

BAB III

PENATAAN DAN PEMBINAAN PASAR TRADISIONAL, PUSAT PERBELANJAAN, DAN TOKO MODERN

A. Pasar Tradisional

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.¹⁰² Ini merupakan definisi umum daripada pasar itu sendiri. Lalu dilanjutkan dengan ayat ke enam yang berbunyi:

Pasar Tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta berupa tempat usaha yang berbentuk toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki/ dikelola oleh pedagang kecil menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan melalui proses jual beli barang dagangan dengan tawar-menawar.¹⁰³

Pasar adalah salah satu dari berbagai sistem, institusi, prosedur, hubungan sosial dan infrastruktur tempat usaha menjual barang, jasa, dan tenaga kerja untuk orang-orang dengan imbalan uang. Barang dan jasa yang dijual menggunakan alat pembayaran yang sah seperti uang fiat. Kegiatan ini merupakan bagian dari perekonomian. Ini adalah pengaturan yang memungkinkan pembeli dan penjual untuk item pertukaran. Persaingan sangat penting dalam pasar, dan memisahkan pasar dari perdagangan. Dua orang mungkin melakukan perdagangan, tetapi dibutuhkan setidaknya tiga orang untuk memiliki pasar, sehingga ada persaingan pada setidaknya satu dari dua belah pihak. Pasar bervariasi dalam ukuran, jangkauan, skala geografis, lokasi jenis dan berbagai komunitas manusia, serta jenis barang dan jasa yang diperdagangkan. Beberapa contoh termasuk pasar petani lokal yang diadakan di alun-alun kota atau tempat parkir, pusat perbelanjaan dan pusat perbelanjaan, mata uang internasional dan pasar komoditas, hukum

¹⁰² Peraturan Daerah Kabupaten Situbondo Nomor 13 tahun 2014 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, Pasal 1 ayat (5).

¹⁰³ *Ibid.*, ayat (6).

menciptakan pasar seperti untuk izin polusi, dan pasar ilegal seperti pasar untuk obat-obatan terlarang.¹⁰⁴

Dalam ilmu ekonomi arus utama, konsep pasar adalah setiap struktur yang memungkinkan pembeli dan penjual untuk menukar jenis barang, jasa dan informasi. Pertukaran barang atau jasa untuk uang disebut dengan transaksi. Pasar terdiri dari semua pembeli dan penjual yang baik yang memengaruhi harganya. Pengaruh ini merupakan studi utama ekonomi dan telah melahirkan beberapa teori dan model tentang kekuatan pasar dasar penawaran dan permintaan. Ada dua peran di pasar, pembeli dan penjual. Pasar memfasilitasi perdagangan dan memungkinkan distribusi dan alokasi sumber daya dalam masyarakat. Pasar mengizinkan semua item yang diperdagangkan untuk dievaluasi dan harga. Sebuah pasar muncul lebih atau kurang spontan atau sengaja dibangun oleh interaksi manusia untuk memungkinkan pertukaran hak (kepemilikan) jasa dan barang.¹⁰⁵

Secara historis, pasar berasal di pasar fisik yang sering akan berkembang menjadi - atau dari - komunitas kecil, kota dan kota.¹⁰⁶

1. Klasifikasi Pasar

- a. Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian barang elektronik, jasa dan lain-lain. Selain itu, ada pula yang menjual kue-kue dan barang-barang lainnya. Pasar seperti ini masih banyak ditemukan di Indonesia, dan umumnya terletak dekat kawasan perumahan agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar. Beberapa pasar tradisional yang "legendaris" antara lain adalah pasar Beringharjo di Yogyakarta, pasar Klewer di Solo, pasar Johar di Semarang. Pasar tradisional di seluruh Indonesia terus mencoba bertahan menghadapi serangan dari pasar modern.¹⁰⁷
- b. Pasar modern tidak banyak berbeda dari pasar tradisional, namun pasar jenis ini penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (barcode), berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan secara mandiri (swalayan) atau dilayani oleh pramuniaga. Barang-barang yang dijual, selain bahan makanan makanan seperti; buah, sayuran, daging; sebagian besar barang lainnya yang dijual adalah barang yang dapat

¹⁰⁴ Robert S Pindyck, Daniel L. Rubinfeld, *Microeconomics*, Prentice Hall 2012.

¹⁰⁵ Robert H. Frank, *Microeconomics and Behavior*, 6th ed., McGraw-Hill/Irwin 2006.

