

PELUANG DAN TANTANGAN: EKSISTENSI PASAR TRADISIONAL DAN PASAR MODERN DI ERA GLOBALISASI

Zahrotun Niswah

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim

niswahzahrotun16@gmail.com

Abstract:

The market is a place where sellers and buyers meet to carry out transactions and fulfill daily needs. As time goes by, the types of markets in Indonesia do not only contain traditional markets but there are also modern markets. Traditional markets and modern markets are proof that our country is increasingly developing. This development is influenced by the phenomenon of globalization in several countries, making it easier for traders to invest. This investment can take the form of building supermarkets, hypermarkets, etc. as modern markets. The emergence of this development will certainly give rise to new challenges in the world of trade. Apart from the emergence of challenges, of course there will also be opportunities that can be obtained from traditional markets and modern markets. It cannot be denied that in this era of globalization, the development of communication technology is also growing, where someone can shop for whatever goods they want just via cellphone, they can even make payments online. However, there are still many people who are still unable to move away from habits that have been their custom since ancient times, such as shopping at the market (not through online media). Surveys have proven that the distance between traditional markets and modern markets is not has a lot of influence in the world of commerce. Because each trader has their own way of promoting the goods they sell. Either from social media or from reviews from customers who have been to the merchant's location. Therefore, the researcher will discuss the challenges and opportunities that traders will get in traditional markets and modern markets.

Keywords: *Traditional markets, modern markets, globalization*

Abstrak:

Pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk berintraksi dan memenuhi kebutuhan sehari-hari. Seiring dengan berkembangnya zaman, jenis pasar di Indonesia tidak hanya berisi tentang pasar tradisional saja melainkan ada juga pasar modern. Pasar tradisional dan pasar modern merupakan sebuah bukti bahwa negara kita semakin berkembang. Perkembangan ini dipengaruhi oleh fenomena globalisasi di beberapa negara, sehingga dapat memudahkan para pedagang untuk berinvestasi. Investasi tersebut dapat berupa dibangunnya supermarket, hypermarket dll sebagai pasar modern. Munculnya perkembangan ini tentunya akan menimbulkan tantangan-tantangan baru di dunia perdagangan. Selain akan munculnya tantangan tentunya juga akan muncul peluang-peluang yang di dapat dari pasar tradisional dan pasar modern tersebut. Tidak bisa di pungkiri di era globalisasi ini perkembangan teknologi komunikasi juga semakin berkembang, dimana seseorang bisa berbelanja barang apapun yang ia mau hanya lewat hp saja, bahkan mereka juga bisa melakukan pembayarannya tadi juga melalui online. Namun masih banyak juga masyarakat yang masih belum bisa jauh dari kebiasaan-kebiasaan yang sudah menjadi adat mereka sejak zaman dahulu, seperti berbelanja di pasar (tidak melewati media online). Survey telah membuktikan bahwa jarak yang saling berdekatan antara pasar tradisional dan pasar modern bukan memiliki banyak pengaruh di dalam dunia perdagangan. Karena masing-masing dari pedagang memiliki cara sendiri untuk mempromosikan barang-barang yang di jualnya. Baik dari media sosial atau dari review-review dari para customer yang sudah pernah ke tempat pedagang tersebut. Maka dari itu peneliti akan membahas tentang tantangan-tantangan dan peluang apa saja yang akan di dapat oleh pedagang-pedagang di pasar tradisional maupun pasar modern.

Kata Kunci: Pasar tradisional, Pasar modern, Globalisasi

PENDAHULUAN

Globalisasi membawa dampak perubahan yang sangat besar terhadap masyarakat. Perubahan yang terjadi di masyarakat terdiri dari pola kehidupan dan pola kebutuhan masyarakat. Berbagai fasilitas tercipta guna dapat memenuhi kebutuhan Masyarakat salah satu fasilitas yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat adalah berdirinya sebuah pasar, yang sudah bersatu dan merupakan tempat yang sangat penting di hati masyarakat, karena menurut masyarakat, pasar bukanlah hanya sebuah tempat dimana bertemunya penjual dan pembeli. Pasar juga termasuk sebuah tempat berinteraksinya antar sosial masyarakat dan tempat representasinya nilai-nilai tradisional.

