

# Strategi Pengembangan Pasar Rakyat dan Retail Lokal di Daerah Istimewa Yogyakarta

Dr. Nur Wening, S.E., M.Si., CHRA  
Awan Santosa, S.E., M.Sc  
Puthut Indroyono, S.IP





# **Strategi Pengembangan Pasar Rakyat dan Retail Lokal di Daerah Istimewa Yogyakarta**

Oleh:

**Dr. Nur Wening, S.E., M.Si., CHRA**

**Awan Santosa, S.E., M.Sc**

**Puthut Indroyono, S.IP**

*Diterbitkan Oleh:*

Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta kerjasama dengan  
dengan Pusat Studi Ekonomi Kerakyatan Universitas Gadjah Mada

**Peneliti Utama/Analisis:**

Dr. Nur Wening, S.E., M.Si., CHRA      Puthut Indroyono, S.IP  
Awan Santosa, S.E., M.Sc

**Peneliti Lapangan/Surveyor:**

Sutrisnowati, S. H., M.Psi      Rindu F. M Firdaus, S. I.P., M. Sc  
Hanum Aryani, S. H      Ariyanto, S. E  
Mohamad Imam Santoso, S. IP      M. Yusuf Abror, S. IP  
Yustina Setiarini, S. Tp      Hening Kartika Nudya, S. IP  
Dhenok Panuntun TSA, M.H      Tondi Dwi Mulya Rahman, S. Tp.  
Sugeng Raharjo, S. T      Arief Setyo Widodo, S. E

**Editor Naskah:** Dhenok Panuntun TSA, M.H

**Administrator:** Lina Rohani, S.S

**Keuangan:** Hana Amelia Winarno, S.E

**Layout:** Juni Triwahyu

Edisi 2016

ISBN 9786021925737

## **“Strategi Pengembangan Pasar Rakyat dan Retail Lokal di Daerah Istimewa Yogyakarta”**

**Kutipan Pasal 72**

Sanksi Pelanggaran Undang-Undang Nomor 19 tahun 2002 tentang Hak Cipta

1. Barang siapa yang dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau Hak Terkait sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan /atau denda paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
2. Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak memperbanyak penggunaan untuk kepentingan komersial suatu Program Komputer dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

**Redaksi:**

Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta

Jl. Tentara Zeni Pelajar No. 1A Pingitkidul, Yogyakarta 55231

Telp. 0274-554989 fax. 0274- 556453

website: [www.lo-diy.or.id](http://www.lo-diy.or.id) | email: ombudsman.jogja@gmail.com

# Kata Pengantar

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat-Nya kepada penyusun untuk dapat menyelesaikan buku hasil penelitian yang berjudul "**Strategi Pengembangan Pasar Rakyat dan Retail Lokal di Daerah Istimewa Yogyakarta**". Penelitian ini merupakan salah satu bentuk kepedulian dan tanggungjawab Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY) terkait dengan semakin masifnya pertumbuhan retail modern serta menurunnya beberapa pasar tradisional, khususnya di wilayah DIY. LO DIY bekerjasama dengan Pusat Studi Ekonomi Kerakyatan (Pustek) Universitas Gadjah Mada, menyoroti tata kelola perdagangan dan pasar rakyat serta regulasi yang ada di wilayah DIY.

Tujuan penelitian dilakukan adalah untuk mengkaji regulasi yang diperlukan dalam pengembangan pasar rakyat dan retail lokal di DIY, selain itu mengkaji tata niaga dan tata kelola pasar yang bertumpu pada peranan pemerintah dan organisasi rakyat yang signifikan dalam pengembangan pasar rakyat dan retail lokal di DIY. Bahkan LO DIY melakukan kajian pola pengembangan jaringan antar pasar dan antar-retail lokal serta menganalisis kebutuhan dan pola pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di pasar rakyat dan retail lokal di DIY. Hasil akhir penelitian yang akan dilakukan adalah menyusun rekomendasi dan rencana aksi pengembangan pasar rakyat dan retail lokal di DIY. Menurut Peraturan Menteri Perdagangan No. 70/M-DAG/PER/12/2013 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern untuk mendorong peningkatan penggunaan produk dalam negeri. Apalagi, pemerintah mewajibkan toko modern untuk memasarkan

produk buatan dalam negeri paling sedikit 80 persen dari jumlah dan jenis barang yang diperdagangkan. Namun, Permendag tersebut seakan-akan hanya memayungi pasar modern sama sekali tidak memberikan perlindungan terhadap pasar tradisional. Dalam permendag tersebut tertulis beberapa poin yang ditonjolkan seakan-akan di dalamnya ditulis soal zonasi. Tapi di sisi lain, kewenangan zonasi diserahkan ke pemerintah daerah, walikota/bupati, dan tidak jelas berapa jarak zonasinya. Permendag itu juga mencantumkan kemitraan namun implementasinya Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sekitar pasar modern harus tertekan dengan syarat dan harga yang tidak mungkin dipenuhi.

Sebagaimana data Kementerian Perindustrian tahun 2007 dan Kementerian Perdagangan tahun 2011, jumlah pasar tradisional di Indonesia mengalami penurunan cukup drastis dari tahun 2007-2011. Pada tahun 2007 ditunjukkan jumlah pasar tradisional di Indonesia mencapai 13.450 namun data tahun 2011 jumlahnya tinggal 9.950. Pasar tradisional berkurang lebih dari tiga ribu selama periode 2007-2011. Pada waktu yang bersamaan, Asosiasi Pengusaha Retail Indonesia (Aprindo) juga merilis kenaikan jumlah retail modern yang cukup signifikan tahun 2007-2011. Kenaikannya hampir delapan ribu retail modern. Jadi, pasar tradisional mengalami penurunan lebih dari tiga ribu, sedangkan pasar modern mengalami kenaikan sekitar delapan ribu. Kondisi demikian mendorong penelitian ini dilakukan guna merumuskan strategi bagi pasar tradisional dan retail lokal bersaing dan tetap eksis.

Hasil penelitian secara ringkas menunjukkan bahwa adanya regulasi yang diikuti kebijakan, program, dan kegiatan terkait penataan dan pengembangan pasar rakyat belum sepenuhnya mampu menyelesaikan permasalahan klasik yang sudah bertahun-

tahun terjadi di pasar yang menjadi lokasi studi kasus penelitian ini. Hal ini karena permasalahan tersebut bercorak struktural, sehingga memerlukan pendekatan struktural pula yang bertumpu pada penguatan kelembagaan pasar rakyat di DIY. Regulasi yang tersedia masih bercorak teknis dan lebih terkait dengan penataan pasar, belum sepenuhnya diturunkan dari amanat konstitusi bagaimana merealisasikan daulat rakyat di pasar-pasar dan retail lokal. Selain itu tata kelola pasar masih sentralistik beriringan dengan kompleksnya permasalahan pasar rakyat sebagai akibat lemahnya organisasi pedagang pasar. Hal ini karena organisasi pedagang pasar tidak diberi kesempatan untuk tumbuh dan berkembang dengan peran serta yang semakin meningkat dalam tata kelola pasar. Hasil lain yang ditemukan adalah lemahnya *networking*/jaringan antar pasar yang sebatas jaringan sosial melalui pertemuan temporer, belum menjadi jaringan ekonomi dan bisnis. Koperasi pasar masih berkembang di lingkungan masing-masing pasar, sedangkan permasalahan yang dihadapi relatif homogen, dalam hal persaingannya dengan lembaga keuangan yang lebih besar maupun rentenir yang masuk ke pasar-pasar. Penelitian mendorong peningkatan kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM) pedagang dan pengelola organisasi pedagang yang masih bercorak parsial dan temporer, sehingga belum memiliki dampak signifikan dalam memecahkan permasalahan para pedagang secara mendasar. Sementara para pedagang membutuhkan peningkatan dan penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Penyelesaian buku hasil penelitian ini mendapat bantuan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu sudah selayaknya penyusun mengucapkan terima kasih kepada Kepala Dinas Pasar kabupaten dan kota di DIY ataupun bidang pasar sebagai responden penelitian, kepada APPSI se-kabupaten kota di DIY, paguyuban-paguyuban pasar, koperasi-koperasi pasar serta pedagang-

pedagang pasar tradisional dan asosiasi-asosiasi retail lokal yang telah bersedia menjadi responden penelitian ini. Juga tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada jajaran Pusat Studi Ekonomi Kerakyatan UGM dan Lembaga Ombudsman DIY serta para pihak yang tidak dapat disebutkan secara rinci di halaman ini.

Kami berharap semoga dengan terbitnya buku hasil penelitian pasar tradisional dan retail lokal ini dapat memberikan manfaat, dorongan serta semangat lebih baik. Kami menyadari bahwa buku penelitian ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun selalu kami harapkan demi kesempurnaan makalah ini.

Tim Penyusun



# Daftar Isi

Kata Pengantar.....	iii
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel .....	ix
Bab I Pendahuluan .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Pertanyaan Penelitian .....	4
D. Tujuan Studi .....	4
E. Manfaat Studi.....	5
F. <i>Outcome</i> Studi.....	5
Bab II Metodologi Studi.....	6
A. Pendekatan Studi.....	6
B. Ruang Lingkup Studi.....	6
C. Metode Pengumpulan Data.....	7
D. Metode Analisis Data.....	8
Bab III Permasalahan Pasar Rakyat dan Retail Lokal .....	9
A. Studi Kasus Pasar Kranggan, Yogyakarta .....	9
B. Studi Kasus Pasar Sentolo, Kulon Progo .....	18
C. Studi Kasus Pasar Potorono, Kabupaten Bantul.....	25
D. Studi Kasus Pasar Argosari, Kabupaten Gunungkidul .....	35
E. Studi Kasus Pasar Sambilegi , Kabupaten Sleman .....	42
F. Studi Kasus Retail Lokal.....	53
Bab IV Strategi Pengembangan Pasar Rakyat dan Retail Lokal .....	65
A. Analisis Strategi Pasar Kranggan, Yogyakarta .....	66
B. Analisis Strategi Pasar Sentolo, Kulon Progo.....	73
C. Analisis Strategi Pasar Potorono, Bantul .....	79
D. Analisis Strategi Pasar Argosari, Gunungkidul.....	82

E.	Analisis Strategi Pasar Sambilegi, Sleman.....	87
F.	Analisis Strategi Retail Lokal.....	90
Bab V Kesimpulan dan Rekomendasi .....		93
A.	Kesimpulan .....	93
B.	Rekomendasi dan Rencana Aksi.....	95
Daftar Pustaka.....		100
Biodata Peneliti dan Penulis .....		103

# Daftar Tabel

Tabel 1 Narasumber Penelitian.....	7
Tabel 2 Matrik Masalah dan Solusi yang diharapkan di Pasar Kranggan .....	12
Tabel 3 Matrik Masalah dan Solusi yang diharapkan di Pasar Sentolo.....	20
Tabel 4 Matrik Masalah dan Solusi yang diharapkan di Pasar Potorono, Bantul.....	31
Tabel 5 Matrik Masalah dan Solusi yang diharapkan di Pasar Argosari, Gunungkidul .....	37
Tabel 6 Matrik Masalah dan Solusi yang diharapkan di Pasar Sambilegi, Sleman .....	47
Tabel 7 Matrik Masalah dan Solusi yang diharapkan di Retail Lokal DIY .....	57
Tabel 8 Analisis SWOT Pengembangan Pasar Kranggan, Yogyakarta.....	68
Tabel 9 Analisis SWOT Pengembangan Pasar di Pasar Sentolo, Kulon Progo.....	75
Tabel 10 Analisis SWOT Pengembangan Pasar Potorono, Bantul.....	81
Tabel 11 Analisis SWOT Pengembangan Pasar Argosari, Gunungkidul .....	84
Tabel 12 Tabel Analisis SWOT Pengembangan Pasar Sambilegi, Sleman .....	88
Tabel 13 Tabel Analisis Pengembangan SWOT Retail Lokal se-DIY .....	91





# **Bab I** ..... **Pendahuluan**

## **A. Latar Belakang**

Banyak keluhan pedagang kecil di pasar-pasar terhadap masifnya ekspansi retail modern di lingkungan mereka. Beberapa retail modern sudah dinyatakan melanggar Perda yang telah ditetapkan, namun pemerintah terkesan lemah dan lamban dalam mengambil tindakan. Ekspansi masif retail modern sampai pelosok-pelosok desa DIY berakibat dominasi produk pabrikan swasta besar milik pemodal dari luar. Bahkan produk tersebut juga makin banyak kita jumpai di pasar-pasar rakyat. Hal ini justru makin melemahkan posisi pelaku pedagang pasar maupun para peretail lokal.

Regulasi baik berupa Perda, Perbub, maupun Perwal yang mengatur soal retail korporat/modern di DIY kiranya belum berdampak signifikan dalam mengerem agresifitas ekspansi jaringan retail modern tersebut. Alih-alih itu, regulasi tersebut justru seakan menjadi penanda kebenaran realitas menjamurnya retail modern yang ada selama tidak melanggar Perda, sekaligus pijakan hukum bagi masifnya ekspansi retail modern sampai pelosok-pelosok desa dan kita.

Regulasi yang dibuat kiranya tidak didasarkan pada arah tatanan sosial yang diamanatkan konstitusi, di mana masyarakat luaslah

yang mengatur jalannya perekonomian, dalam hal ini termasuk sektor retail/perdagangan. Sepertinya tidak ada niatan dari pemangku kebijakan tersebut untuk menyiapkan baik itu koperasi pekerja, toko-toko tradisional, maupun pegiat pasar-pasar rakyat untuk menjadi pelaku utama di sektor retail/perdagangan. Seolah semuanya diserahkan pada mekanisme pasar.

Cerita sukses toko-toko koperasi pekerja Singapura yang menguasai 50% pangsa pasar retail nasional, serta retail Eroski milik 88.000 pekerja di Koperasi Mondragon Spanyol yang jaringannya tersebar di seantero Eropa, yang sebenarnya itulah yang dicita-citakan oleh Pasal 33 UUD 1945 kiranya tidak lagi menjadi arah rekayasa sosial dari setiap peraturan yang diciptakan.

Pemerintah Daerah/Dinas Pasar belum dapat mengatasi berbagai persoalan struktural (semisal oligopoli, permainan harga, mafia kios, dan rentenir) di pasar, karena peran aktifnya justru pada hal yang tidak terlalu signifikan yaitu pemungutan dan pengelolaan retribusi pedagang pasar. Renovasi, kios dan los dijadikan lahan bisnis bagi segelintir “penguasa pasar” dengan cara “dijualbelikan” dan atau dipindahtangankan secara ilegal namun sebenarnya juga diketahui oleh Dinas Pasar. Hal ini berpengaruh pada desain/layout pasar yang merugikan pedagang tak bermodal besar. Penerimaan daerah (APBD) yang bersumber dari pos pungutan retribusi pasar belum dikelola sepenuhnya untuk keberdayaan dan kesejahteraan warga pasar.

Organisasi paguyuban dan koperasi pasar berkembang lambat dan tertinggal dengan perusahaan swasta milik pemodal perorangan, sehingga posisinya masih lemah dan marjinal. Adapun organisasi di pasar justru banyak dikendalikan hanya oleh segelintir orang dengan kepentingan yang juga perorangan. Pun organisasi (asosiasi) yang dibentuk di pasar sebatas formal tanpa ada tindakan kongkret di lapangan. Ini hambatan lain dari pengembangan ekonomi kerakyatan

di pasar-pasar. Organisasi tersebut belum mampu mengatasi berbagai persoalan struktural di pasar seperti halnya permainan harga oleh para distributor oligopolis dan spekulasi, serta jerat pemutar modal dan rentenir yang terus berkembang di pasar-pasar.

Lemahnya persatuan dan organisasi rakyat di pasar-pasar berakibat pada lemahnya pula persatuan dan jaringan antarpasar. Berbagai persoalan kolektif dihadapi secara individual sehingga belum dapat diselesaikan. Asosiasi yang terbentuk di pasar-pasar tidak sungguh-sungguh berupaya berajut kebersatuan antarpedagang pasar. Keadaan ini sangat menyulitkan di tengah serbuan pasar modern yang justru mengandalkan jaringan dan perserikatan. Ilmu pengetahuan dan keahlian yang tersedia melimpah di perguruan tinggi formal dan korporat besar masih menjadi barang langka dan mewah bagi pedagang dan organisasi pasar. Teknologi baru dan tepat guna yang senantiasa up-date belum banyak menyentuh pola-pola operasional di pasar rakyat dan retail lokal.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Regulasi baik berupa Perda, Perbub, maupun Perwal yang mengatur soal retail korporat/modern di DIY belum memberikan arah dan model yang jelas bagi pengembangan pasar rakyat belum berdampak signifikan dalam mengerem agresifitas ekspansi jaringan retail modern.
2. Tata kelola perdagangan dan pasar rakyat di DIY belum menunjukkan peran signifikan dan keberdayaan pemerintah dan organisasi rakyat, sehingga memunculkan masalah struktural seperti permainan harga dan rentenir di pasar-pasar.

3. Masalah lain adalah lemahnya jaringan dan penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi yang menghambat berkembangnya pasar rakyat dan retail lokal.

### **C. Pertanyaan Penelitian**

1. Bagaimana regulasi yang diperlukan dalam pengembangan pasar rakyat dan retail lokal di DIY?
2. Bagaimana tata niaga dan tata kelola pasar yang bertumpu pada peranan pemerintah dan organisasi rakyat yang signifikan dalam pengembangan pasar rakyat dan retail lokal di DIY?
3. Bagaimana pola pengembangan jaringan antarpasar dan antar-retail lokal di DIY?
4. Bagaimana kebutuhan dan pola pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di pasar rakyat dan retail lokal di DIY?
5. Apakah Rekomendasi dan Rencana Aksi Pengembangan Pasar Rakyat dan Retail Lokal di DIY?

### **D. Tujuan Studi**

Studi ini bertujuan untuk:

1. mengkaji regulasi yang diperlukan dalam pengembangan pasar rakyat dan retail lokal di DIY;
2. mengkaji tata niaga dan tata kelola pasar yang bertumpu pada peranan pemerintah dan organisasi rakyat yang signifikan dalam pengembangan pasar rakyat dan retail lokal di DIY;
3. mengkaji pola pengembangan jaringan antarpasar dan antar-retail lokal di DIY;
4. mengkaji kebutuhan dan pola pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di pasar rakyat dan retail lokal di DIY;



5. menyusun Rekomendasi dan Rencana Aksi Pengembangan Pasar Rakyat dan Retail Lokal di DIY,

#### **E. Manfaat Studi**

Studi ini bermanfaat sebagai:

1. masukan bagi Pemerintah Daerah dan DPRD DIY dalam menyusun Masterplan Pengembangan Pasar Rakyat dan Retail Lokal di DIY;
2. manduan bagi pelaku dan pengelola pasar rakyat dan retail lokal dalam meningkatkan peran dan pangsa pasar mereka di sektor perdagangan di DIY;
3. panduan bagi stakeholder terkait untuk berpartisipasi dan bekerjasama dalam pengembangan pasar rakyat dan retail lokal di DIY;
4. masukan bagi Pemerintah Pusat dalam memperbaiki regulasi perlindungan dan pengembangan pasar rakyat dan retail lokal di Indonesia.

#### **F. Outcome Studi**

*Outcome* studi berupa Dokumen Rekomendasi dan Rencana Aksi Pengembangan Pasar Rakyat dan Retail Lokal di DIY dan Buku.



## Bab II

.....

# Metodologi Studi

### A. Pendekatan Studi

Studi ini menggunakan pendekatan kaji tindak (*action research*), di mana studi ini menjadi bagian dari upaya memecahkan masalah yang ada di lokasi studi, peneliti menjadi bagian dari proses pemecahan masalah tersebut.

### B. Ruang Lingkup Studi

Studi ini memiliki ruang lingkup sebagai berikut.

1. Area studi dibagi menjadi tiga area yang mewakili karakteristik wilayah dan representasi peran pasar rakyat tersebut di lokasi studi, yaitu:
  - a. area 1; pasar rakyat di daerah pusat perkotaan (*urban*) **Kota Yogyakarta**;
  - b. area 2; pasar rakyat di daerah semi-perkotaan (*sub-urban*) di **Kabupaten Bantul** dan **Kabupaten Sleman**;
  - c. area 3; pasar rakyat di daerah perdesaan (*rural*) di **Kabupaten Kulon Progo** dan **Kabupaten Gunung Kidul**.
2. Variabel studi Regulasi Pasar Rakyat dan Retail Lokal, Tata Niaga dan Tata Kelola Pasar, Peran Pemerintah, Peran

Organisasi Rakyat, Jaringan, dan Ilmu Pengetahuan & Teknologi Pasar.

3. Subjek studi meliputi organ-organ di pasar rakyat dan retail lokal yaitu: paguyuban, koperasi pasar, Asosiasi Pedagang Pasar, dan Asosiasi Peretail Lokal di 5 (lima) Kabupaten/Kota di DIY.

### C. Metode Pengumpulan Data

Studi ini menggunakan metode pengumpulan data berupa studi kualitatif (*exploratory research*). Metode ini dilakukan dengan melakukan diskusi kelompok terfokus (FGD) dan wawancara mendalam untuk menggali pandangan (persepsi) subjek studi terkait dengan variabel studi.

Wawancara mendalam dilakukan untuk menggali informasi perihal variabel studi dari narasumber kunci sebanyak dua puluh orang dengan berbagai latar belakang sebagai berikut.

Tabel 1 Narasumber Penelitian<sup>1</sup>

No	Narasumber	Jumlah
1	Pengelola Paguyuban Pasar	5 orang
2	Pengelola Koperasi Pasar	5 orang
3	Pengurus Asosiasi Pedagang Pasar	5 orang
4	Pengelola Asosiasi Retail Lokal	5 orang
5	Pengelola UPT/Lurah Pasar	5 orang
Jumlah		25 orang

Diskusi kelompok terfokus (FGD) yang dilakukan di pasar rakyat area 1, 2, dan area 3 dengan melibatkan segenap subjek studi seperti pengelola dan anggota paguyuban, koperasi pasar, dan asosiasi pedagang pasar. FGD juga dilakukan di Lembaga Ombudsman DIY/Pusat Studi Ekonomi Kerakyatan UGM khusus dengan pengurus dan anggota asosiasi/paguyuban peretail lokal,

---

<sup>1</sup> Sumber: Data primer (2016)

dengan peserta masing-masing diskusi sebanyak dua puluh orang. Dengan begitu FGD direncanakan sebanyak enam kali.

Wawancara dilakukan menggunakan panduan pertanyaan semi-terstruktur. Penggunaan *Focus Group Discussion* (FGD) sangat tepat juga dipergunakan dalam pengumpulan data kualitatif studi ini. Wawancara dan FGD dilakukan oleh peneliti Pusat Studi Ekonomi Kerakyatan UGM bersama dengan peneliti LO DIY. Setelah selesai tahap wawancara mendalam dan FGD maka dilakukan Workshop di Lembaga Ombudsman dengan melibatkan seluruh subjek studi.

#### **D. Metode Analisis Data**

Studi ini menggunakan analisis kualitatif yang meliputi:

1. Analisis Kualitatif Deskriptif, analisis ini digunakan untuk mengkaji berbagai pandangan (persepsi) narasumber kunci dan peserta FGD terkait variabel studi.
2. Analisis Lingkungan Strategis/SWOT, alat ini digunakan untuk mengkaji kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman, yang digunakan untuk merumuskan alternatif strategi pengembangan pasar rakyat dan retail lokal di DIY.



## **Bab III** ..... **Permasalahan Pasar Rakyat dan Retail Lokal**

### **A. Studi Kasus Pasar Kranggan, Yogyakarta**

Pasar Kranggan terletak tidak lebih seratus meter dari salah satu icon Kota Yogyakarta, yaitu Tugu Pal Putih. Melihat posisi geo-ekonomi yang strategis ini kiranya pasar yang ditempati tak kurang dari seribu pedagang ini akan maju berkembang. Indikasi kemajuan Pasar Kranggan, sepertihalnya pasar-pasar rakyat di negara maju, semestinya adalah organisasi pedagangnya yang maju, baik dari sisi bisnis maupun kelembagaan. Organisasi pedagang tersebut semestinya berperan vital dalam mengelola dan mengembangkan pasar. Di samping itu, masalah yang dihadapi pelaku pasar pun juga akan berkembang, seiring pesatnya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi di era digital.

Studi lapangan ini menemukan hasil yang cukup bertolak belakang. Bukan saja masih terdapat kesenjangan yang cukup lebar antara idealitasnya dengan kenyataan, namun juga terdapat kesenjangan di antara para pelaku dan pemangku pasar. Studi terhadap paguyuban pedagang Pasar Kranggan memperoleh temuan yang cukup memprihatinkan. Pengelola paguyuban

sendiri mengakui bahwa paguyuban belum berperan signifikan di Pasar Kranggan. Sebabnya ketika ditelusuri mendapatkan hasil yang beragam. Di satu sisi memang paguyuban selama ini tidak diberi peran dengan tidak dilibatkan dalam pembangunan pasar. Di sisi lain, ketua paguyuban menghilang sehingga paguyuban terkesan vakum tanpa ada pergerakan. Di samping itu, ditengarai pula adanya “paguyuban bayangan” dari seseorang yang menokohkan diri di pasar.

Keadaan serupa dijumpai pada Koperasi “Rukun Agawe Santoso (RAS)” di Pasar Kranggan. Koperasi simpan pinjam yang sudah berusia lebih dari 25 tahun dan beranggota aktif lebih dari tiga ratus pedagang ini bahkan peranan dan keberadaannya mulai dipertanyakan di Pasar Kranggan. Koperasi tidak memiliki kaitan dengan tata kelola pasar karena dengan menyewa salah satu ruang di bawah tangga pasar dianggap koperasi hanya mengurus kredit pedagang. Koperasi yang aktifitasnya tergantung dengan ketuanya ini belum mampu menjadi sumber pembiayaan bagi anggotanya agar lepas dari jerat rentenir di Pasar Kranggan. Selalu saja yang menjadi alasan stagnasi usaha koperasi adalah keterbatasan SDM, padahal Yogyakarta adalah kota pendidikan. Pembukuan koperasi masih manual, sehingga lengkaplah permasalahan Pasar Kranggan belum majunya organisasi pedagang.

