



PEMERINTAH KOTA MAGELANG
DINAS KOPERASI PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN



LAPORAN AKHIR



NASKAH AKADEMIK DAN RAPERDA PENGELOLAAN PASAR RAKYAT, PENATAAN DAN PEMBINAAN PUSAT PERBELANJAAN DAN TOKO SWALAYAN



PT. RAHMARITZA KENZIE JAYA

Alamat Kantor :

1. Jalan Kapten Yahya 255N Potrobangsari Magelang
 2. Gedung As Syah'iyah Mendut, Lingkungan Mendut II, Mungkid Magelang 56512
- Telp. (0293) 788692 | CP. 0812-2774-423 | Email : kenzierahmajaya@gmail.com



KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kami panjatkan kehadirat Alloh Swt atas limpahan karunianya sehingga kami bisa menyelesaikan penyusunan Naskah Akademik dan Rancangan Peraturan Daerah Kota Magelang tentang Perlindungan Pasar Rakyat dan Penataan, Pembinaan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan dengan tidak ada halangan suatu apapun. Sholawat dan Salam semoga senantiasa tercurah pada Nabi Muhammadi SAW yang telah mengantarkan kita dari jaman Jahiliyah pada zaman yang penuh peradaban.

Naskah Akademik merupakan naskah yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah mengenai konsepsi yang berisi latar belakang, tujuan penyusunan, sasaran yang ingin diwujudkan dan lingkup, jangkauan, objek, atau arah pengaturan rancangan peraturan daerah, sehingga keberadaanya akan menjadi sumber bagi norma norma dalam suatu peraturan perundang-undangan. Secara umum rancangan Peraturan Daerah ini dimaksudkan untuk memperkuat eksistensi Pasar Rakyat melalui pengaturan terkait Pengelolaan Pasar Rakyat milik Pemerintah Daerah; Pemberdayaan Pasar Rakyat milik Pemerintah Daerah; Penataan dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan.

Dalam laporan ini kami sajikan 2 hal yang meliputi bagian satu yaitu Naskah Akademik dengan sistematika sebagai berikut :

- Bab I PENDAHULUAN
- Bab II KAJIAN TEORITIS DAN EMPIRIS
- Bab III EVALUASI DAN ANALISIS PERATURAN PERUNDANG-
UNDANGAN TERKAIT
- Bab IV LANDASAN FISIOLOGIS, SOSIOLOGIS, DAN YURIDIS
- Bab V JANGKAUAN, ARAH PENGATURAN, DAN RUANG LINGKUP

MATERI MUATAN

BAB VI PENUTUP

dan bagian dua yaitu Rancangan Peraturan Daerah tentang Perlindungan Pasar Rakyat dan Penataan, Pembinaan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan.

Demikian Laporan Akhir ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

Magelang, 13 Desember 2021

PT Rahmaritza Kenzie Jaya

A purple circular stamp with a double-line border. The text inside the stamp reads "PT. RAHMARITZA KENZIE JAYA" at the top, "KONSULTANSI, PENYEWAAN" in the middle, and "& JASA PERUSAHAAN" at the bottom. Below the stamp is a handwritten signature in black ink that appears to read "Rahajeng Silmi Nuswantari".

Rahajeng Silmi Nuswantari, SH

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
BAB I PENDAHULUAN	4
A. Letak dan Batas Wilayah	4
B. Analisis Demografi masyarakat	8
C. Analisis Permasalahan.....	16
BAB II KAJIAN TEORITIS DAN PRAKTIK EMPIRIS	20
A. Kajian Teoritis	78
B. Kajian Praktik Empiris	7
BAB III ANALISIS PENGELOLAAN, PENATAAN DAN PEMBINAAN.....	94
A. Landasan Hukum	94
B. Pasar rakyat	94
C. Toko Swalayan dan Pusat Perbelanjaan	100
BAB IV LANDASAN FILOSOFIS, SOSIOLOGIS, YURIDIS.....	104
A. Landasan Filosofis	104
B. Landasan Sosiologis.....	105
C. Landasan Yuridis	108
BAB V JANGKAUAN, ARAH PENGATURAN DAN MATERI MUATAN.....	101
BAB VI PENUTUP	118
A. Kesimpulan	118
B. Saran.....	118
DAFTAR PUSTAKA	

BAB I

PENDAHULUAN

A. LETAK DAN BATAS WILAYAH

Provinsi Jawa Tengah merupakan salah satu provinsi yang ada di pulau Jawa, letaknya diapit oleh dua provinsi besar yaitu Jawa Barat dan Jawa Timur. Secara geografis provinsi Jawa Tengah terletak antara $5^{\circ}40'$ dan $8^{\circ}30'$ Lintang Selatan dan antara $108^{\circ}30'$ dan $111^{\circ}30'$ Bujur Timur, adapun jarak terjauh dari Barat ke Timur yaitu 263 km dan dari Utara ke Selatan 226 km. Jawa tengah secara administratif terbagi menjadi 29 kabupaten dan 6 kota. Luas wilayah Jawa Tengah sebesar 3,25 juta hektar atau sekitar 25,04 persen dari keseluruhan luas pulau jawa.



Gambar 4. 1

Peta Wilayah Provinsi Jawa Tengah

Kota Magelang secara geografis terletak pada $7^{\circ}26'18''$ dan $7^{\circ}30'9''$ Lintang Selatan dan antara $110^{\circ}12'30''$ dan $110^{\circ}12'52''$ Bujur Timur.

Dilihat dari peta orientasi Provinsi Jawa Tengah, Kota Magelang berada pada posisi yang strategis karena keberadaannya yang terletak di tengah-tengah, sehingga mudah dijangkau dari berbagai arah. Secara geoeconomis, Kota Magelang merupakan daerah strategis yang terletak pada persilangan jalur transportasi utama Semarang-Yogyakarta, jalur kegiatan ekonomi Semarang-Yogyakarta-Purworejo dan jalur wisata Yogyakarta-Borobudur- Kopeng dan dataran tinggi Dieng.



Gambar 4.2

Peta Administrasi Kota Magelang

Kota Magelang merupakan salah satu kabupaten/kota yang ada di Jawa Tengah yang terletak di tengah-tengah daerah Kabupaten Magelang sehingga semua batas daerah Kota Magelang merupakan wilayah

administratif Kabupaten Magelang. Adapun batas wilayah Kota Magelang sebelah utara yaitu berbatasan dengan Kecamatan secang, sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Mertoyudan, sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Bandongan dan sebelah timur berbatasan lngsung dengan Kecamatan Tegalrejo. Secara topografis Kota Magelang merupakan dataran tinggi yang berada 380 m di atas permukaan laut, dengan kemiringan berkisar 5° sampai 45° sehingga Kota Magelang merupakan wilayah bebas banjir. Klimatologi Kota Magelang dikategorikan daerah beriklim basah dengan temperatur bervariasi antara 20° C sampai 29° C, adapun curah hujan 8,16 mm/ hari, ditahun 2016 hari hujan banyak terjadi pada bulan januari dengan hari hujan sebanyak 24 hari. Struktur dan karakteristik geologi Kota Magelang yaitu berupa dataran alluvium yang penyebarannya sampai pada bagian selatan dan pinggiran Sungai Progo dan Sungai Elo. Dataran alluvium ini tersusun oleh batuan hasil rombakan bebatuan tua yang bersifat lepas. Secara umum wilayah Kota Magelang tersusun atas empat formasi batuan yaitu batuan sedimen, batuan gunung api, batuan beku trobosan dan batuan endapan alluvial.

Kota Magelang memiliki luas daerah 18.120 kilometer persegi yang terbagi menjadi tiga Kecamatan administratif, yaitu Kecamatan Magelang Utara, Kecamatan Magelang Tengah dan Kecamatan Magelang Selatan dengan luas wilayah berturut-turut 6.128 km², 5.104 km², dan 6.888 km².

Kota Magelang terdiri dari 3 Kecamatan, dan 17 Kelurahan dengan wilayah meliputi : 1) Kecamatan Magelang Utara terdiri dari Kelurahan Kedungsari, Kelurahan Kramat Selatan, Kelurahan Kramat Utara, Kelurahan Potrobangsari dan Kelurahan Wates. 2) Kecamatan Magelang Tengah terdiri dari Kelurahan Cacaban, Kelurahan Gelangan, Kelurahan Kemirirejo, Kelurahan Magelang, Kelurahan Panjang dan Kelurahan Rejowinangun Utara. 3) Kecamatan Magelang Selatan terdiri dari Kelurahan

Jurangombo Selatan, Kelurahan Jurangombo Utara, Kelurahan Magersari, Kelurahan Rejowinangun Selatan, Kelurahan Tidar Selatan dan Kelurahan Tidar Utara.

B. ANALISIS DEMOGRAFI MASYARAKAT

1. Analisis Potensi Sosial Masyarakat

Pada tahun 2015 jumlah penduduk Kota Magelang sebesar 120.952 jiwa dengan yang terdiri dari 59.591 jiwa penduduk laki-laki dan 61.361 jiwa penduduk perempuan. Adapun laju pertumbuhan penduduk Kota Magelang sebesar 0,51% dengan *sex ratio* sebesar 97,12%. Kecamatan dengan penduduk terpadat adalah Kecamatan Magelang Tengah dengan kontribusi sebesar 36,04%, urutan berikutnya ditempati oleh Kecamatan Magelang Selatan dengan kontribusi sebanyak 33,56% dan urutan terakhir ditempati oleh Kecamatan Magelang Utara.

Adapun jumlah penduduk Kecamatan Magelang Tengah sebanyak 44.022 jiwa dengan komposisi 21.391 jiwa penduduk laki-laki dan 22.631 jiwa penduduk perempuan, jumlah penduduk yang berada di Kecamatan Magelang Selatan berjumlah 40.591 jiwa dengan komposisi 20.543 jiwa penduduk laki-laki dan 20.048 jiwa penduduk perempuan, jumlah penduduk Kecamatan Magelang Utara sebesar 36.339 jiwa penduduk dengan komposisi 17.657 jiwa penduduk laki-laki dan 18.682 jiwa penduduk perempuan. Komposisi jumlah penduduk Kota Magelang menunjukkan bahwa jumlah penduduk perempuan lebih banyak dari pada jumlah penduduk laki- laki. Hal ini mengindikasikan perlunya kegiatan pemberdayaan perempuan yang dicanangkan oleh pemerintah untuk dapat meningkatkan kualitas sumber daya perempuan serta meningkatkan kapasitas diri perempuan sebagai upaya untuk menuju pembangunan berkelanjutan.

Dilihat dari pola penyebaran penduduk Kota Magelang yaitu terpusat pada Kecamatan Magelang Tengah yang berarti bahwa pusat kegiatan Kota Magelang terdapat di Kecamatan Magelang Tengah. Perlu adanya tindak lanjut dari pemerintah seperti pemenuhan dan peningkatan sarana prasarana yang ada di Kecamatan Magelang Tengah untuk dapat meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan penduduk setempat. Tingkat pertumbuhan penduduk yang tinggi maka akan tinggi pula penyediaan tenaga kerja. Penawaran tenaga kerja yang tinggi tanpa diimbangi dengan kesempatan kerja yang cukup akan berdampak pada munculnya pengangguran.

Jumlah angkatan kerja yang ada di Kota Magelang sebesar 61.060 jiwa dengan komposisi penduduk yang bekerja sebanyak 57.133 jiwa dan pengangguran sebanyak 3.927 jiwa. Adapun tingkat partisipasi angkatan kerja Kota Magelang sebesar 1.661,63 di dominasi oleh penduduk perempuan yaitu sebanyak 1.588,35 dan penduduk laki-laki sebesar 73,28, berkebalikan dengan tingkat partisipasi angkatan kerja yang didominasi oleh penduduk wanita, pada tingkat pengangguran Kota Magelang justru didominasi oleh penduduk laki-laki. Mata pencaharian yang banyak dilakukan oleh penduduk Kota Magelang adalah Pegawai baik Negeri maupun swasta, kemudian disusul oleh pedagang. Pertanian tidak menjadi mata pencaharian pokok di Kota Magelang, hal ini disebabkan oleh sedikitnya lahan pertanian yang ada sehingga jenis mata pencaharian di Kota Magelang banyak bergerak pada sektor jasa.

Pendidikan merupakan sarana untuk mencapai kemajuan suatu bangsa. Jika suatu bangsa tidak dapat mewujudkan pendidikan yang baik maka bangsa tersebut akan menjadi bangsa yang terbelakang dan tertinggal dari bangsa lain. Pendidikan yang baik juga menggambarkan kualitas sumber daya manusia yang baik pula.

Tabel 4. 1
Indikator Pendidikan Kota Magelang Tahun 2013-2015 (dalam
persen)

Kelompok Umur sekolah	Tahun		
	2013	2014	2015
7-12 Tahun	99,2	98,4	97,4
13-15 Tahun	95,4	98,2	100
16-18 Tahun	68,7	70	73,2

Sumber : BPS Kota Magelang diolah

Berdasarkan tabel 4.1 kelompok umur 13-15 tahun dan 16-18 tahun mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, berbeda dengan kelompok umur 7-12 tahun yang mengalami penurunan. Tercatat kelompok usia 7-12 tahun atau tingkatan Sekolah Dasar pada tahun 2013 sebesar 99,2 persen kemudian menurun pada tahun 2014 sebesar 98,4 persen dan kembali mengalami penurunan pada tahun 2015 sebesar 97,4 persen. Kelompok umur 13-15 tahun atau tingkatan Sekolah Menengah Pertama mengalami peningkatan dari tahun ke tahun yaitu pada tahun 2013 sebesar 95,4 persen dan mengalami peningkatan pada tahun 2014 sebesar 98,2 persen dan kembali mengalami peningkatan sebesar 100 persen pada tahun 2015. Kelompok umur 16-18 tahun pada tahun 2013 sebesar 68,7 tahun, mengalami peningkatan pada tahun 2014 sebesar 70 persen kemudian mengalami peningkatan kembali secara signifikan pada tahun 73,2 persen. Angka partisipasi sekolah pada kelompok umu 16-18 tahun berkisar 60-70 persen, hal ini disebabkan pada tingkat usia tersebut lebih memilih untuk bekerja daripada sekolah.

Berdasarkan Badan Pusat Statistik, mengutip isi *Human Development Report* (HDR) tahun 1990, pembangunan manusia merupakan suatu proses untuk memperbanyak pilihan-pilihan yang dimiliki oleh manusia. Diantara banyak pilihan tersebut, pilihan terpenting adalah untuk sehat dan berumur panjang, untuk berilmu pengetahuan, dan untuk mempunyai akses terhadap sumber daya yang dibutuhkan agar dapat hidup secara layak. Selain pendidikan upaya yang dilakukan oleh pemerintah daerah untuk meningkatkan kualitas manusia adalah dengan melalui kesehatan. Berdasarkan data publikasi BPS Kota Magelang, Indeks Pembangunan Manusia (IPM) Kota Magelang meningkat dari Tahun Ke tahun. Tahun 2009 IPM Kota Magelang sebesar 76,37 persen, meningkat menjadi 76,60 persen pada tahun 2010 dan kembali meningkat di tahun 2011,2012 dan tahun 2013 berturut-turut sebesar 76,83 persen, 77,26 persen dan 77,91 persen.

Tabel 4. 2

Jumlah Sekolah dan Perguruan Tinggi di Kota Magelang Tahun 2015 (satuan unit)

Kategori	Jumlah Institusi
Sekolah Dasar	77
Sekolah Menengah Pertama	23
Sekolah Menengah Umum	11
Sekolah Menengah Kejuruan	19
Sekolah Luar Biasa	4
Perguruan Tinggi	6

Sumber : BPS Kota Magelang

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui jumlah sekolah dan perguruan tinggi yang berada di Kota Magelang. Sekolah Dasar sejumlah 77 unit, Sekolah Menengah Pertama sejumlah 23 unit, Sekolah Menengah Umum berjumlah 11 unit, Sekolah Menengah Kejuruan sejumlah 19 unit, Sekolah Luar Biasa sejumlah 4 unit dan

Pembangunan dan pemenuhan bidang kesehatan di Kota Magelang tahun 2015 cukup maju, hal ini dapat dilihat pada tabel 4.3 dari pembangunan fasilitas dan sarana penunjang pelayanan kesehatan masyarakat yang dibangun di hampir seluruh wilayah kecamatan. Pembangunan fasilitas kesehatan tersebut bertujuan untuk meningkatkan pelayanan kesehatan secara mudah dan terjangkau. Tercatat terdapat 5 rumah sakit umum di Kota Magelang yaitu masing –masing di Kecamatan Magelang Utara terdapat 2 rumah sakit umum, Kecamatan Magelang Tengah terdapat 2 rumah sakit umum dan terdapat 1 rumah sakit umum di Kecamatan Magelang Selatan , sedangkan hanya ada 1 rumah sakit bersalin di Kota Magelang meskipun demikian pemenuhan puskesmas, rumah sakit umum dan keberadaan bidan sudah dapat dipenuhi di seluruh wilayah kecamatan Kota Magelang.

2. Analisis Potensi Ekonomi Wilayah

Peranan sektor-sektor ekonomi dalam menciptakan nilai tambah terhadap Produk Domestik Regional Bruto menentukan struktur perekonomian suatu daerah. Semakin nilai tambah yang diberikan oleh suatu sektor maka semakin besar juga peranannya dalam perekonomian daerah. Berdasarkan distribusi persentase PDRB atas dasar harga konstan 2010 menurut lapangan usaha maka sektor kontribusi merupakan sektor yang memberikan kontribusi terbesar terhadap PDRB Kota Magelang.

Tabel 4. 4

**Distribusi Persentase PDRB Kota Magelang ADHK 2010
Tahun 2010-2015**

Lapangan Usaha	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Pertanian, Kehutanan dan Perikanan	2,33	2,26	2,19	2,12	2,06	2,00
Pertambangan dan Penggalian	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Industri Pengolahan	14,09	14,47	14,73	14,87	15,18	15,23
Pengadaan Listrik dan Gas	0,30	0,32	0,35	0,37	0,37	0,34
Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	0,18	0,17	0,16	0,15	0,15	0,15
Konstruksi	18,26	17,38	17,65	17,21	16,75	16,61
Perdagangan besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	16,43	16,85	16,20	16,15	15,87	15,61
Transportasi dan Pergudangan	7,08	6,94	6,97	7,24	7,48	7,62
Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	5,76	5,76	5,62	5,55	5,64	5,72
Informasi dan Komunikasi	4,85	4,50	5,24	5,38	5,97	6,14

Lapangan Usaha	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Komunikasi						
Jasa Keuangan dan Asuransi	4,99	4,90	4,78	4,71	4,60	4,62
Real Estate	3,46	3,48	3,44	3,51	3,52	3,55
Jasa Perusahaan Administrasi	0,30	0,31	0,32	0,32	0,33	0,34
Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	13,17	12,70	12,20	11,81	11,20	11,10
Jasa Pendidikan	4,36	4,97	5,61	6,10	6,31	6,41
Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	2,24	2,33	2,42	2,40	2,48	2,51
Jasa Lainnya	2,20	2,14	2,02	2,09	2,10	2,05
PRODUK DOMESTIK REGIONAL BRUTO	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Sumber : BPS Kota Magelang

Tabel 4.4 menunjukkan kontribusi masing-masing sektor terhadap laju pertumbuhan PDRB Kota Magelang, serta besarnya nilai tambah yang diberikan terhadap besarnya pendapatan daerah. Peranan terbesar diberikan oleh sektor kontribusi sebesar 18,26 persen di tahun 2010, kemudian menurun menjadi 17,38 persen pada tahun 2011 pergerakan peranan sektor kontribusi mengalami fluktuasi dan kembali naik di tahun 2012 sebesar 17,65 persen, tahun 2013 sampai 2015 peranan sektor

kontribusi terus mengalami penurunan masing-masing sebesar 17,21 persen, 16,75 persen, dan 16,61 persen. Kontribusi terbesar kedua adalah dari sektor perdagangan besar dan eceran; reparasi mobil dan sepeda motor yaitu sebesar 16,43 persen pada tahun 2010 dan mengalami kenaikan yang cukup signifikan pada tahun 2011 sebesar 16,85 persen dan kemudian terus mengalami penurunan sampai dengan tahun 2015 yaitu sebesar 15,61 persen. Adapun kontribusi terkecil selain sektor pertambangan dan penggalan adalah dari sektor pengadaan air, pengolahan sampah, limbah dan daur ulang yang memiliki rata-rata distribusi persentase dalam kurun waktu 2010 sampai dengan 2015 adalah sebesar 0,16 persen.

Laju pertumbuhan ekonomi yang dilihat dari pertumbuhan PDRB Kota Magelang pada tahun 2015 sebesar 5,08 persen lebih besar dibandingkan tahun 2014 yaitu sebesar 4,88 persen. Jumlah PDRB atas dasar harga konstan 2010 Kota Magelang tahun 2015 sebesar Rp. 5.240.833 dalam juta rupiah. Pendapatan perkapita yang dimiliki Kota Magelang selama periode 2010 sampai dengan 2015 lebih besar dibandingkan pendapatan perkapita Jawa tengah. Tahun 2014 pendapatan perkapita Kota Magelang sebesar Rp 41.432.680 sementara di tahun yang sama pendapatan perkapita Jawa tengah sebesar Rp. 22.858.320. Pendapatan perkapita Kota Magelang di tahun 2015 tetap lebih besar dari Jawa Tengah yaitu sebesar Rp. 43.387.976. Daya saing Kota Magelang merupakan daya saing paling tinggi peringkat pertama di Provinsi Jawa Tengah dengan indeks 64,72 menurut hasil survey daya saing tahun 2016 yang dilakukan oleh Bank Indonesia Jawa Tengah. Tingkat inflasi Kota Magelang tahun 2014 sebesar 7,92 persen lebih kecil dibandingkan inflasi nasional yaitu sebesar 8,36 persen.

C. ANALISIS PERMASALAHAN

Kota Magelang berada ditengah-tengah wilayah administrative Kabupaten Magelang, Jawa Tengah. Hal tersebut menjadi posisi strategis karena berada di persimpangan ekonomi, transportasi dan pariwisata antara wilayah Semarang-Magelang-Yogyakarta dan Purworejo-Temanggung. Selain itu dalam Tata Ruang Nasional, Kota Magelang ditetapkan sebagai Pusat Kegiatan Wilayah Kawasan PURWOMANGGUNG (Kabupaten Purworejo, Kabupaten Wonosobo, Kota Magelang, Kabupaten Magelang dan Kabupaten Temanggung). Dalam Dokumen Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kota Magelang Tahun 2011-2031, potensi-potensi yang dimiliki Kota Magelang akan dikembangkan secara optimal salah satunya menjadi Kawasan Perdagangan/Jasa dan Kawasan Industri/Perdagangan. Untuk mendukung Kawasan tersebut, Pemerintah Kota Magelang melakukan penataan pasar tradisional yang ada di Kota Magelang yaitu Pasar Rejowinangun, Pasar Cacaban, Pasar Kebon Polo, Pasar Sidomukti, dan Pasar Gotong Royong. Pemerintah Kota Magelang mengeluarkan Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Pasar Tradisional dan Penataan, Pembinaan Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, dalam rangka mengatur pengelolaan Pasar Tradisional serta pengembangan dan pemberdayaan usaha perdagangan tersebut.

Dalam Perda Nomor 6 Tahun 2011 pengelolaan pasar tradisional milik Pemerintah Daerah dilakukan oleh UPTD Pasar yang saat ini dibawah koordinasi Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Magelang. Pengelolaan yang dimaksud adalah terkait pendapatan, kebersihan, keamanan, ketertiban, ketentraman, dan pengembangan pasar. Dalam

Perda tersebut diatur bahwasanya Pemda berhak melakukan renovasi atau pemugaran atas pasar tradisional, tetapi juga berkewajiban menyediakan fasilitas yang menjamin kebersihan, keamanan, ketertiban dan ruang public yang nyaman di pasar tradisional, salah satunya adalah area parkir. Dalam pengelolaannya, Pemda dapat bekerjasama dengan pihak swasta seperti pada Pasar Kebon Polo dan Pasar Gotong Royong. Pemda berwenang mengatur pengelompokan barang-barang dagangan, bangunan dalam pasar tradisional terdiri dari kios, los, maupun plataran. Untuk lokasi penentuannya kios, los, maupun plataran dilakukan melalui undian. Pedagang pasar dilarang merubah bangunan, apabila melakukan perubahan wajib mengajukan permohonan terlebih dahulu ke Pemerintah Daerah. Pedagang juga tidak dapat memperjualbelikan, khususnya bagi pasar yang seluruh asetnya adalah milik Pemda. Dengan adanya perijinan tersebut, pedagang mendapatkan perlindungan hukum terhadap pemanfaatan lokasi yang diizinkan tetapi juga harus memberitahukan secara tertulis apabila tidak melakukan usaha ataupun mengalihkan ke pihak lain. Untuk perijinan bangunan diperbaharui setiap 5 tahun sekali selama 20 tahun dan dapat diperpanjang 2 x dengan mengajukan ijin daftar ulang dan maksimal 3 tempat dan tidak dapat dipindahtangankan tanpa ijin. Imbal balik yang diterima oleh Pemda atas perijinan menggunakan lokasi baik kios, los, maupun plataran berupa retribusi pasar yang dibayarkan oleh pedagang setiap hari.

