

BAB III

SHOPPING MALL SEBAGAI WADAH SEKTOR PERDAGANGAN FORMAL DAN INFORMAL

3.1. TINJAUAN SEKTOR PERDAGANGAN FORMAL

3.1.1. Pengertian Sektor Perdagangan Formal

Perdagangan sektor formal adalah kegiatan jual beli dilakukan oleh pedagang yang menyewa atau membeli ruangan pada pusat perbelanjaan yang disediakan investor, untuk digunakan sebagai tempat menjual barang dagangannya. Pedagang formal yang menyewa pusat perbelanjaan biasanya mempunyai modal sedang hingga besar.

3.1.2. Klasifikasi Sektor Perdagangan Formal

Klasifikasi sektor perdagangan formal ini pembagiannya relatif sama dengan klasifikasi pusat perbelanjaan (dapat dilihat pada sub bab 2.1.2) yang dapat digolongkan berdasarkan skala pelayanan, bentuk fisik dan kuantitas barang yang dijual.

3.1.3. Materi Perdagangan Pada Sektor Perdagangan Formal

a. Jenis materi perdagangan

Berdasarkan tingkat kebutuhan pemakaiannya materi perdagangan di pusat perbelanjaan/sektor perdagangan formal dapat dikelompokkan :

1. Demand goods:

Barang-barang pokok dan dibutuhkan sehari-hari.

2. Convenience goods:

Barang kebutuhan standar, perlu tapi tidak pokok

3. Impuls goods:

Barang-barang kebutuhan khusus, mewah, luks yang digunakan untuk kenyamanan dan kepuasan, misalnya: kalung, gelang, jam tangan, minyak wangi dan sebagainya.

b. Cara penyajian materi perdagangan

Beberapa kemungkinan penyajian barang pada pusat perbelanjaan modern:

1. Table fixture : bentuk meja yang menerus.
2. Counter fixture : bentuk almari rendah.
3. Cases fixture : bentuk almari transparan.
4. Box fixture : kotak-kotak terbuka.
5. Back fixture : rak-rak almari yang terbuka/transparan yang sekaligus sebagai penyimpan.
6. Hanging case : lemari penggantung.
7. Etalase : jendela peraga yang penyajian barangnya di luar toko, berfungsi sebagai alat promosi.

Tidak semua bentuk penyajian di atas digunakan pada setiap toko, hanya beberapa bagian yang sesuai dengan barang yang dijual dan disusun berdasarkan suasana yang dikehendaki. Tapi untuk toko besar yang menjual barang-barang lengkap seperti department store, kemungkinan penyajian barang tersebut digunakan seluruhnya mengingat macam

barang yang dijual sangat variatif. Penyusunan tersebut harus juga mendukung fungsi toko sebagai sarana rekreasi serta sirkulasi di dalam toko tidak terhambat.

c. Sifat materi perdagangan

Sifat materi perdagangan merupakan sifat fisik barang, digolongkan:

1. Bersih, meliputi barang dan tempatnya
 2. Tidak berbau
 3. Padat, paling tidak wadah luarnya
 4. Kering, paling tidak wadah luarnya
 5. Tidak mudah busuk (tahan lama)
- d. Cara pelayanan untuk mendapatkan materi perdagangan**

1. Personal service:

Pembeli dilayani oleh pramuniaga di belakang counter, biasanya untuk barang mahal dan eksklusif

2. Self selection:

Pembeli memilih barang, kemudian memberi tahu pramuniaga untuk diberikan tanda pembelian yang sekaligus sebagai kuitansi untuk membayar.

3. Self service:

Pembeli dengan membawa keranjang atau trolley, mengambil barang kemudian dibawa ke kasir untuk membayar barang yang telah diambilnya.



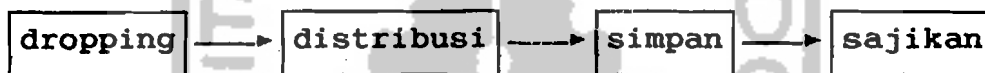
3.1.4. Karakteristik Pola Kegiatan Sektor Perdagangan Formal

Kegiatan pada lingkup sektor ini banyak diwarnai oleh kegiatan yang dilakukan oleh penjaga toko, yang hanya datang pada waktu-waktu tertentu. Jumlah pekerja pada sektor perdagangan formal ini relatif cukup banyak.

