. Hal ini dapat dilihat dari salah satu indikator yaitu tingkat pendidikan yang masih rendah. Berikut data Angka Partisipasi Sekolah, Angka Partisipasi Murni dan Angka Partisipasi Kasar di Kabupaten Bandung Barat :

Tabel 2.4 Angka Partisipasi Sekolah Usia > 7 tahun

Usia	Angka Partisipasi Sekolah
7-12	99.63
13-15	90.28
16-18	57.74
19-24	11.58

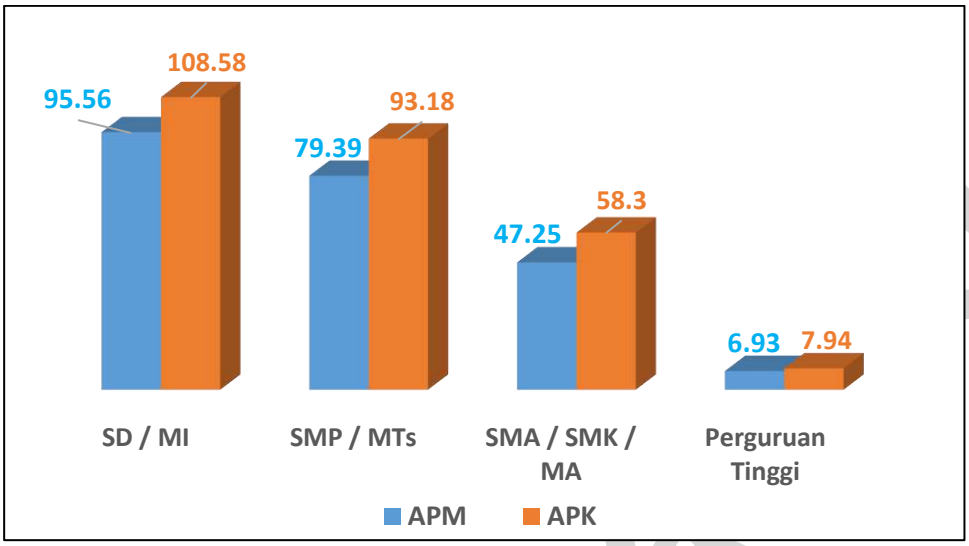
Sumber : BPS KBB, 2021

Terlihat angka partisipasi sekolah di jenjang pendidikan dasar cukup tinggi (99,63), tetapi pada jenjang pendidikan lanjutan (> 16 tahun) angka partisipasi

bappelitbangda

sekolah menurun drastis menjadi 57,74, dan untuk pendidikan tinggi menjadi 11,58. Hal ini seperti yang terlihat pada data data Angka Partisipasi Kasar dan Angka Partisipasi Murni berikut ini :

Gambar 2.4 Grafik APM dan APK Kabupaten Bandung Barat tahun 2021



Sumber : BPS KBB, 2021

Tingkat pendidikan ini berdampak pada kualitas sumber daya manusia. Berdasarkan data BPS tahun 2021 dapat dilihat bahwa sebagian besar Tenaga Kerja Indonesia asal KBB yang memiliki pendidikan dasar (SD-SMP) mencapai 63,84%, selanjutnya sebesar 35,59% berpendidikan setingkat SMA, sedangkan diploma dan sarjana sebesar 0,56%.

Rendahnya tingkat pendidikan ini harus menjadi perhatian bagi pemerintah daerah Kabupaten Bandung Barat, baik dengan membangun infrastruktur pendidikan, penyediaan tenaga pendidik, serta peningkatan akses masyarakat.

II.6 Ekonomi dan Kesejahteraan Penduduk

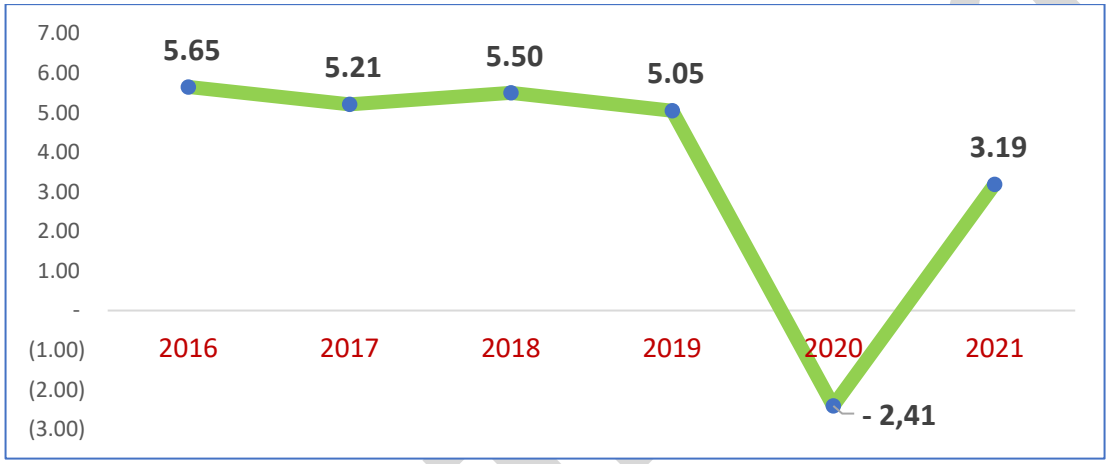
1. Makro Ekonomi

Pembangunan yang berkelanjutan merupakan strategi pembangunan yang banyak diaplikasikan oleh negara berkembang, termasuk Indonesia. Oleh karena kebijakan pemerintah beberapa tahun terakhir memprioritaskan pertumbuhan ekonomi, dengan demikian eksploitasi terhadap sumber daya alam sangat mencolok tanpa memperhitungkan kerusakan lingkungan.

bappelitbangda

Laju pertumbuhan ekonomi di Bandung Barat masih berfluktuasi. Selama 5 tahun (2016-2020) masih menunjukan grafik yang berfluktuatif, bahkan cenderung mengalami penurunan. Pada tahun 2020 pertumbuhan ekonomi turun hingga -2,41 sebagai dampak dari Pandemi Covid 19, sedangkan di tahun 2021 perekonomian mulai membaik yang ditandai pertumbuhan mencapai 3,19%.

Gambar 2.5 Laju Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Bandung Barat (dalam %)



Sumber : BPS KBB, 2021

Struktur perekonomian Kabupaten Bandung Barat dapat dilihat dari distribusi persentase PDRB menurut 17 (tujuh belas) kategori lapangan usaha maupun berdasarkan kelompok kategori lapangan usaha. Struktur perekonomian tersebut dapat memberikan gambaran bagaimana peranan masing-masing kategori maupun kelompok kategori terhadap pembentukan PDRB di suatu wilayah.

bappeli

Tabel 2.5 Laju Pertumbuhan PDRB Kabupaten Bandung Barat, 2019-2021

	Lapangan Usaha	2019	2020x	2021xx
A	Pertanian. Kehutanan. dan Perikanan	1.24	-0.62	-1.03
B	Pertambangan dan Penggalian	-1.29	-2.18	6.26
C	Industri Pengolahan	6.26	-2.41	4.88
D	Pengadaan Listrik dan Gas	3.17	-3.08	10.94
E	Pengadaan Air; Pengelolaan Sampah. Limbah. dan Daur Ulang	2.94	10.21	9.58
F	Konstruksi	7.38	-5.71	7.38
G	Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	3.84	-8.15	2.93
H	Transportasi dan Pergudangan/ Transportation and Storage	4.43	-3.82	1.1
I	Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	6.33	-4.67	-0.99
J	Informasi dan Komunikasi	8.39	27.03	7.79
K	Jasa Keuangan dan Asuransi	3.44	1.41	5.61
L	Real Estat	8.58	0.15	9.82
M	Jasa Perusahaan	7.58	-12.11	7.98
O	Administrasi Pemerintahan. Pertahanan. dan Jaminan Sosial Wajib	-0.03	-7.68	-2.56
P	Jasa Pendidikan	4.76	6.53	0.04
Q	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	7.55	-0.28	5.25
R	Jasa Lainnya	6.45	-0.38	0.76

Sumber : BPS KBB, 2021

Distribusi persentase PDRB secara sektoral menunjukkan peranan masing-masing sektor dalam sumbangannya terhadap PDRB secara keseluruhan. Semakin besar persentase suatu sektor, semakin besar pula pengaruh sektor tersebut didalam perkembangan ekonomi suatu daerah. Tingkat kontribusi terhadap pembentukan PDRB dapat memperlihatkan kontribusi nilai tambah setiap sektor, sehingga akan tampak sektor-sektor yang menjadi pemicu pertumbuhan (sektor andalan) di wilayah yang bersangkutan.

Berdasarkan data tersebut, diketahui bahwa hampir seluruh sektor usaha mengalami penurunan bahkan pertumbuhan yang negative akibat dampak dari pandemic Covid 19. Beberapa sektor usaha yang masih tumbuh di tengah pandemi adalah pengadaan air, pengelolaan sampah, limbah dan daur ulang; Informasi dan Komunikasi serta Jasa Pendidikan. Pada tahun 2021, sebagian besar sektor usaha mampu Kembali tumbuh meskipun masih terdapat beberapa lapangan usaha yang belum pulih yaitu sektor Pertanian, Kehutanan dan Perikanan; Penyediaan Akomodasi dan Makan-Minum; Administrasi Pemerintahan.

bappelitbangda

Dari sekian banyak sektor usaha, industri pengolahan / manufaktur memiliki kontribusi paling besar terhadap perekonomian di Kabupaten Bandung Barat, dimana pada tahun 2021 sebesar 41,20% PDRB berasal dari sektor ini. Selanjutnya adalah sektor Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi Mobil dan Motor yang menyumbang sebesar 12,70%, diikuti oleh sektor pertanian, kehutanan dan perikanan sebesar 12,59%. Pemerintah Daerah Kabupaten Bandung Barat perlu untuk mengembangkan berbagai potensi perekonomian lainnya, seperti di sektor wisata dan jasa yang memiliki potensi yang cukup untuk dikembangkan (BPS Kabupaten Bandung Barat, 2021).

Kontribusi kelompok sektor tersier terus mengalami peningkatan, dimana pada tahun 2016 kontribusinya sebesar 36,31 persen terus bergerak hingga menjadi 37,16 persen pada tahun 2021 (BPS Kabupaten Bandung Barat, 2021). Peningkatan kelompok ini mengindikasikan bahwa terjadi perubahan pola hidup dan kebutuhan dimana masyarakat Kabupaten Bandung Barat semakin besar kebutuhannya terhadap manfaat dari aktivitas kelompok tersier ini, antara lain perdagangan, transportasi dan telekomunikasi, keuangan dan jasa.

2. Pertanian, Perkebunan dan Peternakan

Kabupaten Bandung Barat dengan luas 130.577,40 Ha merupakan potensi dalam penyediaan ruang dan pemanfaatan lahan untuk kesejahteraan penduduk. Sebagian besar penggunaan lahan adalah untuk pertanian, perkebunan, kehutanan dan kawasan lindung. Sehingga kegiatan budidaya dan usaha berbasis pertanian sangat sesuai dikembangkan di Kabupaten Bandung Barat. Selain kesuburan tanahnya, juga secara agroklimat sangat sesuai untuk berbagai komoditas pertanian dan perkebunan.

Beberapa komoditas unggulan komparatif maupun kompetitif di bidang pertanian tanaman hortikultura yaitu sayuran, buah-buahan yang terdiri dari alpukat, jambu biji, pisang, dan bunga yang terdiri dari krisan, gladiola, anggrek. Selain komoditas tersebut, Kabupaten Bandung Barat juga mempunyai komoditas yang cukup strategis untuk dikembangkan di sebelah selatan

bappelitbangda

Kabupaten Bandung Barat yaitu padi sawah, jagung, dan kacang-kacangan. Berdasarkan data rekapitulasi, komoditas perkebunan yang memberi paling banyak kontribusi produksi di 16 Kecamatan yaitu: teh, kelapa, karet dan kopi. Area perkebunan terluas berada di 3 Kecamatan yaitu: Cipatat, Cipeundeuy, dan Cikalongwetan.

Di sub sektor peternakan, sapi perah merupakan salah satu ternak unggulan Kabupaten Bandung Barat, yang banyak terdapat di Kecamatan Lembang, Cisarua dan Parongpong. Selain faktor ketersediaan pakan, wilayah tersebut juga merupakan wilayah dataran tinggi dengan suhu yang sejuk dan cocok bagi perkembangan optimal sapi perah. Kecamatan yang merupakan sentra domba diantarannya kecamatan: Rongga, Gununghalu dan Padalarang, sedangkan Sentra populasi kambing terdapat di Kecamatan Cililin dan Cipongkor. Pada tahun 2020 kategori Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan memberi kontribusi terhadap PDRB atas dasar harga berlaku sebesar 13,99 persen. Pada tahun 2021 kontribusi kategori ini mencapai 14,90 persen dan terus mengalami penurunan pada tahun-tahun berikutnya (BPS KBB, 2021).

Fenomena yang terjadi di lapangan, terlihat ada kecenderungan terjadinya alih fungsi lahan produktif (sawah) menjadi wilayah perumahan pada beberapa wilayah. Namun demikian, potensi wilayah lahan yang masih cukup luas terutama untuk tanaman pangan, horikultura dan peternakan harus tetap dipertahankan dan ditumbuhkembangkan menjadi agribisnis yang memilki nilai tambah yang lebih besar. Demikian juga dengan potensi perikanan, terutama pada wilayah yang berada di kecamatan yang berdekatan dengan waduk saguling memiliki prospek yang sangat menjanjikan untuk ditumbuhkembangkan.

3. Industri

Kategori Industri Pengolahan merupakan kategori yang menjadi *engine of growth* perekonomian Kabupaten Bandung Barat. Dengan kontribusi sebesar 39,48 persen terhadap pembentukan PDRB tahun 2021, kategori lapangan usaha ini memberi andil yang cukup besar terhadap penyerapan tenaga kerja,

bappelitbangda

selain kategori lapangan usaha pertanian. Nilai tambah aktivitas ekonomi industri pengolahan ini disumbang oleh nilai aktivitas berbagai kegiatan industri. Sebagai kontributor terbesar adalah sub kategori industri makanan/minuman dan sub kategori industri tekstil. Pelaku ekonomi sub kategori tersebut menyebar pada tingkat industri besar sedang maupun industri kecil dan mikro.

Sebagian besar industri adalah industri skala menengah – kecil. Mayoritas tenaga kerja bekerja pada UKM ini.

Tabel 2.6 Jumlah Perusahaan dan Tenaga Kerja Menurut Skala Usaha

Skala Usaha	Jumlah Usaha	Jumlah Tenaga Kerja
Menengah-Besar	1.246	69.296
Menengah – Kecil	155.041	277.183

Sumber : BPS KBB, 2021

Kinerja industri pengolahan masih relatif dapat bertahan, dengan melakukan efisiensi dan membidik pangsa pasar domestik. Kinerja kategori ini juga cukup di support pendanaan oleh aktivitas perbankan, dimana kredit investasi modal perbankan yang dikucurkan pada kategori ini cukup besar.

Dalam hal potensi sektor industri, lokasi-lokasi industri hanya terdapat di beberapa kecamatan yang menjadi lokasi berkumpulnya industri. Kawasan industri dan sentra industri hanya terdapat di Kecamatan Padalarang. Jumlah industri besar dan sedang terbanyak berada di Kecamatan Padalarang. Beberapa jenis industri kecil yang paling banyak terdapat di Kabupaten Bandung Barat adalah anyaman dan makanan. Adapun jenis industri menengah-besar terbanyak adalah industri tekstil sebesar 30,32%. Industri menengah-besar yang tergolong agroindustri adalah industri makanan dan minuman, karet dan barang dari karet, kulit dan barang dari kulit, serta jenis lainnya yang dipasok oleh sektor pertanian dengan persentase kurang dari 20% (RPJMD KBB 2018-2023).

bappelitbangda

4. Perdagangan

Selama 5 tahun terakhir, Kategori Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor menyumbang di atas 13 persen. Pada tahun 2021 kontribusi kategori ini sebesar 12,70 persen, andilnya mengalami penurunan apabila dibandingkan tahun 2016 yang mencapai 13,47 persen. Laju pertumbuhan ekonomi sektor ini di tahun 2020 mencapai -2,41 persen, atau mengalami penurunan drastis dibandingkan tahun – tahun sebelumnya akibat dampak pandemi. Selain itu, sebagian besar tenaga kerja di Kabupaten Bandung Barat terserap di sektor ini, yaitu sebanyak 131.581 jiwa pada tahun 2020 (BPS KBB, 2017).

Hal ini menggambarkan bahwa kategori ini merupakan salah satu *leading sector* untuk perekonomian Kabupaten Bandung Barat sehingga banyak masyarakat yang bekerja di sektor ini.

Jumlah pelaku usaha perdagangan juga cukup banyak. Tercatat di wilayah Kabupaten Bandung Barat terdapat sebanyak 46.858 toko, 7.903 kios dan 1.000 pasar non-permanen.

Tabel 2.7 Jumlah Pasar non permanen, Toko, dan Kios Menurut Kecamatan di Kabupaten Bandung Barat tahun 2020

Kecamatan *Subdistrict*	Pasar non permanen	Toko/ *Store*	Kios/ *Stall*
(1)	(3)	(4)	(5)
1. Rongga	1	770	968
2. Gununghalu	2	1 121	320
3. Sindangkerta	3	1 461	105
4. Cililin	4	192	283
5. Cihampelas	116	1 099	443
6. Cipongkor	1	2 961	178
7. Batujajar	0	787	76
8. Saguling	0	989	76
9. Cipatat	3	676	1 572
10. Padalarang	6	21 509	1 054
11. Ngamprah	515	3 632	270
12. Parongpong	1	1 561	637
13. Lembang	3	3 760	699
14. Cisarua	0	769	253
15. Cikalongwetan	3	4 225	546
16. Cipeundeuy	333	1 346	423
Kabupaten Bandung Barat	**1 000**	**46 858**	**7 903**

Sumber : BPS KBB, 2021

5. Jasa

Selama 5 tahun terakhir, kontribusi kegiatan ekonomi pada kategori jasa perusahaan relatif tidak banyak berubah, yaitu dari pada kisaran 0,41 -0,45 persen. Hal ini menunjukkan pula peranan kategori ini relatif kecil dibandingkan peranan kategori-kategori lainnya pada perekonomian Kabupaten Bandung Barat. Laju pertumbuhannya mencapai 8,11 persen pada tahun 2019, mengalami sedikit perlambatan dibandingkan tahun sebelumnya yang mencapai 8,55 persen (BPS KBB, 2021).

Kegiatan ekonomi kategori jasa keuangan dan asuransi masih memberikan kontribusi yang relatif kecil selama tahun 2016-2020, yaitu di bawah 1 persen. Pada tahun 2020 kontribusinya mencapai 0,84 persen atau meningkat dibandingkan tahun sebelumnya yang mencapai 0,83 persen. Namun dari sisi pertumbuhan ekonomi, kategori ini menunjukkan pertumbuhan yang cukup signifikan sepanjang tahun 2016 – 2019 yaitu diatas 8 persen. Pada tahun 2020, kategori ini mengalami perlambatan menjadi 4,21 persen, setelah tahun sebelumnya mencapai pertumbuhan sebesar 8,6 persen. Sebagaimana beberapa kategori lainnya yang mengalami perlambatan pertumbuhan di tahun ini, kategori jasa keuangan dan asuransi ini juga mengalami imbas/dampak dari pandemi.

Selain potensi daerah di sektor agro baik pertanian, perkebunan, kehutanan, peternakan dan perikanan, Kabupaten Bandung Barat juga memiliki beberapa potensi di bidang pariwisata baik wisata alam, wisata minat khusus maupun jenis wisata lainnya. Kawasan wisata KBB dibagi dalam 3 zona wisata utama, yaitu Zona Bandung Utara, Bandung Selatan, dan Bandung Barat. Kecamatan Lembang merupakan kecamatan yang mempunyai obyek wisata alam terbanyak dibandingkan dengan kecamatan lainnya.

Terdapat beberapa obyek wisata yang sudah terkelola oleh pemerintah; beberapa dikelola oleh pihak lainnya. Wisata merupakan salah satu kunci pengembangan Kabupaten Bandung Barat jika merujuk pada Visi yang ada. Oleh karena itu, pengembangannya menjadi hal yang sangat penting. Berdasarkan

bappelitbangda

karekteristiknya, objek wisata dapat dikelompokan menjadi objek Wisata Agro, Wisata Alam, dan Wisata Minat Khusus.

Beberapa contoh obyek wisata agro di antaranya adalah Wisata Panglejar (perkebunan teh) di Kecamatan Cikalongwetan, serta Cibodas Lembang (pertanian palawija dan strawberry). Obyek wisata alam di wilayah KBB sangat banyak dan telah dikenal luas sebagai salah satu destinasi wisata bagi para turis mancanegara maupun lokal. Beberapa obyek wisata alam di antaranya adalah Gunung Tangkuban Perahu, Bumi Perkemahan Cikole, Situ Lembang, Jayagiri, Taman Bunga Cihideung, Gua Pawon, Situ Ciburuy, Waduk Saguling, Waduk Cirata, Maribaya dan Taman Bunga Cihideung.

6. Tingkat Kesejahteraan Penduduk

Kinerja perekonomian di Kabupaten Bandung Barat secara umum cukup menunjukkan perkembangan yang relatif baik, meski masih banyak potensi ekonomi yang belum dikembangkan secara optimal. Arah dan gerak pembangunan daerah harus tetap fokus dan terarah, pembangunan tidak hanya semata-mata mengejar laju pertumbuhan ekonomi saja, namun aspek pemerataan menjadi salah satu target pembangunan yang penting.

Pemerataan merupakan aspek yang penting dalam pembangunan, karena seharusnya seluruh golongan masyarakat dapat merasakan dampak pembangunan tersebut. Berdasarkan data Gini Ratio, selama 6 tahun (2015-2020) menunjukan grafik yang meningkat, apabila pada tahun 2015 Gini Ratio sebesar 0,29, pada akhir 2020 mencapai 0,36 (BPS Kabupaten Bandung Barat, 2021). Hal ini menunjukan adanya ketimpangan kesejahteraan yang semakin meningkat di antara golongan masyarakat.

IPM merupakan salah satu indikator kesejahteraan sosial yang diukur dengan angka harapan hidup, angka melek huruf, rata-rata lama sekolah, dan pengeluaran riil per kapita yang disesuaikan. Angka IPM merupakan salah satu indikator yang dapat digunakan untuk melihat kualitas penduduk.

bappelitbangda

Tabel 2.8 IPM Kabupaten Bandung Barat Menurut Kecamatan, tahun 2020

Kecamatan	Kesehatan	Pendidikan (Rata-Rata Lama Sekolah)	Daya Beli	IPM
Cililin	81.76	50.70	62.18	66,54
Cihampelas	81.32	51.25	62.28	66,59
Sindangkerta	79.74	45.34	61.87	64,77
Gunung Halu	77.56	44.17	61.76	63,73
Rongga	74.58	38.22	61.86	61,43
Cipongkor	71.74	39.18	62.36	61,57
Batujajar	80.91	51.94	62.57	66,58
Saguling	73.39	38.06	62.20	61,49
Lembang	83.33	50.90	63.19	67,39
Parongpong	84.34	48.56	62.49	66,82
Cisarua	80.89	48.33	62.28	65,50
Ngamprah	78.31	55.81	63.01	66,79
Padalarang	80.57	50.63	63.14	66,58
Cipatat	79.64	43.63	62.81	64,53
Cipeundeuy	79.44	45.47	62.01	64,67
Cikalong Wetan	80.47	41.23	62.33	64,15
Bandung Barat	**79.83**	**50.29**	**62.47**	**66,89**

Sumber : Pusdalisbang Jawa Barat, 2021

Indeks Kesehatan sebesar 79,83 berada dalam kategori "tingkat menengah atas" (capaian antara 66 – 79), yang ditunjukan dengan angka harapan hidup cukup tinggi (71,89). Hal ini salah satunya menunjukkan bahwa derajat kesehatan masyarakat Bandung Barat semakin baik. Indeks Pendidikan sebesar 50,29 masih berada dalam kategori "Menengah Bawah" atau rendah (capaian antara 50-65). Hal ini menunjukan kualitas sumber daya manusia dalam aspek pendidikan yang masih perlu untuk lebih ditingkatkan lagi. Kecamatan Saguling (38,06), Rongga (38,22) dan Cipongkor (39,18) merupakan Kecamatan dengan Indeks Rata-Rata Lama Sekolah terendah sehingga perlu untuk diperhatikan oleh pemerintah setempat.

Daya beli masyarakat juga masih berada dalam kategori rendah (62,47). Kecamatan Gunung Halu, Rongga dan Sindangkerta adalah daerah dengan indeks daya beli terendah. Hal ini dipengaruhi oleh fluktuasi harga kebutuhan

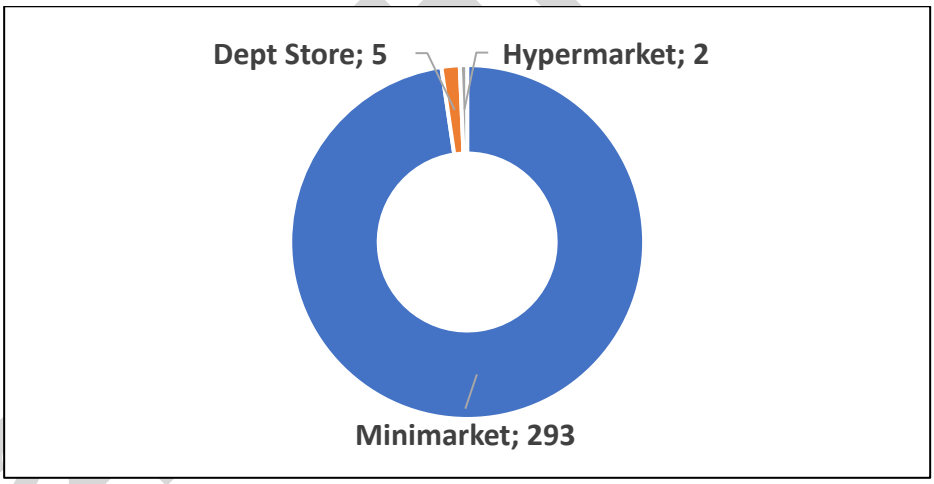
bappelitbangda

bahan pokok, kenaikan harga BBM dan TDL yang berdampak terhadap inflasi dan penurunan daya beli masyarakat.

Secara keseluruhan, Indeks Pembangunan Manusia di Kabupaten Bandung Barat sebesar 66,89 berada dalam kategori "Menengah" atau "Cukup". Hal ini mengindikasikan Pemerintah Kabupaten Bandung Barat harus lebih meningkatkan upaya peningkatan kualitas pembangunan manusia melalui berbagai program pembangunan dan pemberdayaan. Kecamatan Rongga, Saguling dan Cipongkor adalah kecamatan yang perlu menjadi prioritas karena memiliki IPM terendah.

II.7 Kondisi Pasar Modern dan Pasar Tradisional

Berdasarkan data dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan diketahui hingga tahun 2022 terdapat sebanyak 300 Pasar Modern dimana hampir seluruhnya berjenis minimarket (293 unit); sedangkan Departemen Store sebanyak 5 unit dan Hypermarket sebanyak 2 unit.

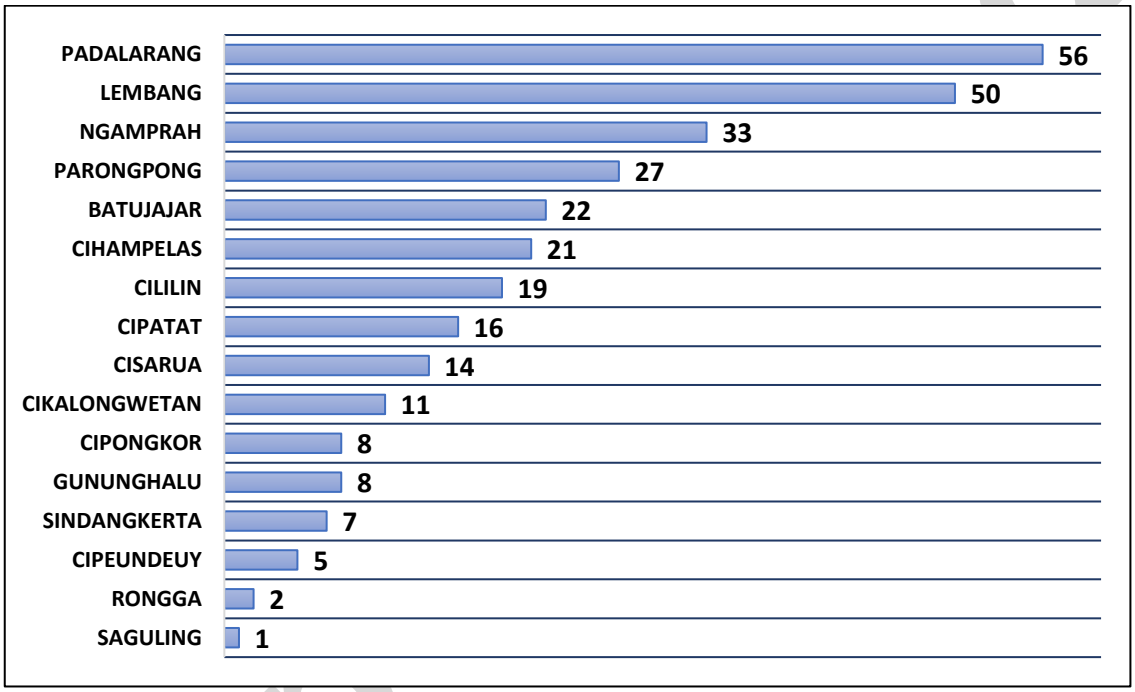


Gambar 2.6 Data Pasar Modern di Kabupaten Bandung Barat, 2022

Dari 293 pasar modern berjenis Minimarket, jumlah terbanyak adalah Alfamart (164 unit), diikuti Indomaret (110 unit), Yomart (16) dan Alfamidi (3).

Dari 16 kecamatan, diketahui Kecamatan Padalarang merupakan daerah dengan jumlah pasar modern terbanyak yaitu sebanyak 56 unit, diikuti Lembang

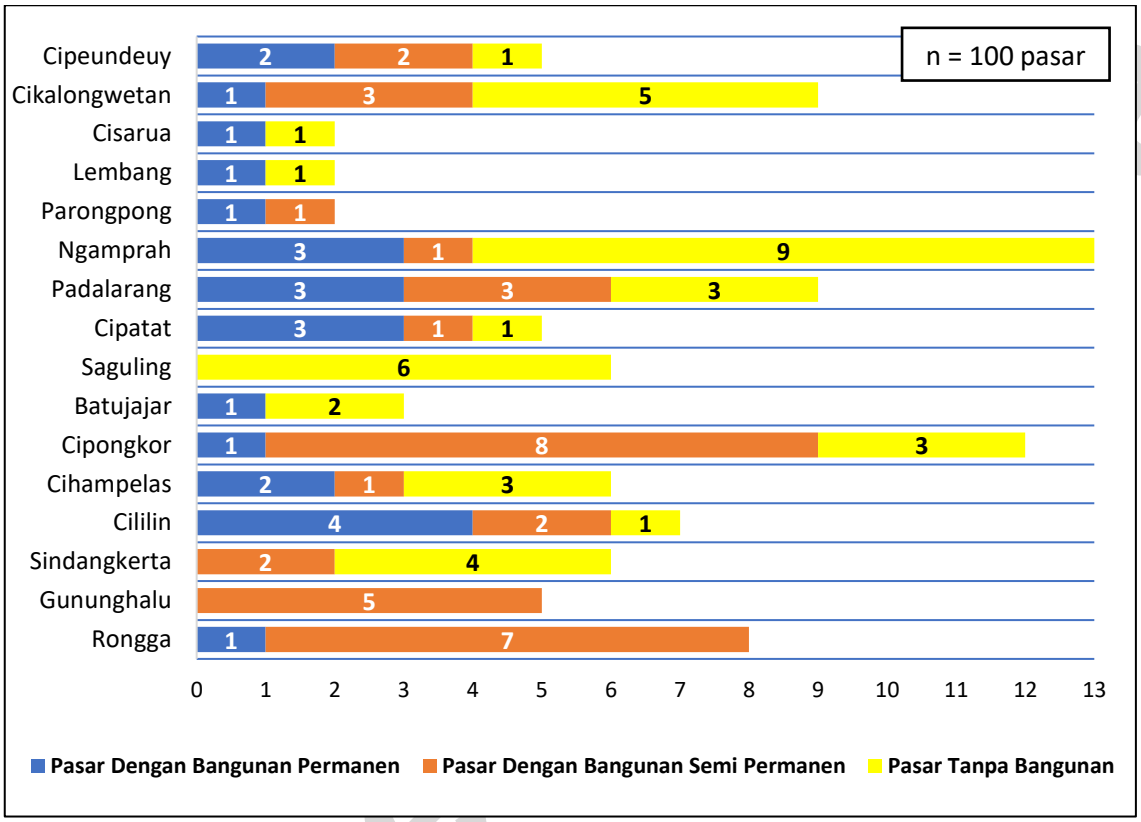
(50); Ngamprah (33); Parongpong (27) sedangkan terendah terdapat di Kecamatan Saguling dimana hanya terdapat 1 unit minimarket. Tingginya jumlah pasar modern di Kecamatan Padalarang dan Lembang karena wilayah tersebut merupakan pusat pertumbuhan bisnis dan jasa (utamanya pariwisata), selain juga banyak terdapat kawasan pemukiman kelas menengah atas yang menjadi segmen utama pasar modern. Selain itu, di Kecamatan Padalarang juga terdapat 2 Hypermart besar yang menjadi pusat kunjungan konsumen dari luar Kabupaten Bandung Barat, yaitu Lotte Mart dan IKEA.