Berjalannya waktu, muncul beberapa permasalahan serta fenomena yang terjadi di pasar tradisional. Sejalan dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 70 Tahun 2013 dan UU Perdagangan Nomor 7 Tahun 2014 yang salah satunya melakukan penyesuaian penyebutan Pasar Tradisional menjadi Pasar Rakyat yang bertujuan untuk menciptakan kepastian produk nasional dan naturalisasi proses perdagangan dan jual

beli. Dalam kegiatan operasional pasar, tidak setiap hari pedagang selalu berdagang, terkadang disaat ada keperluan kegiatan berdagang libur. Sesuai dengan Perda Nomor 6 Tahun 2011 serta Peraturan Walikota Tahun 2017 menjelaskan bahwa pedagang berkewajiban membayar retribusi. Padahal secara logika, apabila pedagang tidak berdagang (libur) mereka tidak mendapatkan penghasilan. Hal tersebut menjadi pertentangan antara Petugas retribusi dengan para pedagang. Apabila pedagang tidak mematuhi, maka secara bertahap, administrasi izin usaha (SITU) akan dicabut. Alasan pedagang tidak mau melakukan pembayaran retribusi saat libur juga dapat diterima, memang mereka tidak memiliki penghasilan pada hari tersebut, bagaimana mereka membayar retribusi. Dan hal tersebut oleh UPT sudah dikomunikasikan dengan Dinas terkait. Petugas dari UPT selalu melakukan pembinaan dan juga sosialisasi terkait aturan tersebut kepada para pedagang, baik melalui forum paguyuban maupun secara langsung. Dalam mendukung kelancaran pembayaran retribusi, Pemda bekerjasama dengan Bank untuk menyiapkan fasilitas e-retribusi guna memudahkan pembayaran retribusi oleh pedagang. Pembayaran dapat dilakukan secara online dimana saja dan kapan saja. Harapannya, pem bayaran retribusi dapat berjalan baik dan sesuai target Pemda. Permasalahan lain yang terjadi adalah ternyata banyak sekali pedagang yang tidak memiliki Surat Ijin Tempat usaha (SITU). Berdasarkan Perda Nomor 6 Tahun 2011, untuk pengurusan SITU membutuhkan persyaratan yang cukup detail salah satunya surat ijin kepemilikan, yang menjadikan alasan banyak pedagang tidak melakukan pengurusan SITU. Berdasarkan keterangan dari beberapa narasumber, hal tersebut berawal dari masalah retribusi. Banyak pedagang yang memiliki hutang retribusi, dan surat ijin kepemilikan. Padahal fenomena yang terjadi, untuk mendapatkan surat ijin kepemilikan harus tidak memiliki hutang retribusi. Dan untuk mengurus

surat kepemilikanpun juga mengalami kesulitan karena tidak tau siapa pemilik asli dari los dan kios karena pemindatangan dilakukan secara illegal tanpa diketahui oleh UPT. Sesuai aturanpun, pengurusan SITU persyaratannya sangat detail, yang membuat pedagang kesulitan . Begitupun dalam aturan Perda tidak ada persyaratan bahwa setiap pedagang harus memiliki SITU. Hal tersebut yang menyebabkan baru 10% dari total pedagang yang memiliki SITU. Dilemma bagi Pemerintah Daerah, karena ada temuan dari Badan Pemeriksa Keuangan, bahwa ada Piutang Retribusi yang mencapai 1 Milyar lebih yang seharusnya dapat diterima sebagai PAD Kota Magelang.

Berdasarkan informasi dan masukan dari beberapa pihak dilapangan, memang perlu adanya Peraturan yang jelas, detail dan tegas mengenai pengaturan retribusi dan kemudahan pengurusan SITU. Dengan adanya aturan yang jelas, akan memudahkan semua pihak baik Pemerintah Daerah dalam pemenuhan target retribusi sebagai salah satu pendapatan asli daerah maupun pedagang emndapatkan fasilitas perlindungan usaha melalui kepemilikan SITU. Ada aturan pula mengenai sanksi yang tegas atas pelanggaran hal tersebut. Dengan adanya pembaharuan melalui kajian yang jelas di lapangan, harapannya ada Langkah riil yang memberikan kontribusi bagi Pemda dan juga kemudahan bagi para pedagang pasar.

BAB II

KAJIAN TEORETIS DAN PRAKTIS EMPIRIS

A. KAJIAN TEORITIS

1. Asas Umum Pemerintahan Daerah

Asas merupakan dasar pedoman atau sesuatu yang dianggap kebenaran, yang menjadi tujuan berpikir dan prinsip yang menjadi pegangan. Dengan demikian yang menjadi asas pemerintahan adalah dasar dari suatu sistem pemerintahan seperti ideologi suatu bangsa, falsafah hidup dan konstitusi yang membentuk sistem pemerintahan, Inu Kencana Safei¹. Lebih lanjut Safei menyebutkan pengertian asas-asas pemerintahan yang berlaku secara umum sebagai berikut: “Secara umum dapat dikatakan bahwa asas-asas pemerintahan tercantum di dalam pedoman-pedoman , peraturan-peraturan”. Pengertian pemerintah, Labolo (2011)² menjelaskan “Pemerintah sebagai representasi rakyat, pemerintah merupakan entitas yang dipandang paling berdaulat karena tidak semua organisasi yang memiliki kesamaan struktur dan fungsi sebagaimana organisasi pemerintah dapat disebut entitas pemerintah yang berdaulat”. Pemerintah sebagai badan atau yang mengurus pemerintahan dalam suatu negara. Dalam penyelenggaraan pemerintahan daerah tidak terlepas dari penyelenggaraan pemerintahan pusat, karena pemerintahan daerah merupakan bagian dari penyelenggaraan pemerintahan negara. Dengan demikian asas penyelenggaraan pemerintahan berlaku juga dalam

¹ Inu Kencana Syafii, Sistem Pemerintahan Indonesia, (Jakarta : Rineka Cipta, 2011), h. 104

² Labolo, muhadam. 2011. Memahami ilmu pemerintahan. Rajagrafindo : Jakarta. Suhardono, Edy. 1994. Teori Peran: Konsep, Derivasi dan Implikasinya . Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

penyelenggaraan pemerintahan daerah, termasuk asas-asas penyelenggaraan pemerintah daerah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan tentang pemerintahan daerah.

Menurut Mardiasmo (2004) 3 , pemerintahan yang baik (good governance) ada keterlibatan masyarakat dalam pembuatan keputusan baik secara langsung maupun tidak langsung melalui lembaga perwakilan yang dapat menyalurkan aspirasinya. Partisipasi tersebut dibangun atas dasar kebebasan berasosiasi dan berbicara serta partisipasi secara konstruktif. Adapun peran pemerintah dapat dikaji dengan menggunakan pendekatan konsep pemerintahan yang baik (good governance), yang meliputi:

- a. **Participation.** Keterlibatan masyarakat dalam pembuatan keputusan baik secara langsung maupun tidak langsung melalui lembaga perwakilan yang dapat menyalurkan aspirasinya. Partisipasi tersebut dibangun atas dasar kebebasan berasosiasi dan berbicara serta partisipasi secara konstruktif.
- b. **Transparency.** Transparansi dibangun atas dasar kebebasan memperoleh informasi. Informasi yang berkaitan dengan kepentingan publik secara langsung dapat diperoleh oleh mereka yang membutuhkan.
- c. **Responsiveness.** Lembaga-lembaga publik harus cepat dan tanggap dalam melayani stakeholders.
- d. **Consensus of orientation.** Berorientasi pada kepentingan masyarakat yang lebih luas.

3 Mardiasmo. 2004. Otonomi dan Manajemen Keuangan Daerah. Yogyakarta : Andi.

- e. **Accountability.** Pertanggungjawaban kepada publik atas setiap aktivitas yang dilakukan strategi penyelenggara pemerintahan dan masyarakat harus memiliki visi jauh kedepan.

Pemerintah lahir dari hasil perjanjian atau kontrak social yang disepakati bersama sebagaimana teori kontrak social J.J. Rosseau. Manji (2010)⁴, Adanya kesepakatan yang kemudian dikenal dengan sebutan kontrak social (*social contract*) tersebut kemudian diberikan kekuasaan legal dengan mekanisme beragam seperti yang kita kenal sekarang semisal pemilihan umum yang selanjutnya melahirkan kekuasaan dan institusi pemerintahan. Menurut Ndraha yang dikutip oleh Erliana (2014)⁵ mengemukakan bahwa “pemerintahan adalah gejala sosial, yang terjadi dalam konteks hubungan antar warga masyarakat secara individual maupun secara berkelompok”. Sebagaimana oleh Rasyid (2011)⁶, Pemerintah adalah sekumpulan orang-orang yang mengelola kewenangan-kewenangan, melaksanakan kepemimpinan dan koordinasi pemerintahan serta pembangunan masyarakat dari lembaga-lembaga dimana mereka ditempatkan. Peran pemerintah berkaitan dengan tugas dan fungsi pemerintah itu sendiri. Ryaas Rasyid mengemukakan tugas-tugas pokok pemerintahan:

- a. Menjamin keamanan negara dari segala kemungkinan serangan dari luar, dan menjaga agar tidak terjadi pemberontakan dari dalam yang dapat menggulingkan pemerintahan yang sah melalui cara-cara kekerasan.

4 Jean Jacques Rousseau. 2010. Kontrak Sosial, terj. Rahayu Surtiati Hidayat dan Ida Sundari Husen, Jakarta : Dian Rakyat.

5 Ndraha, Taliziduhu. 2007. Partisipasi Masyarakat dalam Pembangunan. Penerbit Yayasan Karya.

6 Rasyid, Harun dan Mansur. 2008. Penilaian Hasil Belajar. Bandung : CV Wacana Prima.

- b. Memelihara ketertiban dengan mencegah terjadinya gontokgontokan diantara warga masyarakat, menjamin agar perubahan apapun yang terjadi di dalam masyarakat dapat berlangsung secara damai.
- c. Menjamin diterapkannya perlakuan yang adil kepada setiap warga masyarakat tanpa membedakan status apapun yang melatarbelakangi keberadaan mereka.
- d. Melakukan pekerjaan umum dan memberikan pelayanan dalam bidang-bidang yang tidak mungkin dikerjakan oleh lembaga non pemerintahan, atau yang akan lebih baik jika dikerjakan oleh pemerintah.
- e. Melakukan upaya-upaya untuk meningkatkan kesejahteraan sosial: membantu orang miskin dan memelihara orang cacat, jompo dan anak terlantar: menampung serta menyalurkan para gelandangan ke sektor kegiatan yang produktif, dan semacamnya.
- f. Menerapkan kebijakan ekonomi yang menguntungkan masyarakat luas, seperti mengendalikan laju inflasi, mendorong penciptaan lapangan kerja baru, memajukan perdagangan domestic dan antar bangsa, serta kebijakan lain yang secara langsung menjamin peningkatan ketahanan ekonomi negara dan masyarakat.
- g. Menerapkan kebijakan untuk memelihara sumber daya alam dan lingkungan hidup hidup, seperti air, tanah dan hutan.

Singkatnya tugas-tugas pokok tersebut diringkas menjadi 3 (tiga) fungsi yaitu: pelayanan (service), pemberdayaan (empowerment), dan pembangunan (development). Pelayanan akan membuahkan keadilan dalam masyarakat, pemberdayaan akan mendorong kemandirian

masyarakat, dan pembangunan akan menciptakan kemakmuran dalam masyarakat.

Davey (1998)⁷ memaparkan bahwa terdapat lima fungsi utama pemerintahan, antara lain pertama, sebagai penyedia layanan, yaitu fungsi-fungsi pemerintah yang berkaitan dengan penyediaan pelayanan yang berorientasi pada lingkungan dan masyarakatnya. Kedua, fungsi pengaturan, yaitu fungsi yang berkaitan dengan perumusan dan penegakkan peraturan-peraturan. Ketiga, fungsi pembangunanyaitu fungsi yang berkaitan dengan keterlibatan pemerintah dalam kegiatan ekonomi. Keempat, fungsi perwakilan yaitu mewakili masyarakat di luar wilayah mereka. Kelima, fungsi koordinasi yaitu berkaitan dengan peran pemerintah dalam pengkoordinasian, perencanaan, investasi dan tata guna lahan. Kemudian Menurut Ndraha (2001)⁸, “fungsi pemerintahan terdapat dua macam fungsi, yaitu Pemerintah mempunyai fungsi primer atau fungsi pelayan (service), sebagai provider jasa publik yang baik diprivatisasikan dan layanan civil termasuk fungsi pemberdayaan, sebagai penyelenggara pembangunan dan melakukan program pemberdayaan”.

Dengan demikian, begitu luas tugas dan fungsi pemerintah, menyebabkan pemerintah harus memikul tanggungjawab yang sangat besar. Untuk mengembangkan tugas yang berat itu, selain diperlukan sumber daya, dukungan lingkungan, dibutuhkan institusi yang kuat didukung oleh aparat yang memiliki perilaku yang sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku didalam masyarakat dan pemerintahan. Pemerintah Kabupaten dalam penelitian ini adalah pemerintah daerah sebagaimana

7 Davey, K.J, 1998 *Pembiayaan Pemerintah Daerah–Praktek-Praktek Internasional dan Relevansinya bagi Dunia Ketiga*, Penerjemah Amanullah dkk, UI Press, Jakarta.

8 Ndraha, Taliziduhu. 2007. *Partisipasi Masyarakat dalam Pembangunan*. Penerbit Yayasan Karya.

dalam undang-undang nomor 23 tahun 2014 tentang pemerintah daerah, “Pemerintahan Daerah adalah penyelenggaraan urusan pemerintahan oleh pemerintah daerah dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah menurut asas otonomi dan tugas pembantuan dengan prinsip otonomi seluas-luasnya dalam sistem dan prinsip Negara Kesatuan Republik Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945”. Melalui kewenangan otonomi yang dimiliki Pemerintah Daerah Kota Magelang memiliki **Peraturan Daerah Nomor 6 tahun 2011 tentang Pengelolaan Pasar Tradisional dan Penataan, Pembinaan Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern**. Mengapa perlu untuk melindungi dan memberdayakan pasar khususnya pasar tradisional atau juga dikenal sebagai pasar rakyat. Karena di dalam pasar tersebut yang banyak terlibat adalah para pelaku usaha kecil menengah atau pedagang-pedagang dalam skala kecil. Banyak masyarakat menggantungkan penghidupannya dalam pasar tradisional. Pemerintah daerah atau kota sebagaimana dalam pasal 12 undang-undang nomor 23 tahun 2014 tentang pemerintahan daerah memiliki urusan wajib yang meliputi perlindungan masyarakat, koperasi, usaha kecil, menengah. Secara tidak langsung terhadap perlindungan dan pemberdayaan pasar tradisional. Pemerintah Kota/Kabupaten berperan dalam pelaksanaan perlindungan pasar tradisional melalui satuan kerja perangkat dinasnya yaitu, Dinas Perdagangan. C

2. Asas-Asas Dalam Peraturan Daerah Terhadap Penataan Pasar Rakyat Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan.

Di dalam hukum pembentukan peraturan daerah dimuat sejumlah asas-asas hukum, dimana pilihan asas ini haruslah dilandasi oleh filosofis dan tujuan pengembangan dan penataan pasar rakyat, pusat perbelanjaan

dan toko swalayan, dan pada gilirannya asas-asas tersebut terjabarkan dalam draf ketentuan-ketentuan peraturan pemerintah terkait dengan penataan pasar rakyat, pusat perbelanjaan dan toko swalayan. Secara khusus penerapan asas-asas dalam Peraturan Daerah Tentang Penataan Pasar Rakyat, Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan sebagai berikut :

- a. Asas Keberlanjutan.** Dengan keberlanjutan diharapkan adanya kesinambungan antara kebijakan yang akan diambil dengan kebijakan sebelumnya baik itu dalam aspek perencanaan, penyelenggaraan ataupun pemanfaatan sumber daya di sektor ekonomi (pasar rakyat dan toko swalayan). Terkait dengan penerapan penataan pasar rakyat, pusat perbelanjaan dan toko swalayan, pendapatan yang diperoleh dari retribusi pasar dan toko swalayan harus dimanfaatkan kembali untuk peningkatan penataan pasar rakyat, pusat perbelanjaan dan toko swalayan secara berkelanjutan, bahkan peningkatan dari kebijakan demand manajemen yang sebelumnya telah diambil dan bukan malah sebaliknya.
- b. Asas Kekeragaman dan keseimbangan.** Pengembangan pasar harus memperhatikan berbagai aspek seperti kepentingan ekonomi, sosial, budaya dan perlindungan terhadap kelestarian lingkungan. Dalam hal ini penyelenggaraannya senantiasa dijiwai atau dipandu oleh nilai-nilai keseimbangan, keadilan dan kesetaraan berdasarkan kepentingan sosial.
- c. Asas Manfaat.** Segala usaha dan atau kegiatan pembangunan yang dilaksanakan disesuaikan dengan potensi sumber daya alam dan lingkungan dalam upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat dan harkat manusia selaras dengan lingkungannya

- d. Asas Keterpaduan.** Perlindungan dan pengelolaan pasar dilakukan dengan memadukan berbagai unsur atau mensinergikan berbagai komponen terkait. Dalam hal ini dapat diwujudkan dalam bentuk :
- 1) memastikan bahwa penerapan dan pembangunan penataan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko swalayan sudah relevan untuk tercapainya pembangunan berkelanjutan, 2) memuat saling keterkaitan antara aspek biofisik, sosial dan ekonomi untuk setiap pemanfaatan ruang, 3) terkait secara hirarki dengan kebijakan di sektor tertentu dan wilayah (lintas batas) termasuk dengan sektor keuangan.
- e. Asas Kehati-Hatian (pencegahan).** Setiap usaha atau kegiatan harus disusun berdasarkan perencanaan yang matang sehingga dapat dilakukan antisipasi atau upaya untuk mencegah dan mengurangi kerusakan lingkungan. Upaya ini dilakukan mulai dari tahap perencanaan yaitu tentang pemilihan lokasi pasar karena terkait dengan penataan ruang, pemilihan kegiatan atau usaha, pemilihan teknologi, proses produksi atau pelaksanaannya.
- f. Asas Partisipasif.** Setiap anggota masyarakat didorong untuk berperan aktif dalam proses pengambil keputusan dan pelaksanaan perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup, baik secara langsung maupun tidak langsung. Asas ini dapat diwujudkan sebagai berikut :
- 1) memperhatikan dan mempertimbangkan kepentingan semua pihak yang berkepentingan, masyarakat yang potensial terkena dampak dan instansi pemerintah disepanjang proses pengambilan keputusan, 2) terdokumentasi secara eksplisit segala masukan dan pertimbangan yang mengemuka di dalam proses penetapan retribusi pasar, 3) memiliki kejelasan informasi yang mudah dipahami, serta menjamin akses yang memadai untuk

semua informasi serta fasilitas retribusi pasar rakyat, pusat perbelanjaan dan toko swalayan yang dibutuhkan.

- g. Asas Tata kelola pemerintah yang baik.** Asas perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup dijiwai oleh prinsip partisipasi, transportasi, akuntabilitas, efisiensi dan keadilan.
- h. Asas Otonomi.** Pemerintah pusat dan pemerintah daerah mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan di bidang perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup dengan memperhatikan kekhususan dan keragaman daerah dalam bingkai Negara kesatuan Republik Indonesia.
- i. Asas Persaingan usaha atau hukum anti monopoli.** Asas persaingan usaha atau hukum anti monopoli adalah mewujudkan iklim usaha yang sehat, efektif dan efisien sehingga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan bekerjanya ekonomi pasar yang wajar. Ruang lingkup hukum anti monopoli adalah sebagai berikut: 1) perjanjian yang dilarang; 2) kegiatan yang dilarang; 3) penyalahgunaan posisi dominan; 4) komisi pengawas persaingan usaha; 5) tata cara penanganan perkara; Sanksisanksi; Perkecualian-perkecualian. Beberapa kegiatan yang dilarang, adalah: Monopoli; Monopsoni; Penguasaan Pasar; Persekongkolan.

3. Pasar

Dalam UU No.7 tahun 2014 tentang Perdagangan, disebutkan pasar adalah lembaga ekonomi tempat bertemunya pembeli dan penjual, baik secara langsung maupun tidak langsung, untuk melakukan transaksi perdagangan. Ada tiga sarana perdagangan yang menjadi fokus penataan dari pemerintah, salah satunya adalah pasar rakyat. Sebelumnya pasar rakyat disebut sebagai pasar tradisional, dan memiliki peran yang sangat penting sebagai penggerak ekonomi di suatu daerah. Menurut data Badan

Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2020, jumlah pasar rakyat di Indonesia mencapai 16.235 pasar. Jumlah tersebut tersebar di 34 provinsi. Pasar merupakan suatu wadah yang berkaitan erat dengan kegiatan ekonomi masyarakat, baik produksi, distribusi maupun konsumsi. Dalam hal ini pasar dapat dimaknai sebagai arena distribusi atau pertukaran barang, di mana kepentingan produsen dan konsumen bertemu dan pada gilirannya menentukan kelangsungan kegiatan ekonomi masyarakatnya. Pada mulanya pasar merupakan perputaran dan pertemuan antar persediaan dan penawaran barang dan jasa. Menurut Peraturan Presiden No. 112 Tahun 2007, pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plasa, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.

Pasar tradisional adalah tempat usaha yang ditata, dibangun, dan dikelola oleh pemerintah daerah, swasta, badan usaha milik negara, dan atau badan usaha milik daerah dapat berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil dan menengah, swadaya masyarakat, atau koperasi serta usaha mikro, kecil dan menengah dengan proses jual beli barang melalui tawar menawar. Sementara (Majid, 1988) menambahkan bahwa Pasar adalah tempat dimana terjadi interaksi antara penjual dan pembeli, Pasar didalamnya terdapat tiga unsur, yaitu: penjual, pembeli dan barang atau jasa yang keberadaannya tidak dapat dipisahkan, pertemuan antara penjual dan pembeli menimbulkan transaksi jual-beli. Pasar memegang peran penting dalam menggerakkan ekonomi masyarakat Indonesia selain sebagai muara dari produk-produk rakyat, pasar juga berfungsi sebagai tempat untuk bekerja yang sangat berarti bagi masyarakat. Saat ini pasar dikenal dengan adanya pasar tradisional dan pasar modern. Keberadaan pasar tradisional sangat besar manfaatnya bagi

sebagian besar masyarakat Indonesia sebagai tempat pemenuhan kebutuhan sehari-hari dan kebutuhan berkala atau kebutuhan sandang dan pangan juga sebagai sarana penunjang kemajuan perekonomian Negara. Di pasar tradisional terdapat banyak jenis komoditas yang diperjual-belikan biasanya adalah barang-barang kebutuhan rumah tangga seperti sayuran, sembako, pakaian, dan barang kebutuhan sehari-hari lainnya.

William J. Stanton (2008)⁹ berpendapat bahwa pengertian pasar adalah sekumpulan orang yang memiliki keinginan untuk puas, uang yang digunakan untuk berbelanja, serta memiliki kemauan untuk membelanjakan uang tersebut. Kotler dan Armstrong berpendapat bahwa pengertian pasar merupakan seperangkat pembeli aktual dan juga potensial dari suatu produk atau jasa. Ukuran dari pasar itu sendiri tergantung dengan jumlah orang yang menunjukkan tentang kebutuhan, mempunyai kemampuan dalam bertransaksi. Banyak pemasar yang memandang bahwa penjual dan pembeli sebagai sebuah pasar, dimana penjual tersebut akan mengirimkan produk serta jasa yang mereka produksi dan juga guna menyampaikan atau mengkomunikasikan kepada pasar. Sebagai gantinya, mereka akan mendapatkan uang dan informasi dari pasar tersebut.

Menurut Handri Ma'aruf (2006)¹⁰ Kata "pasar" mempunyai 3 pengertian, antara lain :

- a. Pasar dalam arti "tempat", merupakan sebuah tempat untuk bertemunya para penjual dengan pembeli.