¹⁰⁶ *Ibid.*

¹⁰⁷ *Ibid.*

bertahan lama. Contoh dari pasar modern adalah hypermart, pasar swalayan (supermarket), dan minimarket.¹⁰⁸

2. Berdasarkan Luas Jangkauan

- a. Pasar Daerah membeli dan menjual produk dalam satu daerah produk itu dihasilkan. Bisa juga dikatakan pasar daerah melayani permintaan dan penawaran dalam satu daerah.¹⁰⁹
- b. Pasar lokal adalah pasar yang membeli dan menjual produk dalam satu kota tempat produk itu dihasilkan. Bisa juga dikatakan pasar lokal melayani permintaan dan penawaran dalam satu kota.¹¹⁰
- c. Pasar nasional adalah pasar yang membeli dan menjual produk dalam satu negara tempat produk itu dihasilkan. Bisa juga dikatakan pasar nasional melayani permintaan dan penjualan dari dalam negeri.¹¹¹
- d. Pasar internasional adalah pasar yang membeli dan menjual produk dari beberapa negara. Bisa juga dikatakan luas jangkauannya di seluruh dunia. Contoh pasar tersebut adalah pasar kopi di Santos, Brazil.¹¹²

3. Menurut Wujud

- a. Pasar Konkret adalah tempat pertemuan antara penjual dan pembeli yang dilakukan secara langsung. Misalnya ada los-los, toko-toko dan lain-lain. Di pasar konkret, produk yang dijual dan dibeli juga dapat dilihat dengan kasat mata. Konsumen dan produsen juga dapat dengan mudah dibedakan. Contohnya adalah: pasar sayuran, pasar daging, pasar tradisional, dan lain sebagainya.¹¹³
- b. Pasar Abstrak adalah pasar yang lokasinya tidak dapat dilihat dengan kasat mata. Konsumen dan produsen tidak bertemu secara langsung. Biasanya dapat melalui internet, pemesanan telepon dan lain-lain. Barang yang diperjual belikan tidak dapat dilihat dengan kasat mata, tetapi pada umumnya melalui brosur, rekomendasi dan lain-lain. Kita juga tidak dapat melihat konsumen dan produsen bersamaan, atau bisa dikatakan sulit membedakan produsen dan konsumen sekaligus. Contoh: Pasar Modal, Bursa Saham, Telemarket, dan lain-lain.¹¹⁴

4. Menurut Barang Yang Diperjual-Belikan

¹⁰⁸ *Ibid.*

¹⁰⁹ P. Kotler, Keller, K.L., *Marketing Management*, Prentice Hall 2011.

¹¹⁰ *Ibid.*

¹¹¹ *Ibid.*

¹¹² *Ibid.*

¹¹³ Michael J. Baker, Michael Saren, *Marketing Theory: A Student Text*, SAGE 2010.

¹¹⁴ *Ibid.*

- a. Pasar barang konsumsi adalah pasar yang menjual barang-barang yang dapat langsung dipakai untuk kebutuhan rumah tangga. Misalnya, pasar yang memperjualbelikan beras, ikan, sayur-sayuran, buah-buahan, alat-alat rumah tangga, pakaian, dan lain sebagainya.¹¹⁵
 - b. Pasar barang produksi adalah pasar yang memperjualbelikan faktor-faktor produksi. Dalam pasar ini diperjualbelikan sumber daya produksi. Misalnya, pasar mesin-mesin, pasar tenaga kerja, dan pasar uang.¹¹⁶
5. Menurut Waktu Penyelenggaraan
- a. Pasar harian adalah pasar yang kegiatan jual belinya dilakukan tiap hari. Pasar harian ini umumnya terdapat di desa dan kota.¹¹⁷
 - b. Pasar mingguan adalah pasar yang kegiatan jual belinya hanya satu kali dalam seminggu. Pasar mingguan ini terdapat di daerah-daerah pedesaan. Misalnya pasar pagi yang diadakan setiap hari Minggu pagi saat acara car free day.¹¹⁸
 - c. Pasar bulanan adalah pasar yang kegiatan jual belinya dilakukan setiap sebulan sekali. Contoh pasar hewan.¹¹⁹
 - d. Pasar tahunan adalah pasar yang kegiatan jual belinya dilakukan setiap setahun sekali. Misalnya Pekan Raya Jakarta.¹²⁰
 - e. Pasar temporer adalah pasar yang diselenggarakan organisasi/instansi pada acara tertentu, atau diadakannya hanya sewaktu-waktu (tidak tetap) seperti bazar dan pameran.¹²¹
6. Menurut Strukturnya

