

PERSEPSI PEDAGANG DI PASAR AGUNG DENPASAR TENTANG PROGRAM PEMBERDAYAAN MANAJEMEN PASAR PERCONTOHAN

Putu Agus Ardiana

Fakultas Ekonomi Universitas Udayana (UNUD), Bali, Indonesia

email: ardianaagus@gmail.com

Abstract: The Perception of Traders at Pasar Agung Denpasar about Pilot Market Empowerment Management Program. Traditional markets have been facing great pressures from the modern ones. In order to create competitive advantages of traditional markets, the Ministry of Trade of the Republic of Indonesia has executed a program empowering traditional markets both physically and non-physically. The program has been running for about one year out of three years in total. Pasar Agung is one of the traditional markets chosen for this pilot project. So far, physical empowerment has been completed but the non-physical one has not started yet. This research aims to investigate whether or not the program has been successfully creating Pasar Agung's competitive advantages based on the sellers' perception. Having surveyed the population of sellers in Pasar Agung of 337 sellers, this research finds that majority of them respond positively the physical empowerment but the reverse exists in the non-physical one, especially in empowering managerial skills for Pasar Agung's management team as well as empowering economic condition of the sellers. This research suggests the Ministry of Trade to continue this empowerment to create competitive advantages of traditional markets and improve the economic wealth of sellers and the society as a whole.

Abstrak: Persepsi Pedagang di Pasar Agung Denpasar Tentang Program Pemberdayaan Manajemen Pasar Percontohan. Pasar tradisional telah menghadapi tekanan yang luar biasa dari pasar modern. Dalam rangka menciptakan keunggulan bersaing pasar tradisional, Kementerian Perdagangan Republik Indonesia telah menjalankan program pemberdayaan pasar tradisional baik secara fisik maupun non-fisik. Program tersebut telah berjalan sekitar satu tahun dari total tiga tahun yang dijadwalkan. Pasar Agung adalah salah satu pasar tradisional yang terpilih dalam proyek percontohan ini. Sejauh ini, pemberdayaan fisik telah dilaksanakan tetapi pemberdayaan non-fisik belum dilaksanakan. Penelitian ini bertujuan mengetahui keberhasilan program ini dalam menciptakan keunggulan bersaing Pasar Agung berdasarkan persepsi pedagang. Setelah mensurvei 337 populasi pedagang di Pasar Agung, penelitian ini menemukan bahwa mayoritas pedagang merespon pemberdayaan fisik secara positif tetapi tidak untuk pemberdayaan non-fisik terutama tentang pemberdayaan keterampilan manajerial untuk pengelola Pasar Agung dan pemberdayaan kondisi ekonomi untuk pedagang. Penelitian ini menyarankan Kementerian Perdagangan untuk melanjutkan pemberdayaan ini dalam rangka menciptakan keunggulan bersaing pasar tradisional serta meningkatkan kesejahteraan pedagang dan masyarakat secara keseluruhan.

Kata Kunci: Pasar tradisional, pemberdayaan fisik dan non-fisik, keunggulan bersaing, dan persepsi pedagang

LATAR BELAKANG

Di tengah laju perkembangan pasar-pasar modern dalam bentuk *mall*, *supermarket*, bahkan *hypermarket*, pasar tradisional tetap memiliki posisi strategis. Setidaknya terdapat empat fungsi ekonomi pasar tradisional. *Pertama*, pasar tradisional merupakan tempat di mana berbagai lapisan masyarakat memperoleh barang-barang kebutuhan harian dengan harga yang relatif terjangkau. *Kedua*, pasar tradisional adalah tempat bagi masyarakat untuk melakukan interaksi sosial dan diskusi formal tentang

permasalahan yang dihadapi. *Ketiga*, pasar tradisional merupakan salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) melalui retribusi yang ditarik dari para pedagang. *Keempat*, akumulasi aktivitas jual-beli di pasar tradisional merupakan faktor penting pertumbuhan ekonomi skala lokal, regional, maupun nasional. Namun sayang, kondisi fisik pasar tradisional yang kotor dan sempit serta diperburuk dengan pengelolaan sampah secara tradisional, parkir kendaraan yang tidak teratur, pungutan retribusi yang seringkali tidak resmi, dan pelayanan pedagang yang

tidak prima kepada pembeli merupakan ancaman bagi kelangsungan hidup pasar tradisional di tengah persaingannya dengan pasar modern.