Pasar merupakan tempat bertukarnya barang yang berupa benda maupun jasa yang sudah berlangsung lama sejak peradaban manusia. Dalam agama islam juga sudah menempatkan pasar sebagai tempat yang penting dalam perekonomian. Dimulai sejak pada masa Rasulullah SAW dan Khulafaurrasyiddin sudah diterapkannya pasar sebagai tempat praktek ekonomi yang sangat besar dalam pembentukan islam di zaman tersebut.¹

Setiap pasar memiliki ciri yang berbeda, contohnya pasar tradisional memiliki ciri khas setiap barang yang di jualkan dalam penentuan harganya dapat di lakukan tawar menawar, sedangkan di pasar modern tidak dapat melakukan tawar menawar karena harga setiap barang sudah ditentukan. Ada dua jenis pasar modern, yaitu pusat perbelanjaan dan yang ke dua toko modern. Pusat perbelanjaan merupakan suatu tempat yang memiliki banyak toko yang di tata secara vertical atau horizontal dimana toko-toko tersebut dijual atau di sewakan kepada para masyarakat yang ingin berdagang atau di kelola sendiri oleh pemiliknya. Sedangkan toko modern merupakan toko yang di kelola oleh pemiliknya sendiri dan menjualkan berbagai macam barang secara eceran. Macam-macam toko modern terdiri dari minimarket, supermarket, hypermarket, department store dan perkulakan. Perbedaan antar toko modern tersebut didasarkan atas luas tempat yang digunakan dan jenis-jenis barang dagangan yang di jualkan.²

¹ M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*, (Solo: Era Adicipta Intermedia, 2011), hlm. 175

² Mochammad Isa Anshori, *Dampak dari Jarak Antara Toko Modern dengan Pasar Tradisional dalam Peraturan Bupati Sidoarjo Nomor 36 Tahun 2016 tentang Penataan Minimarket di Kabupaten Sidoarjo ditinjau dari Fikih Siyasah (Studi Kasus Pasar Larangan)* (Skripsi Hukum Publik Islam Program Studi Hukum Tata Negara Surabaya 2020) hal.1

Beberapa faktor yang memengaruhi pasar tradisional dapat berkembang adalah faktor jarak, faktor aksesibilitas dan perilaku konsumen. Namun menurut pendapat manek (2006) faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan pasar tradisional yaitu terdiri dari: faktor kebijakan pemerintah, faktor fisik keruangan, dan faktor sosial ekonomi. Dalam aspek kebijakan pemerintah disesuaikan dengan kesesuaian lokasi pendirian pasar tradisional sedangkan pasar modern disesuaikan oleh minat. Dalam peraturan minat diterangkan jarak yang harus diukur harus seimbang antara pasar tradisional dengan pasar modern. Penentuan jarak ini disesuaikan dengan tempat antar sarana perdagangan agar tidak saling berdekatan, hal ini bertujuan untuk mengontrol pelayanan perdagangan antara pasar tradisional dan pasar modern tidak tumpang tindih. Hal ini diatur karena aspek jarak dalam perdagangan itu juga termasuk aspek fisik keruangan, dalam hal ini juga mengandung aspek aksesibilitas, aksesibilitas yang besar akan membawa pengaruh lebih tinggi terhadap perkembangan pasar tradisional maupun pasar modern. Kemudian yang kedua yaitu aspek sosial ekonomi, pengertian aspek sosial ekonomi merupakan aspek yang sangat bergantung pada perilaku konsumen, perilaku konsumen terhadap adanya pasar menjadi faktor utama dalam kegiatan pasar tradisional dan modern karena berjalannya suatu kegiatan pasar didalam pasar tradisional dan modern itu bergantung pada perilaku para konsumen.³