Masalah lemahnya organisasi pedagang ini penting untuk diketengahkan. Hal ini karena permasalahan yang dimunculkan tergantung perspektif atau sudut pandang. Bagaimanapun tujuan pembangunan adalah membangun manusia, mencerdaskan kehidupan bangsa, dengan begitu ekonomi akan maju dan berkembang, begitu pula yang di pasar-pasar rakyat. Temuan wawancara lapang dalam studi ini membuktikan demikian. Berbagai permasalahan di Pasar Kranggan berkaitan dengan lemahnya organisasi dan kapasitas pedagang pasar Kranggan. Di

satu sisi Dinas Pengelola Pasar memiliki visi ke depan menjadikan Pasar Kranggan sebagai pasar yang beroperasi 24 jam dengan menonjolkan ciri khas Kota Yogyakarta, namun di sisi lain para pedagang, paguyuban, dan koperasi pasar masih mengeluhkan masalah klasik yang belum terselesaikan.

Pedagang pasar Kranggan masih menganggap adanya pedagang yang berjualan di depan pasar sebagai ancaman berpindahnya pelanggan. Bahkan pedagang menengarai adanya oknum di balik keberadaan lapak-lapak di luar pasar. Demikian halnya keberadaan rentenir meskipun sudah ada sumber pembiayaan setempat seperti Koperasi RAS dan bank-bank masih tidak dapat terhindarkan. Upaya menata pasar dalam bentuk zonasi atau pengelompokan area dagang sesuai barang dagangan juga dianggap memunculkan persaingan yang tidak sehat antarpedagang. Sementara itu persaingan tidak seimbang dengan supermarket juga menjadi permasalahan sampai sekarang. Promo supermarket dianggap mengurangi pasokan produk ke Pasar Kranggan, sehingga pasar menjadi sepi karena harga di supermarket dapat lebih murah dibanding harga kulakan pedagang pasar.

Sarana dan prasarana pasar yang kurang memadai juga masih dikeluhkan pedagang meskipun secara fisik Pasar Kranggan sudah beberapa kali direhabilitasi dan dikembangkan. Sarana prasarana pasar yang masih dianggap bermasalah oleh para pedagang diantaranya adalah atap, saluran air, blower, lahan parkir, air tidak memadai, dan listrik yang sering mati. Sementara itu para pedagang juga mempersoalkan keamanan pasar, di mana masih terjadi beberapa kali pencurian di kios pedagang meskipun sudah ada keamanan dan ketertiban yang menjaga pasar.

Seperti diuraikan di depan, berbagai permasalahan yang ditemukan di Pasar Kranggan ini menunjukkan masih tingginya

kesenjangan antara keadaan pasar dengan harapan para pedagang. Seperti ditemukan dalam FGD di Pasar Kranggan di mana harapan paling mendasar dari para pedagang adalah revitalisasi paguyuban pasar yang dapat menjadi media pedagang untuk memecahkan berbagai persoalan di pasar, termasuk hubungannya dengan pengelola dan Dinas Pasar. Meskipun saat ini paguyuban tidak berjalan dengan baik, namun para pedagang masih memiliki harapan besar akan peran vitalnya ke depan.

Tabel 2 Matrik Masalah dan Solusi yang diharapkan di Pasar Kranggan<sup>2</sup>

Permasalahan	Upaya yang sudah dilakukan dan Solusi yang diharapkan
1. Rentenir masih banyak, anggota koperasi banyak berhutang dengan rentenir.	1. Pedagang sudah mengadukan seluruh permasalahan kepada Pak lurah namun kebanyakan hanya diberi jawaban “iya” namun tidak cukup responsif untuk kemudian bertindak.
2. Paguyuban vakum karena ketua paguyuban menghilang.	2. Pedagang sudah bersepakat dengan paguyuban untuk membeli <i>blower</i> , namun sampai sekarang tidak ada hasil padahal menurut pedagang uang sudah terkumpul di paguyuban.
3. Koperasi merasa tidak nyaman karena masih bingung terkait posisinya di pasar.	3. Sejauh ini semua saling menunggu untuk memulai penyelesaian masalah.
4. Ketika ada operasi pasar, produk dibagikan tidak merata, sehingga yang menerima gula (misalnya) justru bukan pedagang sembako	4. Pak lurah dan paguyuban diharapkan jangan selalu memberi janji terkait keluhan-keluhan pedagang.
5. Ketika ada promo di supermarket pedagang pasar tidak mendapat supply produk	5. Harapannya paguyuban bisa diaktifkan kembali.
6. Pasar menjadi sepi ketika musim promo di supermarket karena harga di supermarket bisa jadi di bawah harga kulakan.	6. Ada peraturan yang lebih jelas terutama untuk mengatur penataan pedagang, jam buka, dan keamanan
7. Sarana prasarana pasar yang masih bermasalah seperti atap, saluran air, <i>blower</i> , lahan parkir, air sedikit, listrik yang sering mati.	7. Disepakati mengusahakan paguyuban kembali aktif agar dijadikan tempat lain berkeluh kesah dan mendiskusikan alternatif penyelesaian masalah
8. Keamanan pasar juga jadi masalah, beberapa kali terjadi pencurian di kios padahal ada kamtib yang menjaga.	
9. Masih terdapat pedagang yang berjualan di luar pasar	
10. Jam buka pasar tidak jelas	
11. Peran lurah pasar dalam tata kelola pasar sangat dominan.	
12. Baik Dinas pasar atau lurah pasar tidak	

<sup>2</sup> Sumber: Hasil FGD Pasar Kranggan, 2016 (Diolah)



Permasalahan	Upaya yang sudah dilakukan dan Solusi yang diharapkan
secara rutin memberikan pendidikan bagi pedagang pasar 13. Tata kelola usaha masih belum tertangani dengan baik.	yang sifatnya mendesak.

Tabel 2 menunjukkan permasalahan yang mengemuka dalam studi lapangan baik melalui FGD bersama pedagang maupun wawancara mendalam dengan tokoh kunci di Pasar Kranggan. Permasalahan tersebut mencerminkan adanya masalah dalam regulasi, tata kelola, jaringan dan ilmu pengetahuan/teknologi di pasar rakyat, seperti yang menjadi orientasi penelusuran lapang dalam penelitian ini. Oleh karena, itu bagian selanjutnya akan membahas akar permasalahan yang memunculkan berbagai keadaan saat ini di Pasar Kranggan.

Pasar bukan sekedar tempat transaksi ekonomi melainkan juga media interaksi sosial, yang di dalamnya memuat nilai-nilai kebersamaan dan kekeluargaan. Dengan begitu pasar adalah salah satu arena implementasi amanat konstitusi dalam praktik perekonomian. Dalam hal ini maka pasar adalah salah satu ruang untuk merealisasikan ekonomi kerakyatan (demokrasi ekonomi) sebagaimana diamanatkan konstitusi, yang sebagai pilarnya adalah Pasal 33 UUD 1945. Oleh karena itu, regulasi diperlukan untuk menjalankan amanat konstitusi tersebut agar terarah dan operasional di pasar-pasar. Sayangnya regulasi yang dibuat baik dalam konteks nasional maupun lokal di Kota Yogyakarta masih sebatas regulasi teknis yang berkaitan dengan penataan pasar dan pedagang secara material dan finansial berupa retribusi pasar.

Regulasi pasar yang tersedia di Kota Yogyakarta meliputi Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2009 Tentang Pasar, Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 48 Tahun 2009 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 3 Tahun

2009 Tentang Retribusi Pelayanan Pasar, Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 47 Tahun 2009 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2009 Tentang Pasar dan Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 79 Tahun 2010 Tentang Pembatasan Usaha Waralaba Minimarket di Kota Yogyakarta. Bagaimana arah dan konsepsi pengembangan pasar rakyat yang sejatinya sudah tertuang dalam amanat UUD 1945 belum diatur sebagai isian mendasar dalam regulasi pasar. Implikasinya adalah berbagai keadaan dan permasalahan klasik dan konvensional di pasar-pasar, termasuk di Pasar Kranggan sampai dengan sekarang.

Pasal 33 UUD 1945 sudah mengamanatkan bagaimana perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan. Dalam bagian penjelasan disebutkan bahwa produksi dikerjakan oleh semua, untuk semua, di bawah pimpinan dan atau penilikan anggota-anggota masyarakat, serta bangun perusahaan yang sesuai adalah koperasi. Sementara dalam regulasi pasar di Kota Yogyakarta tidak ada arahan dan petunjuk operasional bagaimana koperasi pasar berangsur-angsur berperan vital di pasar rakyat. Akibatnya adalah keadaan koperasi RAS di Pasar Kranggan yang makin tertinggal dengan bangun usaha lain sampai dengan sekarang. Demikian halnya agar anggota-anggota masyarakat, dalam hal ini para pedagang mampu berperan vital maka mereka harus berserikat dan menguasai modal institusional sepertihalnya diamanatkan khusus dalam Pasal 28 UUD 1945. Dalam regulasi pasar di Kota Yogyakarta tidak ada arahan kuat dan peta jalan bagaimana paguyuban pedagang diberdayakan dan dikembangkan. Akibatnya keadaan paguyuban pedagang Pasar Kranggan yang tidak berjalan baik seperti sekarang.

Peraturan Daerah Kota Yogyakarta No. 2 Tahun 2009 menyatakan agar para pedagang mampu berperan vital maka

mereka juga harus kuat secara intelektual sesuai amanat Pasal 31 UUD 1945 di mana tiap-tiap warga negara berhak atas pengajaran. Pasal ini mengamanatkan pentingnya pendidikan bagi para pedagang, sementara dalam regulasi pasar di Kota Yogyakarta tidak mengatur perihal bagaimana pendidikan yang sistematis dan berkelanjutan bagi para pedagang agar mereka menguasai modal intelektual. Akibatnya para pedagang di Pasar Kranggan menghadapi berbagai kendala karena keterbatasan ilmu pengetahuan dan teknologi yang mereka kuasai seperti sudah dipaparkan di depan. Demikian regulasi sejatinya adalah alat untuk menjalankan rekayasa sosial (*law as a tool of social engineering*), namun dalam konteks Pasar Kranggan dan pasar-pasar lain di Kota Yogyakarta masih belum jelas rekayasa sosial seperti apa yang diharapkan dan dijalankan, sehingga hasilnya belum sesuai dengan cita-citanya sampai sekarang.

Sudah jelas bahwa konstitusi mengamanatkan demokratisasi perekonomian, termasuk di dalamnya demokratisasi pasar, di mana pilarnya adalah kuat dan berperan vitalnya organisasi pedagang di pasar-pasar. Sayangnya regulasi pasar yang tersedia masih bercorak sentralistik baik secara formal maupun material. Hal ini ditunjukkan dengan tidak adanya dokumen Perencanaan Pengembangan Pasar yang dirumuskan secara musyawarah bersama-sama dengan pedagang baik di pasar Kranggan, pasar-pasar di Kota Yogyakarta, maupun pasar-pasar lain di Indonesia. Perencanaan pasar masih bercorak sentralistik dan *top-down* karena regulasi pasar yang tersedia juga bercorak sama. Implikasinya adalah pasar dan pedagang masih dipandang sebagai objek material pungutan retribusi pasar, sehingga pemerintah justru berperan vital di sana, bukan pada masalah-masalah struktural yang melemahkan pedagang dan organisasi mereka.

Sentralistiknya regulasi dan perencanaan ini juga ditunjukkan dengan tidak adanya peraturan di tingkat pasar, yang dibuat secara musyawarah bersama dengan stakeholder di Pasar Kranggan. Peraturan yang dibuat oleh pemerintah daerah maupun pemerintah pusat padahal tidak cukup efektif dalam mengatasi berbagai permasalahan yang masih saja terjadi di Pasar Kranggan seperti halnya rentenir dan gejolak harga di pasar. Peraturan di tingkat pasar dapat lebih efektif karena disusun berdasar kearifan lokal, pengalaman, kebutuhan, keadaan dan permasalahan lapang yang terjadi di Pasar Kranggan.

Regulasi dan perencanaan yang sentralistik berimplikasi pada tata kelola pasar Kranggan yang sentralistik pula. Dalam hal ini peran pemerintah daerah melalui Dinas Pengelola Pasar sangat dominan dalam segenap aspek dalam tata kelola pasar, mulai dari aset dan keuangan pasar. Model tata kelola ini telah berakibat lemahnya organisasi pedagang seperti paguyuban dan koperasi pasar yang tidak memiliki kesempatan untuk tumbuh dan berkembang dalam meningkatkan perannya di pasar Kranggan. Di samping itu, model ini telah menyebabkan berbagai masalah terkait dengan layanan dan infrastruktur pasar seperti dipaparkan di depan yang tidak segera terselesaikan karena pedagang menunggu pengelola pasar turun tangan.

Model tata kelola yang sentralistik di Pasar Kranggan tersebut belum mengakomodasi pentingnya pengembangan sumber daya manusia pedagang, sehingga tidak ada upaya serius untuk mengembangkan pendidikan yang sistematis dan berkelanjutan bagi para pedagang. Di samping itu, tata kelola keuangan yang sentralistik di mana retribusi dipungut dari para pedagang dengan imbal balik yang tidak mudah diketahui oleh para pedagang, seolah retribusi sebagai pajak yang wajib dibayar tanpa ada penjelasan. Para pedagang Pasar Kranggan menginginkan

keterbukaan informasi alokasi retribusi yang mereka bayar, sementara belum ada instrumen Anggaran Pendapatan dan Belanja Pasar yang dapat dijadikan rujukan. Model tata kelola ini memunculkan kesenjangan persepsi yang tinggi baik antara pemerintah dengan para pelaku pasar Kranggan, maupun antara pembangunan pasar secara fisik dan finansial dengan pembangunan manusia dan organisasi pedagang. Model tata kelola yang tidak demokratis pada akhirnya berkaitan dengan belum mampunya pasar dan para pemangkuinya dalam menyelesaikan berbagai masalah struktural di pasar, sepertihalnya jerat rentenir di Pasar Kranggan.

Berangkat dari berbagai permasalahan tersebut dalam FGD pedagang pasar Kranggan menyampaikan apa yang sudah dilakukan dan harapan ke depan sebagai berikut.

1. Pedagang sudah mengadukan seluruh permasalahan kepada Lurah pasar namun kebanyakan hanya diberi jawaban “iya” namun tidak cukup responsif untuk kemudian bertindak.
2. Pedagang sudah bersepakat dengan paguyuban untuk membeli blower, namun sampai sekarang tidak ada hasil padahal menurut pedagang uang sudah terkumpul di paguyuban.
3. Sejauh ini semua saling menunggu untuk memulai penyelesaian masalah.
4. Pak lurah dan paguyuban diharapkan jangan selalu memberi janji terkait keluhan-keluhan pedagang.
5. Harapannya paguyuban bisa diaktifkan kembali.
6. Ada peraturan yang lebih jelas terutama untuk mengatur penataan pedagang, jam buka, dan keamanan
7. Disepakati mengusahakan paguyuban kembali aktif agar dijadikan tempat lain berkeluh kesah dan mendiskusikan alternatif penyelesaian masalah yang sifatnya mendesak.

## **B. Studi Kasus Pasar Sentolo, Kulon Progo**

Pasar Sentolo adalah salah satu pasar yang pernah menjadi pasar percontohan nasional berbasis Standar Nasional Indonesia (SNI), yang dibangun sebagian besar dari dana APBN melalui program revitalisasi pasar rakyat Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. Awalnya Pasar Sentolo merupakan relokasi dari pasar lama yang terletak kurang lebih 1 km dari lokasi pasar baru yang sekarang. Perpindahan pasar menurut para pegiat pasar Sentolo ternyata menimbulkan permasalahan yang tidak kunjung terselesaikan. Sejak awal para pedagang menyetujui pemindahan pasar dengan catatan pasar lama tidak lagi difungsikan, dengan kata lain pindah pasar dan bukan sekedar pindah pedagang. Pemindahan pasar dilakukan pertama kali tahun 2013 dengan hanya diikuti 54 pedagang dari total 700 pedagang. Sampai saat ini jumlah pedagang yang sudah pindah pun baru sebanyak 130 orang. Masalah semakin kompleks karena Pasar Sentolo lama saat ini diaktifkan kembali menjadi pasar desa, bergeser jauh dari perjanjian semula di mana lokasi pasar lama akan difungsikan sebagai Ruang Terbuka Hijau.

Akibat lanjutan adalah sampai saat ini banyak pedagang di Pasar Sentolo Baru yang belum berjualan karena belum laku, banyak kios/los belum terisi sepertihalnya zona hasil bumi yang terisi 2 los dari 12 los yang disediakan. Terdapat 8 kios yang tidak jelas peruntukannya, dan masih banyak pedagang yang belum mendaftar. Sepinya pelanggan atau pembeli yang datang di Pasar Sentolo menjadi keluhan utama di pasar ini. Upaya pemerintah dan pihak terkait untuk meramaikan Pasar Sentolo masih jauh dari harapan. Pembukaan kios batik gebleg renteng yang berjalan 3 bulan tetapi sekarang hanya tinggal 2-3 kios saja.

Kios makanan khas dan kerajinan Kulon Progo sekarang sudah tidak ada yang berjualan. Demikian halnya, Pasar Sore yang

pernah diadakan pada tahun 2014 dan 2015, tetapi tahun 2016 tidak ada lagi karena tidak ada sponsor dan pada saat swadaya tahun 2015 justru rugi. Grosir sayuran dari Magelang pun hanya mampu bertahan 5 bulan dan setelahnya gulung tikar. Koperasi Lancar yang mengisi pasar mulai pukul 16.00-24.00 yang berjualan di depan pasar, awalnya ada 20 pedagang sekarang tinggal 10 pedagang yang berjualan kuliner malam. Sampai saat ini pedagang masih banyak yang memilih tinggal/kembali ke pasar lama terutama yang berjualan sayur. Sekira di Pasar Sentolo lama ada toko emas diperkirakan pengunjung Pasar Sentolo baru akan semakin berkurang.

Hasil wawancara dan diskusi kelompok terfokus dengan para pegiat Pasar Sentolo, baik dari unsur koperasi pasar, APPSI, pengelola pasar, maupun para pedagang makin memperjelas permasalahan Pasar Sentolo. Permasalahan yang banyak dikeluhkan pedagang adalah soal penguasaan kios/los di Pasar Sentolo baru yang ditengarai penuh dengan kepentingan politik dan kekuasaan. Pedagang menyebut ada kios-kios titipan oknum tertentu yang setelah dikuasai tidak digunakan untuk berdagang. Demikian halnya banyak pedagang baru yang hanya menginginkan penguasaan los/kios tanpa kesediaan turut berjuang terwujudkan pasar, sehingga setelah mendapatkannya kios/los tersebut ditinggal pergi begitu saja.

Para pedagang juga mengeluhkan adanya dominasi ratusan pedagang dari Desa Salamrejo, yang menjadi lokasi baru Pasar Sentolo yang mendaftar untuk mengambil tempat di Pasar Sentolo namun banyak yang tidak dibuka sampai sekarang. Keadaan ini bertolak belakang dengan banyaknya warga yang punya kemauan untuk turut berdagang namun tidak mendapat tempat di pasar. Dalam hal ini aturan bahwa kios/los yang tidak dibuka untuk

berjualan selama 3 bulan dapat ditarik kembali oleh pengelola pasar tidak ditegakkan secara konsisten di Pasar Sentolo.

Para pedagang pasar juga mempertanyakan inkonsistensi Pasar Sentolo dari rancangan awal. Pedagang menyebut salah satunya adalah kriteria penempatan kios yang ada sekarang berbeda dari gambar awal. Hal ini disebabkan pengambilan keputusan dilakukan hanya oleh Dinas dengan pedoman Peraturan Daerah yang ada. Demikian halnya *site map* penataan kios disebut mengalami perubahan zonasi dari yang semua dirancang. Keadaan ini terjadi karena sejak awal memang pembangunan pasar Sentolo sebagai pasar percontohan tidak melibatkan pedagang secara kelembagaan baik melalui paguyuban maupun koperasi pasar. Dampak lainnya adalah ketidaksesuaian sarana prasarana pasar seperti meja daging dengan tata letak kran, saluran air, dan prasarana pendukungnya dengan kebutuhan pedagang pasar. Masalah lain yang dikeluhkan para pedagang adalah keberadaan minimarket Alfamart yang berdekatan dengan Pasar yang pada awal pemindahan sudah dijanjikan untuk ditutup.

Tabel 3 Matrik Masalah dan Solusi yang diharapkan di Pasar Sentolo<sup>3</sup>

Permasalahan	Upaya yang sudah dilakukan dan Solusi yang diharapkan
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Permasalahan relokasi; pemindahan pasar sejak awal telah disetujui dengan catatan pasar lama ditutup</li> <li>2. Keberadaan Alfamart yang berdekatan dengan Pasar, pada awal pemindahan sudah dijanjikan untuk ditutup</li> <li>3. Pedagang baru, hanya menginginkan kepemilikan los/kios tanpa mau mengupayakan terwujudnya pasar, dapat kios/los terus pergi</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Upaya yang sudah dilakukan:                     <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Setiap bertanya kepada dinas jawabnya membentur perda sedangkan perda belum pernah disosialisasikan.</li> <li>b. Setiap bulan ada rapat koordinasi lurah pasar seluruh kabupaten Kulon Progo. Tidak ada diskusi baik dari UPTD maupun dinas terkait dengan persoalan pasar.</li> <li>c. Paguyuban sudah menyampaikan agar pedagang dari pasar lain yang memiliki kemampuan dagang untuk mendapat tempat di Pasar Sentolo</li> </ol> </li> </ol>

<sup>3</sup> Sumber: Hasil FGD pedagang dan pegiat pasar Sentolo, diolah (2016)



Permasalahan	Upaya yang sudah dilakukan dan Solusi yang diharapkan
<p>4. Kriteria penempatan kios, dari gambar awal berbeda dengan keadaan sekarang. Sebab keputusan dilakukan oleh dinas dengan landasan perda.</p> <p>5. <i>Sitemap</i> penataan kios mengalami perubahan zonasi.</p> <p>6. Dominasi pedagang dari Desa Salamrejo, pedagang tidak mau buka hanya ambil tempat, sementara banyak warga yang mau berdagang tidak dapat tempat.</p> <p>7. Dalam pembangunan pasar percontohan ini tidak ada keterlibatan pedagang baik secara kelembagaan (paguyuban/koperasi)</p> <p>8. Ada kios-kios titipan oknum tertentu, sehingga dimiliki dan tidak digunakan untuk berdagang.</p> <p>9. Kebutuhan pasar (misal meja daging) tata-letak kran, saluran air dll, tidak sesuai.</p>	<p>baru.</p> <p>2. Solusi yang diharapkan.</p> <p>a. Mekanisme pengundian kios/kaveling tidak hanya dilakukan oleh dinas, namun juga diurus paguyuban pasar agar pedagang baru bisa dinilai keseriusannya.</p> <p>b. Ketika tiga bulan tidak berjualan kunci diambil kembali (tidak berdagang lagi).</p> <p>c. Pedagang yang tidak berjualan diberi surat peringatan tiga kali selang 10 hari sampai sebulan kunci dicabut).</p> <p>d. Luasan Los : 2x2 sudah standar namun asas-asas keadilan harus dijalankan, misal dengan jenis dagangan, juga desain.</p> <p>e. Luasan los/kios harusnya proporsional disesuaikan dengan komoditi/jenis dagangan.</p> <p>f. Pengelolaan pasar seharusnya lebih fokus (sehingga penanganan lebih baik dikelola dinas khusus pasar atau kantor pasar/lurah)</p> <p>g. Sangat mungkin koperasi/paguyuban mengelola pasar dengan didampingi dinas (meliputi pengelolaan retribusi atau pendapatan pasar) agar keuangan transparan.</p> <p>h. Retribusi pasar minimal 30% sampai 60% kembali ke pasar</p> <p>i. Koperasi agar diberikan kios untuk usaha realnya.</p> <p>j. Sebagai pasar percontohan nasional, pedagang hendaknya tidak di dominasi wilayah /desa di mana pasar berada.</p> <p>k. Keberadaan produk seni kerajinan Kulon Progo, hendaknya tidak berada di kios yang strategis. Sebab seni kerajinan sudah ada pasar sendiri di sentolo.</p> <p>l. SKPD pernah menyampaikan pengelolaan dimungkinkan dikelola oleh swasta (paguyuban).</p>

Masalah yang terjadi di Pasar Sentolo adalah masalah klasik pasar rakyat yang dibangun atau direvitalisasi secara fisik dan dukungan finansial besar. Model revitalisasi seperti ini umumnya hanya memberi sedikit perhatian pada bangunan sosial, ekonomi, dan kelembagaan. Padahal musyawarah sebagai manifestasi kebersamaan dan kekeluargaan adalah pilar pasar rakyat. Demikian halnya, musyawarah adalah pilar realisasi ekonomi kerakyatan di pasar rakyat. Oleh karenanya, masalah yang muncul di Pasar Sentolo seperti diuraikan di depan berkaitan dengan arah pengembangan dan tata kelola pasar rakyat yang masih belum sepenuhnya sejalan dengan amanat konstitusional.

Sepertihalnya yang terjadi di Pasar Kranggan, Yogyakarta, regulasi yang terkait dengan pengembangan pasar rakyat di Kulon Progo dalam kasus di Pasar Sentolo, Kulon Progo belum sepenuhnya diselaraskan dengan upaya menjalankan mandat Undang-undang Dasar. Dalam hal ini memang jika mengacu pada regulasi yang sudah dibuat Pemerintah Pusat baik dalam bentuk Undang-undang, Peraturan Pemerintah, maupun Peraturan Presiden masih belum memberi arahan jelas dan tegas bagaimana pasar rakyat dibangun ke depan. Peraturan Daerah yang tersedia lebih banyak mengatur aspek teknis pengelolaan dan keuangan pasar. Dengan kata lain, regulasi yang tersedia di Kabupaten Kulon Progo juga masih cenderung bias modal material, belum memberi arah dan jalan bagaimana modal intelektual dan modal institusional dibangun di pasar rakyat.

Sampai saat ini belum terdapat regulasi yang menjadi arahan bagi sistem pendidikan yang sistematis dan berkelanjutan bagi pasar rakyat Kulon Progo, sehingga pemberdayaan pedagang lebih sering hanya berupa penyuluhan atau pelatihan singkat dari Dinas dan Perguruan Tinggi yang menurut pedagang sendiri kurang berdampak signifikan. Demikian halnya, minimnya perhatian

terhadap pengembangan insitusional pedagang pasar nampak dari regulasi yang ada belum memberi arahan yang jelas dan terukur bagaimana Pemerintah Daerah bermitra strategis dengan organisasi pedagang dalam merancang, menata dan mengelola pasar. Umumnya regulasi yang tersedia masih sebatas arahan normatif akan perlunya pemberdayaan pedagang pasar rakyat, tanpa kejelasan bagaimana sistem yang akan dijalankan.