Dalam upaya peningkatan kualitas dan daya saing pasar tradisional, Kementerian Perdagangan Republik Indonesia bertujuan menciptakan pasar rakyat yang bersih, sehat, higienis, aman, segar, nyaman, jujur, dan ramah lingkungan sehingga dapat menjadi referensi dalam pembangunan pasar-pasar bagi masyarakat di seluruh wilayah Indonesia. Untuk mencapai hal tersebut Kementerian Perdagangan Republik Indonesia menjalankan kegiatan yang dinamakan “Pemberdayaan Manajemen Pasar Percontohan” di sejumlah pasar tradisional, yang salah satunya adalah Pasar Agung di Desa Pakraman Peninjoan, Desa Peguyangan Kangin, Kecamatan Denpasar Utara, Kota Denpasar. Pemberdayaan pasar tradisional meliputi perbaikan fisik pasar serta pembangunan nonfisik untuk pengelola dan pedagang.

Program pemberdayaan ini telah berjalan namun tingkat keberhasilannya harus terus dievaluasi sehingga rekomendasi perbaikan dapat diberikan sedini mungkin untuk mencegah inefisiensi yang lebih besar. Penelitian ini memfokuskan pada persepsi pedagang tentang perubahan keadaan fisik pasar dan nonfisik (termasuk keadaan ekonomi pedagang) yang dirasakan selama pelaksanaan program pemberdayaan manajemen pasar percontohan. Persepsi *stakeholders* seperti pengelola, pembeli, dan tokoh masyarakat juga dipertimbangkan dalam penelitian ini untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif. Rumusan masalah yang akan dijawab adalah “apakah terdapat perbaikan keadaan fisik pasar, tata kelola pasar, dan keadaan ekonomi pedagang secara signifikan melalui program pemberdayaan manajemen pasar percontohan di Pasar Agung?”

KAJIAN PUSTAKA

Konsep Ekonomi Kerakyatan

Ekonomi kerakyatan tidak ber maksud mempertentangkan ekonomi besar dengan ekonomi kecil. Persoalan ekonomi kerakyatan bukan mempertentangkan antara *wong cilik* dengan *wong gede*. Ekonomi kerakyatan bukan bagaimana usaha kecil, menengah, dan usaha mikro dilindungi. Ekonomi kerakyatan bukan ekonomi belas kasihan, bukan ekonomi

penyantunan kepada kelompok masyarakat yang kalah dalam persaingan. Tetapi ekonomi kerakyatan (Hutomo, 2001) adalah tatanan ekonomi di mana aset ekonomi dalam perekonomian nasional didistribusikan kepada sebanyak-banyaknya warga negara. Secara definisi, ekonomi kerakyatan adalah.

- (1) Tata ekonomi yang dapat memberikan jaminan pertumbuhan *output* perekonomian suatu negara secara mantap dan berkesinambungan, dan dapat memberikan jaminan keadilan bagi rakyat,
- (2) Tata ekonomi yang dapat menjamin pertumbuhan *output* secara mantap atau tinggi adalah tata ekonomi yang sumber daya ekonominya digunakan untuk memproduksi jasa dan barang pada tingkat *pareto optimum*. Tingkat *pareto optimum* adalah tingkat penggunaan faktor-faktor produksi secara maksimal dan tidak ada faktor produksi yang menganggur atau *idle*,
- (3) Tata ekonomi yang dapat menjamin *pareto optimum* adalah tata ekonomi yang mampu menciptakan penggunaan tenaga kerja secara penuh (*full employment*) dan mampu menggunakan kapital atau modal secara penuh,
- (4) Tata ekonomi yang dapat memberikan jaminan keadilan bagi rakyat adalah tata ekonomi yang pemilikan aset ekonomi nasional terdistribusi secara baik kepada seluruh rakyat, sehingga sumber penerimaan (*income*) rakyat tidak hanya dari penerimaan upah tenaga kerja, tetapi juga dari sewa modal dan dividen. Secara ekonomis, dalam perekonomian kerakyatan, model *income* masyarakat adalah sebagai berikut.

