

TRADITIONAL MARKET TRADERS STUDY

(Kajian Perda Kota Magelang No. 7 Tahun 2013 Tentang Penataan dan
Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern)

Laily Hidayati Rosyidi¹, Inud Danis Ikhwan Meranti²

Received: 29 January 2023 | Accepted: 20 April 2023 | Published: 09 June 2023

¹Sekolah Tinggi Agama Islam Darul Ulum Banyuwangi, Indonesia; lailyrosyidi@gmail.com

²Sekolah Tinggi Agama Islam Darul Ulum Banyuwangi, Indonesia; danisfian11@gmail.com

Abstract: Traders in Magelang City are the tip of a business, as well as the area that should be easiest to develop. All businesses are related to trade. Trade is no sales no business. There is no business that does not start with sales or trading. This logical principle should apply to the fate of all traders, the majority of whom are women in traditional markets, MSMEs and cooperatives in Magelang City. For recommendations on Regional Regulation (Regional Regulation) no. 7 of 2013 is better changed. The reason is that the foundation is actually quite strong. But the implementation has deviated a lot and there is no support for the people and small traders. In the evaluation portrait of Laws, Presidential Decrees, Government Regulations, Ministerial Regulations, Gubernatorial Regulations, Regional Regulations, linear regulations, what the researchers studied can be concluded specifically that the definition of people's economy in Traditional Markets contains 3 (three) elements, including: (a) Traditional Markets itself which can also be called the People's Market, (b) MSMEs, and (c) Cooperatives. It is hoped that these three elements will be taken as the main role by the Village in its Village Regulations (Village Regulations) as collective partisan measures (not personal practices). The results of this research show that there are 10 aspects that need to be changed or improved in the arrangement of traditional markets, shopping centers and modern shops in accordance with Regional Regulation No. 07 of 2013 concerning the arrangement and development of traditional markets (people's markets), shopping centers and modern shops.

Keywords: *Traditional Markets, People's Markets, MSMEs, Cooperatives, Supermarkets, Shopping Centers, Modern Shops.*

<https://doi.org/10.59943/economic>

Publisher's Note: Program Studi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Darul Ulum Banyuwangi, Indonesia stays neutral with regard to jurisdictional claims in published maps and institutional affiliations.



Copyright: © 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Pendahuluan

Globalisasi perekonomian yang terjadi saat ini sudah menimbulkan kemudahan aktivitas berdagang. Apalagi dengan munculnya beberapa platform digital *E-Commerce* yang dapat memberikan kelancaran bagi kegiatan perdagangan. Seiring berkembangnya perekonomian tersebut harusnya lebih memudahkan para pedagang dalam melakukan aktifitas perdagangan khususnya di Kota Magelang. Namun, yang menjadi pertanyaan adalah apakah efektivitas globalisasi perdagangan ekonomi tersebut didorong perkembangan *e-commerce* sudah bisa dirasakan di Kota Magelang? Ataukah malah semakin menekan kesulitan ekonomi warga kecil, pedagang pasar, ibu-ibu, dan UMKM lainnya di daerah tersebut. Definisi mudah berdagang dalam hal ini adalah: (a) praktis, (b) cepat, dan (c) tanpa batas.

Kota Magelang perlu ekspansi dagang, dengan memberikan akses kemudahan pada titik-titik ekonomi rakyat dan pusat ekonomi tertentu. Kalau tidak, fenomena ini hanya akan mengabaikan cabang-cabang ekonomi kerakyatan yang berkepihakan kolektif, yakni pasar ekonomi rakyat. Pasar tradisional (pasar rakyat), UMKM, dan koperasi harus adaptif dan memiliki cara baru mengadopsi investasi, ekosistem baru, konsorsium baru, bahkan *open project ecosystem* yang membuat unsur ekonomi kerakyatan ini punya daya penting tinggi dalam mensejahterakan masyarakatnya. Kata kunci keberpihakan, perlindungan, dan asas *share & care* adalah gotong royong (*krubugan, kerigan, sambatan*) untuk melahirkan kekuatan *urip* (mampu menghidupi dirinya sendiri), *urup* (menjadi solusi bagi orang lain), *urap* (mengobati orang lain).

Pasal 33 ayat (4) UUD 1945 dan TAP MPR No.16 Tahun 1998 sebetulnya sudah menghendaki Demokrasi Ekonomi (yang memperhatikan kebersamaan, keadilan, menjaga keseimbangan, kesatuan ekonomi nasional, dan ekonomi rakyat). Dasar kebijakan diatas bersama bersepakat harus diberikan skala prioritas. Pasar tradisional (pasar rakyat), UMKM, dan Koperasi harus mendapatkan keadilan ekonomi. Dan desain keadilan ekonomi harus melahirkan kesejahteraan konkret bagi warga/ rakyat sekitarnya. Hal ini karena kesejahteraan ekonomi masyarakat secara kolektif adalah ornamen utama didalam ekonomi kerakyatan. Logika membangun deso noto kutho dengan ekonomi pasar tradisional yang maju seharusnya menjadi logika yang bisa diterima dan didukung oleh semua orang.