Pasar rakyat seperti halnya di Pasar Sentolo masih dirancang, dibangun dan dikelola secara sentralistik dengan keterlibatan substansial yang minim dari organisasi rakyat yang terdapat di pasar. Otoritas dan kewenangan yang sangat besar dari Dinas yang mengelola pasar rakyat di Kulon Progo tanpa disertai pemahaman terhadap realitas permasalahan lapangan justru memunculkan kesenjangan yang lebar antara pemerintah daerah dan para pegiat pasar. Di satu sisi, Dinas beranggapan sudah mengelola, membangun dan mengembangkan pasar rakyat sesuai regulasi dan tugas pokok dan fungsinya, namun di sisi lain ketika ke lapangan sepertihalnya di Pasar Sentolo, maka yang ditemukan adalah begitu banyaknya permasalahan pedagang. Di satu sisi, Dinas berperan sentral dan seringkali mengeluh kekurangan personal, namun di sisi lain para pedagang yang siap dan meminta peran justru tidak diberi kesempatan.

Dalam pada itu, belum ada instrumen perencanaan pengembangan Pasar Sentolo sebagai manifestasi musyawarah yang menempatkan para pedagang sebagai pelaku utama pasar rakyat. Sepertihalnya di sebagian besar pasar yang sudah tersedia baru berupa dokumen perencanaan pembangunan fisik pasar, sedangkan dokumen Rencana Pengembangan Pasar Rakyat secara keseluruhan belum tersedia. Ketiadaan mekanisme dan dokumen perencanaan demokratis ini menjadi salah satu sumber permasalahan yang terjadi di Pasar Sentolo. Hal ini karena tidak

ada panduan gerak bersama *stakeholder* pasar rakyat sepertihalnya Dinas, pengelola pasar, koperasi, paguyuban dan para pedagang. Terminologi yang lebih sering muncul dari tata kelola pasar yang sentralistik adalah sosialisasi yang tidak selalu selaras dengan hasil musyawarah pedagang.

Peran sentral Dinas dalam tata kelola keuangan ditunjukkan dengan belum adanya instrumen untuk merealisasikan keterbukaan keuangan pasar. Dalam hal ini termasuk tata kelola aset dan properti pasar yang menjadi sumber pendapatan pasar. Baik di Pasar Sentolo maupun pasar rakyat lain di Kulon Progo belum memiliki instrumen Anggaran Pendapatan dan Belanja Pasar yang memungkinkan seluruh pihak mengetahui sumber dan besaran pendapatan pasar serta alokasi APBD yang kembali ke pasar rakyat. Hal ini karena pungutan di pasar sesuai regulasi yang ada adalah berupa retribusi, sehingga para pedagang perlu mengetahui sejauh mana kapasitas mereka dalam pengelolaan pasar rakyat. Penganggaran secara demokratis ini adalah salah satu manifestasi musyawarah di pasar sebagai wahana menyelesaikan berbagai permasalahan di Pasar Sentolo dan pasar lain di Kulon Progo.

Berangkat dari berbagai permasalahan yang sampai saat ini masih terjadi di Pasar Sentolo maka dalam FGD para pedagang dan pengurus organisasi pedagang menyampaikan harapan sebagai berikut.

1. Mekanisme pengundian kios/kaveling tidak hanya dilakukan oleh dinas, namun juga diurus paguyuban pasar agar pedagang baru bisa dinilai keseriusannya.
2. Ketika tiga bulan tidak berjualan kunci diambil kembali (tidak berdagang lagi).
3. Pedagang yang tidak berjualan diberi surat peringatan tiga kali selang 10 hari sampai sebulan kunci dicabut).

4. Luasan Los 2x2 sudah standar namun asas-asas keadilan harus dijalankan, misal dengan jenis dagangan, juga desain.
5. Luasan los/kios harusnya proporsional disesuaikan dengan komoditi/ jenis dagangan.
6. Pengelolaan pasar seharusnya lebih fokus (sehingga penanganan lebih baik dikelola dinas khusus pasar atau kantor pasar/lurah)
7. Sangat mungkin koperasi/paguyuban mengelola pasar dengan didampingi dinas (meliputi pengelolaan retribusi atau pendapatan pasar) agar keuangan transparan.
8. Retribusi pasar minimal 30% sampai 60% kembali ke pasar
9. Koperasi agar diberikan kios untuk usaha realnya.
10. Sebagai pasar percontohan nasional, pedagang hendaknya tidak didominasi wilayah /desa di mana pasar berada.
11. Keberadaan produk seni kerajinan Kulon Progo, hendaknya tidak berada di kios yang strategis. Sebab seni kerajinan sudah ada pasar sendiri di Sentolo.
12. SKPD pernah menyampaikan pengelolaan dimungkinkan dikelola oleh swasta (paguyuban)

### **C. Studi Kasus Pasar Potorono, Kabupaten Bantul**

Menjawab pertanyaan adakah peraturan pusat dan daerah yang mendukung atau menghambat perkembangan pasar, beberapa pendapat yang mengemuka dalam wawancara menyatakan bahwa: peraturan yang ada belum mencukupi sehingga memunculkan permasalahan. Di pasar Potorono misalnya, ada kesan “tarik-menarik” atau lebih tepatnya “tumpang-tindih” kewenangan antara pemerintah desa/kelurahan dan daerah (pemkab), yang menimbulkan “ketidakjelasan” siapa yang bertanggungjawab. Hal ini juga berakibat pada tindakan saling “menghindar” ketika muncul suatu permasalahan. Dalam

kasus Potorono, pada awalnya yang seharusnya memegang kewenangan pengelolaan adalah pemerintah desa, namun dalam kenyataannya peran Pemkab Bantul, merasa memiliki kewenangan dan menjalankan program revitalisasi (bangunan fisik) pasar di sana.

Peraturan di tingkat Pusat memang mengatur wilayah atau pembedaan antara pasar yang dikelola oleh pemerintah daerah yang mengacu kepada UU atau Peraturan yang diterbitkan oleh Kementerian Perdagangan. Kementerian Perdagangan selain mengacu kepada UU No 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, juga Kementerian Perdagangan menerbitkan peraturan-peraturan yang menjadi rujukan bagi pemerintah daerah/kabupaten/kota, seperti Permendag No. 70/M-DAG/12/2013 Tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar rakyat dan Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Sementara kewenangan untuk mengelola pasar desa diatur melalui Kementerian Dalam Negeri, yaitu Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Pengelolaan Pasar Desa.

Interpretasi atas tumpang-tindihnya peraturan tersebut dalam konteks pengelolaan pasar tentu dapat menimbulkan masalah serta menghambat upaya pengembangan pasar. Dalam kasus pasar Potorono, Bantul sebagaimana dikatakan Lurah pasar, misalnya sudah ada "*masterplan*" pengembangan pasar, yang terhambat karena belum adanya limpahan kewenangan dari "koperasi" yang dibentuk ketika pasar itu direvitalisasi (bangunan fisik) beberapa tahun lalu. Disebutkan bahwa perencanaan pasar akan tercapai jika koperasi menyerahkan kewenangannya kepada desa secara "tertulis dan legal" (saat ini memang sudah diserahkan tapi dalam bentuk lisan). Perlu diketahui "koperasi" yang merupakan inisiatif dari daerah/Pemkab, pada beberapa tahun lalu berperan besar

dalam melakukan program “revitalisasi pasar”, yang dananya berasal dari pemerintah Pusat (Kementrian Koperasi).

Dalam kaitannya dengan peraturan Pusat yang mendukung atau menghambat sebagaimana terungkap dalam penelitian ini adalah diterbitkannya Peraturan Pemerintah No. 18 Tahun 2016 Tentang Aparat Perangkat Daerah. Menurut pendapat dinas, hal ini menjadi hambatan dalam pengembangan pasar dan bahkan dianggap sebagai kemunduran. Kebijakan baru ini dianggapnya akan mengurangi dan membatasi kewenangan Dinas Pasar dalam mengelola dan berkreasi terhadap pengelolaan pasar, karena Dinas Pasar akan berubah menjadi UPT. Ke depan direncanakan oleh Dinas Pasar Bantul akan membentuk BLUD (Badan Layanan Usaha Daerah). Meskipun dinyatakan juga dengan optimis bahwa Pembentukan BLUD sebagai wadah untuk “mengembangkan kreatifitas (potensi pasar), kemandirian dan mengelola keuangan sebesar-besarnya oleh pasar sendiri”. Selain itu, Bantul ke depan akan merevitalisasi pasar kabupaten hingga 90% (saat ini masih 60%) dan jika memungkinkan hingga 100%. Dengan keluarnya PP tersebut di atas, prioritas regulasi bagi Pemkab Bantul adalah pembentukan BLUD.

Selain persoalan tumpang tindih, dari hasil wawancara dan FGD dapat disimpulkan bahwa peraturan baik yang disusun oleh pemerintah pusat atau daerah dan desa, nampaknya bukan ditujukan untuk menjawab permasalahan yang ada. Sebagaimana terungkap dalam diskusi misalnya, persoalan sampah yang dari dulu sebelum munculnya program revitalisasi hingga program revitalisasi telah berjalan, tidak pernah teratasi. Belum termasuk persoalan-persoalan lain yang dihadapi oleh pedagang pasar akibat menurunnya omset pedagang, masalah rentenir, koperasi pasar, paguyuban, harga, aset/properti dan pendidikan pedagang, dan lain-lain.

Hal kedua terkait peraturan adalah bahwa sudut pandang yang digunakan dalam menyusun peraturan selalu berasal dari atas, perspektif *top-down*. Oleh karenanya seringkali peraturan memang lebih didesain untuk kepentingan pelaku di luar pasar. Dalam mengatasi persoalan sampah misalnya, dinas pasar menyatakan tidak mampu mengatasinya karena kekurangan armada angkut dan sumber daya manusia, sehingga kedepannya akan ditambah dua armada truk angkut sampah beserta sepuluh petugas.

Seperti diakui oleh pedagang, peraturan yang dibuat pemerintah masih belum mendukung (pedagang) pasar karena (omset pedagang) pasar tidak banyak berkembang. Meskipun telah disampaikan bahwa pasar Potorono telah memiliki *masterplan*, namun pedagang menyatakan belum melihat adanya perencanaan pengembangan pasar ke depan, termasuk peraturan yang mengakomodasi permasalahan di pasar. Dinyatakan juga oleh pedagang, bahwa pasar Potorono sebenarnya adalah pasar desa, namun peraturan desa yang ada belum berjalan dengan baik. Menurut pedagang, masalah rentenir di pasar itu sudah jauh berkurang sejak adanya BMT.

Selain BMT, masalah rentenir menurut dinas juga diatasi melalui kerjasama dengan bank-bank dan BPKAD. Pedagang yang ingin meminjam hanya akan dikenakan bunga 2% daripada harus meminjam ke rentenir yang memiliki bunga sebesar 10%-20%. Namun seperti diketahui, persoalan rentenir di pasar bukan hanya persoalan besaran bunga, ada banyak permasalahan pedagang kecil yang tidak bisa diatasi hanya dengan instrument finansial termasuk melalui kredit berbunga rendah, karena dalam banyak kasus yang lebih mendesak adalah soal *collateral*.

Sebagaimana dalam kasus pasar Sentolo di Kabupaten Kulonprogo, kedudukan pasar Potorono Kabupaten Bantul adalah pasar desa. Namun "campur-tangan" pemerintah kabupaten lewat



Disperindagkop ikut juga berperan di dalamnya, sehingga terkesan ada “tarik menarik” kepentingan antara desa dan kabupaten, yang sebenarnya dapat dikoordinasikan. Kesan di lapangan menengarai belum adanya koordinasi yang baik serta pembagian tugas untuk secara bersama-sama mengembangkan pasar yang sama-sama ada dalam wilayah yuridiksi mereka.

Selain soal tumpang tindih peraturan, masalah koordinasi antar instansi atau satuan perangkat di pemerintah juga tampak tidak terjadi, baik secara vertikal maupun horisontal. Secara vertikal misalnya bagaimana bentuk koordinasi antara pemkab dan pemdes, dalam hal pengaturan atau pengelolaan pasar desa. Di satu pihak, pemdes berkoordinasi dengan pemerintah atasan, yakni bagian PMD Bantul, yang berada dalam garis koordinasi dengan kementerian dalam negeri. Di lain pihak, dinas pasar di pemkab Bantul, koordinasi vertikalnya dengan kementerian perdagangan dan kementerian koperasi.

Mengingat jumlah pasar desa di Bantul atau di DIY jumlahnya banyak, maka seyogyanya perlu ada koordinasi yang baik antar instansi baik vertikal maupun horisontal untuk memadukan kebijakan dan program agar pengembangan pasar desa semakin terarah kepada kemajuan. Sebagaimana disebutkan dalam pendataan Kemendagri tahun 2011, jumlah pasar desa di DIY adalah 181 pasar, yang tersebar di 4 kabupaten di DIY. Besarnya jumlah pasar yang ada membuat arti penting pasar desa di DIY perlu mendapat perhatian yang besar.

Alih-alih peraturan dapat mengatasi masalah penting di pasar, seperti permasalahan keuangan (rentenir), masalah harga, aset, atau pengembangan SDM pedagang (pendidikan), masalah sampah yang sebenarnya menjadi domain dari pembuat peraturan tidak pernah dapat terselesaikan. Seolah sudah menjadi kebiasaan, bahwa domain peraturan ada di tangan pemerintah. Partisipasi

dari pedagang dan pihak-pihak yang secara langsung berkepentingan dengan peraturan di pasar, sama sekali tidak perlu dilibatkan.

Peranan paguyuban atau asosiasi pedagang (atau stakeholder) sebenarnya dapat menjadi “jembatan” bagi masyarakat dalam proses penyusunan kebijakan dan pengimplementasiannya di lapangan, sehingga apa yang ada dalam peraturan bukan hanya perspektif pembuat kebijakan, tetapi juga didasarkan kepada kepentingan atau sudut pandang yang dikenai kebijakan. Sayangnya dalam banyak kasus, termasuk dari hasil wawancara dan diskusi dalam penelitian ini, tidak banyak menemukan bentuk-bentuk partisipasi pedagang atau *stakeholder* di pasar, dalam proses penyusunan peraturan/regulasi/kebijakan. Tidak banyak upaya yang sudah dilakukan. Salah satunya karena tidak adanya paguyuban/struktur organisasi pasar yang mengurus pasar sebagai jembatan untuk menyuarakan aspirasi dan kepentingan pedagang pasar kepada pemerintah desa. Klausul tentang pentingnya paguyuban atau asosiasi sebenarnya merupakan amanat konstitusi sebagai upaya untuk memperluas partisipasi para pihak yang berkepentingan langsung dengan kebijakan terkait pasar rakyat. Beberapa dokumen regulasi di daerahpun juga telah mengamanatkan yang sama. Namun apa yang diinginkan dengan kenyataan di lapangan sering tidak berjalan seiring.

Dalam kasus di pasar Potorono, memang ada rencana untuk membentuk/menghidupkan kembali paguyuban pedagang pasar dengan melakukan pertemuan rutin tiga bulan sekali.

Tabel 4 Matrik Masalah dan Solusi yang diharapkan di Pasar Potorono, Bantul<sup>4</sup>

Permasalahan	Upaya yang sudah dilakukan dan Solusi yang diharapkan
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Masih adanya “tarik-menarik” atau “tumpang-tindih” kewenangan antara pemerintah desa dan Pemkab yang menimbulkan “ketidakjelasan” tanggungjawab.</li> <li>2. Ada rencana Dinas Pasar Bantul membentuk BLUD (Badan Layanan Usaha Daerah).</li> <li>3. Masalah sampah sejak sebelum revitalisasi hingga revitalisasi tak pernah teratasi.</li> <li>4. Peraturan Pemerintah belum mendukung pedagang.</li> <li>5. Lemahnya koordinasi antar instansi (SKPD) di pemerintah secara vertikal maupun horisontal.</li> <li>6. Tidak adanya paguyuban/ organisasi pasar sebagai jembatan menyuarkan aspirasi dan kepentingan pedagang pasar kepada pemerintah desa.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adanya kejelasan dalam tanggungjawab pengelolaan, pengembangan dan evaluasi pasar oleh pemerintah</li> <li>2. BLUD secara umum merupakan wadah pengembangan kreatifitas, kemandirian dan mengelola keuangan sebesar-besarnya oleh pasar sendiri.</li> </ol>

Permasalahan yang terdapat dalam regulasi sudah barang tentu berdampak langsung pada permasalahan tata kelola. Masalah tumpang-tindih, tidak adanya koordinasi yang baik, serta tidak nyambungunya peraturan dengan permasalahan yang terjadi, secara langsung sangat mempengaruhi berjalannya tata kelola pasar. Peran pedagang yang tidak ada dalam proses penyusunan termasuk dalam implementasi peraturan/kebijakan menyebabkan posisi pedagang dan warga pasar lainnya, hanya menjadi objek.

Tidak adanya keterlibatan pedagang dan warga pasar ditunjukkan antara lain dari belum adanya paguyuban pedagang yang berfungsi sebagai wahana representasi. Bagi pasar-pasar lain di kabupaten Bantul, banyak yang sudah memiliki paguyuban yang berfungsi dengan baik, termasuk dalam upaya pedagang

<sup>4</sup> Sumber: Data primer (diolah), 2016

menyalurkan aspirasi mereka. Memang dikatakan oleh pemkab bahwa peran pemerintah adalah mengatasi dan memfasilitasi permasalahan yang ada sehingga jika terjadi permasalahan maka pedagang melaporkannya kepada Dinas Pasar dan akan segera ditindaklanjuti. Namun peran pemerintah dalam melakukan pengawasan terhadap pasar misalnya, tetap terbatas karena kurangnya sumber daya manusia di jajaran Dinas Pasar. Rencana kedepannya akan ditambah sumber daya manusia di Dinas Pasar dengan merekrut pegawai tetap non PNS.

Permasalahan lain yang muncul dan tidak mendapat respon yang memadai dalam pengelolaan pasar adalah masalah sampah. Sekalipun dari tahun ke tahun pemkab telah berupaya untuk meningkatkan armada, namun berdasarkan pengalaman dalam tata kelola selama bertahun-tahun, permasalahan sampah tidak pernah teratasi. Praktik tata kelola pasar yang menempatkan pemerintah sebagai subjek dan pedagang serta warga pasar hanya menjadi objek, tampaknya tidak akan memberikan jawaban atas permasalahan tata-kelola pasar. Oleh karenanya dibutuhkan partisipasi aktif dari pihak-pihak yang berkepentingan di pasar, khususnya pedagang, agar ikut berpartisipasi dalam pengelolaan pasar. Pedagang pasar seharusnya juga menjadi subjek dalam tata kelola.

Sebagaimana diamanatkan dalam banyak peraturan menyangkut pengembangan pasar rakyat, pemerintah diwajibkan untuk “memfasilitasi pembentukan wadah atau asosiasi pedagang sebagai sarana memperjuangkan hak dan kepentingan para pedagang pasar rakyat”. Pemerintah mendorong organisasi pasar untuk dapat mengembakan potensi pasar yang ada, misalnya retribusi parkir dan pengelolaan sampah menjadi pemasukan. Saat ini pemerintah sudah memberikan kewenangan terhadap pasar untuk mengelolanya secara mandiri selama hal tersebut

(sepanjang) tidak melanggar peraturan yang ada. Namun pola tata kelola yang melibatkan pedagang pasar memang belum banyak dikembangkan di banyak pasar. Sebagai contoh adalah di pasar Imogiri, Bantul. Di pasar tersebut, pemerintah mencoba melibatkan paguyuban pedagang dalam tata kelola pasar, mulai dari pemungutan retribusi, keamanan, bahkan dalam pengelolaan aset pasar seperti MCK. Pola penerapan model partisipatif tersebut semestinya menjadi pilihan yang strategis, di tengah ketidakmampuan model yang selama ini berlangsung. Dari sisi pemerintah daerah atau desa, dengan mengurangi beban kerja dan memberikannya kepada pihak-pihak yang berkepentingan langsung di pasar, akan membuka peluang bagi pengembangan aspek-aspek lain yang selama ini kurang berjalan efektif.

Sebagaimana dikemukakan oleh para pedagang, bahwa peran pemerintah dalam pengelolaan pasar sebenarnya sangat minim sehingga belum bisa mengatasi permasalahan yang ada. Tugas-tugas pengembangan untuk mendorong paguyuban atau koperasi agar semakin mandiri, misalnya. Alih-alih mengalami kemajuan, kecenderungan koperasi pasar atau paguyuban pasar yang umumnya telah dikembangkan sejak lama, justru tidak mengalami perkembangan. Meskipun masih perlu dikembangkan lagi melalui berbagai inovasi dalam tata kelola pasar, model Imogiri tampaknya dapat dikembangkan di pasar-pasar lain di Bantul maupun di kabupaten lain.

Kesimpulan dari uraian di atas, sekurang-kurangnya terdapat 3 masalah pokok dari masalah regulasi: (1) tumpang-tindihnya peraturan menyangkut pengelolaan pasar; (2) tidak efektifnya peraturan dalam mengatasi permasalahan pengelolaan pasar; dan (3) tidak efektifnya peraturan dalam proses pengembangan (kinerja) pasar terutama mayoritas pedagang. Pelatihan menjadi salah satu sarana yang ditempuh oleh pemerintah daerah dalam

meningkatkan kapasitas pasar rakyat. Beberapa yang terungkap dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Pelatihan yang diberikan terkait dengan: kebersihan, kerapian, dan sistem jual beli dagangan.
2. Pelatihan keamanan pangan oleh BPPOM yang melibatkan beberapa perwakilan pasar untuk berlatih melakukan tes kelayakan pangan
3. Pelatihan pemilahan dan pengelolaan sampah. Dalam kegiatan ini pasar mendapat alat pengolah sampah (kompos) dari Kapedal.
4. Pelatihan keamanan untuk satpam.
5. Pelatihan pemadam kebakaran, saat ini ada sekitar 7 buah alat pemadam yang tersedia di pasar itu.

Meskipun demikian, pelatihan yang secara langsung ditujukan untuk meningkatkan kapasitas pedagang atau memberdayakannya, sampai saat ini belum pernah dilakukan. Kekhawatiran pengelola (lurah pasar) karena keinginan pedagang seringkali “bertolakbelakang” dengan keinginan pengelola terutama untuk melakukan perbaikan agar barang dagangan tertata rapi. Sementara pedagang, menurut pengelola, ingin agar semua barang dagangannya terlihat dan ditata memenuhi space kios, sehingga mempersempit akses jalan dan tidak rapi.

Pada tahun 2014, pasar Potorono pernah bekerjasama dengan UGM menyelenggarakan “Sekolah Pasar”. Menurut kesaksian pedagang, sentuhan teknologi masih belum dibutuhkan termasuk kebutuhan teknologi tepat guna. Namun demikian kegiatan sekolah pasar tetap dibutuhkan untuk menambah ilmu pengetahuan mengenai pengembangan ilmu dan pengembangan pasar bagi para pedagang. Beberapa pelajaran mengenai tata-cara penataan barang sebagaimana dipelajari secara praktis di dalam materi Sekolah Pasar.

#### **D. Studi Kasus Pasar Argosari, Kabupaten Gunungkidul**

Semestinya peraturan disusun sebagai sarana untuk membangun konstruksi yang diinginkan (*as a sosial engineering*). Apa yang dipikirkan tentang persoalan regulasi bagi aparat di level terdepan (lurah pasar) lebih banyak ke soal implementasi peraturan dalam hal ini adalah ketertiban. Peraturan yang dipahaminya sesuai dengan tugasnya mengatur soal penarikan retribusi dan pendapatan lain yang sah, penataan pedagang, serta mengelola kebersihan pasar. Retribusi yang dikelola beragam sesuai fasilitas yang tersedia seperti: retribusi kios, pelataran dan sampah. Selain retribusi ada juga iuran khusus pengolahan limbah bagi pedagang ayam.

Pasar Argosari, Gunungkidul yang digunakan dalam kajian ini, terbilang pasar paling sibuk di Gunungkidul, dengan bangunan 2 lantai dengan lantai pertama berisi sekitar 154 kios, biasanya buka di siang hari, sedangkan lantai kedua terdapat sekitar 111 kios, yang aktivitasnya berlangsung hingga 24 jam sehari. Lantai 2 didominasi oleh pedagang sayuran dan sembako yang mulai aktivitas bongkar muat sejak malam hari. Di pasar tersebut memang terdapat koperasi simpan pinjam yang dimiliki dan dikelola oleh pihak swasta, bukan dari pedagang sendiri. Koperasi tersebut dianggap sangat membantu bagi pembiayaan pedagang. Dulu paguyuban pasar terbilang aktif. Tapi sejak ada bangunan baru (tahun 1994), kegiatan paguyuban mulai berkurang. Hingga sekarang bisa dikatakan paguyuban pasar masih kurang aktif. Sudah dibentuk pengurus untuk tiap jenis barang dagangan tapi kurang berjalan maksimal, hanya beberapa perwakilan saja yang kadang bertemu dengan pengelola pasar. Dulu memang pernah diinisiasi pertemuan rutin dan arisan tapi sekarang kurang aktif. FKPM yang berdiri sejak 2009 kini kurang aktif sejak ketuanya meninggal bulan lalu. Terdapat beberapa komisariat APPSI di

Gunung Kidul, salah satunya bertempat di pasar Argosari. APPSI komisariat argosari diketuai oleh Sriatun, dibantu sekretaris dan bendahara. Sebenarnya ada keinginan untuk membuat koperasi pasar tapi mereka belum tahu caranya.

Isu lain menyangkut peraturan, seperti masalah sejauhmana dampak peraturan kepada peningkatan pasar, seolah bukan wilayah yang harus dipikirkan. Belum lagi soal harga, meningkatkan peran paguyuban, koperasi pasar, itu semua berada di luar kewenangan. Pengendalian harga barang dagangan di luar kewenangan pasar. Kewenangan terkait pengendalian harga ada di Disperindagkop, pasar hanya fokus ke pendapatan (retribusi). Visi yang semestinya tertuang dalam regulasi terkait pasar rakyat, sebagaimana disampaikan Disperindagkop, seharusnya mempertimbangkan banyak hal selain bangunan yang bagus. Oleh karena itu, lembaga ini berkomitmen untuk mengembangkan pasar rakyat, antara lain dengan: 1. membangun pasar berdasarkan keinginan pedagang; 2. membuat bangunan permanen di pasar; 3. memperluas pasar; 4. memperbaiki fasilitas MCK; 5. membangun mushola di tiap pasar; 6. mewujudkan pasar bersih; 7. memfasilitasi pedagang kecil; 8. mengurangi ketergantungan pedagang terhadap rentenir; dan lain-lain.