$$Y_i = (W + f + is)_i \dots\dots\dots (1)$$

Dimana Y_i adalah income individu anggota masyarakat, W adalah penerimaan dari upah tenaga kerja, f adalah penerimaan dari *dividend* atau bagi hasil sisa usaha, i adalah tingkat sewa modal (misalnya bunga deposito), dan s adalah jumlah tabungan atau *endowment* yang disewakan. Dengan demikian dalam tata ekonomi kerakyatan, masyarakat bukan hanya sebagai buruh dalam perekonomian tetapi juga pemilik atau memiliki saham di sektor produksi.

Dalam tata ekonomi yang modern, peranan pemerintah dalam perekonomian sangat minimal. Alasannya, intervensi

pemerintah yang berlebihan dalam perekonomian lebih banyak menimbulkan distorsi pasar, sehingga perekonomian tidak pernah mencapai kondisi *pareto optimum*. Peran pemerintah dalam perekonomian modern adalah sebatas sebagai stabilisator, peran alokasi, dan peran distribusi. Melalui pengaturan fiskal dan kebijakan moneter, pemerintah bersama bank sentral menjaga stabilitas perekonomian dari *supply shock*, seperti inflasi, ledakan pengangguran, fluktuasi nilai tukar rupiah, suku bunga, dan lain-lain.

Melalui kewenangan pengaturan dan kebijakan fiskal, pemerintah harus menjamin pengalokasian sumber daya ekonomi untuk mencapai *pareto optimum*. Melalui kewenangan yang dimiliki, pemerintah juga harus menjamin terbangunnya distribusi pendapatan masyarakat dan tidak terjadinya kesenjangan ekonomi.

Peran pemerintah dalam perekonomian adalah, (1) menyediakan barang dan jasa publik, (2) mengelola dana publik (penerimaan *tax*) untuk memproduksi barang publik dan jasa publik, (3) mengatur agar pasar *input* berjalan sempurna atau meminimalkan terjadinya distorsi pasar *input* dan mengatur agar pasar *output* berjalan sempurna atau meminimalkan terjadinya distorsi pasar *output*.

Private sector membeli *input* (tenaga kerja dan modal) untuk memproduksi barang dan jasa *private*. Barang dan jasa *private* ini akan dibeli oleh masyarakat dan pemerintah. Masyarakat membeli barang dan jasa *private* dari hasil upah dan hasil sewa modal. Bila pasar berjalan sempurna, maka akan selalu terjadi *market clearing* baik di pasar *input* maupun di pasar *output*.

Di Indonesia, yang terjadi tidak demikian. Produsen barang dan jasa *private* jumlahnya terbatas. Produksi 78,5 persen *output* nasional dalam bentuk barang dan jasa *private* dilakukan hanya oleh 200 orang warga negara. Sedang 21,5 persen *output* nasional diproduksi oleh jutaan orang warga negara melalui usaha mikro, usaha kecil dan menengah. Sementara 89,5 persen tenaga kerja yang ditawarkan di pasar *input* dibeli oleh 99,5 persen produsen yang *output*nya hanya 21,5 persen. Sedangkan hanya 10,5 persen tenaga kerja yang dibeli oleh 0,5 persen produsen yang *output*nya 78,5 persen. Sebaliknya, modal yang digunakan oleh 0,5

persen produsen mencapai sekitar 85 persen dari modal yang ada dalam perekonomian, dan tidak lebih dari 7 persen modal yang dipergunakan oleh 95,5 persen produsen. Dalam situasi yang demikian, maka diduga kuat bahwa tidak pernah terjadi *market clearing* baik di pasar *input* maupun di pasar *output*, ada modal yang *idle* (menganggur) dalam perekonomian, ada tenaga kerja yang *idle* (menganggur) dalam perekonomian, perekonomian tidak efisien, perekonomian tidak memproduksi barang dan jasa sesuai kapasitas yang dimiliki, dan terjadi kesenjangan ekonomi antar golongan penduduk yang amat lebar.