9 Stanton, William J (Swasta & Handoko). 2008. Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen <http://library.um.ac.id>

10 Hendri, Ma'ruf, 2006, Pemasaran Ritel, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

- b. Pasar dalam arti “penawaran serta permintaan”, merupakan pasar sebagai tempat terjadinya kegiatan transaksi jual beli.
- c. Pasar dalam arti “sekumpulan anggota masyarakat yang mempunyai kebutuhan serta daya beli“, lebih merujuk pada 2 hal, yaitu daya beli dan kebutuhan. Pasar merupakan sekumpulan orang yang berusaha untuk mendapatkan jasa atau barang serta mempunyai kemampuan untuk membeli barang tersebut.

Sedangkan Kottler melihat arti pasar dalam beberapa sisi, antara lain¹¹

- a. Dalam pengertian aslinya, pasar adalah suatu tempat fisik di mana pembeli dan penjual berkumpul untuk mempertukarkan barang dan jasa.
- b. Bagi seorang ekonom, pasar mengandung arti semua pembeli dan penjual yang menjual dan melakukan transaksi atas barang/jasa tertentu. Dalam hal ini para ekonom memang lebih tertarik akan struktur, tingkah laku dan kinerja dari masing-masing pasar ini.
- c. Bagi seorang pemasar pasar adalah himpunan dari semua pembeli nyata dan pembeli potensial dari pada suatu produk.

Pasar merupakan ruang sosial di samping ruang ekonomi. Faktor yang menyebabkan pasar tradisional masih tetap diminati adalah karakter/budaya konsumen. Meskipun informasi tentang gaya hidup modern dengan mudah diperoleh, tetapi tampaknya masyarakat masih memiliki budaya untuk tetap berkunjung dan berbelanja ke pasar tradisional. Terdapat perbedaan yang sangat mendasar antara pasar

¹¹ Ucang sukriswanto. Tesis, “Analisis Kelayakan Revitalisasi Pasar Umum Gubug Kabupaten Grobongan” (Semarang : Universitas Diponegoro, 2012). Hal 18

tradisional dan pasar modern. Perbedaan itulah adalah di pasar masih terjadi proses tawar-menawar harga, sedangkan di pasar modern harga sudah pasti ditandai dengan label harga. Dalam proses tawar-menawar terjalin kedekatan personal dan emosional antara penjual dan pembeli yang tidak mungkin didapatkan ketika berbelanja di modern. Lebih lanjut jenis pasar yang sangat umum dan terdapat di Indonesia dapat dibedakan berdasarkan pada **jenis** dan **system tatakelolanya**. Untuk **jenis** pasar dapat dibedakan dalam 5 jenis yaitu¹²:

- a. Pasar berdasarkan pada sifat atau jenis barang yang diperjual belikan, yang dibedakan menjadi dua macam, yaitu pasar konkrit dan pasar nyata. **Pasar konkrit** (pasar nyata) adalah tempat pertemuan antara pembeli dan penjual melakukan transaksi secara langsung. Barang yang diperjual-belikan juga tersedia di pasar. Sebagai contoh, pasar sayuran, buah-buahan, dan pasar tradisional. Sebaliknya untuk **pasar abstrak** (pasar tidak nyata) adalah terjadinya transaksi antara penjual dan pembeli hanya melalui telepon, internet, dan lain-lain berdasarkan contoh barang. Contoh sederhananya adalah telemarket dan pasar modal.
- b. Pasar berdasarkan pada waktu bertemunya antara penjual dan pembeli dibedakan menjadi empat jenis, antara lain : **Pertama** Pasar harian yaitu pasar yang aktivitasnya berlangsung setiap hari dan sebagian barang yang diperjual belikannyapun termasuk barang kebutuhan sehari-hari. **Kedua** Pasar mingguan adalah pasar yang dalam aktivitasnya hanya berlangsung seminggu sekali. Biasanya terdapat di daerah yang belum padat penduduk dan lokasi

12 Made Santana. "Analisis tingkat efektifitas dan daya saing program revitalisasi pasar tradisional di pasar Agung peninjaan desa Peguyangan Kangin. (Denpasar:Universitas Udayana, 2015) hal 18

pemukimannya masih berjauhan. **Ketiga** Pasar bulanan adalah pasar yang aktivitasnya berlangsung sebulan sekali. Biasanya barang yang diperjualbelikan barang yang akan dijual kembali (agen/grosir). **Keempat** Pasar tahunan adalah pasar yang aktivitasnya berlangsung setahun sekali, misalnya PRJ (Pasar Raya Jakarta).

- c. Pasar menurut barang yang diperjual belikan dibedakan menjadi dua, yaitu pasar barang konsumsi dan pasar sumber daya produksi. **Pasar barang konsumsi** adalah pasar yang memperjual-belikan barang-barang konsumsi untuk memenuhi kebutuhan manusia. **Pasar sumber daya produksi** adalah pasar yang memperjualbelikan faktor-faktor produksi, seperti tenaga kerja, tenaga ahli, pemesinan, dan tanah. Kedua jenis pasar tersebut mempunyai peran yang sama pentingnya dalam kegiatan perekonomian.
- d. Pasar menurut area luas kegiatannya dapat dibagi menjadi tiga yaitu : (1) **pasar setempat** adalah pasar yang penjual dan pembelinya hanya penduduk setempat, (2) **pasar daerah** atau pasar lokal adalah pasar di setiap daerah yang memperjualbelikan barang-barang yang diperlukan penduduk daerah tersebut, (3) **pasar nasional** adalah pasar yang melakukan transaksi jual beli barang mencakup satu negara, dan Pasar Internasional adalah pasar yang melakukan transaksi jual beli barang-barang keperluan masyarakat internasional. Transaksi internasional meliputi kegiatan ekspor dan impor.
- e. Pasar menurut bentuknya dapat dibagi menjadi enam, yaitu: (1) **pasar monopoli** adalah pasar yang penjual suatu barang di pasar hanya satu orang. Contohnya PT Kereta Api Indonesia. (2) **pasar duopoli** adalah pasar yang penjualnya hanya dua orang dan

menguasai penawaran suatu barang dan mengendalikan harga barang. (3) **pasar oligopoli** adalah pasar yang di dalamnya terdapat beberapa penjual dengan dipimpin oleh salah satu dari penjual tersebut mengendalikan tingkat harga barang. Contohnya perusahaan otomotif Astra Indonesia. (4) **pasar monopsoni** adalah pasar yang pembentukan harga barangnya dikendalikan oleh satu orang atau sekelompok pembeli. (5) **pasar duopsoni** adalah pasar pembentukan harga barangnya dikendalikan oleh dua orang atau dua kelompok pembeli.

f. Pasar berdasarkan pada tatakelolanya atau pola manajemen yang dipakai, pasar dapat dibedakan menjadi dua kelompok besar yaitu 13; 1) **pasar tradisional** atau Pasar Rakyat dan 2) **pasar modern** atau Toko Modern atau Toko Swalayan.

a) **Pasar Tradisional** adalah pasar yang masih memakai pola manajemen yang sangat sederhana dengan ciri-cirinya setiap pedagang mempunyai satu jenis usaha, adanya interaksi antara penjual dan pembeli (tawar menawar harga), penempatan barang dijejer kurang tertata rapi, kenyamanan dan keamanan kurang diperhatikan. Berdasarkan penampilannya, biasanya pasar ini **Merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli** serta ditandai dengan adanya transaksi penjual dan pembeli secara langsung, bangunannya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka penjual maupun suatu pengelola pasar. Pada pasar tradisional ini sebagian besar menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa

13 Ucang Sukriswanto. Tesis, "Analisis Kelayakan Revitalisasi Pasar Umum Gubug Kabupaten Grobongan" (Semarang) : Universitas Diponegoro, 2012. hal 19

ikan, buah, sayur-sayuran, **Menurut Laksono**¹⁴ yang dimaksud sebagai pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah. Pemerintah daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki/dikelola pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat, atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil, dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar. **Menurut pengertian dari sumber-sumber yang digunakan**, pasar tradisional merupakan pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah atau swasta berbentuk stan, los, toko, atau kios dimana terjadi kegiatan tawar-menawar dalam aktifitas perdagangan antara penjual dan pembeli. Sumber-sumber yang digunakan antara lain adalah sebagai berikut:

- 1) Menurut Peraturan Presiden No. 112 tahun 2007, pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah pusat, pemerintah daerah, BUMN, BUMD dan pihak swasta yang tempat usahanya berupa kios, toko, tenda, dan los yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah, koperasi, swadaya masyarakat yang proses jual belinya dilakukan lewat proses tawar menawar.
- 2) Menurut Sadilah, dkk “2011”, pasar tradisional adalah sebuah tempat terbuka yang terjadi proses tawar menawar. Di pasar tradisional ini para pengunjungnya tidak selalu

14 Laksono, S. (2009). Runtuhnya Modal Sosial, Pasar Tradisional. Malang: Citra Malang

menjadi pembeli karena dia juga bisa menjadi penjual. Pasar tradisional bisa digolongkan ke dalam 3 bentuk yakni pasar khusus, pasar berkala, dan pasar harian.

- 3) Menurut Gallion “1986”, pasar tradisional adalah bentuk paling awal dari pasar yang terdiri dari deretan stan atau kios yang berada di ruang terbuka dan pada umumnya terletak di sepanjang jalan utama dekat permukiman penduduk. Sejak dahulu para pedagang dan petani sudah banyak melakukan pertukaran hasil pertanian mereka di tempat seperti ini

Jenis-jenis Pasar Tradisional. Pasar Tradisional merupakan pasar di mana kegiatan penjual dan pembelinya dilakukan secara langsung dalam bentuk eceran dalam waktu sementara atau tetap dengan tingkat pelayanan terbatas. Dalam buku Indonesian Culture (2009) karya Rahmad Widiyanto, pasar tradisional merupakan pasar yang berkembang di masyarakat dengan pedagang asli pribumi. Pasar tradisional biasanya muncul dari kebutuhan masyarakat umum yang membutuhkan tempat untuk menjual barang yang dihasilkan. Sedangkan konsumen yang membutuhkan barang tertentu untuk kebutuhan hidup sehari-hari bisa mendapatkannya di situ. Karena keragamannya, maka Pasar tradisional diklasifikasikan sebagai berikut:

- a) Menurut sifat dan jenis kegiatannya:
 - 1) Pasar Eceran, adalah pasar yang menjual beragam jenis barang dengan jumlah yang kecil, misalnya per-ikat, per-buah, per-kilo, dan lain-lain
 - 2) Pasar Induk, adalah pasar yang perdagangannya terdiri dari pusat pengepulan, pusat pelelangan, pusat penyimpanan, dan pusat penyaluran, seperti pasar induk

sayur-mayur dan buah-buahan serta pasar induk beras, dan lain sebagainya.

3) Pasar Khusus, adalah pasar yang menjual beberapa jenis barang tertentu saja, seperti pasar ikan, pasar burung, dan lain sebagainya.

b) Menurut ruang lingkup pelayanan dan tingkat potensi pasar:

1) Pasar Lingkungan, adalah pasar yang lingkungannya mencakup suatu lingkungan permukiman di sekitar pasar tersebut, dan jenis barang yang dijual utamanya merupakan barang kebutuhan hidup sehari-hari.

2) Pasar Wilayah, adalah pasar yang ruang lingkungannya mencakup beberapa lingkungan permukiman dan barang yang dijual lebih lengkap dari pasar lingkungan.

3) Pasar Kota, adalah pasar yang lingkungannya mencakup wilayah kota dan barang yang dijual lengkap. d) Pasar Regional, adalah pasar yang lingkungannya mencakup kawasan ibu kota provinsi dan sekitarnya.

c) Menurut waktu kegiatannya:

1) Pasar Siang Hari, merupakan pasar yang berkegiatan antara pukul 05.00-18.00.

2) Pasar Malam Hari, merupakan pasar yang berkegiatan antara pukul 18.00-05.00.

3) Pasar Siang dan Malam Hari, merupakan pasar yang kegiatannya sepanjang hari.

4) Pasar Darurat, merupakan pasar yang berkegiatan hanya pada saat peringatan atau hari-hari tertentu,

biasanya menggunakan jalan atau tempat umum untuk berkegiatan dengan izin penetapan dari kepala daerah.

d) Menurut status kepemilikannya:

- 1) Pasar Pemerintah, adalah pasar yang dikelola oleh pemerintah pusat ataupun daerah.
- 2) Pasar Swasta, adalah pasar yang dikelola oleh pihak swasta yang telah diijinkan untuk dikelola oleh pemerintah daerah.
- 3) Pasar Liar, adalah pasar yang kegiatannya tidak diatur oleh pemerintah daerah dan keberadaannya disebabkan kurangnya fasilitas perpasaran dan letak pasar yang tidak merata pada suatu lokasi, biasanya pasar ini dikelola oleh perorangan atau ketua RW lingkungan setempat.

e) Menurut kelasnya:

- 1) Kelas I, adalah pasar yang memiliki luas dasaran minimal 2000m² dan memiliki fasilitas berupa tempat parkir, tempat bongkar muat, tempat promosi, tempat pelayanan kesehatan, tempat ibadah, kantor pengelola, KM/WC, sarana pengamanan, sarana pengolahan kebersihan, sarana air bersih, instalasi listrik, dan penerangan umum.
- 2) Kelas II, adalah pasar yang memiliki luas dasaran minimal 1500m² dan memiliki fasilitas berupa tempat parkir, tempat promosi, tempat pelayanan kesehatan, tempat ibadah, kantor pengelola, KM/WC, sarana pengamanan, sarana pengolahan kebersihan, sarana air bersih, instalasi listrik, dan penerangan umum.

- 3) Kelas III, adalah pasar yang memiliki luas dasaran minimal 1000m² dan memiliki fasilitas berupa tempat promosi, tempat ibadah, kantor pengelola, KM/WC, sarana pengamanan, sarana air bersih, instalasi listrik, dan penerangan umum.
 - 4) Kelas IV, adalah pasar yang memiliki luas dasaran minimal 500m² dan memiliki fasilitas berupa tempat promosi, kantor pengelola, KM/WC, sarana pengamanan, sarana air bersih, instalasi listrik, dan penerangan umum.
 - 5) Kelas V, adalah pasar yang memiliki luas dasaran minimal 50m² dan memiliki fasilitas berupa sarana pengamanan dan sarana pengelola kebersihan.
- f) Menurut golongannya:
- 1) Golongan A, adalah pasar yang menjual barang berupa logam mulia, batu mulia, permata, tekstil, kendaraan bermotor, kebutuhan sehari-hari dan yang dipersamakan. Di pasar ini juga terdapat jasa penukaran uang (money changer), perbankan dan yang dipersamakan.
 - 2) Golongan B, adalah pasar yang menjual barang berupa pakaian/sandang, pakaian tradisional, pakaian pengantin, aksesoris pengantin, sepatu, sandal, tas, kacamata, arloji, aksesoris, souvenir, kelontong, barang pecah belah, barang plastik, obat-obatan, bahan kimia, bahan bangunan bekas/baru, dos, alat tulis, daging, bumbu, ikan basah, ikan asin, dan yang dipersamakan. Di pasar ini juga terdapat jasa wartel, titipankilat, salon,

kemasan, agen tiket, koperasi, penitipan barang, jasa timbang, dan yang dipersamakan.

- 3) Golongan C, adalah pasar yang menjual barang berupa beras, ketan, palawija, jagung, ketela, terigu, gula, telur, minyak goreng, susu, garam, bumbu, berbagai jenis makanan, melinjo, kripik emping, kering-keringan mentah, mie, minuman, teh, kopi, buah-buahan, kolang kaling, sayur mayur, kentang, jajanan, bahan jamu tradisional, tembakau, bumbu, rokok, kembang, daun, unggas hidup, hewan peliharaan, makanan hewan, sangkar, obat-obatan hewan, tanaman hias, pupuk, obat tanaman, pot, ikan hias, akuarium, elektronik baru/bekas, onderdil baru/bekas, alat pertukangan baru/bekas, alat pertanian baru/bekas, kerajinan anyaman, gerabah, ember, seng, kompor minyak, sepeda baru/bekas, goni, karung gandum, majalah baru/bekas, koran, arang, dan yang dipersamakan. Di pasar ini juga terdapat jasa penjahit, tukang cukur, sablon, gilingan dan yang dipersamakan.
 - 4) Golongan D, adalah pasar yang menjual barang berupa rombengan, rongsokan, kertas bekas, koran bekas, dan yang dipersamakan. Di pasar ini juga terdapat jasa sol sepatu, jasa patri, dan yang dipersamakan.
- c. Ciri-ciri Pasar Tradisional: Menurut Permen No.20 tahun 2012, pasar tradisional memiliki beberapa ciri-ciri sebagai berikut:
- 1) Dimiliki, dibangun, dan dikelola oleh pemerintah daerah atau swasta.
 - 2) Adanya sistem tawar-menawar antara penjual dan pembeli.
 - 3) Terdapat

berbagai macam jenis usaha yang menyatu pada lokasi yang sama.4) Sebagian besar barang dan jasa yang dijual berbahan local

b) Pasar Modern atau Toko Modern atau Toko Swalayan

Pasar Modern, adalah pasar yang sudah memakai pola-pola manajemen modern, dengan ciri-ciri jenis barang dagangan yang dilakukan oleh satu pedagang, harga fixed (tetap), tata letak barang dagangan teratur dengan baik dan rapi, kenyamanan dan keamanan sudah menjadi prioritas utama. Pasar modern atau juga “Toko Modern” adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk Minimarket, Supermarket, Department Store, Hypermarket ataupun grosir yang berbentuk perkulakan, dengan dasar acuan sebagai berikut:

- 1) Peraturan Presiden RI Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern
- 2) Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 53/M-DAG/PER/12/2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern
- 3) Permendag Nomor 70/M-DAG/PER/12/2013 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern;

Kesamaan dasar hukum yang digunakan dengan pasar tradisional atau pasar rakyat, maka pasar modern ini tidak banyak berbeda dari pasar tradisional, namun pasar jenis ini penjual dan pembeli tidak bertransaksi

secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (barcode), berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan secara mandiri (swalayan) atau dilayani oleh pramuniaga. Fasilitas atau sarana yang disediakan minimal tersedia AC sehingga konsumen mendapatkan kenyamanan berbelanja dan berlaku pola belanja swalayan. Konsep berbelanja dengan nyaman merupakan faktor utama yang ditawarkan pasar modern saat ini. Barang-barang yang dijual selain bahan makanan seperti: buah, sayuran, daging, sebagian besar barang lainnya yang dijual adalah barang yang dapat bertahan lama. Contoh dari pasar modern adalah pasar swalayan dan hyper market, super market, dan mini market.

Pasar modern bermula dari Supermarket dan Department Store. Sejalan dengan perkembangan kebutuhan dan pola hidup masyarakat yang semakin menginginkan kenyamanan belanja, kepastian harga, dan keanekaragaman barang kebutuhan dalam satu toko, pelanggan menuntut pengusaha ritel dan toko untuk meningkatkan baik secara pengelolaan, penampilan toko, maupun cara pelayanan. Oleh karena itu, belakangan dikenal ritel modern dengan cara pengelolaan secara professional untuk jaringan toko mencakup department store dan super market. Departement store dan supermarket dapat diklasifikasikan menurut skala usahanya, seperti luas lantai, besar omzet, dan jaringannya. Luasan lantai untuk masing-masing jenis Toko Modern ditunjukkan sebagai berikut:.

- 1) Minimarket, merupakan toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran, luas lantai penjualan kurang dari 400 m²
- 2) Supermarket, merupakan toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran, luas lantai penjualan 400 s/d 5.000 m²;

- 3) Hypermarket, merupakan toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran, luas lantai penjualan diatas 5.000 m²;
- 4) Department Store, merupakan toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran, luas lantai penjualan diatas 400 m²;
- 5) Grosir yang berbentuk perkulakan, adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara grosir, luas lantai penjualan diatas 5.000 m².

Angka tersebut berdasarkan perhitungan rata-rata luas lantai departemen store dan supermarket yang ada yang dikaitkan dengan fasilitas/sarana yang tersedia. Luas lantai untuk departemen store umumnya minimal 5.000 m² sedangkan supermarket sekitar 1.200 m². Namun demikian di Indonesia batasan itu tidak selalu berlaku, seperti misalnya Matahari yang beberapa outlet-nya mempunyai luas kurang dari 5.000 m². Sesuai dengan perkembangannya terjadi penggantian penggunaan istilah : Berdasarkan Undang Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan dan Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Secara Terintegritasi, dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 77 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha secara Terintegrasi Secara Elektronik di Bidang Perdagangan, istilah **Toko Modern** diganti menjadi **Toko Swalayan**.

1) Karakteristik Pasar Modern. Berikut ini terdapat beberapa karakteristik pasar modern, terdiri atas:

- a) Pemilihan lokasi. Pemilihan lokasi berkaitan erat dengan target pasar yang akan dicapai. Setiap pasar modern mempunyai sasaran pasar yang berbeda, seperti Keris Gallery, Metro, dan

Sogo yang mengincar masyarakat kelas menengah ke atas. Sementara itu aneka busana Matahari dan Rimo mengincar masyarakat menengah ke bawah.

- b) Adanya berbagai fasilitas. Hal yang utama dari fasilitas gedung adalah Air Conditioning (AC). Suasana sejuk oleh adanya AC ini kini telah umum ditemui di pasar-pasar modern seperti department store, baik yang berada di kota-kota besar maupun di daerah-daerah.
- c) Fasilitas gedung lainnya cukup vital dan telah melengkapi gedung-gedung department store yang ada antara lain elevator, lift, dan area parkir. Elevator dan lift sangat membantu bagi para konsumen untuk mempercepat dan mempermudah mobilitas di dalam department store dalam mencari barang-barang yang dibutuhkannya. Selain itu, dengan dilengkapi area parkir yang cukup luas akan semakin memudahkan konsumen baik yang telah maupun belum membawa hasil belanjanya sehingga proses belanja para konsumen benar-benar nyaman, aman, dan tanpa hambatan. Dalam perkembangan, di samping fasilitas-fasilitas utamanya seperti tersebut di atas, gedung department store dilengkapi oleh fasilitas lainnya, seperti arena bermain untuk anak-anak dan arena makanan jajanan (food court).
- d) Tata letak barang dan desain. Pengaturan barang di pasar-pasar modern seperti department store umumnya dikelompokkan menurut jenis produknya, misalnya kelompok kemeja, celana, dan pelengkap pakaian lainnya seperti celana dalam, dasi, dan singlet, kelompok-kelompok tersebut kembali dikelompokkan menurut mereknya. Sekelompok produk dan

merek yang sama menempati suatu counter yang terdiri dari rak dan gantungan. Pada gantungan, dipajang produk yang mewakili setiap macam, ukuran, motif, dan bahan baku produk. Sementara itu produk yang ada di rak merupakan tock daripada produk yang dipajang di gantungan.

- e) Sarana pelayanan berbelanja. Pelayanan yang diberikan di pasar modern dimulai dengan adanya pramuniaga, dan sarana belanja. Sarana tersebut antara lain cashier machine, pass room, dan bag. Ketiga sarana pelayanan ini umumnya dimiliki oleh pasar modern besar yaitu department store, seperti Matahari, Pasaraya, dan Metro. Sarana pelayanan tersebut adalah untuk memudahkan konsumen dalam berbelanja sehingga bisa lebih cepat mendapatkan semua produk yang dibutuhkan. Kurangnya sarana pelayanan tersebut dapat mengganggu pelayanan secara umum, seperti misalnya cashier machine yang tidak memadai dapat mengakibatkan antrian panjang konsumen yang akan membayar. Kepada konsumen, department store memberikan keleluasaan dalam memilih barang, baik model, ukuran, maupun keutuhan barang tersebut sehingga konsumen dengan sendirinya memilih barang sepuas-puasnya. Hal-hal yang tak diinginkan seperti rusaknya barang-barang yang telah dibeli menjadi sangat kecil. Walaupun demikian pihak department store akan tetap melayani keluhan konsumen sebagai pelayanan purna jual.
- f) Sistem pengadaan barang. Satu tim yang bertanggungjawab atas pembelian barang ini sekaligus untuk memenuhi kebutuhan seluruh toko yang ada. Tim pembelian (buying department) ini mengandalkan anggaran pembelian tahunan

yang disesuaikan dengan system control bulanan untuk mendapatkan gambaran mengenai jumlah setiap barang yang harus dipesan atau dipesan ulang. Tim bertanggungjawab dalam menentukan jenis serta jumlah barang yang akan dijual di setiap toko. Selain itu juga, tim melakukan negosiasi harga pembelian dengan pemasok serta menentukan harga penjualan yang tepat.