Globalisasi merupakan fenomena yang sangat luar biasa, karena dapat mempengaruhi berbagai aspek bidang, diantaranya aspek bidang sosial, bidang ekonomi, bidang teknologi, bidang politik, dan dari beberapa bidang tersebut yang paling merasakan dampak dari globalisasi ini adalah di bidang ekonomi, yang mana dalam bidang ekonomi ini mengandung dampak positif dan dampak negative. Hal ini membuat seluruh negara di dunia menjadi terintegrasi dalam 1 kekuatan yaitu pasar yang tidak terhalang batas wilayah teritorial. Dalam perdagangan globalisasi mempengaruhi berbagai tatanan masyarakat. Sudah mulai banyak investor yang masuk ke negara Indonesia untuk memberikan investasi terhadap para pedagang pasar modern. Bentuk investasi ini adalah suatu kekuatan penggerak dalam proses pembangunan ekonomi. Maka dari itu investasi menjadi hal yang sangat dibutuhkan di dunia pembangunan perekonomian suatu negara, berbagai negara di dunia masing-masing bekerja keras untuk memperbanyak investasi yang mereka peroleh. Beberapa tahun terakhir, kebutuhan pokok yang

³ Lestari Hidayati M, “*Studi Perkembangan Pasar Tradisional dan Toko Modern ditinjau dari Jarak, Aksesibilitas, dan Perilaku Konsumen di Kota Surakarta*” (Artikel Jurusan Arsitektur, Fakultas Teknik Universitas Sebelas Maret, Surakarta) hal.1

menjadi sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi di berbagai negara saat ini adalah investasi untuk keperluan pembangunan industri.

Globalisasi pada perdagangan Internasional memiliki nilai positive, yaitu menjadikan negara satu dengan negara yang lain menjadi 1 kesatuan, agar semua daerah bisa dijangkau dengan mudah dan juga dapat membuka kesempatan bagi para investor asing bisa masuk dengan mudah karena di dukung oleh era perdagangan bebas. Untuk negara Adikuasa, dampak dari Globalisasi ini dapat dilihat, negara Adikuasa tersebut bisa memaksimalkan pengaruh-pengaruh positive dan meminimalkan pengaruh negatifnya. Berbeda dengan negara Indonesia, negara Indonesia adalah negara berkembang, dalam negara berkembang sangat sulit untuk menerima perkembangan Globalisasi ini karna bagi negara yang masih berkembang diperlukan penyatuan karakteristik agar setiap setiap masyarakat dapat menerima perkembangan Globalisasi ini secara merata. Perdagangan Internasional dinilai sebagai perdagangan. Ritel modern merupakan salah satu bidang usaha yang menjadi tujuan dari para investor. Investi-investi yang di berikan oleh para investor ini merupakan awal mula berdirinya pasar modern, seperti berdirinya supermarket dan hypermarket, mini market, dan mall. Pasar-pasar modern tersebut sangat mudah berkembang dilakalangan masarakat, akibat dari percepatan ini menjadikan pasar modern tidak hanya berdiri di lingkup perkotaan saja melainkan dapat juga berdiri di lingkup pedesaan.⁴

METODE

Dalam penelitian yang saya gunakan saat ini adalah jenis penelitian *library research* (riset kepustakaan). Yakni dengan menggunakan penelitian dengan pengumpulan daftar data pustaka, memahami serta menulis dan membuat bahan-bahan penelitian. Selain itu saya juga membaca artikel dan jurnal yang ada di internet dan kemudian di sesuaikan dengan materi yang sesuai dengan pembahasan yang di bahas dalam jurnal ini. Selain itu peneliti juga menggunakan metode research di web-web yang akurat untuk memastikan ke benaran dari informasi yang di temuinya.

⁴ Cicik khilda rizqi, “*Dampak Globalisasi Terhadap Pasar Tradisional di Indonesia*” (Artikel Universitas Sangga Buana 2023) hal.115