Situasi ini akan terus makin memburuk, sebab dengan *income* yang rendah pada sebagian besar rakyat, maka seluruh atau sebagian besar *income* akan dihabiskan untuk konsumsi. Tidak ada *saving*. Dengan *share output* yang kecil dari 99,5 persen produsen yang banyak digeluti rakyat, maka di sektor ini akumulasi kapital juga tidak akan terjadi, walaupun terjadi sangat lambat. Artinya, aset ekonomi nasional yang dimiliki oleh sebagian besar rakyat sangat kecil. Itulah sebabnya, mengapa tingkat pengangguran di Indonesia sangat tinggi, jumlah penduduk miskinnya amat tinggi, upah tenaga kerjanya amat rendah (Rahardjo, 2004). Jadi persoalan pokok yang dihadapi dalam perekonomian Indonesia saat ini adalah kepemilikan aset ekonomi oleh sebagian besar rakyat yang sangat sangat kecil, sedang sebagian kecil rakyat menguasai aset ekonomi yang sangat besar (Mubyarto, 2004a). Inilah yang menyebabkan pasar atau "tangan Tuhan" tidak berjalan sebagaimana mestinya, yang menyebabkan perekonomian nasional tidak efisien, yang menyebabkan *trickle down effect* tidak berjalan, dan yang menyebabkan kemiskinan secara masif (Mubyarto, 2004c).

Problem kedua adalah problem di ekonomi barang publik atau ekonomi publik yang dijalankan pemerintah. Keputusan jenis barang publik dan jasa publik adalah keputusan politik. Karena lemahnya sebagian besar rakyat di bidang ekonomi, maka posisi tawar dalam kebijakan politik juga lemah. Akibatnya, barang publik dan jasa publik yang diproduksi pemerintah tidak sesuai dengan aspirasi sebagian besar rakyat. Barang publik dan jasa publik yang diproduksi pemerintah adalah barang publik dan jasa publik yang tidak menguntungkan sebagian besar rakyat,

tetapi menguntungkan sebagian kecil rakyat (Mubyarto, 2004b).

Problem yang ketiga adalah problem di kebijakan publik. Pemerintah memiliki tiga kewenangan dalam perekonomian, yaitu kewenangan atau fungsi alokasi, fungsi distribusi, dan fungsi stabilisasi. Karena sebagian besar rakyat tidak memiliki kekuatan untuk mengontrol dan tidak memiliki akses dalam proses pengambilan keputusan publik, maka fungsi alokasi dan fungsi distribusi ini tidak berjalan sebagaimana mestinya.

Pasar Tradisional di Era Modern

Pesatnya pembangunan pasar modern dirasakan oleh banyak pihak berdampak terhadap keberadaan pasar tradisional. Di satu sisi, pasar modern dikelola secara profesional dengan fasilitas yang serba lengkap. Di sisi lain, pasar tradisional masih berkuat dengan permasalahan klasik seputar pengelolaan yang kurang profesional dan ketidaknyamanan berbelanja (Smeru, 2007).

Pasar modern dan tradisional bersaing dalam pasar yang sama, yaitu pasar ritel. Hampir semua produk yang dijual di pasar tradisional seluruhnya dapat ditemui di pasar modern, khususnya hipermarket. Semenjak kehadiran hipermarket, pasar tradisional disinyalir merasakan penurunan pendapatan dan keuntungan yang drastis. Meskipun demikian, argumen yang mengatakan bahwa kehadiran pasar modern merupakan penyebab utama tersingkirnya pasar tradisional tidak seluruhnya benar. Hampir seluruh pasar tradisional di Indonesia masih bergelut dengan masalah internal pasar seperti buruknya manajemen pasar, sarana dan prasarana pasar yang sangat minim, pasar tradisional sebagai sapi perah untuk penerimaan retribusi, menjamurnya pedagang kaki lima (PKL), dan minimnya bantuan permodalan yang tersedia bagi pedagang tradisional. Keadaan ini secara tidak langsung menguntungkan pasar modern.