Sebagai basis landasan aktivitas diatas, Pemda Kota Magelang telah membuat Perda No. 7 Tahun 2013 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern. Dengan pelaksanaan Perda tsb telah ditetapkan Perbup No. 22 Tahun 2016 tentang Petunjuk Pelaksanaan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern di kawasan Kota Magelang. Temuan pada substansi UU, Perpres, Peraturan Pemerintah, Permen, Pergub, Perbup, Perda Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern di Kota

Magelang Sebagai Peluang Lompatan Ekonomi Pedagang dan Masyarakat Miskin adalah sebagai berikut:

1. Undang-Undang RI Nomor 23 Tahun 2014 Tentang “Pemerintah Daerah”
2. Undang-Undang RI Nomor 7 Tahn 2014 Tentang “Perdagangan”.
3. Peraturan Pemerintah RI Nomor 29 Tahun 2021 Tentang “Penyelenggaraan Bidang Perdagangan”
4. Peraturan Menteri (Permen) Perdagangan RI Nomor 21 Tahun 2021 Tentang “Pedoman Pembangunan dan Pengelolaan Sarana Perdagangan”.
5. Peraturan Menteri (Permen) Perdagangan RI Nomor 23 Tahun 2021 Tentang “Pedoman Pengembangan, Penataan, dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan”.
6. Perda (Peraturan Daerah) Kota Magelang Nomor 7 Tahun 2013 Tentang “Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern”.
7. Peraturan Bupati Magelang Nomor 22 Tahun 2016 Tentang “Petunjuk Pelaksanaan Peraturan Daerah Kota Magelang Nomor 7 Tahun 2013 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern”.

Tujuan penelitian ini adalah ingin mengetahui Perda Kota Magelang No. 7 Tahun 2013 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern masih Relevan atau perlu diganti dengan perda baru.

Kajian Teori

1. Pasar

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 (Permendag No: 70/MDAG/PER/12/2013). Berdasarkan UU No. 7 Tahun 2014 tentang perdagangan, pasar adalah lembaga ekonomi tempat bertemunya pembeli dan penjual, baik secara langsung maupun tidak langsung, untuk melakukan transaksi penjualan.

Menurut Mulyani, dkk (2009) pasar memiliki tiga fungsi yaitu:

a. Pembentukan nilai harga

Pasar berfungsi untuk pembentukan harga (nilai) karena pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli yang kemudian saling menawar dan akhirnya membuat kesepakatan suatu harga. Harga atau nilai ini merupakan suatu hasil dari proses jual beli yang dilakukan di pasar.

b. Pendistribusian

Pasar mempermudah produsen untuk mendistribusikan barang dengan

para konsumen secara langsung. Pendistribusian barang dari produsen ke konsumen akan berjalan lancar apabila pasar berfungsi dengan baik.

c. Promosi

Pasar merupakan tempat yang paling cocok bagi produsen untuk memperkenalkan (mempromosikan) produk-produknya kepada konsumen. Karena pasar akan selalu dikunjungi oleh banyak orang, meskipun tidak diundang.

Sedangkan dilihat dari berbagai segi bidangnya (Darwis,1984) , fungsi pasar dapat dilihat dari tiga segi yaitu :

- a. Segi Ekonomi Merupakan tempat transaksi antara produsen dan konsumen yang merupakan komoditas untuk mawadahi kebutuhan sebagai demand dan suplai.
- b. Segi Sosial Budaya Merupakan kontrak sosial secara langsung yang menjadi tradisi suatu masyarakat yang merupakan interaksi antara komunitas pada sektor informal dan formal
- c. Segi Arsitektur Menunjukkan ciri khas daerah, yang menampilkan bentuk-bentuk fisik bangunan dan artefak yang dimiliki

Ciri – ciri pasar,antara lain :

- a. Terdapat calon pembeli dan penjual.
- b. Terdapat jasa ataupun barang yang hendak untuk diperjualbelikan.
- c. Terdapat proses permintaan serta penawaran oleh kedua pihak.
- d. Terdapat interaksi diantara pembeli dan penjual baik itu secara langsung ataupun tidak langsung.