PEMBAHASAN DAN ANALISIS

Pasar merupakan tempat yang tidak bisa di tinggalkan oleh masyarakat, Karena segala kebutuhan masyarakat dapat di dapatkan di pasar. Pasar pada awalnya sangat idnetik dengan system pembayaran yang sangat sederhana seperti tawar menawar atau pertukaran barang, namun seiring berjalanya waktu seiring dengan berkembangnya era globalisasi menjadikan teknologi informasi dan komunikasi juga berkembang. Saat ini transaksi yang di lakukan dalam pasar modern menggunakan cara yang lebih canggih. Pada awalnya sistem transaksi dipasar menggunakan sistem tawar menawar yang memerlukan waktu yang begitu lama untuk menghasilkan harga yang sesuai dengan barang yang ingin di beli. Namun dengan seiring berjalanya waktu, muncullah pasar modern yang sistem pembayarana tidak menggunkana sistem pembayaran yang lebih canggih. Pasar modern sebagai tempat dimana masyarakat yang ingin berjual beli tidak perlu menggunakan metode tawar menwar, segala barang di pasar modern sudah ditetapkan harga yang sesuai dengan produk tersebut dengan mencantumkan label harga beserta barcode dan untuk informais tentang produk tersebut sudah bisa di lihat melalui mesin pembaca.

1. Pasar modern

Pasar modern merupakan tempat penjual dan pembeli bertemu untuk menjual dan membeli barang yang di perlukanya dengan menggunakan cara modern. Biasanya pasar modern berada di daerah perkotaan dimana menyediakan berbagai macam kebutuhan dan jasa dengan kualitas terbaik dan pelayanan yang sesuai. Macam-macam pasar modern yaitu: mall, supermarket, department store, shooping center, waralaba, minimarket, swalayan, toserba dan sebagainya. Dalam pasar modern tidak hanya menyediakan barang-barang lokal saja, melainkan juga menyediakan barang-barang impor juga. Setiap produk yang di jualkan tentu ber kualitas terbaik baik barang yang di jualkan sudah melakukan penyelesaian terlebih dahulu secara teliti agar barang yang sudah rijek/ rusak akan di tolak untuk di perjual kan di pasar modern. Menurut perhitungan, pasar modern pasti mempunyai tempat penyimpanan stok barang digudang yang luasnya sesuai. Harga barang dalam pasar modern juga sudah disesuaikan dengan pajak yang di dapatkan dalam barang tersebut dan bersifat pasti tidak bisa di tawar.

Istilah pasar modern dan pasar tradisional sudah dituankan oleh pemerinth dalam peraturan menteri perdagangan No. 52/MDAG/PER/12/2008 tentang pedoman penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat pembelanjaan dan pasar modern berarti definisi kepada toko modern, bahwa toko modern merupakan toko yang di

kelolah dengan sistem mandiri dan barang yang di jualkan merupakan barang eceran dalam bentuk supermarket, minimarket deaftment store, hypermarket dan ang terakhir grosir yang menyediakan barang-barang dengan bentuk perkulakan.

Data dari Retail Asia Online menunjukkan ritel Indomaret dan Alfamart menduduki peringkat ke 4 dan ke 5 di Indonesia, sedangkan pemeringkatan Retail Asia Pasific (RAP), Indomaret dan Alfamart menduduki peringkat ke 254 dan ke 263 dengan omset pada tahun 2007 masing-masing Rp 3.035 milyar dicapai Indomaret dengan jumlah outlet mencapai 1.800, dan Rp 2.849 milyar dicapai Alfamart dengan jumlah outlet 1.475 (Retail Asia Online, 2008).

Dari berbagai macam bentuk pasar modern memiliki karakteristik yang ber beda-beda. menurut Peraturan Menteri Perdagangan No. 53/M-DAG/PER/12/2008 dibedakan berdasarkan batasan luas lantainya yaitu memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a. Minimarket: luas lantai kurang dari 400 m²
- b. Supermarket: luas lantai 400 m persegi sampai dnegan 5000 m²
- c. Hypermarket: luas lantai lebih dari 5000 m²
- d. Department store: luas lantai lebih dari 400 m²
- e. Grosir: lebih dari 5000 m²

2. Pasar tradisional

Menurut peraturan Menteri Perdagangan No. 53/M-DAG/PER/12/2008 pengertian dari pasar tradisional merupakan pasar yang dibangun juga dikelola pemerintah, pemerintah daerah, para swasta, BUMN, dan BUMD juag merupakan kerja sama antara pedagang-pedagang swasta kecil dengan tempat usaha yang mereka bangun sendiri seperti kios, los tenda. Los tenda biasanya di gunakan oleh para pedagang kecil dan mennegah ke bawah, swadaya mesyarakat, atau dengan koprasi dengan modal kecil dimana system pembayarannya masih menggunakan system tawar menawar harga barang.