Pedagang tradisional yang terkena imbas langsung dari keberadaan supermarket atau hipermarket adalah pedagang yang menjual produk yang sama dengan yang dijual di kedua tempat tersebut. Meskipun demikian, pedagang yang menjual makanan segar (daging, ayam, ikan, sayur-sayuran, buah-buahan, dan lainlain) masih bisa bersaing dengan supermarket dan hypermarket mengingat banyak pembeli masih memilih untuk pergi ke pasar tradisional untuk membeli produk tersebut. Keunggulan pasar

modern atas pasar tradisional adalah bahwa mereka dapat menjual produk yang relatif sama dengan harga yang lebih murah, ditambah dengan kenyamanan berbelanja dan beragam pilihan cara pembayaran. Supermarket dan hipermarket juga menjalin kerja sama dengan pemasok besar dan biasanya untuk jangka waktu yang cukup lama. Hal ini yang menyebabkan mereka dapat melakukan efisiensi dengan memanfaatkan skala ekonomi yang besar.

Supermarket melakukan beberapa strategi harga dan nonharga, untuk menarik pembeli. Mereka melakukan berbagai strategi harga seperti strategi limit harga, strategi pemangsaan lewat pemangkasan harga (*predatory pricing*), dan diskriminasi harga antarwaktu (*inter-temporal price discrimination*). Misalnya memberikan diskon harga pada akhir minggu dan pada waktu tertentu. Sedangkan strategi nonharga antara lain dalam bentuk iklan, membuka gerai lebih lama, khususnya pada akhir minggu, *bundling/tying* (pembelian secara gabungan), dan parkir gratis. Beberapa kalangan memandang bahwa makin meluas pendirian pasar modern di Indonesia, makin baik bagi pertumbuhan ekonomi serta iklim persaingan usaha. Sementara itu, kalangan lain berpendapat bahwa di era globalisasi pasar tradisional telah menjadi korban dari kompetisi sengit antara sesama pasar modern, baik lokal maupun asing. Pasar tradisional kehilangan pelanggan akibat praktik usaha yang dilakukan oleh supermarket.

Rencana Strategis Kementerian Perdagangan Republik Indonesia Terkait Pemberdayaan Pasar Tradisional

Rencana strategis pembangunan perdagangan tahun 2010-2014 merupakan acuan utama bagi Kementerian Perdagangan untuk melaksanakan program pembangunan di sektor perdagangan selama 2010-2014 dalam mendukung pembangunan daya saing ekonomi bangsa. Pembangunan perdagangan periode 2010-2014 difokuskan untuk mencapai tiga misi utama, yaitu: meningkatkan kinerja ekspor nonmigas secara berkualitas, menguatkan pasar dalam negeri, dan menjaga ketersediaan bahan pokok dan penguatan jaringan distribusi nasional. Upaya pencapaian misi pembangunan perdagangan ini akan diimplementasikan melalui sembilan program utama dan 66 kegiatan pembangunan perdagangan dimana 27 kegiatan diantaranya

merupakan kegiatan prioritas bidang pembangunan ekonomi nasional, dan lima kegiatan merupakan kegiatan prioritas nasional.

Menyadari pentingnya peran pasar tradisional dalam perekonomian Indonesia, Kementerian Perdagangan telah melakukan berbagai upaya untuk lebih memberdayakan pasar tradisional. Upaya-upaya ini antara lain: perbaikan fisik dan manajemen pasar; pencanangan hari pasar bersih nasional; dan penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan, dan toko modern. Pada periode 2005-2009, Kementerian Perdagangan bekerjasama dengan Pemerintah Daerah telah melakukan revitalisasi terhadap 785 pasar tradisional, baik revitalisasi fisik maupun revitalisasi manajemen. Revitalisasi fisik

dilakukan melalui pembangunan pasar baru maupun renovasi. Revitalisasi manajemen dilakukan dengan melaksanakan pelatihan manajemen tata kelola dan pendampingan terhadap pengelola, konsumen, serta melakukan sosialisasi revitalisasi pasar tradisional. Mengingat jumlah pasar tradisional yang besar, maka revitalisasi dilakukan dalam rangka mengembangkan pasar percontohan. Selain merevitalisasi pasar tradisional, juga dilakukan pembangunan gudang sebanyak 41 buah di tahun 2009. Pembangunan gudang tersebut ditujukan untuk mengembangkan Sistem Resi Gudang (SRG) yang didanai dari program stimulus. Alokasi sumber dana dan jumlah pasar tradisional yang direvitalisasi sepanjang tahun 2005-2009 ditunjukkan pada tabel 1.