Salah satu upaya untuk mengurangi ketergantungan pedagang pada rentenir, dilakukan dengan cara menarik beberapa bank untuk masuk ke pasar. Sayangnya prosedur bank yang terbilang "ribet", membuat praktik rentenir masih tetap berlangsung. Hal ini karena kemudahan prosedur pinjaman, membuat pedagang kecil lebih senang meminjam uang kepadanya. Bahkan, seperti diungkapkan oleh narasumber, rentenir juga memberikan bingkisan lebaran sehingga kesetiaan nasabah terhadap rentenir tetap terjaga.



Masalah persaingan yang tidak seimbang ini terungkap saat dilakukan wawancara dengan narasumber. Menurutnya, dahulu pasar (Argosari) menjadi “pusat kulakan” toko-toko kelontong di wilayah sekitar. Namun fenomena sejak merebaknya toko-toko modern berjejaring yang berada di sekitar lokasi pasar menyebabkan kios pasar/warung kecil yang tutup karena kalah bersaing.

Permasalahan utama menurut pengelola (lurah pasar) pada saat wawancara dalam konteks tata kelola pasar di Gunungkidul adalah masalah pemanfaatan ruang-ruang di pasar yang dianggap belum optimal. Seperti misalnya *lay-out* tangga yang dibangun menyamping untuk menuju di lantai 2, dianggap kurang nyaman oleh pedagang. Selain itu, tata letak kios yang menghadap keluar hanya memiliki jalan/pelataran yang sempit sehingga menyulitkan akses jalan bagi pembeli. Sirkulasi udara di beberapa tempat juga dinilai kurang sehingga mengakibatkan kios menjadi “pengap”. Sudah ada usulan terkait perbaikan tata ruang pasar ke kantor pasar, tapi sejauh ini baru ada rencana untuk perbaikan.

Tabel 5 Matrik Masalah dan Solusi yang diharapkan di Pasar Argosari, Gunungkidul<sup>5</sup>

Permasalahan	Upaya yang sudah dilakukan dan Solusi yang diharapkan
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pasar Argosari meskipun sudah memiliki koperasi simpan pinjam namun oleh pihak swasta, bukan dari pedagang sendiri.</li> <li>2. Dulu paguyuban pasar terbilang aktif. Tapi sejak ada bangunan baru (tahun 1994), kegiatan paguyuban mulai berkurang. Hingga sekarang bisa dikatakan paguyuban pasar masih kurang aktif. Meskipun sudah dibentuk pengurus untuk tiap jenis barang dagangan tapi kurang berjalan maksimal, hanya beberapa perwakilan saja yang kadang bertemu dengan pengelola pasar.</li> <li>3. Ada beberapa komisariat APPSI di Gunung</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemandirian pasar sebaiknya dilakukan oleh pedagang pasar dengan adanya kesadaran masing-masing atas keberlangsungan usahanya. Pembentukan koperasi pasar, paguyuban pedagang sangat diperlukan untuk koordinasi, berbagi informasi dan motivasi antar pedagang.</li> <li>2. Peran pemerintah dalam pengelolaan, pengembangan pasar sangat diperlukan.</li> </ol>

<sup>5</sup> Sumber: Data primer, diolah (2016)

Permasalahan	Upaya yang sudah dilakukan dan Solusi yang diharapkan
<p>Kidul, salah satunya bertempat di pasar Argosari.</p> <p>4. Masalah pemanfaatan ruang-ruang di pasar yang dianggap belum optimal. Seperti misalnya <i>lay-out</i> tangga yang dibangun menyamping untuk menuju di lantai 2,</p> <p>5. Letak kios yang menghadap keluar hanya memiliki jalan/pelataran yang sempit sehingga menyulitkan akses jalan bagi pembeli. Sirkulasi udara di beberapa tempat kurang sehingga mengakibatkan kios menjadi “pengap”. Sudah ada usulan terkait perbaikan tata ruang pasar ke kantor pasar, tapi sejauh ini baru ada rencana untuk perbaikan. Artinya belum ada koordinasi baik dengan pengambil keputusan.</p> <p>6. Ketergantungan pedagang pada rentenir, dilakukan dengan cara menarik beberapa bank untuk masuk ke pasar. Sayangnya prosedur bank yang terbilang “ribet”, membuat praktik rentenir masih tetap berlangsung.</p>	

Secara umum, semua pasar di Gunungkidul telah memiliki perencanaan pembangunan, sebagaimana dinyatakan oleh Dinas. Seperti pasar Lugundi, yang akan dilintasi jalan JJLS, telah disiapkan lahan kosong untuk nantinya dapat digunakan untuk perluasan pasar dengan berkembangnya perekonomian. Dalam perencanaan juga telah disiapkan gagasan tentang pasar sebagai salah satu tujuan wisata. Pasar rakyat mulai disiapkan untuk dijadikan sebagai salah satu atraksi wisata. Hal ini tak luput dari hal-hal yang menjadi pertimbangan seperti halnya pasar Jimbaran, yang tampak ramai pada saat tertentu, saat liburan atau pada saat perayaan lebaran. Oleh karenanya, tema-tema dan keunikan yang ada dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung ke pasar. Kantor pasar juga berupaya menonjolkan produk khas daerah melalui pasar seperti makanan tradisional/jajanan pasar.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa persepsi atau orientasi aparat baik di level pasar maupun dinas, cenderung mengartikan pasar sebagai suatu bentuk (bangunan) fisik. Oleh karenanya orientasi dari program dan kegiatan lebih banyak tercurah kepada hal-hal yang ada hubungannya dengan kondisi fisik pasar (pembangunan dan perbaikan fasilitas pasar). Hal-hal lain yang menyangkut aspek non-fisik seperti pembinaan dan pemberdayaan sumber daya manusia, terkesan mendapat porsi yang kecil. Dalam kajian ini terungkap misalnya, bagaimana meningkatkan kapasitas pedagang dalam menjalankan usahanya, kurang mendapat perhatian. Demikian pula peran paguyuban, yang telah mandeg selama bertahun-tahun, namun belum ada upaya-upaya dari pemerintah daerah (lurah dan dinas pasar) untuk menghidupkan kembali (merevitalisasi) kegiatan mereka.

Meskipun dinyatakan bahwa paguyuban pedagang tidak berkembang dan bahkan mandeg kegiatannya sejak lama, namun di Gunungkidul terdapat komisariat APPSI. Sekalipun pembentukan komisariat APPSI merupakan “bentukan dari atas” oleh karena jangkauan relasi antar pedagang lintas daerah, namun peranan asosiasi ini cukup strategis dalam mendorong aspirasi partisipasi pedagang dalam pengelolaan pasar. Permasalahannya sejauhmana aspirasi pengurus komisariat APPSI dalam pengambilan kebijakan pemerintah termasuk dalam tata kelola pasar benar-benar merupakan aspirasi bawah.

Beberapa usulan yang mengemuka dari APPSI diantaranya menyangkut upaya mengatasi permasalahan permodalan agar pedagang tidak tergantung kepada rentenir melalui pembentukan koperasi. Selain itu juga upaya APPSI untuk menyatukan pembelian, melalui kulakan bersama untuk komoditas musiman seperti bumbu dan buah untuk meminimalkan gejolak harga.

Pertanyaan yang diajukan dalam kajian ini menyangkut aspek jejaring berkaitan dengan kerjasama antara organisasi yang ada di pasar dan di luar pasar, adakah masalah yang timbul, serta adakah kebutuhan untuk itu. Hasil kajian ini secara umum menunjukkan bahwa aspek jejaring pasar sebagai upaya untuk mengembangkan elemen-elemen yang ada di pasar dengan pihak-pihak lain belum menjadi pilihan bagi pengambil kebijakan. Meskipun tidak bisa dikatakan bahwa di dalam pasar tidak ada relasi-relasi kerjasama yang berjalan. Menurut hasil wawancara, hingga saat ini masih belum ada kerjasama dengan organisasi pasar atau pihak lain, pedagang hanya melakukan transaksi secara sendiri-sendiri kepada pemasok barang. Disadari juga sebagai akibat tidak adanya kerjasama dengan koperasi hasil bumi misalnya, akibatnya harga barang-barang di pasar menjadi lebih mahal. Sayangnya, meskipun ada persepsi bahwa kerjasama (dalam hal rantai pasok) dapat lebih menurunkan harga jual, namun mereka masih menganggap kebutuhan akan itu belum ada. Di pasar Potorono bahkan tidak ada kelompok atau paguyuban, meskipun dari aspek sosial tertentu paguyuban itu tentu ada, walau tidak terorganisasi dengan baik.

Berbeda dengan jawaban dari pasar Potorono, menurut dinas pasar Kabupaten Gunungkidul, kerjasama dengan pihak lain ada di beberapa paguyuban pasar di Bantul. Sayangnya, kerjasama yang terbangun oleh pengelola pasar, bukan oleh asosiasi pedagang atau paguyuban pedagang. Pihak yang bekerjasama tersebut adalah produsen pabrikan, yang sudah barang tentu memiliki kepentingan untuk memperluas pasarnya di pasar itu. Tentu bentuk kerjasama seperti ini bukan yang diharapkan, karena dengan demikian paguyuban lebih dimanfaatkan oleh pihak pabrikan untuk meningkatkan pangsa pasarnya. Yang diharapkan

adalah kerjasama antara koperasi pasar dengan koperasi produsen produk lokal atau produk pertanian lokal.

Dari pembahasan sebelumnya terungkap bahwa organisasi pengelola di pasar biasanya didominasi oleh peran (aparatus) pemerintah, sementara peranan pedagang atau organisasi/asosiasi pedagang tidak cukup signifikan. Pedagang yang mayoritasnya adalah pedagang kecil, pada umumnya lebih banyak memikirkan bagaimana mereka tetap *survive* ketimbang memikirkan hal-hal yang lain. Kondisi ini tentu tidak hanya dipengaruhi oleh faktor-faktor ekonomi semata, tetapi juga faktor-faktor sosial, politik, dan budaya yang lebih luas. Namun sebagaimana telah diamanatkan dalam konstitusi, peran mereka dalam ikut terlibat (berpartisipasi) dalam proses penyusunan dan pelaksanaan suatu kebijakan semestinya menjadi tanggung jawab pemerintah. Dalam bahasa yang sekarang adalah bagaimana memberdayakan pedagang agar kapasitas mereka meningkat, tidak hanya menyangkut aspek usaha yang mereka miliki, tetapi juga dalam menyampaikan aspirasi atau kepentingan ekonomi, politik dan sosial budaya lainnya.

Artinya pemerintah (daerah) selain bertanggungjawab untuk melindungi pasar rakyat, juga memiliki kewajiban untuk memberdayakan pasar, terutama mayoritas pelakunya, yaitu para pedagang. Sebagai ilustrasi adalah pada peraturan daerah di kabupaten Kulonprogo (Perda No. 11 Tentang Perlindungan dan Pemberdayaan Pasar rakyat Serta Penataan Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern), yang telah mengatur bagaimana peran pemerintah daerah dalam pemberdayaan pasar rakyat. Salah satunya adalah pada ayat (2) point (d) memfasilitasi pembentukan wadah atau asosiasi pedagang sebagai sarana memperjuangkan hak dan kepentingan para pedagang pasar rakyat.

BAB IV

PEMBERDAYAAN PASAR RAKYAT

Pasal 5

(1) Pemerintah Daerah melakukan pemberdayaan pedagang dan pelaku usaha yang berada di dalam Pasar rakyat.

(2) Pemberdayaan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) antara lain:

- a. melakukan pembinaan terhadap pedagang serta pelaku usaha yang ada di dalam Pasar rakyat;
- b. meningkatkan kualitas dan sarana pasar serta pelaku usaha yang ada di dalam Pasar rakyat;
- c. mengembangkan pedagang dan pelaku usaha di dalam Pasar rakyat;
- d. memfasilitasi **pembentukan wadah atau asosiasi pedagang sebagai sarana memperjuangkan hak dan kepentingan** para pedagang Pasar rakyat;
- e. mengupayakan sumber alternatif pendanaan untuk pemberdayaan pedagang dan pelaku usaha di dalam Pasar Tradisional; dan meningkatkan kompetensi Pedagang Pasar rakyat dan pengelolaannya.

Sumber: Perda Kulon Progo No 11, Tahun 2011 Tentang Perlindungan Dan Pemberdayaan Pasar rakyat Serta Penataan Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern

Penelusuran peraturan terkait pembinaan atau pemberdayaan pedagang pasar sementara ini baru ditemukan di Kulonprogo sebagaimana tercantum di atas. Di kabupaten Bantul dan Gunungkidul sementara ini peneliti belum menemukan peraturan yang secara eksplisit mengatur bagaimana aspek non-fisik di pasar semestinya dikembangkan. Di kabupaten itu hanya ditemukan peraturan tentang pengelolaan pasar, yang lebih menonjolkan aspek-aspek pengaturan fisik dan hampir sama sekali tidak menyinggung soal perlindungan dan pengembangan aspek non-fisik, seperti SDM, kelembagaan/paguyuban pedagang, pemberdayaan, termasuk aspek perlindungannya.

### E. Studi Kasus Pasar Sambilegi , Kabupaten Sleman

Lokasi penelitian dilakukan di pasar Sambilegi, Maguwoharjo, Depok, Sleman yang merupakan pasar Kabupaten. Pasar ini merupakan salah satu pasar yang terbaik yang ada di Sleman. Sebagai pasar tradisional, kondisi di sini memang boleh dikatakan

cukup terjaga kebersihannya, sejumlah fasilitas juga tersedia dalam kondisi yang baik. Namun, kondisi ini ternyata tidak berjalan seiringan dengan nasib para pedagang. Sejumlah pedagang mengatakan aktivitas pasar saat ini terasa sepi jika dibandingkan dengan beberapa bulan silam. Sejak bulan Ramadhan sepi, menurut penjual di los penjualan daging saat terjadi FGD penelitian, konsumen malas datang karena lokasi yang tidak strategis dan menyulitkan. Hal yang sama juga dikatakan oleh para pedagang sayuran dan buah-buahan mereka tidak berani stok dagangan banyak-banyak karena takut tidak laku. Penyebab sepi nya pasar salahsatunya sulitnya akses berbalik arah di depan pasar yang selama ini selalu menjadi titik perputaran para pembeli terutama dari arah timur, arah Bandara Adi Sutjipto, telah ditutup sejak bulan puasa lalu.

Penelitian dilakukan menggunakan beberapa narasumber yang meliputi: Paguyuban pedagang pasar; Asosiasi Pedagang Pasar; Koperasi Pasar; Lurah pasar atau UPT dan Dinas Pasar Kabupaten Sleman. Hasil FGD yang dilakukan bersama dengan Paguyuban Pedagang Pasar “Al Mawaddah” yang diketuai bapak Harun Al Rasyid serta anggota Koperasi Pasar (dalam rintisan) “Al Mawaddah” yang diketuai ibu Na’imatul menyatakan bahwa sudah ada peraturan terkait pengembangan pasar, tapi masalahnya apakah peraturan tersebut sudah berjalan atau tidak. Misalnya aturan kuota dan jarak dengan dengan retail modern tapi retail modern tetap menjamur dan pasar rakyat jadi semakin terjepit. Adanya Perda Kabupaten Sleman No.18 tahun 2012 tentang perizinan pusat perbelanjaan dan pasar modern juga Perda Kabupaten Sleman Nomor 17 Tahun 2012 tentang Pengelolaan Pasar Kabupaten selain itu Perbup Nomor 11 tahun 2015 tentang kriteria pasar rakyat termasuk perangkat regulasi yang ada di Sleman, namun implementasi regulasi ini masih sangat lemah.

Bahkan dalam Keputusan Bupati Sleman No.97/97/Kep.KDH/A/2012 pasar Sambilegi ini termasuk dalam kelas B dengan hari pasaran harian baik los luaran ataupun los dalam, selain itu pasar Sambilegi pernah memperoleh banyak penghargaan pasar terkait dengan pasar bersih dan sehat bahkan pasar percontohan nasional. Beberapa kali ada kunjungan beberapa pengelola pasar rakyat dari berbagai daerah di Indonesia melakukan *benchmark*. Akan tetapi masih ada kelemahan *maintenance* kondisi pasar rakyat ini.

Implementasi regulasi di wilayah Sleman sudah ada namun setiap kali pedagang mendesak penegakan aturan kuota dan jarak, alasan yang paling sering dipakai pemerintah adalah mereka harus menunggu masa berakhirnya kontrak. Namun tidak ada yang menjamin berapa lama masa kontrak itu ada dan jaminan tidak ada perpanjangan kontrak. Kondisi lain yang berhasil diperoleh dari FGD adalah bahwa terkesan tidak ada aturan tentang harga dan komoditi, sehingga pasar rakyat semakin berat untuk bersaing karena retail modern juga menjual barang yang sama termasuk bahan mentah dan mampu menjualnya dengan yang lebih murah karena rantai distribusi yang lebih pendek. Hal yang bisa dilakukan pedagang saat ini yaitu mencari cara untuk bertahan daripada berharap pada pemerintah. Jika berdiam diri maka pasar ini tidak akan bertahan lama apalagi letak pasar seperti ini yang wilayahnya sudah dipenuhi retail modern.

Penyusunan Rencana Pengembangan Pasar sudah dibuat namun yang lebih penting adalah pelaksanaan dokumen rencana tersebut jika suatu hari benar-benar tersusun. Pedagang memerlukan peraturan yang dapat mengangkat kembali derajat pedagang di pasarnya sendiri dan peraturan yang dapat melindungi pasar rakyat dari jaringan retail modern. Yang lebih penting lagi, peraturan perlindungan itu benar-benar ditegakkan.



Terkait dengan tata pengelolaan pasar pedagang lebih memilih untuk melakukan upaya mandiri karena pedagang cenderung tidak memiliki kekuatan mengambil keputusan terkait pasarnya sendiri misal masalah harga, *layout* pasar dan sebagainya, sebagian pedagang banyak yang akhirnya pasrah saja selama masih bisa berjualan. Peran pemerintah tidak begitu dirasakan oleh pedagang kecuali ketika harus membayar retribusi dan pengajuan proposal. Setiap pengajuan proposalpun pedagang pasar terutama pengurus paguyuban tidak lagi berharap banyak, karena pedagang pasar paling cepat baru mendapat jawaban 6 bulan berikutnya atau tidak dijawab sama sekali. Upaya pendidikan bagi pedagang yang menggunakan wadah perkumpulan/koperasi pasar justru lebih banyak datang dari luar pemerintah misal dari perguruan tinggi yang melakukan pembinaan atau penelitian di pasar Sambilegi.

Pedagang pasar Sambilegi sudah terlibat dan berpartisipasi dalam pengelolaan pasar melalui paguyuban dengan mengambil alih pengelolaan beberapa fasilitas pasar misal listrik dan air. Dengan begitu paguyuban juga bisa mendapat penghasilan tambahan. Dana tersebut digunakan untuk keperluan pedagang supaya tidak perlu lagi selalu meminta dana dari pemerintah. Semua upaya ini dilakukan atas inisiatif mandiri pedagang. Berkaitan dengan APBPasar jika memang hal itu terbaik bagi pasar tentu saja harus diadakan. Selama ini pedagang hanya tahu bahwa hasil retribusi dikumpulkan di Dinas/Pemda lalu didistribusikan dananya untuk pasar-pasar yang membutuhkan. Jadi retribusi memang tidak selalu kembali utuh pada pasar yang bersangkutan karena memakai prinsip subsidi silang.

Pedagang-pedagang pasar yang ada di Kabupaten Sleman belum memiliki jaringan kerjasama yang berarti antar pedagang pasar lain atau organisasi di luar pedagang. Hingga saat ini paguyuban dari berbagai pasar juga tidak memiliki program kerja

yang pasti. Transfer ilmu juga tidak berjalan karena pemahaman tentang paguyuban masih sebatas pada besarnya peluang subsidi. Jika sudah berkumpul tapi tetap tidak mendapat subsidi maka berorganisasi antar pasar apalagi dengan organisasi luar pasar semakin dianggap tidak penting. Sinergi yang dilakukan dengan retail lokal pernah diwacanakan namun jika tetap menggunakan pembayaran jatuh tempo yang biasanya diterapkan retail lokal dianggap akan memberatkan pedagang pasar. Sistem jatuh tempo memerlukan kemampuan modal yang kuat dan pedagang tidak memiliki hal tersebut. Sinergi dengan retail lokal sangat mungkin dilakukan terutama jika pasar diposisikan sebagai distributor. Namun terdapat kendala dalam pembayaran secara tunai karena menggunakan sistem jatuh tempo pedagang masih tidak mampu.

Faktor teknologi dan informasi masih sangat dibutuhkan di pasar Sambilegi karena hingga saat ini pasar masih dijalankan secara manual. Sampai kapanpun teknologi selalu diperlukan karena berguna untuk banyak hal misalnya akses bagi pedagang untuk mengetahui perkembangan harga pasar. Paguyuban pernah merencanakan untuk memasang televisi atau informasi *online* dalam memantau perkembangan harga pasar, namun tidak jadi dilakukan karena para pedagang khawatir nanti pedagang justru lebih sibuk menonton televisi daripada berjualan. Pendidikan bagi pedagang pasar dilakukan melalui sekolah pasar juga sangat berguna untuk terus memberikan ilmu tepat guna pada para pedagang.

Para pedagang di Pasar Sambilegi semakin banyak yang mengeluhkan pasarnya semakin sepi. Ditambah lagi dengan rencana pemindahan bandara, maka kemungkinan berkurangnya pelanggan semakin besar. Sebagian dari pedagang di pasar ini terutama penjual bahan-bahan mentah masih mengandalkan pesanan dari hotel dan rumah makan yang di daerah ini hidup

karena keberadaan bandara, termasuk rumah makan yang ada di bandara itu sendiri. Jika bandara benar-benar pindah ketakutan akan kehilangan pembeli grosir semakin besar. Harapan pedagang yang tersisa adalah pedagang individu. Untuk itu pedagang harus berusaha menjaga pelanggan lama untuk tidak ikut berpindah tempatnya untuk belanja. Salah satu cara yang terpikirkan adalah melakukan kegiatan-kegiatan yang mendekatkan antara pedagang dengan konsumen misalnya melalui wisata bersama atau suatu hari mengajak konsumen untuk ikut menjadi anggota koperasi. Inisiatif pedagang pasar ini merupakan kreativitas yang bisa membuat eksistensi pasar tetap berjalan.

Tabel 6 Matrik Masalah dan Solusi yang diharapkan di Pasar Sambilegi, Sleman<sup>6</sup>

Permasalahan	Upaya yang sudah dilakukan dan Solusi yang diharapkan
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aktivitas pasar saat ini terasa sepi jika dibandingkan dengan beberapa bulan silam, diduga salahsatunya sulitnya akses berbalik arah di depan pasar yang selama ini selalu menjadi titik perputaran para pembeli terutama dari arah timur, arah Bandara Adi Sutjipto.</li> <li>2. Pedagang-pedagang pasar yang ada di Kabupaten Sleman belum memiliki jaringan kerjasama yang berarti antar pedagang pasar lain atau organisasi di luar pedagang. Hingga saat ini paguyuban dari berbagai pasar juga tidak memiliki program kerja yang pasti.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemerintah Sleman sudah melakukan moratorium berkaitan dengan ijin retail modern dimulai sejak tahun 2016. Sedangkan dalam pengelolaan pasar kabupaten, pasar desa dan pasar swasta serta pasar yang dikelola koperasi adalah sama, dengan melakukan pembinaan dan pemantauan. Pengaturan yang dulu dilakukan meliputi pembagian wilayah berkaitan dengan jarak retail modern sekarang lebih pada jam buka retail modern.</li> <li>2. Pemerintah berupaya memajukan pendidikan dan memaksimalkan peran pedagang pasar dengan melakukan pembentukan paguyuban. Pasar Sambilegi memiliki dua organisasi pasar yaitu komisiariat Asosiasi Pedagang Pasar Seluruh Indonesia (APPSI) dan paguyuban, selain itu dirintis adanya Koperasi pasar.</li> <li>3. Berkaitan dengan pembangunan pasar dilakukan program</li> </ol>

<sup>6</sup> Sumber: Data primer, diolah (2016)

Permasalahan	Upaya yang sudah dilakukan dan Solusi yang diharapkan
	pembangunan fisik (revitalisasi) namun revitalisasi baru sebatas perbaikan fisik pasar. Sementara pembangunan non fisik hanya mengandalkan program yang ada di Dinas Pasar atau pemerintah pusat. 4. Promosi yang dilakukan menggunakan media massa, undian belanja, audio radio, audio visual. Bahkan untuk pasar rakyat ada <i>award</i> bagi pasar yang terkait dengan kebersihan.

Pemerintah daerah Kabupaten Sleman secara terpisah dalam wawancara memiliki keinginan lebih komprehensif berkaitan dengan permasalahan dan solusi pasar rakyat supaya dapat digunakan sebagai pedoman. Saat ini sudah ada moratorium berkaitan dengan izin retail modern dimulai sejak tahun 2016. Peran pemerintah dalam pengelolaan pasar kabupaten, pasar desa dan pasar swasta serta pasar yang dikelola koperasi adalah sama, dengan melakukan pembinaan dan pemantauan. Pengaturan yang dulu dilakukan meliputi pembagian wilayah berkaitan dengan jarak retail modern, tapi sekarang lebih pada jam buka retail modern. Misalnya jam buka pasar rakyat bisa lebih pagi sebelum pukul 10.00 WIB sehingga retail modern jam buka diatur sesudah pukul 10.00.

Upaya lain yang dilakukan pemerintah daerah adalah dengan memajukan pendidikan dan memaksimalkan peran pedagang pasar dengan melakukan pembentukan paguyuban. Pasar Sambilegi memiliki dua organisasi pasar yaitu komisiariat Asosiasi Pedagang Pasar Seluruh Indonesia (APPSI) dan paguyuban, selain itu dirintis adanya Koperasi pasar, tapi kendalanya adalah faktor SDM. Salahsatunya kendala adalah kualitas SDM pasar, sementara mereka belum siap. Rintisan koperasi dilakukan sejak 2 tahun

yang lalu di Sambilegi tapi memang tidak ada kewajiban membentuk koperasi pasar di Sleman, sehingga tergantung kemauan SDM. Selain itu dilakukan inisiasi untuk proses kulakan bisa digabung sehingga harganya lebih murah.