2. Jenis-Jenis Pasar

Hentiani (2011) membagi jenis-jenis pasar menjadi sebagai berikut:

a. Jenis Pasar Menurut Jenis Barang

Jenis-jenis pasar menurut jenis barangnya, yaitu beberapa pasar yang hanya menjual satu jenis barang tertentu, misalnya: a. Pasar Hewan b. Pasar Sayur c. Pasar Ikan dan Daging d. Pasar Loak e. Pasar Seni

b. Jenis Pasar Menurut Bentuk Kegiatannya.

Menurut bentuk kegiatannya, pasar dibagi menjadi 2 yaitu pasar nyata dan pasar abstrak. Pasar Nyata adalah pasar dimana barang-barang yang akan diperjualbelikan dan dapat dibeli oleh pembeli. Contoh: pasar tradisional dan pasar swalayan. sedangkan Pasar Abstrak adalah pasar dimana para pedagangnya

tidak menawar barang-barang yang akan dijual dan tidak membeli secara langsung tetapi hanya dengan menggunakan surat dagangannya saja. Contoh: pasar online, pasar saham, pasar modal dan pasar valuta asing.

c. Jenis Pasar Menurut Keleluasaan Distribusi

Menurut keleluasaan distribusi barang yang dijual, pasar dapat dibedakan menjadi:

1) Pasar Lokal

Pasar lokal adalah pasar yang menjual barang-barang untuk kebutuhan masyarakat sekitar. Misalnya, pasar sayuran, pasar bunga, dan pasar ikan.

2) Pasar Daerah

Pasar daerah adalah pasar yang menjual hasil produksi pada daerah tertentu. Biasanya dalam pasar ini berkumpul parapedagang menengah yang melayani pedagang-pedagang kecil atau eceran. Misalnya, pasar sepatu di Manding.

3) Pasar Nasional

Pasar nasional adalah pasar yang memperdagangkan barang-barang yang konsumennya meliputi seluruh wilayah negara. Misalnya, pasar modal, bursa efek dan bursa tenaga kerja

4) Pasar Internasional

Pasar internasional adalah pasar yang memperdagangkan barang-barang yang konsumennya meliputi dunia internasional. Misalnya, pasar internasional karet di Singapura, pasar wol di Sydney, pasar kopi di Santos (Brazil) dan pasar gandum di Kanada.

d. Pasar Menurut Waktu

Diantaranya: Pasar Harian, Pasar Mingguan, Pasar Bulanan, Pasar Tahunan

e. Jenis - jenis Pasar menurut Transaksi

1) Pasar Tradisional

Menurut peraturan presiden Republik Indonesia No. 112 Tahun 2007 pasar tradisional didefinisikan sebagai pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, baik oleh pemerintah daerah, pihak 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 oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar.

2) Pasar modern

Merupakan pasar yang dibangun oleh Pemerintah, Swasta, atau Koperasi yang dalam bentuknya berupa mall, supermarket, departement store dan shopping centre dimana pengelolanya dilaksanakan secara modern dan mengutamakan pelayanan dan kenyamanan berbelanja dengan manajemen berada disatu tangan, bermodal relatif kuat dan dilengkapi label harga yang pasti. Sedangkan pasar modern adalah jenis pasar dimana 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. Contoh dari pasar modern adalah pasar swalayan, hypermarket, supermarket dan minimarket. Ciri-ciri pasar modern antara lain 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, nyaman tidak terkena terik panas matahari, tempat bersih serta tata tempat sangat diperhatikan untuk mempermudah dalam pencarian barang. Pembayaran dilakukan dengan membawa barang ke kasir dan tidak ada tawar menawar lagi.

Metode penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian *case study research* (studi kasus) yang bersifat deskriptif dan studi dokumen. Penelitian dengan menggunakan *case study research* adalah pendekatan yang dilakukan secara intensif, terperinci dan mendalam terhadap gejala-gejala tertentu (Wahyuni : 21). Dalam hal ini peneliti ingin menganalisis secara spesifik tentang Perda Kota Magelang no. 7 tahun 2013 tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional (pasar rakyat), pusat perbelanjaan, dan toko modern. Apakah perda tersebut sudah relevan dan memudahkan bagi ekonomi warga kecil, pedagang pasar, ibu-ibu, dan UMKM lainnya di daerah tersebut.