Tabel 1.
Perkembangan Realisasi Revitalisasi Pasar 2005 – 2009

| Tahun | Pembangunan Pasar | | Pembangunan Gudang | |
|---------------|-------------------|---------------------|--------------------|---------------------|
| | Unit | Anggaran (x Rp1000) | Unit | Anggaran (x Rp1000) |
| 2005 | 74 *) | 20.869.190 *) | - | - |
| 2006 | 67 *) | 51.025.000 *) | - | - |
| 2007 | 70 *) | 103.780.000 *) | - | - |
| 2008 | 101 | 136.850.000 | - | - |
| 2009 | 473 **) | 465.000.000 **) | 41 | 120.000.000 |
| Jumlah | 785 | 777.524.190 | 41 | 120.000.000 |

*)Termasuk pembangunan pasar dalam rangka pelaksanaan Inpres No.6 Tahun 2003 tentang Percepatan Pemulihan Pembangunan Prop. Maluku dan Prop. Maluku Utara Pasca Konflik

***)Termasuk pembangunan pasar yang sumber pembiayaannya berasal dari DAK Perdagangan

Sumber: Kementerian Perdagangan RI (2010)

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Pasar Agung di Desa Pakraman Peninjoan, Desa Peguyangan Kangin, Kecamatan Denpasar Utara, Kota Denpasar.

Objek Penelitian

Objek penelitian adalah persepsi pedagang tentang keadaan fisik dan tata kelola pasar, serta kondisi ekonomi pedagang sebelum dan selama pemberdayaan manajemen pasar percontohan.

Identifikasi Variabel

Variabel yang dioperasikan dalam penelitian ini adalah kondisi fisik pasar, tata

kelola pasar, dan keadaan ekonomi pedagang sebagai variabel-variabel mandiri.

Definisi Operasional Variabel

(1) Kondisi Fisik Pasar adalah persepsi pedagang Pasar Agung tentang sarana dan prasarana fisik yang dapat diobservasi secara kasat mata sebelum dan selama program pemberdayaan manajemen pasar percontohan. Sarana dan prasarana fisik yang dinilai oleh pedagang adalah lahan parkir pasar, area bongkar muat barang, gerbang/akses masuk ke pasar, bangunan pasar, toilet pasar, tempat pembuangan sampah, pos keamanan, kios, los, emperan, saluran air, pencahayaan, ventilasi udara, (2) Tata Kelola Pasar

adalah persepsi pedagang Pasar Agung tentang tata kelola pasar yang dilakukan oleh pengelola pasar sebelum dan selama program pemberdayaan manajemen pasar percontohan. Tata kelola pasar meliputi tata kelola perparkiran, tata kelola ketertiban dan keamanan, tata kelola pemungutan retribusi, tata kelola kebersihan toilet, tata kelola penyewaan kios, los, dan emperan untuk berdagang, tata kelola pedagang kaki lima, sedangkan (3) Kondisi Ekonomi Pedagang adalah persepsi pedagang Pasar Agung tentang kemudahan akses pendanaan dan omzet penjualan per hari sebelum dan selama program pemberdayaan manajemen pasar percontohan.

Jenis dan Sumber Data

Berdasarkan jenisnya, data yang digunakan adalah data kualitatif dalam kuesioner yang kemudian dikuantitatifkan untuk dianalisis lebih lanjut. Berdasarkan sumbernya, data yang digunakan adalah data primer karena peneliti memperoleh data tentang persepsi pedagang langsung dari sumbernya.