- g) Sistem penjualan. Penjualan produk oleh department store dilakukan secara langsung kepada konsumen. Produk yang dijual telah dilengkapi oleh label-label harga yang pasti, sehingga tidak terjadi tawar-menawar antara pembeli dengan penjual seperti di pasar konvensional. Penjualan yang dilakukan dalam partai kecil (eceran) ini umumnya dibayar secara cash dengan uang kontan maupun dengan menggunakan kartu kredit atau kartu debit.
- h) Pendistribusian barang. Bagi pasar modern (department store) yang mempunyai jaringan toko cukup luas pendistribusian barang menjadi sangat penting. Hal itu untuk menghindari terjadinya penumpukan stock di gudang yang dapat meningkatkan biaya. Umumnya barang-barang yang telah dibeli dipusatkan di gudang-gudang besar, sebelum barang-barang itu disebar oleh bagian penyaluran barang (distribution department). Setelah melalui pemeriksaan mutu barang kemudian barang-barang tersebut disalurkan ke toko-toko dalam waktu sesingkat mungkin. Sedangkan pemeriksaan barang yang umumnya dilakukan secara sentralisasi di gudang-gudang menjadikan proses negosiasi dengan pemasok menjadi lebih cepat dan efisien.

- i) Sistem pembayaran. Pembayaran atas pembelian produk di department store dilakukan secara cash. Kini dapat pula dilakukan dengan menggunakan kartu kredit. Kartu kredit yang dapat digunakan di samping yang dikeluarkan oleh penerbit (issuer), juga yang dikeluarkan oleh department store itu sendiri sebagai merchant, seperti MatahariCard, Hero Master Card dan Pasa rayaCard.
- j) Sistem keamanan barang. Pencurian barang dagangan di department store merupakan masalah yang sangat serius yang mempengaruhi tingkat rentabilitas sebuah department store. Menurut pengelola department store pencurian tertinggi biasanya terjadi pada pakaian wanita, pakaian pria, dan aksesoris. Dan tempat yang rawan pencurian adalah daerah sekitar pintu masuk, ruang coba pakaian dan ruang penerimaan serta penyerahan barang. Sistem pencegahan untuk mengamankan barang dari kemungkinan pencurian terutama yang dapat dilakukan oleh konsumen terdiri dari beberapa macam cara. Antara lain dengan cara memasang cermin cembung, kamera TV dan menggunakan label harga elektronik.

2) Ciri-Ciri Pasar Modern

Berikut ini terdapat beberapa ciri-ciri pasar modern yaitu tidak terikat pada tempat tertentu, bisa dimana saja (contoh : by online), alat pembayaran bisa non tunai (transfer, paypal), penjual dan pembeli tidak harus ketemu langsung, pada situasi tertentu seperti di supermarket tidak bisa menawar, harga sudah tertera dan diberi Barcode, barang yang dijual beranekaragam dan umumnya tahan lama, berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan sendiri

(swalayan), ruangan Ber-AC dan Nyaman tidak terkena terik panas matahari, tempat bersih, tata tempat sangat diperhatikan untuk mempermudah dalam pencarian barang, pembayaran dilakukan dengan membawa barang ke Cashier dan tidak ada tawar menawar lagi.

3) Kelebihan dan Kekurangan Pasar Modern

Berikut ini terdapat beberapa kelebihan dan kekurangan pasar modern, terdiri atas

Kelebihan pasar modern yaitu tempat pembelanjaan yang nyaman, barang yang dijual lebih dijamin kesehatannya, lebih banyak keanekaragaman barang yang tersedia, pengemasan barang yang menarik perhatian konsumen dibandingkan barang yang dijual dipasar tradisional, menawarkan aneka pembayaran. Adapun kekurangan Pasar Modern adalah tidak ada praktek jual beli dimana pembeli tidak bisa menawar harga barang yang dijual.

4) Perbandingan Pasar Modern Dulu Dan Pasar Modern Sekarang

Berikut ini terdapat beberapa perbandingan pasar modern dulu dan sekarang, terdiri atas:

- a) Pasar modern dulu variasi barang yang dijualnya terbatas sedangkan sekarang barangnya bervariasi
- b) Pasar modern dulu tidak terlalu banyak diskon sedangkan yang sekarang lebih banyak barang yang terkena diskon
- c) Harga pasar modern dulu lebih terjangkau sedangkan harganya lebih ditingkatkan
- d) Pembeli pada pasar modern dulu hanya yang lanagan atas sedangkan sekarang siapa saja bisa membeli asalkan memiliki cukup uang.

- e) Pasar modern dulu tidak terdapat daftar harga sedangkan yang sekarang daftar harga disetiap barang sudah disediakan.

5) Perbedaan Pasar Tradisional dan Pasar Modern

Berikut ini terdapat beberapa perbedaan pasar tradisional dan pasar modern, terdiri atas:

- a) Pasar modern menawarkan diskon dan freebies sedangkan pasar tradisional tidak ada
- b) Pasar modern lebih bersih dari pasar tradisional
- c) Jenis-jenis barang yang dijual pada pasar tradisional terfokus pada kebutuhan sandang-pangan sehari-hari dan kebutuhan premir, sedangkan pasar modern jenis-jenis barang yang di jual adalah beragam dari barang-barang premis, substitusi bahkan eksklusif.
- e) Pembeli yang datang pada pasar modern berasal dari masyarakat setempat dan masyarakat luar daerah sedangkan pasar tradisional pembelinya hanya dari masyarakat setempat.
- f) Penjual yang beraktifitas dalam pasar modern pada dasarnya telah memiliki pengalaman dalam pengetahuan bisnis sedangkan penjual yang beraktifitas dalam pasar tradisional hanya berharap pada nasib keuntungan.
- g) Modal yang di milik oleh penjual di pasar modern modal jumlahnya relative besar sedang penjual di pasar tradisional memiliki modal yang relative rendah
- h) Pembeli yang datang pada pasar tradisional pada umumnya masyarakat menengah kebawah dan masyarakat berekonomi rendah. Sedangkan pembeli pada pasar modern umumnya masyarakat menengah ke atas dan masyarakat ekonomi tinggi.

- i) Pasar modern tidak dapat tawar-menawar sedangkan pasar tradisional dapat tawar-menawar.

6) Perbandingan Untung Rugi Dalam Pasar Tradisional Dan Pasar Modern

Berikut ini terdapat beberapa perbandingan untung rugi dalam pasar tradisional dan pasar modern, terdiri atas:

- a) Harga barang. Barang-barang yang dijual di pasar tradisional dan pasar modern memiliki perbedaan harga yang cukup signifikan. Harga suatu barang di pasar tradisional 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.
- b) Tawar menawar. Berbelanja di pasar tradisional memungkinkan pembeli untuk menawar harga barang-barang hingga mencapai kesepakatan dengan pedagang. Jika cukup pintar menawar, Anda bisa mendapatkan barang dengan harga yang jauh lebih murah. Sedangkan di pasar modern, pembeli tidak mungkin melakukan tawar menawar karena semua barang telah dipatok dengan harga pas.
- c) Diskon. Untuk urusan diskon, sejumlah supermarket memang 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.

- d) Kenyamanan berbelanja. Untuk urusan kenyamanan, berbelanja di pasar modern memang jauh lebih nyaman ketimbang berbelanja di pasar tradisional. Berbagai supermarket memiliki area yang lebih luas, bersih, rapi, dan dilengkapi dengan pendingin ruangan. Sedangkan pasar tradisional menempati area yang lebih sempit, sumpek, sesak, dan tak jarang mengeluarkan bau kurang sedap.
- e) Kesegaran produk. Untuk produk-produk segar seperti daging, ikan, sayur-mayur, telur, dan lain sebagainya, pasar tradisional biasanya menyajikan produk yang jauh lebih segar ketimbang supermarket, karena belum ditambahkan zat pengawet. Logikanya, pedagang di pasar tradisional 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.

Berikut beberapa contoh pasar modern seperti Matahari Departemen Store, Ramayana Lestari Sentosa, Indomaret, Alfamaret, Alfamidi, Circle-K, Carrefour, Hero, Mall Bumi Kedaton.

3. Konsep Pemberdayaan dan Pengelolaan Pasar Rakyat

Konsep pemberdayaan merupakan hasil interaksi di tingkat ideologis maupun praktis. Di tingkat ideologis, konsep ini merupakan hasil interaksi antara konsep top-down dan bottom-up, antara growth strategy dan people centered strategy. Sedangkan di tingkat praksis, interaksi terjadi lewat pertarungan antar otonomi¹⁵. Konsep pemberdayaan (empowerment)

¹⁵ Maani, K.D., 2011. Teori ACTORS dalam Pemberdayaan Masyarakat. Jurnal Demokrasi, 10(1).

muncul dengan dua premis mayor, kegagalan dan harapan¹⁶. Kegagalan yang dimaksud adalah gagalnya model-model pembangunan ekonomi dalam menanggulangi masalah kemiskinan dan lingkungan yang berkelanjutan. Sedangkan harapan, adanya alternatif-alternatif pembangunan yang memasukkan nilai-nilai demokrasi, persamaan gender, persamaan antar generasi, dan pertumbuhan ekonomi secara memadai. Kegagalan dan harapan ini bukan merupakan alat ukur ilmu-ilmu sosial, melainkan cerminan nilai-nilai normatif dan moral yang terasa sangat nyata di tingkat individu dan masyarakat¹⁷. Dalam konteks ini Amartya Sen menekankan, pembangunan ekonomi harus diterjemahkan sebagai proses meningkatkan derajat kebebasan manusia dalam menentukan pilihan-pilihan sendiri. Pendapatnya didasarkan pada pengamatan bahwa masalah utama negara berkembang lebih pada berkurangnya makna kehidupan (*reduced lives*) daripada rendahnya pendapatan. Karena itu strategi yang tepat untuk mengatasi hal ini adalah meningkatkan “kebebasan” dan “Kemampuan” umat manusia dalam memilih nilai sesuai yang diyakini.

Pemberdayaan sebagai konsep alternatif pembangunan, dengan demikian menekankan otonomi pengambilan keputusan suatu kelompok masyarakat yang berlandaskan pada sumber daya pribadi, partisipasi, demokrasi, dan pemberdayaan sosial melalui pengalaman langsung. Fokusnya adalah lokalitas, karena masyarakat lebih siap diberdayakan lewat isu-isu lokal. Meski demikian Friedmann¹⁸ mengingatkan, sangat tidak realistis apabila kekuatan ekonomi dan struktur-struktur di luar

16 Friedmann, John. 1992. *Empowerment: The Politics of Alternative Development*. Massachusetts: MT Press

17 Sen, Amartya. 1984. *Resource, Values, and Development*. New York: Wiley.

18 Friedmann, John. 1992. *Op cit*

masyarakat diabaikan. Karena itu, pemberdayaan masyarakat tidak hanya sebatas ekonomi, tapi juga politik, sehingga masyarakat memiliki daya posisi tawar (*bargaining position*) secara nasional maupun internasional. Memperhatikan uraian tentang *mainstream* teori-teori pembangunan tersebut, dapat disimpulkan bahwa ekonomi rakyat, di mana manusia (*individu dan masyarakat*) harus menjadi subyek pembangunan. Uji empiris menunjukkan, teori-teori yang berpihak pada peran masyarakat luaslah yang lebih berhasil dalam pembangunan di negara-negara berkembang. Teori yang semata-mata mengandalkan modal dan sumber daya alam telah usang. Sebaliknya, teori yang berorientasi pada manusia makin unggul dan cenderung berkembang¹⁹.

Pada konteks pemberdayaan, Dahuri (1999)²⁰ menyatakan bahwa, berlakunya otonomi daerah merupakan peluang mengoptimalkan pengelolaan wilayah bagi pemerintah daerah, dan memberikan wewenang dalam hal: (1) adanya yuridiksi untuk mendapatkan tambahan dari sumberdaya alam hayati dan non hayati dan dapat menggali potensi-potensi lainnya yang ada di wilayahnya, (2) dalam menata dan melakukan pembangunan wilayah, pemerintah daerah dapat melakukannya sesuai dengan kemampuan wilayahnya, serta pembangunan sarana dan prasarana. Selain itu otonomi daerah bermanfaat pula dalam hal : (1) Adanya kerjasama antara pemerintah dan pemerintah pusat dan daerah di dalam pembangunan wilayahnya, (2) Pajak dan retribusi serta perijinan usaha baik itu sektor perdagangan maupun sektor pariwisata dapat

¹⁹ Maani, K.D., 2011. *Op cit*

²⁰ Dahuri, R., Rais, J.M., Ginting S.P. dan Sitepu, M.J., (2004). *Pengelolaan Sumberdaya Wilayah Pesisir dan Lautan Secara Terpadu*. Cetakan Ketiga, Edisi Revisi. PT Pradnya Paramita, Jakarta

dilakukan dan ditangani langsung oleh daerah, (3) Adanya pertumbuhan ekonomi di wilayah menjadikan mandat tambahan tidak langsung.

PP Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern merupakan landasan nasional bagi daerah dalam penataan dan pembinaan bagi pasar tradisional dan modern. Selanjutnya, pedoman teknisnya diatur di dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 53/MDAG/PER/12/2008. Perkembangan dan fenomena pasar modern di berbagai Kota/Kabupaten dengan skala minimarket maupun super-market telah membawa dampak nyata social ekonomi bagi masyarakat. Kedepan, dimungkinkan akan berkembang kepada tumbuhnya hypermarket yang bisa membawa dampak negatif bagi eksistensi pelaku ekonomi pemodal kecil seperti usaha mikro, kecil, menengah dan koperasi. Berkaitan dengan hal tersebut, Pemerintah Kota/Kabupaten menyikapinya melalui melalui kebijakan pengelolaan Pasar Tradisional tentang Perlindungan, Pemberdayaan Pasar Tradisional dan Penataan serta Pengendalian Pasar Modern.

a. Konsep Pengelolaan Pasar Tradisional

Pengelolaan merupakan terjemahan dari Management. Manajemen berasal dari kata to manage yang berarti mengatur dan mengurus. Manajemen sendiri merupakan suatu proses untuk mencapai sebuah tujuan yang ingin dicapai. Stoner dalam Handoko²¹ menyatakan bahwa manajemen (pengelolaan) adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Pengelolaan adalah suatu kegiatan yang dilakukan organisasi dalam rangka penertiban, pemeliharaan, pengaturan

²¹ Handoko, T.Hani, (2011), Manajemen, Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, hlm.8.

secara sistematis sumber-sumber yang ada dalam organisasi. Pengelolaan merupakan tindakan pengusahakan pengorganisasian sumber-sumber yang ada dalam organisasi dengan tujuan agar sumber-sumber tersebut dapat bermanfaat untuk kepentingan organisasi. Dengan demikian pengelolaan senantiasa berhubungan dengan seluruh elemen yang terdapat didalam suatu organisasi seperti pengelolaan berkaitan dengan personal, administrasi, ketatausahaan peralatan ataupun prasarana yang ada dalam organisasi. Pengelolaan bidang keuangan/dana, bidang sumber daya manusia, bidang pemasaran dan lainnya.

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian barang elektronik, jasa dan lain-lain. Selain itu, ada pula yang menjual kue-kue dan barang-barang lainnya²². Pengelolaan pasar tradisional adalah penataan pasar tradisional yang meliputi perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian pasar tradisional.²³ Pada konteks ini, pengelolaan pasar tradisional bertujuan untuk:

- a) Memberi kepastian hukum bagi penyelenggara pasar tradisional
- b) Mewujudkan ketertiban, keamanan, kebersihan dan kenyamanan pasar tradisional

²² Dikutip dari situs Wikipedia Indonesia <https://id.wikipedia.org/wiki/Pasar> pada tanggal 22 Oktober 2016 pukul 05.16 WIB

²³ Peraturan Menteri Dalam Negeri RI Nomor 20 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional

- c) Mengatur dan menata keberadaan dan pendirian pasar tradisional
- d) Memberikan pembinaan dan perlindungan usaha kepada pasar tradisional
- e) Terselenggaranya kemitraan antara pelaku usaha pasar tradisional

Pengelolaan yang baik merupakan pondasi bagi pengembangan setiap organisasi, baik organisasi pemerintah, perusahaan, serikat pekerja dan organisasi lainnya. Dengan pengelolaan yang baik. Hal ini mengindikasikan bahwa organisasi telah memenuhi persyaratan dan memiliki perangkat minimal untuk memastikan kredibilitas, integritas dan otoritas sebuah institusi dalam membangun aturan membuat keputusan serta mengembangkan program dan kebijakan yang mereflesikan pandangan dan kebutuhan anggota. Utamanya melalui pengelolaan yang baik, organisasi memelihara kepercayaan anggota meningkatkan reputasi serta memengaruhi anggota-anggotanya melalui interaksi yang dibangunnya. Kegagalan diterapkannya pengelolaan yang baik dalam organisasi pengusaha tidak hanya mengancam reputasi serta mengurangi efektifitas organisasi akan tetapi juga berdampak negatif terhadap reputasi mereka yang diwakilinya. Pengelolaan yang baik merupakan elemen penting untuk memastikan organisasi bekerja sesuai dengan kepentingan anggotanya. Ruang lingkup pengelolaan pasar tradisional di Kota/Kabupaten lazimnya meliputi: 1) Ketertiban dan keamanan pasar; 2) Kebersihan dan kenyamanan; 3) Persampahan; 4) Parkir; 5) Penyediaan serta pemeliharaan sarana dan prasarana pasar; 6) Perizinan serta penataan pedagang dan PKL; 7) Penetapan dan pemungutan retribusi; 8) Laporan dan pertanggungjawaban; 8) Sanksi

Implementasi pengelolaan pasar tradisional yang profesional juga telah diatur sebelumnya dalam PerMenDag No.70/M-DAG/PER/12/2013, dalam PerMenDag tersebut pengelolaan pasar yang baik harus dapat menciptakan elemen-elemen sebagai berikut²⁴:

a) Menciptakan kestabilan harga.

Pasar dalam fungsinya menciptakan kestabilan harga diterjemahkan melalui aktivitas pengelola pasar dalam memantau pasokan barang yang tersedia di pasar secara teratur, serta mengidentifikasi sinyal-sinyal kelangkaan terhadap barang tertentu. Fungsi untuk menciptakan kestabilan harga sebetulnya sudah disinggung dalam kelengkapan yang harus dimiliki pasar khususnya untuk pasar kategori A dan B, yaitu dengan menyediakan sistem informasi harga dan stok, serta papan informasi harga harian.

b) Jika sistem informasi tersebut dijalankan dengan baik oleh pengelola pasar, maka fluktuasi harga dan barang yang beredar di pasar rakyat bisa dimonitor dengan baik. Selain itu pengunjung pasar juga bisa selalu mengetahui kisaran harga bahan pangan yang berlaku sehingga pedagang tidak bisa menentukan harga sesuai keinginannya. Sistem informasi tersebut juga bisa berlaku untuk pedagang pasar. Berjalannya sistem informasi harga dan stok dengan baik, membuat pedagang bisa melindungi dirinya dari harga yang ditawarkan oleh pengumpul ataupun saluran distribusi lain sebelum sampai ke tangannya.

²⁴ Indo-nesia, K.P.R., 2015. Laporan Akhir Analisis Arah Pengembangan Pasar Rakyat. *Pusat Kebijakan Perdagangan Dalam Negeri Badan Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Perdagangan Kementerian Perdagangan*.

- c) Memastikan kesesuaian standar berat dan ukuran sebagai upaya menjaga tertib ukur dalam proses perlindungan baik pedagang maupun konsumen pasar.
- d) Fungsi memastikan kesesuaian standar berat dan ukuran juga bisa dipantau langsung oleh pengelola pasar dengan kriteria selanjutnya yang harus dilengkapi oleh pasar, yaitu pos ukur ulang. Dengan adanya pos ukur ulang tersebut baik pedagang maupun pengunjung pasar dapat terlindung. Jika dijalankan dengan benar, maka pengelola pasar dapat melakukan pemantauan terhadap alat ukur (timbangan) yang digunakan oleh pedagang untuk menjual barang dagangan kepada pengunjung di pasar, selain itu pengelola pasar juga dapat membantu pedagang pasar untuk memantau pengukuran barang yang datang dari pengumpul maupun saluran distribusi lainnya.
- e) Berdasarkan PerMenDag No.70/M-DAG/PER/12/2013, hanya pasar dengan kategori tipe A yang diwajibkan memiliki ketersediaan pos ukur ulang, hal tersebut diasumsikan karena pasar kategori tipe A adalah pasar rakyat kelas I yang melayani perdagangan yang berada pada tingkat regional sehingga merupakan muara dari berbagai pengumpul dan pedagang skala menengah dan besar. Meskipun demikian bukan tidak mungkin pos ukur ulang bisa diadakan juga di pasar kategori tipe B bahkan C dan D, namun perlu disesuaikan peruntukan dan kebutuhannya.
- f) Melaksanakan pembinaan, pendampingan, dan pengawasan kepada para pedagang.

g) Dalam perannya membina, mendampingi, dan mengawasi para pedagang. Pengelola pasar diharapkan dapat memenuhi 3 ketentuan sebagai berikut²⁵:

- 1) Pedagang mampu memberikan pelayanan prima kepada konsumen baik dari sisi kualitas barang, kebersihan, takaran, kemasan, penyajian/penataan barang maupun dalam pemanfaatan fasilitas pasar.
- 2) Untuk dapat memenuhi poin satu, maka pengelola pasar sebisa mungkin memberikan pendidikan, pelatihan, dan penyuluhan cara-cara yang benar dalam memberikan pelayanan prima tersebut.
- 3) Membentuk paguyuban/kelompok pedagang dalam rangka menjaring aspirasi para pedagang. Meskipun banyak kesan negatif terhadap paguyuban/asosiasi pedagang, jika pengelola pasar mampu membina dan bekerja sama dengan baik, asosiasi tersebut dapat memberikan dampak positif terhadap keberlangsungan pasar tradisional; misalnya memberi masukan terhadap pembangunan, penataan, dan pengendalian pasar. Termasuk didalamnya sharing dari pedagang kelas yang lebih tinggi tentang tata cara meningkatkan status sosial kelas usaha dagang.

Untuk mendukung peran pengelola pasar dalam melaksanakan pembinaan, pendampingan, dan pengawasan kepada para pedagang, Kementerian Perdagangan sudah memiliki program pemberian pendidikan dan pelatihan kepada pengelola pasar dan pedagang yang disertakan

²⁵ Indo-nesia, K.P.R., 2015. Op cit

sekaligus pada program revitalisasi. Meskipun pada praktiknya, hanya pasar yang proposal pengajuan revitalisasinya disetujui yang berhak mendapatkan bantuan program revitalisasi dan pendidikan serta pelatihan tersebut. Untuk itu, maka terlebih dahulu pasar rakyat harus menunjukkan sistem pengelolaan yang meskipun belum prima, namun sedikitnya cakap sehingga dapat diteruskan untuk menjadi pasar percontohan. Peran pengelola pasar dalam menyediakan ruang usaha bagi pedagang meliputi penempatan pedagang berdasarkan prioritas sebagai berikut:

- 1) Jika suatu pasar mengalami pengembangan bangunan fisik maka penempatan pedagang berdasarkan skala prioritas adalah: pertama, mendahulukan pedagang lama yang telah terdaftar pada kantor pengelola pasar, kedua pedagang lama yang tidak memiliki ijin resmi (namun segera didata untuk memiliki ijin resmi), ketiga pedagang yang selama ini menyewa tempat usaha dari pedagang resmi untuk difasilitasi menyewa langsung dari pengelola pasar, keempat sebisa mungkin menyediakan lokasi untuk pedagang kaki lima (PKL) agar lebih mudah bagi pengelola pasar dalam melakukan pembinaan, pengelolaan, serta pengawasan.
- 2) Penempatan pedagang sebisa mungkin dilakukan secara adil dan transparan serta memberikan peluang yang sama bagi pedagang. Maksudnya adalah pembagian wilayah tempat usaha ditujukan agar lokasi usaha setiap pedagang memiliki kesempatan yang sama untuk dikunjungi oleh konsumen.
- 3) Dengan demikian perlu dibuatkan zonasi yang disesuaikan berdasarkan pengelompokkan per kategori komoditas,

diantaranya: kategori basah, kering, sayur mayur, makanan dan minuman, serta kue-kue kering, dan lainnya.