Dalam pasar persaingan sempurna terdapat banyak penjual atau pembeli yang sama-sama telah mengetahui keadaan pasar. Barang yang diperjualbelikan dalam pasar persaingan sempurna homogen (sejenis). Selain itu, baik penjual ataupun pembeli tidak bebas menentukan harga, karena harga ditentukan oleh kekuatan pasar. Pasar persaingan sempurna adalah keadaan tempat penjual dan pembeli tidak dapat mempengaruhi harga. Harga yang telah terbentuk merupakan hasil dari mekanisme pasar berdasarkan jumlah permintaan dan penawaran.¹²²

¹¹⁵ *Ibid.*

¹¹⁶ *Ibid.*

¹¹⁷ Patrik Aspers, *Markets*, Polity Press 2011.

¹¹⁸ *Ibid.*

¹¹⁹ *Ibid.*

¹²⁰ *Ibid.*

¹²¹ *Ibid.*

¹²² Leonard Bauer, Herbert Matis (1988) *From moral to political economy: The Genesis of social sciences*, *History of European Ideas* 9 (2), 125-143.

Dalam pasar persaingan tidak sempurna, para penjual maupun pembeli mempunyai kebebasan dalam menentukan harga dan jumlah barang yang akan diperjualbelikan. Dalam hal ini berarti pembeli dan penjual dapat memengaruhi harga. Jenis dan kualitas barang yang diperdagangkan pada pasar ini bersifat heterogen. Pasar persaingan tidak sempurna dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu sebagai berikut.¹²³

Pasar monopoli adalah pasar yang hanya terdapat satu penjual untuk suatu jenis barang tertentu. Pasar monopsoni adalah pasar yang dikuasai oleh seorang pembeli untuk suatu jenis barang dan jasa, dan juga bersifat mendunia. Output yang dihasilkan tidak mempunyai substitusi.¹²⁴

Dalam pasar monopolistik terdapat banyak penjual dan pembeli. Penjual bisa melakukan monopoli karena keistimewaan produk masing-masing. Pembeli bebas menentukan pilihannya dalam berbelanja. Jadi, pasar ini ada unsur persaingan dan monopoli.¹²⁵

Pasar oligopoli adalah pasar yang hanya ada beberapa penjual. Istilah beberapa penjual ini jumlah penjual tidak terlalu banyak sehingga pengaruh penjual sangat kecil, dan tidak ada penjual yang berkuasa segala-galanya. Adapun oligopsoni merupakan jenis pasar yang hanya ada beberapa pembeli.¹²⁶

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan buah, sayur-sayuran telur daging kain pakaian barang elektronik jasa dan lain-lain. Selain itu, ada pula yang menjual kue-kue dan barang-barang lainnya. Pasar seperti ini masih banyak ditemukan di Indonesia. Pada umumnya terletak dekat kawasan perumahan agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar. Beberapa pasar tradisional yang "legendaris" antara lain adalah Pasar Beringharjo di Yogyakarta, Pasar Klewer di Solo, Pasar Johar di Semarang.¹²⁷

7. Kelebihan Pasar Tradisional

- a. Terjadinya transaksi tawar menawar antara pedagang dan Pembeli

¹²³ *Ibid.*

¹²⁴ *Ibid.*

¹²⁵ *Ibid.*

¹²⁶ *Ibid.*

¹²⁷ *Ibid.*

- b. Terjadinya transaksi secara langsung dengan pedagang
 - c. Makanan dan minuman yang dijual biasanya tidak mengandung bahan pengawet.
8. Kekurangan pasar tradisional
- a. Biasanya tempatnya kotor dan becek
 - b. Pengemasan barangnya kurang baik
 - c. Beberapa makanan dan barang - barangnya berkuaitas kurang baik
 - d. Barang - barang yang tersedia kurang lengkap

B. Pusat Perbelanjaan

Untuk memahami definisi Pusat Perbelanjaan, baik kiranya melihat dari definisi yang tertera dalam kamus Merriram Webster. Didalamnya disebutkan bahwa maksud dari Pusat Perbelanjaan atau *Shopping Center* adalah:

“a group of retail stores and service establishments usually with ample parking facilities and usually designed to serve a community or neighborhood.”¹²⁸

Yang dapat diartikan: “sekelompok toko ritel (eceran) dan tempat layanan yang biasanya dilengkapi dengan fasilitas parkir yang luas dan biasanya dirancang untuk melayani masyarakat atau lingkungan sekitar.”