Pola kegiatan pemilik dan pelayan toko:



Pola kegiatan distribusi barang di toko:



Gambar 3.1. Pola Kegiatan Sektor Perdagangan Formal
(Sumber : Pemikiran)

3.2. TINJAUAN SEKTOR PERDAGANGAN INFORMAL

Negara-negara berkembang di samping memiliki sektor ekonomi primer dan sekunder (berfungsi menghasilkan produk material) juga memiliki sektor tersier.

Sektor tersier mengarahkan diri ke pelayanan atau pemberian jasa dalam arti seluas-luasnya.

Sektor tersier ini umumnya terdiri dari kaum pendatang pedagang eceran dan jasa remeh seperti pedagang kaki lima, pedagang asongan, penjual makanan yang acapkali tak terdaftar, tak tersentuh oleh peraturan resmi dari penguasa; disebut sektor informal.

3.2.1. Tinjauan Historis

Kaki lima atau Jalur Pejalan Kaki sudah dikenal sejak jaman dulu. Di jaman penjajahan Inggris di Indonesia tahun 1811-1816, Gubernur Raffles menyatakan bahwa lima kaki di sebelah kiri dan kanan dari as jalan raya ditetapkan menjadi jalur untuk orang-orang yang berjalan kaki. Jadi istilah Kaki Lima berasal dari kata "Lima Kaki (5 feet)" yang merupakan batasan lebar jalur pejalan kaki pada saat itu. Ukuran lima kaki ini kurang lebih sama dengan 1 1/2 meter. Terjadinya pembalikan kata menjadi kaki lima hingga sekarang belum diketahui, tapi kaki lima dalam pengertian sehari-hari adalah tepi jalan raya yang digunakan sebagai tempat berjalan kaki, berdagang.

Pemerintah Belanda pada permulaan abad ke 20 memperbolehkan orang untuk berjualan di tepi-tepi jalan. Tentu saja hal ini dibuat mengingat situasi kependudukan yang memungkinkan saat itu.

Dengan berkembangnya kota-kota menjadi kota besar, bahkan menjadi suatu kota besar seperti Semarang, tentunya hal itu tidak dapat diteruskan. Tetapi usaha kota-kota besar untuk menertibkan keadaan kaki lima ini harus disertai usaha menciptakan suatu suasana yang lebih baik, suatu suasana yang lebih "human" dimana pejalan kaki merasakan suatu rasa aman, nyaman dan ramah dari sesama pejalan kaki lainnya dan dari mereka yang berkumpul di sekitar kaki lima tersebut.



Gambar. 3.2. Perdagangan Kaki Lima

(Sumber : Majalah Kota, 1989)

3.2.2. Pengertian Sektor Perdagangan Informal

Suatu sektor kegiatan ekonomi marginal (kecil-kecilan) mempunyai ciri-ciri sebagai berikut: (Soetjipto W, 1985)²¹

- a. Pola kegiatannya tidak teratur, baik dalam arti waktu, permodalan, maupun penerimaannya
- b. Kurang tersentuh oleh peraturan atau ketentuan yang ditetapkan Pemerintah
- c. Modal, peralatan dan perlengkapan maupun omzetnya biasanya kecil dan diusahakan atas dasar hitungan harian
- d. Umumnya tidak mempunyai tempat usaha yang permanen dan terpisah dari tempat tinggalnya

21. Daldjoeni, M, Geografi Kota dan Desa, Alumni, Bandung, 1988, h. 35

- e. Tidak mempunyai keterikatan dengan usaha lain yang besar
- f. Umumnya dilakukan oleh dan melayani golongan masyarakat yang berpendapatan rendah
- g. Tidak membutuhkan keahlian dan ketrampilan khusus sehingga secara luwes bisa menyerap bermacam-macam tingkat pendidikan tenaga kerja
- h. Umumnya tiap-tiap satuan usaha mempekerjakan tenaga yang sedikit dan dari lingkungan hubungan kenalan/berasal dari daerah yang sama
- i. Tidak mengenal sistem perbankan, pembukuan, perkreditan

Khususnya mengenai pedagang kaki lima (PKL) dapat didefinisikan (Daldjoeni, 1987)²²:

"pedagang kaki lima adalah mereka yang di dalam usahanya menggunakan sarana dan atau perlengkapan yang mudah dibongkar pasang/dipindahkan serta mempergunakan bagian jalan/trotoar, tempat-tempat untuk kepentingan umum yang bukan diperuntukkan bagi tempat usaha, atau tempat lain yang bukan miliknya".