Untuk mendukung implementasi pengelolaan pasar tradisional yang profesional sebagaimana diatur dalam PerMenDag No.70/MDAG/PER/12/2013, hasil kajian Puska Dagri, BPPKP Kementerian perdagangan (2012) menyarankan sejumlah hal yang berkaitan dengan pengelolaan pasar secara internal maupun eksternal yang meliputi koordinasi antara pemerintah pusat dan daerah terkait hal-hal sebagai berikut:

- a) Harus disiapkan peraturan dan petunjuk teknis tertulis dan dipublikasikan mengenai pengelolaan pasar tradisional secara khusus di daerah yang terpisah dari materi penataan pasar modern, meliputi: kewenangan pemda; klasifikasi pasar; hak dan kewajiban pedagang; tata cara penempatan pedagang, pembiayaan; fasilitas-fasilitas yang harus tersedia di pasar (dalam ukuran kuantitas dan kualitas minimal yang harus disediakan); standar operasional prosedur pelayanan pasar (parkir, kebersihan, keamanan, air bersih, sampah, penerangan, dan keterlibatan masyarakat).
- b) Daerah dengan jumlah pasar desa yang signifikan sebaiknya menyiapkan peraturan perundangan tersendiri mengenai pengelolaan pasar desa.
- c) Daerah yang pasar tradisionalnya dikelola oleh BUMD/Dinas Pasar sebaiknya memiliki MoU dan Perjanjian yang jelas antara Dinas Perdagangan dan BUMD/Dinas Pasar perihal pengucuran dana APBN, Pembangunan Pasar, dan serah terima pasar yang telah direvitalisasi.

d) Dengan demikian, maka arah kebijakan pengembangan pasar rakyat, dalam tujuan untuk menciptakan manajemen pengelolaan yang profesional dapat dilakukan **dengan memenuhi elemen fungsi pengelola pasar sebagaimana yang telah ditetapkan dalam PerMenDag No.70/MDAG/PER/12/2013**, yaitu: (1) Menciptakan kestabilan harga, (2) Memastikan kesesuaian standar berat dan ukuran sebagai upaya menjaga tertib ukur, (3) Melaksanakan pembinaan, pendampingan, dan pengawasan kepada para pedagang, (4) Menyediakan ruang usaha bagi pedagang.

b. Penataan Pasar Tradisional

Pasar tradisional sebagaimana yang dikatakan Mansuri A26. adalah entitas yang tidak sekadar mendinamisasi ekonomi dan menopang tegaknya ekonomi rakyat dengan mempertemukan penjual dan pembeli, tetapi juga memiliki tanggung jawab dan fungsi yang jauh lebih kompleks sebagai sebuah sistem kebudayaan. Karena selama ini, pasar tradisional berperan sebagai ruang yang menjaga dan menyangga dinamika sosio-kultural masyarakat. Berkaitan dengan penataan pasar-pasar tradisional di Indonesia, pengaturan secara khusus dan terperinci yang berkaitan dengan pasar tradisional diatur dengan Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern kemudian ditindaklanjuti dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 70/MDAG/PER/12/2013 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern,

26 Mansuri A. 2016, Artikel ini tayang di Investor.id dengan judul "Dukung Pasar Tradisional Masuk UU Kebudayaan" at: <https://investor.id/national/dukung-pasar-tradisional-masuk-uu-kebudayaan>

tetapi apabila dibaca dengan seksama, peraturan tersebut hanya mengatur penempatan pusat perbelanjaan modern. Mengenai pengaturan yang lebih rinci menjadi wewenang Pemerintah Daerah sehingga di setiap daerah belum ada pengaturan tegas tentang pengaturan penempatan Pusat Perbelanjaan modern dan Pasar tradisional.

Mengacu pada Perpres dimaksud, maka Penataan dan Pembinaan Pasar Rakyat, Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan merupakan landasan konstitusional bagi daerah dalam melakukan penataan dan pembinaan bagi pasar tradisional dan toko swalayan, dimana dalam teknis pelaksanaannya tetap berpedoman pada Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 53/M-DAG/PER/12/2008. Mempertimbangkan perkembangan sector perdagangan yang tumbuh begitu fenomenal, maka merupakan konsekuensi logis dari adanya liberalisasi perdagangan yang kini tengah terjadi di Indonesia pada umumnya dan juga tidak terkecuali di Kota Magelang, Liberalisasi perdagangan tersebut sangat berpotensi untuk menumbuhkan iklim persaingan bebas diantara para pelaku ekonomi terlebih khusus pada sector perdagangan.

Perkembangan dan Fenomena pertumbuhan toko modern di Kota/Kabupaten baik yang berskala minimarket maupun supermarket terbukti telah membawa dampak yang begitu nyata bagi masyarakat baik dari sisi sosial maupun ekonomi, bahkan dengan mudah dapat diprediksikan bahwa kedepan akan berkembang ke arah tumbuhnya hypermarket-hypermarket yang bila tidak diantisipasi akan membawa dampak negatif dan membahayakan bagi eksistensi pelaku ekonomi pemodal kecil seperti usaha mikro, kecil, menengah dan koperasi. Menjadi tugas pemerintah tentu untuk mengambil langkah strategis

dalam penataan berbagai fasilitas bisnis juga pembinaan kepada pelaku bisnis kecil sesuai dengan knowledge dan skill yang diperlukan agar kedepan tetap survive dan kompetitive di tengah hingar bingarnya persaingan bisnis yang bebas, Bahkan dengan pola pembinaan dan pendampingan yang baik, tidak menutup kemungkinan diantara mereka justru akan terbangun sinergitas dan terjalin networking. Sehingga para pedagang mikro, kecil, menengah dan koperasi serta UMKM pasar tradisional dapat tumbuh dan berkembang bersama-sama dengan pedagang toko modern secara serasi, seimbang dan berkeadilan serta jauh dari praktek-praktek monopoli.

Di sinilah starting pointnya Pemerintah Pusat maupun Daerah untuk memainkan perannya, selaku institusi yang memiliki fungsi regulasi terhadap berbagai permasalahan yang terus berkembang di masyarakat terutama dalam menghadapi pertumbuhan dan berkembangnya toko modern sebagai dampak dari tumbuhnya liberalisasi ekonomi perdagangan. Dalam permasalahan ini tentu kewenangan Pemerintah pusat akan terlimpahkan kepada Pemerintah Daerah sebagaimana telah diatur dalam Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 adalah kewenangan yang sangat strategis terutama dalam hal penataan dan pengendalian pasar tradisional dan toko modern. Bahkan telah disebutkan bahwa lokasi pendirian pasar tradisional dan toko modern wajib mengacu pada Rencana Tata Ruang Wilayah Kota/Kabupaten dan Rencana Detail Tata Ruang Kota/Kabupaten termasuk zonasinya. Beberapa peranan yang dapat dimainkan Perusahaan Daerah antara lain kewenangannya untuk melaksanakan pengelolaan pasar yang sudah ada maupun membangun pasar daerah baru dalam bentuk pengurusan dan pengusahaan agar pasar daerah

lebih berdaya saing dan berdaya guna sesuai dengan tuntutan perkembangan pelayanan masyarakat.

1) Penataan Sistem Pengelolaan Manajemen Pasar

Implementasi pengelolaan pasar tradisional yang profesional juga telah diatur sebelumnya dalam PerMenDag No.70/M DAG/PER/12/2013, dalam PerMenDag tersebut pengelolaan pasar yang baik harus dapat menciptakan kestabilan harga, memastikan kesesuaian standar berat dan ukuran sebagai upaya menjaga tertib ukur dalam proses perlindungan baik pedagang maupun konsumen pasar, melaksanakan pembinaan, pendampingan, dan pengawasan kepada para pedagang, serta menyediakan ruang usaha bagi pedagang. Selain menetapkan standar persyaratan umum dan persyaratan teknis pengembangan pasar rakyat, Badan Standardisasi Nasional Indonesia telah menetapkan Standar Nasional Indonesia (SNI) tentang persyaratan pengelolaan pasar rakyat yang diantaranya meliputi prinsip pengelolaan pasar, tugas pokok dan fungsi pengelola pasar, prosedur kerja pengelola pasar, struktur pengelola pasar, pemberdayaan pedagang

2) Untuk menyelenggarakan pengelolaan Pasar Daerah, Perusahaan Daerah berwenang dalam pengaturan, pembinaan, pengembangan, pembangunan, pengendalian, dan pengurusan Pasar Daerah serta fasilitas pasar lainnya milik Pemerintah Daerah.

3) Wewenang pengaturan antara lain meliputi:

- a) Penentuan klasifikasi pasar;
- b) Pengelompokan jenis barang dagangan;
- c) Penataan tempat berdagang dan zonasi;
- d) Pengelolaan sampah, kebersihan, ketertiban, keindahan dan keamanan di lokasi pasar;
- e) Pengelolaan parkir di halaman pasar;

- f) Tata cara memperoleh izin berdagang di lokasi pasar;
- g) Pengenaan dan pengelolaan pendapatan dari pungutan terhadap para pedagang di pasar;
- h) Bongkar muat;
- i) Penyewaan lahan/tempat reklame;
- j) Penentuan waktu kegiatan pasar;
- k) Pengenaan sanksi administrasi atas pelanggaran Peraturan Daerah ini.

Selain mendapatkan kewenangan dalam pengelolaan pasar Pemerintah Daerah juga memiliki tanggung jawab terutama dalam merevitalisasi pasar terutama dalam hal pemahaman dan peningkatan pengetahuan pedagang tentang produk yang tidak standar, seputar kemasan, cara penyimpanan dan pengawetan produk yang masih kurang, produk berformalin dan isu jaminan mutu pangan, dan sebagainya. Juga bagaimana meningkatkan skill pedagang, terutama dalam pembukuan, pembuatan laporan, manajemen diversifikasi produk dan lain-lain. Selain itu adanya tuntutan dalam hal pengembangan pasar khusus, potensi pasar tradisional yang luar biasa, tetapi masih belum dapat digali secara maksimal yaitu pusat logistik dan distribusi nasional, depo pasar, pasar wisata, pasar bunga, pasar seni dan kerajinan, pasar batu Aji, dan lain-lain.

Tugas pemberdayaan pedagang kecil (*small enterprise empowering*) itu dapat dilakukan, antara lain, dengan membantu memperbaiki akses terhadap informasi, permodalan, dan hubungan dengan produsen atau pemasok (*supplier*). Pedagang pasar tradisional perlu mendapatkan informasi tentang masa depan, ancaman dan peluang usahanya, serta perlunya perubahan sikap dan pengelolaan

usahanya sesuai dengan perubahan tuntutan konsumen. Dalam kaitannya dengan produsen pemasok, pedagang pasar tradisional perlu dibantu mengefisienkan rantai pemasaran untuk mendapatkan barang dagangan. Pemerintah dapat menjadi mediator untuk menghubungkan pedagang pasar tradisional secara kolektif dengan industri untuk mendapatkan akses barang dagangan yang lebih murah.

B. Penataan Sistem Pengelolaan Manajemen Pasar

Implementasi pengelolaan pasar tradisional yang profesional juga telah diatur sebelumnya dalam PerMenDag No.70/MDAG/PER/12/2013, dalam PerMenDag tersebut pengelolaan pasar yang baik harus dapat menciptakan kestabilan harga, memastikan kesesuaian standar berat dan ukuran sebagai upaya menjaga tertib ukur dalam proses perlindungan baik pedagang maupun konsumen pasar, melaksanakan pembinaan, pendampingan, dan pengawasan kepada para pedagang, serta menyediakan ruang usaha bagi pedagang. Selain menetapkan standar persyaratan umum dan persyaratan teknis pengembangan pasar rakyat, Badan Standardisasi Nasional Indonesia telah menetapkan Standar Nasional Indonesia (SNI) tentang persyaratan pengelolaan pasar rakyat yang diantaranya meliputi prinsip pengelolaan pasar, tugas pokok dan fungsi pengelola pasar, prosedur kerja pengelola pasar, struktur pengelola pasar, pemberdayaan pedagang

a. Perlindungan Pedagang Pasar Tradisional

1) Ketentuan Perlindungan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional

Perlindungan, Pemberdayaan Pasar Tradisional dan Penataan serta Pengendalian Pasar Modern mensyaratkan, bahwa pendirian pasar tradisional wajib mengacu pada Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten dan Rencana Detail Tata Ruang Kabupaten/Kota termasuk

peraturan zonasinya. Selain itu, Pendirian dan penyelenggaraan pasar tradisional wajib memenuhi ketentuan sebagai berikut 27:

- a) memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat dan keberadaan Pasar Tradisional, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, Pasar Modern, atau Toko Modern atau Toko Swalayan;
- b) menyediakan fasilitas yang menjamin pasar tradisional yang bersih, sehat higienis, aman, tertib dan ruang publik yang nyaman;
- c) menyediakan fasilitas parkir kendaraan bermotor dan tidak bermotor yang memadai di dalam area bangunan;
- d) menyediakan fasilitas halte atau pemberhentian sementara kendaraan angkutan umum bagi kepentingan penumpang yang masuk dan keluar pasar;
- e) kejelasan pembagian blok tempat usaha sesuai penggolongan jenis barang dagangan, dengan kelengkapan dan kecukupan sistem pendanaan, dan sirkulasi udara baik buatan maupun alami;
- f) kecukupan kuantitas dan kualitas umum, antara lain meliputi fasilitas kamar mandi dan toilet umum, tempat sampah, mushola dan fasilitas lainnya;
- g) ketersediaan sarana pemadam kebakaran dan jalur keselamatan bagi petugas maupun pengguna pasar;
- h) perbaikan sistem persampahan dan drainase guna meningkatkan kualitas kebersihan di dalam pasar (Dikutip pasal 6, Perda Kab.Tulungagung Nomor 6 tahun 2010)

27 Widyanto, I. (1). Upaya Perlindungan Dan Pemberdayaan Pasar Tradisional Dalam Menghadapi Persaingan Pasar Modern. *Jurnal Publiciana*, 8(1), 1-126. Retrieved From <https://Journal.Unita.Ac.Id/Index.Php/Publiciana/Article/View/40>

Pemerintah Daerah berkewajiban memberikan perlindungan dan pemberdayaan kepada pasar tradisional dan pelaku-pelaku usaha yang ada di dalamnya termasuk kejelasan dan kepastian hukum tentang status hak pakai lahan pasar. Dalam melakukan perlindungan kepada Pasar Tradisional, Usaha Mikro, Kecil, Menengah dan Koperasi serta pelaku-pelaku usaha yang ada didalamnya, Pemerintah Daerah berkewajiban memberikan perlindungan dalam aspek :

- a) alokasi usaha yang strategis dan menguntungkan pasar tradisional;
- b) kepastian hukum dan jaminan usaha di pasar modern baik dalam aspek lokasi maupun aspek lainnya;
- c) kepastian hukum dalam status hak sewa, untuk menjamin keberlangsungan usaha, jika terjadi musibah yang menghancurkan harta benda yang diperdagangkannya.

Dalam upaya pemberdayaan Pasar Tradisional, Usaha Mikro, Kecil, Menengah dan Koperasi serta pelaku-pelaku usaha yang ada didalamnya, Pemerintah Daerah berkewajiban melakukan :

- a) pembinaan terhadap Pasar Tradisional, Usaha Mikro, Menengah, dan Koperasi serta pelaku-pelaku usaha yang ada didalamnya;
- b) pemberian subsidi kepada Pasar Tradisional, Usaha Mikro, Kecil, Menengah serta pelakupelaku usaha yang ada didalamnya;
- c) peningkatan kualitas dan sarana Pasar Tradisional, Usaha Mikro, Kecil, Menengah serta pelakupelaku usaha yang ada didalamnya;
- d) pengembangan Pasar Tradisional, pelaku-pelaku usaha yang ada didalamnya;
- e) fasilitasi pembentukan wadah atau asosiasi pedagang sebagai sarana memperjuangkan hak dan kepentingan para pedagang;
- f) mengarahkan dana sharing yang berasal dari Pemerintah kepada Pemerintah Daerah dalam rangka membangun pasar.

2) Ketentuan Penataan dan Pengendalian Pasar Modern

Pada bagian kedua tentang Penataan dan Pengendalian Pasar Modern, terdapat sejumlah ketentuan dan pengaturan dalam penataan sebuah pasar modern, diantaranya:

- a) Lokasi pendirian pasar modern wajib mengacu pada Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten, dan Rencana Detail Tata Ruang Kabupaten, termasuk pengaturan zonasinya;
- b) memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat dan keberadaan pasar tradisional, usaha kecil, dan usaha menengah yang ada di wilayah yang bersangkutan;
- c) memperhatikan jarak dengan pasar tradisional, sehingga tidak mematikan atau memarginalkan pelaku ekonomi di pasar tradisional;
- d) pasar modern dapat dibangun dengan jarak radius terdekat dari pasar tradisional minimal 1000 m;
- e) pemberian izin usaha pasar modern wajib memperhatikan pertimbangan Kepala Desa/Lurah dan BPD/LPM;
- f) pendirian pasar modern khususnya Minimarket diutamakan untuk diberikan kepada pelaku usaha yang domisilinya sesuai dengan lokasi Minimarket tersebut

Sementara itu, ada ketentuan dalam penyelenggaraan atau pendirian Pasar Modern wajib memenuhi ketentuan sebagai berikut :

- a. menyediakan fasilitas yang menjamin pasar modern yang bersih, sehat, higienis, aman, tertib dan ruang publik yang nyaman;
- b. menyediakan fasilitas tempat usaha bagi usaha kecil dan menengah, pada posisi yang sama-sama menguntungkan;
- c. menyediakan fasilitas parkir kendaraan bermotor dan tidak bermotor yang memadai di dalam area bangunan;

d. menyediakan sarana pemadam kebakaran dan jalur keselamatan bagi petugas maupun pengguna pasar modern dan toko modern.

Skala besar pasar modern dengan klasifikasi tertentu juga memiliki pengaturan yang berbeda. Perkulakan hanya boleh berlokasi pada akses sistem jaringan jalan arteri atau kolektor primer atau arteri sekunder. Namun selain perkulakan, pengaturan pasar modern jenis hypermarket ataupun supermarket diperjelas sebagai berikut:

1) Hypermarket dan Pusat Perbelanjaan:

a) hanya boleh berlokasi pada akses sistem jaringan jalan arteri atau kolektor;

b) pendiriannya diarahkan pada daerah pinggiran dan atau daerah baru dengan memperhatikan keberadaan pasar tradisional sehingga akan menjadi pusat pertumbuhan baru atau perluasan kota.

2) Supermarket dan Departement Store:

a) tidak boleh berlokasi pada sistem jaringan jalan lingkungan;

b) tidak boleh berada pada kawasan pelayanan lingkungan didalam perkotaan.

3) Minimarket :

a) dapat berlokasi pada setiap sistem jaringan jalan, termasuk pada sistem jaringan lingkungan pada kawasan pelayanan lingkungan di dalam kota;

b) jumlah minimarket untuk setiap kawasan pelayanan lingkungan di dalam kota maksimal hanya ada 2 (dua) minimarket dan dalam radius 1000 m. Minimarket yang tidak berbentuk warabala (jaringan) yang pengelolaannya diusahakan oleh individu/perseorangan dapat didirikan dalam radius 500 m

B. KAJIAN PRAKTIK EMPIRIS

Pasar tradisional diakui memiliki peran yang sangat penting bukan saja pada sisi pertumbuhan ekonomi namun pasar tradisional juga mampu berperan sebagai salah satu jaring pengaman kemiskinan dan pengangguran di Indonesia. Berangkat dari pasar tradisional lahir keteladanan yang sangat luar biasa dari seorang sahabat nabi Abdurrahman Bin Auf. Ketika ditawai harta dan Wanita, beliau memilih untuk ditunjukkan jalan menuju pasar "Cukuplah engkau tunjukkan kepadaku di manakah pasar kalian berada,". Konsep pengembangan pasar yang diinisiasi cukup jitu untuk diimplementasikan, terbukti, hanya dalam kurun kurang dari dua tahun, pasar yang dikuasai pihak luar, telah dapat dikelola secara mandiri bersama dengan masyarakat, dan tidak lagi ada ketergantungan dengan pihak luar. Artinya pasar tradisional tetap berpotensi untuk dikembangkan asal terkelola dengan baik dan benar. Bahkan pasar tradisional berpotensi untuk dijadikan sebagai 'destinasi wisata' yang akan banyak menarik wisatawan dan berdampak secara ekonomis untuk masyarakat dan pendapatan daerah.

1. Potensi Pasar Rakyat

Pada saat ini jumlah pasar tradisional diseluruh Indonesia, mencapai lebih dari 15.000 pasar di tahun 2020, kalau dengan asumsi setiap pasar dengan 2000 pedagang, artinya pasar telah menyerap lebih dari 30 juta pedagang. Apabila setiap pedagang mempunyai tiga anggota keluarga, maka setidaknya 90 juta rakyat Indonesia bergantung kehidupannya pada pasar tradisional, jumlah ini tidak termasuk konsumen yang berbelanja di pasar tradisional. Setidaknya sampai saat ini keberadaan pasar tradisional masih dibutuhkan sebagai penopang kehidupan keseharian masyarakat.

Lebih daripada itu, Pasar tradisional masih merupakan wadah utama penjualan produk-produk kebutuhan pokok yang dihasilkan oleh para

pelaku ekonomi berskala menengah kecil serta mikro. Mereka adalah para petani, nelayan, pengrajin dan home industri (industri rakyat). Jumlah mereka adalah puluhan juta dan sangat menyandarkan hidupnya kepada pasar tradisional. Sejalan dengan pertumbuhan manusia, system ekonomi juga berjalan seiring dan tumbuh semakin cepat, sehingga pasar-pasar modernpun turut tumbuh dan berkembang lebih pesat lagi.

Menilik dari kapasitasnya, berdasarkan sebarannya untuk pasar dan pusat perdagangan di Indonesia, urutannya tetap masih didominasi oleh pasar tradisional yang selanjutnya disusul Toko swalayan dan pusat perdagangan dengan komposisi secara berurutan masing-masing 15.657 unit atau 89,03% untuk pasar tradisional, 3,7% atau 650 unit untuk Pusat Perbelanjaan, dan 7,27% atau 1279 untuk Toko swalayan dari jumlah 17.586 tempat perbelanjaan di Indonesia. Sebagaimana diilustrasikan dalam tabel 2.1. dibawah ini, dan gambar grafik 2.1. berikut

Tabel 2.1. Sebaran Pasar dan Pusat Perdagangan Berdasarkan klasifikasinya

Provinsi	Sebaran Pasar dan Pusat Perdagangan Menurut Klasifikasi			
	Pasar Tradisional	Pusat Perbelanjaan	Toko Swalayan	Jumlah
	2019	2019	2019	2019
ACEH	478	7	12	497
SUMATERA UTARA	858	23	18	899
SUMATERA BARAT	491	12	30	533
RIAU	690	17	36	743
JAMBI	378	8	21	407
SUMATERA SELATAN	833	13	17	863

Provinsi	Sebaran Pasar dan Pusat Perdagangan Menurut Klasifikasi			
	Pasar Tradisional	Pusat Perbelanjaan	Toko Swalayan	Jumlah
	2019	2019	2019	2019
BENGGKULU	225	3	14	242
LAMPUNG	639	11	37	687
KEP. BABEL	78	4	30	112
KEP. RIAU	70	15	55	140
DKI JAKARTA	213	88	17	318
JAWA BARAT	817	121	173	1111
JAWA TENGAH	1910	56	193	2159
DI YOGYAKARTA	357	14	87	458
JAWA TIMUR	2249	79	119	2447
BANTEN	213	37	30	280
BALI	415	21	24	460
NUSA TENGGARA BARAT	228	5	27	260
NUSA TENGGARA TIMUR	528	4	37	569
KALIMANTAN BARAT	219	8	35	262
KALIMANTAN TENGAH	494	4	19	517
KALIMANTAN SELATAN	468	5	9	482
KALIMANTAN TIMUR	246	20	80	346
KALIMANTAN UTARA	69	5	6	80

Provinsi	Sebaran Pasar dan Pusat Perdagangan Menurut Klasifikasi			
	Pasar Tradisional	Pusat Perbelanjaan	Toko Swalayan	Jumlah
	2019	2019	2019	2019
	SULAWESI UTARA	150	13	24
SULAWESI TENGAH	429	6	13	448
SULAWESI SELATAN	768	20	23	811
SULAWESI TENGGARA	421	5	20	446
GORONTALO	129	5	11	145
SULAWESI BARAT	184	1	11	196
MALUKU	90	5	26	121
MALUKU UTARA	106	3	9	118
PAPUA BARAT	73	3	2	78
PAPUA	141	9	14	164
INDONESIA	15657	650	1279	17586

Posisi Pedagang pasar Rakyat dapat diilustrasikan dalam gambar grafik berikut:



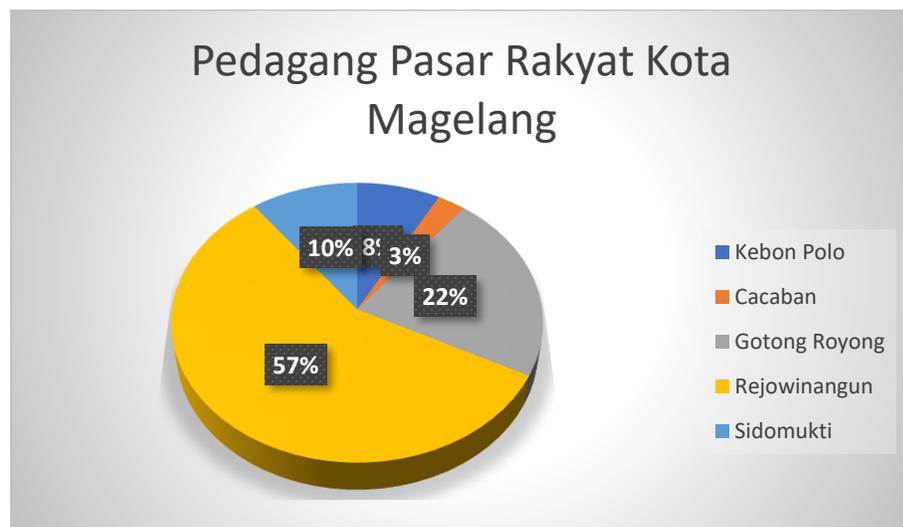
Gambar 2.1. Grafik sebaran Pasar dan Pusat Perdagangan menurut klasifikasi pada setiap Provinsi

2. Analisis Dampak Pasar modern

Peningkatan dan pertumbuhan pasar modern di kota-kota besar di Indonesia, ikut mendorong munculnya pasar modern di kota-kota yang lebih kecil dalam rangka untuk mencari pelanggan baru, tidak ketinggalan Kota Magelang. Toko modern keberadaannya telah berkembang dan berdifusi secara massif dengan pasar-pasar rakyat. Tentu pertumbuhan pasar modern tersebut secara otomatis memunculkan persaingan baru antar peritel. Kegiatan perdagangan Kota Magelang dapat dilihat di sepanjang Jalan Ikhlas/Jenderal Soedirman – A.Yani, yang juga menjadi jalur utama transportasi Semarang-Yogyakarta. Di sepanjang Jalan Ikhlas ini terdapat banyak toko, kios, pedagang kaki lima, serta pasar rakyat. Setidaknya ada tiga titik pasar Rakyat yang cukup besar di seputar wilayah ini, yaitu Pasar Kebonpolo, Pasar Rejowinangun, dan Pasar Gotong Royong. Bahkan keberadaan pasar Rejowinangun disinyalir sudah cukup lama, telah ada sejak jaman Belanda dan menjadi pusat perdagangan masyarakat Magelang. Seiring dengan perkembangan jaman dan era modernisasi, eksistensi Pasar Tradisional Gotong-Royong dan Rejowinangun dan pasar kebonpolo perlahan mulai memudar, dengan kehadiran pasar-pasar modern. Seperti, alfamart, indomart, Matahari, bahkan Mall Armada Town Square (Artos).