Dalam sumber yang lain, disebutkan juga bahwa definisi seperti yang diatas merupakan salah satu definisi paling umum yang diterima oleh

¹²⁸ Menurut kamus Merriam Webster.

masyarakat. Namun pada kenyataannya di lapangan, definisi itu akan berubah tergantung daerahnya masing-masing.¹²⁹

Di Amerika Serikat, definisi Pusat Perbelanjaan adalah seperti ini: *“In the U.S., shopping centers are categorized as either general-purpose or specialized-purpose. General-purpose centers are open-air (convenience, neighborhood and community centers) or enclosed malls (regional and super-regional).”*¹³⁰

Sedangkan di Kanada sendiri, keberadaan Pusat Perbelanjaan itu dibagi menjadi 4 bagian. Sebagaimana yang disebutkan dibawah ini:

*“There are 10 principal shopping center types in Canada, which can be grouped into 4 categories— traditional, specialty, hybrid and mixed-use. Traditional centers are all-purpose centers that could be either open-air or enclosed, providing convenience or general merchandise goods depending on the specific format. Specialty centers include those built with a specific purpose and are typically open-air and, occasionally, fully or partly covered. Hybrids combine elements from 2 or more distinct traditional and/or specialty types, while mixed-use projects are developed as single units, where retail is predominant and is one of the significant revenue-producing uses.”*¹³¹

Disini disebutkan bahwa ada empat ketagori. Pertama kategori tradisional lalu kedua spesifik dan ketiga keempat adalah hybrid atau campuran.

Jadi bisa disimpulkan bahwa Pusat Perbelanjaan itu sendiri adalah gabungan dari beberapa toko retail atau eceran yang biasanya tersedia lahan parkir atau akses luas sehingga memberikan kemudahan bagi para

¹²⁹ Menurut riset ICSC mengenai definisi Pusat Perbelanjaan.

¹³⁰ *Ibid.*

¹³¹ *Ibid.*

konsumen untuk datang dan biasanya bertujuan untuk melayani suatu komunitas dan juga lingkungan sekitar.

Dalam hal ini cara kerja Pusat Perbelanjaan adalah hampir menyamai dengan cara kerja Pasar Tradisional. Namun mungkin perbedaannya hanyalah pada fasilitas yang lebih lengkap dibandingkan dengan Pasar Tradisional itu sendiri.

Mengenai tujuannya, Pusat Perbelanjaan memiliki tujuan untuk melayani suatu komunitas atau lingkungan sekitar. Yang mana berbeda dengan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan secara spesifik memiliki misi dan tugas untuk dapat melayani suatu komunitas atau lingkungan sekitar, sehingga bisa disimpulkan ada peran khusus yang dilakukan oleh Pusat Perbelanjaan yaitu untuk melayani khalayak umum dengan scope lebih luas.

Pusat perbelanjaan sendiri adalah suatu area tertentu yang terdiri 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.¹³² Dalam hal ini Pusat perbelanjaan perlu untuk diatur keberadaannya sehingga tidak mengganggu dan merugikan pasar tradisional, usaha mikro, kecil, menengah, dan koperasi yang ada.¹³³

Dengan keberadaan Pusat Perbelanjaan yang memiliki dampak signifikan terhadap sektor perekonomian, maka Pemerintah Daerah

¹³² Peraturan Daerah Kabupaten Situbondo Nomor 13 Tahun 2014 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, Pasal 1 Ayat (7).

¹³³ *Ibid.*, ayat (22).

Kabupaten Situbondo perlu untuk menerbitkan izin khusus terhadap Pusat Perbelanjaan. Izin usaha Pusat Perbelanjaan inilah yang selanjutnya disebut IUPP atau merupakan singkatan Izin Usaha Pusat Perbelanjaan. Izin ini merupakan syarat yang harus dimiliki suatu Pusat Perbelanjaan untuk dapat melaksanakan usaha Pusat Perbelanjaan yang diterbitkan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Situbondo.¹³⁴

C. Toko Modern

Toko adalah bangunan gedung dengan fungsi usaha yang digunakan untuk menjual barang dan terdiri dari hanya satu penjual.¹³⁵ Hal ini merupakan definisi secara *general* mengenai Toko itu sendiri. Dan dilanjutkan dibahas dibawa ini mengenai Toko Modern itu sendiri.