Didalam pasar tradisional prodak-prodak yang dijualkan tidak memiliki harta yang pasti, maka dari itu dalam pasar tradisional menggunakan system pembayaran dengan tawar menawar harga barang untuk mencari harga yang pas dan sesuai dnegan barang yang mereka beli. Pasar ini identik dengan tempat yang terlihat rusuh, bau tidak sedap dan tidak tertata dengan rapi. Umumnya konsumen dalam pasar tradisional

(biasanya para ibu) yang memiliki sikap yang senang ber transaksi dan berbincang-bincang dengan para pedagang yang ada di pasar tersebut untuk menentukan harga, pencarian kualitas yang terbaik, memesan barang yang akan ia beli, serta pengembangan harga untuk barang yang lainnya.

Pasar tradisional umumnya menjual barang-barang lokal yang mana dari segi kualitas barang-barang yang dijualkan kebanyakan tidak melewati tahap penyeleksian yang sangat teliti. Dan dalam segi kuantitas produk yang dijualkan di pasar memiliki jumlah yang sangat banyak, sehingga apabila pembeli tidak menemukan barang yang sesuai dengan keinginannya agar dapat mencari produk tersebut di tempat sebelahnya yang masih dalam lingkup pasar tradisional. Adapapun rantai perdagangan dalam pasar tradisional terdiri dari produsen, distributor, sub distributor, pengecer, dan berakhir konsumen. Konsumen dalam pasar tradisional rata-rata terdiri dari masyarakat pedesaan yang sangat selektif dalam memilih harga

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli secara langsung dan juga ditandai oleh transaksi yang menggunakan system tawar menawar, outlet atau bangunan dalam pasar modern terbilang kumuh dan tidak tertata dimana gerai kios bertebaran tanpa penataan sama sekali juga los dan lesehan di pinggir-pinggir jalan pasar secara terbuka. Kebanyakan pasar modern menyediakan berbagai macam jenis kebutuhan pokok seperti sayur-sayuran, buah-buahan, berbagai jenis ikan-ikan yang masih segar, kain, barang-barang elektronik, jasa dan lain sebagainya. Tidak hanya itu pasar juga menyediakan beberapa aneka kue yang biasanya kita sebut dengan kue pasar. Pasar tradisional biasanya terletak di daerah perumahan untuk memberikan kemudahan bagi para konsumen untuk menuju pasar.⁵

3. Peluang serta tantangan pasar tradisional juga Pasar modern di era Globalisasi

Pasar yang dikenal dengan tempatnya yang kumuh, bau tidak sedap, tidak tertata, becek, dan menjadi sumber kemacetan adalah ciri-ciri utama dari pasar tradisional. Pada intinya pasar ini memiliki pandangan yang negative di mata masyarakat. Hal ini menyebabkan para masyarakat di zaman sekarang, khususnya masyarakat yang menengah keatas juga para generasi milenial enggak untuk shopping di pasar tradisional. Namun disisi lain pasar tradisional masih ramai pengunjung, dan rata-

⁵ Ketut sri candrawati “*Pasar Modern dan Pasar Tradisional Dalam Gaya Hidup Masyarakat di Kabupaten Tabanan, Provinsi Bali*” (Artikel STIA-Denpasar, Bali) hal.227-228

rata orang yang belanja di pasar tradisional terdiri dari kaum ibu-ibu dan orang-orang pemborong untuk di jualkan kembali di toko nya. Pasar tradisional masih di perlukan oleh masyarakat karena barang-barang yang di jualkan relative murah dan dapat menawar harga.