Kehadiran Mall Armada Town Square dan beberapa toko swalayan ini dikhawatirkan berdampak negative terhadap pedagang Pasar Tradisional Gotong-Royong, Rejowinangun, kebonpolo, dll., di Kota Megelang. Hal itu dikarenakan, jarak antara toko modern yang berdekatan

dengan kedua pasar tradisional tersebut. Berikut adalah gambar jumlah pedagang pasar tradisional di wilayah kota Magelang tahun 2020.



Gambar 2.2. Grafik Pedagang Pasar Tradisional di Wilayah Kota Magelang

Keberadaan pasar modern berpotensi terhadap pola perubahan berbelanja masyarakat. Masyarakat banyak yang memilih untuk berbelanja di pasar modern dengan berbagai alasan. Misalnya, di satu sisi pasar modern dikelola secara profesional dengan fasilitas yang serba ada seperti arena bermain untuk anak-anak, Air Conditioner (AC), system pembayaran boleh

menggunakan credit card, dilengkapi dengan struk pembelian untuk setiap item yang dibeli, dan ada juga yang dilengkapi dengan mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Keleluasaan cara pembayaran (non Tunai), Kemudahan, kenyamanan, tersedianya berbagai fasilitas, dan perbedaan harga menjadi salah satu alasan bagi masyarakat untuk memilih berbelanja di pasar modern.

Selain menawarkan fasilitas yang lebih baik, Pasar modern atau Minimarket dan Swalayan juga berlomba-lomba untuk memberikan kelengkapan & ketersediaan produk yang dijual, dengan kualitas produk dan kemasan yang lebih baik dan menarik. Bahkan terdapat beberapa produk yang baru dipromosikan, beberapa produk tertentu juga sering disertai hadiah-hadiah yang menarik, yang melekat pada produk yang ditawarkan, selain potongan harga (diskon) yang diberikan, Terdapat pula paket-paket khusus dengan harga khusus, letak yang strategis, suasana di dalam toko Swalayan, kebersihan ruangan, penataan dan pengelompokan produk, program promosi yang diselenggarakan, promosi di media cetak dan elektronik, adanya acara-acara lomba dan permainan dan hiburan, hadiah atau undian yang diberikan. Sehingga masyarakat luas dapat melihatnya dan tertarik untuk mengunjungi. Area parkir yang disediakan sangat memadai, ditambah dengan keramahan pelayanan. Hal penting untuk menarik konsumen adalah informasi produk dan harga, sehingga sering dibuat papan petunjuk harga untuk memudahkan dalam mencari produk sehingga membuat para konsumen beralih dari pasar tradisional ke Minimarket dan Swalayan. Survey lapangan menunjukkan beberapa faktor pemicu beralihnya konsumen ke pasar modern, sebagaimana ditunjukkan dalam table 2.2 berikut ini.

Table. 2-2. Perbedaan Pasar Tradisional dan Pasar Modern

Pasar Rakyat	Pasar Modern
<ul style="list-style-type: none"> • Dikelola Pemerintah • Berkesan agak kumuh, kurang rapi, dan padat • Segmentasi menengah-bawah • Menjual eceran • Pengunjung didominasi wanita (ibu rumah tangga, pedagang keliling) • Harga tidak standar, pakai tawar menawar • Barang yang dipasarkan terkadang tercampur yang sudah rusak • Kurang aman, dari pengutit dan copet. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dikelola Swasta, • Area yang nyaman, lega, bersih teratur, lengkap, • Segmentasi menengah atas • Menjual eceran, toko modern mampu menjual 30.000 koleksi dagangan • Pengunjung wanita, pria, remaja • Harga yang sudah pasti • Terdapat banyak barang promosi dan diskon • Relative lebih aman

Pada dasarnya, pasar tradisional masih sering berhadapan dengan masalah pengelolaan yang kurang profesional dan ketidaknyamanan bagi para pengunjung. Minat pembeli untuk berbelanja semakin berkurang karena berbagai alasan, seperti tempat yang panas, beberapa pasar tradisional juga masih becek saat musim hujan, banyak pengamen, dan sering terjadinya tindak kriminal.

Keberadaan Pasar tradisional meskipun secara kronologis lebih dulu ada dibandingkan toko modern atau Minimarket dan Swalayan. Namun para pedagangnya sekarang dapat merasakan dampak dari kehadiran Minimarket dan Swalayan. Tidak sedikit masyarakat yang tinggal disekitar pasar kini beralih memilih belanja di Minimarket maupun Swalayan dengan

alasan lebih lengkap dan nyaman atau sekedar melihat-lihat, meskipun sebenarnya produk-produk yang ada di Minimarket atau Swalayan pun tersedia di pasar tradisional. Selain itu ruang bersaing pedagang pasar tradisional kini juga mulai terbatas, kalau selama ini pasar tradisional Punggur dianggap unggul dalam memberikan harga relatif rendah untuk banyak komoditas. Hasil survey di lapangan menunjukkan terdapat 50% pedagang yang tidak merasakan adanya perubahan pendapatan berjualan di pasar Tradisional sebagai akibat kehadiran pasar modern atau minimarket dan swalayan. Selebihnya merasakan perubahan, diantaranya 44% menyatakan mengalami penurunan pendapatan karena pelanggannya beralih ke toko swalayan. sementara ada 6% yang menyatakan mengalami peningkatan penjualan sebagai akibat kehadiran Mall dan hotel Artos, peningkatan pendapatan tersebut disebabkan karena untuk beberapa keperluan Hotel dan Mall, atas beberapa jenis komoditas terutama sayur dan bahan pangan lainnya diambilkan dari pasar.

Perubahan jumlah pembeli saat ini juga semakin dirasakan oleh mayoritas pedagang pasar, ada diantara mereka yang mengaku hingga 75%, tetapi ada juga yang mengaku terjadi penurunan sekitar 20% terutama untuk los/toko yang punya pelanggan tetap untuk kulakan. Namun Ketika dikonfirmasi lebih lanjut, mereka tidak yakin penurunan tersebut sebagai akibat dari kehadiran toko modern atau dari dampak Pandemi. “sepertinya karena covid Mas, khan yang bakulan di rumah juga tidak serame sebelum covid, biasanya mereka kulakan dua atau tiga kali seminggunya, sekarang paling seminggu sekali” kata Pemilik Toko di Pasar Kebonpolo. “... *iya Mas, belanjanya juga lebih sedikit*” tambahnya Ketika ditanya volume pembeliannya. Namun demikian pedagang masih enggan menunjukkan besaran perubahan pendapatannya dengan kehadiran pasar modern tersebut kecuali dalam bentuk prosentase. Berapapun penurunannya,

tetapi jumlah kunjungan konsumen sangat dirasakan, tidak saja oleh pedagang, tetapi juga dirasakan oleh petugas parkir dan juga ibu-ibu yang sering membantu membawakan dagangan

Dampak dari perubahan pola belanja masyarakat dan penurunan jumlah kunjungan, tentu akan berdampak pada pedagang, sehingga beberapa diantaranya ada yang memilih sering libur berjualan, atau bahkan alih profesi. Hal yang demikian ini tentu akan berpengaruh terhadap besaran kontribusi retribusi Pasar, sehingga akan berpengaruh pula pada Pendapatan Asli Daerah

3. Retribusi Pasar

Mengacu pada Undang-undang Nomor 23 Tahun 2014 Pasal 9 Ayat (1) tentang Pemerintahan Daerah sebagaimana telah dilakukan beberapa kali perubahan, terakhir melalui Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2015 Tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah dijelaskan bahwa “Urusan Pemerintahan terdiri atas urusan pemerintahan absolut, urusan pemerintahan konkuren, dan urusan pemerintahan umum.” Kemudian dalam ayat (4) disebutkan bahwa “Urusan pemerintahan konkuren yang diserahkan ke Daerah menjadi dasar pelaksanaan Otonomi Daerah. Pada asas pelaksanaan penyelenggaraannya, pemerintah daerah melaksanakan salah satu tugasnya yaitu memberikan pelayanan kepada pelaku usaha termasuk para pedagang atau penjual kebutuhan pokok sehari-hari atau sering dikenal dengan istilah pedagang sembako, Perangkat daerah dalam melaksanakan pembangunan daerah. Sehingga besaran belanja suatu daerah itu sangat tergantung dari pendapatan daerahnya itu sendiri. Pendapatan daerah sangat tergantung dari pajak dan retribusi, salah satu pemasukan dari retribusi sendiri adalah retribusi pasar.

Berdasarkan Pasal (1) angka 64 Undang-Undang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, Retribusi adalah pungutan daerah sebagai pembayaran atas jasa atau izin tertentu yang khusus disediakan atau diberikan oleh Pemerintah Daerah untuk kepentingan orang pribadi atau badan (Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah). Retribusi adalah pungutan yang dilakukan pemerintah sebagai akibat adanya kontraprestasi yang diberikan pemerintah daerah, atau pembayaran tersebut didasarkan atas prestasi atau pelayanan yang diberikan. Retribusi pasar itu sendiri adalah pungutan retribusi atas jasa pelayanan penyediaan fasilitas pasar tradisional yang berupa pelataran, los dan atau kios atau bedak yang dikelola Pemerintah Daerah dan khusus disediakan untuk pedagang. Retribusi pasar merupakan salah satu retribusi daerah yang termasuk dalam jenis retribusi jasa umum. Menurut Sunarto (2005)²⁸ retribusi pasar adalah pungutan yang dikenakan pada pedagang oleh Pemerintah Daerah sebagai pembayaran atas pemakaian tempat-tempat berupa toko atau kios, counter atau los, dasaran, dan halaman pasar yang disediakan didalam pasar daerah atau pedagang lain yang berada disekitar pasar daerah lainnya yang berada disekitar pasar daerah sampai dengan radius 200 meter dari pasar tersebut. Karena itu dalam retribusi pasar, prinsip dan sasaran dalam penetapan struktur dan besarnya tarif retribusi pasar didasarkan pada tujuan untuk memperoleh keuntungan yang layak sebagai pengganti biaya pengelolaan, biaya penyelenggaraan, biaya kebersihan dan biaya administrasi (Patmawati 2006 :64).

Namun demikian tidak sedikit juga yang pendapatan daerahnya belum tersupport secara maksimal oleh unsur retribusi pasar. Ada

²⁸ Sunarto. 2005. Pajak dan Retribusi Daerah. Yogyakarta: Penerbit Amus dan Citra Pustaka

beberapa factor yang mempengaruhi berhasilnya retribusi pasar antara lain; 1) subyek (jumlah pedagang), 2) obyek (luas kios, los,dan dasaran terbuka), 3) tarif serta 4) kinerja pemungutan (efisiensi dan efektivitas pemungutan) retribusi pasar, sebagaimana yang diungkapkan oleh Arizaldy (2009)²⁹. Dengan demikian, bila mengacu pada sifatnya, maka retribusi daerah hanya dikenakan kepada mereka yang telah memanfaatkan jasa pelayanan pemerintah daerah, dalam hal ini pedagang. Sehingga sikap pedagang mempunyai pengaruh terhadap efektivitas penerimaan retribusi pelayanan pasar, demikian penegasan (Prakoso, 2005)³⁰. Idealnya dalam pelaksanaan pemungutan retribusi pasar harus dilaksanakan secara efektif, artinya adanya keseimbangan antara potensi pendapatan retribusi dengan realisasi penerimaan dari suatu objek retribusi. Dengan kata lain bahwa mereka (wajib retribusi) memenuhi kewajibannya membayar sesuai jumlah yang seharusnya dibayarkan (Prakoso, 2005:142).

a. Analisis Target dan Realisasi Retribusi Pasar Kota Magelang

Salah satu fungsi pengelolaan retribusi pasar yang diterapkan Disperindagkop Kota Magelang yaitu perencanaan pengorganisasian dan pelaksanaan. Perencanaan akan memegang peranan penting dalam upaya pencapaian tujuan yang ditetapkan dalam suatu organisasi. Target penerimaan retribusi pasar merupakan tolak ukur realisasi penerimaan tahunan yang harus dicapai dalam realisasi penerimaan retribusi pasar Kota Magelang.

29 Arizaldy. 2009. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi efektifitas peneriman retribusi Pasar di Kota Yogyakarta. Semarang:Universitas Diponegoro

30 Prakoso, Kesit Bambang, 2005. Pajak dan Retribusi Daerah. Yogyakarta: UI Press.

Mekanisme penetapan target pertahun selalu didasarkan pada potensi yang dimiliki setiap pasar dan dengan melihat realisasi yang dapat dicapai tiap tahunnya serta menambah presentase jenis penerimaan yang memungkinkan untuk dicapai. Untuk capaian tersebut, proses pelaksanaan pemungutan retribusi pasar diperlukan pengorganisasian yang baik, dalam hal ini berupa sumber daya yang berhubungan dengan pemungutan, seperti sumber daya manusia yaitu petugas pemungut dan pengawas, metode yaitu cara yang digunakan dalam pemungutannya, standar kerja petugas serta sarana dan prasarana penunjang. Kesemua unsur tersebut merupakan unsur-unsur yang menunjang dalam melaksanakan pemungutan retribusi pasar.

b. Faktor Penghambat Potensi Penerimaan Retribusi Pasar di Kota Magelang

Pasar disinyalir merupakan salah satu sector yang dapat diandalkan untuk menambah Pendapatan Asli Daerah melalui retribusi yang telah ditetapkan. Namun sebagaimana yang ditemukan tingkat kontribusi Retribusi Pasar di Kota Magelang untuk Retribusi Daerah dalam tahun-tahun terakhir cenderung menurun. Berdasarkan hasil kajian dan wawancara dengan pengelola pasar atau ketua pasar dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor penghambat penerimaan retribusi pasar di kota Magelang beberapa diantaranya adalah karena rendahnya kedisiplinan pembayar retribusi dalam menunaikan kewajiban pembayarannya, dan kecakapan SDM dalam mengelola administrasi retribusi. Beberapa alasan yang dapat ditangkap, antara lain, a) karena sepi pembeli, b) banyaknya kios yang ditinggalkan dan dibiarkan kosong, sehingga para pedagang tersebut tidak melakukan pembayaran retribusi.

Hal ini memang menjadi delama satu sisi kewajiban pedagang yang menempati los/kios/lapak, ada kewajiban untuk memenuhi retribusi.

Sementara disisi lain retribusi hanya semata-mata untuk mengisi kas negara maupun daerah sebagai penggantian yang telah dikeluarkan dalam upaya penyediaan sarana pelayanan kepada masyarakat. (Munawir, 2011) 31 Dengan demikian, pemerintah dilarang memungut retribusi kepada masyarakat tatkala tidak memanfaatkan sarana pelayanan yang disediakan. Misalnya, terhadap masyarakat yang tidak menggunakan pasar sebagai tempat melakukan kegiatan ekonomi, pemerintah di larang memungut retribusi pasar. Berdasarkan Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2008 tentang pengelolaan pasar, Retribusi adalah, “kegiatan sehari-hari manusia dan/atau proses penjualan berbagai jenis barang”. Kemudian dalam Ayat (5) Pengelolaan pasar dimaksud adalah kegiatan yang sistematis, menyeluruh dan berkesinambungan yang meliputi pengurangan dan penanganan pasar.

Hal yang demikian ini menjadi alasan bagi pedagang untuk tidak disiplin membayar retribusi dengan dalih tidak menggunakan los baik dalam waktu singkat maupun Panjang, Bagi pedagang yang menyewa dari pemilik sebelumnya juga beralasan bahwa yang berkewajiban membayar retribusi adalah pemilik yang terdaftar, karena merasa sudah membayar sewa kepada pemilik. Dalam wawancara dengan ketua pasar ditegaskan bahwa 32 “los atau sarana yang disediakan pemerintah bukan untuk disewakan atau diperjual belikan, tapi untuk dimanfaatkan sebagai sarana ekonomi” lebih lanjut ditegaskan juga “Iya, perlu adanya Tindakan tegas

31 Munawir 2011 (dalam) Abdul Rajab 2020, Kontribusi Retribusi Pasar Terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Mamuju, *GROWTH: Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan* p-ISSN: 2621-3842, e-ISSN: 2716-2443 Volume 1, No. 2, 2020

32 Wawancara eksklusif dengan ketua Pasar Bpk. M. Nasir, 9 Agustus 2021

secara hukum terhadap pelaku yang memperjual belikan dan atau menyewa-nyewakan sarana yang disediakan pemerintah”.

Untuk besarnya retribusi yang dikenakan kepada pedagang pasar apakah sudah memenuhi aspek keadilan, ketua pasar menegaskan bahwa, “ Begini Mas, pungutan retribusi yang menjadi kewajiban para pedagang pasti tidak sama. Jumlah pungutan yang dibebankan kepada para pedagang tetap disesuaikan dengan jenis tempat dagangan atau fasilitas tempat yang mereka gunakan seperti: kios, los, atau hanya lapak saja” Ketika ditanyakan Kembali mekanisme retribusi untuk pedagang lapak atau kaki lima yang “tidak tetap” statusnya, dan kadang tidak tetap pedagangnya, maka ditegaskan, “Iya Mas, mereka tetap dikenakan retribusi hingga tiga kali bahkan, pagi kena retribusi Rp. 1000, Siang kena retribusi Rp. 1000, dan kalau sore masih berdagang.. ya ditarik lagi Rp. 1000.”

c. Faktor-Faktor Pendukung dalam Penerimaan Retribusi Pasar di Kota Magelang

Mengacu pada ketentuan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah “Pendapatan Asli Daerah, selanjutnya disebut PAD adalah pendapatan yang diperoleh Daerah yang dipungut berdasarkan Peraturan Daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan”. Artinya bahwa sumber pembiayaan daerah yang berasal dari potensi daerah tersebut adalah PAD. Dimana tinggi dan rendahnya PAD merupakan cerminan keberhasilan daerah dalam pelaksanaan otonomi. Retribusi Daerah atau yang selanjutnya disebut Retribusi adalah pungutan Daerah sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian izin tertentu yang khusus disediakan dan/atau diberikan oleh Pemerintah Daerah untuk Kepentingan orang pribadi atau badan.

Sedikitnya terdapat dua factor yang cukup berpengaruh dalam penerimaan retribusi pasar yaitu;

1. Subyek dan Obyek

Retribusi Subyek dan obyek retribusi akan menentukan besarnya “tax base” yang digunakan sebagai dasar untuk menentukan besar kecilnya beban retribusi yang harus dibayar oleh subyek retribusi. Subyek retribusi pelayanan pasar adalah orang pribadi atau badan yang memperoleh pelayanan fasilitas pasar tradisional/sederhana yang dikelola oleh Pemerintah Daerah. Artinya, subyek retribusi yang dimaksud adalah pedagang. Dimana faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan retribusi dari sisi pedagang yaitu:

a. Tarif Retribusi Pelayanan Pasar

Retribusi, adalah pungutan daerah sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian izin tertentu yang khusus disediakan dan/atau diberikan oleh pemerintah daerah untuk kepentingan orang pribadi atau badan. Objek retribusi daerah adalah Retribusi Jasa Umum, Retribusi Jasa Usaha, dan Retribusi Perizinan Tertentu (Murniati, 2017)³³.

Tarif retribusi pelayanan pasar adalah ongkos sewa atas pemanfaatan fasilitas pasar yang dapat diukur dengan satuan rupiah, dibayarkan sesuai dengan kelas pasar dan dibayar secara harian dan bulanan. Untuk karcis harian dibayarkan harian atas pemanfaatan kios/los sebagai tempat berjualan, sedangkan pelayanan kebersihan dibayar secara bulanan. Besarnya tarif retribusi pelayanan pasar biasanya telah diatur pada Peraturan

³³ Murniati, S., & Kasasih, D. (2017). Analisis kontribusi dan efektivitas penerimaan retribusi pelayanan pasar terhadap pendapatan asli daerah kota Palembang. *Jurnal Kompetitif*, 6(1).

Daerah tentang Retribusi Jasa Umum. Apabila tarif retribusi pelayanan pasar yang ditetapkan lebih tinggi daripada kemampuan pedagang dalam membayar retribusi, maka kemauan membayar pedagang akan rendah sehingga penerimaan retribusi pelayanan pasar akan menurun.

b. Kualitas Tingkat Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan suatu strategi yang sangat penting bagi keberhasilan dan keberlangsungan suatu organisasi baik itu bersifat bisnis maupun pelayanan publik. Boediono (2003)³⁴ mengatakan bahwa, kualitas pelayanan merupakan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dikatakan bermutu bila memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau semakin kecil kesenjangan antara pemenuhan janji dengan harapan pelanggan adalah semakin mendekati bermutu. Artinya, persepsi pengguna jasa dalam hal menilai kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang dapat menentukan kemauan pengguna untuk menggunakan atau mengkonsumsi suatu layanan tersebut, termasuk kemauan untuk membayar. Selain berdampak pada kemauan membayar, kualitas pelayanan juga dapat berdampak pada penerimaan suatu barang atau jasa. Dalam penelitian ini yaitu penerimaan retribusi pelayanan pasar, dimana persepsi pedagang terhadap kualitas tingkat pelayanan sangat menentukan penerimaan retribusi pelayanan pasar secara langsung dan tidak langsung melalui kemauan membayar.

c. Pengetahuan dan Pemahaman tentang Retribusi

34 Boediono, B. 2003. Pelayanan Prima Perpajakan. Jakarta: Rineka Cipta

Pengetahuan adalah hasil kerja fikir yang merubah tidak tahu menjadi tahu dan menghilangkan keraguan terhadap suatu perkara. Pada konteks ini pengetahuan dimaksud adalah pengetahuan mengenai keadaan tertentu yang dibatasi oleh ketentuan dan peraturan. Peraturan dimaksud adalah produk hukum baik untuk hukum yang tertulis maupun tidak tertulis. (Nurfiati, dkk, 2019)³⁵ . Pemahaman merupakan kemampuan seseorang untuk mengerti atau memahami sesuatu setelah sesuatu itu diketahui dan diingat. Dengan kata lain, memahami adalah mengetahui tentang sesuatu dan dapat melihatnya dari berbagai segi (Ahmad Susanto, 2013)³⁶

Sedangkan pemahaman adalah kemampuan menangkap makna dan arti dari bahan yang dipelajari. Pengetahuan dan pemahaman peraturan tentang retribusi merupakan penalaran dan penangkapan makna tentang retribusi.

d. Kemauan Membayar Retribusi

Kemauan membayar retribusi dikembangkan melalui dua sub konsep yaitu, konsep kemauan membayar dan konsep retribusi. Pertama, konsep kemauan ini memiliki makna sebagai dorongan ataupun kehendak yang lebih mengarah pada tujuan dan perilaku hidup tertentu dan juga dikendalikan oleh pertimbangan akal budi. Sehingga kemauan biasanya bersifat sadar, manusia yang melakukannya jelas tahu apa yang mereka

³⁵ pengetahuan seseorang mengenai keadaan tertentu yang diatur oleh hukum. Hukum yang dimaksud adalah hukum yang tertulis dan tidak tertulis. Pengetahuan tersebut berkaitan erat dengan perilaku yang dilarang maupun perilaku yang diperbolehkan oleh hukum

³⁶ Ahmad Susanto, *Teori Belajar & Pembelajaran di Sekolah Dasar*, (Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2013)

pikirkan dan bagaimana kemauan itu berjalan dengan kebijaksanaan akal dan wawasan individu seorang. Sedangkan kemauan membayar merupakan suatu nilai dimana seseorang rela untuk membayar, mengorbankan atau menukarkan sesuatu untuk memperoleh barang dan jasa (Fikriningrum, 2012)³⁷.