3.2.3. Klasifikasi Sektor Perdagangan Informal

a. Menetap

Sektor ini memerlukan suatu tempat yang sifatnya "statis" untuk tempat usahanya, misal: warung makan, penjual barang produksi/kerajinan, tukang tambal ban. Mereka biasanya membuat tenda-tenda, payung atau membawa rak-rak barang.

22.Ibid hal.31

b. Bergerak

Dalam melakukan kegiatan usahanya, biasanya berkeliling dalam suatu kawasan; misal: penjual makanan keliling, pedagang asongan, penjual jasa. Mereka biasanya memiliki gerobak dorong atau "dipanggul".

3.2.4. Materi Perdagangan Pada Sektor Perdagangan Informal

a. Jenis materi perdagangan

Berdasarkan tingkat kebutuhan pemakainya dapat dibedakan :

1. Demand goods :

Barang kebutuhan primer pokok yang dibutuhkan setiap hari.

2. Covinience goods :

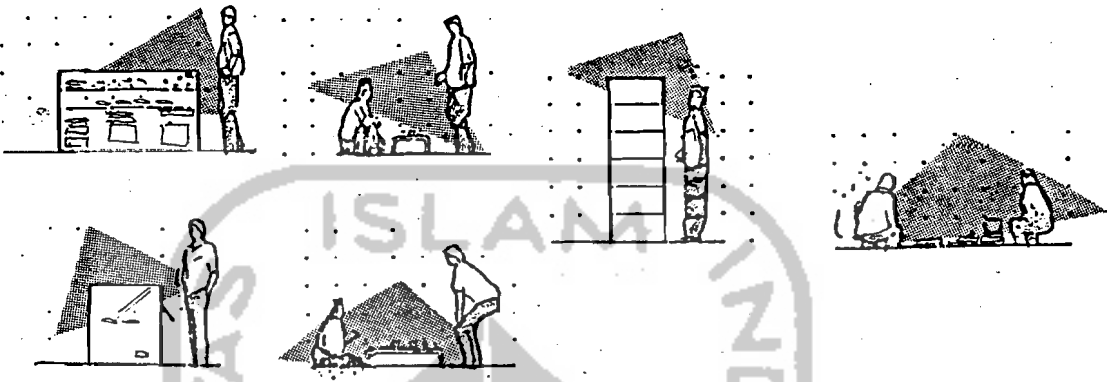
Barang kebutuhan sekunder, perlu tapi tidak pokok dan tidak dibutuhkan setiap hari, misal: pakaian, perkakas rumah dan sebagainya.

b. Cara penyajian materi perdagangan

Berdasarkan materi barang terdapat beberapa kemungkinan cara penyajian :

1. Pedagang tetap

- penyajian dalam kotak terbuka
- penyajian barang pada meja rendah
- penyajian barang dalam almari transparan
- barang disajikan di lantai



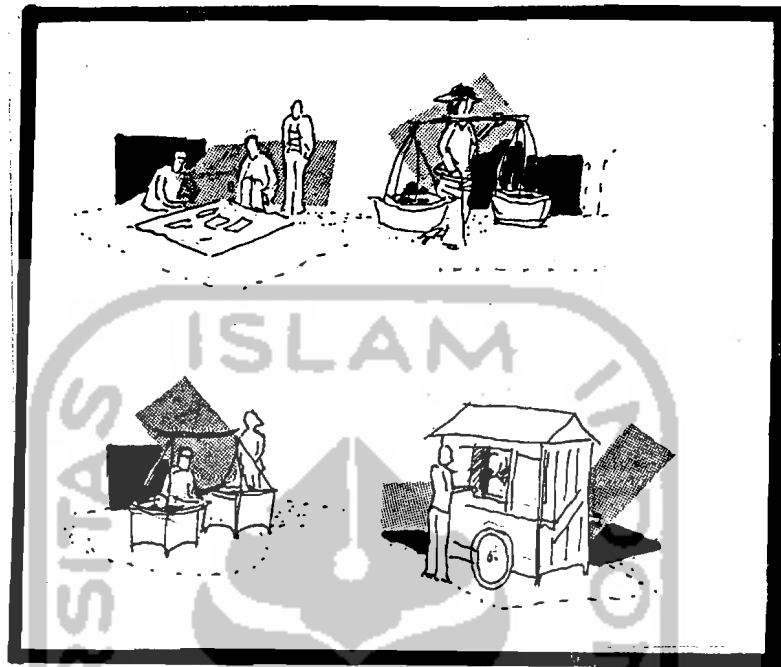
Gambar 3.3. Penyajian oleh Pedagang Tetap