Hasil dan Pembahasan

Di kota Magelang terdapat 5 unit pasar tradisional yang ada. Terdapat 20 unit usaha minimarket, 6 unit usaha supermarket, dan 17 unit usaha yang masuk kategori grosir pada tahun 2021. Berikut adalah data lapangan sebagai basis evaluasi pasar

tradisional (pasar rakyat), pusat perbelanjaan berjejaring dan toko modern di Kota Magelang:

Tabel 1: Potret Jumlah Pedagang Kaki Lima (PKL, Pedagang Non-Pasar Tetap) di Pusat Kuliner Kota Magelang, Tahun 2018-2021

Uraian	2018	2019	2020	2021
PKL Sigaluh (Panjang)	38	39	39	41
PKL Armada Estate (Kramat Utara)	61	60	59	40
PKL Sari Boga Kencana (Kedungsari)	15	15	17	11
PKL Sejuta Bunga (Rejowinangun Selatan)	21	21	21	20
PKL Kartika Sari (Magersari)	42	42	44	38
PKL Jenggolo (Kemirirejo)	47	50	50	43
PKL Daha (Kemirirejo)	12	12	15	18
PKL Tuin Van Java (Cacaban)	135	152	139	138
PKL Jendralan (Cacaban)	14	15	16	18
PKL Badaan (Potrobangsari)	30	36	36	23
PKL JI Pajajaran	22	-	15	15
PKL JI Sriwijaya	27	27	30	30
PKL JI Alibasah	47	43	36	37
PKL Rejomulyo	17	17	7	7
Lembah Tidar	38	38	47	23
Kauman	12	11	6	6
PKL Kalingga	14	15	13	13
Paingan Alun-Alun	100	-	-	-
PKL S. Parman	14	13	11	11
Jumlah	706	606	601	532

Sumber: Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Magelang, Tahun 2022

Tabel 2: Potret Jumlah Pedagang Pasar Tradisional di Kota Magelang Tahun 2018-2021

Uraian	2018	2019	2020	2021
Kebon Polo	403	441	375	377
Cacaban	148	135	127	130
Gotong Royong	817	951	1.035	916
Rejowinangun	3.525	2.725	2.697	2.595
Sidomukti	442	423	482	306
Jumlah	5.335	4.675	4.716	4.324

Sumber: Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Magelang, Tahun 2022

Tabel 3: Potret Jumlah Pasar Menurut Jenis Pasar di Kota Magelang, Tahun 2021

Uraian	Jumlah Pasar 2021	
Pasar Tradisional	5	10%
Minimarket	20	42%
Supermarket	6	13%
Grosir	17	35%
Jumlah Pasar	48	100%

Tabel 4: Potret Jumlah Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern di Kota Magelang, Tahun 2020 dan 2021

Nama Pasar	Alamat	Keterangan
Kembang Mas	Jl . Raya Grabag Kec. Grabag	Mini Market
Indomart	Jl . Raya Grabag Kec. Grabag	Mini Market
Chakra	Jl . Grabag-Larangan Kec. Grabag	Mini Market
Alfamart	Jl. Raya Secang-Temanggung Kec. Secang	Mini Market
Smes'co – OMI	Jl. Raya Tegalrejo Kec. Tegalrejo	Mini Market - Koperasi Ponpes
Artos	Jl. Bambang Sugeng Kec. Mertoyudan	Pusat Perbelanjaan
Armada Swalayan	Jl. Bambang Sugeng Kec. Mertoyudan	Super Market
Family Swalayan	Jl. Bambang Sugeng Kec. Mertoyudan	Super Market
Kembang Tanjung	Jl. Raya Megelang-Purworejo Kec. Mertoyudan	Mini Market
Kopkar Armada	Jl. Sarwo Edi Kec. Mertoyudan	Mini Market.-Kop. Karyawan
Kokarda Depag	Jl. Bambang Sugeng Kec. Mertoyudan	Mini Market.-Kop. Karyawan
Jasmine	Jl. Raya Kalinegoro Kec. Mertoyudan	Mini Market
Alfamart	Jl. Raya Megelang-Purworejo Kec. Tempuran	Mini Market
Alfamart	Jl. Raya Megelang-Purworejo Kec. Salaman	Mini Market
Alfamart	Jl. Pramudya Wardani Kec. Borobudur	Mini Market
Indomart	Jl. Pramudya Wardani Kec. Borobudur	Mini Market
Rani Jaya	Jl. Syailendra Raya Kec. Borobudur	Mini Market
Alfamart	Jl. Raya Yogya-Magelang Kec. Mungkid	Mini Market
OMI-Kop Abdi Negara	Jl. Let. Tukiyat Kec. Mungkid	Mini Market.-Kop. Karyawan
Laris	Jl. Pemuda Kec. Muntilan	Super Market
Jago Baru	Jl. Pemuda Kec. Muntilan	Mini Market
Kr. Santri	Jl. Kr Santri Kec. Muntilan	Mini Market
Alfamart	Jl. Pemuda Kec. Muntilan	Mini Market
Smes'co - OMI	Jl. Watucongol Gunungpring Kec. Muntilan	Mini Market.-Kop. Ponpes
Giant	Pakelan, Bulurejo, Mertoyudan.	Super Market
Mitra	Blondo, Mungkid, Magelang	Mini Market
Mitra	Bayanan, Banjarnegoro, Mertoyudan	Mini Market
Metro Square	Mertoyudan, Magelang	Pusat Perbelanjaan
Alfamart	BB Square Mungkid.	Mini Market
Kembang Tanjung	Jl. Klangon Km. 1 Muntilan	Mini Market
Mitra	Batikan, Mungkid	Mini Market
Enggal Jaya Mart	Batikan, Mungkid	Mini Market
Hasbuna Mart	Tegalrejo	Mini Market