Kedua, konsep retribusi yaitu pungutan sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian izin tertentu yang khusus disediakan dan/atau diberikan oleh Pemerintah Daerah untuk kepentingan orang pribadi atau badan. Sehingga, kemauan membayar retribusi (*willingness to pay retribution*) dapat diartikan suatu nilai yang rela dikorbankan atau dibayarkan oleh seseorang (yang ditentukan dengan peraturan) karena telah menikmati atau memanfaatkan pelayanan yang disediakan oleh Pemerintah Daerah.

2. Tarif Retribusi

Dalam menentukan tarif retribusi harus bersifat progresif. Tarif harus berdasarkan lokasi/tempat untuk berdagang, pemakaian tempat berdagang, lokasi berdagang dalam kategori strategis dan nonstrategis yang ditentukan oleh letak tempat yang berada di bangunan utama, los terbuka atau dasaran serta luas tempat yang digunakan oleh pedagang.

No	Jenis Bangunan	Tarif
1	Los	Rp. /m/bulan

³⁷ Fikriningrum, W.K. 2012. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Wajib Pajak Orang Pribadi Dalam Memenuhi Kewajiban Membayar Pajak : Undip Semarang*. Semarang

2	Kios	Rp.	/m/bulan
3	Toko	Rp.	/m/bulan
4	Gardu	Rp.	/m/bulan

3. Perancangan Peraturan Daerah

Poin-poin penting yang perlu diatur oleh pemkab/pemkot dalam peraturan daerah pembentukan perusahaan daerah pasar antara lain, mengenai zonasi atau penataan letak pasar modern, hubungan kerja sama ritel modern (trading term) dengan pemasok, serta hubungan antara pasar modern dan pasar tradisional. Dengan perda tersebut izin usaha perlu dilengkapi kajian kelayakan, termasuk dampak lingkungan, terutama aspek sosial budaya dan dampak bagi pelaku usaha perdagangan setempat. Dalam ketentuan itu, pendirian pusat perbelanjaan dan toko modern wajib memperhitungkan jarak antara peritel modern dengan pasar tradisional yang telah ada sebelumnya. Dengan menerbitkan aturan di tingkat kabupaten/kota, pemerintah memberikan kepastian berusaha baik bagi investor ritel modern, pedagang pasar maupun pengusaha kecil dan menengah, sebagai pemasok barang. Dimanapun lokasi pasar modern, hampir selalu memiliki daya tarik. Banyak contohnya seperti Hipermarket Sentul, Lippo, yang selalu ramai walaupun letaknya jauh. Ritel besar di daerah kosong dan tempat sepi, bisa jadi ramai. Apalagi di tempat yang sudah ramai, pasti tambah ramai. Perda-Perda mengenai PD pasar yang ada harus selalu diperbaharui. Namun demikian, kalau mau berencana mengganti peraturan, dibutuhkan waktu yang panjang. Bahkan mengubah saja, rapatnya bisa bertahun-tahun. Padahal

bisnis 3 bulan sekali sudah berubah. Begitu mau diubah kebutuhannya sudah berubah.

Umumnya lingkungan pasar sangat kumuh, kotor dan sampah yang menumpuk, banyak yang belum memiliki unit pengolahan limbah, fisik pasar yang sudah tua. Hal ini membutuhkan dukungan dinas terkait untuk meningkatkan kualitas lingkungan pasar. Pemerintah daerah perlu melakukan langkah strategis dalam memberdayakan pasar tradisional dengan melakukan peningkatan status aset menjadi HGB di atas HPL agar asset pasar lebih bankable.

Hal lain yang menjadi kendala dalam revitalisasi pasar adalah pemahaman dan pengetahuan pedagang tentang produk yang tidak standar, seputar kemasan, cara penyimpanan dan pengawetan produk yang masih kurang, produk berformalin dan isu jaminan mutu pangan. Kemudian, dalam hal pengembangan pasar khusus, potensi pasar tradisional yang luar biasa, tetapi masih belum dapat digali secara maksimal yaitu pusat logistik dan distribusi nasional, depo pasar, pasar wisata, pasar bunga, pasar seni dan kerajinan, pasar batu Aji, dan lain-lain. Pemberdayaan pedagang kecil (small enterprise empowering) itu dapat dilakukan, antara lain, dengan membantu memperbaiki akses terhadap informasi, permodalan, dan hubungan dengan produsen atau pemasok (supplier). Pedagang pasar tradisional perlu mendapatkan informasi tentang masa depan, ancaman dan peluang usahanya, serta perlunya perubahan sikap dan pengelolaan usahanya sesuai dengan perubahan tuntutan konsumen. Dalam kaitannya dengan produsen pemasok, pedagang pasar tradisional perlu dibantu mengefisienkan rantai pemasaran untuk mendapatkan barang dagangan. Pemerintah dapat menjadi mediator untuk menghubungkan pedagang pasar tradisional secara

kolektif dengan industri untuk mendapatkan akses barang dagangan yang lebih murah.

Tidak kalah penting, modernisasi peremajaan maupun revitalisasi pasar tradisional juga merupakan langkah untuk meningkatkan perekonomian pedagang kecil. Modernisasi pasar tradisional dimaksudkan sebagai upaya pengelolaan pasar secara modern dan profesional sesuai dengan tuntutan kebutuhan masyarakat. Modernisasi juga perlu diciptakan untuk mengurangi atau meminimalkan citra miring sekaligus menghambat berpalingnya konsumen dari pasar tradisional.

BAB III

**ANALISIS PENGELOLAAN PASAR RAKYAT, PENATAAN DAN
PEMBINAAN TOKO SWALAYAN DAN PUSAT PERBELANJAAN YANG
MENJADI KEWENANGAN PEMERINTAHAN DAERAH KOTA MAGELANG**

A. Landasan Hukum

Landasan hukum Pengelolaan Pasar Rakyat, Penataan dan Pembinaan Toko Swalayan dan Pusat Perbelanjaan yang menjadi kewenangan Daerah Kota Magelang merupakan penjabaran dari:

1. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan;
2. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah sebagaimana telah diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah;
3. Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern;
4. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 20 Tahun 2012 tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 178)
5. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 21 Tahun 2021 Pedoman Pembangunan dan Pengelolaan Sarana Perdagangan
6. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 23 Tahun 2021 Pedoman Pengembangan, Penataan, dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan

B. Pasar Rakyat

Sejak diundangkannya Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan membawa perubahan dalam penyelenggaraan

pemerintahan khususnya urusan pemerintahan dibidang perdagangan. Dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014, istilah pasar tradisional sudah tidak digunakan lagi dan sebagai penggantinya digunakan istilah Pasar Rakyat. Sedangkan definisi Pasar Rakyat diberikan batasan pengertiannya yakni *“Pasar rakyat adalah tempat usaha yang ditata, dibangun, dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, swasta, Badan Usaha Milik Negara, dan/ atau Badan Usaha Milik Daerah dapat berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil dan menengah, swadaya masyarakat, atau koperasi serta usaha mikro, kecil, dan menengah dengan proses jual beli Barang melalui tawar-menawar”*.³⁸

Dari batasan pengertian Pasar Rakyat tersebut, kewenangan Pemerintahan Daerah Kota Magelang sebagai daerah otonom selain kewenangan menerbitkan izin pengelolaan pasar rakyat, pusat perbelanjaan dan izin usaha toko swalayan yang dibangun dan dikelola (baca: dimiliki) oleh badan usaha sebagai pelaksanaan urusan pemerintahan dibidang perdagangan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, Pemerintahan Daerah Kota Magelang berhak membangun dan mengelola (baca: memiliki) Pasar Rakyat.

Berdasarkan uraian di atas, dan berpijak pada pengertian frasa otonomi daerah dalam hal ini Pemerintahan Daerah Kota Magelang berhak, berwenang, dan berkewajiban untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat di Daerah dalam sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia urgensi untuk memberikan kepastian hukum untuk perlindungan Pasar Rakyat di Daerah Kota Magelang,

³⁸ Lihat Penjelasan Pasal 12 huruf a Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan.

termasuk juga untuk pengembangan dan pengelolaannya Pasar Rakyat itu sendiri.

Dalam praktik Peraturan Perundang-undangan, untuk pelaksanaan perlindungan Pasar Rakyat, selain Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan dan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, Pemerintahan Daerah Kota Magelang juga diberikan rujukan hukumnya dengan: (a) Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern; (b) Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 20 Tahun 2012 tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional; dan (c) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 70/M-DAG/PER/12/ 2013 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 56/M-DAG/PER/9/2014.

Pengaturan dalam Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 20 Tahun 2012 sebagaimana disebutkan di atas memberikan arahan bagi daerah otonom dalam hal ini Pemerintahan Daerah Kota Magelang untuk melaksanakan pengelolaan dan pemberdayaan Pasar Rakyat sebelumnya menggunakan istilah pasar tradisional.

Menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 20 Tahun 2012, Pasar Rakyat yang dibangun dan dikelola (baca: milik) Pemerintah Daerah Kota Magelang dilaksanakan dengan ketentuan:

1. perencanaan, yang meliputi perencanaan fisik dan non fisik;
2. menetapkan kelembagaan;
3. ketentuan mengenai persyaratan dan pengalihan pemakaian tempat usaha;
4. pelaksanaan; dan
5. pengendalian dan evaluasi.

Perencanaan fisik pembangunan atau renovasi, dan pengelolaan Pasar Rakyat milik Pemerintah Daerah, dilakukan untuk:

- a. penentuan lokasi mengacu pada rencana umum tata ruang Daerah, dekat dengan pemukiman penduduk atau pusat kegiatan ekonomi masyarakat, dan memiliki sarana dan prasarana transportasi yang menghubungkan ibukota Daerah dan ibukota kecamatan dengan lokasi Pasar Rakyat milik Pemerintah Daerah yang akan dibangun;
- b. penyediaan fasilitas bangunan dan tata letak pasar, antara lain meliputi: bangunan toko, kios dan/atau los yang dibuat dalam Pasar Rakyat milik Pemerintah Daerah dengan ukuran standar ruang tertentu, petak atau blok dengan akses jalan pengujung ke segala arah, pencahayaan dan sirkulasi udara dalam pasar yang memenuhi standar bangunannya, penataan toko, kios dan/atau los berdasarkan jenis barang dagangan, dan bentuk bangunan pasar selaras dengan karakteristik budaya Daerah; dan
- c. sarana pendukung pasar, antara lain meliputi: kantor pengelola pasar, areal parkir, tempat pembuangan sampah sementara atau sarana pengelolaan sampah, air bersih, sanitasi atau drainase, tempat ibadah, toilet umum, pos keamanan, tempat pengelolaan limbah atau instalasi pengelolaan air limbah, hidran dan fasilitas pemadam kebakaran, penyediaan metrologi legal, yang berupa menara dan/atau tera ulang, sarana komunikasi, dan area bongkar muat dagangan.

Sedangkan, terhadap perencanaan non fisik Pasar Rakyat yang dibangun dan dikelola (baca: milik) Pemerintah Daerah dalam rangka untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan yang didasari pada standar operasional dan prosedur yang ditetapkan oleh pengelola Pasar Rakyat milik

Pemerintah Daerah, antara lain meliputi standar operasional dan prosedur: penarikan retribusi, keamanan dan ketertiban, kebersihan dan penanganan sampah, perparkiran, pemeliharaan sarana, kegiatan metrologi legal, yang berupa tera dan/atau tera ulang, dan penanggulangan kebakaran dilokasi pasar.

Perencanaan fisik dan non fisik Pasar Rakyat yang dibangun dan dikelola (baca: milik) Pemerintah Daerah Kota Magelang disusun dalam: (a) rencana pembangunan jangka menengah Daerah, dan (b) rencana strategi Dinas yang menyelenggarakan urusan pemerintahan bidang perdagangan.

Selanjutnya rencana fisik dan non fisik Pasar Rakyat yang dibangun dan dikelola (baca: milik) Pemerintah Daerah dijabarkan dalam: (i) rencana kerja pembangunan Daerah, dan (ii) rencana kerja Dinas yang menyelenggarakan urusan pemerintahan bidang perdagangan guna sebagai landasan penyusunan rancangan anggaran pendapatan dan belanja Daerah Kota Magelang.

Kelembagaan pengelolaan Pasar Rakyat yang dibangun dan dikelola (baca: milik) Pemerintah Daerah Kota Magelang, memiliki struktur paling sedikit terdiri dari: kepala pasar, pejabat keuangan, dan pejabat teknis sesuai kebutuhan. Struktur pada kelembagaan pengelolaan Pasar Rakyat milik Pemerintah Daerah tersebut berdasarkan usulkan oleh Dinas yang tugasnya dibidang perdagangan kepada Walikota untuk ditetapkan dengan keputusan.

Selanjutnya mengenai persyaratan dan pengalihan pemakaian tempat usaha Pasar Rakyat milik Pemerintah Daerah, berkaitan dengan pemakaian tempat usaha dalam Pasar Rakyat milik Pemerintah Daerah harus memiliki Surat Izin Tempat Usaha (SITU), yaitu sebagai instrumen kendali bagi Pemerintah Daerah kepada orang perorangan atau badan

usaha yang menggunakan tempat usaha di lokasi Pasar Rakyat milik Pemerintah Daerah.

Untuk mendapatkan Surat Izin Tempat Usaha (SITU), orang perorangan atau badan usaha yang menggunakan tempat usaha di lokasi Pasar Rakyat milik Pemerintah Daerah, harus mengajukan surat permohonan tertulis yang ditanda-tangani oleh pemohon dengan melampirkan dokumen administrasi yang berupa identitas pemohon yang akan menggunakan tempat usaha, surat pernyataan mengenai jenis barang dagangannya, dan surat pernyataan mengenai kesanggupan memenuhi kewajiban untuk menjaga keamanan, kebersihan dan ketertiban tempat usaha, menempatkan dan menyusun barang dagangan secara teratur, menyediakan tempat sampah pada ruang usahanya, membayar retribusi pelayanan pasar tepat waktu, dan mematuhi tata tertib yang ditetapkan pengelola pasar. Dan bagi pedagang yang telah memiliki Surat Izin Tempat Usaha (SITU) dilarang mengalihkan kepada pihak lain tanpa diketahui oleh pengelola pasar.

Perencanaan fisik dan non fisik Pasar Rakyat yang dibangun dan dikelola (baca: milik) Pemerintah Daerah Kota Magelang yang telah dianggarkan dalam anggaran pendapatan dan belanja Daerah dilaksanakan oleh Dinas yang menyelenggarakan urusan pemerintahan bidang perdagangan.

Selain kewenangan untuk mengelola Pasar Rakyat, Pemerintah Daerah Kota Magelang juga berkewajiban melaksanakan pemberdayaan Pasar Rakyat milik Pemerintah Daerah, yang pelaksanaannya sama seperti ketentuan perencanaan fisik dan non fisik yang dibangun dan dikelola (baca: milik) Pemerintah Daerah Kota Magelang sebagaimana yang telah diuraikan di atas.

Selanjutnya, analisis terhadap keberadaan Pasar Rakyat yang ada di Daerah Kota Magelang selain keberadaan Pasar Rakyat milik Pemerintah Daerah yang urgensi untuk diberikan perlindungan, juga Pemerintah Daerah Kota Magelang berkewajiban melindungi keberadaan Pasar Rakyat yang dibangun dan dimiliki oleh badan usaha, yang pelaksanaannya dilakukan melalui penataan dan pembinaan.

Penataan dan pembinaan terhadap Pasar Rakyat milik badan usaha, diselenggarakan dalam rangka untuk menciptakan kepastian berusaha dan hubungan kerja sama yang seimbang antara pemasok dan pengecer dengan tetap memperhatikan keberpihakan kepada koperasi serta usaha mikro dan menengah yang ada di Daerah Kota Magelang

C. Penataan dan Pembinaan Toko Swalayan dan Pusat Perbelanjaan

Pengaturan tentang Penataan dan Pembinaan Toko Swalayan dan Pusat Perbelanjaan didasarkan pada ketentuan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 23 Tahun 2021 Pedoman Pengembangan, Penataan, dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan. Peraturan ini merupakan pengganti dari Peraturan Menteri Perdagangan Nomor Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 70/M-DAG/PER/12/ 2013 tentang Pedoman Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2013 Nomor 1520) sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 56/M-DAG/PER/9/2014 (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 1342);

Peraturan ini merupakan pelaksanaan dari ketentuan pasal 91 ayat (2), Pasal 94 ayat (3) Pasal 98 ayat (5) dan pasal 101 ayat (3) Peraturan Pemerintah Nomor 29 tahun 2021 tentang penyelenggaraan Bidang

Perdagangan. Lebih lanjut Peraturan Pemerintah ini merupakan peraturan pelaksana dari ketentuan pasal 46, Pasal 47 dan Pasal 185 UU Nomor 14 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja.

Berdasarkan Permendagri ini, Toko Swalayan adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara ecearan yang berbentuk minimarket, supermarket, separtemen store, hypermarket, ataupun grosir yang berbentuk perkulakan. Sementara pusat perbelanjaan adalah suatu area tertentu yang terdiri dari satu atau beberapa bangunan yang didirikan secara vertikal maupun horisontal yang dijual atau disewakan kepada pelaku usaha atau dikelola sendiri untuk melakukan kegiatan perdagangan barang

Dalam Peraturan Menteri Dalam Negeri ini diatur tentang berbagai kewenangan Walikota Magelang

1. Penetapan lokasi pendirian Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan.

Penetapan lokasi ini harus mengacu kepada a) Rencana tata ruang wilayah kabupaten/kota. b) Rencana detail tata ruang kabupaten/kota. Walikota Magelang menetapkan zonasi lokasi pendirian pusat perbelanjaan dan toko swalayan yang dimuat dalam rencana detail tata ruang kabupaten /kota. Apabila rencana detail tata ruang belum ada maka zonasi lokasi pendirian pusat perbelanjaan dan toko swalayan dilakukan berdasarkan rencana tata ruang wilaya kabupaten /kota

2. Penetapan zonasi lokasi pendirian Pusat Perbelanjaan dan toko swalayan.

Penetapan ini didasarkan pada bebearpa pertimbangan sebagai berikut a) Kondisi sosial ekonomi masyarakat setempat serta keberadaan pasar rakyat dan UMK-M yang ada dizona atau area atau wilayah setempat. b) Pemanfaatan ruang dalam rangka menjaga keseimbangan antara jumlah

pasar rakyat dengan pusat perbelanjaan dan Toko Swalayan.c) Jarak antara pusat perbelanjaan dan toko swalayan dengan pasar rakyat atau toko eceran tradisional. d) Standar teknis penataan ruang untuk pusat perbelanjaan dan toko swalayan sesuai dengan ketentuan perundang - undangan.

Kondisi sosial ekonomi masyarakat setempat yang harus jadi pertimbangan Kepala daerah adalah meliputi a) Struktur penduduk menurut mata pencaharian dan pendidikan. b) Tingkat pendapatan ekonomi rumah tangga. c) Tingkat kepadatan dan pertumbuhan penduduk di daerah masing masing daerah sesuai dengan data sensus BPS tahun terakhir. d) Potensi kemitraan dengan UMK-M. e) Potensi penyerapan tenaga kerja. f) Ketahanan dan pertumbuhan pasar rakyat sebagai sarana bagi UMK-M g) Ketersediaan fasilitas sosial dan fasilitas umum. h) Dampak positif dan negatif atas pendirian pusat perbelanjaan dan toko swalayan terhadap pasar rakyat atau toko eceran tradisional yang telah ada sebelumnya.

3. Menetapkan Jarak antara pusat perbelanjaan dan toko swalayan dengan pasar rakyat atau toko eceran tradisional melalui peraturan daerah.

Penetapan jarak antara Pendirian pusat perbelanjaan dan toko swalayan jarak harus mempertimbangkan a) Tingkat kepadatan dan pertumbuhan penduduk di masing masing daerah sesuai dengan sensus BPS tahun terakhir. b) Potensi ekonomi daerah setempat. c) Aksesibilitas wilayah (arus lalu lintas) d) Dukungan keamanan dan ketersediaan infrastruktur. e) Perkembangan permukiman baru f) Pola kehidupan masyarakat dan g) Jam operasional Toko Swalayan yang sinergi dan tidak mematikan usaha toko eceran tradisional di sekitarnya.

4. Menetapkan jam operasional supermarket, hypermarket dan departemen store.

Walikota Magelang dapat mengatur jam operasional bagi supermarket, hypermarket dan departmen store wajib. Hari Senin sampai Jumat pukul antara pukul 10.00 sampai 22.00 dan untuk haru Sabtu dan Minggu antara pukul 10.00 -23.00 waktu setempat. Namun untuk hari libur keagamaan atau hari libur nasional, serta hari atau kondisi tertentu lainnya, walikota dapat menetapkan jam operasiopnal supermarket, hypermarket dan departemen store selain jam operasional tersebut.

BAB IV

LANDASAN FILOSOFIS, SOSIOLOGIS DAN YURIDIS

A. LANDASAN FILOSOFIS

Negara Indonesia adalah negara berdasarkan atas hukum (*rechtsstaat*). Maksud dari rumusan norma tersebut dijelaskan dalam Konstitusi bahwa “*Negara Indonesia berdasar atas hukum (rechtsstaat), tidak berdasar atas kekuasaan belaka (machsstaat)*”. A. Mukhtie Fadjar mengatakan bahwa negara hukum ialah negara yang susunannya di atur dengan sebaik-baiknya dalam undang-undang, sehingga segala kekuasaan dari alat-alat pemerintahannya didasarkan pada hukum.³⁹ Masyarakat (baca: Rakyat) tidak boleh bertindak secara sendiri-sendiri menurut kemampuannya yang bertentangan dengan hukum. Negara hukum itu ialah negara yang diperintah bukan oleh orang-orang tetapi oleh undang-undang (*the states not governed by men, but by law*).

Dari uraian di atas dapatlah diketahui bahwa cita-cita Negara hukum (*rule of law*) yang terkandung dalam Konstitusi bukanlah sekedar Negara yang berlandaskan sembarang hukum. Hukum yang didambakan bukanlah hukum yang ditetapkan semata-mata atas dasar kekuasaan, yang dapat menuju atau mencerminkan kekuasaan mutlak atau otoriter. Sejalan dengan pemahaman tersebut, bahwa masyarakat mempunyai cita-cita hukum (*rechtsidee*) yakni apa yang masyarakat (baca: Rakyat) harapkan dari hukum, hukum diharapkan untuk menjamin adanya keadilan, kemanfaatan dan ketertiban maupun kesejahteraan.

Cita-cita hukum tumbuh dalam sistem nilai masyarakat tentang baik dan buruk, pandangan mereka mengenai hubungan individual dan

³⁹ A. Mukhtie Fadjar.2005. *Tipe Negara Hukum*. Bayumedia Publishing: Malang. Hal.7.

kemasyarakatan dan lain sebagainya. Semua ini bersifat filosofis, artinya menyangkut pandangan mengenai inti atau hakikat sesuatu. Dalam berkehidupan berbangsa, Indonesia memiliki Pancasila sebagai falsafah bangsa, karenanya Pancasila haruslah menjadi landasan filosofis semua Peraturan Perundang-undangan. Oleh karenanya Peraturan perundang-undangan (baca: hukum positif) haruslah mencerminkan sistem nilai baik sebagai sarana yang melindungi nilai-nilai yang hidup dimasyarakat dan juga sebagai sarana mewujudkannya dalam tingkah laku masyarakat⁴⁰ sebagai cerminan dari nilai-nilai yang terkandung dalam Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945.

Pembentukan Peraturan Perundang-undangan dalam hal ini Peraturan Daerah yang dibentuk oleh daerah otonom haruslah mencerminkan nilai-nilai yang terkandung dalam Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945 serta mengacu pada Peraturan Perundang-undangan.