(Sumber : Pengamatan)

2. Pedagang tidak tetap

- barang disajikan di lantai
- barang disajikan di keranjang dengan pikulan
- barang disajikan di kotak, lemari kayu/bambu dengan pikulan
- barang disajikan dengan kereta dorong dan lain-lain

Penyajian barang pada pedagang tidak tetap umumnya lebih sederhana dari pedagang tetap. Prinsip penyajian barang pada pedagang ini adalah kemudahan untuk diangkut atau dipindahkan.



Gambar 3.4. Penyajian Barang oleh Pedagang Tidak Tetap

(Sumber : Pengamatan)

c. Sifat materi perdagangan

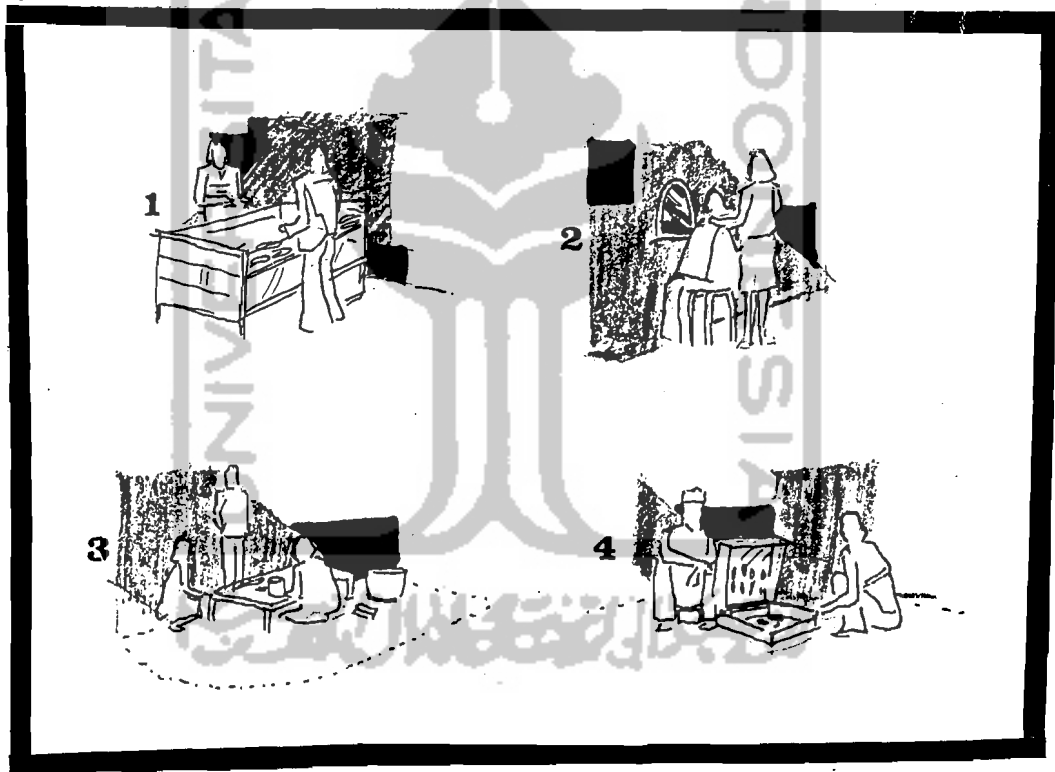
Sifat materi perdagangan merupakan sifat fisik yang terkandung didalamnya, meliputi :