Metode Penentuan Sampel

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sampel jenuh, yaitu meneliti 337 populasi pedagang di Pasar Agung.

Metode Pengumpulan Data

Data dikumpulkan dengan metode *survey* melalui instrumen kuesioner yang diisi oleh pedagang kios, los, emperan, dan kaki lima.

Teknik Analisis Data

Rumusan masalah dijawab melalui uji tanda Wilcoxon sampel besar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pasar Agung merupakan salah satu pasar tradisional yang terpilih sebagai pasar percontohan nasional oleh Kementerian Perdagangan RI. Program ini meliputi pemberdayaan fisik dan nonfisik. Pasar Agung yang merupakan pasar desa adat berlokasi di Desa Pakraman Peninjoan, Desa Peguyangan Kangin, Kecamatan Denpasar Utara, Kota Denpasar telah berdiri di atas lahan seluas 80 are dan bangunan 6.064 m² sejak tahun 1996 tetapi mulai beroperasi sejak 1997 berdasarkan SK Walikota No. 739 Tahun 1997. Pedagang di Pasar Agung terdistribusi ke dalam beberapa lokasi/tempat berdagang, yaitu lapak, los, dan kios. Jumlah pedagang sebanyak 337 pedagang dengan sebaran sebagai berikut:

Tabel 2.
Sebaran Pedagang di Pasar Agung

| Tempat Berdagang | Jumlah Pedagang | Persentase |
|------------------|-----------------|------------|
| Lapak* | 65 | 19.3 |
| Los | 167 | 49.6 |
| Kios | 105 | 31.2 |
| Total | 337 | 100.0 |

* Termasuk emperan dan kaki lima
Sumber: Data primer yang diolah

Kondisi Fisik Pasar

Hasil survey menunjukkan bahwa pedagang menyambut dengan sangat baik dan merasakan perubahan kondisi fisik pasar secara keseluruhan. Uji Wilcoxon dalam lampiran 2 menunjukkan perbedaan yang signifikan kondisi fisik pasar antara sebelum dan selama pemberdayaan. Penilaian kondisi fisik pasar meliputi lahan parkir pasar, area bongkar muat, gerbang pasar, bangunan pasar, toilet pasar, tempat sampah, pos keamanan,

tempat berdagang, saluran air, pencahayaan, dan ventilasi udara. Di antara kondisi fisik pasar tersebut, hanya gerbang pasar, bangunan pasar, tempat sampah, pos keamanan, saluran air, pencahayaan, dan ventilasi udara yang paling mendapat sambutan baik, sedangkan sisanya masih perlu diperbaiki karena pedagang belum merasakan perubahan yang lebih baik, meskipun secara statistik diklaim lebih baik daripada sebelum pemberdayaan.

Hasil wawancara terhadap sejumlah pedagang menunjukkan bahwa pedagang

mengharapkan lahan parkir pasar yang lebih luas dari sebelumnya. Masih terkait dengan perparkiran, area bongkar muat dirasa belum memuaskan karena tidak jauh berbeda dengan sebelum pemberdayaan. Pedagang menginginkan area bongkar muat barang dengan akses yang mudah dan relatif dekat dengan tempat berdagang. Sementara itu, toilet pasar yang ruangnya secara kasat mata sudah lebih baik ternyata masih direspon tidak terlalu memuaskan bagi pedagang karena kebersihannya tidak selalu terjaga sehingga tetap mengganggu penampilan fisiknya. Tempat berdagang juga dirasakan belum memuaskan bagi pedagang yang berdagang di kios, los, dan lapak. Tempat berdagang tetap sempit sehingga penuh dengan barang dagangan yang tidak banyak.