Gambar 2.7 Persebaran Pasar Modern Berdasarkan Kecamatan di Kabupaten Bandung Barat, 2022

Pada umumnya, pasar modern yang terdapat di Kabupaten Bandung Barat menjual kebutuhan sehari-hari (FMCG/ Fast Moving Consumer Good). Sebagian besar pasar modern berjenis minimarket dikelola dengan sistem *franchise* (waralaba), yaitu bentuk kerja sama usaha antara pemilik merk dagang, produk, atau sistem operasional. Kerja sama ini didelegasikan kepada pihak kedua yang berhak mendapatkan izin untuk pemakaian merek, produk, serta sistem operasional tersebut dalam menjalankan sebuah usaha.

Terkait dengan pasar tradisional atau yang saat ini dikenal dengan Pasar Rakyat, Berdasarkan tipe bangunan, di Kabupaten Bandung Barat terdapat 100 pasar tradisional yang terdiri dari 24 pasar dengan bangunan permanen, 36 pasar dengan bangunan semi-permanen dan 40 pasar tanpa bangunan.



Gambar 2.7 Persebaran Pasar Tradisional/ Pasar Rakyat Berdasarkan Kecamatan di Kabupaten Bandung Barat, 2022

Berdasarkan data di atas dapat diketahui seluruh kecamatan terdapat pasar tradisional. Secara keseluruhan Kecamatan Ngamprah merupakan kecamatan dengan jumlah pasar tradisional terbanyak yaitu sebanyak 13 unit, diikuti Cipongkor (12 unit), Cikalongwetan dan Padalarang (masing-masing sebanyak 9 unit), sedangkan kecamatan dengan jumlah pasar tradisional terendah adalah Cisarua, Lembang dan Parongpong dengan jumlah pasar tradisional masing-masing sebanyak 2 unit.

BAB III
TINJAUAN TEORITIS

III.1 DEFINISI PASAR

Menurut Undang–Undang No.7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, Pasar adalah lembaga ekonomi tempat bertemunya pembeli dan penjual, baik secara langsung maupun tidak langsung, untuk melakukan transaksi Perdagangan. Peraturan Presiden No. 112 Tahun 2007 menyebutkan pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plasa, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.

Seperti yang dinyatakan oleh Basu Swasta dalam Kholis, dkk (1995: 20) pasar adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk belanja, dan kemauan untuk membelanjakannya. Pengkategorian pasar tradisional dan pasar modern sebenarnya baru muncul belakangan ini ketika mulai bermunculnya pasar swalayan, supermarket, *hypermarket* dan sebagainya. Menurut Santoso (2017) pasar sebagai tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu, baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.

Melalui pasar, terjadi transaksi antara penjual dan pembeli. Transaksi menurut Skousen dan Stice (2007: 71) adalah pertukaran barang dan jasa antara (baik individu, perusahaan-perusahaan dan organisasi lain) kejadian lain yang mempunyai pengaruh ekonomi atas bisnis. Syarat terjadinya transaksi adalah ada barang yang diperjual-belikan, ada pedagang, ada pembeli, ada kesepakatan harga barang, dan tidak ada paksaan dari pihak manapun.

Berdasarkan beberapa definisi pasar di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pasar dalam arti sempit adalah tempat permintaan dan penawaran bertemu, dalam hal ini lebih condong ke arah pasar tradisional. Lain dari itu dalam arti luas adalah proses transaksi antara permintaan dan penawaran, dalam hal ini lebih condong ke

bappelitbangda

arah pasar modern. Secara umum pasar merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli.

III.2 PASAR MODERN

Pasar modern adalah pasar yang dikelola dengan manajemen modern, umumnya terdapat di kawasan perkotaan, sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen (umumnya anggota masyarakat kelas menengah ke atas). Seperti yang dinyatakan oleh Sinaga (2004) dalam makalahnya pada Bahan Pertemuan Nasional Tentang Pengembangan Pasar Tradisional menyatakan contoh pasar modern antara lain mall, *supermarket*, *departement store, shopping centre*, waralaba, toko mini *swalayan*, pasar serba ada, toko serba ada dan sebagainya.

Pasar modern mengandung pengertian yang tidak jauh berbeda dengan pasar tradisional. Dalam pasar modern, penjual dan pembeli tidak mesti bertransaksi secara langsung, namun pembeli cukup hanya melihat label harga(barcode)yang tercantum dalam barang, pelayanannya dilakukan secara mandiri (swalayan) atau dilayani oleh pramuniaga. Contoh pasar modern, seperti pasar swalayan, hipermarket, supermarket, minimarket, dan toko serba ada. Selain menyediakan barang-barang produksi lokal, pasar modern juga menyediakan barang impor. Barang yang ditawarkan di pasar modern mempunyai kualitas yang lebih terjamin karena melalui penyeleksian yang lebih ketat.

Pendapat tersebut sejalan dengan isi Peraturan Menteri Perdagangan No.23 tahun 2021 Tentang Pedoman Pengembangan, Penataan, Dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan Dan Toko Swalayan yang menyatakan toko modern adalah tempat yang dibangun oleh pemerintah, swasta, atau koperasi yang dalam bentuknya berupa *mall, supermarket, department store, shopping centre*, waralaba, toko mini swalayan, pasar serba ada, toko serba ada dan sebagainya dimana pengelolaannya dilaksanakan secara modern, dan mengutamakan pelayanan kenyamanan berbelanja dengan manajemen berada di satu tangan, bermodal relatif kuat dan dilengkapi dengan label harga yang pasti.

bappelitbangda

Barang yang dijual di pasar modern memiliki variasi jenis yang beragam. Selain menyediakan barang-barang lokal, pasar modern juga menyediakan barang impor. Barang yang dijual mempunyai kualitas yang relatif lebih terjamin karena melalui penyeleksian terlebih dahulu secara ketat sehingga barang yang rijek/tidak memenuhi persyaratan klasifikasi akan ditolak. Secara kuantitas, pasar modern umumnya mempunyai persediaan barang di gudang yang terukur. Dari segi harga, pasar modern memiliki label harga yang pasti (tercantum harga sebelum dan setelah dikenakan pajak).

Selain itu, barang-barang yang biasa dijual di pasar modern adalah barang yang berkualitas baik dan didukung dengan kondisi pasar bersih dan juga nyaman. Lokasinya pun banyak terdapat di tengah kota. Hal ini merupakan salah satu faktor mengapa pasar modern cenderung lebih banyak menjadi tempat masyarakat membeli barang kebutuhan mereka.

III.2.1 PUSAT PERBELANJAAN

Pasar modern sesuai dengan regulasi yang berlaku terbagi ke dalam Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan. Menurut International Council of Shopping Center (2021), pusat perbelanjaan adalah sekelompok penjual eceran dan usahawan komersial lainnya yang merencanakan, mengembangkan, mendirikan, memiliki dan mengelola sebuah properti tunggal. Pada lokasi properti ini berdiri disediakan juga tempat parkir. Tujuan dan ukuran besar dari pusat perbelanjaan ini umumnya ditentukan dari karakteristik pasar yang dilayani. Konfigurasi umum pusat perbelanjaan contohnya adalah gedung tertutup dan pasar terbuka.

Dalam Peraturan Pemerintah Nomor 29 tahun 2021 disebutkan bahwa Pusat Perbelanjaan adalah suatu area tertentu yang terdiri dari satu atau beberapa bangunan yang didirikan secara vertikal maupun horizontal yang dijual atau disewakan kepada Pelaku Usaha atau dikelola sendiri untuk melakukan kegiatan Perdagangan Barang.

Dalam PP Nomor 29 tahun 2021 pasal 85 disebutkan pusat perbelanjaan dapat berbentuk Pertokoan, mall dan plaza. Sedangkan dalam Perda No.21 Tahun

bappelitbangda

2011 pasal 11 ayat 4, bentuk pusat perbelanjaan adalah *Mall; Plaza; Shopping Centre*; *Trade Centre;* Rumah Toko; atau bentuk lainnya.

Mall adalah jenis dari pusat perbelanjaan yang secara arsitektur berupa bangunan tertutup dengan suhu yang diatur dan memiliki jalur untuk berjalan jalan yang teratur sehingga berada di antara antar toko-toko kecil yang saling berhadapan. Karena bentuk arsitektur bangunannya yang melebar (luas), umumnya sebuah mal memiliki tinggi tiga lantai. Di dalam sebuah mal, penyewa besar (*anchor tenant*) lebih dari satu (banyak). Seperti jenis pusat perbelanjaan lain seperti *Department Store* untuk masuk di dalamnya. Jika ditinjau dari lokasi, mall sebenarnya diperuntukkan berada di dekat lokasi perumahan. Karena itulah bangunan mal melebar, karena dalam pada umumnya lokasi yang dekat perumahan ini, harga tanah relatif lebih murah daripada pembangunan sebuah plaza, yang berada di lokasi pusat kota. Dalam bangunan mal juga umumnya terdapat atrium.

III.2.2 TOKO SWALAYAN

Toko Swalayan adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis Barang secara eceran yang berbentuk minimarket, supermarket, department store, hypermarket, ataupun grosir yang berbentuk perkulakan.

Istilah toko modern pada dasarnya adalah sama dengan toko swalayan, dimana dalam Undang-Undang Perdagangan No.7/2014 menggunakan istilah "Toko Swalayan", sedangkan dalam Perpres No.112 tahun 2007 dan Permendag No.70/ 2013 jo. Permendag No.56/2014 menggunakan istilah "Toko Modern", dan pada Peraturan Pemerintah nomor 29 tahun 2021 dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 23 tahun 2021 menyebutkan istilah Toko Swalayan. Meskipun terdapat perbedaan istilah, tetapi pengertian antara toko swalayan dan toko modern adalah sama.

Pengertian toko modern menurut UU No.7/2014 adalah "toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk *minimarket*, *supermarket*, *department store*, *hypermarket* ataupun grosir yang berbentuk perkulakan". Setiap toko modern wajib memperhitungkan kondisi sosial

bappelitbangda

ekonomi masyarakat sekitar serta jarak antara toko modern dengan pasar tradisional yang telah ada, serta mewujudkan norma – norma keadilan, saling menguntungkan dan tanpa tekanan dalam hubungan antara pemasok barang dengan toko modern serta pengembangan kemitraan dengan usaha kecil, sehingga tercipta tertib kegiatan usaha dan keseimbangan kepentingan produsen, pemasok, toko modern dan konsumen.

Klasifikasi toko modern dapat dibedakan melalui luas lantai, sistem pengeloaan dan jenis barang yang dijual sesuai dengan PP No.29 tahun 2021 pasal 87 sebagai berikut :

a. minimarket, sampai dengan 400 m2 (empat ratus meter persegi);
b. supermarket, di atas 400 m2 (empat ratus meter persegi) sampai dengan 5.000 rn2 (lima ribu meter persegi);
c. department store, paling sedikit 400 m2 (empat ratus meter persegi);
d. hypermarket, di atas 5.000 m2 (lima ribu meter persegi); dan
e. Grosir/Perkulakan yang berbentuk toko dengan sistem pelayanan mandiri, paling sedikit 2.000 m2 (dua ribu meter persegi) dan untuk Grosir/Perkulakan koperasi yang berbentuk toko dengan sistem pelayanan mandiri paling sedikit 1.000 m2 (seribu meter persegi).

Lebih lanjut dalam pasal 88 PP Nomor 29 tahun 2021 ini menyatakan sistem penjulan dan jenis barang dagangan dalam toko modern adalah sebagai berikut :

a. *Minimarket, supermarket* dan *hypermarket* melakukan penjualan barang-barang kebutuhan sehari-hari teruama produk makanan dan /atau produk rumah tangga lainnya secara eceran langsung kepada konsumen dengan cara pelayanan mandiri (swalayan);
b. *Department Store*, adalah toko modern yang menjual secara eceran berbagai jenis barang konsumsi terutama produk sandang dan perlengkapannya dengan penataan berdasarkan jenis kelamin dan/ atau tingkat usia konsumen; dan
c. Perkulakan, yang menjual secara grosir berbagai jenis barang konsumsi.

Luas lantai seperti tersebut diatas dapat mengklasifikasikan jenis dari toko modern yang diatur sesuai dengan peraturan perundang – undangan yang berlaku.

bappelitbangda

Sementara usaha Toko modern dengan modal dalam negeri 100 % (seratus persen) adalah sebagai berikut :

1. *Minimarket* dengan luas lantai penjualan kurang dari 400 m2 (empat ratus meter persegi)
2. *Supermarket* dengan luas lantai penjualan kurang dari 1.200 m2 (seribu dua ratus meter persegi)
3. *Departement Store*, dengan luas lantai penjualan kurang dari 2.000 m2 (dua ribu meter persegi)

Berdasarkan ketentuan tersebut dapat dinyatakan bahwa *Minimarket, Supermarket* dan *Hypermarket* tidak dibedakan untuk ketentuan sistem penjualan dan jenis barang dagangan yang diatur pada Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 dan Permendag Nomor 23 Tahun 2021.

III.2.3 SYARAT PENDIRIAN DAN OPERASIONAL PUSAT PERDAGANGAN DAN TOKO SWALAYAN

Pendirian pasar modern dalam hal ini adalah pusat perdagangan dan toko swalayan telah diatur dalam berbagai regulasi baik di tingkat peraturan pemerintah pusat maupun pemerintah daerah. Berdasarkan PP Nomor 29 tahun 2021, Permendag No.23 tahun 2021 dan Perda No.21 Tahun 2011 disebutkan beberapa persyaratan selain aspek teknis/ fisik, yaitu sebagai berikut :

1. Memperhatikan kondisi sosial ekonomi masyarakat sekitar

   Dalam Pasal 86 ayat 1 disebutkan bahwa pendirian Pusat Perbelanjaan atau Toko Swalayan harus memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat, keberadaan Pasar Rakyat, dan UMKM yang ada di zona atau area atau wilayah setempat. Kondisi sosial ekonomi masyarakat ini sebagaimana dijelaskan dalam Permendag No.23 Tahun 2021 pasal 4 meliputi :

   a) Struktur penduduk menurut mata pencaharian dan pendidikan;
   b) Tingkat pendapatan ekonomi rumah tangga;
   c) Tingkat kepadatan dan pertumbuhan penduduk di masing-masing daerah sesuai dengan data sensus Badan Pusat Statistik tahun terakhir;

bappelitbangda

d) Potensi Kemitraan dengan UMK-M setempat/ lokal;
e) Potensi penyerapan tenaga kerja;
f) Ketahanan dan pertumbuhan Pasar Rakyat sebagai sarana bagi UMK-M;
g) Ketersediaan fasilitas sosial dan fasilitas umum; dan
h) Dampak positif dan negatif atas pendirian Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan terhadap Pasar Rakyat atau Toko eceran tradisonal yang telah ada sebelumnya.

Analisa kondisi sosial ekonomi masyarakat tersebut tidak wajib bagi toko swalayan berbentuk minimarket.

2. Menyediakan fasilitas minimum

   Fasilitas minimum yang harus disediakan adalah
   a) Areal parkir;
   b) Fasilitas yang menjamin Pusat Perbelanjaan dan
   c) Toko Swalayan bersih, sehat (higienis), aman, dan tertib; dan
   d) Ruang publik yang nyaman.

3. Lokasi

   Lokasi pendirian Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan harus mengacu pada Rencana tata ruang wilayah kabupaten/kota; atau rencana detail tata ruang kabupaten/kota. Dalam hal Pemerintah Daerah belum memiliki rencana tata ruang wilayah kabupaten/kota atau rencana detail tata ruang kabupaten/kota, maka lokasi pendirian Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan mengacu pada ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai penataan ruang. Ketentuan tersebut tidak berlaku bagi Toko Swalayan jika terintegrasi dengan Pusat Perbelanjaan yang telah memiliki Perizinan Berusaha, Pusat Niaga, dan/atau bangunan atau kawasan lain.

   Faktor lokasi lainnya adalah mengenai jarak dengan pasar rakyat atau toko eceran tradisional, dalam hal ini jarak tersebut ditentukan oleh pemerintah daerah setempat. Sesuai dengan Perda No.21 tahun 2011 dalam pasal 16 ayat 3 disebutkan bahwa penentuan jarak harus mempertimbangkan lokasi pendirian hypermarket atau pasar tradisional dengan hypermarket atau pasar tradisional

bappelitbangda

yang sudah ada sebelumnya; Iklim usaha yang sehat antara hypermarket dan pasar tradisional; Aksesibilitas arus lalu lintas; Dukungan/ketersediaan infrastruktur; dan perkembangan pemukiman baru.

Khusus untuk toko modern, ditetapkan jarak dari pasar tradisional adalah sebagai berikut :

a. 500 m (lima ratus meter) untuk daerah lingkungan perkotaan; dan
b. 1000 m (seribu meter) untuk daerah lingkungan pedesaan.

Selain itu, Toko modern dan pusat perbelanjaan tidak dapat didirikan di jalan desa, kecuali wilayah yang diperuntukan bagi kegiatan jasa dan perdagangan di perkotaan.

4. Jam Operasional

Jam operasional pusat perbelanjaan dan Toko Swalayan pada prisipnya harus bersinergi dan tidak mematikan usaha Toko eceran tradisional di sekitarnya. Jam operasional supermarket, hypermarket, dan department store wajib memenuhi ketentuan :

a. Untuk hari Senin sampai dengan Jumat pukul 10.00 sampai dengan pukul 22.00 waktu setempat; dan
b. Untuk hari Sabtu dan Minggu pukul 10.00 sampai dengan Pukul 23.00 waktu setempat.
c. Untuk hari besar keagamaan, libur nasional atau hari tertentu lainnya ditetapkan mulai pukul 10.00 WIB sampai dengan pukul 24.00 WIB.

Selain beberapa ketentuan di atas, pusat perbelanjaan dan toko swalayan juga memiliki kewajiban untuk melakukan kemitraan dengan UMKM sebagaimana yang diatur dalam Permendag No.23 tahun 2021 pasal 7 hingga 9. Dalam ketentuan tersebut disebutkan bahwa pola kemitraan dapat dilakukan dengan pola perdagangan umum dan/atau waralaba.

bappelitbangda

III.3 PASAR TRADISIONAL

Pasar tradisional adalah pasar yang dikelola dengan manajemen yang lebih tradisional dan simpel daripada pasar modern, umumnya pasar tradisional tersebut terdapat di pinggiran perkotaan/jalan atau lingkungan perumahan. Sinaga (2004) menjelaskan bahwa pasar tradisional di antaranya yaitu warung rumah tangga, warung kios, pedagang kaki lima dan sebagainya. Barang yang dijual di sini hampir sama seperti barang-barang yang dijual di pasar modern dengan variasi jenis yang beragam.

Pasar tradisional saat ini cenderung menjual barang-barang lokal saja dan jarang ditemui barang impor. Barang yang dijual dalam pasar tradisional cenderung sama dengan pasar modern, maka barang yang dijual pun mempunyai kualitas yang relatif sama terjaminnya dengan barang-barang di pasar modern. Secara kuantitas, pasar tradisional umumnya mempunyai persediaan barang yang jumlahnya sedikit sesuai dengan modal yang dimiliki pemilik atau permintaan dari konsumen. Dari segi harga, pasar tradisional tidak memiliki label harga yang pasti karena harga disesuaikan dengan besarnya keuntungan yang diinginkan oleh setiap pemilik usaha sendiri-sendiri. Selain itu, harga pasar selalu berubah-ubah, sehingga bila menggunakan label harga lebih repot karena harus mengganti-ganti label harga sesuai dengan perubahan harga yang ada di pasar.

Istilah pasar tradisional saat ini digantikan dengan Pasar Rakyat. Dalam Ketentuan Umum pasal 1 ayat 42 Peratutan Pemerintah No.29 tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan, Pasar Rakyat adalah tempat usaha yang ditata, dibangun, dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, swasta, badan usaha milik negara, dan atau badan usaha milik daerah, dapat berupa toko/kios, los, dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil dan menengah, swadaya masyarakat, atau koperasi serta UMKM dengan proses jual beli Barang melalui tawar-menawar.

Dalam Peraturan Daerah No.21 tahun 2011 pasar 5, pasar tradisional terdiri atas :

bappelitbangda

a. Pasar Desa

   Pasar desa adalah pasar yang didirikan dan dikelola oleh pemerintah desa.

b. Pasar Khusus

   Pasar yang memiliki sifat khusus/ spesifik atas barang/ jasa yang dijualnya yang terdiri dari: Pasar hewan, Pasar agro, Pasar lelang atau pasar sejenisnya.

c. Pasar Induk

   Pusat distribusi yang menampung hasil produksi petani yang dibeli oleh para pedagang tingkat grosir kemudian dijual kepada para pedagang tingkat eceran untuk selanjutnya diperdagangkan di pasar-pasar eceran di berbagai tempat mendekati para konsumen.

d. Pasar lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan

Saat ini pasar tradisional tengah mengalami banyak tantangan. Ekspansi besar-besaran pasar modern di daerah-daerah telah menghadapkan para pedagang kecil pada persaingan terbuka yang keras. Persaingan menjadi tidak seimbang karena perbedaan modal antara pedagang di pasar tradisional dengan peritel38 modern. Modal para pedagang pasar tradisional, umumnya berasal dari individu dan kecil, sedangkan modal para peritel modern besar dan menggunakan sistem jejaring. Sistem jejaring inilah yang membuat peritel modern kembali diuntungkan dari segi harga.

Selain dari segi modal dan jaringan, pasar tradisional juga kalah dari segi tempat. Sebagian besar pasar tradisional di Indonesia kumuh, penataannya kacau, berbeda dengan pasar modern yang memiliki tempat luas, nyaman, dan efisien. Toko yang ber-AC, barang-barang yang teratur rapi tanpa ada proses tawar menawar dan menggunakan mesin di bagian kasir, menawarkan efisiensi dan kenyamanan bagi para pembeli. Hal-hal inilah yang tidak dimiliki oleh pasar tradisional.

Namun disamping itu pasar tradisional juga memiliki kelebihan- kelebihan dibandingkan dengan pasar modern. Kelebihan tersebut diantaranya :

bappelitbangda

1. Di pasar tradisional pembeli dapat melakukan tawar-menawar harga dengan pedagang
2. Harga yang ditawar cukup terjangkau
3. Secara budaya pasar tradisional merupakan tempat publik dimana terjadi interaksi sosial.

Dari banyak sisi, pasar tradisional tidak lebih dari pasar modern, apalagi karakter masyarakat saat ini lebih menyukai tempat belanja yang nyaman dan efisien dan hal inilah yang ditawarkan oleh pasar modern. Pasar tradisional tidak memiliki dua hal tersebut karena keterbatasan modal, dan inilah yang harus dijembatani pemerintah. Kebijakan revitalisasi pasar adalah car yang tepat untuk mengatasi ketimpangan ini (Masitoh, 2013).

III.4 Implikasi Pembangunan Pasar Modern terhadap Pasar Tradisional

Dampak sosial ekonomi dapat dilihat dari sisi positif dan negatif sehingga dapat lebih berimbang dalam memberikan penilaian. Beberapa hal yang bersifat positif yaitu meningkatnya kelayakan dan kenyamanan usaha, terbukanya kesempatan kerja, perubahan status menjadi pedagang legal. Dampak negatif yaitu menurunnya pendapatan, meningkatnya biaya operasional, melemahnya jaringan sosial, dan menurunnya kesempatan pedaganguntukikut dalam kelompok-kelompoksosial non formal (Sinaga, 2004: 134).

Dalam Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 juga mengatur tentang pendirian pusat perbelanjaan dan toko modern yang harus memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat, usaha kecil dan usaha menengah yang ada di wilayah yang bersangkutan dan keberadaan pasar tradisional. Walaupun tidak tertulis dengan jelas peraturan zonasi yang memisahkan antara pasar tradisional dengan pasar modern, hal ini dikarenakan peraturan zonasi pendirian pasar tradisional dan pasar modern diserahkan pada rencana tata ruang pemerintah daerah ataupun pemerintah kota.

bappelitbangda

Setiap perubahan membawa konsekuensi tersendiri bagi masyarakat. Pembangunan sebagai suatu proses perubahan yang direncanakan, seiring berjalannya waktu tentu tidak terlepas dari dampak yang menyertainya. Pembangunan pada umumnya merupakan kehendak masyarakat yang terwujud dalam keputusan-keputusan yang diambil oleh para pemimpinnya (Soekanto, 1982). Dampak-dampak yang muncul tersebut dapat ditarik sebuah benang merah yakni adanya intervensi yang datang dari decision-making yang berpengaruh atas kondisi sebelum dan sesudahnya (Parsons, 2006).

Aspek sosial dalam kajian dampak yang dibingkai oleh terapan ilmu pengetahuan sosial secara sistematis ini, setidaknya untuk mengidentifikasi dua hal: (1) bentuk dan sifat penilaian atau respon masyarakat terhadap suatu usaha atau kegiatan; dan (2) perubahan penilaian atau respon masyarakat terhadap usaha atau kegiatan tersebut. Pembahasan masalah tersebut mencakup rentang kegiatan yang meliputi tahap prakonstruksi, tahap konstruksi dan pascakonstruksi, dengan memperhatikan tujuan dan target yang hendak dicapai (Usman: 2003).

Dari paparan penjelasan di atas, sekiranya dapat dirumuskan kerangka operasi dari dampak, baik positif maupun negatif, yang dirasakan oleh kelompok pedagang baik yang bersifat permanen maupun kontemporer dari pasar modern, sebagai berikut :

a) Sosial :

Menyangkut aspek-aspek relasi dan interaksi sosial para pedagang baik sebagai individu maupun kelompok, serta baik yang berlaku pada tataran struktural maupun kultural dengan elemen-elemen sosial lainnya yang menyangkut berjalannya kehidupan pasar, dan lain-lain.

b) Ekonomi :

Menyangkut aspek-aspek penyerapan tenaga kerja, perkembangan struktur ekonomi, perubahan pendapatan masyarakat, dan perubahan lapangan pekerjaan yang ada, dan lain-lain.

Karena pasar modern terkait dengan kegiatan usaha lainnya, terutama sektor publik maka pembangunan pasar modern tentu berakibat terhadap 2 (dua) hal,

bappelitbangda

yakni: akibat yang diharapkan terhadap pembangunan daerah dan akibat yang tidak diharapkan, terutama yang berdampak kepada ritel kecil (Engkus, 2015).

Pembangunan pasar modern pada sebuah wilayah diharapkan dapat menjadi lokomotif perkembangan ekonomi wilayah tersebut. Perkembangan ini karena pasar modern memerlukan kegiatan-kegiatan usaha lainnya. Akibatnya keberadaan pasar modern dapat menumbuhkan usaha-usaha baru, terutama usaha-usaha di level mikro dan kecil. Hal ini tentu menguntungkan dari sisi ketenagakerjaan. Secara internal pasar modern juga memerlukan tenaga kerja, di sisi ketenagaan ini akan berkembang lapangan kerja. Dampak lainnya, yaitu nilai tambah produk lokal menjadi lebih tinggi, karena berdasarkan peraturan pasar modern diwajibkan untuk menempatkan produk lokal sebagai barang yang diperjualbelikan.

Sementara itu dampak yang tidak diharapkan terhadap keberadaan pasar modern diantaranya adalah: dampak yang terjadi pada ritel kecil, terutama ritel kecil yang ada di sekitar lokasi, apabila berdekatan dengan pasar modern keberadaannya akan menurunkan omset usaha pasar tradisional, kemudian karena kawasan dimana pasar modern berada biasanya berkembang cukup pesat maka akan terjadi berbagai permasalahan sosial budaya, gangguan terhadap keamanan dan ketertiban, gangguan lalu lintas, pertumbuhan wilayah yang tidak terkendali yang akan membuat area tersebut tidak nyaman lagi untuk ditinggali atau melakukan kegiatan, masalah yang terkait dengan ekonomi masyarakat, ketercukupan infrastrukur, dan dampak yang tidak diharapkan lainnya.

Keberadaan ritel modern berpotensi menimbulkan konflik sosial ekonomi, lingkungan hidup, serta tata ruang wilayah. Gejolak sosial karena dekat kawasan pendidikan atau pasar tradisional, banjir karena Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (Amdal) yang buruk, dan kemacetan karena arus lalu lintas yang tidak sebanding ruas jalan. Pelajaran bagi semua ritel modern memang merupakan aset. Bila dikelola dengan baik, bisnis ini akan mendatangkan kesejahteraan. Banyaknya problem saat ini membutuhkan solusi yang tepat, sehingga dampak negatif keberadaan pasar modern dalam dieliminasi atau bahkan terjadi sinergi yang ideal antara pasar modern dengan ritel kecil/pasar tradisional (Hanafie, 2010).

bappelitbangda

III.5 USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM)

3.5.1 Pengertian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Definisi yang digunakan untuk usaha kecil dan usaha menengah di Indonesia sampai saat ini dirasakan sudah tidak sesuai dengan kondisi dunia usaha, serta kurang dapat digunakan sebagai acuan oleh instansi atau institusi lain, sehingga masing-masing institusi (BPS, Deperindag dan Bank Indonesia) menggunakan kriteria berbeda. Untuk itu sedang dilakukan peninjauan ulang terhadap definisi UKM yang dapat digunakan sebagai acuan utama. Selain dari itu pada ini muncul pengelompokkan usaha mikro yang definisinya adalah usaha keluarga yang mendekati miskin, yang dibantu oleh pemerintah dengan penyediaan kredit mikro.

Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, UMKM didefinisikan sebagai berikut :

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/ atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, ataupun menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia memiliki peranan penting dalam perekonomian nasional, terutama dalam kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Mengingat pentingnya peranan UMKM di bidang

bappeltbangda

ekonomi, sosial dan politik, maka saat ini perkembangan UMKM diberiperhatian cukup besar diberbagai belahan dunia.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mempunyai peranan yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. UMKM diharapkan mampu memanfaatkan sumber daya nasional, termasuk pemanfaatan tenaga kerja yangsesuai dengan kepentingan rakyat dan mencapai pertumbuhan ekonomi yang maksimum. Rahmana (2009) menambahkan UMKM telah menunjukkan peranannya dalam penciptaan kesempatan kerja dan sebagai salah satu sumber penting bagi pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB).

Usaha kecil juga memberikan kontribusi yang tinggi terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia disektor-sektor industri, perdagangan dan transportasi. Sektor ini mempunyai peranan cukup penting dalam penghasilan devisa negara melalui usaha pakaian jadi (*garment*), barang-barang kerajinan termasuk meubel dan pelayanan bagi turis.

Peranan dalam bidang sosial bahwa UMKM disini mampu memberikan manfaat sosial yaitu mereduksi ketimpangan pendapatan, terutama di negara-negara berkembang. Peranan usaha kecil tidak hanya menyediakan barang-barang dan jasa bagi konsumen yang berdaya beli rendah, tetapi juga bagi konsumen perkotaan lain yang berdaya beli lebih tinggi. Selain itu, usaha kecil juga menyediakan bahan baku atau jasa bagi usaha menengah dan besar, termasuk pemerintah lokal. Tujuan sosial dari UMKM adalah untuk mencapai tingkat kesejahteraan minimum, yaitu menjamin kebutuhan dasar rakyat.

Terdapat empat alasan yang menjelaskan posisi strategis UMKM di Indonesia. *Pertama*, UMKM tidak memerlukan modal yang besar sebagaimana perusahaan besar sehingga pembentukan usaha ini tidak sesulit usaha besar. *Kedua*, tenaga kerja yang diperlukan tidak menuntut pendidikan formal tertentu. *Ketiga*, sebagian besar berlokasi di pedesaan dan tidak memerlukan infrastruktur sebagaimana

bappelitbangda

perusahaan besar. *Keempat*, UMKM terbukti memiliki ketahanan yang kuat ketika Indonesia dilanda krisis ekonomi.

III.5.2 Kemitraan Toko Swalayan dengan Usaha Kecil dan Mikro

Kemitraan artinya perihal hubungan atau jalinan kerja sama sebagai mitra. Secara terminologi, konsep kemitraan merupakan terjemahan kebersamaan (*partnership*) atau bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungannya sesuai dengan konsep manajemen berdasarkan sasaran atau partisipatif. Karena sesuai konsep manajemen partisipatif, perusahaan besar harus bertanggung jawab mengembangkan usaha kecil dan masyarakat pelanggannya, karena pada akhirnya hanya konsep kemitraan (*partnership*) yang dapat menjamin eksistensi perusahaan besar, terutama untuk jangka Panjang (Marbun, 1996).

Pusat perbelanjaan dan Toko swalayan wajib bermitra sejajar dengan pasar tradisional dan atau UMKM melalui prinsip saling memerlukan, memperkuat dan menguntungkan. Sesuai dengan regulasi yang ada, kegiatan perdagangan di suatu wilayah bertujuan untuk meningkatkan kemitraan antara usaha besar dan koperasi, usaha mikro, kecil, dan menengah, serta Pemerintah dan swasta (Pasal 3 Poin f Undang – Undang Perdagangan No.7 Tahun 2014). Hal ini mengandung pengertian adanya kerja sama dalam keterkaitan usaha di bidang Perdagangan atas dasar prinsip saling memerlukan, memercayai, memperkuat, dan menguntungkan yang melibatkan koperasi serta usaha mikro, kecil dan menengah dengan usaha besar dan antara Pemerintah dan swasta.

Dalam pasal 7 hingga 9 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 23 Tahun 2021 disebutkan bahwa kemitraan antara Toko modern dengan UMKM dapat dilaksanakan dengan 2 pola sebagai berikut :

(1) Perdagangan Umum

Pola perdagangan umum dilakukan sesuai dengan mekanisme hubungan usaha antara toko modern dengan mitra-nya (UMKM). Bentuk kemitraan dari Pola Perdagangan Umum adalah kerja sama pemasaran, penyediaan lokasi usaha; dan / atau penyediaan pasokan. Kerja sama pemasaran dilakukan dengan

bappelitbangda

memasarkan barang hasil produksi UMKM yang dikemas atau dikemas ulang (*re-packaging*) dengan merek pemilik barang, merek Toko Modern atau merek lain yang disepakati seperti *private label* atau *house brand*. Bentuk lainnya adalah dengan menyediakan ruang usaha bagi UMKM dalam areal pusat perbelanjaan sesuai dengan peruntukan yang disepakati, dimana Kewajiban menyediakan ruang usaha dan/atau ruang promosi untuk usaha mikro dan usaha kecil dan/atau pemasaran produk dalam negeri dengan merek dalam negeri adalah paling sedikit 30% (tiga puluh persen) dari luas areal Pusat Perbelanjaan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Selain itu, UMKM dapat menjadi pemasok (*supplier*) produk bagi toko modern sepanjang memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh toko modern.