1. Barang bersih hingga barang kotor
2. Barang basah hingga barang kering
3. Barang tidak tahan lama hingga barang tahan lama
4. Barang berbau hingga barang tak berbau
5. Barang cair hingga barang padat

d. Cara penyajian untuk mendapatkan materi perdagangan

Pelayanan jual beli pada sektor perdagangan informal ini antara lain :

1. pedagang berdiri pengunjung berdiri
2. pedagang berdiri pengunjung duduk
3. pedagang duduk pengunjung berdiri
4. pedagang duduk pengunjung duduk

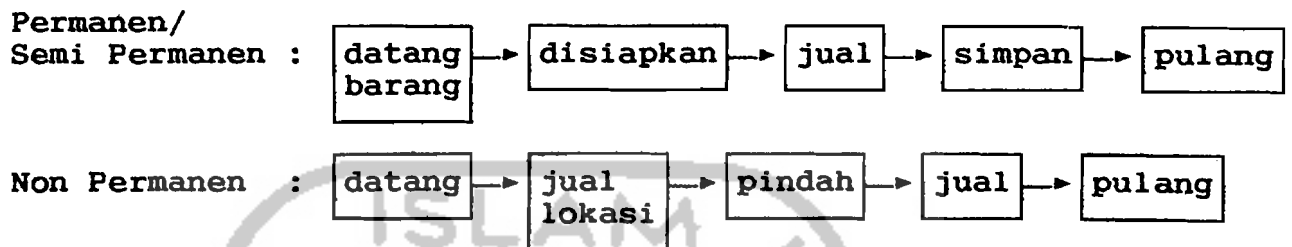


Gambar 3.5. Pelayanan Jual Beli Sektor Perdagangan Informal

(Sumber : Pengamatan)

3.2.5. Karakteristik Pola Kegiatan Perdagangan Kaki lima

Berdasarkan pengamatan pola kegiatan pedagang kaki lima secara umum dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 3.6. Pola Kegiatan Perdagangan Kaki Lima (Sumber Pengamatan)

Pada dasarnya memang ada perbedaan karakteristik antara pedagang permanen/semi permanen dengan non permanen :

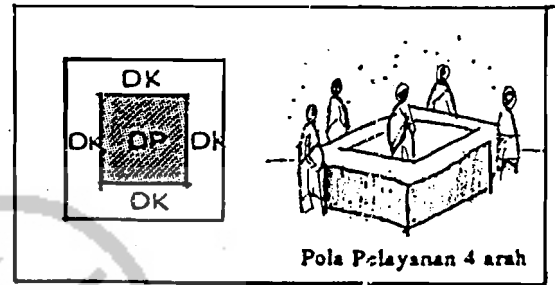
- a. Pedagang permanen/semi permanen punya pola relatif tetap, cenderung pasif, tapi membutuhkan ruang yang cukup besar untuk aktivitasnya.
- b. Pedagang non permanen umumnya punya pola berpindah, cenderung aktif, namun membutuhkan ruang yang relatif sedikit untuk aktivitasnya.

Berdasarkan kegiatannya, pola pelayanan pedagang kaki lima

dapat dibedakan menjadi 4 :

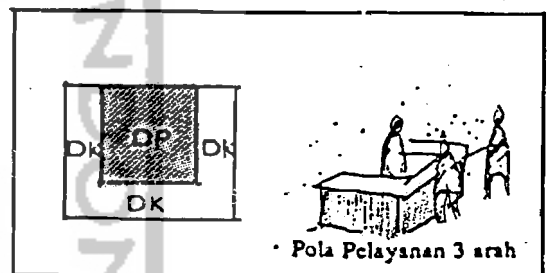
1. Pola pelayanan 4 arah

- daya tampung konsumen paling besar
- kontrol paling sedikit
- butuh ruang paling luas
- ruang gerak penjual terbatas/sulit



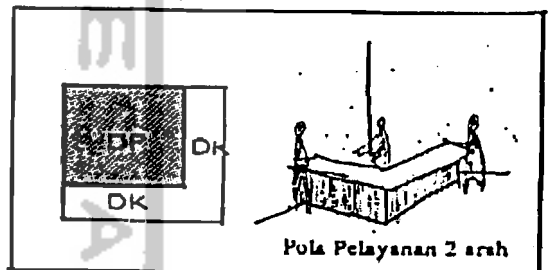
2. Pola pelayanan 3 arah

- daya tampung konsumen besar
- kontrol terhadap pembeli agak mudah
- butuh ruang besar
- ruang gerak penjual mudah