Upaya meningkatkan keterlibatan organisasi pasar dalam pengembangan pasar dilakukan sebatas sosialisasi bahkan kadang-kadang pasar hanya jadi objek. Berkaitan dengan pembangunan pasar dilakukan program pembangunan fisik (revitalisasi) namun revitalisasi baru sebatas perbaikan fisik pasar. Sementara pembangunan non fisik hanya mengandalkan program yang ada di Dinas Pasar atau pemerintah pusat. Padahal ada obsesi dari Dinas Pasar Sleman yaitu pasar rakyat yang bersih ada keterlibatan pedagang, ada rasa *handarbeni* sehingga berkembang. Saat ini pedagang hanya berfikir jangka pendek hanya sekedar jualan, bagaimana meng-*appeal* mereka bahwa itu kepentingan bersama. Perda pasar rakyat sudah ada dan dijelaskan, misalnya, adanya kewajiban pedagang membersihkan setiap los, tapi tidak ada *punishment*. Pedagang akan memperoleh *punishment* saat diketahui ada pedagang yang jual barang terlarang.

Adanya sekolah pasar perlu pengawalan pasca selesai sekolah, bagaimana monitoring pasca sekolah apakah diperlukan evaluasi untuk bisa naik tingkat atau naik kelas. Namun untuk mengubah *mindset* pedagang memang masih sangat sulit. Perubahan ada tapi belum seperti yang diharapkan. Misalnya yang terjadi di Pasar Kebon Agung lebih baik lapaknya, awalnya ditata tapi setelah 2-3 bulan akan kembali lagi. Lurah pasar yang bertugas sebagai *controller* kurang teliti dan cermat hanya sebagai administratif karena lurah memiliki tanggungjawab 3-4 pasar, sehingga mereka melakukan kontrol setiap 5 hari sekali. Organisasi pedagang pasar (paguyuban dan koperasi) ikut terlibat, misal dalam kegiatan penataan, pendataan.

Terkait dengan pembuatan RAPB pasar tidak bisa dilakukan karena pasar tidak sama dengan SKPD sehingga bukan model APBPasar, tapi hanya sebatas mengusulkan disetujui tidaknya akan dilihat didalam DPA. Pendapatan pasar selama ini semuanya langsung masuk ke kas daerah, retribusi, MCK, penyewaan, parkir. Sementara terkait dengan adanya usulan perbaikan kerusakan-kerusakan di pasar atau masalah lainnya akan diusulkan lebih dulu ke pemerintah daerah dan minimal 1 tahun baru realisasi.

Promosi yang dilakukan pemerintah daerah menggunakan media massa, undian belanja, audio radio, audio visual. Bahkan untuk pasar rakyat ada *award* bagi pasar yang terkait dengan kebersihan. Obsesi lain atas pasar rakyat adalah tingkat kebersihan dan tidak kumuh, tidak bau sehingga ada pengelolaan sampah pasar dengan baik, pedagang sayur dan bahan basah harus lebih diberikan kesadaran untuk itu. Pemilihan saluran pemasaran pasar rakyat atau pemilihan ikon lebih ke ikon komoditas (produk), misalnya pasar bebek goreng yang sudah banyak dikenal, komoditas salak pondoh yang ada di Tempel, pasar komoditas welut yang ada di Godean. Rintisan jaringan *networking* sudah dilakukan dengan organisasi lain, akan dilakukan kerjasama dengan kelompok-kelompok tani meskipun sampai saat ini belum bisa direalisasikan. Kelompok tani asosiasi pedagang salak di Tempel, asosiasi UMKM kerajinan yang ada di Monjali, juga yang ada pasar prambanan direncanakan memiliki ciri khas masing-masing pasar. Kerjasama antar pasar dengan pasar lain secara formal belum ada paling lebih pada informal, misalnya tukar menukar informasi. Pemerintah belum melakukan standarisasi harga satu pasar, padahal kondisi menunjukkan harga yang semakin mahal saat komoditi masuk ke pasar rakyat. Misalnya beras Seyegan dari petani masih berputar distribusinya kemana mana baru masuk pasar Sleman lagi. Kondisi demikian ada upaya

pemerintah untuk melakukan pemotongan mata rantai (*supply chain*) dari kelompok tani langsung masuk pasar, sehingga harga yang ada di pasar rakyat lebih murah. Masih lemahnya koordinasi antar SKPD seperti Dinas perdagangan dan Dinas pasar, secara teknis pasar ada dibawah koordinasi dengan Dinas perdagangan berkaitan harga sehingga pasar punya *bargaining position* kuat. Ironisnya Presiden menyampaikan bahwa ada wacana dari menteri perdagangan bahwa dinas pasar akan dihilangkan.

Permasalahan klasik yang ada dipasar lebih pada kepentingan organisasi dan pribadi. Sehingga kepentingan untuk pasar sendiri tidak terjangkau oleh pedagang dan warga pasar lain. Evaluasi yang dilakukan setiap akhir tahun digunakan untuk memunculkan kegiatan baru periode berikutnya sebagai salah satu solusi. Misalnya pengadaan manajer pemasaran belut muncul sesudah ada permasalahan yang ada dilapangan. Namun kendalanya dari pola pedagang sendiri, sudah ada manajer ada harga pokok tapi ternyata tetap masih ada *barrier* dari pedagang.

Akhirnya hal yang paling bermasalah terkait dengan perkembangan pasar rakyat yaitu pertumbuhan pesat retail modern. Pasar rakyat terdesak dengan persaingan harga yang ada dengan harga di retail modern. Retail modern bisa sesukanya memasang harga sedangkan pedagang pasar harus memasang harga di atas mereka. Seperti telur, harga di *lotte mart* bisa seharga Rp17.000 atau Rp18.000 sedangkan pasokan yang masuk ke pasar sudah seharga Rp18.000 sehingga otomatis harga yang dipasang pedagang pasar menjadi lebih tinggi daripada di retail modern. Oleh karena itu, harusnya didorong pembentukan koperasi pedagang sebagai salahsatu usaha di pasar sehingga pedagang bisa mematok harga yang lebih bersaing atau bahkan lebih rendah daripada retail modern.

Pedagang tidak terlalu mengetahui ada atau tidaknya Rencana Pengembangan Pasar, karena biasanya pedagang menerima sosialisasi peraturan sehingga tidak bisa berbuat apa-apa lagi selain mengikuti peraturan yang sudah terbentuk. Peraturan yang mutlak biasanya tentang retribusi walaupun pedagang cenderung tidak begitu tahu alokasinya untuk apa. Sebagai pedagang mereka berharap diajak dalam proses pembentukan peraturan supaya kepentingan dan usulan pedagang terakomodasi. Ada beberapa peraturan yang diperlukan oleh pasar rakyat antara lain peraturan yang dapat mendorong daya saing, memfasilitasi pedagang agar menjual harga yang lebih rendah, menghentikan laju pertumbuhan pasar rakyat dan transparansi alokasi dana retribusi. Peraturan pasar tentang rentenir, koperasi, paguyuban, produk, harga, aset, dan pendidikan pedagang juga perlu disusun pemerintah.

Peran pemerintah dalam pengelolaan dan pengembangan pasar yang paling dirasakan adalah sosialisasi peraturan dan pelatihan yang beberapa kali diadakan di pasar. Dalam hal memajukan pendidikan dan koperasi juga tidak terlalu terasa dari pemerintah karena paling intens mendampingi justru pihak di luar pemerintah. Hingga saat ini, tata kelola pasar rakyat masih sangat didominasi oleh pemerintah namun pedagang pasar merasa bahwa ketergantungan pada pemerintah tidak akan membawa pasar terutama pedagangnya ke mana-mana. Untuk itu pedagang melalui organisasi yang ada sebaiknya mengambil langkah-langkah mandiri. Misalnya dari sisi koperasi, karena terganjal peraturan peminjaman modal ke pemerintah daerah, maka koperasi mengajukan sendiri peminjaman ke bank supaya koperasi pasar masih bisa terus berjalan.

Secara umum pedagang menyatakan belum ada kerjasama dengan organisasi lainnya. Walaupun terjalin jaringan, masih lebih pada kegiatan silaturahmi seperti yang terjadi di pertemuan



dengan sesama APPSI pasar lainnya. Masalah yang muncul dengan tidak adanya kerjasama dengan organisasi lain baik sesama pasar maupun di luar pasar, mungkin terjadinya harga jual di pasar rakyat yang tinggi karena tidak ada kerjasama pemutusan rantai distribusi yang panjang. Kerjasama yang dibutuhkan yang dapat meningkatkan daya saing pasar baik dalam kerjasama distribusi barang dan ilmu pengetahuan/pelatihan. Pasar rakyat tidak bermasalah dengan retail lokal selama harganya tidak mematikan pasar rakyat. Bahkan sinergi dengan retail lokal justru sangat memungkinkan meringankan beban pedagang pasar misalnya dalam masalah besarnya biaya kirim/angkut barang jualan dan juga kerjasama masalah pergudangan. Mungkin akibat yang paling dirasakan yaitu cukup susah untuk menggerakkan pedagang terkait isu-isu yang sebenarnya berhubungan langsung dengan mereka. Jadi lebih pada proses penyadaran yang sangat jarang. Segala bentuk ilmu pengetahuan dan teknologi tentu berguna di pasar. Namun pengetahuan yang paling berguna dan bermanfaat langsung ke pedagang mungkin tentang pencatatan keuangan.

Kegiatan pendidikan pedagang sangat diperlukan di pasar seperti sekolah pasar. Akan tetapi akan lebih baik jika pendidikan juga dilakukan merata di seluruh pasar rakyat jangan hanya selalu di Pasar Sambilegi. Koperasi sedang mengusahakan pelaksanaan kulakan bersama supaya pedagang bisa mendapatkan harga lebih murah. Akan tetapi pedagang memerlukan bantuan konsep yang matang dan pendampingan dari pihak luar.

#### **F. Studi Kasus Retail Lokal**

Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) sedang melakukan revisi aturan Daftar Negatif Investasi (DNI), mereka menampung 456 usulan revisi terhadap 222 bidang usaha yang ada

di Indonesia. Mayoritas usulan adalah membuka lebar sebagian besar bidang usaha bagi pemodal asing. Misalnya: aksi yang dilakukan Kamar Dagang dan Industri Uni Eropa dan Korea Selatan dan Kedutaan Amerika mereka mengusulkan investor asing bisa menguasai 100% perusahaan retail di Indonesia. Tiga negara itu menyatakan revisi DNI industri retail memudahkan masuknya pebisnis retail mereka. Mereka juga mengklaim kebebasan investasi asing di sektor retail bisa meningkatkan pelayanan menjadi lebih baik, menguntungkan konsumen, dan meningkatkan persaingan usaha. Usulan membuka bisnis minimarket untuk asing pernah mengemuka pada pembahasan revisi DNI sebelumnya. Padahal Perpres No.39/2014 tentang DNI sudah menetapkan bisnis ini tidak dibuka untuk asing dengan pertimbangan serbuan peretail asing bisa merusak pasar tradisional. Bisnis Retail merupakan keseluruhan aktivitas bisnis yang terkait dengan penjualan dan pemberian layanan kepada masyarakat sebagai pelaku konsumen untuk penggunaan yang sifatnya individu sebagai pribadi maupun keluarga. Keberhasilan retail yang kompetitif mengharuskan pelaku mampu menawarkan produk yang tepat, dengan harga, waktu dan tempat yang tepat pula. Oleh karena itu pemahaman pelaku retail terhadap karakteristik target pasar atau konsumen yang akan dilayani merupakan hal yang sangat penting. Dalam operasionalnya pelaku retail menjalankan beberapa fungsi antara lain membantu konsumen dalam menyediakan berbagai produk dan jasa. Menjalankan fungsi memecah maupun menambah nilai produk, secara keseluruhan pengelola bisnis retail membutuhkan implementasi fungsi-fungsi manajemen secara terintegrasi baik fungsi keuangan, pemasaran, sumberdaya manusia, maupun operasional, sehingga pelaku retail memiliki pemahaman penuh tentang lingkup bisnis retailnya, strategi pengembangan dan

manajemen bisnisnya. Saat ini sudah banyak retail besar tumbuh di Yogyakarta, hal ini tentu membawa pengaruh besar bagi bisnis retail lokal di sekitar kita dan bisa berdampak negatif.

Beberapa yang membedakan retail lokal dan modern adalah sebagai berikut.

1. **Harga barang**, barang dagangan yang dijual di retail lokal dan modern memiliki perbedaan harga yang cukup signifikan. Harga suatu barang retail lokal bahkan bisa sepertiga dari harga barang yang sama yang dijual di supermarket, terutama untuk produk-produk segar seperti sayur-mayur serta bumbu-bumbu dapur seperti bawang merah, bawang putih, jahe, lengkuas, merica, cabai merah, cabai rawit, dan lain sebagainya. Karena retail lokal memiliki keterbatasan pengambilan (kulakan) sehingga harga kalah bersaing dengan toko retail modern dalam menjualnya. Bahkan di lapangan ditemukan retail lokal kulakan ke retail modern, karena harga lebih murah bila dibandingkan kulakan ke agen yang menyediakan barang yang sama, hal semacam ini dikarenakan toko retail modern bisa mendapatkan program khusus dengan pengambilan partai besar dengan mendapatkan bonus sehingga bisa menjual dengan harga yang lebih murah. Fakta lain adanya barang tertentu yang murah ditemui oleh retail lokal sering kali didapat dari informasi retail modern. Selain itu adanya kepastian jika menyuplai retail modern lebih mendapatkan kepastian dalam pembayaran karena adanya MOU, sementara bila menyuplai retail lokal sering menemui kendala dalam pembayaran yang suka minta waktu pembayaran diundur karena alasan barang belum habis terjual.

2. **Diskon**, ada sejumlah retail modern sering memberikan berbagai penawaran yang menggiurkan. Akan tetapi, perlu diperhatikan apakah hal tersebut merupakan rayuan terselubung (*gimmick*) agar pembeli bersikap lebih konsumtif. Tak jarang, orang menjadi lapar mata ketika berbelanja di supermarket dan tergoda membeli barang-barang yang tidak mereka butuhkan.
3. **Kenyamanan berbelanja**, berbelanja di retail modern memang jauh lebih nyaman ketimbang berbelanja di lokal. Berbagai supermarket memiliki area yang lebih luas, bersih, rapi dan dilengkapi dengan pendingin ruangan, sedangkan retail lokal menempati area yang lebih sempit, sumpek, sesak. Meskipun saat ini ada trend retail lokal melakukan hal yang sama.
4. **Kesegaran produk** seperti daging, ikan, sayur-mayur, telur, dan lain sebagainya biasanya retail lokal menyajikan produk yang jauh lebih segar ketimbang supermarket, karena belum ditambahkan zat pengawet. Logikanya, pedagang di lokal memiliki dana yang cukup terbatas sehingga hanya mampu membeli pasokan barang dengan jumlah tidak terlalu banyak. Dengan demikian, produk-produk yang dijual pun lebih terjaga kesegarannya.
5. Retail lokal mendukung petani lokal karena retail tidak hanya melayani usaha tani besar tetapi juga untuk petani kecil. Beberapa dari mereka bahkan memprioritaskan petani skala kecil. Akibatnya, hal ini membantu meningkatkan kehidupan mereka dan mengembangkan persaingan yang sehat dalam negara mereka.
6. Retail lokal ada interaksi sosial dengan pembeli, cara ini sangat bermanfaat terutama ada interaksi untuk bertukar tips dan bagaimana mereka dapat membantu warung dan

industri menjadi lebih baik baik untuk penjual dan pembeli. Hubungan bahan bakar yang kuat yang juga membantu bisnis mereka berhasil dalam jangka panjang.

Tabel 7 Matrik Masalah dan Solusi yang diharapkan di Retail Lokal DIY<sup>7</sup>

Permasalahan	Upaya yang sudah dilakukan dan Solusi yang diharapkan
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adanya aturan retail, namun aplikasi dilapangan tidak ditegakkan dengan baik. Perda/perbup yang ada hanya mengatur mengenai definisi retail lokal dengan retail modern, namun tidak menjelaskan regulasi dari indikator mengapa suatu retail disebut lokal atau modern.</li> <li>2. Masih lemahnya pemahaman sistem manfaat jaringan di antara pengusaha retail lokal. Padahal sistem harus terbentuk mapan jika memang ingin melakukan kerjasama jaringan antar retail lokal dengan serius.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Seharusnya pemerintah mengatur keberadaan retail lokal dengan retail modern agar bersaing sehat dan ada pembinaan serta bantuan untuk retail lokal.</li> <li>2. Sebisa mungkin ada aturan yang membuat pengusaha retail memiliki asosiasi kuat. Hal ini bertujuan agar penerapan peraturan yang lain dapat lebih optimal.</li> <li>3. Upaya yang seharusnya dilakukan retail lokal adalah dengan membentuk sistem kerja jaringan yang memadai sesama retail lokal. Jika ada jaringan yang kuat diantara pedagang retail lokal lebih menambah kekuatan berkembang.</li> </ol>

Terkait aturan retail terdapat aturan yang sudah baik, namun aplikasi di lapangan tidak ditegakkan dengan baik. Meskipun di beberapa daerah belum semuanya ada asosiasi retail lokal seperti yang ada di Gunungkidul. Regulasi retail lokal di Bantul ada Perbup No. 35 tahun 2013 tentang penyelenggaraan izin usaha toko modern yang justru dianggap menghambat perkembangan retail lokal, karena terdapat definisi mengenai retail lokal dan retail modern yang tidak sesuai. Retail lokal tidak boleh menggunakan teknologi (komputer) dan bagi retail lokal yang menggunakan komputer maka akan dianggap sebagai retail modern, sehingga

<sup>7</sup> Sumber; Data primer, diolah (2016)

akan dikenakan pajak yang sama dengan retail modern berjejaring nasional. Hal ini yang kemudian memberatkan para pelaku retail lokal. Hingga saat ini belum ada rencana pengembangan mengenai retail lokal oleh pemerintah. Pengembangan bagi retail lokal yang ingin memperbesar usahanya terkendala dengan adanya Perbup Bantul No. 35 tahun 2013, sehingga para pelaku retail lokal meminta perubahan pendefinisian retail lokal dan modern, jangan menyamaratakan retail lokal dengan retail modern berjejaring nasional karena dianggap menghambat perkembangan retail lokal.

Masalah yang terjadi selain adanya PerBup Bantul No. 35 tahun 2013, yaitu penerapan Perda di lapangan tidak terjadi dengan baik, karena di lapangan dalam 1 km terdapat 3 tempat toko retail modern, bahkan tidak sampai 300 meter ada toko retail modern berdiri di sekitar pasar. Padahal seharusnya jarak antar toko retail di dalam Perda adalah sejauh 3 km. Pengembangan retail lokal belum ada sama sekali dan belum ada perda yang mengatur, seperti misalnya pelatihan. Perda hanya mengatur jarak antar retail sejauh 3 km dan jika diterapkan akan membantu perkembangan retail lokal. Dengan masuknya toko retail modern berjejaring nasional merupakan langkah tidak mendukung dari pemerintah kepada toko retail lokal.

Regulasi yang tidak jelas dan menyusahkan pengusaha retail lokal, misalnya terkait perizinan sulit didapat sampai bertahun tidak selesai juga. Dulu di wilayah Sleman membuka swalayan (lokal) bisa dalam 1-2 hari namun semenjak ada retail nasional, ketentuan juga diubah dan retail lokal juga harus mengikuti aturan tersebut. Tuntunan terhadap retail nasional dan retail lokal dalam regulasi disamakan padahal kemampuan berbeda. Retail nasional mampu memperkerjakan orang khusus untuk mengurus perizinan sehingga hal itu tidak terlalu masalah bagi retail nasional, sedangkan kemampuan tersebut tidak dimiliki oleh retail lokal.

Jika retail lokal yang jumlah dan kualitas SDM-nya terbatas disuruh fokus mengurus perizinan maka yang terjadi toko terbengkalai. Padahal pengusaha retail lokal perlu berjualan setiap hari untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Retail juga diberatkan dengan regulasi pajak yang sebenarnya cukup berat untuk dipenuhi retail lokal apalagi yang masih berupa retail lokal kecil. Rencana pengembangan retail lokal sulit tersusun karena secara sistem harus matang dan mampu menyaingi kemampuan retail nasional. Misalnya dalam perencanaan sistem gudang dan distribusi. Sesama pengusaha retail lokal masih banyak yang sudah diajak berpikir sistem seperti ini. Tidak ada keberpihakan Pemerintah Daerah kepada Pengusaha lokal yang punya toko. Aturannya tidak melindungi retail lokal. Retail lokal di Kulon Progo sangat mengkhawatirkan karena ada monopoli dan persaingan dengan Alfamart, Indomart dan Tomira yang pada prinsipnya masih dipertanyakan. Dari segi penampilan toko lokal seharusnya bisa bersaing. Sebelumnya toko lokal masih jaya namun setelah ada kebijakan dan masuknya “*mart-mart*” toko lokal ditinggalkan, bahkan untuk supplier juga lebih mengutamakan toko-toko berjejaring.

Perda yang ada hanya mengatur mengenai definisi retail lokal dengan retail modern, namun tidak menjelaskan regulasi dari indikator mengapa suatu retail disebut lokal atau modern, sehingga peran pemerintah tersebut tidak mengatasi persoalan yang ada dan belum terdapat perencanaan dalam memajukan perkumpulan retail lokal di Bantul. Pemerintah tidak memiliki peran yang cukup mendukung untuk meningkatkan peran dan pangsa pasar retail lokal. Pemda Bantul sudah semestinya meningkatkan toko retail lokal dengan memberikan pelatihan manajemen dan pemberian modal lunak serta memberikan fasilitas promosi. Upaya yang dilakukan adalah melakukan audiensi

kepada dewan namun belum menuai hasil. Selain itu menyelenggarakan kegiatan internal untuk meningkatkan kualitas retail lokal, misalnya “pesantren entrepreneur” untuk membuat jaringan selain itu dengan kegiatan arisan rutin melalui pengumpulan anggota. Secara teknologi mengupayakan penggunaan gondola dan komputer untuk modernisasi retail.

Harapan retailer lokal terkait dengan perubahan regulasi, regulasi yang baru sebaiknya tidak memberatkan pedagang lokal, karena saat ini kebutuhan peraturan mengenai retail lokal adalah mengenai redefinisi peraturan antara retail lokal dengan retail modern, selain itu melarang pemberian izin kepada retail modern berjejaring di daerah. Atau dengan membatasi dan menegakkan mengenai jarak antara pasar, retail lokal, dan retail modern sejauh jarak 3000 meter. Solusi yang diharapkan lainnya ada pembinaan oleh pemerintah supaya retail lokal lebih kompetitif dalam banyak hal. Seharusnya pemerintah mengatur retail lokal dengan retail modern agar bersaing dengan sehat dan ada pembinaan serta bantuan untuk retail lokal. Juga terbentuknya jaringan yang bagus di antara pedagang retail lokal sehingga lebih mempunyai kekuatan untuk tumbuh berkembang serta terbentuknya jaringan yang bagus di antara pedagang retail lokal sehingga lebih mempunyai kekuatan untuk tumbuh berkembang. Sebisa mungkin ada aturan yang membuat pengusaha retail memiliki asosiasi kuat. Hal ini bertujuan agar penerapan peraturan yang lain dapat lebih optimal. Keberadaan organisasi selama ini terbukti dapat lebih mengatur unsur unsur di dalamnya dibanding saat unsur di dalam organisasi tersebut bergerak sendiri sendiri. Akan tetapi dapat juga terjadi, adanya asosiasi atau jaringan pedagang retail, namun tidak begitu terekspos ke khalayak umum tentang keberadaan mereka.

Upaya yang dilakukan retail lokal ke depan terkait regulasi adalah bersama-sama dokumen seperti Rencana Pengembangan



Retail Lokal namun praktiknya tidak semudah itu karena pandangan sesama pengusaha retail lokal masih sulit untuk disinergikan. Misalnya: masalah pergudangan, tidak semua pengusaha retail dapat berpikir sampai ke masalah pergudangan. Hal ini berbeda dengan konsep pengembangan retail nasional yang sampai sistem distribusi dan pergudangan pun telah disiapkan perencanaannya. Beberapa retail lokal di Sleman berusaha untuk membentuk *business center* untuk meneruskan harapan dari lahirnya asosiasi supaya peretail lokal dapat saling mendukung misal dalam hal IT atau kelebihan lain yang dimiliki masing-masing dari retail lokal. Hal-hal seperti ini tidak dapat menunggu dari pemerintah karena harus menunggu sampai kapan. Selain itu berupaya untuk membentuk pusat belajar dan training untuk mengelola toko yang benar. Untuk sementara sudah ada fasilitas tempat pelaksanaan pelatihan dan fasilitas lainnya. Pusat belajar inilah yang nantinya juga akan menjadi jaringan antar pengusaha retail dalam pemenuhan kebutuhan kualitas SDM dan teknologi. Mereka akan membentuk paguyuban retail lokal dan membentuk jaringan atau koperasi distributor.

Terkait tata kelola dan peran pemerintah hampir tidak dirasakan bagi pengusaha retail lokal yang selalu berusaha sendirian. Misalnya saja dalam hal peningkatan kemampuan SDM dan teknologi. Banyak sekali masalah yang terjadi yang harus ditanggung retail lokal karena tidak dapat bersaing dengan retail nasional dalam kemampuan SDM, pengetahuan dan teknologi. Dalam memajukan perkumpulan retail lokal juga tidak ada peran pemerintah. Lagi-lagi harus berjalan mandiri. Asosiasi dianggap ada biasanya ketika ada sosialisasi peraturan yang akhirnya dibutuhkan dan aspirasi dari retail lokal tidak mungkin diakomodasi karena sudah dalam tahap sosialisasi.