(2) Waralaba

Kemitraan dengan pola waralaba adalah menjadikan pelaku UMKM sebagai mitra dalam pola waralaba yang diatur dalam perundang-undangan mengenai waralaba.

Pelaksanaan pola kemitraan tersebut bersifat opsional, artinya dapat dilaksanakan salah satunya sesuai dengan kondisi dan kapasitas dari pemilik toko modern tersebut. Selain itu dalam pengembangan Kemitraan antara Pusat Perbelanjaan dan/atau Toko Swalayan dengan UMK-M, dilakukan dalam bentuk penyediaan fasilitasi berupa :

(1) Pemberian pelatihan;
(2) Konsultasi;
(3) Kerja sama pasokan Barang;
(4) Permodalan; dan/atau
(5) Bentuk bantuan lainnya.

Program kemitraan tersebut bertujuan agar keberadaan pasar modern dapat sinergis dengan upaya pembangunan ekonomi di suatu wilayah serta secara umum dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar.

bappelitbangda

III.5.3 Implementasi Program Kemitraan

Penyusunan program kemitraan harus berdasarkan kondisi yang berkembang, kemampuan organisasi pelaksana serta regulasi yang telah ditetapkan pemerintah, sesuai dengan prinsip saling memerlukan, memercayai, memperkuat, dan menguntungkan. Berbagai pola kemitraan bisa dikembangkan sesuai dengan tahapan bisnis yang sedang dikembangkan. Berdasarkan tahapannya, kemitraan bisa dikelompokkan menjadi tiga, yaitu kemitraan sederhana, kemitraan tahap madya, dan kemitraan tahap utama (Supriyati dan Elizabeth, 2011).

Menurut Hafsah (2000), pola kemitraan dapat dikembangkan mulai dari yang paling sederhana sampai pola ideal yang mewujudkan ketergantungan yang besar antara pihak-pihak yang bermitra, yaitu Pola Kemitraan Tahap Pemula (Sederhana); Pola Kemitraan Tahap Madya serta Pola Kemitraan Tahap Utama.

1. Pola Kemitraan Sederhana (pemula)

   Pola kemitraan ini dijalankan dengan mekanisme sebagai berikut :

   a) Perusahaan/pengusaha besar memberikan bantuan atau kemudahan memperoleh permodalan untuk mengembangkan usaha, penyediaan sarana produksi, teknologi (alat mesin) untuk meningkatan produksi dan mutu produksi.
   b) Pengusaha usaha kecil yang menjadi mitra mempunyai kewajiban untuk memasokkan hasil produksinya kepada pengusaha besar mitranya dengan jumlah dan standar mutu sesuai dengan standar yang telah disepakati bersama
   c) Pemerintah memberikan fasilitas dan kemudahan dalam berinvestasi, penyediaan/pembangunan sarana prasarana transportasi, telekomunikasi, listrik serta perangkat perundang-undangan yang mendukung kemitraan usaha

2. Pola Kemitraan Tahap Madya

   Pola kemitraan ini dijalankan dengan mekanisme sebagai berikut :

   a) Usaha besar memberikan pembinaan dalam bantuan teknologi, alat mesin, industri pengolahan (agrobisnis) serta jaminan pemasaran;

bappelitbangda

b) Usaha kecil telah mampu mengembangkan usahanya mulai dari merencanakan usaha serta sampai pengadaan sarana produksi dan permodalan;
c) Sedangkan peran pemerintah dan lembaga terkait tetap sama sebagaimana peran dalam pola sederhana yaitu sebagai fasilitator.

3. Pola Kemitraan Tahap Utama

Pola kemitraan ini dijalankan dengan mekanisme sebagai berikut :

a) Pihak pengusaha kecil bersama-sama mempunyai patungan atau menanamkan modal usaha pada usaha besar misalnya dalam bentuk saham;
b) Peran pemerintah sebagai fasilitator dan pembina kemitraan usaha.

Kemitraan merupakan suatu strategi bisnis dalam bentuk kerja sama yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dalam waktu tertentu dengan prinsip saling membutuhkan, saling membesarkan, saling memperkuat dan tentunya saling membutuhkan. Melalui kemitraan dengan usaha besar, diharapkan usaha mikro dan kecil bisa lebih maju karena adanya jaminan pemasaran bagi produk yang dihasilkan, serta akan mengurangi fluktuasi harga jual yang bisa merugikan usaha kecil. Selanjutnya posisi kemitraan akan lebih setara atau mempunyai daya tawar yang lebih baik jika usaha kecil juga mempunyai saham dalam bisnis tersebut. Bukan hanya pembagian keuntungan (*dividen*) yang diperoleh usaha kecil, tetapi juga terlibat dalam pengambilan keputusan bisnis dimana kedua belah pihak berkepentingan.

III.6 PENGENDALIAN

Pengendalian menurut Bambang W Wahyudi (2014) adalah bagian dari pelaksanaan fungsi manajerial, yaitu suatu kegiatan melakukan pengukuran antar kegiatan yang dilakukan dengan standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Hal ini dilakukan agar pelaksanaan program sesuai dengan peraturan dan atau strategi yang telah direncanakan sebelumnya.

bappelitbangda

Pengukuran Langkah-langkah pengedalian dapat dilakukan berdasarkan konsep yang diutarakan oleh Griffith (2014) berikut ini :

1. *Establishing Standards*

   Merupakan langkah awal pengendalian di dalam teori Ricky W. Griffin. Standar dapat juga disebut sebagai kriteria untuk menilai kinerja organisasi atau unit kerja dari organisasi tersebut. Dalam menetapkan standar terdapat indikator-indikator yang harus dipenuhi, diantaranya ialah:

   a. Terdapat Standar / Pedoman yang Jelas dan
   b. Terdapat alur kerja yang jelas

2. *Measuring Performance*

   Selanjutnya langkah kedua dalam proses pengendalian adalah mengukur kinerja. Pengukuran kinerja adalah aktivitas konstan dan kontinu (berkelanjutan) bagi sebagian besar organisasi yang dilakukan dengan :

   a. Pengawasan
   b. Evaluasi Hasil Pengawasan
   c. Pelaporan Hasil Evaluasi Pengawasan

3. *Comparing Performance Against Standards*

   Tahap ini dilakukan dengan membandingkan kinerja aktual dengan standar yang ditentukan merupakan langkah yang sangat penting. Langkah penetapan standar dan langkah pengukuran kinerja pada dasarnya adalah langkah persiapan, sedangkan langkah perbandingan ini merupakan langkah aktif yang harus dikerjakan oleh seorang atasan.

4. *Considering Corective Action*

   Mengambil tindakan merupakan tahapan terakhir dari langkah-langkah pengendalian. Oleh karena itu tahapan ini memiliki arti penting bagi keberhasilan suatu tujuan organisasi guna mewujudkan perbaikan terhadap penyimpangan-penyimpangan yang ada. Di dalam mengambil tindakan terdapat aspek penting yaitu :

bappelitbangda

a. Terdapat Langkah Atau Tindakan Untuk Perbaikan

   Tahapan ini merupakan konsekuensi dari hasil pengendalian, yaitu setelah diadakan penilaian apabila masih terdapat kekurangan / pelanggaran maka akan dilakukan perbaikan atau memberikan sanksi bagi siapapun yang melanggar.

b. Adanya usaha untuk meminimalisasi pelanggaran

   Hal ini dilakukan sebagai upaya pencegahan adanya pelanggaran sehingga dapat meminimalisasi adanya dampak yang tidak diharapkan dari adanya pelanggaran baik secara material maupun non-material.

III.7 KAJIAN REGULASI PENGENDALIAN PASAR MODERN DI PEMERINTAH DAERAH

Regulasi daerah yang mengatur mengenai pasar modern di Kabupaten Bandung Barat diatur dalam Peraturan Daerah No.21 Tahun 2011 tentang Penyelenggaraan Pasar, Retribusi Pelayanan Pasar Dan Retribusi Pasar Grosir Dan/Atau Pertokoan yang ditindaklanjuti dengan Peraturan Bupati No.12 tahun 2012. Peraturan daerah ini terdiri dari Bab yaitu Bab I mengenai Ketentuan Umum; Bab II Pengelompokan, Pasar; Bab III mengenai Penataan Pasar; Bab IV mengenai Pengelolaan dan Pemanfaatan Pasar Milik Pemerintah Daerah; Bab V mengenai Perizinan; Bab VI mengenai Retribusi; Bab VII mengenai Pembinaan dan Pengawasan; Bab VIII mengenai Peran Serta Masyarakat; Bab IX Sanksi Administrasi; Bab X Penyidikan; Bab XI Ketentuan Pidana; dan Bab XII Penutup.

Beberapa aspek penting yang terkait dengan pengendalian pasar modern dalam kerangka melindungi eksistensi pasar tradisional adalah mengenai Pembagian Jenis Pasar Modern, Jarak dengan Pasar Tradisional, Lokasi atau Tempat Usaha; Waktu Operasional; Kemitraan atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan serta Perizinan. Berikut adalah hasil identifikasi aspek pengendalian dalam regulasi yang berlaku di Kabupaten Bandung Barat dibandingkan dengan 2 wilayah lainnya (Kabupaten Bandung dan Kota Bandung) sehingga diperoleh gambaran mengenai upaya pengendalian pasar modern di wilayah terdekat lainnya :

bappelitbangda

Tabel 3.1 : Perbandingan Pengendalian Pasar Modern berdasarkan Regulasi yang Berlaku di Kabupaten Bandung Barat, Kabupaten Bandung dan Kota Bandung

Aspek	Perda Kab Bandung Barat No.21/2011 dan Perbup No.12 tahun 2011	Perda Kab. Bandung No.3/2019 dan Perbup 8/ 2020	Perda Kota Bandung No.02/2009 dan Perwal No.335/2012
Pembagian jenis pasar modern	Ditentukan berdasarkan : 1. Luas lantai penjualan; 2. Pola penjualan dan jenis barang yang dijual	Ditentukan berdasarkan : 1. Luas lantai penjualan; 2. Pola penjualan dan jenis barang yang dijual	Ditentukan berdasarkan : 1. Luas lantai penjualan; 2. Pola penjualan dan jenis barang yang dijual
Jarak dengan pasar tradisional/ pasar rakyat	1. Penentuan jarak mempertimbangkan : a. Lokasi pendirian *hypermarket* atau pasar tradisional dengan *hypermarket* atau pasar tradisional yang sudah ada sebelumnya; b. Iklim usaha yang sehat dengan pasar tradisional; c. Aksesibilitas arus lalu lintas; d. Dukungan/ketersediaan infrastruktur; dan e. Perkembangan pemukiman baru. 2. Jarak toko modern dengan pasar tradisional adalah 500 m untuk perkotaan dan 1.000 m untuk perdesaan	1. Pemda menetapkan jumlah maksimal pasar rakyat, pusat perbelanjaan dan toko swalayan di suatu kecamatan beserta jarak minimal dengan pasar rakyat 2. Jarak pusat perbelanjaan maupun toko swalayan dengan pasar rakyat paling dekat adalah 1.000 m.	1. Minimarket berjarak minimal 0,5 Km dari pasar tradisional dan 0,5 Km dari usaha kecil sejenis yang terletak di pinggir kolektor/arteri; 2. supermarket dan departement store berjarak minimal 1,5 Km dari pasar tradisional yang terletak di pinggir kolektor/arteri; 3. Hypermarket dan perkulakan berjarak minimal 2,5 Km dari pasar tradisional yang terletak di pinggir kolektor/arteri; 4. Minimarket yang terletak di pinggir jalan lingkungan dengan luas gerai s/d 200 m2, berjarak minimal 0,5 Km dari pasar tradisional dan Usaha Kecil sejenis; 5. Penempatan pedagang tradisional berjarak dalam rangka kemitraan dilarang menggunakan ruang milik jalan;

bappelitbangda

Aspek	Perda Kab Bandung Barat No.21/2011 dan Perbup No.12 tahun 2011	Perda Kab. Bandung No.3/2019 dan Perbup 8/ 2020	Perda Kota Bandung No.02/2009 dan Perwal No.335/2012
			6. Pengaturan jarak tidak berlaku untuk kawasan pusat primer;
Lokasi / tempat usaha	1. Mengacu kepada RTRW, RDTR atau pengaturan zonasi 2. Toko modern dan pusat perbelanjaan, tidak dapat didirikan di jalan desa, kecuali wilayah yang diperuntukan bagi kegiatan jasa dan perdagangan di perkotaan	1. Mengacu kepada RTRW, RDTR atau pengaturan zonasi 2. Pengaturan yang lebih detail sebagai berikut : a. Minimarket dan Midimarket berlokasi di sistem jaringan jalan dan dalam hal Minimarket terletak di kawasan perumahan, hanya dapat berlokasi di pusat niaga kawasan perumahan; b. Supermarket dan Departemen Store tidak dapat berlokasi letak di sistem jaringan jalan lingkungan perumahan dan kawasan pelayanan lingkungan perumahan; c. Hypermarket dan Pusat Perbelanjaan hanya berlokasi di sistem atau akses jaringan jalan arteri atau jalan kolektor; dan d. Perkulakan hanya dapat berlokasi di akses sistem jaringan jalan arteri atau jalan kolektor primer atau arteri sekunder.	1. Mengacu pada Rencana Tata Ruang Wilayah dan Rencana Tata Ruang Kota termasuk Peraturan zonasinya 2. Pengaturan lebih detail sebagai berikut (1) Perkulakan hanya dapat berlokasi pada sistem jaringan jalan arteri atau kolektor primer atau arteri sekunder. (2) Hypermarket & Pusat Perbelanjaan a. hanya dapat berlokasi pada sistem jaringan jalan arteri atau kolektor; dan b. dilarang berada pada kawasan pelayanan lokal atau lingkungan di dalam kota/perkotaan. (3) Supermarket dan Dept Store : a. dilarang berlokasi pada sistem jaringan jalan lingkungan; dan b. dilarang berada pada kawasan pelayanan lingkungan di daerah. (4) Minimarket dapat berlokasi pada sistem jaringan jalan, termasuk sistem jaringan jalan lingkungan pada kawasan pelayanan lingkungan (perumahan) di daerah.

bappelitbangda

Aspek	Perda Kab Bandung Barat No.21/2011 dan Perbup No.12 tahun 2011	Perda Kab. Bandung No.3/2019 dan Perbup 8/ 2020	Perda Kota Bandung No.02/2009 dan Perwal No.335/2012
			(5) Luas gerai minimarket pada sistem jaringan jalan lingkungan pada kawasan pelayanan lingkungan (perumahan) maksimal 200 m2 (dua ratus meter persegi); dan (6) Pasar Tradisional dapat berlokasi pada setiap sistem jaringan jalan.
Sarana/ Fasilitas yang disediakan	Fasilitas yang wajib disediakan adalah : 1. Areal parkir; 2. Bongkar muat barang; 3. Tempat ibadah; 4. Toilet; 5. Tempat penampungan sementara sampah dan kebersihan lainnya; 6. Tempat duduk untuk areal makanan; 7. Keamanan; 8. Sistem proteksi dan penanggulangan kebakaran; 9. Aksesibilitas penyandang cacat; dan 10. Fasilitas umum lainnya	Fasilitas minimum yang wajib disediakan : a. areal parkir; b. bongkar muat; c. tempat ibadah; d. toilet; e. tempat penampungan sampah sementara; f. tempat duduk untuk area makan; g. pos keamanan; h. sistem proteksi dan penanggulangan kebakaran; i. drainase yang ditutup dengan grill; j. akses jalan keluar masuk; k. ruang terbuka hijau; l. ruang laktasi; dan m. akses penyandang disabilitas.	Fasilitas minimum yang wajib disediakan : a. menyediakan areal parkir paling sedikit seluas kebutuhan parkir 1 (satu) buah kendaraan roda empat untuk setiap 100 m2 luas lantai penjualan Pasar Tradisional dan 60 m2 (enam puluh meter persegi) luas lantai penjualan Pusat Perbelanjaan dan/atau Toko Modern; b. menyediakan ruang terbuka hijau minimal 20% (dua puluh persen) dari luas lahan; c. menyediakan sarana dan fasilitas ibadah yang representatif bagi pengunjung dan karyawan; d. menyediakan toilet yang memadai; e. menyediakan sarana aksebilitas bagi para penyandang cacat;

bappeltbangda

Aspek	Perda Kab Bandung Barat No.21/2011 dan Perbup No.12 tahun 2011	Perda Kab. Bandung No.3/2019 dan Perbup 8/ 2020	Perda Kota Bandung No.02/2009 dan Perwal No.335/2012
			f. menyediakan tempat sampah tertutup di tempat yang strategis; g. memberikan kesempatan kepada karyawan untuk melaksanakan ibadah, istirahat, makan pada waktunya; h. mentaati perjanjian kerja serta menjamin keselamatan, kesehatan dan kesejahteraan karyawan; i. menyediakan alat pemadam kebakaran yang siap pakai dan mencegah kemungkinan timbulnya bahaya kebakaran ditempat usahanya; j. memberitahukan secara tertulis kepada Walikota selambat-lambatnya 14 (empat belas) hari apabila penyelenggaraan usaha tidak berjalan lagi atau telah dialihkan kepada pihak lain; dan k. Menyediakan fasilitas umum lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku.
Waktu operasional	Senin-Jumat : 10.00 – 22.00 dan Sabtu-Minggu : 10.00 – 23.00; Hari libur nasional 10.00 – 24.00.	Senin-Jumat : 09.00 – 22.00 dan Sabtu-Minggu : 09.00 – 23.00; Hari libur nasional 09.00 – 24.00. Kecuali bagi Minimarket yang berlokasi di dalam kawasan bandara, terminal, stasiun, rumah sakit, dan stasiun pengisian bahan bakar umum yang melayani konsumen selama 24 jam	Adanya waktu pelayanan 10.00-22.00. Walikota dapat menetapkan waktu pelayanan melampaui pukul tersebut.

bappelitbangda

Aspek	Perda Kab Bandung Barat No.21/2011 dan Perbup No.12 tahun 2011	Perda Kab. Bandung No.3/2019 dan Perbup 8/ 2020	Perda Kota Bandung No.02/2009 dan Perwal No.335/2012
Kemitraan/ tanggungjawab sosial	a. Terdapat syarat rencana kemitraan dengan UMKM dalam dokumen kajian analisa sosial-ekonomi sebagai bagian dari persyaratan perizinan, tetapi tidak dicantumkan dengan detail jenis dan bentuk serta ruang lingkup kemitraan yang bisa dilakukan. b. Bentuk dan jenis Kerja sama/ kemitraan tercantum pada lampiran Perbup	a. Seluruh jenis pusat perbelanjaan dan toko swalayan wajib melaksanakan program kemitraan yang dicantumkan dalam dokumen kajian sosial-ekonomi masyarakat setempat sebagai salah satu dokumen yang dibutuhkan dalam proses perizinan. b. Kerja sama usaha dan kemitraan tercantum dengan jelas pada Perda	a. Aturan kemitraan yang lebih jelas mengenai luas ruang usaha dalam hal % penyediaan ruang usaha bagi UMKM. b. Adanya ketentuan yang lebih jelas untuk memprioritaskan UMKM dari wilayah sekitar dalam kemitraan
Peraturan Anti Monopoli dan Persaingan Tidak Sehat	Tidak adanya pengaturan yang spesifik mengenai hal ini dalam perda	Tidak adanya pengaturan yang spesifik mengenai hal ini dalam perda	Terdapat peraturan batasan persaingan dan perlindungan usaha dalam Perda
Perizinan	Terdapat syarat dan mekanisme perizinan baik secara yuridis, administratif dan teknis (IUPP dan IUTS)	Terdapat syarat dan mekanisme perizinan baik secara yuridis, administratif dan teknis (IUPP dan IUTS)	Terdapat syarat dan mekanisme perizinan baik secara yuridis, administratif dan teknis (IUPP dan IUTS) dimana mekanisme perizinan secara detail dibahas di dalam Peraturan Walikota

bappelitbangda

Berdasarkan pemaparan regulasi mengenai pasar modern pada 3 daerah tersebut, dapat dilihat adanya upaya pengendalian pasar modern dan perlindungan terhadap pasar tradisional atau pasar rakyat.

Secara khusus regulasi mengenai pasar modern dan pasar tradisional/ pasar rakyat di Kabupaten Bandung Barat perlu untuk diperbarui, mengikuti dengan aturan terbaru yaitu Undang-Undang No.11 tahun 2020 tentang Cipta Kerja, Peraturan Pemerintah No 29 Tahun 2021 Tentang Perdagangan, dan Peraturan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No.23 Tahun 2021 tentang Pedoman Pengembangan, Penataan, dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan.

Selain itu terdapat beberapa aspek yang perlu untuk menjadi perhatian dalam konteks pengendalian pasar modern untuk melindungi eksistensi pasar tradisional/ pasar rakyat, yang pertama yaitu mengenai jarak pasar modern (pusat perbelanjaan dan toko swalayan) dengan pasar tradisional yang masih umum dimana hanya tercantum jarak minimal yang dibedakan berdasarkan kategori karakteristik wilayah perkotaan dan perdesaan tanpa membedakan dampak dari pusat perbelanjaan dan toko swalayan terutama retail terhadap pasar tradisional dan UMKM.

Aspek kedua adalah mengenai rencana kemitraan antara pasar modern dengan UMKM setempat yang belum dicantumkan lebih detail baik di dalam Perda maupun peraturan bupati. Kemitraan merupakan suatu upaya meminimalisasi dampak negatif dari keberadaan pasar modern terhadap pasar tradisional, khususnya bagi UMKM sekitar karena adanya dampak persaingan usaha yang tidak terhindarkan. Dengan adanya kemitraan, keberadaan usaha pasar modern skala besar dan menengah akan menjadi stimulus bagi perkembangan usaha UMKM sekitar karena terdapat mekanisme kerja sama yang saling menguntungkan. Dalam hal ini, regulasi harus mencantumkan dengan jelas bentuk kemitraan yang dapat dilaksanakan beserta ketentuan nya seperti yang terdapat pada peraturan daerah di Kabupaten Bandung dan Kota Bandung yang mensyaratkan adanya pemberian

bappelitbangda

ruang usaha berdasarkan persentase luas lantai penjualan pusat perdagangan dan atau toko swalayan.

Aspek lainnya adalah peraturan mengenai pembatasan monopoli dan persaingan tidak sehat. Hal ini dapat diatur misalnya dalam menetapkan jenis produk yang tidak boleh diperdagangkan, ataupun skema batas bawah harga yang dijual oleh pasar modern mengacu kepada harga yang berlaku umum di pasar tradisional.

bappelitbangda

BAB IV
METODOLOGI PELAKSANAAN PEKERJAAN

IV.1 METODOLOGI KAJIAN

IV.1.1 Metode Kajian

Secara umum kajian ini menggunakan metode deskriptif, yaitu metode yang memaparkan suatu kondisi secara alami berdasarkan pengumpulan data faktual di lapangan. Dalam hal ini pihak konsultan akan melakukan pengumpulan data aktual yang terkait dengan pembangunan pasar modern, keberadaan pasar tradisional, kondisi sosial ekonomi masyarakat, lingkungan sekitar objek kajian dan kondisi UMKM di sekitar pasar modern baik melalui studi dokumen/ literatur maupun pengambilan data lapangan. Data tersebut selanjutnya akan dipaparkan melalui kata, angka, dan grafik untuk selanjutnya dilakukan analisa dan kesimpulan.

Metode pelaksanaan yang dilakukan untuk mencapai keluaran adalah :

a) Persiapan, baik secara teknis dan administratif;
b) Koordinasi dengan pihak Pemerintah Daerah Kabupaten Bandung Barat, dalam hal ini adalah Badan Perencanaan Pembangunan, Penelitian, dan Pengembangan Daerah Kabupaten Bandung Barat;
c) Pelaksanaan survey lapangan; serta
d) Analisa dan Penyusunan Laporan.

Kegiatan direncanakan dan dikerjakan oleh 5 orang tenaga ahli yang telah memiliki tugas pokok dan fungsi masing-masing. Ruang lingkup dalam kegiatan ini adalah sebagai berikut :

a) Melaksanakan kajian literatur mengenai regulasi pembangunan pasar modern dan pasar tradisional;
b) Mengumpulkan data-data sekunder mengenai pasar modern dan tradisional;
c) Melakukan survey observasional kondisi pasar tradisional dan UMKM sekitar pasar modern.

bappelitbangda

d) Memastikan informasi data survei yang disajikan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.
e) Melakukan wawancara terhadap pihak-pihak terkait dampak pembangunan pasar modern.
f) Melakukan analisa data dan menyusun laporan kajian.

Metode analisa yang digunakan untuk menjustifikasi temuan-temuan studi di lapangan adalah dengan analisis deskriptif. Selanjutnya dilakukan perbandingan antar temuan-temuan studi yang diperoleh. Diharapkan dari survei yang dilakukan, dapat diperoleh beberapa temuan yang dapat dijadikan sebagai *good practises* (contoh-contoh baik) dan *bad practises* (contoh-contoh buruk).

IV.1.2 Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah pendekatan partisipatif, yaitu merupakan usaha penyelesaian persoalan yang menjadi target pekerjaan secara aktif dengan berupaya melakukan pelibatan semua *stakeholder* terkait, khususnya masyarakat sebagai aktor inti dalam Kajian ini. Pendekatan partisipatif dipilih dalam penyelesaian pekerjaan untuk menggali informasi yang dalam, sehingga rumusan persoalan dan solusi yang dihasilkan tepat pada sasarannya. Pendekatan ini memungkinkan '*ownership*' yang tinggi dari para *stakeholders* di daerah terhadap seluruh proses maupun hasil pekerjaan studi ini.

Pelaksanaan pekerjaan dilakukan dengan kombinasi dua metode, yaitu deduktif dan induktif. Pendekatan Deduktif dilakukan dengan mempertimbangkan teori, kasus dan preseden. Cakupan pendekatan deduktif ini adalah :

a. Kajian literatur/ dokumen mengenai kondisi dan kebutuhan peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar;
b. Kajian literatur / dokumen mengenai berbagai pengertian tentang program kemitraan dengan UKM;
c. Standar, Ketentuan Teknis, Panduan, dan Peraturan perundangan yang berlaku terkait dengan penataan pasar modern (pusat perbelanjaan dan toko swalayan) serta kemitraan dengan UKM.

bappelitbangda

Pelaksanaan Kegiatan kajian dengan pendekatan induksi ini didasarkan pada kajian yang menyeluruh, rinci dan sistematik terhadap karakterisitik aktivitas bisnis dan masalah yang dihadapi terkait dengan keberadaan Pasar Modern. Kombinasi Dua Pendekatan Induktif dan Pendekatan Deduktif tersebut dilaksanakan dengan memanfaatkan hasil kajian dengan pendekatan deduksi yang dikoreksi dan divalidasi dengan kondisi dan persoalan empirik yang ada (pendekatan induktif).

IV.1.3 Fokus Pembahasan Kajian

Fokus dalam kajian ini adalah mendeskripsikan dan menganalisa dampak pembangunan pasar modern terhadap eksistensi pasar tradisional, untuk selanjutnya menjadi rumusan rekomendasi kebijakan pengendalian pasar modern di Kabupaten Bandung Barat.

Secara spesifik, kajian ini akan membahas mengenai aspek-aspek berikut ini :

1. **Perkembangan Pasar Modern dan Pasar Tradisional di Kabupaten Bandung Barat**
   a) Jumlah, persebaran dan data statistik lainnya terkait dengan pembangunan pasar modern dan pasar rakyat di Kabupaten Bandung Barat;
   b) Jumlah, persebaran dan data statistik lainnya jumlah UMKM di Kabupaten Bandung Barat;
   c) Kesesuaian pembangunan pasar modern dan pasar tradisional dengan regulasi yang berlaku;
   d) Kondisi lingkungan (aksesibilitas wilayah, kondisi infrastruktur, fasilitas umum, sarana perekonomian serta sanitasi pemukiman) pasar modern dan pasar tradisional.
2. **Dampak positif dan negatif yang diakibatkan oleh keberadaan Pasar Modern :**
   a) Dampak Ekonomi;
   b) Dampak Sosial dan Budaya;
   c) Dampak Lingkungan.

bappelitbangda

3. Analisa Best Practice Penataan dan Pengendalian Pasar Modern

a) Melakukan kajian perbandingan penataan dan pengendalian pasar modern di wilayah lain.

b) Best practice UMKM yang mampu bertahan dan bersaing dengan pasar modern

4. Rekomendasi kebijakan penataan dan pengendalian pasar modern.

IV.1.4 Jenis dan Sumber Data

Data pada penelitian ini terbagi ke dalam data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan oleh konsultan secara langsung terhadap obyek kajian ini (masyarakat dan pihak perusahaan), sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak luar (pemerintah, lembaga survey, dan media massa). Secara rinci, data yang diperlukan beserta sumber dan metode pengumpulan data dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.1 Jenis, Sumber dan Metode Pengumpulan Data

No	Data	Sumber Data	Metode Pengumpulan Data
Jenis Data : Primer			
1	Lingkungan Fisik : - Kondisi perumahan warga - Sarana dan prasarana lingkungan - Kondisi infrastruktur - Fasilitas umum - Sarana peribadatan - Fasilitas kesehatan & pendidikan - Sarana dan aksesibilitas transportasi	Kondisi Aktual Lapangan	- Observasi - Dokumen Check list - Foto dokumentasi
2	Aktivitas Kegiatan Perekonomian masyarakat : - Pasar tradisional, retail modern, Pom Bensin, toko klontongan, UMKM / industri rumahan, jasa, dan lain sebagainya	Kondisi Aktual Lapangan	- Observasi - Dokumen check list - Foto dokumentasi
3	Pengetahuan, persepsi dan harapan masyarakat terhadap keberadaan Pasar Modern	Masyarakat umum, tokoh masyarakat, pelaku UKM	- Kuesioner, Wawancara terstruktur

bappelitbangda

No	Data	Sumber Data	Metode Pengumpulan Data
Jenis Data : Sekunder			
1	Statistik Perekonomian Kab Bandung Barat	BPS, Bank Indonesia	Website resmi,
2	Data Tingkat kesejahteraan penduduk Kabupaten Bandung Barat	BPS	Website resmi, mendatangi kantor
3	Data tingkat pendidikan penduduk di Kabupaten Bandung Barat	BPS, Dinas Pendidikan Kabupaten Bandung Barat	Website resmi, mendatangi kantor
4	Data ketenagakerjaan Kabupaten Bandung Barat	BPS, Dinas Tenaga Kerja	Website resmi, atau mendatangi kantor
5	Statistik UKM beserta produk unggulan UKM di Kabupaten Bandung Barat	BPS, Dinas Perindustrian dan UKM	Website resmi, atau mendatangi kantor
6	Zonasi dan Kesesuaian Lokasi	Perda RTRW Kabupaten Bandung Barat	Website resmi, atau mendatangi kantor
7	Regulasi terkait penataan pusat perbelanjaan modern dan tradisional	Perda, dan regulasi setingkat di atasnya	Website resmi, atau mendatangi kantor
8	Rencana program manajemen dalam rangka Kemitraan dengan UMKM	APRINDO	Korespondensi via email/ pos.
9	Fasilitas umum toko modern yang bisa digunakan masyarakat tanpa membayar	LOTTE MART, Indomaret	Korespondensi via email/ pos.
10	Perkiraan jumlah tenaga kerja yang terserap	APRINDO	Korespondensi via email/ pos.
11	Data proyeksi perputaran omzet, proyeksi transaksi tenant per tahun, yang dihasilkan saat beroperasi	APRINDO	Korespondensi via email/ pos.

IV.1.5 Metode Analisa

Teknik analisis yang dipergunakan untuk menjustifikasi temuan-temuan studi di lapangan adalah dengan analisis deskriptif. Selanjutnya dilakukan perbandingan antar temuan-temuan studi yang diperoleh. Diharapkan dari survei yang dilakukan, dapat diperoleh beberapa temuan yang dapat dijadikan sebagai *good practises* (contoh-contoh baik) dan *bad practises* (contoh-contoh buruk).

bappeltbangda

Tahap pertama adalah identifikasi kondisi eksisting di lapangan. Hal ini dilakukan untuk mengetahui kondisi riil yang terjadi di lapangan. Analisis kondisi / status dilakukan dengan mengumpulkan data primer dan data sekunder.

Tahap kedua adalah mengidentifikasi potensi permasalahan dari keberadaan Pasar Modern. Pada tahap ini dilakukan identifikasi sebab-sebab timbulnya masalah sehingga memudahkan cara mengatasinya. Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut :

1) Kenali penyebab masalah yang penting;
2) Memahami semua akibat dan penyebab;
3) Membandingkan prosedur kerja;
4) Menemukan pemecahan yang tepat;
5) Memecahkan hal apa yang harus diilakukan; serta
6) Mengembangkan proses.

Tahap Ketiga adalah melakukan analisis kesenjangan (*gap analysis*) antara kondisi saat ini dengan kondisi ideal atau seharusnya pada aspek-aspek yang masih menjadi penghambat atau masalah utama dalam pemberdayaan dan kemitraan dengan UKM. Output dari tahap ini adalah kelayakan dari Pasar Modern berdasarkan dampak yang dapat ditimbulkan.

Selanjutnya pada ***Tahap Keempat*** dilakukan perumusan rencana untuk program tanggungjawab sosial dan kemitraan dengan UKM lokal di sekitar pembangunan Pasar Modern. Selanjutnya dilakukan *review* bersama antara tenaga ahli, kordinator tim dan pihak-pihak terkait untuk memperbaiki rencana program yang diajukan.