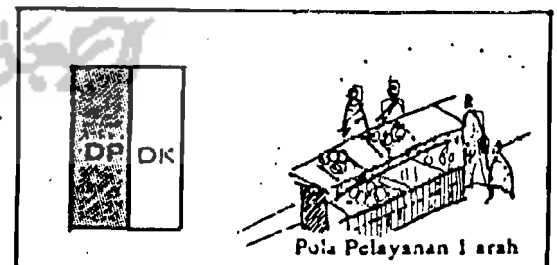
3. Pola pelayanan 2 arah

- daya tampung konsumen lebih kecil
- kontrol lebih mudah
- butuh ruang agak besar
- ruang gerak penjual lebih mudah



4. Pola pelayanan 1 arah

- daya tampung paling kecil
- kontrol terhadap pembeli paling mudah
- besaran ruang paling kecil
- ruang gerak penjual paling bebas



(Catatan : DP=Daerah Pelayanan; DK=Daerah Konsumen)

3.3. TINJAUAN PERKEMBANGAN SEKTOR INFORMAL DI INDONESIA

Perkembangan sektor informal sejalan dengan sektor formal, sehingga timbul gejala dualisme yang merupakan warna khas bagi kehidupan perkotaan dan terjadi hampir di semua kawasan lingkungan fungsional kota. Karena itu secara langsung maupun tidak langsung akan mempengaruhi tatanan fisik ruang kota dan wajah arsitektur kotanya.²³

Kehadiran para pedagang sektor informal, terutama pedagang kaki lima (PKL) di kawasan perkotaan di negara kita merupakan gejala yang sangat umum. Sepanjang pengangguran dan kemiskinan masih terjadi di daerah pedesaan maka selain urbanisasi yang terjadi, kelangkaan lapangan kerja di kota tak sanggup menyerap aliran tenaga kerja dari daerah pedesaan. Hanya sektor informallah yang terbuka menampung limpahan manusia dari desa itu. Berdasarkan penelitian diketahui bahwa di Semarang 40% penduduknya bekerja pada sektor informal. Sektor ini sering dipandang sebagai 'katup pengaman' bagi penyesuaian tenaga kerja yang pindah dari sektor pertanian ke sektor industri dan jasa.

Sektor perdagangan informal adalah jenis pekerjaan yang diciptakan dan berkembang karena didukung adanya konsumen informal. Mata rantai yang paling efektif untuk menyampaikan barang dan jasa dari produsen informal ke konsumen informal adalah distributor informal

23. Sastrawan, Alexander, Msc.Urp. Sektor Informal dan Arsitektur Kota Seminar Nasional Peranan swasta dalam Penataan Ruang dan Arsitektur kota dalam rangka Pembangunan kota, Unpar, Bandung, 1990.

(pedagang kaki lima). Maka perkembangan sektor ini menjadi demikian pesat.

3.3.1. Relevansi Pewadahan Pedagang Formal dan Informal

Keberadaan pedagang informal (Pedagang Kaki Lima) cenderung berkonotasi negatif, kotor, jelek dan semrawut. Hal ini merupakan salah satu masalah perkotaan yang masih terus diperdebatkan. Ada dugaan kuat bahwa PKL masih dan akan tetap dibutuhkan oleh masyarakat kota, terutama untuk golongan berpenghasilan rendah. Lagipula sesuai dengan kekhasan manusia Indonesia yang konon memiliki outdoor personality, kesempatan tawar-menawar di udara terbuka merupakan kenikmatan tersendiri (Budiharjo, 1984). Dialog dan komunikasi akrab antara penjual dan pembeli merupakan kebutuhan tersendiri bagi sebagian masyarakat yang belum terbius "syndrome individualistis."