Tata Kelola Pasar

Program pemberdayaan pasar ini tidak hanya meliputi pembenahan fisik tetapi juga pembenahan non-fisik terutama ketatakelolaan pasar untuk pengelola pasar dan keterampilan berdagang untuk pedagang. Tata kelola perparkiran, ketertiban dan keamanan, pemungutan retribusi, kebersihan toilet, dan penyewaan tempat berdagang, dan pedagang kaki lima merupakan indikator penilaian tata kelola pasar dalam penelitian ini. Tata kelola penyewaan tempat berdagang adalah indikator penilaian yang secara statistik diklaim tidak ada perubahan sama sekali. Demikian pula dengan tata kelola pedagang kaki lima yang bagi mayoritas pedagang dirasa belum ada perubahan yang signifikan. Setelah dikonfirmasi oleh pengelola pasar, ternyata pengelola pasar memang membenarkan keadaan tersebut. Tata kelola penyewaan tempat berdagang masih mengacu kepada peraturan (*awig-awig*) sebelum program pemberdayaan ini dilakukan. Peraturan ini meliputi hak dan kewajiban pengelola dan pedagang pasar termasuk pedagang kaki lima yang hendak berdagang di Pasar Agung. Namun demikian, pengelola pasar sangat menyambut baik program pemberdayaan non-fisik yang dapat memberikan masukan berharga terkait ketatakelolaan penyewaan tempat berdagang dan ketatakelolaan pedagang kaki lima. Ketatakelolaan lainnya dalam penelitian ini memang sudah dipandang ada perbaikan oleh pedagang, tetapi perlu lebih direvitalisasi.

Kondisi Ekonomi Pedagang

Mayoritas pedagang belum merasakan perbedaan yang signifikan antara sebelum dan selama program pemberdayaan berlangsung terkait kondisi ekonominya. Terdapat 314 pedagang dari 337 populasi pedagang yang disurvei yang menyatakan bahwa tidak ada perubahan tentang akses pendanaan dan terdapat 283 pedagang dari 337 populasi pedagang yang menyatakan tidak ada perubahan tentang omzet penjualan per harinya. Setelah dikonfirmasi kepada pengelola pasar, ternyata program pemberdayaan keterampilan berdagang kepada pedagang belum dilakukan oleh tim pemberdayaan yang merupakan bagian integral dari program pemberdayaan pasar percontohan nasional ini.

SIMPULAN DAN SARAN

Program pemberdayaan manajemen pasar percontohan nasional pada dasarnya mendapat respon yang sangat positif bagi pengelola dan pedagang pasar. Program dari Kementerian Perdagangan RI ini meliputi pemberdayaan fisik dan non-fisik. Sampai dengan penelitian ini dilakukan, program pemberdayaan fisik telah selesai dilakukan dan secara keseluruhan mendapat respon yang positif meskipun beberapa pembangunan fisik masih perlu diperbaiki di masa depan. Tetapi sayang, program pemberdayaan non-fisik rupanya belum dilakukan (saat penelitian ini dilakukan) dan hasil survey menunjukkan bahwa pedagang masih belum merasakan perubahan yang signifikan terkait dengan tata kelola pasar dan kondisi ekonominya. Sebagai saran, Kementerian Perdagangan RI sebaiknya segera merealisasikan program pemberdayaan non-fisik kepada pengelola pasar dan pedagang di Pasar Agung agar pasar tradisional ini dapat bersaing dengan pasar modern secara fisik maupun non-fisiknya.

REFERENSI

- Hutomo, 2001, *Ekonomi Kerakyatan*, Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2010, *Rencana Strategis Kementerian Perdagangan 2010-2014*, Jakarta: Kemendag.
- Mubyarto, 2004a, *Gagasan Besar Ekonomi dan Kemajuan Kemanusiaan*, Yogyakarta: PUSTEP-UGM & Aditya Media.
- Mubyarto, 2004b, *Pemberantasan Kemiskinan dan Pembangunan Sosial*,

- Yogyakarta: PUSTEP-UGM & Aditya Media.
- Mubyarto, 2004c, *Teori Ekonomi dan Kemiskinan*, Yogyakarta: PUSTEP-UGM & Aditya Media.
- Rahardjo, M.D, 2004, *Ekonomi Pancasila: Jalan Lurus Menuju Masyarakat Adil dan Makmur*, Yogyakarta: PUSTEP-UGM & Aditya Media.
- Smeru, 2007, *Pasar Tradisional di Era Persaingan Global*, Jakarta: Smeru Newsletter