Jaringan retail lokal terkait keberadaan asosiasi yang masih sebatas pada seremonial saja. Hanya segelintir yang paham untuk membedakan antara persaingan dengan pentingnya jaringan. Selain itu lemahnya pemahaman sistem di antara pengusaha retail lokal juga rendah. Padahal sistem harus terbentuk mapan jika memang ingin melakukan kerjasama jaringan antar retail lokal dengan serius. Misalnya jika ada keinginan untuk bersama membeli barang jualan, kita harus punya tempat untuk menaruh persediaan barang tersebut. Hal lain yang harus diperhatikan juga adalah pengaturan distribusi yang nantinya akan merembet ke masalah angkutan. Upaya yang seharusnya dilakukan dengan membentuk sistem kerja jaringan yang memadai sesama retail lokal tentu sulit dan butuh waktu lama namun masing-masing dari peretail lokal juga memiliki kepentingan sendiri. Banyak dari pengusaha retail lokal kesulitan mengalokasikan waktu untuk sering berkumpul demi membentuk sistem jaringan ini. Retail lokal sebenarnya selalu terbuka untuk melakukan sinergi dengan pihak manapun terutama dengan pasar rakyat. Namun ada tantangan besar apalagi ketika harus berhadapan dengan retail nasional. Retail lokal dan pasar rakyat sebenarnya memiliki kesamaan dan tumbuh bersama. Bahkan ada beberapa retail lokal yang tadinya pasar namun diubah ke konsep retail lokal. Yang sangat berbeda adalah retail nasional dan cara pertumbuhan mereka dalam mencerdiki regulasi. Misal jika sudah ditutup di satu tempat maka dia akan langsung membuka di tempat lain. Keterkaitan satu dengan retail lokal lain dalam bentuk jaringan yang diinsiasi belum terjalin antar retail lintas wilayah, kecuali dalam wadah SRC (*Sampoerna Retail Community*). Meskipun terdapat asosiasi toko retail di Bantul (ATMB; Asosiasi Toko Modern Bantul) namun itu merupakan asosiasi untuk toko yang besar seperti Pamela dan Amanda, sehingga untuk toko retail lokal

yang kecil belum ada paguyuban, seharusnya ini menjadi peran Pemda untuk memfasilitasinya. Kebutuhan kerjasama dengan retail lain sangat dibutuhkan untuk memperkuat posisi retail lokal, namun hingga saat ini Pemda belum membuat paguyuban retail lokal. Memang terdapat asosiasi yang ada dalam interaksi antar peretail se DIY, namun ini adalah bentukan dari PT. Sampoerna yang disebut dengan SRC (*Sampoerna Retail Community*). Hingga saat ini belum dibutuhkan adanya sinergi antara pasar dengan retail lokal, namun sebenarnya baik jika dilakukan.

Terkait dengan teknologi yang diperlukan untuk pengembangan retail lokal seperti komputerisasi, namun hal ini terganjal dengan adanya PerBup Bantul yang melarang retail lokal menggunakan komputer. Jika retail lokal menggunakan komputer dalam transaksinya, maka akan dianggap sebagai retail modern, sehingga pajak yang dikenakan akan sama dengan retail modern yang telah berjejaring nasional, tentu hal ini memberatkan perilaku retail lokal karena pendapatan yang diterima pasti akan berbeda. Permasalahan yang paling dirasakan retail lokal di Sleman dan secara umum adalah minimnya penguasaan teknologi ketika harus berurusan dengan sistem stok barang. Hingga saat ini masih ada pemikiran bahwa pedagang yang hebat adalah yang dapat mengingat seluruh stok barang tanpa melihat catatan. Padahal itulah yang menyebabkan retail lokal sulit untuk maju karena pedagangnya hanya berkutat pada masalah stok barang, bukan pada pengembangan usaha. SDM berkualitas yang dapat menguasai teknologi dengan cepat juga menjadi kendala karena jarang sekali retail lokal langsung mendapatkan SDM dengan kualitas seperti itu. Untuk itu diperlukan pelatihan minimal 1-2 bulan. Otomatis retail lokal tetap harus memiliki SDM yang sudah ahli untuk menjalankan toko sambil menunggu SDM yang baru dapat menyusul kualitas yang sama.

Asosiasi ritel keadaannya sekarang seperti hidup segan mati tak mau, karena kegiatan hanya sekedar kumpul-kumpul saja. Penyebab utama karena adanya rasa takut di kalangan pedagang ritel lokal jika berkumpul karena banyak yang tidak punya izin. Adanya ketakutan jika fakta tersebut diketahui banyak pihak maka usaha mereka akan ditutup. Selain itu sebagai orang bisnis tentu ada kepentingan dan tanggung jawab namun yang penting usahanya jalan. Jadi susah untuk berjalan bersama di asosiasi.

Secara umum solusi yang diharapkan adalah adanya kehadiran pemerintah yang utamanya berperan mendukung tumbuhnya ritel lokal, jangan dipersulit dengan berbagai aturan perizinan yang berat dan kompleks. Ada keberpihakan yang lebih besar terhadap ritel lokal. Jangan dianggap kemampuannya bisa menyamai ritel nasional supaya nantinya ritel lokal juga dapat menguasai sektor perdagangan lokal di DIY. Selain itu diharapkan ada sistem yang sudah teruji di ritel nasional untuk dibantu bisa diadopsi oleh ritel lokal. Misalnya saja sistem teknologi tepat guna untuk pencatatan dan perencanaan stok barang dagangan, ada bantuan pelatihan rutin untuk SDM ritel lokal selain itu dengan membentuk paguyuban ritel lokal.



## **Bab IV** ..... **Strategi Pengembangan Pasar Rakyat dan Retail Lokal**

Permasalahanan yang dipaparkan di bagian sebelumnya bukan berarti mengabaikan apa yang selama ini sudah dilakukan oleh para pihak dan potensi yang tersedia dalam mengembangkan pasar. Permasalahan yang sebagian adalah masalah klasik yang sudah lama belum terselesaikan tersebut memerlukan perhatian dan penanganan yang lebih sistematis dan struktural. Hal ini karena permasalahan pasar rakyat yang ditemukan dalam studi ini melibatkan relasi kuasa antarpelaku pasar yang memerlukan penataan ulang, bukan sekedar pada bangunan fisik pasar seperti sekarang, melainkan juga pada tata niaga, tata kelola, dan tata organisasi yang mencerminkan daulat rakyat di pasar. Dengan demikian perumusan strategi pengembangan pasar rakyat dalam bagian ini adalah bagaimana memberikan arah dan jalan yang jelas untuk merealisasikan ekonomi kerakyatan di pasar-pasar rakyat di DIY.

Strategi dipaparkan secara khusus berdasarkan hasil studi kasus di tiap-tiap pasar. Hal ini selain karena pendekatan studi ini yang menekankan pada studi kasus juga karena tidak ada rumus

generik yang secara operasional sesuai untuk diterapkan di setiap pasar. Tentu saja kaidah-kaidah dan desain umum bagaimana strategi merealisasikan ekonomi kerakyatan sesuai amanat konstitusi di pasar diperlukan, namun pembahasannya tetap kontekstual sesuai permasalahan dan tahapan pengembangan tiap-tiap pasar.

### **A. Analisis Strategi Pasar Kranggan, Yogyakarta**

Di balik kompleksitas permasalahan di Pasar Kranggan sesungguhnya sudah tersedia beberapa unsur yang dapat dijadikan sebagai kekuatan untuk mengembangkan Pasar Kranggan ke depan. Di Kota Yogyakarta sudah tersedia banyak regulasi yang terkait dengan penataan pasar rakyat. Regulasi yang sudah tersedia ini tentu saja dapat menjadi celah yang dapat dimanfaatkan untuk merealisasikan daulat rakyat di pasar-pasar. Dinas juga sudah memiliki banyak program dan layanan yang dapat dimanfaatkan dan dikembangkan ke depan. Di antaranya adalah adanya even promo pasar rakyat untuk menarik animo masyarakat berbelanja di pasar rakyat. Di samping itu, sudah tersedia pula layanan publikasi dan informasi melalui Radio Pasar, layanan keluhan melalui ASIK Pasar dan adanya sarasehan setiap tahun untuk menampung semua aspirasi dan keluhan pedagang.

Dalam pada itu, tersedia pula layanan permodalan bagi pedagang dengan pola kemitraan dengan lembaga keuangan, serta layanan edukasi bagi para pedagang dan pengurus koperasi pasar. Khusus untuk Pasar Kranggan sudah tersedia dokumen rencana membuat Pasar Kranggan buka 24 jam, dengan dukungan pengelolaan pasar yang holistik oleh Pemerintah Kota Yogyakarta melibatkan SKPD terkait pasar. Di samping itu, terdapat berbagai peluang yang dapat dimanfaatkan oleh para pedagang dalam mengembangkan Pasar Kranggan. Di antaranya adalah tersedia

ruang di dalam pasar bagi pedagang yang berjualan di depan pasar. masih ada antusiasnya pedagang untuk mengikuti Sekolah Pasar, potensi sampah yang dapat didaur ulang, pasar mampu menjadi sarana rekreasi dan pusat wisata belanja di Yogyakarta. Selain itu juga tersedia dana stimulan bagi pasar-pasar di Kota Yogyakarta Rp. 6-8 juta pertahun untuk kegiatan di pasar, serta ada even pasar seperti karnaval dan group WA Makaryo yang dapat menjadi sarana interaksi dan kerjasama antarpasar.

Berbagai unsur yang menjadi kekuatan dan peluang pengembangan Pasar Kranggan tersebut belum sepenuhnya dapat menjawab permasalahan di Pasar Kranggan. Hal ini ditunjukkan dari masih adanya berbagai kelemahan yang dihadapi para pedagang pasar terkait dengan pemahaman yang terbatas perihal regulasi pasar. Di samping itu belum adanya dokumen rencana pengembangan pasar menyebabkan proses perencanaan pasar kurang terbuka. Hal ini berkaitan dengan kelemahan paguyuban yang kemudian tidak dilibatkan dalam pembangunan pasar, posisi tawarnya yang tidak signifikan, dan perannya yang tidak substansial dalam tata kelola pasar. Pada saat yang sama koperasi pasar sebagai wadah penguatan ekonomi pedagang masih memiliki banyak kelemahan, di antaranya ketergantungan yang besar terhadap ketua, usaha koperasi belum berkembang karena keterbatasan SDM, belum ada kerjasama usaha antarkoperasi pasar, dan sistem pembukuan koperasi pasar yang sampai saat ini masih manual. Kelemahan lain yang masih dijumpai di Pasar Kranggan adalah tidak pernah adanya forum yang mempertemukan koperasi, paguyuban, dan pengelola pasar, sistem pencatatan retribusi pasar masih manual, dan belum adanya jaringan distribusi komoditi pasar.

Dalam pada itu, Pasar Kranggan masih menghadapi ancaman masih adanya para pedagang yang berjualan di depan pasar.

Pedagang mengeluh kehilangan pelanggan karena ada pedagang lain yang berjualan di depan pasar tersebut. Mereka menduga adanya oknum di balik pedagang yang masih tetap dapat berjualan di depan pasar sampai dengan sekarang. Di samping itu, ancaman yang belum dapat diatasi sepenuhnya adalah masih banyak praktik rentenir di Pasar Kranggan. Hal ini karena masih lemahnya kelembagaan paguyuban dan koperasi pasar sehingga belum sepenuhnya memecahkan permasalahan keuangan pedagang. Pada saat yang sama ada “paguyuban bayangan” dari satu orang yang menokohkan diri di Pasar Kranggan yang mengancam eksistensi paguyuban pedagang. Ancaman lainnya adalah peraturan zonasi barang dagangan yang di Pasar Kranggan memunculkan persaingan dagang yang tidak sehat.

Tabel 8 Analisis SWOT Pengembangan Pasar Kranggan, Yogyakarta<sup>8</sup>

Kekuatan	Kelemahan
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tersedia banyak peraturan yang terkait penataan pasar rakyat</li> <li>2. Ada sarasehan untuk menampung aspirasi pedagang</li> <li>3. Ada even promo pasar</li> <li>4. Ada dokumen rencana membuat pasar Kranggan buka 24 jam</li> <li>5. Terdapat kemitraan antara paguyuban dengan lembaga keuangan pasar terkait even pasar. Ada kemitraan Dinas Pasar dan perbankan untuk menyediakan pinjaman bagi pedagang</li> <li>6. Terdapat pelatihan bagi pengurus koperasi pasar dari Disperindagkop. Fasilitasi pengelola pasar bagi Dinas Kesehatan, BPPOM, dan BKPD untuk edukasi pedagang</li> <li>7. Pengelolaan publikasi dan informasi melalui Radio Pasar. Pengelolaan keluhan melalui program ASIK Pasar---aduan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemahaman pedagang soal peraturan pasar terbatas</li> <li>2. Belum ada dokumen Rencana Pengembangan Pasar. Proses perencanaan pasar kurang terbuka</li> <li>3. Paguyuban kurang dilibatkan dalam pembangunan pasar. Peran dan posisi tawar paguyuban di tidak signifikan. Paguyuban dan pedagang tidak mengetahui soal pengelolaan pendapatan pasar, pengelola pasar sebatas mengawasi penarikan retribusi pasar. Belum ada kerjasama dengan paguyuban pedagang di pasar lain</li> <li>4. Dinas dan pengelola pasar dinilai kurang responsif terhadap keluhan pedagang</li> <li>5. Koperasi belum berperan dalam perencanaan dan tata kelola pasar. Koperasi pasar tergantung pada ketua. Usaha koperasi belum berkembang karena keterbatasan SDM. Belum ada kerjasama usaha antarkoperasi pasar.</li> </ol>

<sup>8</sup> Sumber: Hasil wawancara dan FGD (diolah), 2016



Kekuatan	Kelemahan
<p>saran informasi keluhan Pasar)</p> <p>8. Pengelolaan pasar dilakukan secara holistik oleh Pemerintah Kota Yogyakarta melalui SKPD nya.</p>	<p>Sistem pembukuan koperasi pasar masih manual</p> <p>6. Tidak pernah ada forum yang mempertemukan koperasi, paguyuban, dan pengelola pasar</p> <p>7. Sistem pencatatan retribusi pasar masih manual</p> <p>8. Belum ada jaringan distribusi komoditi pasar</p>
Peluang	Ancaman
<p>1. Tersedia ruang di dalam pasar bagi pedagang yang berjualan di depan pasar</p> <p>2. Masih ada antusiasmenya pedagang untuk mengikuti Sekolah Pasar</p> <p>3. Potensi sampah yang dapat didaur ulang</p> <p>4. Pasar mampu menjadi sarana rekreasi dan pusat wisata belanja di Yogyakarta</p> <p>5. Ada dana stimulan bagi pasar-pasar di Kota Yogyakarta Rp. 6-8 juta pertahun untuk kegiatan di pasar</p> <p>6. Ada even pasar seperti karnaval dan group WA Makaryo yang dapat menjadi sarana interaksi dan kerjasama antarpasar</p>	<p>1. Pedagang kehilangan pelanggan karena ada yang berjualan di depan pasar. Ada indikasi oknum di balik pedagang yang berjualan di depan pasar</p> <p>2. Masih banyak praktik rentenir di pasar</p> <p>3. Ada “paguyuban bayangan” dari satu orang yang menokohkan diri</p> <p>4. Zonasi memunculkan persaingan dagang yang tidak sehat</p>

Berdasar analisis SWOT di atas maka dapat dilihat bagaimana berbagai kekuatan dan peluang dalam pengembangan pasar Kranggan masih belum selaras dan sejalan. Dengan kata lain masih ada kontradiksi antarberbagai elemen dalam pengembangan pasar Kranggan. Hal ini dapat disebabkan strategi yang digunakan dalam pengembangan pasar rakyat masih bertumpu pada program dan kegiatan umum, sehingga belum dapat memecahkan permasalahan yang bercorak struktural seperti halnya yang terjadi di Pasar Kranggan. Pendekatan dan strategi yang relevan dalam memecahkan permasalahan struktural adalah pendekatan dan

strategi sesuai amanat konsitusi, yaitu pendekatan kelembagaan, yang meliputi segenap aspek penguatan modalitas pasar rakyat, baik modalitas intelektual, institusional, maupun material.

Pendekatan ini bertumpu pada penguatan kelembagaan pasar rakyat tersebut. Oleh karena itu strategi yang dapat ditempuh untuk mengembangkan Pasar Kranggan Kota Yogyakarta ke depan adalah sebagai berikut.

### **1. Penguatan modal intelektual**

- a. Forum-forum pertemuan dan kegiatan pendidikan temporer yang selama ini sudah dilakukan oleh para pedagang dan Dinas Pengelola Pasar dan SKPD terkait perlu ditata ulang dalam sebuah desain pendidikan yang sistematis dan berkelanjutan untuk meningkatkan kapasitas pedagang pasar, seperti yang sudah pernah diselenggarakan di Pasar Kranggan berupa Sekolah Pasar. Untuk itu diperlukan desain kurikulum yang sesuai dengan kebutuhan, penyelesaian permasalahan, dan upaya pengembangan kapasitas dan peranserta pedagang, paguyuban, dan koperasi pasar dalam tata kelola Pasar Kranggan ke depan.
- b. Dalam rangka itu untuk merealisasikan komitmen Kota Yogyakarta sebagai kota pendidikan maka perlu ada dukungan pembiayaan tahunan dari Pemerintah Kota semisal dengan membuat kebijakan 20% retribusi yang dipungut dari pedagang pasar harus dialokasikan untuk membiaya Sekolah Pasar tersebut.

### **2. Penguatan modal institusional**

- a. Penyusunan Rencana Pengembangan Jangka Menengah Pasar (RPJMPas) Kranggan lima tahunan dalam Musyawarah Rencana Pengembangan (Musrenbang) Pasar yang melibatkan paguyuban dan koperasi pasar,

sebagai panduan gerak bersama Pemerintah Daerah, paguyuban, dan koperasi dalam mengembangkan Pasar Kranggan ke depan.

- b. Pengembangan Pasar Kranggan sebagai Pasar Swadaya, yaitu model tata kelola pasar berbasis koperasi melalui perintisan keterlibatan paguyuban dan koperasi pasar dalam tata kelola Pasar Kranggan, baik dalam hal tata kelola keuangan maupun aset/properti pasar. Sebagai langkah awal perlu diselenggarakan Musyawarah Selapanan yang melibatkan lurah/pengelola pasar, pengurus paguyuban, pengurus koperasi pasar, dan para pedagang untuk membahas berbagai permasalahan dan rencana program/kegiatan pasar.
- c. Penyusunan berbagai Peraturan Pasar (Perpas) yang disusun bersama oleh parapihak terkait di Pasar Kranggan yang memuat berbagai kesepakatan dan ketentuan dalam penatakelolaan aset fisik, zonasi, produk dan keuangan untuk mengatasi berbagai permasalahan struktural seperti halnya persaingan tidak sehat, eksploitasi rentenir dan permainan harga barang yang merugikan pedagang.
- d. Revitalisasi paguyuban pedagang pasar melalui aktivasi kepengurusan, pertemuan bulanan, dan pemberian kewenangan dalam mengelola layanan, program, dan kegiatan pasar Kranggan yang disertai pendampingan dan kemitraan dengan Pemerintah Daerah dan Perguruan Tinggi.
- e. Revitalisasi koperasi pasar Kranggan melalui penyegaran kepengurusan, keanggotaan, unit usaha, pembukuan, dan kemitraan strategis dengan lembaga keuangan, paguyuban, dan Perguruan Tinggi.

### 3. Penguatan modal material

- a. Penyusunan Anggaran Pendapatan dan Belanja Pasar (APBPas) setiap tahun agar pedagang pasar Kranggan dapat mengetahui neraca keuangan pasar dari sisi pendapatan retribusi pasar dan alokasi APBD ke Pasar Kranggan. Hal ini perlu ditunjang dengan aplikasi e-retribusi, di mana pedagang pasar tidak lagi membayar retribusi secara manual tetapi menggunakan kartu elektronik.
- b. Aplikasi berbagai teknologi dalam mendukung kelancaran pengelolaan pasar dan pelayanan pedagang pasar Kranggan, di antaranya meliputi teknologi informasi dan komunikasi, pembukuan, pengolahan sampah, dan teknologi yang diaplikasikan dalam fasilitas pasar Kranggan yang diperlukan lainnya.
- c. Pengembangan jejaring dan kerjasama dengan supplier sepertihalnya koperasi tani untuk pengadaan barang secara langsung dan kolektif yang difasilitasi oleh koperasi pasar.
- d. Pengembangan usaha dan layanan simpan pinjam koperasi pasar dengan berbagai jenis/skim tabungan, investasi, dan pembiayaan lainnya. Sekira diperlukan dapat merekrut manajer profesional yang dapat mengelola dan mengembangkan koperasi pasar ke depan agar dapat memenuhi kebutuhan pembiayaan pedagang sekaligus meminimalisasi keberadaan rentenir di pasar Kranggan.
- e. Pemberian kesempatan kepada koperasi pasar untuk ikut mengelola sebagian aset dan properti pasar dengan setoran minimal atau bagi hasil kepada Pemerintah Daerah. Dalam hal ini perlu ada studi kelayakan dan

penyusunan Rencana Bisnis Pengelolaan Aset Pasar yang menjadi rujukan.

## **B. Analisis Strategi Pasar Sentolo, Kulon Progo**

Pasar Sentolo menjadi perhatian dari banyak pihak karena statusnya sebagai pasar percontohan yang sudah dibangun dengan biaya yang cukup besar. Di samping masih menghadapi berbagai permasalahan pasca relokasi pasar, Pasar Sentolo memiliki beberapa kekuatan dan peluang untuk berkembang lebih baik ke depan. Kekuatan tersebut di antaranya adalah bangunan dan fasilitas pasar yang sudah sesuai SNI. Demikian pula sudah tersedia berbagai peraturan dalam penataan dan pengembangan pasar rakyat di Kulon Progo. Dalam hal ini termasuk pula sudah ada peraturan khusus yang melarang praktik rentenir di pasar rakyat. Hal ini sejalan dengan kekuatan organisasi koperasi pasar yang sudah mampu mengambil alih pinjaman pedagang ke rentenir di pasar Sentolo. Selanjutnya pedagang tersebut menjadi bagian dari anggota koperasi pasar dengan beban angsuran yang lebih ringan.

Kekuatan lainnya adalah sudah ada berbagai upaya untuk meramaikan Pasar Sentolo, di antaranya melalui pendaftaran pedagang baru dan penyelenggaraan even undian pasar. Di samping itu, Pemerintah/Dinas telah melakukan beberapa kali pelatihan untuk koperasi, sehingga pencatatan koperasi pasar sudah mengkombinasikan manual dan komputerisasi, serta koperasi dan paguyuban sudah membuat aturan bersama terkait kebersihan dan kerapian. Paguyuban di Pasar Sentolo bahkan sudah berbadan hukum dan memiliki AD/ART. Sementara itu di Pasar Sentolo juga sudah ada kulakan bersama antarpedagang kelontong kecil di dalam pasar secara swadaya di luar koperasi. Dalam pada itu, di pasar terdapat 3 kios kantor bank, yaitu Bapas,

BPD, dan BRI, produk UMKM sudah ada beberapa pedagang yang bekerjasama. Dalam penentuan harga ada kesepakatan bersama rentang harga yang dibolehkan untuk suatu produk.

Di sisi lain masih terdapat beberapa kelemahan di Pasar Sentolo, di antaranya adalah belum adanya Dokumen Rencana Pengembangan Pasar. Di samping itu, regulasi dalam Perda yang mengatur hak pakai kios/los dapat dicabut jika 3 bulan tidak dibuka tidak ditegakkan di Pasar Sentolo. Kelemahan lainnya adalah perencanaan pasar dilakukan hanya oleh koordinator, UPTD, dan Dinas, sesudahnya baru disosialisasikan ke pedagang. Di samping itu, tata-letak kios yang dirasa tidak sesuai peruntukannya, di mana banyak kios bagian depan yang tutup sebab diisi oleh pedagang baru yang “hanya menunggu ketika pasar sudah ramai”. Dalam pada itu, zonasi Pasar tidak sesuai dengan perencanaan pembangunan, disebabkan pedagang sama sekali tidak dilibatkan dalam tata kelola pasar. Koperasi dan paguyuban sering diajak berdiskusi soal pengelolaan aset, namun belum dapat terealisasi, sedangkan di pasar Sentolo belum ada pertemuan bulanan pedagang.

Adapun yang menjadi ancaman keberlangsungan Pasar Sentolo masih terkait dengan belum tuntasnya penyelesaian masalah pasca relokasi pasar. Beralihnya status Pasar Sentolo lama menjadi pasar desa menjadi ketakutan sendiri bagi pedagang Pasar Sentolo baru. Pedagang masih banyak yang memilih tinggal/kembali ke pasar lama terutama yang berjualan sayur. Sekira di Pasar Sentolo lama ada toko emas diperkirakan pengunjung Pasar Sentolo baru akan semakin berkurang. Di samping itu, keberadaan toko modern berjejaring di dekat pasar menjadi ancaman lain bagi para pedagang kelontong di Pasar Sentolo. Hal ini karena harga jual produknya seringkali dapat lebih murah daripada harga kulakan supplier yang menggunakan mobil boks di pasar.

Tabel 9 Analisis SWOT Pengembangan Pasar di Pasar Sentolo, Kulon Progo<sup>9</sup>

Kekuatan	Kelemahan
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tersedia banyak peraturan yang terkait dengan penataan pasar rakyat</li> <li>2. Peraturan tentang larangan praktik Rentenir sudah ada dalam perda</li> <li>3. Pasar Sentolo Baru untuk fasilitas dan standar pembangunan sudah sesuai dengan SNI</li> <li>4. Dalam upaya meramaikan pasar diadakan pendaftaran baru, even pasar, dan undian pasar</li> <li>5. Dalam penentuan harga ada kesepakatan bersama rentang harga yang dibolehkan untuk suatu produk</li> <li>6. Pemerintah/Dinas telah melakukan beberapa kali pelatihan untuk koperasi. Pencatatan koperasi pasar sudah mengkombinasikan manual dan komputerasi. Koperasi dan paguyuban sudah membuat aturan bersama terkait kebersihan dan kerapian.</li> <li>7. Penyelesaian hutang pedagang dengan rentenir telah diambil alih oleh paguyuban dan koperasi</li> <li>8. Sudah ada kulakan bersama antarpedagang kelontong kecil di dalam pasar secara swadaya diluar koperasi</li> <li>9. Di pasar terdapat 3 kios kantor bank, yaitu Bapas, BPD, dan BRI</li> <li>10. Produk UMKM sudah ada beberapa pedagang yang bekerjasama</li> <li>11. Paguyuban sudah berbadan hukum dan ada AD/ARTnya</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Belum ada Dokumen Rencana Pengembangan Pasar</li> <li>2. Regulasi dalam Perda yang mengatur hak pakai kios/los dapat dicabut jika 3 bulan tidak dibuka tidak ditegakkan di Pasar Sentolo.</li> <li>3. Selama ini perencanaan pasar dilakukan hanya oleh koordinator, UPTD, dan Dinas, sesudahnya baru disosialisasikan ke pedagang. Peran pemerintah/dinas dalam hal pengelolaan dan pengembangan pasar belum dapat dirasakan penuh manfaatnya</li> <li>4. Belum ada pengelolaan sampah di pasar</li> <li>5. Tata-letak kios yang dirasa tidak sesuai peruntukannya. Banyak kios bagian depan yang tutup sebab diisi oleh pedagang baru yang “hanya menunggu ketika pasar sudah ramai”.</li> <li>6. Zonasi Pasar tidak sesuai dengan perencanaan pembangunan. Pedagang sama sekali tidak dilibatkan dalam tata kelola pasar. Koperasi dan paguyuban sering diajak berdiskusi soal pengelolaan aset, namun belum dapat terealisasi. Di pasar belum ada pertemuan bulanan pedagang</li> </ol>
Peluang	Ancaman
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aturan bersama mengenai; harga, produk, distribusi dan rentenir diperlukan di pasar rakyat</li> <li>2. APBpas dirasa perlu, guna adanya transparansi dan kembalinya retribusi yang dibayarkan oleh</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perjanjiannya dulu adalah pindah pasar bukan pindah pedagang artinya pasar lama tutup menjadi pasar baru.</li> <li>2. Beralihnya status Pasar Sentolo lama menjadi pasar desa menjadi</li> </ol>

<sup>9</sup> Sumber: Hasil wawancara dan FGD (diolah), 2016

<p>pedagang</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Keberadaan Sekolah Pasar/pelatihan sangat dibutuhkan bagi koperasi maupun pedagang</li> <li>4. Potensi pengelolaan sampah pasar</li> </ol>	<p>ketakutan sendiri bagi pedagang Pasar Sentolo baru</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Pedagang masih banyak yang memilih tinggal/kembali ke pasar lama terutama yang berjualan sayur.</li> <li>4. Sekira di Pasar Sentolo lama ada toko emas diperkirakan pengunjung Pasar Sentolo baru akan semakin berkurang.</li> <li>5. Keberadaan toko modern berjejer di dekat pasar</li> </ol>
--	---

Berdasar analisis SWOT di atas maka dapat dilihat bagaimana berbagai kekuatan dan peluang dalam pengembangan pasar Sentolo sepertihalnya yang juga terjadi di Pasar Kranggan Yogyakarta, masih belum selaras dan sejalan. Masih ada kontradiksi antarberbagai elemen dalam pengembangan Sentolo seperti yang juga terjadi di pasar Kranggan. Hal ini dapat disebabkan strategi yang digunakan dalam pengembangan pasar rakyat masih bertumpu pada program dan kegiatan umum, sehingga belum dapat memecahkan permasalahan yang bercorak struktural sepertihalnya yang terjadi di Sentolo. Pendekatan dan strategi yang relevan dalam memecahkan permasalahan struktural adalah pendekatan dan strategi sesuai amanat konsitusi, yaitu pendekatan kelembagaan, yang meliputi segenap aspek penguatan modalitas pasar rakyat, baik modalitas intelektual, institusional, maupun material. Pendekatan ini bertumpu pada penguatan kelembagaan pasar rakyat tersebut. Oleh karena itu strategi yang dapat ditempuh untuk mengembangkan Pasar Sentolo ke depan adalah sebagai berikut.