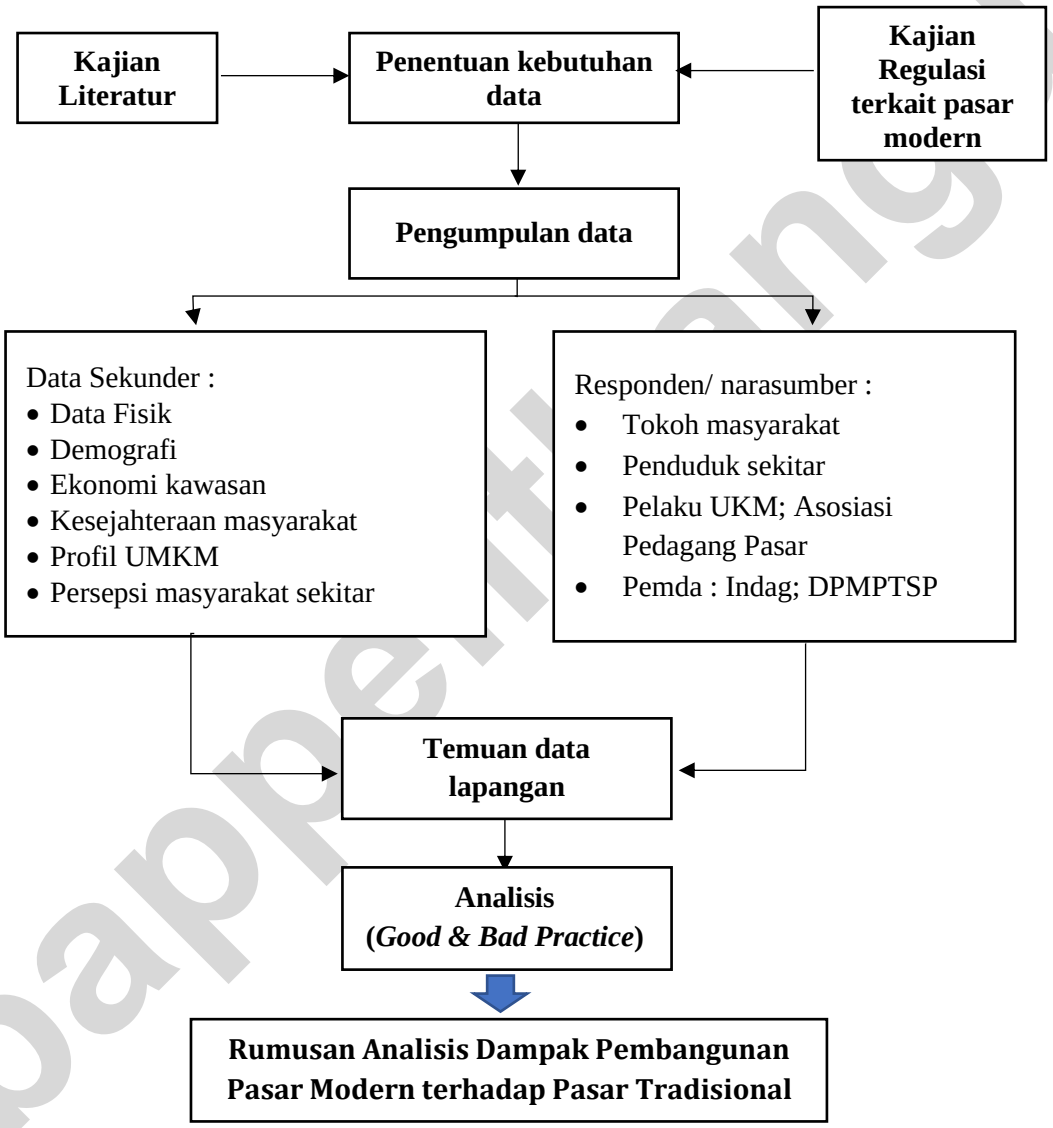
IV.2 CAKUPAN WILAYAH DAN TAHAPAN PENELITIAN

Kajian ini berisikan pemaparan analisa sosial-ekonomi masyarakat dan rencana kemitraan dengan UKM Lokal yang secara khusus berada di sekitar lokasi Pasar Modern. Cakupan wilayah secara spesifik berada di radius ± 2,5 km sesuai dengan regulasi dampak pusat perbelanjaan dan toko swalayan, yang berada di wilayah Kecamatan Lembang dan Batujajar, Kabupaten Bandung Barat.

bappelitbangda

Kajian ini disusun berdasarkan regulasi terkait keberadaan toko Modern, Rencana Tata Ruang dan Wilayah Kabupaten Bandung Barat dan kewajiban tanggung jawab sosial perusahaan. Regulasi yang ada selanjutnya akan dibandingkan dengan konsep-konsep kemitraan dan temuan kondisi empiris di lapangan, sehingga menjadi dasar dari penyusunan rekomendasi program kemitraan antara perusahaan dengan masyarakat sekitar.

Tahapan kegiatan penyusunan kajian ini dapat dilihat pada bagan berikut ini :



Gambar 4.1 Bagan Kerangka dan Alur Kajian

bappeltibangda

Kegiatan Penyusunan Kajian Dampak Pembangunan Pasar Modern terhadap Eksistensi Pasar Tradisional adalah selama 30 (tiga puluh) hari dengan *timeline* sebagai berikut :

Tabel 4.2 Rencana dan Jadwal Kegiatan

TAHAPAN PEKERJAAN	MINGGU			
	1	2	3	4
TAHAP PERSIAPAN				
Pengumpulan dan Pengolahan Data Awal				
TAHAP PELAKSANAAN				
Survey lapangan dan pengumpulan data lanjutan				
Pengolahan data				
PENYUSUNAN LAPORAN KEGIATAN				

bappelitbangda

BAB V

PERKEMBANGAN PASAR TRADISIONAL DAN PASAR MODERN DI KABUPATEN BANDUNG BARAT

Keberadaan pasar tradisional/ pasar rakyat sangat penting bagi suatu daerah. Pasar merupakan salah satu sarana penggerak perekonomian masyarakat, dimana dengan adanya pasar membuat banyak orang memiliki pekerjaan atau mendapat penghasilan. Pasar juga berfungsi sebagai alur distribusi utama produk dari produsen ke konsumen serta menjadi tempat pembentuk harga keseimbangan pasar. Sehingga kebijakan pengendalian harga pada dasarnya dilakukan dengan melakukan perbaikan distribusi produk di pasar tradisional. Bagi konsumen, keberadaan pasar membantu konsumen dalam membandingkan harga, kualitas serta barang yang dibutuhkan. Pasar juga memiliki peran sosial – budaya dimana terjadinya interaksi sosial antara penjual-pembeli maupun sesama penjual dapat memperkuat ikatan sosial di tengah masyarakat.

Efek adanya infrastruktur ekonomi akan menciptakan atau meningkatkan kegiatan ekonomi masyarakat di suatu wilayah misalnya, adanya pasar di suatu wilayah akan meningkatkan terjadinya transaksi jual beli. Pembangunan pasar modern baik dalam bentuk pusat perbelanjaan maupun toko swalayan merupakan hal yang tidak terelakan untuk melayani kebutuhan masyarakat akan tempat belanja yang modern, hygienis, praktis serta mendukung gaya hidup kelas menengah yang menjadikan pasar tidak hanya tempat mencari dan membeli produk tetapi juga untuk mencari kesenangan dan pengalaman yang menyenangkan (*leisure*).

Struktur perekonomian Kabupaten Bandung Barat ditunjang oleh sektor perdagangan. Dalam lima tahun terakhir sektor Perdagangan besar dan eceran rata-rata berkontribusi sebesar 13,93 % terhadap PDRB kedua terbesar setelah sektor industri pengolahan dengan rata-rata kontribusi sebesar 39,61%. Di tahun 2021 perdagangan besar dan eceran menjadi mayoritas lapangan pekerjaan bagi masyarakat di Kabupaten Bandung Barat, yaitu mencapai 27,65% atau sekitar 65.195 unit usaha, sehingga menjadi sektor dengan penyerapan angkatan kerja

bappelitbangda

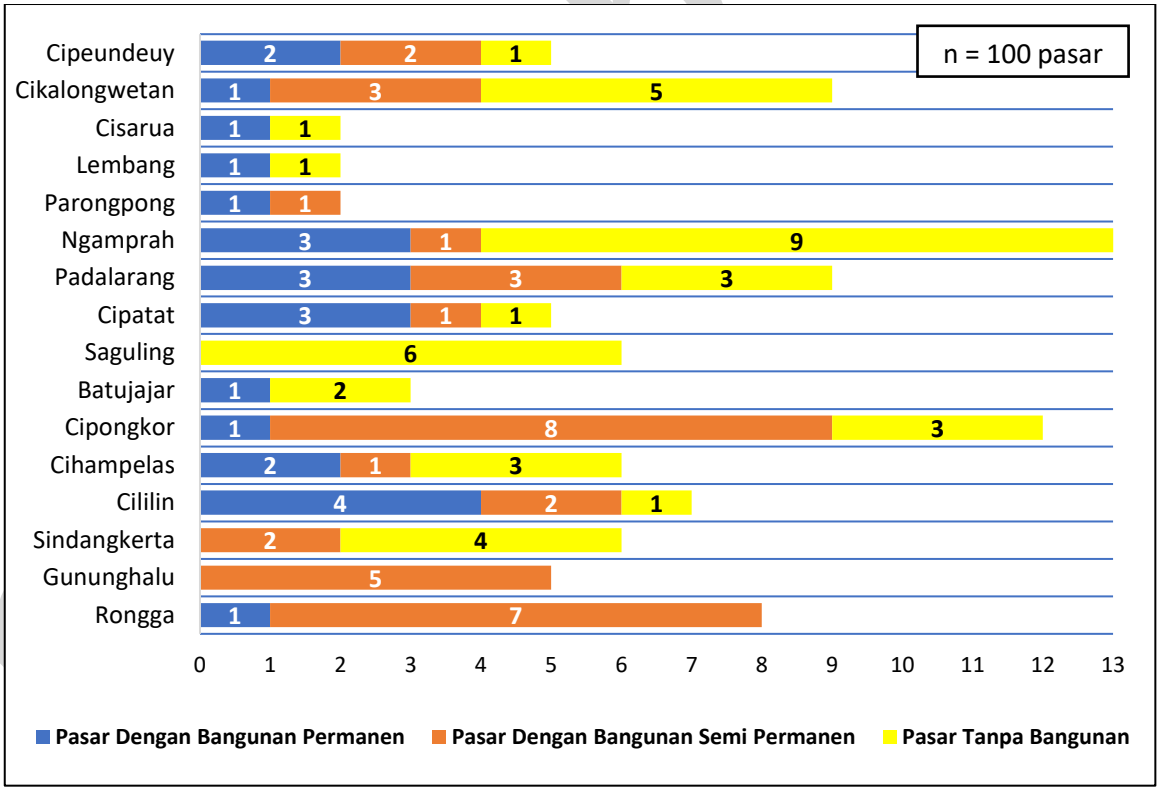
tertinggi, yaitu mencapai 194.731 juta jiwa (BPS, Kabupaten Bandung Barat Dalam Angka, 2021).

V.1 PERKEMBANGAN PASAR TRADISIONAL

V.1.1 STATISTIK PASAR TRADISIONAL DI KABUPATEN BANDUNG BARAT

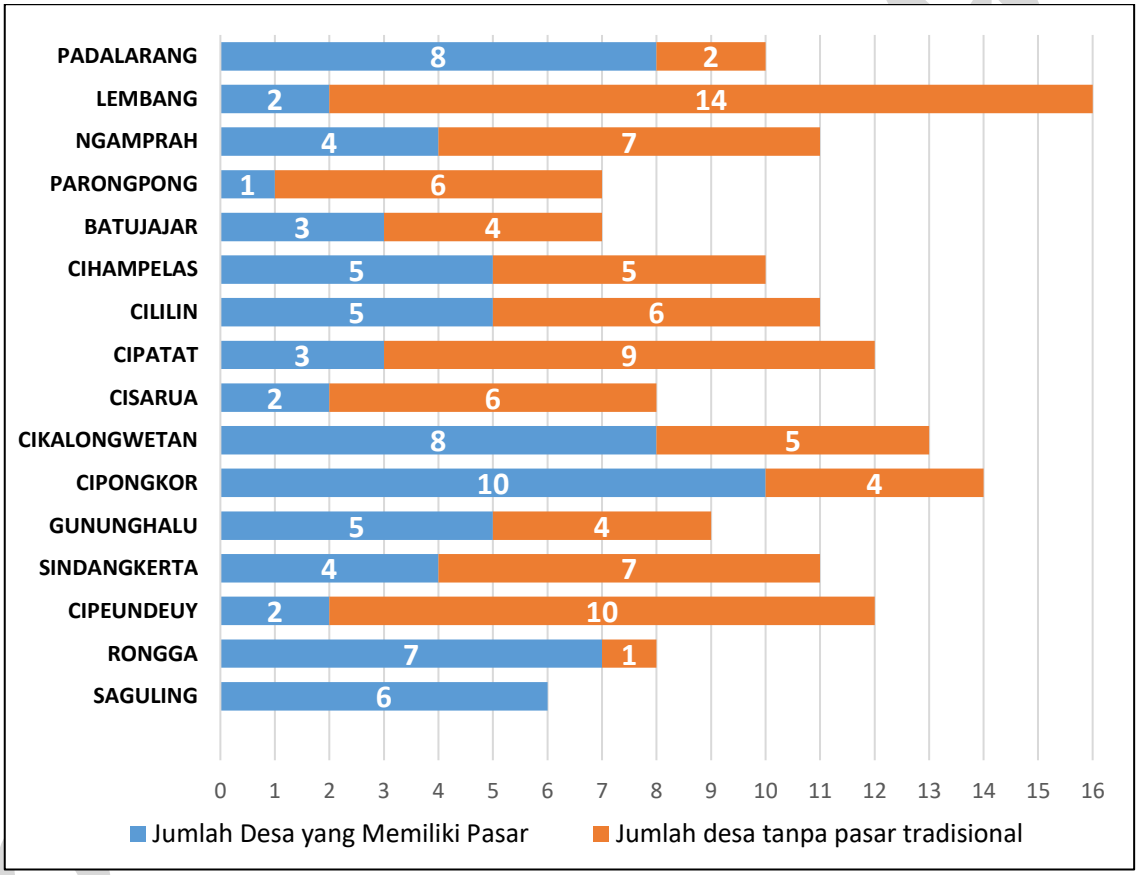
Pasar tradisional atau yang saat ini dikenal dengan istilah pasar rakyat dalam Peraturan Pemerintah No.29 tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan, adalah tempat usaha yang ditata, dibangun, dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, swasta, badan usaha milik negara, dan atau badan usaha milik daerah. Pasar tradisional dapat berupa toko/kios, los, dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil dan menengah, swadaya masyarakat, atau koperasi serta UMKM dengan proses jual beli Barang melalui tawar-menawar.

Berdasarkan tipe bangunan, di Kabupaten Bandung Barat terdapat 100 pasar tradisional yang terdiri dari 24 pasar dengan bangunan permanen, 36 pasar dengan bangunan semi-permanen dan 40 pasar tanpa bangunan.



Grafik 5.1 Persebaran Pasar Tradisional Berdasarkan Kondisi Bangunan di Kabupaten Bandung Barat
(Sumber : Basis Data Pembangunan Kab Bandung Barat, 2021)

Berdasarkan data di atas dapat diketahui seluruh kecamatan terdapat pasar tradisional. Secara keseluruhan Kecamatan Ngamprah merupakan kecamatan dengan jumlah pasar tradisional terbanyak yaitu sebanyak 13 unit, diikuti Cipongkor (12 unit), Cikalongwetan dan Padalarang (masing-masing sebanyak 9 unit), sedangkan kecamatan dengan jumlah pasar tradisional terendah adalah Cisarua, Lembang dan Parongpong dengan jumlah pasar tradisional masing-masing sebanyak 2 unit. Meskipun demikian dapat dilihat bahwa kualitas pasar yang belum merata dimana masih terdapat beberapa kecamatan yang belum memiliki pasar dengan bangunan permanen, yaitu Kecamatan Gununghalu, Sindangkerta dan Saguling. Bahkan di Kecamatan Saguling dari 6 pasar tradisional yang ada merupakan pasar tanpa bangunan atau pasar tumpah.



Grafik 5.2 Persebaran Pasar Tradisional Berdasarkan Desa
(Sumber : Basis Data Pembangunan Kab Bandung Barat, 2021)

Dari total 165 desa di Kabupaten Bandung Barat, terdapat 90 desa (mencapai 54,55%) yang tidak atau belum memiliki pasar (BPS Kab. Bandung Barat, 2020). Hal

ini menunjukan belum maksimalnya pemerataan pembangunan pasar di setiap desa. Kecamatan Lembang merupakan kecamatan dengan jumlah desa terbanyak yang belum memiliki pasar tradisional (dari 16 desa terdapat 14 desa yang belum memiliki pasar tradisional), diikuti Kecamatan Cipeundeuy (10 desa belum memiliki pasar), Cipatat (9 desa), Ngamprah dan Sindangkerta (masing-masing 7 desa).

Pemerintah Kabupaten Bandung Barat saat ini tengah membangun 6 pasar tradisional baru di Kecamatan Cisarua, Cikalongwetan, Cipendeuy, Gununghalu, Rongga dan Sindangkerta. 6 pasar tersebut rencananya dibangun dengan konsep pasar semi-modern untuk memberikan masyarakat kenyamanan, bersih dan tidak kumuh.

Berdasarkan pengelolaannya, pasar tradisional di Kabupaten Bandung Barat dikelola oleh Pemerintah Daerah maupun Pemerintah Desa. Sebanyak 41 Pasar dikelola oleh Pemerintah desa sedangkan 8 pasar dikelola oleh Pemerintah Kabupaten Bandung Barat. Berikut adalah data pasar yang dikelola oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Bandung Barat :

Tabel 5.1 Data Pasar Tradisional yang Dikelola Pemda

No	Nama Pasar	Luas Lahan (m^2)	Lokasi	Jumlah		
				Kios	Lapak	PKL
1	Pasar Panorama	24.926	Jl Kayu Ambon Desa Lembang Kec Lembang	1.421	1.012	0
2	Pasar Buah-Buahan Lembang	4.053	Jl Raya Lembang Jayagiri, Kec Lembang	59	10	0
3	Pasar Cisarua	1.620	Jl Raya Cisarua Kec Cisarua	84	27	0
4	Pasar Tagog Padalarang	6.700	Jl Raya Purwakarta Desa Kertamulya Kec Padalarang	459	945	695
5	Pasar Curug Agung	9.890	Jl Gedong V, Desa Kertajaya Kec Padalarang	380	245	0

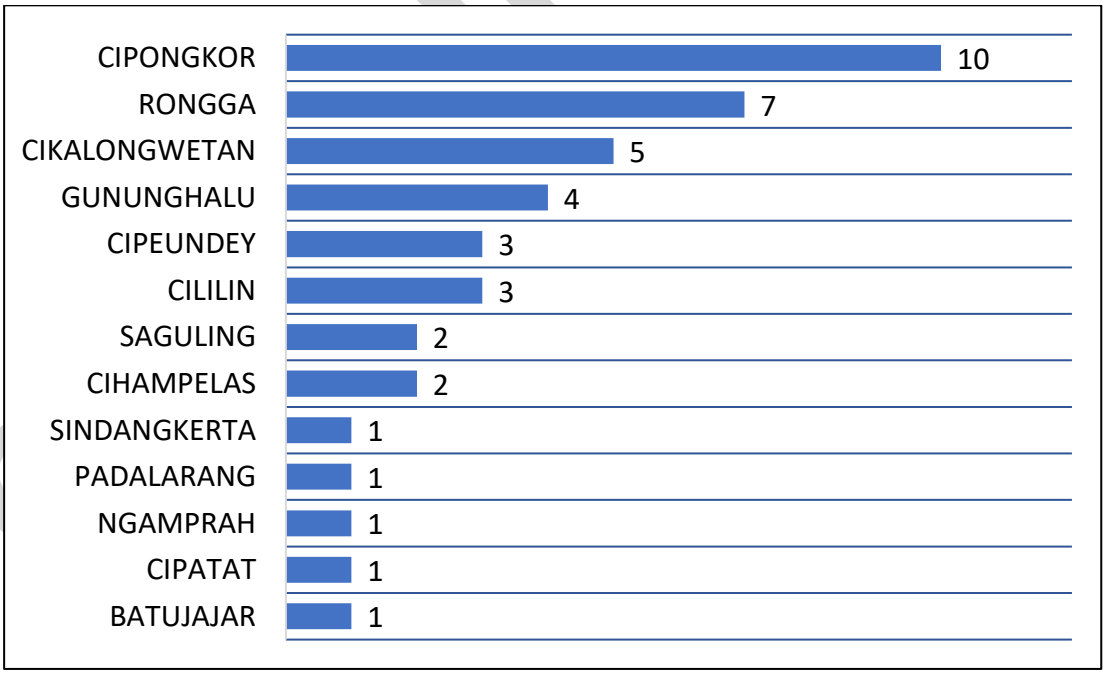
bappelitbangda

No	Nama Pasar	Luas Lahan (m^2)	Lokasi	Jumlah		
				Kios	Lapak	PKL
6	Pasar Cililin	7.472	Jl Cintakarya Desa Cililin, Kec Cililin	392	110	31
7	Pasar Batujajar	9.869	Jl. Raya Batujajar No.353, Galanggang, Kec. Batujajar	650	577	0
8	Pasar Sindangkerta	10.958	Terminal Dan Ps. Sindangkerta, Cintakarya, Kec. Sindangkerta	47	165	160

Sumber : Dok LKPJ Kab. Bandung Barat 2020



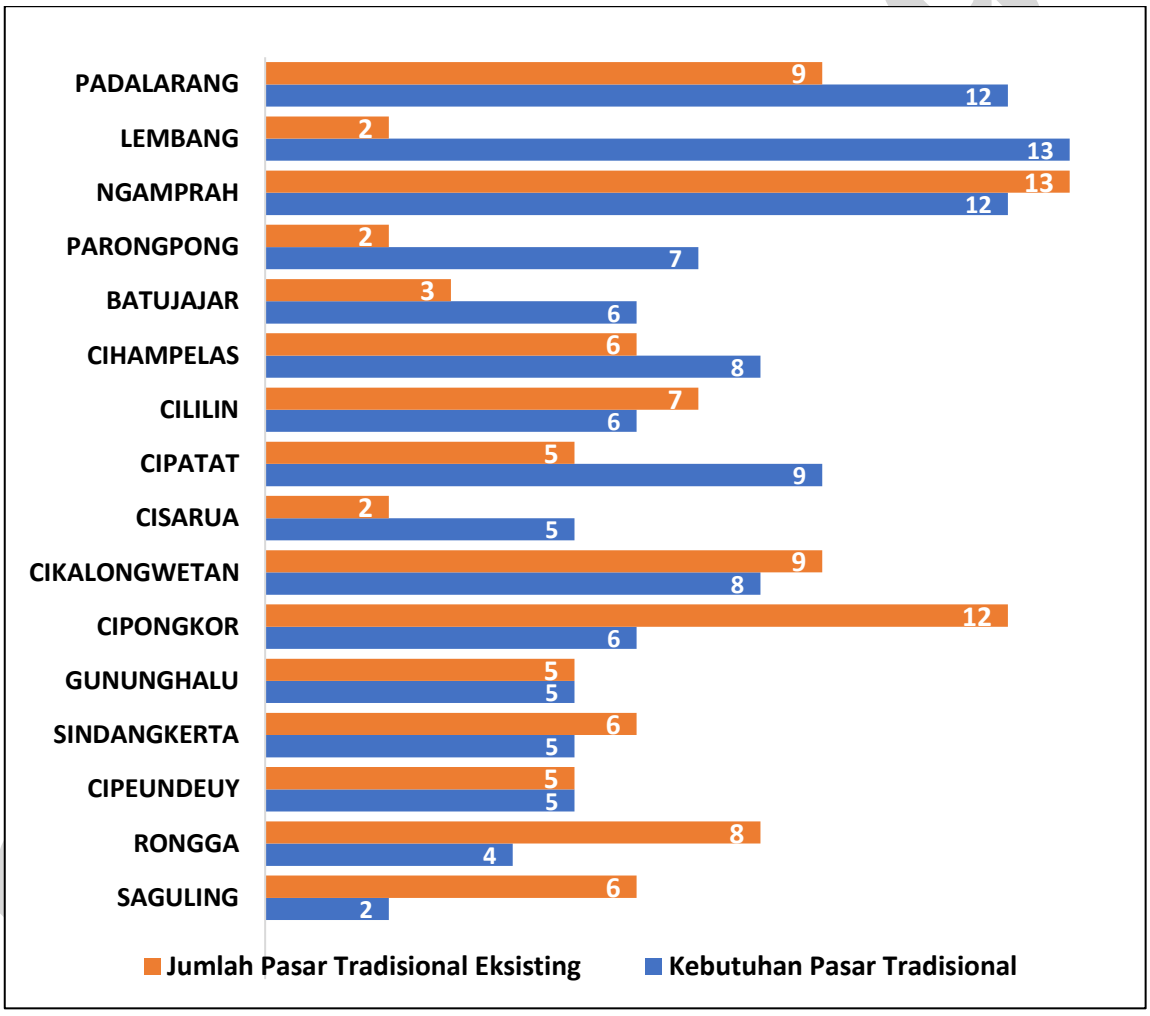
Gambar 5.1 Pasar Panorama Lembang dan Pasar Tagog Padalarang



Grafik 5.3 Persebaran Pasar Tradisional yang dikelola oleh Pemerintah Desa
(Sumber : Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa KBB, 2021, data diolah)

Berdasarkan Standar Nasional Indonesia (SNI) 03-1733-2004 tentang Tata Cara Perencanaan Lingkungan Perumahan di Daerah Perkotaan, fasilitas perdagangan dan niaga minimal yang perlu disediakan untuk kawasan pemukiman terdiri atas Warung, Pertokoan, Pusat Pertokoan dan Pasar Lingkungan, serta Pusat Perbelanjaan Lingkungan. Lebih lanjut disebutkan dalam SNI dan beberapa literatur lainnya bahwa standar pelayanan minimum pasar wilayah (distrik) dan atau lingkungan adalah melayani sebanyak 10.000 – 30.000 penduduk.

Berdasarkan standar cakupan pelayanan penduduk tersebut, berikut adalah analisis jumlah minimum pasar tradisional yang dibutuhkan di setiap kecamatan di Kabupaten Bandung Barat (dengan asumsi 1 pasar lingkungan dengan kapasitas pelayanan 15.000 penduduk) :



Grafik 5.4 Kebutuhan Pasar Tradisional Berdasarkan Cakupan Jumlah Pelayanan
(Sumber : Basis Data Pembangunan Kab Bandung Barat, 2021, data diolah)

Berdasarkan data diatas, dapat dilihat bahwa jumlah pasar tradisional eksisting (pasar dengan bangunan permanen, semi permanen dan tanpa bangunan) sebanyak 100 unit. Apabila dibandingkan dengan cakupan pelayanan pasar skala wilayah dan atau lingkungan yang melayani sekitar 15.000 jiwa, maka idealnya untuk wilayah Kabupaten Bandung Barat dengan jumlah penduduk mencapai 1.691.680 jiwa diperlukan pasar tradisional sebanyak 113 unit. Secara proporsional kecamatan dengan tingkat kebutuhan tertinggi (sesuai dengan jumlah penduduk di kecamatan tersebut) adalah Kecamatan Lembang dengan jumlah penduduk 194.560 jiwa yang idealnya membutuhakan sekitar 13 pasar dari 2 pasar eksisting, kemudian Kecamatan Parongpong (111.590 jiwa) yang idealnya membutuhkan 7 pasar dari 2 pasar eksisting, dan Cipatat (131.798 jiwa) yang idealnya membutuhkan 9 pasar dari 5 pasar eksisting.

V.1.2 KUALITAS PASAR DAN KARAKTERISTIK PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DI KABUPATEN BANDUNG BARAT

Untuk mengetahui kondisi usaha pasar tradisional di Kabupaten Bandung Barat dilakukan observasi terhadap sampel 3 pasar tradisional utama di Kecamatan Padalarang (Pasar Tagog Padalarang), Ngamprah (Pasar Tanimulya) dan Lembang (Pasar Panorama Lembang). Selain itu juga dilakukan penyebaran kuesioner terhadap 30 orang pedagang di 3 pasar tradisional tersebut.

A. Pasar Tagog Padalarang

Pasar Tagog Padalarang merupakan pasar tradisional yang dikelola oleh Pemerintah Kabupaten Bandung Barat yang terletak di Jl. Raya Purwakarta Desa Kertamulya Kecamatan Padalarang. Pasar ini baru resmi beroperasi sejak awal April 2022 karena sebelumnya dilakukan revitalisasi. Revitalisasi ini bertujuan agar Pasar Tagog Padalarang terlihat lebih bersih, sehat, aman serta nyaman. Selain itu juga bertujuan agar Pasar ini lebih modern dan sanggup bersaing dengan pusat perbelanjaan dan toko modern di sekitarnya. Dengan luas sekitar 6.700 m^2, terdapat setidaknya 1.400 pedagang yang direlokasi ke lokasi baru yang rencananya dapat menampung hingga 1.600 pedagang tradisional.

bappelitbangda

Pasar Tagog Padalarang terletak di jalur daerah lintas yang dimana tidak hanya masyarakat Padalarang saja yang melewati jalur tersebut. Dengan keberadaan Pasar Tagog Padalarang yang merupakan daerah lintas serta mudah dijangkau menjadi salah satu pendorong untuk pembeli luar daerah Padalarang yang memilih berbelanja di Pasar Tagog Padalarang dibandingkan ke pasar yang masih wilayah daerahnya sendiri terutama daerah Cikalong, Rajamandala, Cipatat dan daerah luar lainnya.



Gambar 5.2 Peta Lokasi Pasar Tagog Padalarang

Pasar Tagog Padalarang merupakan pasar tradisional yang dibangun dengan konsep modern, artinya memiliki fasilitas utama dan penunjang pasar yang memadai, penataan tempat berjualan pedagang yang lebih rapih, serta lebih bersih dan nyaman bagi pengunjung/ konsumen. Pasar dengan 3 lantai ini menjual berbagai produk dari kebutuhan bahan makanan pokok, buah-buahan dan sayuran, sandang, perhiasan hingga berbagai peralatan rumah tangga. Pasar ini juga terdapat pusat kuliner dan area bermain anak sesuai dengan segmen konsumen keluarga.

bappelitbangda



Gambar 5.3 Kondisi Pasar Tagog Padalarang (Sumber : Dok Hasil Survey, 2022)

B. Pasar Tanimulya Kecamatan Ngamprah

Pasar Tanimulya beralamat di Jl H Gofur No.27 Desa Tanimulya Kecamatan Ngamprah. Pasar yang dikelola oleh Pemerintah Desa Tanimulya ini memiliki jam operasional efektif dari pukul 05.00 hingga 12.00. Pasar ini menjual kebutuhan sehari-hari, dari sembako, bahan makanan, makanan jadi, peralatan rumah tangga, hingga pakaian/ sandang, mesikpun jenis yang didagangkan tidak terlalu lengkap.



Gambar 5.4 Peta Lokasi Pasar Desa Tanimulya

Lokasi pasar berdekatan dengan Kawasan pemukiman, dimana beberapa perumahan terdekat (radius 1 km) di antaranya adalah Bumi Pakusarakan Lama, GBR 2, Griya Asri Pakusarakan dan Perumahan Bukit Permata Cimahi. Akses menuju pasar Tanimulya mudah karena bisa dilalui oleh transportasi umum, akan tetapi akses masuk ke pasar cukup sempit serta sering terjadi kemacetan terutama

di pagi hari karena di seberang pasar terdapat sekolah. Pasar Tanimulya berukuran kecil, dan sarana-prasarana pasar tidak tersedia dengan lengkap. Hal ini dapat dilihat dari tidak adanya fasilitas khusus untuk konsumen seperti mushola, toilet/ wc ataupun papan informasi. Fasilitas parkir juga terbatas hanya untuk kendaraan roda dua saja, dengan penataan parkir yang kurang sehingga banyak terdapat konsumen yang memarkir kendaraan di pinggir jalan.



Gambar 5.5 Kondisi Pasar Desa Tanimulya (Sumber : Dok Hasil Survey, 2022)

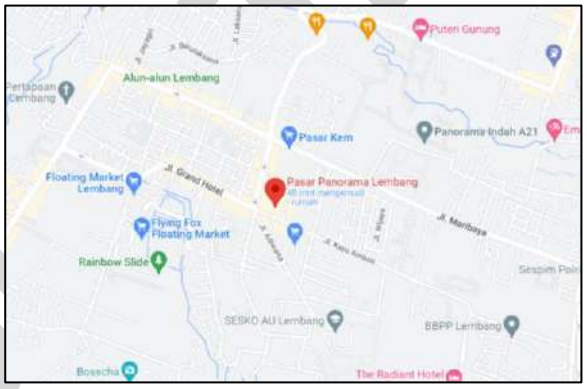
Kondisi pasar Tanimulya kurang tertata, dimana tidak ada zona pedagang berdasarkan jenis produk yang dijual. Kebersihan pasar kurang terjaga, dimana tidak tersedia tempat sampah khusus pembeli, serta pada musim hujan seringkali kondisi di sekitar dan di dalam pasar becek. Peletakan barang di Pasar Tanimulya kurang tertata sehingga tidak mudah mencari barang yang diinginkan. Pelayanan di Pasar Tanimulya cukup baik, namun masih terdapat pedagang yang acuh tak acuh dalam melakukan pelayanan jual beli.

Pasar Desa Tanimulya memerlukan berbagai perbaikan seperti pada umumnya pasar tradisional yang dikelola oleh pemerintah desa. Perbaikan dalam aspek infrastruktur yang utama adalah aksesibilitas jalan, sistem drainase, dan pengolahan persampahan. Selain itu diperlukan penataan pedagang dalam hal

fasilitas jongko, los dan atau kios dimana banyak terdapat pedagang yang menggelar barang dagangan di tanah/ lantai. Fasilitas bagi konsumen yang utama adalah parkir yang memadai dan tertib, toilet dan air bersih, serta musholla. Hal ini untuk memberikan kenyamanan dalam berbelanja sehingga menambah daya tarik pasar ini.