Dewasa ini, di era globalisasi penataan pasar tradisional mulai berkembang, menjadi 1 kesatuan bangunan yang utuh. Namun bukan berarti dari pembangunan tersebut dapat menjawab tantangannya dan melawan era globalisasi. *miss treaten* dalam system yang terbangun dalam pasar tradisional inirelatif meningkat. Seperti contoh: pemberian kios untuk berdagang bukan berdasarkan harga sewa kelompok jualanya. Bentuk kerugian yang di dapat adalah komunikasi antar pedagang akan terhambat. Kearifan lokal yang mulanya tinggi dalam perdagangan kini menjadi rendah karena komunikasi yang gagal. Komunikasi yang gagal akan menimbulkan kesalahan dalam tindakan, apabila tindakan kita salah maka akan menimbulkan kebiasaan yang salah. Dalam menghadapi tantangan globalisasi tidak hanya memperhatikan masalah fisik namun juga harus mempertimbangkan budaya non fisiknya.

Selain itu pasar tradisional juga mengalami tantangan dalam pamornya dengan pasar modern. Maka dari itu perlu mengatur strategi management professional pasar tradisional supaya dapat bertahan di tengah-tengah era globalisasi ini.⁶ Menurut friedman konsep negara kesejahteraan, dalam negara kesejahteraan yaitu sebagai pelindung warga negara nya, pemerintahan yang wajib menagadakan segala keperluan masyarakat, menjadi pengawal perekonomian masyarakat juga berperan sebagai hakim/penengah. Maka dari itu, maka negara memiliki tugas menjadi “regulator” yakni mengatur segala segi kehidupan warga negaranya salah satunya di bidang ekonomi.

a. Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007

Peraturan presiden nomor 112 tahun 2007 berisi mengenai penataan dan pembinaan dari pasar tradisional, pusat perbelanjaan, dan toko modern. Hal ini bertujuan agar pasar tradisional dan pasar modern dapat bersaing dengan baik, dengan melaksanakan peraturan-peraturan yang terdapat didalamnya. Beberapa point penting yang di jelaskna pada peraturan presiden nomor 112 tahun 2007 yakni:

⁶ Annisa Aurindita Amelia, “*Pasar Tradisional: Pilar Peradaban Yang Arif, Berbudaya Dan Kreatif Bagi Seluruh Generasi*” (artikel Jurusan Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Brawijaya) hal 108

- Luas lantai dari setiap toko harus sesuai dengan pengaturan sebagai berikut: minmarket kurang dari 400 m² supermarket 400 m² samai dnegan 5000 m² hypermarket diatas 5000 m² departemen store diatas 400 m² perkulakan diatas 5000 m²
- Jarak antar lokasi perbelanjaan
Pada akses jalan lebih diperuntukkan untuk jenis toko perkulakan yang memiliki jarak lebih dekat dengan kegiatan nasional dengan tempat kegiatan lokal, selain itu juga harus dekat dengan tempat berkumpulnya kegiatan wilayah dengan kegiatan lokal. Jenis toko modern yang berupa hypermarket dan pusat perbelanjaan dilarang mendirikan toko di daerah jalan yang melayani kendaraan dengan jarak perjalanan sedang dan berkecepatan lebih dari 40km/jam dan juga dilarang mendirikan toko daerah perkulakan atau lingkup perumahan di dalalm perkotaan. Minimarket serta departemen store: dilarang terletak di dalam satu kesatuan dalam satu jalan dan dilarang terletak pada daerah pelayanan perumahan didalam kota. Pasar tradisional: hanya di peprbolehkan pada semua system jaringan jalan.
- Perizinan
Dalam melakukan perdagangan diperlukan izin dalam melaksanakanya, untuk pasar tradisional disebut (IUP2T), untuk usaha pusat perbelanjaan (IUPP), untuk pertokoan, mall, plaza dan toko-toko modern yang lain (IUTM), untuk minimarket, supermarket, depatement store, hypermarket dan perkulaan kelengkapan permintaan (IUP2T, IUPP, dan IUTM) Studi Kelayakan termasuk AMDAL serta Rencana Kemitraan dengan UK (Usaha Kecil). IUP2T, IUPP dan IUTM diterbitkan oleh Bupati/Walikota dan Gubernur untuk Pemprov DKI Jakarta. Pedoman Tata-cara Perizinan ditetapkan oleh Menteri Perdagangan.
- Bimbingan dan keamanan diberikan oleh pemerintah dan pemerintah daerah baik dilakukan secara individu maupun Bersama-sama sesuai dengan bidang nya kepada para pedagang di pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional yang dibudayakan kembali,