Alfamart	Palbapang, Mungkid	Mini Market
Karya Terang	Borobudur	Mini Market
Kusuma	Kalinegoro	Mini Market
Elka Mart	Tanjung, Banjarnegoro, Mertoyudan	Mini Market

1. Evaluasi Aspek Perlindungan Pasar

Untuk variable penetapan lokasi pasar di Kota Magelang. Hasil temuan lapangan menunjukkan bahwa penetapan lokasi pasar tradisional (pasar rakyat) 63% kurang strategis dan tidak menguntungkan. Jelas ini mengindikasikan keberadaan pasar tradisional di Kota Magelang sudah tidak strategis. Mengingat keberadaan pasar modern dan pusat perbelanjaan di Kota Magelang dapat mengurangi pendapatan para pedagang pasar di Kota Magelang.

Untuk variable perkembangan tingkat pendapatan para pedagang pasar di Kota Magelang. Hasil temuan lapangan menunjukkan bahwa 60% tidak memuaskan. Hal ini mengindikasikan perkembangan tingkat pendapatan para pedagang pasar di pasar tradisional tidak lagi semenguntungkan masa dahulu. Bahkan pendapatan mereka cenderung semakin menurun. Jika tidak cermat, pengembangan pasar tradisional (pasar rakyat) tergolong tidak efektif, karena tidak mampu membendung pertumbuhan pasar modern dan digital yang justru cenderung memperlihatkan gejala peningkatan yang baik. Untuk variable jaminan kelangsungan usaha para pedagang pasar di Kota Magelang. Hasil temuan lapangan menunjukkan bahwa 57% adalah kurang menjamin. Hal ini seharusnya dipayungi oleh Perda Perlindungan Pembinaan dan Penataan Pasar Tradisional. Namun sayangnya realisasi lapangannya tidak berjalan sesuai dengan perencanaan. Untuk variable tingkat perkembangan pasar modern di Kota Magelang. Hasil temuan lapangan menunjukkan bahwa 73% adalah cukup pesat. Hal ini mengindikasikan bahwa perkembangan pasar modern di Kota Magelang cukup pesat. Tentu hal ini sekaligus jawaban penurunan pendapatan pedagang pasar tradisional di Kota Magelang.

Untuk variable lokasi pasar modern di Kota Magelang. Hasil temuan lapangan menunjukkan bahwa 28% adalah cukup dekat. Artinya, indikasikan penataan pasar modern banyak yang tidak mengindahkan peraturan daerah yang berlaku sehingga mengganggu keberlangsungan pasar tradisional. Seharusnya penataan pasar modern dan pusat perbelanjaan berjejaring berdasarkan Perda

No. 7 Tahun 2013 tentang penatan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan, dan toko modern akan berdampak positif bagi kelangsungan pasar tradisional (pasar rakyat), UMKM, dan koperasi yang ada di Kota Magelang. Untuk saat ini, tingkat perkembangan pasar modern dan pusat perbelanjaan berjejaring di Kota Magelang memperlihatkan pertumbuhan yang cukup pesat dan mengambil lokasi cukup dekat dengan pasar tradisional.

2. Evaluasi Aspek Perlindungan Pedagang

Untuk variable kesempatan pedagang mendapatkan tempat (lokasi) usaha di Kota Magelang. Hasil temuan lapangan menunjukkan bahwa 59% pedagang pasar mendapatkan tempat atau lokasi usaha di pasar tradisional. Untuk variable fasilitas yang tersedia di pasar di Kota Magelang. Hasil temuan lapangan menunjukkan bahwa 61% pedagang pasar mendapatkan fasilitas di pasar tradisional. Hal ini mengindikasikan bahwa analisis kelayakan renovasi pasar masih belum bisnis perpasaran sebagai suatu entitas mandiri yang menguntungkan (pasca renovasi pasar beroperasi). Hal ini menjadi PR bagi Pemerintah Kota Magelang.

Untuk variable kemanfaatan tempat usaha pedagang di Kota Magelang. Hasil temuan lapangan menunjukkan bahwa 76% menjawab kurang bermanfaat. Hasil ini mengindikasikan bahwa penataan lokasi usaha dagang yang dilakukan pengelola pasar belum cukup optimal bagi para pedagang pasar untuk mendatangkan para konsumen.