Tetapi pada sebagian masyarakat terutama di kota besar ada "budaya malu", malu bila dianggap kolot, ketinggalan jaman apabila masih memanfaatkan jasa PKL. Akibatnya dalam perencanaan dan pembangunan kota yang digalakkan adalah pembangunan yang bergawa "wah" seperti plaza, shopping center, selected mini shop dan sebagainya. Akibatnya para pedagang lesehan, asongan, gendongan, warungan dan sebangsanya yang termasuk kerabat PKL tidak mendapat tempat dimana-mana. Padahal kalau diamati, pada negara paling maju pun masih dijumpai adanya PKL. Di Hyde Park (pusat kota London), setiap akhir pekan dipenuhi PKL yang menjajakan dagangan dengan digelar begitu saja di trotoar, atau digantung di pagar taman sepanjang tepi jalan. Selain itu banyak pula pasar-pasar tiban dalam bentuk bazaar atau

Sunday Market yang menempati sepotong jalan tertentu dengan menutup arus lalu-lintas. Di negara-negara tetangga yang dekat Indonesia, PKL masih diberi peluang untuk hidup dengan aman dan damai.

PKL mencerminkan ciri khas cukup menarik, hendaknya diberi kesempatan bersentuhan dengan kegiatan ekonomi formal. Keberadaan pusat perbelanjaan modern tidak perlu mematikan kegiatan retail sektor informal. Suasana yang diciptakan juga menjadi berbeda dan bervariasi karena barang yang diperdagangkan di dua tempat tersebut juga berbeda. Masyarakat membutuhkan kedua sektor tersebut dan tidak perlu dipenuhi dalam tempat yang terpisah. Memisahkan kedua sektor tersebut justru tidak relevan, karena ada bagian yang hanya dijual oleh sektor modern dan ada yang hanya dijual oleh sektor informal, sehingga kalau disatukan justru akan saling mengisi.

Jenis faktor informal yang akan ditampung (klasifikasi menetap atau semi menetap) pada wadah yang direncanakan terutama yang sesuai dengan suasana "shopping" yang rekreatif, misalnya: penjual makanan tradisional, penjual buah-buahan, barang kerajinan dan souvenir.

Tabel III.1. Karakter Pewadahan Fisik

Karakter	Kegiatan Perdagangan		Kegiatan Rekreasi
	Formal	Informal	
Dinamis	x	x	x
Non-formal		x	x
Keterbukaan		x	x
Akrab		x	x
Terbatas	x		
Promotif	x		

(Sumber : Pemikiran)

3.3.2. Simpulan Penggabungan Sektor Perdagangan Formal dan Informal

Bertitik tolak dari anggapan bahwa sektor informal yang masuk dalam satu sistem fasilitas komersial diharapkan dapat memberikan keragaman kegiatan berbelanja, maka arahan penggabungan kedua sektor ini antara lain :

- a. Pedagang kaki lima yang menempel pada pusat perbelanjaan (formal) harus diusahakan menjadi 'penghias kota/lingkungan' yang diolah secara menarik, cantik dan meninggalkan kesan teratur. Kesan teratur dapat dicapai dengan pengelompokan pedagang sesuai jenis barangnya, seperti: pengelompokan pedagang makanan pada Pujasera, pengelompokan pedagang barang seni dan kerajinan pada 'mall' yang ada, pengelompokan pedagang tanaman dan buah-buahan pada plaza dan sebagainya. Wadah untuk pedagang kaki lima yang permanen/semi permanen berupa pondok-pondok dan kios-kios yang telah disiapkan oleh pengelola, sedangkan untuk pedagang kaki lima yang non permanen disediakan gerobak atau shelter yang didesain secara khusus dan terbuat dari bahan-bahan sederhana.
- b. Memperhatikan tingkatan (staging) dan jenis kegiatan informal. Untuk pedagang informal yang memiliki kemampuan finansial yang relatif tinggi (non makanan) dapat menyewa tempat-tempat di sepanjang pedestrian mall dan lokasi pedagang kaki lima di beberapa ruang terbuka yang dilalui jalur sirkulasi. Dibedakan antara pedagang bergerak (dengan kereta dorong, dan sebagainya) dan pedagang yang menetap.

- c. Usaha preventif untuk tidak mengundang pedagang kaki lima yang baru/liar dengan cara dibuat "green belt" yang berfungsi ganda sebagai penyaman (amenity) dan pencegah masuknya pedangan kaki lima yang tidak terkontrol.