### 1. Penguatan modal intelektual

Forum-forum pertemuan dan kegiatan pendidikan temporer yang selama ini sudah dilakukan oleh para pedagang Pasar Sentolo dan Dinas Pengelola Pasar dan SKPD terkait perlu ditata ulang dalam sebuah desain pendidikan yang



sistematis dan berkelanjutan untuk meningkatkan kapasitas pedagang pasar Sentolo. Untuk itu diperlukan adanya Sekolah Pasar dengan desain kurikulum yang sesuai dengan kebutuhan, penyelesaian permasalahan, dan upaya pengembangan kapasitas dan peranserta pedagang, paguyuban, dan koperasi pasar dalam tata kelola Pasar Sentolo ke depan.

## **2. Penguatan modal institusional**

- a. Penyusunan Rencana Pengembangan Jangka Menengah Pasar (RPJMPas) Sentolo lima tahunan dalam Musyawarah Rencana Pengembangan (Musrenbang) Pasar yang melibatkan paguyuban dan koperasi pasar, sebagai panduan gerak bersama Pemerintah Daerah, paguyuban/APPSI, dan koperasi pasar dalam mengembangkan Pasar Sentolo ke depan.
- b. Pengembangan Pasar Sentolo sebagai Pasar Swadaya, yaitu model tata kelola pasar berbasis koperasi melalui perintisan keterlibatan paguyuban/APPSI dan koperasi pasar dalam tata kelola Pasar Sentolo, baik dalam hal tata kelola keuangan maupun aset/properti pasar.
- c. Penyelenggaraan Musyawarah Bulanan (Selapanan) yang melibatkan lurah/pengelola pasar, pengurus paguyuban/APPSI, pengurus koperasi pasar, dan para pedagang untuk membahas berbagai permasalahan dan rencana program/kegiatan pasar.
- d. Penyusunan berbagai Peraturan Pasar (Perpas) yang disusun bersama oleh parapihak terkait di Pasar Sentolo yang memuat berbagai kesepakatan dan ketentuan dalam penatalaksanaan aset fisik, zonasi, produk, dan keuangan untuk mengatasi berbagai permasalahan struktural pasar.

- e. Revitalisasi paguyuban/APPSI melalui penyelenggaraan pertemuan bulanan dan pemberian kewenangan dalam mengelola layanan, program, dan kegiatan pasar Sentolo yang disertai pendampingan dan kemitraan dengan Pemerintah Daerah dan Perguruan Tinggi
- f. Revitalisasi koperasi pasar Sentolo melalui pengembangan unit usaha, pembukuan, dan kemitraan strategis dengan Perguruan Tinggi.

### **3. Penguatan modal material**

- a. Penyusunan Anggaran Pendapatan dan Belanja Pasar (APBPas) setiap tahun agar pedagang pasar Sentolo dapat mengetahui neraca keuangan pasar dari sisi pendapatan retribusi pasar dan alokasi APBD ke Sentolo. Hal ini perlu ditunjang dengan aplikasi e-retribusi, di mana pedagang pasar tidak lagi membayar retribusi secara manual tetapi menggunakan kartu elektronik.
- b. Aplikasi berbagai teknologi dalam mendukung kelancaran pengelolaan pasar dan pelayanan pedagang pasar Sentolo, di antaranya meliputi teknologi informasi dan komunikasi, pembukuan, pengolahan sampah, dan teknologi yang diaplikasikan dalam fasilitas pasar Sentolo yang diperlukan lainnya.
- c. Pengembangan jejaring dan kerjasama dengan supplier untuk pengadaan barang secara langsung dan kolektif agar harganya lebih murah yang difasilitasi oleh koperasi pasar.
- d. Pengembangan usaha dan layanan simpan pinjam koperasi pasar dengan berbagai jenis/skim tabungan, investasi, dan pembiayaan lainnya.
- e. Pemberian kesempatan kepada koperasi pasar untuk ikut mengelola sebagian aset dan properti pasar dengan

setoran minimal atau bagi hasil kepada Pemerintah Daerah. Dalam hal ini perlu ada studi kelayakan dan penyusunan Rencana Bisnis Pengelolaan Aset Pasar yang menjadi rujukan.

### **C. Analisis Strategi Pasar Potorono, Bantul**

Pasar Potorono menjadi salah satu kasus pasar di mana dalam pengelolaannya terkesan terjadi “tarik-menarik” kewenangan antara pemerintah desa di satu pihak, dan pemerintah kabupaten Bantul di lain pihak. Kesan “ego-sektoral” ini sebenarnya merupakan fenomena yang tidak hanya antar pemerintah desa dan pemerintah kabupaten, tetapi juga antar departemen atau dinas pada level pemerintah yang lebih tinggi. Kondisi ini menimbulkan kurangnya terjadi kerjasama atau sinkronisasi antar visi dan misi masing-masing instansi, sehingga di lapangan menjadi terkesan “berjalan sendiri-sendiri”. Padahal, kalau visi dan misi antar instansi baik vertikal maupun horisontal bisa dipadukan, disinkronkan melalui suatu bentuk kerjasama yang baik, niscaya berbagai permasalahan di pasar-pasar rakyat dapat diselesaikan dengan optimal.

Apa yang terjadi di kasus Potorono dalam kajian ini menjadi bukti fenomena tersebut. Pasar yang statusnya adalah pasar desa beberapa tahun lalu telah “direvitalisasi” bangunan fisiknya oleh pemerintah kabupaten, dalam hal ini Disperindagkop, melalui dana dari Kementerian Koperasi. Singkat cerita, pasar telah berhasil direnovasi pihak ketiga namun dalam perkembangannya pengelola desa (pemerintah desa) merasa tidak memiliki kewenangan pengelolaan. Menurut cerita pada saat diskusi, pemerintah desa sebenarnya telah memiliki rencana pengelolaan pasar ke depan (*masterplan*) tapi terbentur pihak koperasi memberikan kewenangan pengelolaan setelah dilakukan proyek

revitalisasi dalam bentuk tertulis sehingga pemerintah desa merasa tidak bertanggungjawab.

Ketidaksiapan pengelola pasar dalam hal ini pemerintah desa, dinas-dinas di pemerintah kabupaten, sebenarnya karena keterbatasan yang ada pada mereka. Bagaimanapun jumlah pasar yang menjadi tanggungjawab mereka cukup banyak sehingga proses sinkronisasi atau integrasi antar berbagai program juga mengalami kesulitan. Selain itu, boleh jadi jumlah personel dan juga anggaran yang mereka miliki juga sangat terbatas.

Kesan yang lain yang ditemukan dalam studi ini juga menyangkut praktik tatakelola yang baik (*good governance*) yang belum sepenuhnya ada dalam pengelolaan pasar-pasar, tidak hanya di pasar Potorono, tetapi juga di pasar-pasar lain. Dalam *good governance* berbagai kebijakan dan program semestinya dijalankan melalui praktik yang transparan, partisipatif, akuntabel, dan-lain-lain. Pelibatan stakeholder utama di pasar, yakni pedagang pasar, buruh pasar, supplier lokal, yang selama bertahun-tahun bekerja di pasar, menjadi salah satu kunci penting dalam mengatasi permasalahan-permasalahan yang timbul di pasar. Menempatkan mereka hanya menjadi “objek” dari kebijakan dan program, sama artinya dengan meminggirkan mereka dan menempatkan mereka sebagai “penonton”.

Tabel 10 Analisis SWOT Pengembangan Pasar Potorono, Bantul<sup>10</sup>

Kekuatan	Kelemahan
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lokasi yang strategis, berada di jalan arteri dekat dengan permukiman penduduk</li> <li>2. Bekerjasama dan mendapat pendampingan dari “Sekolah Pasar”</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mis-koordinasi antara pengelola pasar (lurah pasar, pemerintah desa dan pemerintah kabupaten)</li> <li>2. Pedagang menjadi objek bukan subjek, kurang dilibatkan dalam proses pembuatan dan pelaksanaan peraturan</li> <li>3. <i>Good governance</i> belum berkembang (transparansi, partisipatif, akuntabel, dll)</li> <li>4. Belum banyak bekerjasama dengan lembaga pendidikan</li> <li>5. Paguyuban tidak ada/koperasi belum berfungsi</li> <li>6. Kerjasama tidak terencana/terprogram</li> </ol>
Peluang	Tantangan/Ancaman
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Amanat konstitusi yang memuat peluang partisipasi semua dalam proses penyusunan dan implementasi kebijakan ekonomi, termasuk di sektor perdagangan</li> <li>2. Sebagai kota pendidikan, seharusnya produk “ilmu pengetahuan dan teknologi” termasuk SDM yang dihasilkan dapat mengalir ke pasar dalam bentuk kemajuan pasar</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kebijakan liberalisasi pemerintah (pasar bebas)</li> <li>2. Listrik yang berpotensi korsleting</li> <li>3. Rentenir</li> </ol>

Berdasarkan gambaran analisis SWOT di atas, maka strategi yang harus ditempuh dari sisi regulasi adalah: (1) Mendorong peraturan di pusat dan daerah sejalan dengan amanat konstitusi; (2) Mendorong Penegakan Perda perlindungan dan pengembangan pedagang; (3) Kampanye persaingan yang sehat dan memberikan perlindungan kepada yang lemah.

Sedangkan dari aspek tata-kelola pasar maka strategi yang dapat ditempuh adalah: (1) mendorong keberpihakan pengelola/pemerintah untuk melindungi yang lemah dan

<sup>10</sup> Sumber: Hasil wawancara dan FGD (diolah), 2016.

mencarikan solusi untuk pengembangan; (2) menghidupkan dan memberdayakan asosiasi pedagang atau paguyuban pedagang pasar, termasuk merevitalisasi koperasi pasar; (3) mengintensifkan forum koordinasi; (4) melibatkan pedagang/asosiasi pedagang dalam pengelolaan; (5) menghidupkan RAPAT TAHUNAN PASAR (semacam Musrenbang pasar) yang dihadiri seluruh stakeholder pasar guna membahas perihal kebijakan, program, dan anggaran pasar (RAPBPasar)

#### **D. Analisis Strategi Pasar Argosari, Gunungkidul**

Ungkapan yang disampaikan Lurah Pasar Argosari bahwa mereka sebenarnya berkeinginan menghidupkan koperasi pasar di pasar terbesar di Gunungkidul, sebenarnya perlu diapresiasi. Hal ini karena koperasi pasar jika dikembangkan dengan baik, dapat memberikan solusi sistemik dari berbagai persoalan di pasar itu. Sayangnya, seperti diungkapkannya, ia belum mengetahui caranya. Nampaknya terkesan “pasrah” ketika mengetahui di pasar yang ia kelola tidak lagi memiliki paguyuban pedagang. Sekalipun ia mengetahui bahwa pada masa lalu paguyuban pedagang pernah hidup, namun sejak berdirinya bangunan pasar yang baru (1994) paguyuban ini mengalami mati-suri. Sudah pernah diinisiasi pertemuan rutin dan arisan, namun sayang saat ini kurang aktif. Sangat disayangkan karena melalui paguyuban berbagai hal strategis dapat dilakukan. Persoalannya adalah paguyuban yang bagaimana yang seharusnya dapat didorong untuk berpartisipasi dalam pengembangan pasar.

Selain paguyuban, wadah aspiratif pedagang pasar yang ada di Argosari adalah APPSI (Asosiasi Pedagang Pasar Seluruh Indonesia). Asosiasi ini memang diinisiatif dari Pusat dan dalam praktik telah memiliki kepengurusan baik di tingkat Pusat, Provinsi, termasuk di level Kabupaten. Di Pasar Argosari

sebenarnya ada komisariat APPSI yang diketuai oleh Sriatun, dibantu sekretaris dan bendahara. Namun lagi-lagi, lembaga ini juga terbilang tidak aktif.

Idealnya kelembagaan sosial-ekonomi yang dikembangkan di pasar-pasar, seperti di Argosari dan mungkin pasar-pasar lain di Indonesia, merupakan wadah yang diharapkan dapat menjadi jembatan pedagang dan warga pasar dalam menyalurkan dan memperjuangkan aspirasi kepentingan dan hak-hak mereka. Sayangnya dalam banyak kasus, paguyuban pedagang pasar lebih banyak didorong dari atas (*top-down*), sehingga pelembagaan dari upaya memperjuangkan hak dan aspirasi kurang berjalan dengan baik. Bahkan seperti dalam kasus pasar Argosari, termasuk pasar Potorono di atas, kelembagaan tersebut lebih berfungsi sebagai wadah bagi penyaluran kepentingan elit (program dari atas), sementara fungsi paguyuban atau kelembagaan kolektif pedagang dan warga pasar hanya sebatas sebagai menjalankan kewajiban (pemberi legitimasi), pada saat dibutuhkan, namun secara kelembagaan tidak berkembang dan tidak mampu melakukan perjuangan mengartikulasikan hak-haknya. Padahal mereka adalah bagian paling penting sebagaimana diamanatkan oleh konstitusi.

Pasar Argosari seharusnya dapat menjadi simbol dan kebanggaan warga Gunungkidul, nampaknya akan mengalami tantangan dan ancaman yang besar dan datangnya dari faktor eksternal pasar itu. Kesan kewalahan yang ditunjukkan pengelolanya, tanpa tahu apa yang harus dilakukan, menyebabkan masa depan pasar itu menjadi pertanyaan besar. Padahal kalau dilihat dari program-program dan kerjasama yang pernah dilakukan cukup menjanjikan. Seperti beberapa program sebagaimana terungkap dalam catatan wawancara berikut.

Catatan Wawancara<sup>11</sup>

*Pasar Argosari pernah menjalin kerjasama dengan beberapa pihak seperti:*

1. *Bekerja sama dengan WHO, pasar Argosari dijadikan pilot project pasar sehat. Pelatihan yang diberikan terkait dengan: kebersihan, kerapian, dan sistem jual beli dagangan.*
2. *Pelatihan keamanan pangan oleh BPPOM yang melibatkan beberapa perwakilan pasar untuk berlatih melakukan tes kelayakan pangan.*
3. *Pelatihan pemilahan dan pengelolaan sampah. Dalam kegiatan ini pasar mendapat alat pengolah sampah (kompos) dari Kapedal.*
4. *Pelatihan keamanan untuk satpam.*
5. *Pelatihan pemadam kebakaran, saat ini ada sekitar 7 buah alat pemadam yang tersedia di pasar.*
6. *Pelatihan di pasar Argosari tahun kemarin diadakan 2 kali, sekarang baru sekali terlaksana.*

Dengan banyaknya kerjasama dan pelatihan yang ada, pasar yang memang terbesar di Gunungkidul sudah seharusnya memiliki visi yang jelas termasuk program-program kerja yang menjanjikan bagi perkembangan pasar tersebut. Sayangnya hanya bangunan fisiknya saja yang besar dengan 2 lantai dan 154 kios, serta besaran jumlah pedagangnya. Kebesaran bangunan fisik dan besaran jumlah pedagang serta berbagai pengalaman pelatihan yang telah dilakukan, sebenarnya tidak ditopang oleh visi dan misi serta rencana besar 5-10 tahun yang akan datang. Tidak ada rencana besar, yang ada hanyalah kumpulan persoalan dan memang setiap tahunnya pasar itu mampu memasukkan retribusi ratusan juga rupiah. Bayangkan berapa omset pasar yang diperkirakan besarnya milyaran rupiah, namun pasar itu tidak memiliki visi-misi-program-target yang jelas.

Tabel 11 Analisis SWOT Pengembangan Pasar Argosari, Gunungkidul<sup>12</sup>

Kekuatan	Kelemahan
1. Lokasi yang strategis, berada di jalan besar, dekat dengan pemukiman penduduk	1. Pedagang menjadi objek bukan subjek 2. Pedagang kurang dilibatkan dalam

<sup>11</sup> Sumber: Catatan hasil wawancara (2016)

<sup>12</sup> Sumber: Hasil wawancara dan FGD, diolah (2016)



Kekuatan	Kelemahan
<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Bangunan fisik 2 lantai yang cukup memadai</li> <li>3. Besarnya pemasukan retribusi (500 juta per tahun)</li> <li>4. Memiliki jaringan kuat dengan eksternal yaitu adanya kerjasama dengan lembaga pendidikan/ perguruan tinggi/sekolah/NGO.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. <i>Good governance</i> belum berkembang (transparansi, partisipatif, akuntabel, dll)</li> <li>4. Pelatihan hanya temporer, tidak terprogram secara berkelanjutan</li> <li>5. Materi pelatihan bukan substansi pengembangan bisnis pedagang</li> <li>6. Paguyuban pedagang pasar tidak ada</li> <li>7. Koperasi belum berfungsi</li> <li>8. Kerjasama yang ada tidak terencana/terprogram</li> </ol>
Peluang	Tantangan
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Revitalisasi koperasi dan paguyuban pedagang, terutama merevitalisasi/mengganti kepengurusan yang tidak aktif melalui mekanisme yang demokratis.</li> <li>2. Ada pelibatan pedagang sebagai warga pasar melalui paguyuban/koperasi dalam pengelolaan aset pasar.</li> <li>3. Pasar Argosari pernah menjalin kerjasama dengan beberapa pihak seperti WHO, pasar Argosari dijadikan pilot project pasar sehat, BPPOM yang melibatkan beberapa perwakilan pasar untuk berlatih melakukan tes kelayakan pangan, pelatihan pemilahan dan pengelolaan sampah. Dalam kegiatan ini pasar mendapat alat pengolah sampah (kompos) dari Kapedal dan juga pelatihan pemadam kebakaran.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kebijakan liberalisasi pemerintah (pasar bebas)</li> <li>2. Retail modern berjejaring di dekat lokasi pasar mengancam toko/kios di pasar</li> <li>3. Listrik yang berpotensi korsleting</li> <li>4. Rentenir</li> </ol>

Analisis SWOT ini sebaiknya dilakukan pihak yang berkepentingan dengan pengembangan organisasi pasar secara langsung. Pengelola diminta merumuskan rencana-rencana besar ke depan. Visi dan misi, serta program yang disusun akan lebih dapat menggambarkan kondisi secara realistik dengan dibantu

dengan model analisis faktor-faktor internal pasar itu berupa kekuatan, kelemahan, serta analisis faktor eksternal seperti peluang dan ancaman/tantangan. Dari situlah disusun Visi-misi dan program kerja. Namun demikian, penggunaan alat analisis SWOT ini untuk membantu pada pihak-pihak yang berkepentingan bahwa dalam pengelolaan pasar yang di dalamnya terdapat pedagang dan warga pasar yang jumlahnya besar, perlu dikelola dalam kerangka pengembangan organisasi.

Berdasarkan hal tersebut, maka beberapa yang dapat dilakukan untuk mengembangkan strategi pengembangan pasar Argosari, adalah sebagai berikut.

1. Dari segi regulasi, perlu ada upaya untuk mendorong berbagai penegakan peraturan menyangkut zonasi, jam buka toko, perizinan, dan lain-lain, yang lebih berpihak kepada pelaku pasar rakyat.
2. Dari segi tata-kelola, perlu lebih diintensifkan pelembagaan forum-forum koordinasi yang melibatkan pedagang dan warga pasar. Selain itu, perlu dihidupkan kembali paguyuban yang telah mati-suri, melalui revitalisasi kepengurusan, penyusunan aturan main, peningkatan kapasitas pengurus, dan lain-lain.
3. Dari segi tata-kelola dapat juga dikembangkan musyawarah pasar yang dilakukan secara periodik, bulanan, tahunan, yang di dalamnya mulai didorong partisipasi pedagang dan warga pasar dalam pengelolaan. Seperti misalnya, mulai dari memikirkan solusi bersama menyangkut masalah-masalah kecil seperti soal listrik yang sering mati, partisipasi dalam memelihara dan merawat kebersihan dan mencari solusi bersama terkait display barang dagangan yang kurang rapi.

Pada awalnya, keterlibatan pedagang dalam tata kelola pasar tentu tidak bisa instant, tetapi membutuhkan proses panjang yang mungkin melelahkan bagi sebagian orang. Akan tetapi dalam suatu komunitas biasanya ada orang-orang yang merasa terpenggil dan memiliki kepedulian untuk bekerjasama, bergotongroyong, karena itulah esensi amanat konstitusi yang ingin dikembangkan, termask di lingkungan pasar-pasar rakyat.

#### **E. Analisis Strategi Pasar Sambilegi, Sleman**

Pasar Sambilegi, Sleman menjadi perhatian banyak pasar rakyat yang ada di daerah lain karena Pasar Sambilegi berkategori sebagai pasar terbaik dan pasar percontohan. Beberapa kali pasar ini memperoleh penghargaan dari tingkat kabupaten, propinsi bahkan Nasional. Beberapa pasar tradisional di berbagai wilayah di Indonesia pernah berkunjung dalam rangka studi banding. Dukungan pemerintah Kabupaten Sleman dan pedagang sendiri atas penghargaan ini belum optimal. Terbukti dengan tidak terjaganya sarana prasarana pasar.

Belum optimalnya peran pemerintah disikapi oleh paguyuban dengan kemandirian yang dilakukan untuk kepentingan bersama. Pengadaan aliran listrik untuk kios-kios yang belum teraliri listrik dengan pembayaran yang dikelola paguyuban, distribusi air bersih dan kebersihan sampah dagangan. Dana yang dikumpulkan dikelola paguyuban dan digunakan untuk membantu pedagang yang kurang memiliki modal. Beberapa diantaranya, misalkan pedagang lansia atau yang sudah lebih dari 20 tahun berdagang, bahkan memperoleh santunan (dana hibah). Bahkan mereka mengadakan arisan antar pedagang dan mengajak pembeli pelanggan menjadi anggota arisan.

Secara garis besar dilakukan identifikasi variabel internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman).

Adapun hasil identifikasi yang diperoleh adalah sebagaimana ditunjukkan dalam tabel 12.

Tabel 12 Tabel Analisis SWOT Pengembangan Pasar Sambilegi, Sleman<sup>13</sup>

Kekuatan	Kelemahan
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pasar ini merupakan salah pasar yang terbaik yang ada di Sleman. Sebagai pasar tradisional, kondisi di sini memang boleh dikatakan cukup terjaga kebersihannya, sejumlah fasilitas juga tersedia dalam kondisi yang baik.</li> <li>2. Adanya asosiasi pedagang pasar dan paguyuban yang berjalan baik</li> <li>3. Rintisan koperasi pedagang pasar</li> <li>4. Belum ada aturan tentang harga dan komoditi, sehingga pasar rakyat semakin berat untuk bersaing karena retail modern juga menjual barang yang sama</li> <li>5. Dalam hal tata pengelolaan pasar pedagang lebih memilih untuk melakukan upaya mandiri karena pedagang cenderung tidak memiliki kekuatan mengambil keputusan terkait pasarnya sendiri misal masalah harga, <i>lay out</i> pasar, dan sebagainya</li> <li>6. Adanya sekolah pasar, meskipun perlu pengawalan pasca selesai sekolah.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesulitan akses dengan berbalik arah di depan pasar yang selama ini selalu menjadi titik perputaran para pembeli terutama dari arah timur, arah Bandara Adi Sutjipto.</li> <li>2. Lemahnya implementasi regulasi</li> <li>3. Masih lemahnya <i>maintenance</i> fasilitas pasar, karena kurangnya kesadaran pedagang.</li> <li>4. Lurah memiliki tanggungjawab 3-4 pasar, sehingga mereka melakukan kontrol setiap 5 hari sekali.</li> </ol>
Peluang	Ancaman
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dukungan pemerintah, adanya Perda Kabupaten Sleman Nomor 17 Tahun 2012 tentang Pengelolaan Pasar Kabupaten selain itu Perbup Nomor 11 tahun 2015 tentang kriteria pasar rakyat termasuk perangkat regulasi yang ada di Sleman.</li> <li>2. Adanya moratorium pemerintah berkaitan dengan izin retail modern dimulai sejak tahun 2016.</li> <li>3. Media promosi menggunakan media massa, undian belanja, radio, audio visual. Bahkan ada <i>award</i> bagi pasar tradisional yang terkait dengan kebersihan.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adanya rencana pemindahan bandara memungkinkan berkurangnya pelanggan semakin besar. Sebagian dari pedagang di pasar ini terutama penjual bahan-bahan mentah masih mengandalkan pesanan dari hotel dan rumah makan yang di daerah ini hidup karena keberadaan bandara, termasuk rumah makan yang ada di bandara itu sendiri.</li> <li>2. Pertumbuhan pesat retail modern mendesak pasar rakyat dengan persaingan harga yang ada dengan harga di retail modern.</li> </ol>

<sup>13</sup> Sumber: hasil FGD (diolah), 2016.