C. Pasar Panorama Lembang

Pasar Panorama Lembang merupakan salah satu pasar tradisional yang dikelola oleh Pemerintah Kabupaten Bandung Barat. Lokasi Pasar Panorama yang berada di Jl Panorama Gudangkahuripan Lembang ini cukup strategis karena dilintasi oleh Jl Raya Lembang. Lokasinya berdekatan dengan alun-alun Lembang, tempat wisata dan akomodasi, resto, tempat perbelanjaan/ niaga, perkantoran, fasilitas kesehatan dan pemukiman. Hal tersebut menjadikan Pasar Panorama Lembang sebagai salah satu ikon wisata belanja tradisional di Lembang. Akses menuju pasar ini juga cukup baik karena terletak di pinggir jalan arteri dimana terdapat angkutan umum yang dapat digunakan konsumen.



Gambar 5.6 Peta Lokasi Pasar Panorama Lembang

Penataan pasar ini lebih baik pasca dibangun ulang di tahun 2017 setelah mengalami kebakaran besar di tahun 2015. Pasar ini memiliki konsep semi modern dengan bangunan permanen yang terdiri dari 3 lantai, dimana lantai 1 digunakan untuk Pasar Basah (Sayuran, Buah-Buahan, ikan dan daging serta sembako), Lantai 2 adalah Pasar kering (sandang, perhiasan dan bahan kue) dan Lantai 3 diisi dengan kuliner (foodcourt), tempat bermain anak dan tempat parkir. Komoditas yang dijual

cukup lengkap, dari kebutuhan makanan sehari-hari, sandang, perhiasan, peralatan rumah tangga dan pertukangan, arena bermain anak hingga kuliner. Tempat berdagang adalah kios dan jongko yang tertata, fasilitas penerangan dan air bersih yang cukup. Fasilitas parkir baik roda 2 maupun 4 cukup bagi pengunjung, terdapat toilet dan juga musholla yang dapat digunakan oleh konsumen.



Gambar 5.7 Kondisi Pasar Panorama Lembang (Sumber : Dok Hasil Survey, 2022)

Aspek yang perlu untuk ditingkatkan adalah kondisi kebersihan terutama di Lantai 1 dan basement. Hal ini karena lantai 1 diperuntukan bagi pedagang sayuran, daging dan ikan yang kurang disiplin dalam membuang sampah dari produk dagangannya. Selain itu kondisi lantai yang sering licin apabila hujan yang mengurangi kenyamanan konsumen dalam berbelanja. Aspek lainnya adalah penataan PKL, ojeg dan angkutan umum yang seringkali memadati bahu jalan sehingga menyebabkan tersendatnya arus lalu lintas di sekitar lokasi pasar. Hal lainnya adalah drainase yang perlu diperbaiki karena hampir setiap musim hujan di sekitar pasar mengalami genangan dan bahkan banjir.

Sebagai salah satu pasar tradisional utama di Kabupaten Bandung Barat, sudah saatnya pengelolaan Pasar Panorama menyesuaikan dengan standard pasar yang diatur dalam Peraturan Kepala Badan Standardisasi Nasional Nomor 7 Tahun 2015 tentang Skema Sertifikasi Pasar. Selain untuk meningkatkan pelayanan yang berdampak kepada kenyamanan konsumen, hal ini akan meningkatkan citra pasar

tradisional yang berdampak kepada peningkatan daya saing pedagang tradisional khususnya di wilayah Kecamatan Lembang.

Untuk melengkapi gambaran kondisi pasar tradisional di Kabupaten Bandung Barat, berikut pemaparan hasil observasi dan penyebaran kuesioner terhadap pedagang di 3 pasar tersebut :

Tabel 5.2 Komoditas yang Dijual

Komoditas	%
Sayuran Segar	20.59%
Bahan Makanan dan Minuman Jadi	11.76%
Buah-Buahan Segar	11.76%
Peralatan Rumah Tangga dan Pertukangan	5.88%
Beras, Jagung dan Bahan Makanan Pokok	17.65%
Daging dan Ikan	8.82%
Bumbu	5.88%
Kacang-Kacangan/ Umbi-Umbian	2.94%
Pakaian/ Sandang	2.94%
Lainnya	11.76%
Total	**100.00%**

Sumber : Hasil Observasi dan Wawancara, 2022

Proporsi terbesar dari pedagan pada 3 pasar tersebut menjual sayur segar diikuti oleh beras, jagung dan bahan makanan pokok, buah-buahan serta makanan dan minuman jadi. Tingginya tingkat kompetisi di pasar mengakibatkan penetapan harga yang yang kompetitif dan kualitas barang yang lebih baik. Sebaliknya, harga beras dan daging, komoditas dengan jumlah pedagang yang lebih sedikit, cenderung berubah-ubah dan lebih sering meningkat.

Tabel 5.3 Pemasok Barang Bagi Pedagang

Pemasok	F	%
Pemasok profesional	12	40.00%
Pasar grosir tradisional	8	26.67%
Penjual grosir	4	13.33%
Pasar tradisional lain	3	10.00%
Langsung dari produsen	2	6.67%
Produksi sendiri	1	3.33%
Total	**30**	**100.00%**

Sumber : Hasil Penyebaran Kuesioner, 2022

bappelitbangda

Data pada tabel di atas memberikan gambaran mengenai pemasok utama para pedagang yang paling banyak dipakai kepada para pemasok. Sebesar 40% pedagang menggunakan pemasok profesional, lainnya sebesar 26,67% memanfaatkan pasar grosir tradisional, dan hanya 6,67% melakukan kontak langsung dengan produsen. Akan tetapi, sebagian besar pedagang tidak hanya mengandalkan satu pemasok dimana sekitar 10% pedagang mendapatkan barang dari pasar tradisional lain. Berdasarkan hasil wawancara, pembayaran tunai adalah metode yang paling utama digunakan. Hal ini karena kebanyakan dari mereka adalah pedagang berskala kecil, dan karena itu tidak memiliki kekuatan untuk meyakinkan para pemasok untuk menyediakan jasa kredit. Hal ini berbeda dengan praktik pengadaan barang yang lazim di toko modern.

Tabel 5.4 Sumber Permodalan

Sumber Modal Utama	F	%
Modal Sendiri	15	50.00%
Bank	3	10.00%
Kerabat/ Teman	5	16.67%
Koperasi	2	6.67%
Individu/ rentenir	2	6.67%
Lainnya	3	10.00%
Total	**30**	**100.00%**

Sumber : Hasil Penyebaran Kuesioner, 2022

Setengah dari sampel pedagang menggunakan sumber modalnya sendiri, selanjutnya sekitar 16,7% mendapat modal dari sumber-sumber informal (kerabat/ teman) dan sisanya didapat dari kredit, baik bank umum, tukang riba/rentenir, dan koperasi. Responden yang memperoleh sumber modal dari bank adalah klien bank umum, baik bank swasta maupun bank pemerintah. Meskipun demikian, sebagian besar pedagang di pasar tradisional tidak memiliki akses terhadap kredit atau tidak mengajukan kredit. Alasan yang sering diutarakan adalah ketidaktahuan informasi mengenai cara mengajukan kredit, merasa sungkan berurusan dengan lembaga formal, serta khawatir dengan mekanisme yang ketat dari lembaga keuangan seperti bank.

bappeltbangda

Tabel 5.5 Konsumen/ Pelanggan

Konsumen/ Pelanggan	F	%
Toko/ Warung	9	30.00%
Individu/ Rumah Tangga	12	40.00%
Restoran/warung makan	3	10.00%
Pedagang Keliling	2	6.67%
Lainnya	4	13.33%
Total	**30**	**100.00%**

Sumber : Hasil Penyebaran Kuesioner, 2022

Tabel di atas menunjukkan bahwa individu/ rumah tangga merupakan pangsa pembeli terbesar dalam hal jumlah konsumen. Terkait dengan dengan jumlah pelanggan, sebesar 40% pedagang mengatakan bahwa konsumen atau pelanggan utama mereka adalah dari individu atau konsumen yang membeli untuk kebutuhan rumah tangga. Pada umumnya konsumen membeli barang secara eceran dalam skala kecil (kebutuhan harian hingga mingguan) karena sebagian tipe produk makanan pokok yang dijual di pasar umumnya tidak tahan lama. Jumlah selanjutnya adalah konsumen pemilik toko/ warung (30%), pemilik restoran / warung makan (10%) dan pedagang keliling (6,67%). Pada umumnya jenis konsumen ini membeli produk secara borongan.

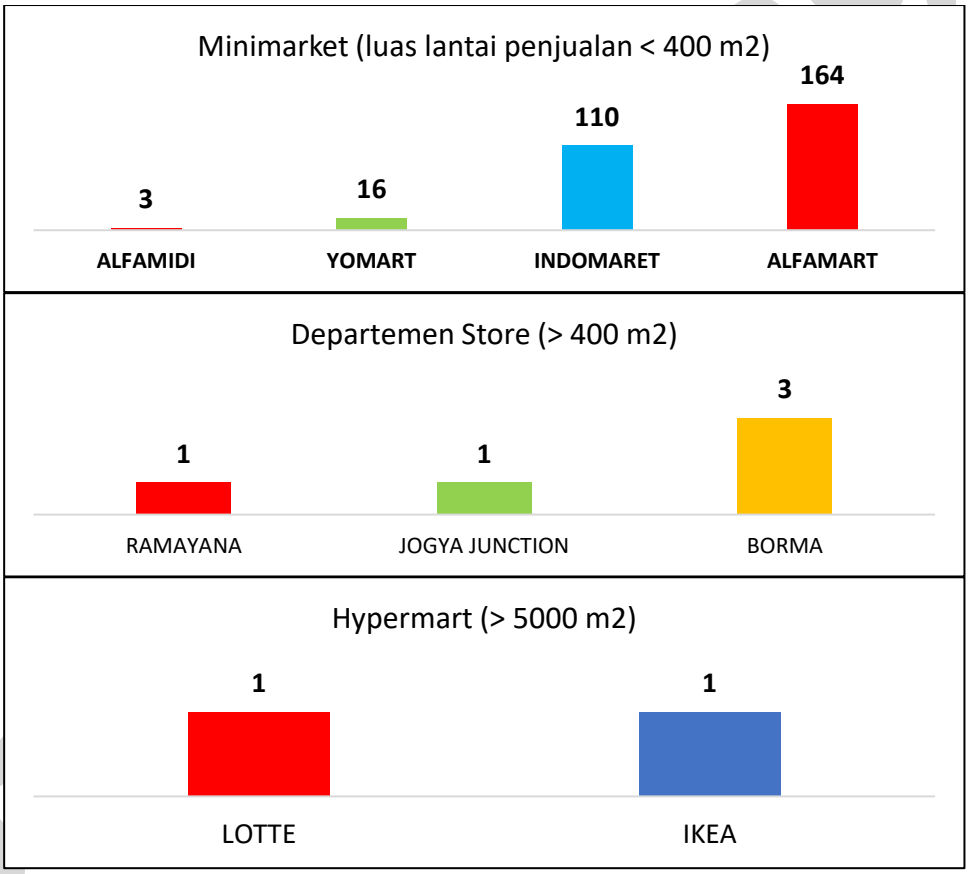
V.2 PERKEMBANGAN PASAR MODERN

V.2.1 STATISTIK PASAR MODERN DI KABUPATEN BANDUNG BARAT

Pasar modern di wilayah Kabupaten Bandung Barat mulai marak sejak tahun 2009, yang ditandai dengan beroperasinya 6 minimarket Indomaret dan Alfamart di wilayah Kecamatan Lembang, disusul dengan pembukaan Departemen Store Griya (Lembang) dan Borma (Kec. Ngamprah dan Lembang). Hingga tahun 2022, berdasarkan data dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan diketahui terdapat sebanyak 300 Pasar Modern dimana hampir seluruhnya berjenis minimarket (293 gerai); sedangkan Departemen Store sebanyak 5 gerai dan Hypermarket sebanyak 2 gerai. Jumlah ini meningkat 73% apabila dibandingkan dengan tahun 2015 yang berjumlah 173 gerai.

bappelitbangda

Dari 293 pasar modern berjenis Minimarket, jumlah terbanyak adalah gerai minimarket milik PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk dengan nama "Alfamart" (164 gerai) dan "Alfamidi" (3 gerai), diikuti oleh gerai minimarket milik PT Indomarco Prismatama dengan nama "Indomaret" (110 gerai), dan Yogya Group dengan nama "Yomart" (16 gerai). Selain itu terdapat 5 gerai pasar modern berbentuk departemen store milik Yogya Group dengan nama "Yogya Junction" (1 gerai), PT Harja Gunatama Lestari dengan nama "Borma" (3 gerai), dan PT Ramayana Lestari Sentosa dengan nama "Ramayana" (1 gerai). 2 pasar modern sisanya berjenis Hypermart adalah "Lotte Mart" yang merupakan jaringan retail dari Korea Selatan (Lotte Co.Ltd) serta "IKEA" yang merupakan jaringan retail dari Belanda (Stichting INGKA Foundation).

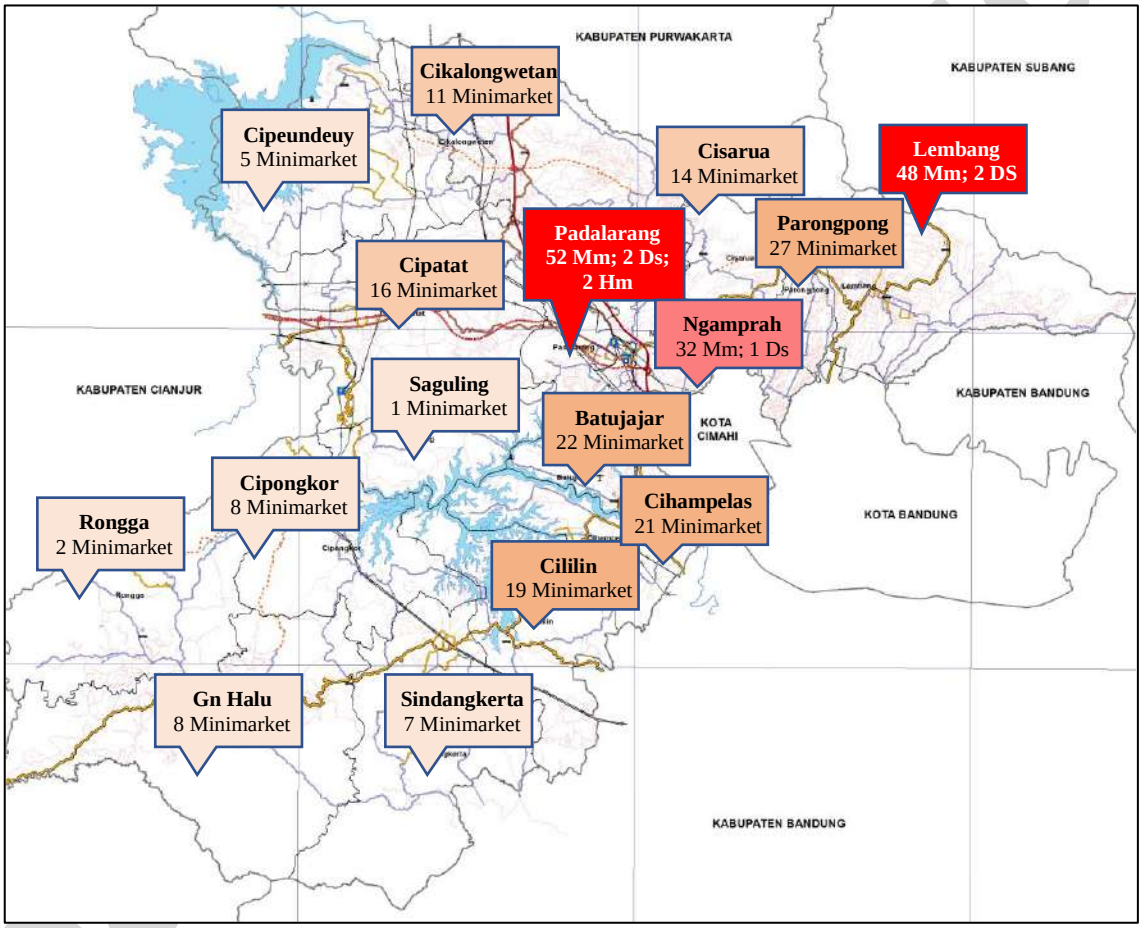


Grafik 5.5 Jumlah Pasar Modern berdasarkan Merk
(Sumber : Disperindag Kab bandung Barat, 2022, data diolah)

Pada umumnya, pasar modern yang terdapat di Kabupaten Bandung Barat menjual kebutuhan sehari-hari (FMCG/ Fast Moving Consumer Good). Sebagian

besar pasar modern berjenis minimarket dikelola dengan sistem *franchise* (waralaba), yaitu bentuk kerja sama usaha antara pemilik merk dagang, produk, atau sistem operasional. Kerja sama ini didelegasikan kepada pihak kedua yang berhak mendapatkan izin untuk pemakaian merek, produk, serta sistem operasional tersebut dalam menjalankan sebuah usaha.

Dari 16 kecamatan, diketahui Kecamatan Padalarang merupakan daerah dengan jumlah pasar modern terbanyak yaitu sebanyak 56 unit, diikuti Lembang (50); Ngamprah (33); Parongpong (27) sedangkan terendah terdapat di Kecamatan Saguling dimana hanya terdapat 1 unit minimarket.



Ket : Mm = Minimarket; Ds = Departement Store; Hm = Hypermarket

Gambar 5.8 Peta Persebaran Pasar Modern di Kabupaten Bandung Barat
(Sumber : Disperindag Kab. Bandung Barat, 2022, data diolah)

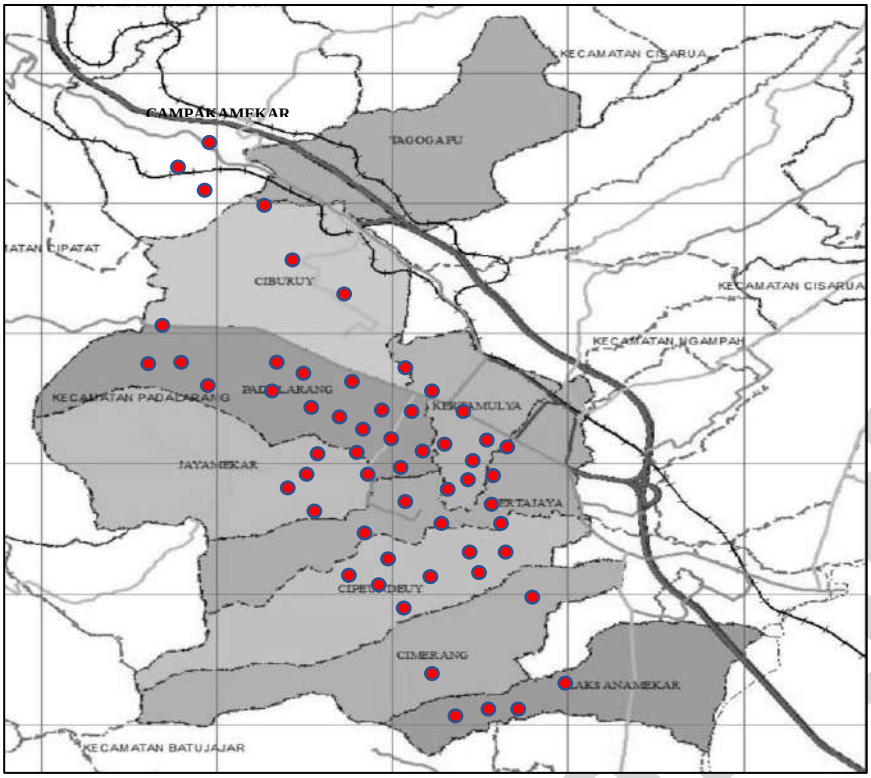
Data tersebut menggambarkan persebaran lokasi pasar modern tidak merata dimana lebih dari setengah pasar modern di Kabupaten Bandung Barat berada di wilayah Kecamatan Lembang, Padalarang, Ngamprah dan Parongpong. Hal ini

karena wilayah tersebut merupakan kawasan perkotaan yang menopang wilayah perkotaan Bandung Raya sekaligus sebagai pusat pemerintahan, pertumbuhan bisnis dan jasa (utamanya pariwisata) di Kabupaten Bandung Barat, sehingga banyak terdapat kawasan pemukiman kelas menengah atas yang menjadi segmen utama dari pasar modern. Kemudahan akses dan infrastruktur transportasi juga menjadi faktor pendorong lokasi pembangunan pasar modern, dimana pada wilayah tersebut dilintasi oleh jalan tol, juga sebagai jalan penghubung antara Kabupaten Bandung Barat dengan Kota Bandung dan Jakarta. Oleh karena itu di Kecamatan Padalarang juga terdapat 2 Hypermart besar yang menjadi pusat kunjungan konsumen dari luar Kabupaten Bandung Barat, yaitu Lotte Mart dan IKEA.

Sebagian besar wilayah dan konsentrasi penduduk di wilayah Kabupaten Bandung Barat merupakan bagian dari kawasan *peri urban* atau *sub urban* sistem perkotaan Bandung Raya dengan *core region*-nya adalah Kota Bandung. Kawasan permukiman utama di Kabupaten Bandung Barat sebagai masyarakat sub-urban, dalam aktivitas sosial-ekonominya sangat berorientasi pada *core-region* Kota Bandung, baik sebagai pusat pelayanan regional maupun sebagai tempat bekerja.

Selanjutnya berikut adalah pola persebaran pasar modern di 3 Kecamatan dengan jumlah pasar modern terbanyak (Padalarang, Ngamprah dan Lembang) :

bappelitbangda

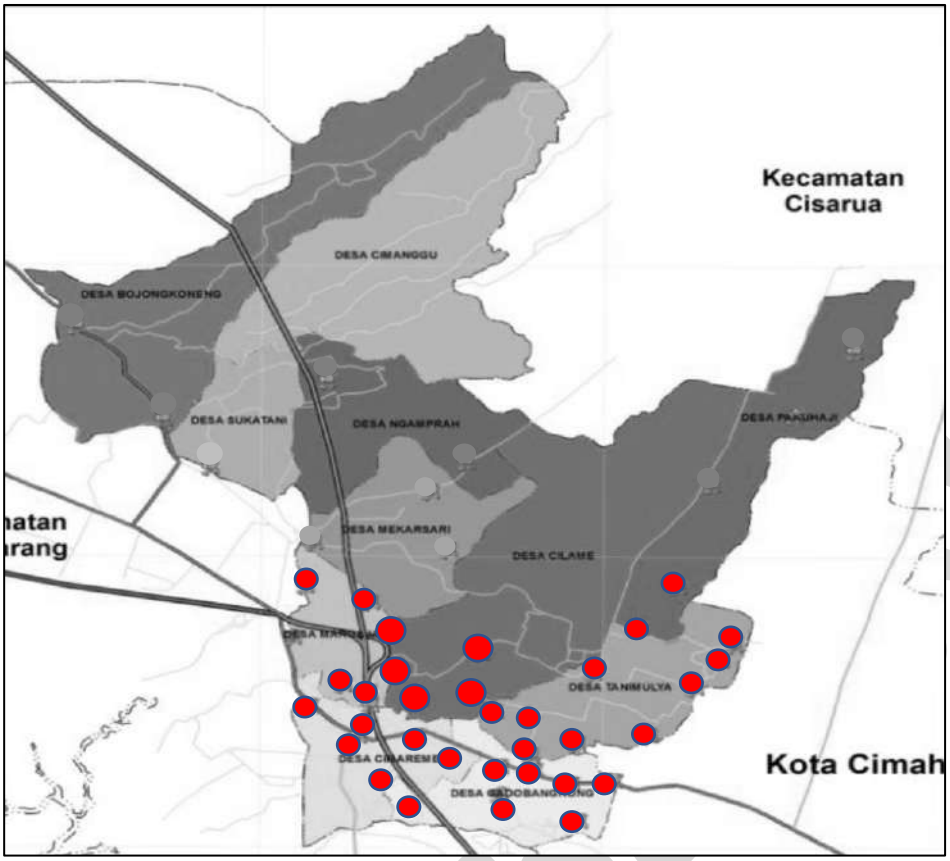


Gambar 5.9 Peta Persebaran Pasar Modern di Kecamatan Padalarang
(Sumber : Basis Data Pembangunan Kabupaten Bandung Barat 2021, Google Map, Survey Lapangan; Data diolah; 2022)

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa seluruh desa (10) terdapat pasar modern. Persebaran pasar modern sebagian besar berada di 4 desa, yaitu Kertamulya (11 gerai), Padalarang dan Kertajaya (masing-masing 10 gerai), dan Cipeundeuy (8 gerai), sedangkan terkecil berada di Desa Togogapu (1 gerai). Kecenderungan terpusatnya persebaran pasar modern di 4 desa ini karena wilayah tersebut merupakan pusat industri jasa dan perdagangan serta permukiman dimana terdapat kawasan hunian besar yaitu Kota Baru Parahyangan.

Selanjutnya sebaran pasar modern di Kecamatan Ngamprah dapat dilihat pada peta berikut :

bappelitbangda

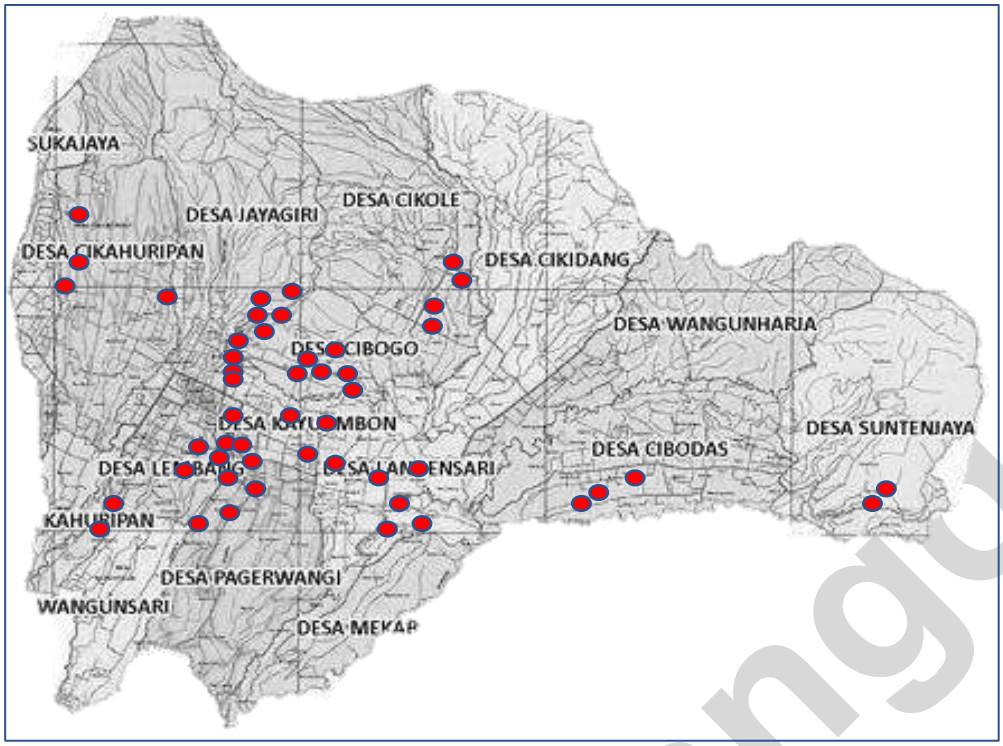


Gambar 5.10 Peta Persebaran Pasar Modern di Kecamatan Ngamprah
(Sumber : Basis Data Pembangunan Kabupaten Bandung Barat 2021, Google Map, Survey Lapangan; Data diolah; 2022)

Sebaran pasar modern di Kecamatan Ngamprah yang terdiri dari 11 desa tidak merata. Terdapat 6 desa yang memiliki pasar modern dan sisanya tidak memiliki yaitu Desa Mekarsari, Ngamprah, Sukatani, Cimanggu dan Bojongkoneng. Hampir seluruhnya pasar modern berjenis minimarket (32 gerai-Yomart, Alfamart, Indomaret dan Alfamidi) dan terdapat 1 gerai berjenis departemen store (Borma) di Kelurahan Tanimulya.

Selanjutnya sebaran pasar modern di Kecamatan Lembang dapat divisualisasikan ke dalam gambar peta sebagai berikut :

bappelitbangda



Gambar 5.11 Peta Persebaran Pasar Modern di Kecamatan Lembang
(Sumber : Basis Data Pembangunan Kabupaten Bandung Barat 2021, Google Map, Survey Lapangan; Data diolah; 2022)

Seperti di 2 kecamatan lainnya, sebaran pasar modern di Kecamatan Lembang juga memiliki kecenderungan terpusat di beberapa desa saja. Jumlah terbanyak yaitu di Desa Lembang yang terdapat 11 pasar modern (10 gerai minimarket dan 1 gerai departemen store), Desa Jayagiri terdapat 9 minimarket, dan Desa Cibogo terdapat 6 minimarket, sedangkan di Desa Cikahuripan hanya terdapat 1 gerai. Dari 16 desa di Kecamatan Lembang, terdapat 5 desa tanpa pasar modern yaitu Wangunsari, Pagerwangi, Mekarwangi, Cikidang dan Wangunjaya.

V.2.2 ANALISA POLA PERSEBARAN PASAR MODERN DI KABUPATEN BANDUNG BARAT

Berdasarkan pemaparan data statistik sebaran pasar modern pada bagian sebelumnya, berikut adalah analisis pola persebaran pasar modern di Kabupaten Bandung Barat dengan mengambil sampel pada 3 Kecamatan dimana terdapat jumlah pasar modern tertinggi yaitu Kecamatan Padalarang, Ngamprah dan Lembang.

bappelitbangda

1. Mengacu pada RTRW, Rencana Detail Tata Ruang, atau Peraturan Zonasi

Sesuai dengan regulasi (Permendag No.23/2021 dan Perda No.21/2011) disebutkan bahwa lokasi pendirian Pasar Modern (Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan) mengacu kepada Rencana Tata Ruang Wilayah atau Rencana Detail Tata Ruang (RTRW atau RDTR). Karena Kabupaten Bandung Barat belum memiliki RDTR, sehingga zonasi pendirian pasar modern dilakukan berdasarkan RTRW dan peraturan zonasi lainnya.

Dalam RTRW Kabupaten Bandung 2009-2029 disebutkan bahwa Kecamatan Padalarang dan Ngamprah merupakan wilayah Pusat Kegiatan Lokal (PKL) dengan salah satu fungsi pengembangan adalah sebagai kawasan perdagangan dan jasa, sedangkan Kecamatan Lembang merupakan wilayah Pusat Kegiatan Lokal promosi (PKL-p) dengan fungsi pengembangan sebagai kawasan budaya, wisata, perekonomian skala lokal, Pendidikan, kesehatan dan peribadatan. Dengan demikian, meskipun masih sangat general karena belum adanya RDTR tetapi keberadaan pasar modern yang terpusat pada Kecamatan Padalarang, Ngamprah dan Lembang secara umum telah sesuai dengan peruntukan penggunaan ruang.

Kondisi ini memerlukan adanya pengaturan zonasi dan tata ruang yang lebih detail (dalam RDTR) sehingga dapat memudahkan dalam pengendalian maupun pengawasan pemerintah daerah terhadap setiap operasional pasar modern. Dari sisi pelaku usaha, adanya pengaturan zonasi yang lebih detail akan memudahkan proses pengurusan izin karena saat ini pengurusan izin usaha dan operasional pasar modern dipermudah dengan adanya integrasi antara sistem OSS dengan tata ruang di setiap kota/ kabupaten.

2. Mempertimbangkan Jarak dengan Hypermarket / Toko Modern Lainnya

Dalam Permendag maupun Perda 21 tahun 2011 tercantum aturan mengenai lokasi pendirian pasar modern harus memperhatikan jarak antara hypermart/ pasar modern yang telah ada sebelumnya, dimana hal ini bertujuan untuk terciptanya iklim usaha/persaingan usaha yang sehat dan juga meminimalisasi penumpukan konsumen di suatu wilayah tertentu. Meskipun

bappelitbangda

demikian baik dalam Permendag, Perda maupun Peraturan Bupati No.11 tahun 2012 tidak disebutkan jarak minimal antar pasar modern tersebut.

Berdasarkan hasil pemetaan lokasi pendirian pasar modern baik di seluruh wilayah Kabupaten Bandung Barat maupun di 3 Kecamatan yang menjadi sampel yang dipaparkan pada bagian sebelumnya, dapat terlihat adanya kecenderungan pemusatan persebaran lokasi pendirian pasar modern atau adanya fenomena aglomerasi. Dengan adanya aglomerasi, maka memudahkan distributor dalam memasok barangnya ke retail yang sudah bekerja sama sebelumnya. Pihak distributor pun mendapat keuntungan karena biaya pengangkutan yang lebih sedikit. Bagi konsumen, dengan adanya lokasi yang berdekatan antar pasar modern, konsumen memiliki alternatif dalam memilih tempat berbelanja barang kebutuhannya.

Dengan adanya aglomerasi tersebut, setiap retail yang berdekatan mengalami persaingan satu sama lainnya. Persaingan yang terjadi biasanya persaingan berupa pelayanan yang ramah kepada konsumen, persaingan harga barang, dan strategi pemasarannya. Oleh karena itu, retail yang berdekatan mengalami persaingan berupa persinggungan atau *overlaping* jangkauan pelayanan. Persaingan antar pasar modern tentunya akan berdampak terhadap pasar tradisional dan UMKM setempat, terutama apabila terdapat strategi "perang harga" antar pasar modern sehingga membuat pasar tradisional dan UMKM sekitar akan semakin sulit bersaing dengan pasar modern. Selain itu kecenderungan aglomerasi menyebabkan sebagian wilayah penduduk tidak dapat terlayani. Hal ini berdampak pada pemusatan aktivitas pada wilayah pusat pasar modern sehingga menimbulkan masalah baru, yaitu terhambatnya aksesibilitas lalu lintas pada wilayah yang menjadi pusat perniagaan dimana banyak terdapat pasar modern.