Toko Modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk *minimarket*, *supermarket*, *department store*, *hypermarket* ataupun grosir yang berbentuk perkulakan.¹³⁶

Pertokoan adalah kompleks toko atau deretan toko yang masing-masing dimiliki oleh perorangan atau badan usaha.¹³⁷

Pusat Pertokoan adalah toko-toko yang mengelompok pada suatu areal tertentu yang dibangun baik secara vertikal maupun horizontal yang

¹³⁴ *Ibid.*, Ayat (26).

¹³⁵ *Ibid.*, Ayat (9).

¹³⁶ *Ibid.*, Ayat (10).

¹³⁷ *Ibid.*, Ayat (11).

dikelola oleh satu badan hukum atau perorangan guna memberikan kemudahan pada pembeli atau konsumen.¹³⁸

Toko Serba Ada adalah sarana/tempat usaha untuk melakukan penjualan berbagai macam barang kebutuhan rumah tangga dan kebutuhan sembilan bahan pokok (sembako), yang disusun dalam bagian yang terpisah-pisah dalam bentuk counter secara eceran dan langsung kepada konsumen yang dalam pelayanannya dibantu oleh pramuniaga.¹³⁹

Jaringan *Minimarket* adalah usaha yang melakukan kegiatan di bidang minimarket melalui satu kesatuan manajemen dan sistem pendistribusian barang ke outlet yang merupakan jaringan.¹⁴⁰

Minimarket adalah sarana atau tempat usaha untuk melakukan penjualan barang-barang kebutuhan sehari-hari secara eceran langsung kepada konsumen dengan cara pelayanan mandiri (swalayan).¹⁴¹

Supermarket adalah sarana atau tempat penjualan barang-barang kebutuhan usaha untuk melakukan rumah tangga termasuk kebutuhan sembilan bahan pokok (sembako) secara eceran dan langsung kepada konsumen dengan cara pelayanan mandiri.¹⁴²

Hypermarket adalah sarana atau tempat usaha untuk melakukan penjualan barang-barang kebutuhan rumah tangga termasuk kebutuhan sembilan bahan pokok (sembako) secara eceran dan langsung kepada

¹³⁸ *Ibid.*, Ayat (12).

¹³⁹ *Ibid.*, Ayat (13).

¹⁴⁰ *Ibid.*, Ayat (14).

¹⁴¹ *Ibid.*, Ayat (15).

¹⁴² *Ibid.*, Ayat (16).

konsumen, yang di dalamnya terdiri atas pasar swalayan, toko modern dan toko serba ada, yang menyatu dalam satu bangunan yang pengelolaannya dilakukan secara tunggal.¹⁴³

Departmen Store adalah sarana atau tempat usaha untuk melakukan penjualan secara eceran barang konsumsi utamanya produk sandang dan perlengkapannya dengan penataan barang berdasarkan jenis kelamin dan/atau tingkat usia konsumen.¹⁴⁴

Pasar Serba Ada adalah sarana atau tempat usaha untuk melakukan penjualan barang-barang kebutuhan rumah tangga termasuk kebutuhan sembilan bahan pokok (sembako) secara eceran dan langsung kepada konsumen akhir, yang didalamnya terdiri dari pasar swalayan dan toko serba ada yang menyatu dalam satu bangunan yang dalam pelayanannya dilakukan secara tunggal.¹⁴⁵

Mall / Super Mall / Plaza adalah sarana atau tempat usaha untuk melakukan usaha perdagangan, rekreasi, restoran dan sebagainya yang diperuntukkan bagi kelompok, perorangan, perusahaan atau koperasi untuk melakukan penjualan barang-barang atau jasa dan terletak dalam bangunan / ruang yang menyatu.¹⁴⁶

Waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat

¹⁴³ *Ibid.*, Ayat (17).

¹⁴⁴ *Ibid.*, Ayat (18).

¹⁴⁵ *Ibid.*, Ayat (19).

¹⁴⁶ *Ibid.*, Ayat (20).

dimanfaatkan dan atau digunakan pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.¹⁴⁷



¹⁴⁷ *Ibid.*, Ayat (21).