Untuk variable peningkatan pendapatan pedagang pasar di Kota Magelang. Hasil temuan lapangan menunjukkan bahwa 48% menjawab tidak meningkat. Untuk variable pedagang mampu mengatasi permasalahan yang dikembangkan di Kota Magelang. Hasil temuan lapangan menunjukkan bahwa 60% menjawab tidak mampu mengatasi permasalahan yang dihadapi. Untuk variable penataan atau layout tempat usaha dagang di Kota Magelang. Hasil temuan lapangan menunjukkan bahwa 76% menjawab tidak puas dengan penataan atau layout tempat usaha dagang di pasar tradisional. Untuk variable tingkat kecepatan kebijakan yang diturunkan mengatasi masalah yang berkembang di Kota Magelang. Hasil temuan lapangan menunjukkan bahwa 65% menjawab tidak cepat mengatasi masalah yang berkembang di pasar tradisional saat ini.

Untuk variable pedagang mendapatkan manfaat di pasar tradisional di Kota Magelang. Hasil temuan lapangan menunjukkan bahwa 36% menjawab tidak mendapatkan bermanfaat. Untuk variable terciptanya lingkungan usaha yang kondusif di pasar tradisional di Kota Magelang. Hasil temuan lapangan menunjukkan bahwa 40% menjawab tidak kondusif di pasar tradisional.

3. Evaluasi Aspek Perlindungan Konsumen

Untuk variable kemudahan mencapai tempat usaha di pasar tradisional di Kota Magelang. Hasil temuan lapangan menunjukkan bahwa 76% menjawab tidak mudah mencapai tempat usaha di pasar tradisional di Kota Magelang. Untuk variable jaminan kebersihan, keamanan, dan ketertiban di pasar tradisional di Kota Magelang. Hasil temuan lapangan menunjukkan bahwa 54% menjawab sangat sulit jaminan kebersihan, keamanan, dan ketertiban di pasar tradisional di Kota Magelang.

Untuk variable kondisi area parkir, halte, dan akses jalan di pasar tradisional di Kota Magelang. Hasil temuan lapangan menunjukkan bahwa 51% menjawab tidak memadai terkait kondisi area parkir, halte, dan akses jalan di pasar tradisional di Kota Magelang.

4. Evaluasi Aspek Pemberdayaan

Untuk variable keterlibatan para pedagang dengan lembaga dan/atau asosiasi di pasar tradisional di Kota Magelang. Hasil temuan lapangan menunjukkan bahwa 51% menjawab hampir semua pedagang pasar tidak dilibatkan dalam asosiasi pedagang pasar dan/ atau lembaga sejenisnya yang sudah dibentuk di pasar tradisional di Kota Magelang.

Untuk variable kemitraan dan permodalan di pasar tradisional di Kota Magelang. Hasil temuan lapangan menunjukkan bahwa 61% menjawab kurang memfasilitasi kemitraan dan permodalan di pasar tradisional di Kota Magelang.

Untuk variable pembinaan pedagang di Kota Magelang. Hasil temuan lapangan menunjukkan bahwa 49% menjawab sangat sulit. Hal ini mengindikasikan bahwa pengelola pasar pasar tradisional di Kota Magelang kurang berperan dalam pembinaan para pedagang pasar sehingga perlu diperbaiki kembali.

5. Aspek Desakan Kapitalis (Ekonomi Individualist, Pasar Berjejaring), Pusat

Perbelanjaan, dan Toko Modern Terhadap Pasar Tradisional (Pasar Rakyat), UMKM, dan Koperasi (Ekonomi Kolektif Gotong Royong).

Butuh solusi dan kesadaran masyarakat untuk mengakomodir pentingnya peran pasar tradisional (pasar rakyat) atau pasar pola ekonomi kolektif dibandingkan pusat perbelanjaan berjejaring dan toko modern di Kota Magelang. Toko berjejaring ini sangat terorganisir dengan baik mengenai struktur organisasi dan juga dalam hal pelayanan serta pemasaran. Sehingga pasar tradisional ataupun toko yang notabenehnya tidak menggunakan konsep toko berjejaring kalah dalam hal pelayanan dan produksi.

Hal tersebut memengaruhi sebagian masyarakat khususnya generasi muda yang lebih nyaman berbelanja di toko berjejaring dibandingkan belanja di pasar tradisional. Ekonomi kapitalis (gerakan kapitalisme berjejaring) yang marak mengakibatkan banyak toko berjejaring muncul. Pendekatan yang harus dilakukan adalah merubah paradigma perekonomian dalam ranah ekonomi kerakyatan implementasi prinsip keadilan bagi seluruh rakyat Indonesia. Perlawanan ekonomi kolektif terhadap ekonomi individualis untuk menunjukkan keberpihakan pada kebenaran.