Oleh karena itu diperlukan adanya regulasi lebih lanjut mengenai sebaran pasar modern di suatu wilayah, dimana basis penentuannya dapat bersumber dari analisa tingkat kepadatan penduduk dan jangkauan pelayanan minimal dari setiap gerai pasar modern.

bappelitbangda

3. Ketentuan Jarak Dengan Pasar Tradisional : 500 Meter Untuk Daerah Lingkungan Perkotaan Dan 1.000 Meter Untuk Daerah Lingkungan Pedesaan

Pengaturan mengenai jarak minimal antara pasar modern dengan pasar tradisonal (pasar rakyat) adalah kewenangan dari pemerintah daerah. Sesuai dengan Perda No.21 tahun 2011 pasal 16 ayat 4 disebutkan bahwa jarak minimal antara lokasi toko modern dengan pasar tradisional adalah 500 meter untuk daerah lingkungan perkotaan dan 1.000 meter untuk lingkungan perdesaan. Meskipun dalam regulasi tersebut tidak dijelaskan lebih lanjut jenis toko modern (minimarket, supermarket, departemen store atau hypermarket), sehingga dalam implementasinya masih terlalu umum.

Wilayah Kecamatan Ngamprah, Padalarang dan Lembang merupakan kawasan perkotaan, dengan demikian standar jarak antara toko modern dengan pasar tradisional adalah minimal 500 meter. Berikut adalah rekapitulasi hasil pengolahan data jarak antara toko modern dengan pasar tradisional pada 3 kecamatan tersebut :

Tabel 5.6 Jarak Toko Modern dengan Pasar Tradisional

Kecamatan	Jarak Toko Modern dengan Pasar Tradisional	Jarak dengan Pasar Tradisional
Padalarang (56 gerai)	< 500 m = 1 gerai	400m – 7200 m Rata-Rata 2.574 m
	> 500 m – 1.000 m = 19 gerai	
	> 1.000 m – 2.000 m = 11 gerai	
	> 2.000 m = 25 gerai	
Ngamprah (33 gerai)	< 500 m = 5 gerai	250 m – 4.000 m Rata-Rata 2.037 m
	> 500 m – 1.000 m = 5 gerai	
	> 1.000 m – 2.000 m = 11 gerai	
	> 2.000 m = 12 gerai	
Lembang (50 gerai)	< 500 m = 4 gerai	300 m – 10.000 m Rata-Rata 3.035 m
	> 500 m – 1.000 m = 9 gerai	
	> 1.000 m – 2.000 m = 13 gerai	
	> 2.000 m = 24 gerai	

Sumber : Hasil Analisis, 2022

bappelitbangda

Berdasarkan rekapitulasi data pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa pada 3 kecamatan sampel yang diteliti, masih terdapat toko modern yang tidak sesuai dengan ketentuan yang berlaku terkait dengan jarak terhadap pasar tradisional (10 toko atau 7,2% dari total gerai toko modern di 3 kecamatan tersebut). Di Kecamatan Padalarang dari 56 gerai toko modern rentang jarak antara 400 m – 7.200 m dengan rata-rata mencapai 2.574 m, dimana terdapat 1 gerai yang memiliki jarak kurang dari 500 m terhadap Pasar Tagog Padalarang. Di Kecamatan Ngamprah dari 33 gerai toko modern rentang jarak antara 250 m – 4.000 m dengan rata-rata mencapai 2.037 m, dimana terdapat 5 gerai yang memiliki jarak kurang dari 500 m terhadap Pasar Tani Mulya. Di Kecamatan Lembang dari 50 gerai toko modern rentang jarak antara 300 m – 10.000 m dengan rata-rata mencapai 3.035 m, dimana terdapat 4 gerai yang memiliki jarak kurang dari 500 m terhadap Pasar Panorama. Dari 10 toko modern yang lokasinya berada dalam jangkauan pasar tradisional tersebut, semuanya berjenis minimarket.

Kecenderungan lokasi minimarket yang berdekatan dengan pasar tradisional disebabkan karena minimarket juga menyasar segmen konsumen perumahan, dimana umumnya pasar tradisional dibangun berdekatan dengan pemukiman. Hal itu dilakukan untuk mendapatkan konsumen serta memanfaatkan jangkauan pasar tradisional. Akibatnya, terjadi persinggungan atau tumpang tindih jangkauan pelayanan antara toko swalayan dan pasar tradisional. Adanya lokasi yang berdekatan tersebut diharapkan tercipta iklim persaingan yang sehat dan pasar tradisional diharapkan dapat berinovasi dalam pelayanan kepada konsumen terutama dari kebersihan tempat, meskipun juga hal ini jelas mengancam eksistensi usaha para pedagang di pasar tradisional karena mereka harus bersaing dengan toko modern yang memiliki keunggulan modal dan teknologi.

Untuk kondisi eksisting yang telah terjadi dimana telah berdiri lokasi toko modern dengan jarak minimal terhadap pasar tradisional yang tidak sesuai dengan regulasi, diperlukan adanya mekanisme pengendalian yang ekstra, misalnya pengaturan jam operasional yang lebih singkat dibandingkan toko modern lainnya, menentukan jenis dan batas bawah harga beberapa produk

bappelitbangda

yang dijual, hingga kewajiban kemitraan yang lebih banyak terhadap para pedagang di sekitar. Pemda KBB juga telah melakukan beberapa upaya penegakan hukum terhadap minimarket yang melanggar ketentuan ini. Untuk ke depannya hal ini dapat diatasi dengan pengendalian perizinan lokasi yang lebih ketat dengan koordinasi yang lebih baik terhadap pemerintah kewilayahan (Kecamatan dan Desa).

4. Mempertimbangkan Aksesibilitas Arus Lalu Lintas, Dukungan Ketersediaan Infrastruktur dan Perkembangan Pemukiman

Pemilihan lokasi yang tepat sangat menentukan kesuksesan ekonomi dari toko modern. Dalam menyeleksi suatu lokasi perlu mempertimbangkan kombinasi terbaik dari beberapa karakteristik dalam hal ini adalah aksesibilitas transportasi, arus lalu lintas dan visibilitas yang baik. Hal itu dapat dilihat dengan banyaknya titik minimarket yang tersebar di sepanjang jalan Arteri, jalan Kolektor dan jalan Lokal yang ada di 3 wilayah Kecamatan yang menjadi sampel.

Dari aspek kepentingan pelaku usaha toko modern, aksesibilitas arus lalu lintas merupakan aspek penting, karena kelancaran arus lalu lintas menjadi salah satu pertimbangan konsumen untuk mengunjungi toko modern. Kendaraan yang digunakan minimarket untuk pengiriman stock barang pada umumnya adalah kendaraan besar. Maka dari itu perlu memperhatikan fungsi jalan yang sesuai dengan aktivitas pergerakan di toko modern, karena lebar jalan juga berpengaruh terhadap aktivitas pergerakan, seperti manuver untuk mobil dan loading barang. Apabila lebar jalan terlalu kecil maka dapat mengurangi aktivitas pergerakan di sekitar toko modern.

Di sisi lain, keberadaan pasar modern khususnya yang berjenis departemen store dan hypermart pada umumnya menjadi daya tarik bagi konsumen tidak hanya yang berasal dari penduduk sekitar, tetapi juga dari luar kawasan setempat. Hal ini karena cakupan layanan pasar modern jenis tersebut yang lebih luas, ditambah dengan fasilitas tambahan lainnya untuk rekreasi di luar kebutuhan untuk berbelanja barang. Sedangkan untuk jenis minimarket lebih menyasar segmen konsumen dari pemukiman sehingga sebagian besar

bappelitbangda

lokasi minimarket dekat dengan pemukiman dimana umumnya konsumen mengunjungi minimarket menggunakan kendaraan roda 2.

Masalah aksesibilitas lalu lintas yang sering dikeluhkan terutama terjadi di wilayah Jl. Raya Padalarang, Kertamulya dimana terdapat 3 pasar modern yaitu Lotte Grosir, Borma dan Ramayana. Di sepanjang jarak antara departemen store tersebut juga terdapat beberapa minimarket, bank, rumah sakit dan restoran. Konsumen yang berkunjung ke 3 departemen store serta kawasan bisnis dan niaga tersebut banyak yang menggunakan kendaraan roda empat, ditambah dengan jalan ini juga dilalui oleh kendaraan umum dan kendaraan berat/ ukuran besar. Kemacetan sering terjadi karena arus keluar dan masuk kendaraan konsumen sehingga menambah kepadatan arus lalu lintas di kawasan tersebut. Selain solusi yang bersifat sementara seperti rekayasa arus lalu lintas pada jam-jam rawan kemacetan (pagi, sore, akhir pekan dan libur nasional), juga perlu dicari solusi jangka panjang lainnya seperti membangun jembatan penyebarangan, ataupun membangun rute jalur keluar–masuk kendaraan konsumen yang baru.

Dalam kerangka pengendalian pembangunan pasar modern berikutnya, diperlukan perhatian khusus pada dokumen Andalalin (Analisis Dampak Lalu Lintas) pada tahap perizinan sehingga dapat meminimalisasi risiko terjadinya kemacetan arus lalu lintas akibat adanya pasar modern.

5. Tidak Dapat Didirikan di Jalan Desa, Kecuali Wilayah Yang Diperuntukan Bagi Kegiatan Jasa dan Perdagangan di Perkotaan

Mengacu kepada Perda No.2 Tahun 2012 mengenai RTRW Kabupaten Bandung Barat, lokasi pasar modern di 3 kecamatan yang menjadi sampel observasi dibangun di wilayah dengan peruntukan kegiatan jasa perdagangan di perkotaan. Kekurangan dalam aspek ini adalah pengaturan lokasi pendirian pasar modern yang tidak detail berdasarkan fungsi jalan yang pada dasarnya terbagi ke dalam jalan Arteri, Kolektor, Lokal dan Lingkungan. Untuk menghindari permasalahan baru diperlukan adanya regulasi lebih lanjut mengenai pendirian pasar modern berdasarkan fungsi jalan.

bappelitbangda

BAB VI

DAMPAK PEMBANGUNAN PASAR MODERN TERHADAP EKSISTENSI PASAR TRADISIONAL

Pasar modern telah hadir di berbagai kota besar di Indonesia selama lebih dari tiga dekade terakhir. Ekspansi pasar ritel modern terutama yang berjenis minimarket saat ini tidak hanya di lokasi perkotaan tetapi juga hingga ke pelosok pedesaan. Dengan model bisnis waralaba memungkinkan perusahaan ritel modern membuka gerai baru tanpa harus mengeluarkan investasi yang besar. Seiring dengan pemberlakukan liberalisasi di sektor perdagangan sejak tahun 1998, pengelola pasar modern asing mulai merambah masuk pasar dalam negeri, yang menimbulkan persaingan sengit dengan pengelola pasar modern lokal.

Beberapa pihak menyatakan bahwa tingkat persaingan antara pasar ritel modern tersebut menyebabkan hilangnya pelanggan pasar tradisional akibat membanjirnya produk-produk bermutu dengan harga murah serta strategi pasar modern dalam menawarkan gaya hidup perbelanjaan yang lebih nyaman dan rekreatif. Asosiasi Pedagang Pasar Tradisional Seluruh Indonesia (APPSI) Jawa Barat mengklaim bahwa keberadaan minimarket mematikan usaha pedagang tradisional disekitarnya (Koran Sindo, 12 Desember 2013). Sementara Asosiasi Pedagang Pasar Tradisional (APPTI) menyebutkan bahwa setiap pendirian satu minimarket akan membunuh sekitar 20 pedagang tradisional (Safitri., dkk., 2016).

Pada bab ini akan dipaparkan mengenai analisa daya tahan pasar tradisional serta dampak dari pembangunan pasar modern terhadap eksistensi pasar tradisional di Kabupaten Bandung Barat. Analisa dilakukan berdasarkan hasil survey dengan menyebarkan kuesioner terhadap para pedagang / pelaku UMKM di pasar tradisional Kabupaten Bandung Barat. Jumlah sampel pedagang sebanyak 30 orang yang diambil secara random pada 3 pasar tradisional utama di Kecamatan Padalarang, Ngamprah dan Lembang. Survey juga dilakukan terhadap 30 orang responden yang merupakan konsumen dari 3 pasar tradisional tersebut. Selain itu juga dilakukan wawancara terhadap asosiasi pedagang pasar tradisional yang

bappelitbangda

diwakili oleh pengurus Paguyuban Pasar Tagog Padalarang dan Paguyuban Pasar Batujajar serta perwakilan APRINDO Jawa Barat.

VI.1 ANALISA DAYA TAHAN PASAR TRADISIONAL

Lingkungan persaingan yang dinamis antara pasar tradisional dan pasar modern mengakibatkan posisi pasar tradisional mengalami pergeseran dengan dugaan terjadinya penurunan daya tarik pasar tradisional seiring dengan kemampuan pasar modern untuk berinovasi sesuai dengan kondisi pembeli. Revitalisasi pasar tradisional yang telah dilakukan Pemerintah Kabupaten Bandung Barat melalui renovasi bangunan dan peningkatan sarana pasar diharapkan dapat meningkatkan daya tarik dan daya saing pasar tradisional.

Analisa daya tahan pasar tradisional dilakukan untuk mengukur sejauh mana kondisi dan kesiapan pasar tradisional terdampak dari keberadaan dari pasar modern yang saat ini jumlahnya cukup tinggi. Hal ini khususnya karena faktor lokasi dan strategi bisnis pasar modern yang dapat menyebabkan daya tarik dan daya saing pasar tradisional menjadi menurun. Analisa daya tahan pasar tradisional dilakukan dengan membandingkan kondisi 3 pasar tradisional yaitu Pasar Tagog Padalarang, Pasar Desa Tanimulya Kecamatan Ngamprah dan Pasar Panorama Lembang. 3 pasar ini dipilih berdasarkan pertimbangan representasi dari kondisi pasar tradisional yang saat ini eksis di Kabupaten Bandung Barat, yaitu pasar yang baru direvitalisasi (Pasar Tagog Padalarang), pasar wilayah dengan manajerial dan fasilitas yang terbatas (Pasar Desa Tanimulya) serta pasar dengan daya tarik yang cukup tinggi (Pasar Panorama Lembang).

V1.1.1 Kompetisi dan Strategi Persaingan Usaha

Berdasarkan pada hasil penyebaran kuesioner terhadap 30 orang konsumen dan 30 orang pedagang di 3 pasar tradisional yang menjadi sampel, diperoleh beberapa faktor yang menentukan daya tahan dan keberlanjutan pasar tradisional sebagaimana yang ditampilkan dalam tabel berikut ini :

bappelitbangda

Tabel 6.1 Persaingan dan Strategi Pedagang Pasar Tradisional

Kompetitor Utama	F	%	Strategi Menarik Pembeli	F	%
Pedagang lain dalam pasar	9	30.00%	Ramah dan Sopan	9	30.00%
Minimarket	7	23.33%	Menjamin Kualitas Produk	7	23.33%
PKL / toko lainnya di luar pasar	4	13.33%	Harga yang Murah/ Potongan Harga	6	20.00%
Pasar Modern Lainnya	3	10.00%	Jujur	3	10.00%
Pasar Tradisional Lainnya	2	6.67%	Memanfaatkan media online	3	10.00%
Toko Online	3	10.00%	Tidak Ada	2	6.67%
Tidak Tahu	2	6.67%			
Total	**30**	**100%**	**Total**	**30**	**100%**

Sumber : Survey terhadap Pedagang Pasar Tradisional (data diolah, 2022)

Hasil survey tersebut menunjukan bahwa sebagian besar pedagang pasar tradisional menilai kompetitor utama adalah pedagang lain dalam pasar (30%). Keberadaan pasar modern juga menambah beban persaingan dimana sebesar 33,33% menilai pasar modern (minimarket dan jenis pasar modern lainnya) adalah kompetitor utama. Selain itu para pedagang juga harus berkompetisi dengan PKL di luar pasar, pasar tradisional lainnya dan juga pedagang yang menjual secara online. Data tersebut menunjukan bahwa pedagang tradisional selain menghadapi kompetisi di antara sesama pedagang tradisional lainnya, juga harus menghadapi persaingan usaha dengan pasar modern.

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh keterangan bahwa situasi kompetisi di antara pedagang merupakan hal yang biasa, karena para pedagang lain juga memiliki status yang sama seperti menyewa kios/ los secara bulanan, iuran listrik dan uang keamanan serta tidak adanya perlakuan secara khusus terhadap para pedagang tertentu baik dari pengelola pasar maupun pemasok. Bagi pedagang yang telah tergabung di asosiasi, persaingan di antara sesama pedagang anggota asosiasi jarang terjadi, dan apabila terjadi pun umumnya dapat diselesaikan secara musyawarah. Persaingan dengan pedagang tradisional lainnya yang tidak dapat diselesaikan umumnya dengan PKL di luar pasar terutama yang menjual produk

bappelitbangda

yang sama. Meskipun demikian para pedagang pasar menyatakan harga yang ditawarkan lebih murah dibandingkan dengan harga dari PKL di sekitar pasar. Beberapa pedagang menyatakan persaingan harga saat ini juga dipengaruhi oleh keberadaan toko online yang menjual barang dengan harga yang jauh lebih murah. Keluhan ini terutama disampaikan oleh para pedagang yang menjual produk sandang.

Upaya yang mereka lakukan untuk tetap mempertahankan pembeli adalah membangun hubungan baik dengan konsumen, menjamin kualitas produk tetap baik, dan menjual produk secara jujur. Sebagian kecil lainnya dari pedagang di pasar ada yang mulai menggunakan media online untuk berjualan, dimana hal ini umumnya dilakukan oleh pedagang yang menjual produk sandang.

Hasil wawancara lainnya juga menemukan bahwa keberadaan pasar modern utamanya yang berjenis minimarket menjadi kompetitor para pedagang tradisional. Hal ini utamanya diutarakan oleh pedagang yang menjual bahan makanan pokok (non sayur dan buah-buahan) yang menilai bahwa keberadaan minimarket menjadi pesaing usaha karena menawarkan produk yang sama dimana dengan kelebihan pasar modern seperti kondisi toko yang lebih bersih dan nyaman, harga yang lebih kompetitif serta adanya potongan harga menyebabkan mereka sulit bersaing.

VI.1.2 Kinerja Usaha

Kajian ini sulit menganalisis kinerja usaha pedagang pasar tradisional secara pasti, karena kurangnya data terkait jumlah omzet maupun jumlah pembeli pasar yang tersaji secara *time-series*. Hal ini karena umumnya para pedagang maupun pihak asosiasi pedagang tidak memiliki catatan pasti mengenai omzet dan jumlah pembeli dalam kurun waktu tertentu. Sebagian pedagang juga enggan menampilkan data omzet mereka dengan berbagai alasan. Dengan demikian, sumber utama untuk menilai kinerja usaha pedagang tradisional adalah berasal dari hasil wawancara para pedagang dan pengurus asosiasi pedagang pasar tradisional.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap pengurus asosiasi Pedagang Pasar Tradisional di Pasar Tagog dan Batujajar, diperoleh keterangan bahwa secara

bappelitbangda

umum kinerja usaha pedagang tradisional mengalami naik-turun. Pada masa-masa tertentu seperti libur nasional dan khususnya di bulan Puasa menjelang Idul Fitri, pedagang tradisional umumnya mengalami kenaikan omzet seiring dengan peningkatan jumlah konsumen yang berbelanja. Meskipun kenaikan tersebut bersifat musiman, tetapi sejak pandemi COVID-19 para pedagang merasakan dampak penurunan meskipun pada waktu yang seharusnya ramai pembeli seperti Bulan Puasa, Idul Fitri, Idul Adha dan libur panjang. Hal ini disebabkan karena penurunan jumlah pembeli yang tidak seperti biasanya pada tahun-tahun sebelum adanya pandemi. Secara khusus narasumber dari Asosiasi Pedagang Tagog Padalarang mengutarakan adanya proses relokasi pasar dari pasar sebelumnya ke pasar yang baru (di tahun 2022 ini) juga mempengaruhi kinerja usaha dimana mereka harus menyesuaikan untuk mencari pelanggan baru pasca relokasi. Kondisi saat ini tingkat kunjungan pembeli masih sepi (berada jauh dibawah kondisi sebelum relokasi).

Keterangan dari sebagian besar pedagang di 3 pasar tradisional juga mengutarakan secara umum kinerja usaha mereka mengalami penurunan, terutama sejak 2 tahun terakhir mengalami kondisi pandemi. Penurunan omzet usaha berkisar antara 40%-60%, dimana hal ini seiring dengan penurunan jumlah konsumen harian yang berkunjung ke pasar sekitar 40%-50%. Sebagian pedagang yang memiliki lebih dari 1 tempat usaha juga menyatakan mengurangi jumlah jongko/ kios yang mereka sewa karena tidak mampu menanggung beban operasional usaha. Sebelum pandemi, mereka juga mengakui secara umum mengalami penurunan omzet antara 20%-40%.

Berikut adalah rekapitulasi kondisi kinerja dan penyebab naik-turunnya kinerja usaha pedagang di 3 pasar tradisional yang menjadi sampel :

bappelitbangda

Tabel 6.2 Kondisi dan Penyebab Naik-Turunnya Kinerja

Kondisi Kinerja 5 Tahun Terakhir			Penyebab		
Penjelasan	**F**	**%**	**Penjelasan**	**F**	**%**
Meningkat (lebih baik)	2	6,67%	Pindah lokasi	1	50%
			Menggunakan media online	2	100%
Sama saja	8	26,67%	Strategi usaha / kreativitas	6	75%
			Ketidakpastian kebijakan	2	25%
			Ketidakpastian harga	3	37,5%
			Tidak Tahu	1	12,5%
Menurun (lebih buruk)	20	66,67%	Pindah lokasi	9	45%
			Kurangnya modal	7	35%
			Persaingan	12	60%
			Sulit mempertahankan pelanggan	14	70%
			Force majour (Kebarakaran, Banjir, Pandemi)	11	55%
			Pasokan barang tidak kontinyu	7	35%
			Ketidakpastian harga dan kebijakan	12	60%
			Isu khusus (produk tidak hygienis, produk palsu)	5	25%
			Kualitas pasokan barang menurun	10	50%
Total	**30**	**100%**			

Sumber : Hasil Wawancara terhadap Pedagang (data diolah, 2022)

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar (66,67%) pedagang menyatakan mengalami penurunan kinerja usaha dalam rentang waktu 5 tahun terakhir. Hal ini ditandai dengan penurunan jumlah konsumen yang berdampak kepada penurunan jumlah omzet dan keuntungan. Jumlah selanjutnya (26,67%) menyatakan kondisi kinerja yang sama saja selama 5 tahun terakhir, sedangkan sebesar 6,67% menyatakan kondisi yang lebih baik atau mengalami peningkatan kinerja usaha.

Bagi pedagang yang mengalami peningkatan kinerja, hal ini disebabkan karena mereka pindah ke lokasi yang lebih strategis. Selain itu juga faktor penggunaan media online turut membantu kinerja penjualan dimana hal ini terjadi pada pedagang yang menjual produk sandang. Bagi pedagang yang menyatakan kondisi kinerja yang relatif sama menyatakan kondisi tersebut berarti mereka kadang mengalami kenaikan omzet dan keuntungan, dan terkadang mengalami penurunan. Sebagian besar dari pedagang menyatakan bahwa kreativitas dan

bappelitbangda

strategi usaha yang menyebabkan mereka mampu mempertahankan omzet dan keuntungannya di tengah kondisi ketidakpastian kebijakan dan harga yang secara umum dialami oleh para pedagang pasar tradisional.

Selanjutnya bagi para pedagang yang menyatakan mengalami penurunan kinerja usaha, sebagian besar (70%) menyatakan hal ini disebabkan karena sulitnya mempertahankan pelanggan, dimana pembeli pada umumnya sering berganti-ganti atau tidak tetap. Para pedagang menyatakan bisa mempertahanknan pelanggan karena faktor kemampuan membangun hubungan sosial dengan pembeli dan kualitas dan harga produk yang dijual lebih baik dibandingkan tempat lain. Sulitnya mempertahankan pelanggan ini berkaitan dengan faktor lainnya yaitu adanya persaingan (60%), dimana seperti yang dijelaskan sebelumnya adanya persaingan dengan pedagang tradisional lainnya terutama dengan PKL atau kios di luar pasar dimana faktor kemudahan lokasi (dipinggir jalan) menjadi daya tarik bagi konsumen pasar tradisional. Selain itu persaingan juga terjadi dengan pasar modern utamanya minimarket. Hal ini terutama dirasakan oleh pedagang bahan makanan non-sayuran segar, buah-buahan, daging dan ikan karena produk yang dijual oleh mereka relatif sama dengan yang dijual di minimarket.

Faktor lainnya adalah ketidakpastian harga (60%) yang menyebabkan mereka harus menyesuaikan dengan harga yang berlaku. Faktor ini utamanya disebabkan karena kenaikan BBM dan tarif listrik, yang membuat pemasok juga menaikan harga. Terkait aspek harga, faktor lainnya juga adalah pasokan yang berkurang, tidak tentu atau terhenti, atau mengalami kenaikan harga dari pemasok. Kondisi ini menyebabkan para pedagang harus menaikan harga sehingga berdampak pada penurunan jumlah konsumen.

Faktor selanjutnya adalah adanya *force majour* seperti kebakaran, banjir dan pandemi (55%) dimana kebakaran yang dialami oleh pedagang Pasar Tagog dan Panorama Lembang beberapa tahun lalu menyebabkan mereka mengalami kerugian materi atau mengharuskan mereka pindah lokasi berdagang. Hal lainnya yang mempengaruhi penurunan kinerja usaha adalah kurangnya modal usaha (35%) serta adanya isu khusus seperti produk yang tidak hygienis dan merek palsu (25%) yang dinilai mempengaruhi penurunan kinerja usaha.

bappelitbangda

Berdasarkan pemaparan data di atas dapat diketahui faktor utama yang mempengaruhi penurunan kinerja usaha adalah sulitnya mempertahankan pelanggan, dimana hal ini sebagian besar berkaitan dengan faktor eksternal seperti situasi persaingan, ketidakpastian harga, *force majoure,* perpindahan lokasi usaha, dan faktor pemasok yang menaikan harga, serta ketidakpastian pasokan dan menurunnya kualitas produk dari pemasok. Hal ini menjelaskan bahwa daya tawar pedagang di pasar tradisional yang kurang kuat terhadap lingkungan eksternalnya (konsumen dan pemasok). Pedagang tradisional juga memiliki tingkat kerentanan usaha yang cukup tinggi terkait dengan ketidakpastian kebijakan harga, tarif dan lokasi usaha.

VI.1.3 Faktor Daya Tahan dan Keberlanjutan Pasar Tradisional

Berdasarkan pada hasil penyebaran kuesioner terhadap 30 orang konsumen yang dibagikan di wilayah Pasar Tagog Padalarang, Pasar Tanimulya Ngamprah dan Pasar Panorama Lembang diperoleh beberapa faktor yang menentukan daya tahan dan keberlanjutan pasar tradisional sebagaimana yang ditampilkan dalam tabel berikut ini :

bappelitbangda

Tabel 6.3 Faktor Daya Tahan dan Keberlanjutan Pasar Tradisional di Kabupaten Bandung Barat

Faktor	Skor Rata-Rata (1-9)	Kategori
I. Produk		
Harga jual produk yang relatif terjangkau	7.00	Baik
Jaminan mutu produk	3.20	Cukup
Variasi produk	4.30	Cukup
Rata – Rata	**4.83**	**Cukup**
II. Daya Dukung Pasar		
Kemudahan menjangkau lokasi	6.80	Baik
Kedekatan dengan fasilitas publik	7.10	Baik
Akses Transportasi	6.10	Cukup
Promosi	2.90	Rendah
Fasilitas bagi pengunjung	3.50	Cukup
Sanitasi lingkungan fisik	2.90	Rendah
Kenyamanan berbelanja	3.70	Cukup
Fasilitas parkir	4.80	Cukup
Rata – Rata	**4.73**	**Cukup**
III. Kualitas Pelayanan		
Kemampuan komunikasi pedagang	5.57	Cukup
Interaksi dan suasana	3.90	Cukup
Penanganan keluhan	2.50	Rendah
Garansi	2.70	Rendah
Rata – Rata	**3.67**	**Cukup**
IV. Nilai Tambah Bagi Konsumen		
Menghemat Waktu	3.70	Cukup
Praktis	3.50	Cukup
Menyediakan banyak pilihan	3.90	Cukup
Mendukung Gaya hidup	2.80	Rendah
Nilai Rekreatif	4.70	Cukup
Rata – Rata	**3.72**	**Cukup**
Rata – Rata Total	**4.24**	**Cukup**

Sumber : Hasil Penyebaran Kuesioner terhadap Konsumen (data diolah, 2022)

Berdasarkan hasil pengolahan data yang ditunjukan pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa seluruh faktor daya tahan dan keberlanjutan memperoleh penilaian yang berada dalam kategori cukup. Faktor Produk memperoleh skor rata-

bappelitbangda

rata 4,83 atau dipersepsikan Cukup; Faktor Daya Dukung Pasar memperoleh skor rata-rata 4,73 atau dipersepsikan Cukup; Kualitas Pelayanan memperoleh skor rata-rata 3,67 atau dipersepsikan Cukup; sedangkan Nilai Tambah Bagi Konsumen memperoleh skor rata-rata terendah yaitu 3,72 atau dipersepsikan Cukup. Secara keseluruhan, skor rata-rata mencapai 4,24 atau berada dalam kategori Cukup.

Hasil tersebut menunjukan secara umum, pasar tradisional dinilai memiliki daya tahan dan keberlanjutan yang berada dalam kategori Cukup. Artinya pasar tradisional di Kabupaten Bandung Barat masih mampu untuk menjalankan dan mengembangkan usahanya di tengah keberadaan pasar/toko modern. Faktor yang dinilai Baik adalah harga produk yang relatif terjangkau; Kemudahan menjangkau lokasi dan Kedekatan dengan fasilitas publik. Faktor tersebut menjadi faktor pendukung utama bagi daya tahan keberadaan pasar tradisional di Kabupaten Bandung Barat, khususnya di 3 pasar yang menjadi sampel. Meskipun demikian, kategori cukup berarti bahwa kondisi pasar tradisional masih memerlukan berbagai peningkatan agar memiliki lebih memiliki daya tarik dan daya saing. Faktor yang mendapatkan penilaian terendah dan berada dalam kategori Rendah/ Kurang secara berurutan adalah Penanganan keluhan (skor rata-rata 2,50); Adanya Garansi (2,70); Mendukung Gaya Hidup (2,80); Sanitasi lingkungan (2,90) dan Promosi (2,90). Faktor-faktor tersebut yang perlu menjadi prioritas untuk diperbaiki dalam kerangka meningkatkan daya tarik dan saya saing pasar tradisional di Kabupaten Bandung Barat.

Secara keseluruhan dapat dilihat bahwa Daya Tahan dan Keberlanjutan pasar tradisional di Kabupaten Bandung Barat cenderung mengarah ke kategori rendah atau kurang. Banyak faktor yang perlu untuk ditingkatkan, baik dari aspek fisik/ infrastruktur pasar, kualitas produk, dan kualitas pelayanan pedagang. Upaya revitalisasi yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Bandung Barat hendaknya tidak terhenti pada aspek fisik semata, melainkan juga penataan dan pembinaan pedagang, serta *stakeholder* lainnya di sekitar pasar tradisional.

bappelitbangda

VI.2 ANALISA DAMPAK PASAR MODERN TERHADAP PASAR TRADISIONAL

Hasil pemaparan data pada bagian sebelumnya menunjukan bahwa sebagian besar pelaku usaha (pedagang pasar tradisional) yang menjadi responden menyatakan mengalami penurunan kinerja usaha, dalam hal ini adalah penurunan omzet dan keuntungan dalam 5 tahun terakhir. Berbagai macam faktor yang disebutkan menjadi penyebab dimana keberadaan pasar modern terutama yang berjenis minimarket dinilai menjadi salah satu penyebab menurunnya kinerja usaha pedagang pasar tradisional.

Pada sub bab ini akan secara khusus menganalisis kontribusi keberadaan pasar modern terhadap kinerja usaha pedagang di pasar tradisional. Analisis yang digunakan yang pertama adalah ekonometrika (kuantitatif) yang diperdalam dengan analisa kualitatif. Analisa kuantitatif dilakukan dengan menguji data rasio rata-rata konsumen yang mampu dilayani oleh setiap pedagang di pasar tradisional dengan Jarak pasar tradisional terhadap pasar modern; Jumlah penduduk dan Jumlah Pasar Modern di setiap desa yang terdapat pasar tradisional.

Data diperoleh dari data pengelolaan pasar tradisional oleh pemerintah desa dimana berdasarkan data dari Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Kab Bandung Barat tahun 2021 hanya tersedia data lengkap sebanyak 25 pasar desa saja (dari 41 pasar desa). Analisa kualitatif diperoleh dari hasil pengolahan data wawancara dibandingkan dengan jurnal/ penelitian sebelumnya mengenai dampak pasar modern terhadap pasar tradisional.

Tabel 6.4 Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Konsumen Pasar Tradisional

Model		Unstandardized Coefficients		Sig.	Determinasi
		B	Std. Error		
1	(Constant)	3.276	2.881	.268	
	Jarak Pasar	0.00003	.000	.955	0,03%
	Jumlah Penduduk	0.00047	.000	.055	14,15%
	Jumlah Pasar Modern	-0.77567	.493	.130	2,90%

a. Dependent Variable: Rata-Rata Jumlah Konsumen yang Terlayani

Sumber : Hasil Pengujian Data, 2022

bappelitbangda

Persamaan regresi hasil pengujian data di atas adalah sebagai berikut :

$$Y = 3{,}276 + 0{,}00003_{X1} + 0{,}00047_{X2} - 0{,}77567_{X3}$$

Y = Rata-Rata Jumlah Konsumen yang Terlayani oleh 1 Pedagang Pasar Tradisional

X1 = Jarak Pasar tradisional dengan pasar modern terdekat (meter)

X2 = Jumlah penduduk

X3 = Jumlah pasar modern di setiap desa yang menjadi sampel

Berdasarkan persamaan regresi di atas, dapat diinterpretasikan bahwa pengaruh jarak pasar tradisional dengan pasar modern terdekat memiliki nilai koefisien positif sebesar 0,00003, artinya bahwa setiap peningkatan jarak antara pasar tradisional dengan pasar modern sebesar 1 km maka akan meningkatkan jumlah rata-rata konsumen yang mampu dilayani oleh setiap pedagang sebesar 0,03 kali. Selanjutnya nilai koefisien regresi pengaruh jumlah penduduk adalah positif sebesar 0,00047 artinya setiap peningkatan jumlah penduduk sebesar 1 jiwa maka akan dapat meningkatkan jumlah rata-rata konsumen yang mampu dilayani oleh setiap pedagang sebesar 0,00047 kali. Nilai koefisien regresi pengaruh jumlah pasar modern adalah negatif sebesar -0,77567 artinya setiap peningkatan jumlah pasar modern sebesar 1 gerai maka akan dapat mengurangi jumlah rata-rata konsumen yang mampu dilayani oleh setiap pedagang sebesar 0,78 kali.