Dalam kaitan landasan filosofi pengaturan atas Pengelolaan Pasar Rakyat, Penataan dan Pembinaan Toko Swalayan dan Pusat Perbelanjaan yang dibentuk oleh Pemerintahan Daerah Kota Magelang sebagai daerah otonom, dalam rangka pembangunan Daerah di bidang ekonomi untuk memajukan kesejahteraan umum melalui pelaksanaan demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian.

B. LANDASAN SOSIOLOGIS

Landasan sosiologis, adalah bahwa setiap norma hukum yang dituangkan dalam Peraturan Perundang-undangan haruslah

⁴⁰ Bagir Manan. 1992. Dasar-dasar Perundang-undangan Indonesia. IN-HILL-Co: Jakarta. hal. 17.

mencerminkan tuntutan kebutuhan masyarakat sendiri dan norma hukum yang sesuai dengan realitas kesadaran hukum masyarakat. Karena itu, dalam konsideran, harus dirumuskan dengan baik pertimbangan-pertimbangan yang bersifat empiris sehingga sesuatu gagasan normatif yang dituangkan dalam Peraturan Perundang-undangan benar-benar didasarkan atas kenyataan yang hidup dalam kesadaran hukum masyarakat. Dengan demikian, norma hukum yang tertuang dalam peraturan perundang-undangan itu kelak dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya di tengah-tengah masyarakat hukum yang diaturnya.

Pada kajian hukum atau penelitian hukum yang sosiologis, hukum dikonsepsikan sebagai pranata sosial yang secara riil dikaitkan dengan variabel-variabel sosial yang lain. Apabila hukum sebagai gejala sosial yang empiris sifatnya, dikaji sebagai variabel bebas/sebab (*independent variable*) yang menimbulkan pengaruh dan akibat pada berbagai aspek kehidupan sosial, kajian itu merupakan kajian hukum yang sosiologis (*socio-legal research*). Namun, jika hukum dikaji sebagai variabel tergantung/akibat (*dependent variable*) yang timbul sebagai hasil dari berbagai kekuatan dalam proses sosial, kajian itu merupakan kajian sosiologi hukum (*sociology of law*). Perbedaan antara penelitian hukum normatif (*yuridis normatif*) dengan penelitian hukum sosiologis (*yuridis normatif empiris*), dapat diuraikan karakteristik yang dimiliki oleh penelitian hukum sosiologis (*yuridis normatif empiris*), sebagai berikut:

1. Seperti halnya pada penelitian hukum normatif (*yuridis normatif*) yang hanya menggunakan bahan kepustakaan sebagai data sekundernya, maka penelitian hukum yang sosiologis (*yuridis normatif empiris*), juga menggunakan data sekunder sebagai data awalnya, yang kemudian dilanjutkan dengan data primer atau data lapangan. Dengan demikian, penelitian hukum yang sosiologis

(*yuridis normatif empiris*) tetap bertumpu pada premis normatif, berbeda dengan penelitian ilmu-ilmu sosial yang hendak mengkaji hukum, di mana hukum “ditempatkan” sebagai *dependent variable*, oleh karena itu, premis sosial-lah yang menjadi tumpuannya.

2. Definisi operasionalnya dapat diambil dari peraturan perundang-undangan, khususnya terhadap penelitian yang hendak meneliti efektivitas suatu peraturan perundang-undangan.
3. Hipotesis kadang-kadang diperlukan, misalnya penelitian yang ingin mencari hubungan (korelasi) antara berbagai gejala atau variabel.
4. Akibat dari jenis datanya (data sekunder dan data primer), maka alat pengumpul datanya terdiri dari studi dokumen, pengamatan (observasi), dan wawancara (*interview*). Pada penelitian hukum sosiologis (*yuridis normatif empiris*) selalu diawali dengan studi dokumen, sedangkan pengamatan (observasi) digunakan pada penelitian yang hendak mencatat atau mendeskripsikan perilaku (hukum) masyarakat. Wawancara (*interview*) digunakan pada penelitian yang mengetahui misalnya, persepsi, kepercayaan, motivasi, informasi yang sangat pribadi sifatnya.
5. Penetapan sampling harus dilakukan, terutama jika hendak meneliti perilaku (hukum) warga masyarakat.
6. Pengolahan datanya dapat dilakukan baik secara kualitatif dan/atau kuantitatif.

Akhirnya, kegunaan penelitian hukum sosiologis (*yuridis normatif empiris*) adalah untuk mengetahui bagaimana hukum itu dilaksanakan termasuk proses penegakan hukum (*law enforcement*). Karena penelitian hukum sosiologis (*yuridis normatif empiris*) dapat mengungkapkan permasalahan-permasalahan yang ada dibalik pelaksanaan dan penegakan hukum. Disamping itu, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan

dalam penyusunan suatu Peraturan Perundang-undangan. Dikaitkan dengan kajian hukum atas pengaturan Pengelolaan Pasar Rakyat, Penataan dan Pembinaan Toko Swalayan dan Pusat Perbelanjaan di Daerah Kota Magelang ini, hanya dilakukan kajian atau penelitian hukum normatif (*yuridis normatif*) saja, tidak penelitian hukum yang sosiologis (*yuridis normatif empiris*).

C. LANDASAN YURIDIS

Landasan yuridis pengaturan atas Pengelolaan Pasar Rakyat, Penataan dan Pembinaan Toko Swalayan dan Pusat Perbelanjaan di Daerah Kota Magelang, menyangkut persoalan hukum yang berkaitan dengan substansi atau materi yang diatur sehingga perlu dibentuk Peraturan Daerah tentang Pengelolaan Pasar Rakyat, Penataan dan Pembinaan Toko Swalayan dan Pusat Perbelanjaan, sebagai alas hukum untuk penyelenggaraan urusan pemerintahan dibidang perdagangan dan pelaksanaan kewenangan Pemerintah Daerah Kota Magelang dalam menata dan membina toko swalayan dan pusat perbelanjaan agar dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sesuai dengan kondisi dan kekhasan Daerah.

Landasan yuridis pengaturan Pengelolaan Pasar Rakyat, Penataan dan Pembinaan Toko Swalayan dan Pusat Perbelanjaan di Daerah Kota Magelang, dilakukan melalui penelitian hukum normatif (*yuridis normatif*) atau disebut juga penelitian doktrinal. Pada penelitian doktrinal ini, hukum dikonsepsikan sebagai apa yang tertulis dalam peraturan perundang-undangan (*law in books*) atau hukum dikonsepsikan sebagai kaidah atau norma yang merupakan patokan berperilaku manusia yang dianggap pantas. Oleh karena itu:

Pertama, sebagai sumber datanya hanyalah data sekunder, yang terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, atau data tersier. Bahan hukum primer, yaitu bahan-bahan hukum yang mengikat yaitu peraturan perundang-undangan, sedangkan bahan hukum sekunder, yaitu bahan yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer, seperti Undang-Undang, Peraturan Pemerintah, Peraturan Menteri, Peraturan Daerah, hasil-hasil penelitian, atau pendapat pakar hukum. Selanjutnya bahan hukum tersier, yaitu bahan yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, seperti kamus hukum, kamus bahasa Indonesia dan ensiklopedia.

Kedua, karena penelitian hukum normatif sepenuhnya menggunakan data sekunder (bahan kepustakaan), penyusunan kerangka teoretis yang bersifat tentatif (skema) dapat ditinggalkan, tetapi penyusunan kerangka konseptual⁴¹ mutlak diperlukan. Di dalam menyusun kerangka konseptual dipergunakan perumusan-perumusan yang terdapat di dalam peraturan perundang-undangan yang menjadi dasar penelitian.

Ketiga, dalam penelitian hukum normatif tidak diperlukan hipotesis, walaupun ada, hanya hipotesis kerja.

Keempat, konsekuensi dari (hanya) menggunakan data sekunder, maka pada penelitian hukum normatif tidak diperlukan sampling, karena data sekunder (sebagai sumber utamanya) memiliki bobot dan kualitas tersendiri yang tidak bisa diganti dengan data jenis lainnya dan biasanya penyajian data dilakukan sekaligus dengan analisisnya.

⁴¹ Kerangka konseptual merupakan gambaran bagaimana hubungan antara konsep-konsep yang akan diteliti. Konsep (*concept*) adalah kata yang menyatakan abstraksi yang digeneralisasikan dari gejala-gejala tertentu. Misalnya konsep tentang pencurian, kejahatan, demokrasi, Keputusan Tata Usaha Negara (KTUN), wanprestasi, birokrasi, pembunuhan, kesewenang-wenangan, ketaatan, kesadaran, dan masih banyak konsep-konsep lainnya yang dikenal dalam disiplin ilmu hukum.

Berdasarkan uraian di atas landasan yuridis pengaturan Pengelolaan Pasar Rakyat, Penataan dan Pembinaan Toko Swalayan dan Pusat Perbelanjaan di Daerah Kota Magelang ini, hanya melalui penelitian hukum normatif (*yuridis normatif*) saja, maka pertimbangan pembentukan Peraturan Daerah tentang Pengelolaan Pasar Rakyat, Penataan dan Pembinaan Toko Swalayan dan Pusat Perbelanjaan, menyangkut yang berkaitan dengan substansi atau materi muatan pokok yang diatur berdasarkan kewenangan atribusi.

BAB V
JANGKAUAN, ARAH PENGATURAN, DAN RUANG LINGKUP MATERI
MUATAN

Kajian akademis terhadap substansi rancangan Peraturan Daerah tentang Pengelolaan Pasar Rakyat, Penataan Dan Pembinaan Toko Swalayan dan Pusat Perbelanjaan yang dituangkan dalam naskah akademik rancangan Peraturan Daerah ini. Melalui kajian akademis ini diharapkan dapat diketahui:

1. tingkat penting dan tingkat urgensi substansi yang akan diatur;
2. hak dan kewajiban terhadap para pemangku kepentingan yang terkait;
3. penyelenggaraan kewenangan Pemerintahan Daerah Kota Magelang terhadap Pengelolaan Pasar Rakyat, Penataan Dan Pembinaan Toko Swalayan dan Pusat Perbelanjaan

Maksud disusunnya kajian akademis ini adalah sebagai landasan ilmiah bagi menyusun Peraturan Daerah tentang Pengelolaan Pasar Rakyat, Penataan dan Pembinaan Toko Swalayan dan Pusat Perbelanjaan untuk memberikan arah dan menetapkan ruang lingkup dalam penyusunannya serta sasaran yang dapat diwujudkan sebagai pranata hukum di Kota Magelang. Tujuan disusunnya kajian akademis ini adalah sebagai acuan untuk merumuskan pokok-pokok pikiran yang akan menjadi bahan dan dasar bagi penyusunan Peraturan Daerah tentang Pengelolaan Pasar Rakyat, Penataan dan Pembinaan Toko Swalayan dan Pusat Perbelanjaan.

Sedangkan, kegunaan dari disusunnya kajian akademis ini adalah sebagai bahan masukkan dalam penyusunan Peraturan Daerah tentang Pengelolaan Pasar Rakyat, Penataan Dan Pembinaan Toko Swalayan dan Pusat Perbelanjaan dan dapat dijadikan dokumen resmi yang menyatu dengan konsep rancangan Peraturan Daerah ini. Ruang lingkup pengaturan yang termuat rancangan Peraturan Daerah tentang Pengelolaan Pasar Rakyat, Penataan dan Pembinaan Toko Swalayan dan Pusat Perbelanjaan memuat materi sebagai berikut:

Dalam Peraturan Daerah ini yang dimaksud dengan :

1. Daerah adalah Kota Magelang.
2. Pemerintah Daerah adalah Pemerintah Kota Magelang.
3. Walikota adalah Walikota Magelang.
4. Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi adalah Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi Kota Magelang.
5. Pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar rakyat, pertokoan, mall, plasa, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.
6. Pasar rakyat adalah tempat usaha yang ditata, dibangun, dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, swasta, Badan Usaha Milik Negara dan/atau Badan Usaha Milik Daerah dapat berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil dan menengah, swadaya masyarakat atau koperasi serta usaha mikro, kecil, dan menengah dengan proses jual beli barang melalui tawar-menawar.
7. Bangunan pasar adalah semua bangunan di dalam pasar dalam bentuk apapun.

8. Toko adalah bangunan gedung dengan fungsi usaha yang digunakan untuk menjual barang dan terdiri dari hanya satu penjual.
9. Kios adalah bagian dari bangunan pasar yang satu sama lain dibatasi dengan dinding serta dapat ditutup.
10. Los adalah bagian dari bangunan pasar, baik dengan penyekat maupun tidak, yang digunakan untuk menjajakan barang-barang dagangan.
11. Tempat berjualan adalah tempat di dalam bangunan pasar atau halaman pasar yang khusus disediakan untuk melakukan kegiatan usaha antara lain kios dan los.
12. Sarana dan Prasarana Pasar adalah bangunan yang disediakan untuk kepentingan pelayanan umum di lingkungan pasar berupa bangunan pelataran parkir area pasar, kios, los maupun tempat jualan lainnya yang dimaksudkan sebagai bangunan sarana dan prasarana pasar.
13. Pedagang pasar adalah setiap orang/badan yang melakukan aktifitas jual beli di dalam pasar.
14. Kemitraan adalah kerjasama dalam keterkaitan usaha, baik langsung maupun tidak langsung atas dasar prinsip saling memerlukan, mempercayai, memperkuat, dan menguntungkan antara pelaku usaha mikro, kecil dan menengah dengan usaha besar.
15. Pemberdayaan Pasar Rakyat adalah segala upaya pemerintah Daerah dalam melindungi keberadaan pasar Rakyat agar mampu berkembang lebih baik untuk dapat bersaing dengan pusat perbelanjaan dan toko modern.
16. Pengelolaan adalah penataan pasar rakyat yang meliputi perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian pasar rakyat

17. Kartu Tanda Pengenal Pedagang yang diselanjutnya disingkat KTPP adalah kartu tanda pengenal yang diberikan oleh Dinas kepada Pedagang sebagai bukti pengakuan terhadap orang yang beraktifitas dan menggunakan Pasar tertentu sebagai tempat melakukan kegiatan usaha.

B. ASAS-ASAS

Peraturan Daerah tentang Perlindungan Pasar Rakyat dan Pengembangan Produk Lokal disusun berdasarkan asas pembentukan peraturan perundang-undangan, yakni meliputi: (i) kejelasan tujuan; (ii) kelembagaan atau pejabat pembentuk yang tepat; (iii) kesesuaian antara jenis dan materi muatan; (iv) dapat dilaksanakan; (v) kedayagunaan dan kehasilgunaan; (vi) kejelasan rumusan; (vii) keterbukaan; dan (viii) partisipatif. Sedangkan materi muatan Peraturan Daerah Perlindungan Pasar Rakyat dan Pengembangan Produk Lokal, didasarkan pada asas:.

1. ketertiban
2. kepastian hukum;
3. keadilan
4. akuntabel;
5. kemitraan;
6. kenyamanan

C. TUJUAN

Tujuan pengaturan Pengelolaan Pasar Rakyat, Penataan dan Pembinaan Toko Swalayan dan Pusat Perbelanjaan, yaitu untuk:

- a. penataan dan pembinaan perpasaran yang mencakup kegiatan penyediaan pasokan, distribusi barang, dan produk lokal serta kegiatan yang berhubungan dengan penyelenggaraan Pasar Rakyat;

- b. mengarahkan penyelenggaraan Pasar Rakyat sesuai dengan tata ruang wilayah;
- c. mengembangkan daya saing usaha Pasar Rakyat dan peran serta pelaku usaha yang ada di Pasar Rakyat dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi Daerah;
- d. memberdayakan pengusaha mikro, menengah dan koperasi di Pasar Rakyat agar dapat berkembang, maju, mandiri, memiliki daya saing, dan meningkat kesejahteraannya; dan
- e. memberi akses kepada masyarakat dan pelaku usaha terhadap kebutuhan dan pemasaran atas produk lokal yang bersinergi dengan Pasar Rakyat.

D. MATERI MUATAN

Materi muatan Peraturan Daerah Pengelolaan Pasar Rakyat, Penataan dan Pembinaan Toko Swalayan dan Pusat Perbelanjaan, berisikan materi muatan mengenai:

- a. Pengelolaan Pasar Rakyat meliputi (1) perencanaan, (2) kelembagaan, (3) persyaratan dan hak penempatan, (4) pelaksanaan dan (5) pengendalian dan evaluasi.
- b. Pengelolaan Toko Swalayan Dan Pusat Perbelanjaan meliputi (1) pengelolaan toko swalayan dan pusat perbelanjaan, (2) kewajiban, hak, larangan pedagang, dan kewajiban, hak konsumen, (3) pembinaan dan pengawasan Pemerintah Daerah

Muatan Pengelolaan Pasar Rakyat penjabaran per masing-masing muatan adalah sebagai berikut :

- a. Perencanaan mengatur mengenai
 - 1. Perencanaan fisik dan non fisik
 - 2. Penentuan lokasi

3. Fasilitas bangunan
 4. Sarana pendukung
 5. Standart operasional dan prosedur
- b. Kelembagaan mengatur mengenai struktur organisasi pengelola pasar rakyat
 - c. Persyaratan dan hak penempatan
 1. Persyaratan pedagang
 2. Hak penempatan los kios
 - d. Pelaksanaan mengatur mengenai pelaksanaan kegiatan fisik ataupun non fisik
 - e. Pengendalian dan evaluasi mengatur mengenai pengendalian dan evaluasi pengelolaan pasar rakyat serta jam operasional pasar

Muatan Pengelolaan Toko Swalayan Dan Pusat Perbelanjaan penjabaran per masing-masing muatan adalah sebagai berikut :

- a. pengelolaan toko swalayan dan pusat perbelanjaan mengatur mengenai
 1. jenis toko swalayan
 2. golongan toko swalayan
 3. pendirian pusat perbelanjaan dan toko swalayan
 4. kemitraan dan kerjasama
- b. kewajiban, hak, larangan pedagang, dan kewajiban, hak konsumen mengatur mengenai
 1. kewajiban pedagang
 2. hak pedagang
 3. kewajiban konsumen
 4. hak konsumen
 5. larangan
 6. ketentuan pidana

- c. pembinaan dan pengawasan Pemerintah Daerah mengatur mengenai pembinaan dan pengawasan pada Pasar Paryat, Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan oleh Kepala OPD atas nama Walikota.

BAB VI

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Peraturan Daerah tentang Pengelolaan Pasar Rakyat, Penataan dan Pembinaan Toko Swalayan dan Pusat Perbelanjaan ini dapat dijadikan sebagai pranata hukum baru di Daerah Kota Magelang. Selanjutnya dalam pembentukannya, Peraturan Daerah tentang Pengelolaan Pasar Rakyat, Penataan dan Pembinaan Toko Swalayan dan Pusat Perbelanjaan ini disusun dengan memperhatikan kaidah-kaidah pembentukan Peraturan Perundang-undangan yang diamanatkan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan

B. SARAN

Pengelolaan Pasar Rakyat, Penataan dan Pembinaan Toko Swalayan dan Pusat Perbelanjaan di Daerah Kota Magelang diharapkan berpedoman pada Peraturan Daerah ini, dan kajian akademis ini diharapkan menjadi arahan bagi pemangku kepentingan dalam melakukan pembahasan Peraturan Daerah ini. Untuk dimasa mendatang, kebijakan Pengelolaan Pasar Rakyat, Penataan dan Pembinaan Toko Swalayan dan Pusat Perbelanjaan di Daerah Kota Magelang tentunya akan menyesuaikan dinamika masyarakat ataupun dinamika peraturan perundang-undangan dibidang perdagangan, yang dilakukan melalui kajian akademis dengan kegiatan yang bersifat konkrit untuk mendukung isi kajian akademis sebagai hasil penelitian hukum yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rajab 2020, Kontribusi Retribusi Pasar Terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Mamuju, *GROWTH: Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan* p-ISSN: 2621-3842, e-ISSN: 2716-2443 Volume 1, No. 2, 2020
- Ahmad Susanto, *Teori Belajar & Pembelajaran di Sekolah Dasar*, (Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2013)
- Arizaldy. 2009. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi efektifitas penerimaan retribusi Pasar di Kota Yogyakarta. Semarang:Universitas Diponegoro
- Bagir Manan. 1992. Dasar-dasar Perundang-undangan Indonesia. IN-HILL-Co: Jakarta. hal. 17.
- Boediono, B. 2003. Pelayanan Prima Perpajakan. Jakarta: Rineka Cipta
- Dahuri, R., Rais, J.M., Ginting S.P. dan Sitepu, M.J., (2004). Pengelolaan Sumberdaya Wilayah Pesisir dan Lautan Secara Terpadu. Cetakan Ketiga, Edisi Revisi. PT Pradnya Paramita, Jakarta
- Davey, K.J, 1998 Pembiayaan Pemerintah Daerah–Praktek-Praktek Internasional dan Relevansinya bagi Dunia Ketiga, Penerjemah Amanulah dkk, UI Press, Jakarta.
- Fikriningrum, W.K. 2012. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Wajib Pajak Orang Pribadi Dalam Memenuhi Kewajiban Membayar Pajak : Undip Semarang*. Semarang
- Friedmann, John. 1992. Empowerment: The Politics of Alternative Development. Massachusetts: MT Press
- Handoko, T.Hani, (2011), Manajemen, Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, hlm.8.
- Hendri, Ma'ruf, 2006, Pemasaran Ritel, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Indo-nesia, K.P.R., 2015. Laporan Akhir Analisis Arah Pengembangan Pasar Rakyat. *Pusat Kebijakan Perdagangan Dalam Negeri Badan Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Perdagangan Kementerian Perdagangan*.

- Inu Kencana Syafie, *Sistem Pemerintahan Indonesia*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2011), h. 104
- Jean Jacques Rousseau. 2010. *Kontrak Sosial*, terj. Rahayu Surtiati Hidayat dan Ida Sundari Husen, Jakarta : Dian Rakyat.
- Labolo, muhadam. 2011. *Memahami ilmu pemerintahan*. Rajagrafindo : Jakarta. Suhardono, Edy. 1994. *Teori Peran: Konsep, Derivasi dan Implikasinya* . Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Laksono, S. (2009). *Runtuhnya Modal Sosial, Pasar Tradisional*. Malang: Citra Malang
- Maani, K.D., 2011. *Teori ACTORS dalam Pemberdayaan Masyarakat*. *Jurnal Demokrasi*, 10(1).
- Made Santana. "Analisis tingkat efektifitas dan daya saing program revitalisasi pasar tradisional di pasar Agung peninjaan desa Peguyangan Kangin. (Denpasar:Universitas Udayana, 2015) hal 1
- Mansuri A. 2016, Artikel ini tayang di Investor.id dengan judul "Dukung Pasar Tradisional Masuk UU Kebudayaan" at: <https://investor.id/national/dukung-pasar-tradisional-masuk-uu-kebudayaan> \
- Mardiasmo. 2004. *Otonomi dan Manajemen Keuangan Daerah*. Yogyakarta : Andi.
- Mukhtie Fadjar.2005. *Tipe Negara Hukum*. Bayumedia Publishing: Malang. Hal.7.
- Murniati, S., & Kasasih, D. (2017). Analisis kontribusi dan efektivitas penerimaan retribusi pelayanan pasar terhadap pendapatan asli daerah kota Palembang. *Jurnal Kompetitif*, 6(1).
- Ndraha, Taliziduhu. 2007. *Partisipasi Masyarakat dalam Pembangunan*. Penerbit Yayasan Karya.
- Ndraha, Taliziduhu. 2007. *Partisipasi Masyarakat dalam Pembangunan*. Penerbit Yayasan Karya.
- Prakoso, Kesit Bambang, 2005. *Pajak dan Retribusi Daerah*. Yogyakarta: UI Press.

- Rasyid, Harun dan Mansur. 2008. *Penilaian Hasil Belajar*. Bandung : CV Wacana Prima.
- Sen, Amartya. 1984. *Resource, Values, and Development*. New York: Wiley.
- Stanton, William J (Swasta & Handoko). 2008. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen* <http://library.um.ac.id>
- Sunarto. 2005. *Pajak dan Retribusi Daerah*. Yogyakarta: Penerbit Amus dan Citra Pustaka
- Ucang sukriswanto. Tesis, “Analisis Kelayakan Revitalisasi Pasar Umum Gubug Kabupaten Grobongan” (Semarang : Universitas Diponegoro, 2012). Hal 18
- Ucang sukriswanto. Tesis, “Analisis Kelayakan Revitalisasi Pasar Umum Gubug Kabupaten Grobongan” (Semarang) : Universitas Diponegoro, 2012. hal 19
- Widyanto, I. (1). Upaya Perlindungan Dan Pemberdayaan Pasar Tradisional Dalam Menghadapi Persaingan Pasar Modern. *Jurnal Publiciana*, 8(1), 1-126. Retrieved From [Https://Journal.Unita.Ac.Id/Index.Php/Publiciana/Article/View/40](https://Journal.Unita.Ac.Id/Index.Php/Publiciana/Article/View/40)