Ada berbagai cara untuk melawan, namun perlawanan yang efektif adalah kolaborasi dengan membentuk konsorsium bersama, BumDes milik desa masuk menjadi bagian pemegang saham di perusahaan komersial berjejaring tsb dengan menggandeng pasar tradisional (pasar rakyat), UMKM, dan koperasi sebagai satu ekosistem kolaborasi sehingga sama-sama mendapatkan kesejahteraan dan porsi pasar yang masuk akal. Hasil penelitian (Rasidin, 2011) menunjukkan bahwa nilai penjualan pasar tradisional (pasar rakyat), UMKM, dan koperasi di sektor perdagangan menurun secara signifikan dengan kehadiran pasar modern dan pusat perbelanjaan berjejaring. Secara inheret, pasar modern dan pusat perbelanjaan akan bersaing dengan pasar tradisional, UMKM dan koperasi di sektor perdagangan karena memiliki kegiatan yang sama. Sebaliknya, pasar tradisional (pasar rakyat), UMKM, dan koperasi di sektor pertanian dan sektor manufaktur dapat saling melengkapi dengan pasar modern, karena memiliki aktivitas yang berbeda.

6. Evaluasi Aspek IKM Center Belum Berdampak Pada Pasar Tradisional

IKM Center Magelang belum berdampak kesejahteraan pada pasar

tradisional maupun masyarakat sekitar, walaupun konsepnya akan diperuntukkan menjadi “rumah UKM”. Dibawah binaan Disperindag, IKM Center Kota Magelang akan menjadi pusat oleh-oleh khas Kota Magelang. IKM Center adalah salah satu wadah yang terintegrasi bagi pelaku usaha UKM yang ada di Kota Magelang. Rencananya disalah satu lantainya akan dijadikan sebagai pusat penjualan kerajinan khas Kota Magelang berdampingan dengan tenan oleh-oleh atau makanan. Selain itu, di gedung IKM Center Magelang tersedia pula beberapa ruangan yang bisa dipergunakan untuk kegiatan pelatihan wirausaha, media foto produk, display berbagai hasil produksi dari UMKM serta untuk bertukar pikiran bagi para pelaku usaha.

7. Aspek Tidak Ada *Punishment* Tegas Saat Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern Melakukan Pelanggaran.

Perlu tindakan *punishment* tegas saat pusat perbelanjaan berjejaring dan toko modern melakukan pelanggaran. Apalagi pelaksanaan kebijakan izin usaha toko modern di Kota Magelang belum memenuhi aspek-aspek dalam Perda No. 7 Tahun 2013 tentang aspek lokasi usaha, aspek sosial, aspek kemitraan dengan pasar tradisional (pasar rakyat), UMKM, dan koperasi dan aspek penggunaan tenaga kerja lokal. Hal ini terjadi karena lemahnya sanksi, kurangnya anggaran untuk pengawasan dan pembinaan, serta komunikasi yang tidak intensif antara aparat pelaksana kebijakan dengan pengelola toko modern, serta lingkungan kebijakan yang tidak kondusif di Kota Magelang.

Berdasarkan kekurangan tersebut, perlu dilakukan upaya-upaya mulai dari menambah anggaran dana, memberikan sanksi yang lebih tegas bagi toko modern (minimarket waralaba/cabang) yang tidak memiliki izin, dan meningkatkan pengawasan dan pembinaan. Hal-hal yang mempercepat aspek pendukung implementasi ini adalah: (a) komunikasi, (b) disposisi, (c) struktur birokrasi, dan (d) lingkungan kebijakan.

8. Evaluasi Aspek Masyarakat Kurang Sadar Kebersihan

Kurangnya kesadaran masyarakat saat berada di pasar tradisional di Kota Magelang, banyak membuang sampah plastik maupun sampah rumah tangga. Masyarakat pengunjung pasar ini membuang sampah hanya diletakkan bukan ditempatnya, sehingga membuat pasar tradisional di Kota Magelang kotor bahkan

berbau kurang sedap.

9. Aspek Pengemasan Barang Dagangan Kurang Rapi dan Kurang Menarik

Barang dagangan dan pengemasannya tentunya menjadi prioritas utama bagi pembeli yang ingin membeli barang yang dibutuhkan tsb. Hal ini menunjukkan bahwa para pedagang pasar memounyai nilai lebih dan membuat daya tarik pembeli meningkat dengan tetap menjaga kualitas ekonomi. Di pasar tradisional Kota Magelang masih banyak ditemukan barang dagangan yang masih diletakkan di pelatan Los Bango tanpa pengemasan. Hal inilah yang menjadikan kesan kualitas barang menjadi menurun. Padahal barang yang dijual memiliki kualitas yang bagus. Misal, sayur bayam yang kualitas bagus karena diletakkan di pelataran Los Bango, maka sayur bayam tsb menjadi layu. Tentunya dengan layunya sayur bayam menjadikan kualitas dari sayur bayam tsb menjadi menurun.