Meskipun demikian, berdasarkan nilai signifikansi dengan level probabilitas kepercayaan 5% diperoleh seluruh hasil pengujian adalah tidak signifikan (sig > 0,05) artinya jarak pasar tradisional dengan pasar modern, jumlah penduduk dan jumlah pasar modern tidak berpengaruh nyata pada level signifikansi 5%. Adapun perubahan-perubahan pada jumlah konsumen yang mampu dilayani oleh setiap pedagang dipengaruhi oleh 0,03% jarak pasar tradisional ke pasar modern, 14,15% pengaruhi jumlah penduduk dan sebesar 2,9% dipengaruhi oleh jumlah pasar modern di desa tersebut.

bappeltbangda

Tabel 6.5 Rata-Rata Jumlah Konsumen yang Terlayani Oleh Setiap Pedagang Pasar Tradisional Berdasarkan Katgeori Jarak terhadap Pasar Modern

Kategori Lokasi	Mean	N	Std. Deviation
< 500 m	8.1527	9	6.76885
> 500 m – 1.000 m	2.9327	2	2.37969
> 1.000 m	6.5314	14	5.48470
Total	**6.8272**	**25**	**5.81177**

Sumber : Hasil Pengujian Data, 2022

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas, dapat diketahui bahwa dari 25 pasar tradisional yang menjadi sampel, terdapat 11 pasar (44%) yang memiliki jarak dengan pasar modern kurang dari ketentuan (kurang dari 1.000 m untuk Kawasan pedesaan), dimana sebagian besar (9 pasar tradisional) yang berjarak kurang dari 500 m dengan pasar modern. Selanjutnya berdasarkan kategori jarak dengan pasar modern, dapat dilihat bahwa pasar tradisional yang memiliki jarak kurang dari 500 m memiliki rata-rata konsumen harian per 1 orang pedagang yang lebih tinggi, yaitu 8,15. Setiap 1 orang pedagang yang berada di lokasi pasar yang memiliki jarak antara 500 m – 1.000 m memiliki rata-rata konsumen sebanyak 2,9, sedangkan yang memiliki jarak lebih dari 1.000 m memiliki rata-rata konsumen harian sebesar 6,5. Data tersebut menunjukan konsumen pedagang pasar tradisional dengan jarak hingga 1.000 m dengan pasar modern cenderung lebih banyak dibandingkan dengan pedagang yang berada di pasar tradisional dengan jarak lebih dari 1.000 m dari pasar modern.

Kondisi ini disebabkan adanya kecenderungan konsentrasi konsumen pada pusat perdagangan tradisional maupun modern, karena pasar modern juga pada umumnya menyasar segmen konsumen yang relatif sama dengan segmen konsumen pasar tradisional. Hal ini dapat diketahui dari pendirian pasar modern yang juga cenderung dekat dengan lokasi pemukiman dan pusat aktivitas perniagaan wilayah, sehingga banyak pasar modern yang berdiri berdekatan dengan pasar tradisional.

Pemaparan data kuantitatif tersebut memberikan perspektif mengenai pengaruh atau dampak keberadaan pasar modern terhadap pedagang di pasar

bappelitbangda

tradisional secara makro. Meskipun memiliki pengaruh yang relatif rendah, tetapi keberadaan pasar modern memiliki pengaruh terhadap jumlah konsumen pedagang pasar tradisional sekitarnya.

Selanjutnya hasil wawancara mendalam terhadap 2 orang narasumber (Pengurus Asosiasi Pedagang Pasar Tradisional Pasar Tagog Padalarang dan Pasar Tradisional Batujajar) serta 6 orang pedagang pasar tradisional dapat dipaparkan ke dalam tabel berikut :

Tabel 6.5 Pengolahan Data Hasil Wawancara Pengaruh Pasar Modern terhadap Pasar Tradisional

Poin Wawancara	Keterangan
Persepsi terhadap Keberadaan Pasar Modern	**Asosiasi Pedagang Pasar Tradisional :** • Pasar modern (minimarket, departemen store dan hypermart) merupakan kompetitor dari pasar tradisional. Meskipun tidak seluruhnya pedagang pasar tradisional *vis a vis* dengan pasar modern karena terdapat segmen pasar yang berbeda dari pasar modern dan pasar tradisional • Keberadaan pasar modern memperberat situasi usaha para pedagang pasar tradisional. Adanya pasar modern menggerus pangsa pasar pedagang tradisional, karena terdapat perebutan pasar konsumen akibat jenis produk yang ditawarkan relatif sama. • Banyak pasar modern yang didirikan dengan tidak mengikuti regulasi yang berlaku. Hal utama yang disorot adalah masalah zonasi dan jarak pasar modern yang terlalu dekat dengan pasar tradisional
	Pedagang Pasar Tradisional : • Pasar modern merupakan salah satu kompetitor dan telah mengambil sebagian pasar konsumen pedagang pasar tradisional • Tidak menolak berdirinya pasar modern, asal sesuai dengan regulasi
Dampak keberadaan pasar modern terhadap kinerja usaha	**Asosiasi Pedagang Pasar Tradisional :** • Pasar modern mempengaruhi penurunan kinerja usaha pasar tradisional, dimana yang paling dirasakan adalah penurunan jumlah pembeli yang mempengaruhi omzet dan keuntungan. Hal ini mulai dirasakan sejak tahun 2004 ketika pasar modern mulai banyak berdiri. • Selain persaingan dengan pasar modern, pasar tradisional juga harus menghadapi masalah ketidakstabilan harga dan ketidakpastian regulasi, persaingan dengan PKL dan pedagang

bappelitbangda

Poin Wawancara	Keterangan
	informal sekitar pasar, serta kuantitas dan kualitas pasokan produk belum stabil dan konsisten • Pasar modern belum banyak berkontribusi terhadap peningkatan kinerja usaha pasar tradisional. Adanya program kemitraan, tanggungjawab sosial dan penyerapan tenaga kerja tidak dirasakan oleh pelaku UMKM sekitar sehingga manfaatnya kurang terasa bagi peningkatan usaha pedagang tradisional
	Pedagang Pasar Tradisional : • Semakin maraknya pasar modern berpengaruh terhadap usaha. Hal ini karena konsumen pedagang tradisional beralih kepada pasar modern, meskipun para narasumber tidak dapat memperkirakan jumlah atau angka pastinya • Dengan keunggulan yang dimilikinya, pasar modern mempengaruhi gaya dan perilaku berbelanja masyarakat dimana masyarakat (khususnya yang berada di komplek golongan menengah ke atas) saat ini lebih mengutamakan untuk mencari produk di pasar modern dibandingkan pasar tradisional • Belum merasakan manfaat dari adanya program kemitraan, pemberdayaan, tanggung jawab sosial maupun penyerapan tenaga kerja dari adanya pasar modern. Hal ini karena lemahnya pengawasan dari pemerintah sehingga yang merasakan manfaatnya bukan warga/ pelaku UMKM sekitar pasar modern.
Harapan mengenai keberadaan pasar modern	**Asosiasi Pedagang Pasar Tradisional :** • Adanya penegakan regulasi yang jelas dan konsisten. Hal ini terutama regulasi yang berkaitan dengan zonasi dan pengaturan jarak pasar modern dengan pasar tradisional • Adanya penataan, revitalisasi dan modernisasi pasar tradisional sehingga lebih memiliki daya saing dan daya tarik • Adanya kebijakan perlindungan ekstra dari pemerintah daerah terhadap eksistensi pasar tradisional • Program kemitraan dan pemberdayaan terhadap UMKM serta penyerapan tenaga kerja harus dapat dirasakan manfaatnya oleh warga sekitar / terdekat dari pasar modern. Hal ini karena tidak dilibatkannya pihak asosiasi maupun pemerintah setempat dalam perancangan dan implementasi program tersebut. • Adanya regulasi yang lebih jelas dan tegas agar setiap pasar modern melaksanakan program ini secara tepat sasaran (kepada masyarakat sekitar)
	Pedagang Pasar Tradisional : • Penataan pasar modern yang lebih jelas terutama aspek jarak dengan pasar tradisional yang dirasakan terlalu berdekatan • Adanya program dan bantuan secara langsung baik yang difasilitasi pemerintah maupun pemilik pasar modern agar

bappelitbangda

Poin Wawancara	Keterangan
	masyarakat dapat berbelanja di pasar tradisional maupun UMKM setempat • Program kemitraan, pemberdayaan UMKM dan penyerapan tenaga kerja dari pasar modern yang lebih tepat sasaran

Sumber : Hasil Wawancara, data diolah (2022)

Hasil wawancara tersebut mengungkapkan persepsi dari pelaku usaha pasar tradisional bahwa keberadaan pasar modern memiliki dampak terhadap kinerja usaha pedagang di pasar tradisional. Sebagian besar responden kurang merasakan dampak positif dari pasar modern (seperti program pemberdayaan, kemitraan maupun penyerapan tenaga kerja lokal) karena tidak adanya keterlibatan masyarakat maupun pemerintah setempat dalam perancangan dan implementasi program tersebut.

Selanjutnya berdasarkan kajian literatur terhadap hasil penelitian teredahulu yang sejenis dan juga data-data sekunder, dapat dianalisis dampak keberadaan pasar modern secara langsung maupun tidak langsung terhadap pasar tradisional dan Usaha skala Mikro dan Kecil (UMK) sekitar. Berdasarkan hasil analisa, berikut adalah identifikasi beberapa dampak yang ditimbulkan dari keberadaan pasar modern terhadap pasar tradisional dan UMKM sekitarnya :

Tabel 6.6 Pengaruh Langsung Keberadaan Pasar Modern terhadap Daya Saing UMKM dan Pasar Tradisional

Komponen	Indikasi
Jenis barang yang diperjualbelikan	Terjadi persaingan antara ritel kecil dengan pasar modern, meskipun dampaknya tidak sampai mematikan usaha UMKM dan pasar tradisional karena tidak seluruh pasar modern menyasar segmen konsumen yang sama dengan pasar tradisional. Segmen konsumen UMKM dan pasar tradisional pada umumnya masyarakat *middle-low* yang mengutamakan harga, sedangkan segmen pasar modern lebih kepada masyarakat *middle-up* yang mencari kualitas, kenyamanan berbelanja, gaya hidup, dan *brand image* selain harga yang kompetitif

bappelitbangda

Komponen	Indikasi
Harga barang yang diperjual belikan	Harga yang ditentukan pasar modern (khususnya yang berjenis minimarket) relatif sama dengan yang ditawarkan oleh UMKM dan pedagang pasar tradisional. Bahkan terdapat strategi harga yang lebih rendah sesuai dengan keunggulan rantai pasok distribusi produk serta segmen konsumen yang dibidik
Kelengkapan, Kualitas dan Kecukupan Barang	Sistem manajemen dan sistem operasi yang lebih modern dan unggul yang didukung oleh pemasok yang memadai menjadi kelebihan pasar modern dalam menyediakan produk yang lebih lengkap dan berkualitas kepada konsumen. Usaha ritel kecil maupun pedagang pasar tradisional belum dapat menandingi keunggulan toko modern dalam hal penyediaan pasokan produk yang lengkap dan berkualitas
Daya tahan usaha	Peluang usaha ritel kecil untuk bersaing dengan pasar modern dalam jangka panjang lebih kecil karena permodalan menjadi kendala utama
Tingkat Pelayanan, Kenyaman Berbelanja dan Ketersediaan Sarana Rekreasi tambahan	Pasar modern utamanya yang berjenis departemen store dan hypermarket lebih dapat menyediakan pelayanan yang profesional, kenyamanan berbelanja dan ketersediaan sarana rekreasi tambahan dibandingkan dengan ritel kecil maupun pasar tradisional
Ketersediaan sarana prasarana publik	Pasar modern lebih dapat menyediakan sarana-prasarana publik yang memadai, sehingga konsumen lebih merasa nyaman dan aman berbelanja. Hal ini tidak didapatkan apabila konsumen berbelanja di ritel kecil ataupun pasar tradisional
Program Promosi dan Diskon / membership	Promosi dan diskon meningkatkan popularitas pasar modern bahkan dapat mengikat konsumen untuk loyal. Hal ini yang jarang ditemukan pada usaha ritel kecil maupun pasar tradisional
Sumber Daya Manusia (SDM)	Dengan dukungan sistem manajemen, investasi pada inovasi, serta kecukupan pendanaan, Pasar modern lebih dapat memiliki sumber daya manusia yang berkualitas dibandingkan dengan para pemilik usaha ritel kecil maupun pasar tradisional

Sumber : Analisa Sosial Ekonomi Keberadaan Pasar Modern, 2022

bappelitbangda

Sedangkan pengaruh positif pasar modern terhadap UMKM dan pasar tradisional dapat dipetakan sebagai berikut :

Tabel 6.7 Pengaruh Positif Keberadaan Pasar Modern terhadap UMKM dan Pasar Tradisional

Komponen	Indikasi	Dampak
Meningkatnya konsentrasi/jumlah manusia (konsumen)	Keberadaan Pasar modern dapat mendorong tingkat kunjungan konsumen, sehingga terjadi pemusatan konsumen pada daerah sekitar Pasar modern. Hal ini tentunya dapat meningkatkan potensi pembeli dan kegiatan usaha baru yang berlokasi di sekitarnya.	Meningkatnya potensi pembeli bagi UMKM di sekitar lokasi Pasar modern berada.
Komplemenitas/ Subtitusi dan Turunan Kegiatan	Keberadaan Pasar modern memerlukan usaha/ kegiatan pendukung dan pelengkap.	Meningkatnya omset usaha yang menjadi komplemen/ subtitusi Pasar modern sehingga memungkinkan berkembangnya usaha-usaha baru.
Eksternalitas	Berkembangnya daerah sekitar Pasar modern berdampak terhadap nilai ekonomis daerah sekitarnya.	Meningkatnya harga tanah dan bangunan daerah sekitar

Sumber : Analisa Sosial Ekonomi Keberadaan Pasar Modern, 2022

Berdasarkan pemaparan analisa tersebut, keberadaan Pasar modern berdampak terhadap pedagang pasar tradisional dan usaha skala mikro dan kecil baik yang memiliki produk sejenis maupun tidak. Meskipun banyak faktor yang menyebabkan naik dan atau turunnya kinerja usaha pedagang pasar tradisional dan UMKM sekitar, tetapi perlu diperhatikan agar keberadaan pasar modern tidak semakin menambah beban usaha ataupun semakin menyulitkan bagi pasar tradisional dan UMKM sekitar untuk dapat berkembang. Penataan lokasi usaha

bappelitbangda

pasar modern hanyalah salah satu aspek dari upaya pengendalian pasar modern agar tidak berdampak negatif terhadap pasar tradisional dan UMKM sekitar, selain itu diperlukan juga adanya pengendalian dalam aspek lain seperti jam operasional, jenis dan jumlah produk yang diperdagangkan, batas bawah harga, dan program promosi. Selain itu juga penting untuk diperhatikan agar program pemberdayaan dan kemitraan dengan UMKM sekitar dan penyerapan tenaga kerja lokal benar-benar tepat sasaran bagi masyarakat sekitar khususnya yang terdampak dari operasional usaha pasar modern.

bappelitbangda

BAB VII

REKOMENDASI UPAYA PENGENDALIAN DAN PENATAAN PASAR MODERN

Berdasarkan pengolahan data dan analisa yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, dapat diketahui keberadaan pasar modern memiliki dampak terhadap eksistensi pasar tradisional. Meskipun memberikan dampak yang relatif serta bukan menjadi faktor tunggal, tetapi secara umum keberadaan pasar modern berkontribusi terhadap penurunan kinerja usaha pasar tradisional di wilayah Kabupaten Bandung Barat. Apabila tidak terdapat kebijakan penanganan yang tepat, pembangunan pasar modern di masa yang akan datang alih-alih memberikan solusi bagi perekonomian daerah dan peningkatan kesejahteraan masyarakat, justru dapat berpotensi menambah masalah sosial-ekonomi baru.

Oleh karena itu diperlukan adanya upaya pengendalian pasar modern sesuai dengan mandat regulasi yang baru, dimana saat ini kemudahan berinvestasi di daerah harus berdampak nyata terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat. Pengendalian dilakukan untuk melindungi eksistensi pasar tradisional sebagai salah satu instrumen utama perekonomian rakyat. Pengendalian juga bertujuan untuk memastikan agar pembangunan pasar modern sesuai dengan kerangka pembangunan daerah yang telah ditetapkan.

Upaya pengendalian merupakan kegiatan melakukan pengukuran antar kegiatan yang dilakukan dengan standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Hal ini dilakukan agar pelaksanaan program sesuai dengan peraturan dan atau strategi yang telah direncanakan sebelumnya. Upaya pengendalian harus dilakukan dari peninjauan atas standard yang berlaku dalam hal ini apakah regulasi yang ada saat ini telah mampu menjadi standard dan acuan bagi sinergi pembangunan pasar modern dengan pengembangan pasar tradisional atau tidak. Selanjutnya adalah melakukan evaluasi atas kinerja aktual dalam melaksanakan regulasi, dan terakhir adalah menilai sejauh mana upaya perbaikan serta langkah pencegahan telah dilakukan secara maksimal atau belum.

bappelitbangda

VII.1 *BEST PRACTICE* PENATAAN DAN PENGENDALIAN PASAR MODERN

Upaya pengendalian pasar modern telah dilakukan oleh pemerintah daerah di berbagai wilayah Indonesia terutama dalam 1 dasawarsa terakhir dimana penetrasi paasr modern utamanya berjenis minimarket sangat pesat hingga ke wilayah pedesaan. Sesuai dengan otonomi daerah, kewenangan perizinan usaha pasar modern diberikan kepada pemerintah daerah sehingga implementasi pengendalian dan penataan pasar modern tidak sama di beberapa daerah sesuai dengan karakteristik wilayah dan pertimbangan pemerintah daerah setempat.

Berdasarkan studi data sekunder dan pemberitaan media massa, ditemukan beberapa daerah yang melakukan upaya pembatasan pasar modern secara ketat. Beberapa daerah melakukan moratorium izin pembangunan pasar modern di antaranya adalah Provinsi Sumatera Barat, Kabupaten Banyumas, Kabupaten Sumenep, Kabupaten Sukoharjo, Kabupaten Kuningan, Kabupaten Bogor, Kabupaten Sragen, Kabupaten Pangandaran. Moratorium tersebut dilakukan secara khusus terhadap jaringan toko modern nasional seperti Indomaret dan Alfamart, meskipun di beberapa kota/ kabupaten tersebut kebijakan moratorium pasar modern dicabut kembali seperti di Kabupaten Pangandaran dimana pada tahun 2021 mencabut moratorium ini.

a. Provinsi Sumatera Barat

Provinsi Sumatera Barat dikenal sebagai satu-satunya wilayah di Indonesia yang tidak terdapat jaringan waralaba toko modern nasional hingga saat ini. Melalui Peraturan Daerah No. 3 Tahun 2016 Tentang Pembinaan dan Pemberdayaan Pasar Rakyat tidak mengizinkan adanya gerai toko modern waralaba yang dimiliki oleh perusahaan skala nasional dan asing di seluruh wilayah kota/ kabupaten di Sumatera Barat hingga saat ini. Perda ini dibentuk karena sebelumnya pengelolaan pasar yang kurang baik dan tidak memiliki perlindungan hukum yang tertulis terkait pengaturan pasar di Provinsi Sumatera Barat dengan tujuan agar dapat meningkatkan kualitas manajemen pengelolaan pasar serta melindungi pasar rakyat dari persaingan dengan pasar modern.

bappelitbangda

Meskipun tidak secara tegas (tertulis) dicantumkan dalam peraturan daerah, terdapat aturan bahwa izin toko modern akan diberikan apabila pemilik adalah masyarakat lokal dan minimal sebesar 20% barang yang dijual adalah produk UMKM lokal. Meskipun tidak terdapat jaringan toko modern nasional dengan model waralaba, di wilayah Sumatera Barat masih terdapat toko serba ada atau Toserba modern yang dikelola oleh warga lokal. Toserba atau minimarket lokal tersebut dimiliki oleh perorangan bukan bisnis waralaba. Sebagai gantinya, jaringan minimarket MinangMart dibentuk oleh Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) PT Grafika Jaya Sumbar yang bekerja sama dengan PT Sentra Distribusi Nusantara. Pemda Sumatera Barat juga merancang pengganti waralaba minimarket yang bisa dikunjungi oleh masyarakat bernama "Halal Mart". Halal Mart dirancang oleh Wali Kota Padang sebelumnya. Seluruh barang yang disediakan di Halal Mart akan diproduksi dan merupakan barang asli kota Padang sehingga tidak akan mengasingkan pedagang tradisional.

Terkait dengan izin pendirian toko modern, persyaratan yang ditetapkan di Sumatera Barat tidak berbeda dengan peraturan yang berlaku di berbagai pemerintah daerah lainnya, serta mengacu kepada peraturan pemerintah pusat sebelumnya yaitu Permendag No.56 tahun 2014 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Pembelanjaan dan Toko Modern.

Upaya lainnya adalah dengan melakukan revitalisasi pasar tradisional. Pemerintah Provinsi Sumatera Barat sudah banyak melakukan revitalisasi terhadap pasar rakyat sebagai bentuk implementasi Perda No. 3 Tahun 2016. Dalam melakukan revitalisasi di berbagai Kabupaten/Kota di Sumatera Barat Pemda Provinsi berperan penting dalam menyediakan anggaran untuk membantu pembangunan fisik pasar agar terciptanya kondisi pasar yang nyaman bagi para pelaku pasar, seperti Pasar Senen di Kecamatan Sungayang, Pasar Belimbing, dan Pasar Koto Baru.

b. Kabupaten Sragen, Kabupaten Sukoharjo dan Kabupaten Banyuwangi

Bentuk pengendalian pasar modern lainnya oleh pemerintah daerah adalah melakukan moratorium terhadap izin pembukaan pasar modern baru. Beberapa

bappelitbangda

daerah yang melaksanakannya di antaranya adalah Kabupaten Sragen dan Kabupaten Sukoharjo (Jawa Tengah). Kabupaten lainnya yang juga melakukan moratorium adalah Kabupaten Bogor Peraturan Bupati (Perbup) Bogor Nomor 63 Tahun 2017 tentang penghentian sementara penerbitan izin usaha toko modern untuk minimarket kepada 20 kecamatan di Kabupaten Bogor. Meskipun demikian, implementasi dan pengawasan peraturan di Kabupaten Bogor ini masih lemah, dimana masih ditemukan adanya operasional usaha toko modern baru hingga saat ini.

Kabupaten Sragen melalui Peraturan Bupati Nomor 61 tahun 2022 tentang Moratorium Izin Usaha Toko Modern di Kabupaten Sragen melakukan Penangguhan atau Penundaan Izian Usaha Toko Modern. Moratorium ini berlaku selama 1 tahun dan dapat diperpanjang kembali. Hal ini dilakukan dalam rangka mengendalikan keberadaan toko modern agar tidak mematikan usaha masyarakat kecil dan untuk melindungi keberadaan pasar tradisional dan pedagang kelontong di Kabupaten Sragen. Moratorium ini dikecualikan untuk Izin Usaha Toko Modern yang dikelola secara perorangan dan bukan jaringan toko swalayan. Artinya izin masih diberikan untuk toko modern yang dikelola secara perorangan dan tidak mengambil model jaringan atau waralaba.

Untuk toko modern yang telah berdiri, Pemerintah Daerah Kabupaten Sragen mewajibkan toko modern memajang produk-produk usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang ada di Kabupaten Sragen. Persyaratan itu untuk ikut mengangkat penjualan potensi UMKM lokal. Untuk mendukung hal tersebut, pemerintah daerah setempat melakukan verifikasi dan pembinaan kepada pelaku UMKM agar dapat memenuhi standar kualitas produk yang layak jual. Persyaratan lain pemberian izin tiga toko modern baru yaitu kesediaan pemilik untuk menyalurkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) kepada warga sekitar. Bentuknya seperti rehabilitasi rumah tidak layak huni (RTLH).

Kabupaten Sukoharjo sejak tahun 2016 melakukan moratorium izin toko modern dan Kembali diperpanjang pada tahun 2018 melalui Peraturan Bupati Nomor 75 tahun 2018 tentang Moratorium Izin Usaha Minimarket di Kabupaten Sukoharjo. Moratorium ini dilakukan hingga tahun 2030, dan baru diberlakukan

bappelitbangda

pada toko modern berjenis minimarket. Moratorium pendirian minimarket dilakukan untuk mempertahankan pasar tradisional dan melindungi para pedagang toko kelontong yang tersebar di setiap desa/kelurahan di Kabupaten Sukoharjo.

Selain itu, toko modern yang tidak dilengkapi izin yang berlaku, dipastikan ditutup. Pemkab sudah melakukan penutupan paksa terhadap sejumlah toko modern tersebut. Dalam rangka menguatkan eksistensi pasar tradisional, pemkab melakukan revitalisasi dimana terdapat empat pasar yang sudah mulai direvitalisasi sejak tahun 2018 yaitu Pasar Kepuh, Purwo, Plumbon, dan Daleman. Selain revitalisasi, Pemerintah daerah juga menata tempat dagangan sesuai zona, melengkapi fasilitas pasar, serta meningkatkan sumber daya manusia (SDM) melalui pembinaan, pelatihan, pengawasan.

Hal serupa juga Kabupaten Banyuwangi. Melalui Peraturan Daerah Nomor. 11 tahun 2014 tentang Ketertiban Umum dan Ketenteraman Masyarakat di Kabupaten Banyuwangi. Dengan perda ini, pemerintah daerah memiliki kekuatan dalam upaya mempertahankan pasar rakyat tidak tergerus zaman. Perda ini merupakan terobosan baru dan pertama kali lahir di Indonesia. Pasalnya, selama ini belum ada kabupaten/kota yang memiliki Perda larangan pembangunan mall. Selain itu, langkah yang dapat mempersempit ruang gerak pasar modern ini tidak mudah diubah oleh pejabat pemerintah setelahnya. Pelarangan itu berlaku bagi izin usaha toko modern yang baru, dan pada implementasinya lebih diarahkan untuk menata toko modern berjenis minimarket.

Selain melarang pembangunan ritel modern, Pemerintah Kabupaten Banyuwangi melakukan dua hal dalam mengembangkan pedagang kecil, yaitu keuangan dan non-keuangan. Pendekatan keuangan dilakukan untuk mendukung pembiayaan pedagang kecil, baik melalui dana bergulir maupun perbankan. Sedangkan non-keuangan dilakukan dengan pelatihan dan pendampingan mulai dari manajemen keuangan, manajemen pemasaran dan diversifikasi produk, termasuk pendampingan untuk menciptakan nilai tambah produk, seperti UMKM perikanan di Banyuwangi. Di samping itu, Pemkab Banyuwangi juga memfasilitasi usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam pengurusan hak merek, sertifikat halal, dan uji laboratorium standarisasi. Pemerintah juga mendampinginya melalui

bappelitbangda

promosi dan pemasaran produk UMKM dengan meluncurkan Banyuwangi-mall.com, sebuah situs belanja online khusus berisi produk-produk UMKM Banyuwangi.

c. Kabupatan Gianyar, Kabupaten Banyuasin dan Kabupaten Bandung

Bentuk pengendalian lainnya yang dilakukan oleh pemerintah daerah adalah menetapkan kriteria yang lebih jelas mengenai zonasi dan penentuan kuota jumlah maksimal toko modern yang boleh berdiri di setiap kecamatan, selain juga syarat normatif lainnya. Hal ini seperti yang dilakukan oleh beberapa pemerintah daerah seperti Pemerintah Kabupaten Banyuwangi, Banyuasin dan Kabupaten Bandung.

Pemkab Gianyar mengeluarkan Perda No.5 tahun 2013 mengenai Penataan Pasar Tradisional. Pusat Perbelaanjaan dan Toko Modern yang mengatur kuota atau jumlah minimarket di setiap kecamatan. Kabupaten Gianyar memiliki tujuh kecamatan. Kuota tersebut berdasarkan hasil penelitian Universitas Udayana (Unud) yang menyebutkan Kabupaten Gianyar idealnya memiliki 79 minimarket. Berdasarkan hasil kajian Unud itu, Dinas Perindag mengeluarkan kuota jumlah minimarket di setiap kecamatan sebagai berikut di Sukawati itu 19 toko, Kecamatan Gianyar 15 toko, Ubud 12 toko, Blahbatuh 11 toko, Kecamatan Tegalalang delapan toko modern. Dengan penentuan kuota tersebut, izin toko modern yang baru tidak akan diberikan apabila di kecamatan yang bersangkutan telah melebihi dari kuota yang telah ditentukan. Kebijakan ini tidak berlaku untuk toko modern yang dikelola oleh masyarakat setempat atau pemerintah desa.

Selain itu, Pemkab Gianyar juga meningkatkan daya saing pasar rakyat dengan cara memperbaiki dan merenovasi pasar rakyat atau pasar desa dan Pasar Seni Sukawati pada tahun 2018 untuk meningkatkan daya saing pasar tradisional dan pasar rakyat dalam persaingan dengan pasar dan toko modern yang kian marak. Pemkan Gianyar juga mendorong pengelolaan toko modern melalui pemerintah desa salah satunya adalah Tenten Mart yang dikelola oleh Desa Adat Guwang.

bappelitbangda

Kebijakan pembatasan jumlah gerai toko modern dengan adanya kuota di setiap kecamatan juga dilakukan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Banyuasin melalui Peraturan Daerah Nomor 8 tahun 2021 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Rakyat, Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan. Dalam peraturan daerah tersebut diatur mengenai jumlah toko swalayan di setiap kecamatan paling banyak berjumlah 5 (lima) gerai. Selain itu juga ditentukan bahwa jarak toko swalayan dengan pasar rakyat adalah 1.000 meter serta tidak boleh didirikan di lingkungan/ kompleks perumahan.

Pemerintah Kabupaten Bandung melalui Peraturan Bupati Nomor 8 tahun 2020 menetapkan jumlah maksimal gerai minimarket di setiap kecamatan. Jumlah Minimarket tersebut dikecualikan untuk minimarket yang melakukan kemitraan dengan pola waralaba yang memiliki surat tanda pendaftaran waralaba. Upaya lain yang dilakukan Pemerintah Kabupaten Bandung adalah mewajibkan minimarket yang beroperasi di wilayahnya menyediakan gerai khusus untuk menampung produk usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) lokal di wilayahnya. Jika tidak, pengusaha minimarket akan mendapatkan sanksi karena melanggar peraturan daerah, Perbup Nomor 8 Tahun 2020 menjadi landasan, yakni pasar modern harus mengakomodasi produk lokal. Pemkab Bandung terwujud dengan tersedianya gerai khusus UMKM yaitu Gerai SARAE.

Berdasarkan pemaparan beberapa praktik pengendalian dan penataan toko modern di beberapa wilayah tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengendalian dilakukan terhadap pasar modern yang merupakan bagian dari jaringan usaha ritel yang dimiliki perusahaan nasional dan multinasional, terutama jenis minimarket. Terdapat beberapa bentuk pengendalian, yaitu dengan tidak memberikan izin usaha maupun operasional, melakukan moratorium terhadap izin usaha baru, serta menetapkan jumlah atau kuota maksimal toko modern yang dapat dibangun di setiap kecamatan.

Selain membatasi, juga dilakukan upaya dalam mendorong berdirinya toko modern yang dimiliki oleh penduduk setempat ataupun melalui pemerintah desa. Revitalisasi dan modernisasi pasar tradisional juga dilakukan sebagai bagian dari upaya meningkatkan daya tarik dan daya saing pasar tradisional, sehingga

bappelitbangda

pemerintah daerah juga memberikan solusi dari adanya pembatasan toko modern. Dengan demikian, kebutuhan masyarakat akan tempat berbelanja yang praktis, bersih dan nyaman juga tetap dapat terpenuhi.

VII.2 PENGENDALIAN DAN PENATAAN PASAR MODERN

Berdasarkan pemaparan data mengenai inisiatif pengendalian dan penataan pasar modern yang telah dilakukan di Kabupaten Bandung Barat dan beberapa daerah lainnya, dapat disusun rekomendasi upaya peningkatan pengendalian dan penataan pasar modern sehingga keberadaannya tidak berdampak negatif terhadap eksistensi pasar tradisional. Di satu sisi, pengendalian dan penataan pasar modern juga bertujuan memberikan kesempatan bagi pertumbuhan usaha pasar tradisional dan pedagang / UMKM sehingga memiliki daya saing terhadap pasar modern.

VII.2.1 *Establishing Standards*

Standard merupakan panduan dari pelaksanaan program yang juga disebut sebagai kriteria untuk menilai kinerja organisasi atau unit kerja dari organisasi tersebut. Pengendalian dan Penataan pasar modern mengacu kepada beberapa regulasi yaitu di tingkat pusat adalah Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 Tentang Perdagangan serta Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No.23 Tahun 2021 tentang Pedoman Pengembangan, Penataan, dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan.

Peraturan pemerintah Nomor 29 tahun 2021 yang ditindaklanjuti dengan Permendag Nomor 23 tahun 2021 tersebut mengatur tentang aspek-aspek persyaratan pendirian pusat perbelanjaan dan toko modern yang harus dipenuhi oleh pengelola pusat perbelanjaan dan toko swalayan. Pemerintah Kabupaten Bandung Barat perlu untuk melakukan revisi terhadap regulasi yang ada karena peraturan daerah yang ada saat ini (Peraturan Daerah Nomor 21 tahun 2011 tentang Penyelenggaraan Pasar, Retribusi Pelayanan Pasar Dan Retribusi Pasar Grosir dan / atau Pertokoan dan Peraturan Bupati Nomor 11 Tahun 2012 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Peraturan Daerah Nomor 21 Tahun 2011 Tentang Penyelenggaraan Pasar, Retribusi Pelayanan Pasar Dan Retribusi Pasar Grosir

bappelitbangda

Dan/Atau Pertokoan) dinilai kurang sesuai dengan produk perundang-undangan di atasnya yang terbaru terbaru serta kurang mencakup beberapa aspek penting terkait pengendalian pasar modern atau perlindungan pasar tradisional.