Berdasar analisis SWOT di atas maka dapat dilihat bagaimana berbagai kekuatan dan peluang dalam pengembangan pasar Sambilegi juga kelemahan dan ancaman, sehingga strategi yang dapat dilakukan pemerintah sebagai pengelola pasar dan pedagang pasar sebagai pelaku.

### **1. Penguatan modal intelektual**

- a. Diperlukan adanya pertemuan yang lebih efektif yang selama ini sudah dilakukan oleh para pedagang pasar se-Kabupaten Sleman dengan Dinas Pengelola Pasar dan SKPD. Perlu penataan ulang desain pendidikan yang sistematis dan berkelanjutan untuk meningkatkan kapasitas pedagang pasar.
- b. Penyadaran pedagang pasar dalam pemeliharaan fasilitas dan *image* yang selama ini sudah dimiliki dan ada di dalam pasar Sambilegi.

### **2. Penguatan modal institusional**

- a. Penyusunan Rencana Pengembangan Jangka Menengah Pasar (RPJMPas) lima tahunan dalam Musyawarah Rencana Pengembangan (Musrenbang) Pasar yang melibatkan paguyuban dan koperasi pasar, sebagai panduan gerak bersama Pemerintah Daerah, paguyuban/APPSI, dan koperasi pasar dalam mengembangkan.
- b. Pasar Swadaya, yaitu model tata kelola pasar berbasis *kooperatif* melalui keterlibatan paguyuban/APPSI dalam tata kelola Pasar baik dalam hal tata kelola keuangan maupun aset/properti pasar.
- c. Pengaktifan dan optimalisasi musyawarah selapanan yang melibatkan lurah/pengelola pasar, pengurus paguyuban/APPSI, pengurus koperasi pasar, dan para

pedagang untuk membahas berbagai permasalahan dan rencana program/kegiatan pasar.

- d. Pemberian kewenangan dalam mengelola layanan, program, dan kegiatan pasar disertai pendampingan dan kemitraan dengan Pemerintah Daerah dan Perguruan Tinggi.
- e. Segera mengaktifkan koperasi pasar melalui pengembangan unit usaha, pembukuan, dan kemitraan strategis dengan Perguruan Tinggi.

### **3. Penguatan modal material**

- a. Pelibatan penyusunan Anggaran Pendapatan dan Belanja Pasar (APBPas) setiap tahun agar pedagang mengetahui neraca keuangan pasar dari sisi pendapatan retribusi pasar. Hal ini perlu ditunjang dengan aplikasi e-retribusi, di mana pedagang pasar tidak lagi membayar retribusi secara manual tetapi menggunakan kartu elektronik.
- b. Penggunaan teknologi dalam mendukung kelancaran pengelolaan pasar dan pelayanan pedagang dalam fasilitas pasar yang diperlukan lainnya.
- c. Pengembangan jejaring dan kerjasama dengan supplier untuk pengadaan barang secara langsung dan kolektif agar harganya lebih murah yang difasilitasi oleh koperasi pasar.
- d. Pengembangan usaha dan layanan simpan pinjam koperasi pasar dengan berbagai jenis/skim tabungan, investasi dan pembiayaan lainnya.

## **F. Analisis Strategi Retail Lokal**

Dibukanya investasi bagi peretail asing melalui revisi Daftar Negatif Investasi (DNI) membuat perkembangan sektor retail lokal

terdesak seiring dengan revisi DNI yang mengizinkan asing masuk hingga porsi 67%. Dalam revisi DNI awal tahun, regulasi itu memperbolehkan *department store* asing masuk hingga 67% untuk ukuran 400 meter persegi hingga 2.000 meter persegi. Sebelumnya, luasan *department store* asing dibatasi minimum 2.000 meter persegi. Jika sebelumnya investor asing tidak bisa leluasa berekspansi karena sulit mendapatkan ruang retail seluas 2.000 meter persegi, maka sekarang peretail asing tidak memiliki hambatan terutama bagi investor yang tidak bekerja sama dengan perusahaan lokal.

Situasi tersebut dikhawatirkan akan makin menggerus daya saing industri dalam negeri yang selama ini tidak mendapat pembinaan dengan baik dan membuat industri lokal tidak bisa tumbuh dalam jangka panjang. Sebagai contoh yang terjadi di China, mereka suruh masuk investor asing tapi pemerintah sudah bagus dan industri bagus. Namun di Indonesia secara umum aturan masih lemah, industri lemah. Di China retail asing menggunakan produk dari China, namun di wilayah kita barangnya juga barang asing, investor asing masuk membawa barangnya sendiri. Hasil FGD dan wawancara penelitian mengidentifikasi beberapa variabel internal dan eksternal seperti yang ditunjukkan dalam Tabel 13.

Tabel 13 Tabel Analisis Pengembangan SWOT Retail Lokal se-DIY<sup>14</sup>

Kekuatan	Kelemahan
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Retail lokal menyajikan produk yang jauh lebih segar daripada supermarket, karena belum ditambahkan zat pengawet.</li> <li>2. Modal yang diperlukan cukup kecil, namun keuntungan yang diperoleh cukup besar.</li> <li>3. Hubungan antara peretail dengan pelanggan cukup dekat, karena</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kenyamanan berbelanja di retail modern memang jauh dibandingkan berbelanja di lokal.</li> <li>2. Jaringan retail lokal terkait keberadaan asosiasi yang masih sebatas pada seremonial saja.</li> <li>3. Barang dagangan yang dijual di retail lokal dan modern memiliki perbedaan harga yang cukup signifikan. Harga</li> </ol>

<sup>14</sup> Sumber: hasil FGD (diolah), 2016.

<b>Kekuatan</b>	<b>Kelemahan</b>
adanya komunikasi dua arah antara pelanggan dengan peretail.	suatu barang retail lokal bahkan bisa sepertiga dari harga barang yang sama yang dijual di supermarket.
<b>Peluang</b>	<b>Ancaman</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Retail lokal mendukung petani lokal karena retail tidak hanya melayani usaha tani besar tetapi juga untuk petani kecil.</li> <li>2. Dukungan pemerintah, seperti yang ada di Bantul dengan PerBup Bantul No. 35 tahun 2013, meskipun penerapan Perda di lapangan tidak terjadi dengan baik.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rencana pemerintah pusat dengan membuka lebar sebagian besar bidang usaha bagi pemodal asing. (contoh: Kamar Dagang dan Industri Uni Eropa dan Korea Selatan, dan Kedutaan Amerika mereka mengusulkan investor asing bisa menguasai 100% perusahaan retail di Indonesia).</li> <li>2. Sejumlah retail modern sering memberikan berbagai penawaran yang menggiurkan/ diskon, kemudahan.</li> <li>3. Keberadaan beberapa toko retail modern bahkan tidak sampai 300 meter ada toko retail modern berdiri di sekitar pasar.</li> <li>4. Regulasi yang tidak jelas dan menyusahkan pengusaha retail lokal, misalnya terkait perizinan.</li> </ol>

Beberapa upaya yang dilakukan retail lokal adalah dengan membanderol harga secara terjangkau untuk produk yang dijual, memberikan potongan harga, serta menyediakan sangat lengkap semua barang yang ada. Cara lainnya adalah menggelar undian berhadiah atau kupon dengan banyak hadiah menggiurkan.





## **Bab V** ..... **Kesimpulan dan Rekomendasi**

Berdasarkan hasil penelitian lapangan menggunakan pendekatan studi kasus dan analisis terhadap berbagai faktor yang terkait dengan strategi pengembangan pasar rakyat di DIY disampaikan kesimpulan dan rekomendasi sebagai berikut.

### **A. Kesimpulan**

1. Berbagai regulasi yang diikuti kebijakan, program, dan kegiatan terkait penataan dan pengembangan pasar rakyat belum sepenuhnya mampu menyelesaikan permasalahan klasik yang sudah bertahun-tahun terjadi di pasar yang menjadi lokasi studi kasus penelitian ini. Hal ini karena permasalahan tersebut bercorak struktural, sehingga memerlukan pendekatan struktural pula yang bertumpu pada penguatan kelembagaan pasar rakyat di DIY. Regulasi yang tersedia masih bercorak teknis dan lebih terkait dengan penataan pasar, belum sepenuhnya diturunkan dari amanat konstitusi bagaimana merealisasikan daulat rakyat di pasar-pasar dan retail lokal. Oleh karena itu diperlukan

regulasi yang memuat dengan jelas dan tegas bagaimana arah dan peta jalan (*roadmap*) peningkatan kapasitas SDM dan organisasi rakyat di pasar sepertihalnya paguyuban dan koperasi pasar sebagai pilar realisasi ekonomi kerakyatan di pasar-pasar di DIY.

2. Tata kelola serta tata niaga pasar yang sentralistik di pasar lokasi studi kasus beriringan dengan kompleksitasnya permasalahan pasar rakyat sebagai akibat lemahnya organisasi pedagang pasar. Hal ini karena organisasi pedagang pasar tidak diberi kesempatan untuk tumbuh dan berkembang dengan peranserta yang semakin meningkat dalam tata kelola pasar. Oleh karenanya perlu dikembangkan model Pasar Swadaya yang dikelola kemitraan antara Pemerintah Daerah dengan organisasi pedagang baik paguyuban maupun koperasi pasar, yang meliputi tata kelola aset, keuangan, dan SDM pasar.
3. *Networking* (pola jaringan) antarpasar di lokasi studi kasus penelitian ini masih sebatas jaringan sosial melalui pertemuan temporer, belum menjadi jaringan ekonomi dan bisnis. Koperasi pasar masih berkembang di lingkungan masing-masing pasar, sedangkan permasalahan yang dihadapi relatif homogen, dalam hal persaingannya dengan lembaga keuangan yang lebih besar maupun rentenir yang masuk ke pasar-pasar. Oleh karenanya perlu dikembangkan koperasi sekunder untuk merealisasikan kerjasama antarkoperasi pasar yang dapat bergerak dalam pengadaan barang secara kolektif, penguatan modal finansial, maupun usaha lain yang mendukung pengembangan koperasi pasar di masing-masing lokasi pasar.
4. Peningkatan kapasitas SDM pedagang dan pengelola organisasi pedagang di pasar lokasi studi kasus masih

bercorak parsial dan temporer, sehingga belum memiliki dampak signifikan dalam memecahkan permasalahan para pedagang secara mendasar. Sementara para pedagang di pasar lokasi penelitian merasakan adanya kebutuhan akan peningkatan penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi. Oleh karena itu perlu dikembangkan model pendidikan pedagang yang sistematis dan berkelanjutan dengan desain kurikulum kontekstual dan memanfaatkan pertemuan pedagang yang sudah ada di pasar-pasar. Model semacam Sekolah Pasar ini akan menjadi wahana meningkatkan kapasitas pedagang dan organisasi pasar dalam berperanserta mengelola pasar.

## **B. Rekomendasi dan Rencana Aksi**

### **1. Penguatan modal intelektual**

- a. Forum-forum pertemuan dan kegiatan pendidikan temporer yang selama ini sudah dilakukan oleh para pedagang dan Dinas Pengelola Pasar dan SKPD terkait perlu ditata ulang dalam sebuah desain pendidikan yang sistematis dan berkelanjutan untuk meningkatkan kapasitas pedagang pasar, seperti yang sudah pernah diselenggarakan di Pasar Kranggan, Pasar Sambilegi, dan Pasar Potorono berupa Sekolah Pasar. Untuk itu diperlukan desain kurikulum yang sesuai dengan kebutuhan, penyelesaian permasalahan, dan upaya pengembangan kapasitas dan peranserta pedagang, paguyuban, dan koperasi pasar dalam tata kelola pasar ke depan.
- b. Dalam rangka untuk merealisasikan amanat pendidikan maka perlu ada dukungan pembiayaan tahunan dari Pemerintah Kabupaten/Kota semisal dengan membuat

kebijakan 20% retribusi yang dipungut dari pedagang pasar harus dialokasikan untuk membiaya Sekolah Pasar tersebut.

## **2. Penguatan modal institusional**

- a. Penyusunan Rencana Pengembangan Jangka Menengah Pasar (RPJMPas) Kranggan lima tahunan dalam Musyawarah Rencana Pengembangan (Musrenbang) Pasar yang melibatkan paguyuban dan koperasi pasar, sebagai panduan gerak bersama Pemerintah Daerah, paguyuban, dan koperasi dalam mengembangkan pasar-pasar ke depan.
- b. Penyusunan Rencana Pengembangan Jangka Menengah Pasar (RPJMPas) Kranggan lima tahunan dalam Musyawarah Rencana Pengembangan (Musrenbang) Pasar yang melibatkan paguyuban dan koperasi pasar, sebagai panduan gerak bersama Pemerintah Daerah, paguyuban, dan koperasi dalam mengembangkan pasar-pasar ke depan.
- c. Pengembangan pasar sebagai Pasar Swadaya, yaitu model tata kelola pasar berbasis koperasi melalui perintisan keterlibatan paguyuban dan koperasi pasar dalam tata kelola pasar, baik dalam hal tata kelola keuangan maupun aset/properti pasar. Sebagai langkah awal perlu diselenggarakan Musyawarah Bulanan (Selapanan) yang melibatkan lurah/pengelola pasar, pengurus paguyuban, pengurus koperasi pasar, dan para pedagang untuk membahas berbagai permasalahan dan rencana program/kegiatan pasar.
- d. Penyusunan berbagai Peraturan Pasar (Perpas) yang disusun bersama oleh parapihak terkait di pasar yang memuat berbagai kesepakatan dan ketentuan dalam

penatakelolaan aset fisik, zonasi, produk, dan keuangan untuk mengatasi berbagai permasalahan struktural seperti halnya persaingan tidak sehat, eksploitasi rentenir dan permainan harga produk yang merugikan pedagang.

- e. Revitalisasi paguyuban pedagang pasar melalui aktivasi kepengurusan, pertemuan bulanan, dan pemberian kewenangan dalam mengelola layanan, program, dan kegiatan pasar yang disertai pendampingan dan kemitraan dengan Pemerintah Daerah dan Perguruan Tinggi
- f. Revitalisasi koperasi pasar melalui penyegaran kepengurusan, keanggotaan, unit usaha, pembukuan, dan kemitraan strategis dengan lembaga keuangan, paguyuban, dan Perguruan Tinggi.
- g. Pembangunan pasar tradisional pada tempat-tempat khusus yang nyaman yang terintegrasi dengan melibatkan pihak lain, perusahaan misalnya, merupakan bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dimungkinkan akan meningkatkan status pasar tradisional sebagai pusat kegiatan ekonomi masyarakat luas yang dapat menyerap kesempatan kerja dan pengembangan wilayah.
- h. Kebijakan pemerintah (Keppres, Kepmen) yang berkaitan dengan pasar modern dan konsep manajemen kewirausahaan dalam memperbaiki pasar tradisional harus dilakukan dengan meningkatkan keunggulan pasar tradisional sehingga menghasilkan kapasitas, fleksibilitas dan keragaman yang luas sehingga membuat pasar tradisional menjadi pusat kegiatan ekonomi

masyarakat luas yang dapat menyerap kesempatan kerja dan pengembangan wilayah.

### 3. Penguatan modal material

- a. Penyusunan Anggaran Pendapatan dan Belanja Pasar (APBPas) setiap tahun agar pedagang pasar dapat mengetahui neraca keuangan pasar dari sisi pendapatan retribusi pasar dan alokasi APBD ke pasar-pasar. Hal ini perlu ditunjang dengan aplikasi e-retribusi, di mana pedagang pasar tidak lagi membayar retribusi secara manual tetapi menggunakan kartu elektronik.
- b. Aplikasi berbagai teknologi dalam mendukung kelancaran pengelolaan pasar dan pelayanan pedagang pasar, di antaranya meliputi teknologi informasi dan komunikasi, pembukuan, pengolahan sampah, dan teknologi yang diaplikasikan dalam fasilitas pasar yang diperlukan lainnya.
- c. Pengembangan jejaring dan kerjasama dengan supplier sepertihalnya koperasi tani untuk pengadaan barang secara langsung dan kolektif yang difasilitasi oleh koperasi pasar.
- d. Pengembangan usaha dan layanan simpan pinjam koperasi pasar dengan berbagai jenis/skim tabungan, investasi, dan pembiayaan lainnya. Sekira diperlukan dapat merekrut manajer profesional yang dapat mengelola dan mengembangkan koperasi pasar ke depan agar dapat memenuhi kebutuhan pembiayaan pedagang sekaligus meminimalisasi keberadaan rentenir di pasar-pasar.
- e. Pemberian kesempatan kepada koperasi pasar untuk ikut mengelola sebagian aset dan properti pasar dengan setoran minimal atau bagi hasil kepada Pemerintah

Daerah. Dalam hal ini perlu ada studi kelayakan dan penyusunan Rencana Bisnis Pengelolaan Aset Pasar yang menjadi rujukan.

- f. Perintisan koperasi sekunder yang menaungi koperasi pasar di seluruh pasar di wilayah DIY yang berfungsi melakukan pengadaan barang dan permodalan secara kolektif di pasar-pasar.

# Daftar Pustaka

- Asparindo-Departemen PU Cipta Karya, 2010, *Pengelolaan Pasar rakyat Perusahaan Daerah*
- Bruyn, Severyn T., 2000, *A Civil Economy: Transforming the Market in the 21<sup>st</sup> Century*, Michigan, University of Michigan Press.
- Carnoy, Martin and Derek S., 1980, *Economic Democracy: The Challenge of 1980s*, New York, M.E. Sharpe.
- Chartier, Cary, 2001, *Civil Right and Economic Democracy*
- Cumbers, Andre, 2007, *Economic Democracy and Public Ownership*, Glasgow, University of Glasgow
- Dahl, Robert A, 1985, *Demokrasi Ekonomi: Sebuah Pengantar*, diterjemahkan oleh Akhmad Setiawan, Jakarta, Yayasan Obor.
- Devune, Pat, 1995, *Demokrasi dan Perencanaan Ekonomi*, Yogyakarta, Tiara Wacana
- Departemen Kesehatan RI, 2007, *Pengembangan Pasar Sehat di Indonesia*
- Departemen Perdagangan RI-INDEF, *Ringkasan Eksekutif Kajian Dampak Ekonomi Keberadaan Hypermarket Terhadap Retail/Pasar rakyat*, Desember, 2007
- Forum Rektor Indonesia, 2007, *Sistem Ekonomi yang Berkeadilan Sosial*, (naskah akademik), Makassar, FRI.
- Kementerian Koperasi dan UKM-PT Solusi Dinamika Manajemen, *Penelitian Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap*



- Usaha Retail Koperasi/Waserda dan Pasar rakyat, dalam Jurnal Pengkajian Koperasi dan UKM Nomor 1 tahun I 2006
- KPPU, 2007, *Position Paper Rancangan Peraturan Presiden Tentang Penataan dan Pembinaan Usaha Pasar Modern dan Toko Modern*
- Laporan Penelitian Biro Perekonomian Propinsi DIY dan FEB UGM 2009 (Prof Mudrajad Kuncoro)
- Laporan Penelitian Kementerian Perdagangan (Disperindagkop DIY)
- Pengaturan, Pengelolaan, dan Pengembangan Citra Pasar rakyat di Wilayah Perkotaan dan Perdesaan, disampaikan dalam *Plenary and Workshop on Live Bird Markets/Tradisional Markets in Indonesia*, Departemen Perdagangan, 2007
- Peraturan Presiden No 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar rakyat, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern
- Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 52/M-DAG/PER/12/2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar rakyat, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern
- Kriegman, Orion, 1998, *The Potential for Economic Democracy n America*
- Mubyarto, 2004, *Teknokrat dan Ekonomi Pancasila*, PUSTEP-UGM, Yogyakarta
- \_\_\_\_\_, 2004, *Revolusi Menuju Sistem Ekonomi Pancasila*, PUSTEP-UGM, Yogyakarta

- Mubyarto, 1997, *Ekonomi Rakyat, Program IDT, dan Demokrasi Ekonomi Indonesia*, Aditya Media, Yogyakarta
- Mutis, Thoby, 2002, *Cakrawala Demokrasi Ekonomi*, Tiara Wacana, Yogyakarta
- Poole, Michael, 1987, *The Origin of Economic Democracy*, Routledge, London
- Santosa, Awan, 2010, Pasar rakyat, Kemandirian, dan Bangsa Besar, artikel disampaikan dalam *Seminar Formulasi Kebijakan Perlindungan dan Model Pengembangan Pasar rakyat di Propinsi DIY*, 2010
- Sarbini Sumawinata, 2004, *Politik Ekonomi Kerakyatan*, Gramedia, Jakarta
- Santosa, Awan, 2010, *Ekonomi Kerakyatan: Urgensi, Konsep, dan Aplikasi*, Yogyakarta, Universitas Mercu Buana Yogyakarta-Sentra Ekonomi Kerakyatan
- Sekretariat Wakil Presiden, 2009, *Laporan Hasil Pemantauan ke Pasar rakyat di Daerah*,
- SMERU, 2007. *Laporan Penelitian Dampak Supermarket terhadap Pasar dan Pedagang Retail Tradisional di Daerah Perkotaan di Indonesia*
- Smith, J.W., 2000, *Economic Democracy: Political Struggle in Twenty-first Centuries*, New York, M.E. Sharpe.
- Swasono, Sri Edi, 1987, *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi*, UI Press, Jakarta
- Yustika, Ahmad Erani, *Refleksi Kompetisi Hypermarket dan Pasar rakyat*, artikel web

# Biodata Peneliti dan Penulis

## 1. Awan Santosa, S.E, M.Sc

Awan Santosa, S.E, M.Sc adalah Dosen Manajemen, Fakultas Ekonomi di Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia. Selain dosen, dia juga sebagai Peneliti Pusat Studi Ekonomi Kerakyatan UGM. Dia menyelesaikan pendidikan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan UGM (1997-2002). Melanjutkan pendidikan master di Ilmu Ekonomi UGM (2007-2009). Dia memiliki banyak pengalaman penelitian di bidang ekonomi kerakyatan diantaranya Studi Model Penyelenggaraan Ekonomi Kerakyatan di Kabupaten Kulon Progo Berbasis Indeks Demokrasi Ekonomi; Studi Rencana Aksi Daerah Penanggulangan Kemiskinan di Kabupaten Penajam Paser Utara, Bappeda; Studi Penyusunan Model Pengelolaan Pasar Tradisional Berbasis Ekonomi Kerakyatan; Studi Formulasi Kebijakan Perlindungan dan Pengembangan Pasar Tradisional di Propinsi D.I. Yogyakarta, dan masih banyak judul penelitian lainnya.

Selain menjadi Peneliti, dia juga telah menulis di berbagai buku terkait dengan Ekonomi diantaranya adalah Pendidikan Ekonomi Alternatif di Sekolah Lanjutan, Keuangan Mikro Kulon Progo, Kutai Barat Mengembangkan Ekonomi Kerakyatan, Pemberantasan Kemiskinan Melalui Gerakan Sendawar Makmur, Ekonomi Rakyat Nganjuk, Pembangunan Daerah Kutai Barat : Mid-Term Review Propeda Kutai Barat, Menggugat Ketimpangan dan Ketidakadilan Ekonomi Nasional dan

masih banyak lagi tulisan dia di buku yang mengusung Ekonomi Kerakyatan.

**2. Dr. Nur Wening, S.E., M.Si., CHRA**

Lahir di Bantul tanggal 25 Juli 1971. Saat ini menjadi tenaga pengajar di Universitas Widya Wiwaha dengan Jabatan Akademik Lektor Kepala (Manajemen SDM). Beliau alumnus Program Doktor Ilmu Ekonomi FE Universitas Sebelas Maret (UNS) dengan judul disertasi "*Aplikasi Knowledge Sharing pengaruhnya pada individual performance dalam perusahaan*". CHRA didapat dari *Certified Human Resource Analysis* from American Academy of Project Management (AAPM). Lulusan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Jurusan Manajemen Perusahaan dan magister FE Universitas Gadjah Mada Program Magister Sains (MSi) Konsentrasi MSDM ini aktif melakukan penelitian. Di antaranya berjudul *Analisis Kualitas Produk (Skripsi), Impact of Restructuring to Job Satisfaction, Organization Commitment, and Turnover Intention* (Tesis).

Hasil penelitiannya di antaranya Persepsi Konsumen Terhadap Rumah Sakit Swasta di Yogyakarta (2004), Analisis Positioning Koran Kedaulatan Rakyat diantara Koran Harian di DIY dan Jawa Tengah (2004), Analisis Brand Awareness Produk (2005), Dampak Restrukturisasi, Job Insecurity, Kepuasan Kerja, Komitmen Organisasi terhadap Intensi Turnover (2005), Pengaruh Relijiusitas terhadap Komitmen Organisasi, Kepuasan Kerja dan Produktivitas (2006), Konflik Antara Pekerjaan Dan Rumah Tangga Pada Wanita Bekerja (2007), Analisis Adopsi Calon Pemilih Partai Politik di Kab Bantul (2010), Perilaku Knowledge Sharing Pada Dosen Perguruan Tinggi Di

Lingkungan Kopertis V Yogyakarta (2013), Peran *Knowledge Sharing* Pada Perusahaan Keluarga: Pengaruh *Distributive Justice* Pada Kinerja Individual (2013), Aplikasi Knowledge Sharing pada Bisnis Keluarga (2014).

**3. Puthut Indroyono, S.IP.**

Puthut Indroyono, S.IP. adalah Dosen Manajemen, Fakultas Ekonomi di Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia. Selain dosen, dia juga sebagai Peneliti Pusat Studi Ekonomi Kerakyatan UGM. Dia menyelesaikan pendidikan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan UGM (1997-2002). Melanjutkan pendidikan master di Ilmu Ekonomi UGM (2007-2009). Dia memiliki banyak pengalaman penelitian di bidang ekonomi kerakyatan diantaranya Studi Model Penyelenggaraan Ekonomi Kerakyatan di Kabupaten Kulon Progo Berbasis Indeks Demokrasi Ekonomi; Studi Rencana Aksi Daerah Penanggulangan Kemiskinan di Kabupaten Penajam Paser Utara, dan masih banyak lagi hasil penelitian dan publikasi terkait dengan hasil penelitian dan tulisan tentang ekonomi kerakyatan.

ISBN 978 - 602 - 19257 - 3 - 7



9 786021 925737