10. Aspek Saluran Air Dalam Pasar yang Sering Tersumbat

Tersumbatnya saluran air di dalam pasar tradisional di Kota Magelang menyebabkan aliran air tidak dapat mengalir dengan lancar. Hal ini menyebabkan pasar tradisional menjadi banjir, becek, bahkan banyak lumpur. Hal ini sering menjadikan kesan pasar tradisional Kota Magelang menjadi malas untuk dikunjungi, lebih- lebih saat musim hujan datang.

Substansi dan tujuan Analisis Kajian Perda Kab. Magelang No. 7 Tahun 2013 adalah untuk menganalisis apakah: Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern di Kota Magelang sudah dilaksanakan atas asas (a) Kemanusiaan; (b) Keadilan; (c) Kesamaan kedudukan; (d) Kemitraan; (e) Keterlibatan dan kepastian hukum; (f) Kelestarian lingkungan; (g) Kejujuran usaha, dan (h) Persaingan sehat (*fairness*).

Pembinaan dan penataan ini harus memiliki tujuan: (a) Untuk memberikan perlindungan kepada UMKM, Koperasi, serta Pasar Tradisional di Kota Magelang agar dapat bersaing dengan pusat perbelanjaan dan toko modern; (b) Untuk memberdayakan UMKM, Koperasi dan Pasar Tradisional di Kota Magelang pada umumnya agar mampu berkembang, tangguh, maju, mandiri, dan dapat meningkatkan kesejahteraannya; (c) Untuk mendorong terciptanya partisipasi dan kemitraan antara UMKM, Koperasi serta Pasar Tradisional di Kota Magelang dengan pelaku usaha perdagangan eceran modern dalam skala besar berdasarkan

prinsip kesamaan dan keadilan dalam menjalankan usaha dibidang perdagangan; (d) Untuk mengatur dan menata keberadaan dan pendirian Toko Modern di Kota Magelang agar tidak merugikan dan mematikan Pasar Tradisional, mikro, kecil, menengah, dan koperasi yang telah ada dan memiliki nilai historis yang dapat menjadi aset pariwisata; (e) Untuk mewujudkan sinergi yang saling memerlukan dan memperkuat serta saling menguntungkan antara pelaku usaha perdagangan eceran modern dalam skala besar dengan UMKM, Koperasi serta Pasar Tradisional di Kota Magelang agar dapat tumbuh berkembang lebih cepat sebagai upaya terwujudnya tata niaga dan pola distribusi nasional yang mantap, lancar, efisien dan berkelanjutan;

Untuk mewujudkan penataan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern di Kota Magelang yang serasi dan seimbang dengan lingkungan berdasarkan kaidah penataan ruang; dan (g) Untuk memberikan kontribusi bagi peningkatan pendapatan asli daerah di Kota Magelang.

Referensi

- Afifah, choiriatul. 2019. Analisis Pendapatan Pedagang Sebelum dan Sesudah Revitalisasi Pasar Tradisional Secang Kabupaten Magelang. STIE Widya Wiwaha
- M Darwis. 1984. Penataan Kembali Pasar Kotagede. Yogyakarta : Universitas Gajah Mada.
- Peraturan Bupati (PERBUP) Kabupaten Magelang Nomor 22 Tahun 2016 tentang Petunjuk Pelaksanaan Peraturan Daerah Kabupaten Magelang Nomor 7 Tahun 2013 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern
- Peraturan Daerah (PERDA) Kabupaten Magelang Nomor 7 Tahun 2013 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 70/MDAG/PER/12/2013 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Rakyat, Pusat perbelanjaan dan Toko Modern sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor : 56/M-DAG/PER/9/2014;
- Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 21 Tahun 2021 tentang Pedoman Pembangunan dan Pengelolaan Sarana Perdagangan
- Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 23 Tahun 2021 tentang Pedoman Pengembangan, Penataan, dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan

- Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang (Perpu) No. 2 Tahun 2014
Peraturan Presiden (PERPRES) Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan
Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern
- Pemerintah Republik Indonesia. (2021). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia
Nomor 29 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan.
Jakarta.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 7 tahun 2014 tentang Perdagangan
- Wahyuni, Pengembangan Koleksi Jurnal Studi Kasus di Perpustakaan UIN Sunan
Kalijaga.
<http://digilib.uinsuka.ac.id/12295/2/BAB%20I,%20V,%20DAFTAR%20PUSTAKA.pdf> Yogyakarta. 2013.