1) Memperjelas Aturan Zonasi Bagi Pasar Modern Mengacu Kepada Rencana Tata Ruang Wilayah

Salah satu kendala regulasi di Kabupaten Bandung Barat adalah belum adanya RDTR sebagai aturan lebih detail mengenai penggunaan ruang dan zonasi bagi penataan dan pengendalian pasar modern. Selama ini zonasi dan pemanfaatan ruang bagi pasar modern mengacu kepada ketentuan dalam RTRW yang umum. Oleh karena itu diperlukan adanya percepatan penyelesaian RDTR, ataupun pengaturan mengenai wilayah pendirian pasar modern dapat dicantumkan dalam Peraturan Bupati yang baru mengenai izin usaha pasar modern (pusat perbelanjaan dan toko swalayan).

2) Memperjelas Aturan Jarak Antara Pasar Modern dengan Pasar Tradisional maupun antar Sesama Pasar Modern

Pengaturan jarak pasar modern (pusat perbelanjaan dan toko swalayan) dengan pasar tradisional di Kabupaten Bandung Barat masih umum dimana hanya tercantum jarak minimal terhadap pasar tradisional yang dibedakan berdasarkan kategori karakteristik wilayah perkotaan (500 m) dan perdesaan (1.000 m) tanpa membedakan jenis pusat perbelanjaan dan toko swalayan yang tentunya memiliki dampak berbeda terhadap pasar tradisional dan UMKM sekitar. Terkait dengan jarak dengan pasar tradisional juga perlu disusun berdasarkan tingkat kepadatan penduduk dan cakupan rasio pelayanan konsumen per jenis pasar modern, serta jarak minimal dengan pasar modern yang telah ada.

Mengacu kepada praktik pengendalian dan penataan di beberapa kota dan kabupaten lainnya, perlu untuk ditetapkan berapa kuota/ jumlah maksimal gerai pasar modern (terutama yang berjenis minimarket) di setiap Kecamatan. Hal ini untuk mempermudah pengendalian dan penataan sehingga diperlukan analisis lebih lanjut mengenai kuota ini berdasarkan analisis kapasitas / daya tampung dan tingkat kebutuhan pelayanan perdagangan wilayah.

bappelitbangda

3) Memperjelas Mengenai Rencana Pemberdayaan, Kemitraan dan Penyerapan Tenaga Kerja Lokal

Rencana pemberdayaan dan kemitraan antara pasar modern dengan UMKM setempat serta penyerapan tenaga kerja lokal belum dicantumkan lebih detail baik di dalam Perda maupun peraturan bupati. Kemitraan merupakan suatu upaya meminimalisasi dampak negatif dari keberadaan pasar modern terhadap pasar tradisional, khususnya bagi UMKM sekitar karena adanya dampak persaingan usaha yang tidak terhindarkan. Dengan adanya kemitraan, keberadaan usaha pasar modern skala besar dan menengah akan menjadi stimulus bagi perkembangan usaha UMKM sekitar karena terdapat mekanisme kerja sama yang saling menguntungkan. Dalam hal ini, regulasi harus mencantumkan dengan jelas bentuk kemitraan yang dapat dilaksanakan beserta ketentuannya yang mensyaratkan adanya pemberian ruang usaha berdasarkan persentase luas lantai penjualan pusat perdagangan dan atau toko swalayan.

4) Pembatasan Operasional untuk Menghindari Persaingan Tidak Sehat

Aspek lainnya adalah peraturan mengenai pembatasan monopoli dan persaingan tidak sehat. Hal ini dapat diatur untuk pasar modern yang lokasi pendiriannya dekat dengan pasar tradisional (kurang dari ketentuan) ditetapkan jenis produk yang tidak boleh diperdagangkan, skema batas bawah harga yang dijual oleh pasar modern mengacu kepada harga yang berlaku umum di pasar tradisional sekitar, serta jam operasional yang lebih singkat dibandingkan dengan lokasi pasar modern yang sesuai dengan ketentuan.

5) Alur dan Mekanisme Pengurusan Perizinan

Mekanisme dan alur pengurusan perizinan terbaru berdasarkan perizinan usaha berbasis risiko diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko. Sedangkan di Kabupaten Bandung Barat terdapat Peraturan Bupati Nomor 32 Tahun 2020 mengenai Pelimpahan Wewenang Pengelolaan dan Penandatanganan Perizinan Kepada Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu serta mengenai alur dan mekanisme pengurusan perizinan terdapat pada Keputusan Bupati Nomor

bappelitbangda

188.45/Kep.282-DPMPTSP/2021 tentang Standard Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Bandung Barat.

VII.2.2 *Measuring Performance*

Selanjutnya langkah kedua dalam proses pengendalian adalah mengukur kinerja. Pengukuran kinerja adalah aktivitas konstan dan kontinu (berkelanjutan) bagi sebagian besar organisasi. Pengawasan pasar modern di Kabupaten Bandung Barat dilakukan oleh lintas instansi yaitu Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang, Dinas Tenaga Kerja dan Koperasi, Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, Dinas Lingkungan Hidup serta Satpol PP. Pada dasarnya pengawasan dilakukan untuk memastikan bahwa pasar modern di Kabupaten Bandung Barat beroperasi mengikuti peraturan / pedoman-pedoman yang berlaku mulai dari perizinan, penataan toko modern hingga pemanfaatan ruang sesuai dengan peruntukannya.

Untuk itu diperlukan adanya perbaikan tupoksi dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bandung Barat dalam melakukan pengendalian, dimana dinas ini yang memiliki kewenangan dalam melakukan penilaian apakah secara substansi dan administratif pelaku usaha toko modern telah memenuhi seluruh aspek yang disyaratkan untuk mendirikan dan mengoperasionalkan toko modern.

VII.2.3 *Comparing Performance Against Standards*

Membandingkan kinerja aktual dengan standar yang ditentukan merupakan langkah yang sangat penting. Langkah penetapan standar dan langkah pengukuran kinerja pada dasarnya adalah langkah persiapan, sedangkan langkah perbandingan ini merupakan langkah aktif yang harus dikerjakan oleh seorang atasan.

Selain upaya pengendalian pembangunan pasar modern, hal yang sama pentingnya untuk dilakukan adalah melakukan penataan dan pembangunan pasar tradisional. Sesuai dengan hasil pemaparan data sebelumnya, dari aspek kuantitas masih terdapat 90 desa yang tidak memiliki pasar tradisional. Hal ini menyebabkan tidak terlayaninya sebagian penduduk sehingga harus mengunjungi pasar terdekat

bappelitbangda

di kelurahan lain. Hal lainnya adalah tidak meratanya kualitas pembangunan pasar tradisional dimana dari 100 pasar, sebagian besar (76) memiliki fasilitas yang tidak memadai, yaitu 36 (36%) pasar dengan bangunan semi-permanen dan 40% pasar tanpa bangunan. Adapun upaya revitalisasi pasar tradisional yang baru dilakukan adalah Pasar Tagog Padalarang, dan diperlukan realisasi program revitalisasi pasar tradisional di Cisarua, Cikalongwetan, Cipendeuy, Gununghalu, Rongga dan Sindangkerta seperti yang direncanakan pada tahun 2019 lalu. Hal ini untuk memeratakan proses pembangunan khususnya di kawasan selatan.

Untuk itu diperlukan adanya program pembangunan pasar tradisional dengan melanjutkan program sebelumnya di 6 kecamatan. Selain itu perlu dilakukan revitalisasi terhadap 6 pasar tradisional yang dikelola oleh Pemerintah Kabupaten Bandung Barat (dimana telah dilakukan pada 2 pasar yaitu Pasar Tagog Padalarang dan Pasar Panorama Lembang). Revitalitasi perlu dilakukan terhadap 6 pasar lainnya (Pasar Buah Lembang; Pasar Cisarua; Pasar Curug Agung; Pasar Cililin; Pasar Batujajar dan Pasar Sindangkerta).

Pemerintah Kabupaten Bandung Barat perlu untuk melakukan pilot project revitalisasi pasar tradisional sesuai dengan standar yang berlaku yaitu Sertifikasi Pasar Rakyat dalam SNI 8152 : 2015 Tentang Pasar Rakyat. Selain itu diperlukan upaya digitalisasi pasar rakyat seperti yang telah dilakukan pada daerah lain yaitu Pasar Atas Cimahi, Pasar Wanayasa Kabupaten Purwakarta, dan Pasar Johar Kabupaten Karawang.

Hal lainnya adalah mendorong pemerintah desa melalui BUMDES untuk dapat memanfaatkan dana desa dalam membangun unit usaha perdagangan retail dengan konsep modern. Pememrintah daerah harus membantu dan memberikan insentif agar toko modern juga dimiliki oleh pemerintah setempat melalui BUMDES sehingga dapat bersaing dengan toko retail modern.

VII.2.4 *Considering Corective Actions*

Mengambil tindakan merupakan tahapan terakhir dari langkah-langkah pengendalian. Oleh karena itu tahapan ini memiliki arti penting bagi keberhasilan suatu tujuan organisasi guna mewujudkan perbaikan terhadap penyimpangan-penyimpangan yang ada. Di dalam mengambil tindakan terdapat aspek penting

bappelitbangda

yaitu: Terdapat langkah atau tindakan untuk perbaikan dan adanya usaha untuk meminimalisir pelanggaran yang dilakukan.

Terkait dengan langkah ini, selain memperkuat SOP pengendalian melalui dinas/ SKPD terkait dalam hal ini adalah Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang, Dinas Tenaga Kerja dan Koperasi, Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, Dinas Lingkungan Hidup serta Satpol PP, kajian ini merekomendasikan adanya pelibatan pemerintah kewilayahan dalam hal ini adalah Camat dan Kepala Desa dalam pengawasan dan pengendalian keberadaan toko modern di wilayahnya yang tidak sesuai dengan regulasi yang berlaku. Pemerintah di tingkat kecamatan dan desa juga hendaknya memiliki mekanisme kordinasi dengan Pemerintah Kabupaten Bandung Barat dalam melakukan penindakan terhadap pelaku usaha toko modern yang melanggar regulasi perizinan dan operasional usaha yang berlaku.

bappelitbangda

BAB VIII
PENUTUP

VIII.1 SIMPULAN

Berdasarkan pemaparan data dan analisa yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan beberapa hal penting sebagai berikut :

1. Kondisi perkembangan industri pasar tradisional dan pasar modern di Kabupaten Bandung Barat

a) Terdapat 100 pasar tradisional yang terdiri dari 24 pasar dengan bangunan permanen, 36 pasar dengan bangunan semi-permanen dan 40 pasar tanpa bangunan. Sebanyak 41 Pasar dikelola oleh Pemerintah desa sedangkan 8 pasar dikelola oleh Pemerintah Kabupaten Bandung Barat. Dari total 165 desa di Kabupaten Bandung Barat, terdapat 90 desa (mencapai 54,55%) yang tidak atau belum memiliki pasar yang menunjukan belum maksimalnya pemerataan pembangunan pasar di setiap desa.

b) Secara umum mayoritas pasar tradisional belum memenuhi standar kualitas pasar baik dalam aspek sarana-prasarana, aksesibilitas lokasi, kondisi sanitasi maupun penataan pedagang. Terdapat upaya Pemda Kabupaten Bandung Barat dalam melakukan revitalisasi seperti pada Pasar Tagog Padalarang dan Pasar Panorama Lembang, dimana kedua pasar tersebut masih diperlukan adanya pembenahan sesuai dengan standar yang terdcantum dalam Sertifikasi Pasar Rakyat dalam SNI 8152 : 2015 Tentang Pasar Rakyat.

c) Terdapat 300 pasar modern dimana hampir seluruhnya berjenis minimarket (293 gerai); sedangkan Departemen Store sebanyak 5 gerai dan Hypermarket sebanyak 2 gerai. Jumlah ini meningkat 73% apabila dibandingkan dengan tahun 2015 yang berjumlah 173 gerai. Persebaran lokasi pasar modern tidak merata dan cenderung membentuk pola aglomerasi dimana lebih dari setengah pasar modern di Kabupaten

bappelitbangda

Bandung Barat berada di wilayah Kecamatan Lembang, Padalarang, Ngamprah dan Parongpong.

d) Keberadaan toko modern belum sepenuhnya mengikuti regulasi yang berlaku. Pada 3 wilayah sampel survey, terdapat 10 gerai (atau 7,2% dari total toko modern) yang berlokasi kurang 500 m dari pasar tradisional. Selain itu sebagian besar toko modern utamanya berjenis minimarket yang melanggar jam operasional yaitu buka lebih awal dari yang ditetapkan (pukul 10.00 pagi). Sebagian besar toko modern juga belum mengurusi izin operasional sesuai yang disyaratkan dalam regulasi, dimana dari 300 toko modern hanya 60 gerai yang memiliki dan atau mengurus izin.

2. Dampak pembangunan pasar modern terhadap eksistensi pasar tradisional di Kabupaten Bandung Barat

Persaingan dengan pasar modern menjadi salah satu faktor penyebab menurunnya kinerja usaha para pedagang tradisional, meskipun bukan merupakan faktor tunggal penyebab menurunnya kinerja usaha. Hal ini didukung pengujian data pada 3 sampel pasar tradisional menunjukan perubahan pada jumlah konsumen yang mampu dilayani oleh setiap pedagang tradsional dipengaruhi oleh 0,03% jarak pasar tradisional ke pasar modern, 14,15% pengaruhi jumlah penduduk dan sebesar 2,9% dipengaruhi oleh jumlah pasar modern di desa tersebut. Selain itu, pedagang pasar tradisional dengan jarak < 500 m dari pasar modern cenderung memiliki jumlah konsumen lebih banyak dibandingkan dengan pedagang yang berada di pasar tradisional dengan jarak lebih dari 500 m dari pasar modern.

Terdapat faktor lainnya seperti persaingan dengan sesama pedagang tradisional baik yang berada di dalam pasar maupun di luar kawasan pasar/PKL, ketidakpastian harga dan menurunnya kualitas pasokan bahan baku, serta perpindahan lokasi. Hasil analisa menunjukan daya tahan pasar tradisional di Kabupaten Bandung Barat berada dalam kategori cukup, dimana diperlukan perbaikan pada aspek pelayanan konsumen seperti Penanganan keluhan dan Garansi; Mendukung Gaya Hidup; Sanitasi lingkungan dan Promosi.

bappelitbangda

3. Masalah, peluang dan tantangan dalam pengendalian pasar modern di Kabupaten Bandung Barat

Beberapa permasalahan yang dihadapi dalam upaya pengendalian pasar modern yang pertama adalah aspek regulasi. Perda No.21 tahun 2011 perlu diperbaharui agar lebih komprehensif dalam mengatur mengenai syarat pendirian pasar modern dan pasar tradisional yang sesuai dengan regulasi di atasnya dan perkembangan zaman. Selain itu Kabupaten Bandung Barat belum memiliki regulasi mengenai RDTR sebagai dasar penentuan perizinan. Masalah lainnya adalah lemahnya pengendalian dan penegakan hukum mengenai izin dan operasional usaha toko modern sehingga sebagian besar pemilik toko modern belum mengurusi izin dan melanggar regulasi terutama mengenai jarak minimal dengan pasar tradisional serta jam operasional.

Pertumbuhan investasi di sektor retail modern yang meningkat 73% selama 6 tahun terakhir, pembangunan infrastruktur transportasi dan proyek strategis nasional mendorong geliat perekonomian di wilayah Kabupaten Bandung Barat yang harus disertai dengan upaya penguatan ekonomi masyarakat setempat. Pemberdayaan UMKM dan revitalisasi pasar tradisional merupakan upaya memastikan sektor perdagangan kecil terus berjalan. Hal ini memerlukan dukungan dari berbagai pihak, terutama dari pelaku usaha toko modern melalui program kemitraan dan tanggung jawab sosial perusahaan.

VIII.2 REKOMENDASI

Rekomendasi yang diperlukan bagi kebijakan dan kegiatan pengendalian pasar modern di Kabupaten Bandung Barat adalah sebagai berikut :

1. Memperjelas Regulasi Mengenai Zonasi Bagi Pasar Modern Mengacu Kepada Rencana Tata Ruang Wilayah.

Dalam hal ini diperlukan adanya penyusunan dokumen RDTR, ataupun pengaturan mengenai wilayah pendirian pasar modern dapat dicantumkan dalam Peraturan Bupati yang baru.

bappelitbangda

2. **Memperjelas Regulasi Mengenai Jarak Antara Pasar Modern dengan Pasar Tradisional maupun antar Sesama Pasar Modern.**

   Jarak toko modern dengan pasar tradisional perlu disusun berdasarkan tingkat kepadatan penduduk dan cakupan rasio pelayanan konsumen per jenis pasar modern, serta jarak minimal dengan pasar modern eksisting. Selain itu perlu untuk ditetapkan berapa kuota/ jumlah maksimal gerai pasar modern (terutama yang berjenis minimarket) di setiap Kecamatan.

3. **Memperjelas Regulasi Mengenai Rencana Pemberdayaan, Kemitraan dan Penyerapan Tenaga Kerja Lokal**

   Mencantumkan dengan jelas bentuk kemitraan yang dapat dilaksanakan beserta ketentuannya, salah satunya adalah mensyaratkan adanya pemberian ruang usaha berdasarkan persentase luas lantai penjualan pusat perdagangan dan atau toko swalayan. Pemda Kabupaten Bandung Barat dapat menggunakan Perda Nomor 4 Tahun 2018 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan sebagai salah satu dasar hukum dalam program kemitraan. Hal lainnya adalah adanya kewajiban bagi pelaku usaha toko modern untuk melaporkan kebutuhan dan rencana perekrutan tenaga kerja ke Disnaker sebelum membuka gerai toko, sehingga pemerintah dapat mengetahui tingkat kebutuhan dan penyerapan tenaga kerja dari penduduk setempat.

4. **Adanya Regulasi Pembatasan Operasional Toko Modern untuk Menghindari Persaingan Tidak Sehat**

   Kebijakan pembatasan operasional dilakukan secara umum bagi seluruh toko modern. Meskipun demikian, secara khusus bagi toko modern dengan lokasi yang berdekatan dengan pasar tradisional diperlukan adanya pembatasan dengan standar yang lebih tinggi. Beberapa pembatasan tersebut di antaranya adalah Menetapkan jenis produk yang tidak boleh diperdagangkan; Skema batas bawah harga yang dijual oleh pasar modern mengacu kepada harga yang berlaku umum di pasar tradisional sekitar; serta Penentuan jam operasional yang lebih singkat dibandingkan dengan lokasi pasar modern yang sesuai dengan ketentuan.

bappelitbangda

5. Memperbaiki SOP Pengendalian dan Pengawasan

Adanya perbaikan tupoksi dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bandung Barat dalam melakukan pengendalian permohonan izin usaha sebelum ke tahap pemrosesan izin oleh DPMPTSP. Dinas Perindustrian dan Perdagangan harus memiliki alur penilaian dan rekomendasi apakah secara substansi pelaku usaha toko modern telah memenuhi seluruh aspek yang disyaratkan untuk mendirikan dan mengoperasionalkan toko modern.

Selain itu diperlukan adanya pelibatan pemerintah kewilayahan dalam hal ini adalah Camat dan Kepala Desa dalam pengawasan dan pengendalian keberadaan toko modern di wilayahnya yang tidak sesuai dengan regulasi yang berlaku.

6. Melakukan Pembangunan, Penataan dan Revitalisasi Pasar Tradisional

Kondisi persebaran pasar tradisional yang tidak merata serta kualitas yang masih jauh berada di bawah standar pasar yang layak membutuhkan adanya pembangunan pasar tradisional baru sesuai dengan skala prioritas kebutuhan di setiap wilayah. Revitalisasi pasar tradisional yang ada sesuai dengan standar yang berlaku yaitu Sertifikasi Pasar Rakyat dalam SNI 8152 : 2015 Tentang Pasar Rakyat. Selain itu diperlukan upaya digitalisasi pasar rakyat untuk membantu kinerja pemasaran dan penjualan produk.

Hal lainnya adalah mendorong pemerintah desa melalui BUMDES untuk dapat memanfaatkan dana desa dalam membangun unit usaha perdagangan retail dengan konsep modern. Pemerintah daerah harus membantu dan memberikan insentif agar toko modern juga dimiliki oleh pemerintah setempat melalui BUMDES sehingga dapat bersaing dengan toko retail modern.

bappelitbangda

DAFTAR REFERENSI

Engkus. 2015. Analisis Sosial Dan Ekonomi Pembangunan Toserba Borma Bojongsoang Kabupaten Bandung. *Laporan Penelitian, UIN SGD Bandung.*

Hanafie, Rita, 2010. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Penerbit ANDI. Yogyakarta.

Heriyanto, A.W., (2012), "Dampak Sosial Ekonomi Relokasi Pedagang Kaki Lima di Kawasan Simpang Lima dan Jalan Pahlawan Kota Semarang",*Jurnal*, EDAJ 1 (2). Hal 1-7

Kholis, Noor., Ratnawati, Alifah., Yuwalliatin, Sitty. 1995. Pengembangan Pasar Tradisional Berbasis Perilaku Konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol 2, No 1, Januari* 1995.

Mankiw, N. Gregory. 2003. *Teori Makroekonomi,* Edisi Kelima. Terjemahan. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Parsons, Wayne. 2006. *Publik Policy: Pengantar Teori dan Praktik Analisis Kebijakan.* Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Sinaga Pariaman. 2004. Pasar Modern VS Pasar Tradisional. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM

Stice & Skousen. 2007. *Akuntansi Keuangan*. Edisi Enam Belas. Jakarta :Salemba Empat.

Soekanto, Soerjono. 1982. *Sosiologi : Suatu Pengantar.* CV. Rajawali: Jakarta.

Suratmo, F, Gunawan. 2004. *Analisis Mengenai Dampak Lingkungan*. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press.

Supriyati dan Roosganda Elizabeth. Pengembangan Kemitraan Usaha Yang Saling Menguntungkan : Kasus Antara PT. Heinz ABC Indonesia Dengan Petani Cabai Merah Di Jawa Tengah. *Litbang Kementerian Pertanian Indonesia,* 2011.

Usman, Sunyoto. 2003. *Pembangunan Dan Pemberdayaan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Regulasi :

Undang – Undang Republik Indonesia No.11 tahun 2020 tentang Cipta Kerja;

Peraturan Pemerintah No 6 Tahun 2021 Tentang Perizinan Berusaha di Daerah;

Peraturan Pemerintah No 29 Tahun 2021 Tentang Perdagangan;

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, sebagaimana telah diubah beberapa kali terakhir dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 245, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6573);

bappelitbangda

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No.70/MDAG/PER/2013 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern sebagaimana yang diubah beberapa kali terakhir dengan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No.23 Tahun 2021 tentang Pedoman Pengembangan, Penataan, dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan;

Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat Nomor 3 Tahun 2019 Tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Tahun 2018-2023;

Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat Nomor 12 tahun 2010 tentang Penyelenggaraan Izin Gangguan Dan Retribusi Izin Gangguan sebagaimana telah diubah dalam Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat Nomor 2 tahun 2019 tentang Pencabutan Penyelenggaraan Izin Gangguan Dan Retribusi Izin Gangguan;

Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat Nomor 2 tahun 2012 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Bandung Barat tahun 2009 – 2029;

Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat Nomor 4 tahun 2018 tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perusahaan;

Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat Nomor 8 tahun 2011 tentang Penyelenggaraan Penataan Bangunan dan Retribusi Izin Mendirikan Bangunan (IMB);

Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat Nomor 21 tahun 2011 tentang Penyelenggaraan Pasar, Retribusi Pelayanan Pasar Dan Retribusi Pasar Grosir dan / atau Pertokoan; dan

Peraturan Bupati Nomor 11 Tahun 2012 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Peraturan Daerah Nomor 21 Tahun 2011 Tentang Penyelenggaraan Pasar, Retribusi Pelayanan Pasar Dan Retribusi Pasar Grosir Dan/Atau Pertokoan

Dokumen :

Kabupaten Bandung Barat Dalam Angka 2021. *Badan Pusat Statistisk, 2022.*

Statistik Kesejahteraan Rakyat Kabupaten Bandung Barat. *Badan Pusat Statistisk Kabupaten Bandung Barat, 2022.*

Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Bandung Barat Menurut Lapangan Usaha 2017-2021. *Badan Pusat Statistisk Kabupaten Bandung Barat, 2022.*

bappelitbangda

Lampiran Dokumentasi Survey



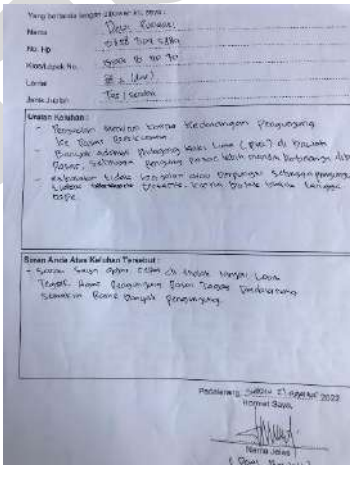














bacaan.id

PANDUAN WAWANCARA

A. Brief Note :

A.1 Cakupan Wilayah :

Wawancara dilakukan terhadap pemilik UMKM dan Asosiasi Pasar di wilayah radius 2,5 Km di sekitar area toko modern.

A.2 Obyek Wawancara :

Wawancara dilakukan untuk mengetahui kondisi aktual masyarakat serta persepsi masyarakat terhadap keberadaan toko modern. Obyek Wawancara adalah :

1. Pengetahuan masyarakat terhadap keberadaan Toko Modern.
2. Persepsi masyarakat terhadap keberadaan Toko Modern.
3. Harapan masyarakat terhadap keberadaan Toko Modern.

A.3 Narasumber / Informan :

1. Pengurus Asosiasi Pasar : 2 orang

2. Pelaku UMKM (Industri rumahan, pemilik usaha toko kelontongan/ warung, Pemilik Usaha jenis lainnya) : 5 orang.

Pemilihan narasumber ditentukan secara *purposive*, yaitu orang-orang yang paling mewakili dari setiap kelompok (3 kelompok di atas) dan memiliki pengetahuan yang cukup baik mengenai kondisi wilayah serta rencana pembangunan Toko Modern.

A.4 Waktu Wawancara : 3 (tiga) hari

bappelitbangda

B. Pelaksanaan Wawancara :

Wawancara terhadap Asosiasi Pasar (2 orang)

Waktu Wawancara : Tanggal……. Pukul …….. Lokasi ……..

Narasumber : Nama : ……

Alamat : ……

Usia : ……

Jenis Kelamin : ……..

1. Apa saja yang Bapak/ Ibu ketahui tentang Toko Modern?
2. Bagaimana tanggapan Bapak/ Ibu terhadap keberadaan Toko Modern?

   Apakah setuju? Kenapa?

   Apakah menolak? Kenapa?
3. Bagaimana tanggapan warga di wilayah Bapak/ Ibu tinggal terhadap keberadaan Toko Modern?

   Apakah setuju? Kenapa?

   Apakah Menolak? Kenapa?
4. Menurut Bapak/ Ibu, apakah keberadaan Toko Modern membawa dampak positif atau negatif bagi pasar tradisional? Kenapa?
5. Bagaimana kondisi pedagang pasar tradisional sebelum dan sesudah adanya toko modern? Apakah berdampak terhadap omzet dan penjualan?
6. Apa harapan Bapak/ Ibu terhadap keberadaan Toko Modern?

bappelitbangda

Wawancara terhadap Pelaku UKM (5 orang)

Waktu Wawancara : Tanggal……. Pukul …….. Lokasi ……..

Narasumber : Nama : ……

Alamat : ……

Usia : ……

Jenis Kelamin : …….

Jenis Usaha : ……

1. Apa saja yang Bapak/ Ibu ketahui tentang pembangunan Toko Modern?
2. Bagaimana tanggapan Bapak/ Ibu terhadap pembangunan Toko Modern? Apakah setuju? Kenapa?

   Apakah menolak? Kenapa?
3. Menurut Bapak/ Ibu, apakah keberadaan Toko Modern membawa dampak positif atau negatif bagi usaha Bapak/ Ibu, atau bagi UKM lainnya? Kenapa?
4. Apakah terdapat perubahan omzet usaha yang dijalankan sebelum dan sesudah adanya toko modern di sekitar wilayah usaha anda?
5. Apa harapan Bapak/ Ibu terhadap keberadaan Toko Modern bagi pengembangan usaha ekonomi yang Bapak/ Ibu lakukan saat ini ?

bappelitbangda

HASIL WAWANCARA (ONLINE)

KAJIAN DAMPAK PEMBANGUNAN PASAR MODERN TERHADAP EKSISTENSI PASAR TRADISIONAL DI KABUPATEN BANDUNG BARAT

Narasumber : Iwan Kurniawan (APRINDO Jawa Barat)

1. Perkembangan toko ritel modern cukup pesat utamanya di beberapa kota besar di Indonesia. Kemudahan berusaha saat ini telah menjadi komitmen pemerintah pusat dan daerah terutama untuk memacu proses pemulihan ekonomi nasional pasca pandemi Covid 19.
   Sejauh mana APRINDO memandang regulasi yang ada khususnya di wilayah Kabupaten Bandung Barat mendukung kemudahan berusaha bagi industri ritel modern?

   Kebijakan Pemerintah Pusat dengan menerbitkan aturan perijinan melalui Online Single Submission bagi pelaku usaha toko ritel merupakan hal positif. Namun Aprindo memandang masih dibutuhkan sinkronisasi antara kebijakan tersebut dengan Pemerintah Daerah. Salah satu aturan yang perlu diselaraskan adalah masih berlakunya Perda No 21 Tahun 2011 di Kabupaten Bandung Barat

2. Dari aspek regulasi apakah terdapat regulasi yang memberatkan pihak pengusaha ritel modern dalam menjalankan usahanya khususnya di wilayah Kabupaten Bandung Barat?

   Keberadaan toko ritel merupakan usaha yang butuh perlindungan juga dari pemerintah, baik Pusat maupun Daerah. Toko ritel swalayan justru berusaha membantu kemajuan UMKM di sekitar gerai misalnya dengan memberikan kesempatan bagi UMKM binaan Pemerintah Daerah untuk turut menjadi sarana distribusi produk UMKM. Selain itu keberadaan minimarket yang dekat dengan kawasan pemukiman juga turut membangun perekonomian setempat dengan kontribusi lahan yang dapat dijadikan tempat berdagang UMKM. Penilaian mematikan UMKM bertolak belakang dengan keinginan pelaku usaha toko ritel dalam memajukan sekitar tempat usaha. Pemikiran segelintir orang yang tidak ingin bersaing dengan sehat cenderung menyampaikan hal-hal negatif terhadap usaha lain yang dianggap menjadi pesaing.

3. Keberadaan toko ritel modern utamanya yang berjenis minimarket sering diklaim oleh sebagian pihak sebagai penyebab dari terhambatnya UMKM sekitar, bahkan juga berpotensi mematikan UMKM sekitarnya. Apakah anda setuju / tidak setuju dengan hal ini? Mengapa?

   Setiap warga negara Indonesia ingin memperoleh kepastian hukum dalam berusaha, tidak terlepas dari minimarket baik jejaring maupun milik perorangan. Regulasi perijinan melalui OSS sudah mempermudah para pelaku usaha minimarket untuk mendapatkan Perijinan secara lengkap. Saat ini toko swalayan tidak membutuhkan IUTM lagi yang merupakan produk hukum lama, tidak ada nomenklatur Toko Modern lagi dalam aturan. Minimarket hanya membutuhkan NIB sebagai ijin operasional sejak OSS diresmikan. Beberapa minimarket yang belum berijin lebih diakibatkan oleh kesulitan dalam menempuh persyaratan contohnya konversi IMB ke PBG masih cukup sulit di tingkat daerah.

4. Salah satu isu yang menjadi sorotan keberadaan toko ritel modern di wilayah Kabupaten Bandung Barat adalah kurang tertibnya sebagian pemilik toko ritel modern terhadap regulasi. Banyak toko modern utamanya berjenis minimarket yang belum memiliki izin (IUTM), juga disinyalir beberapa gerai berada di zonasi yang tidak sesuai dengan regulasi (jarak kurang 500 m dari pasar tradisional). Apa yang menyebabkan hal ini ?

bappelitbangda

……..……
……
……
……

Bagaimana upaya pembinaan yang dilakukan APRINDO terhadap anggotanya untuk mengikuti regulasi yang berlaku?

Aprindo ingin menjadi penyeimbang bagi usaha toko ritel dengan Pemerintah yang menjadi mitra sekaligus regulator. Pembinaan menjadi tugas Pemerintah Daerah, sedangkan Aprindo membina anggota dengan membantu pemerintah melakukan sosialisasi setiap aspek peraturan dan mendorong anggota untuk mematuhi aturan tersebut.

5. Salah satu upaya menciptakan persaingan usaha yang sehat antara toko ritel modern dengan pasar tradisional (UMKM) adalah dengan adanya kemitraan dan pemberdayaan yang dilakukan oleh toko modern terhadap UMKM setempat. Bagaimana implementasi program kemitraan dan pemberdayaan ini dilakukan di wilayah Kabupaten Bandung Barat?

   ……..…

   ……

   ……

   ……

   ……

6. Apa saran untuk perbaikan pada masa yang akan datang untuk mensinergiskan keberadaan toko ritel modern dengan pasar tradisional dan pelaku UMKM dalam kerangka pembangunan ekonomi di Kabupaten Bandung Barat?

   Pemerintah Daerah Kab. Bandung Barat dapat mengadakan kurasi produk UMKM dimana nantikan pelaku usaha toko ritel dapat tampil sebagai off-taker untuk membantu pemasaran produk UMKM Kab. Bandung Barat

bappelitbangda