pemerintah berusaha mencari sumber dan alternative yang di gunakan untuk pembudayaan kembali, mengunggulkan kompetensi penjual dan distributror, mengutamakan pedagang tradisional untuk mendapatkan wilyah bekerja yang layak, yang sudah ada sejak sebelumnya di lakukannya renovasi/relokasi, dan meng evaluasi pengelolaan pasar

b. Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 56/M-DAG/PER/9/2014

Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 56/M- DAG/PER/9/2014 merupakan perubahan atas Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 70/M-DAG/PER/12/2013 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern. Yang berisi tentang lanjutan dari Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 yang terdiri dari perihal luas toko modern, lokasi, perizinan, pembinaan dan pengawasan, serta pemberdayaan. Dan juga di atur di dalam nya tentang barang yang di perdagangan dalam pasar modern 80% nya harus barang dagangan produksi dalam negri.

c. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012

Di dalam pengaturan mentri dala negri republik indonesia nomor 20 tahun 2012 berisi tentang pengelolaan dan pemberdayaan pasar tradisional. Dimana hal ini mempunyai kemauan untuk memajukan pasar tradiisonal supaya bisa berlomba-lomba dan memiliki daya saing dengan tempat perbelanjaan dan pasar modern. Maka dari itu dibutuhkan pengelola dan pemberdaya pasar tradiisonal yang lebih ahli. Untuk lingkup yang mengatur tentang hal ini yitu pemerintah daerah

Dalam peraturan tersebut diatas disebutkan bahwa dalam menata dan mengelola pasar tradsional dan pasar modern harus di sesuaikan dengan tata ruang wilayah kabupaten atau kota dan juga termasuk melihat zonasi dari daerah tersebut. Tidak hanya itu pendiri juga harus memandang kondsii social ekonomi masyarakat di daerah tersebut juga memperhatikan tempat antara berdirinya pasar tradisional dan juga pasar modern dengan aturan sebelumnya, seperti yang tertulis dalam Pasal 2 ayat (1) dan (2), Pasal 3 ayat (1) dan Pasal 4 ayat (1) Peraturan Presiden Nomor 12 Tahun 2007. Kegiatan menata dan mengelola kembali pasar tradisional ini bertujuan untuk memberikan

perlindungan dan meningkatkan pemberdayaan dari pasar tradisional di era globalisasi, dimana supaya pasar tradisional memiliki nilai saing dengan pasar modern. Dengan dilakukannya kegiatan tersebut maka diharapkan pasar tradisiional dapat bertumbuh dan berkembang ditengah perkembangan pasar modern. Hal ini bertujuan agar dapat menjalin keduanya untuk saling membutuhkan, saling memeperkuat, juga dapat saling memberikan untung untuk kemajuan ekonomi di negara Indonesia.

Aturan undang-undang yang sudah dijelaskan diatas memeberi kewenanagan terhadap pemerintah daerah untuk melakukan penataan dan pengelolaan pasar tradisional dan pasar modern supaya kedua pasar tersebut memiliki ikatan agar tidak saling menjatuhkan, melainkan memiliki sikap saing mendukung satu sama lain, dan menjadi komunitas strategi untuk menunjang pembangunan dan menjadi tombak pertumbuha ekonomi baik tingkat daerah maupun tingkat nasional.

Namun seiring berjalanya waktu penetapan dan pengelolaan pasar sebagaimana peraturan diatas tidak terlaksana dengan baik. Pasar modern lebih cenderung diberi peluang oleh pemerintah dalam perkembanganya daripada harus menata dan mengelola pasar tradisioanal. Kebijakan tersebut kemudian mengarah ke pembangunan yang mengarah pada perkembangan ekonomi, system pembangunan yg mengacu pada perkembangan ekonomi nyatanya bukan menjamin sejahtera dalam kehidupan masyarakat tetapi malah berdampak konsentrasi pada peng aplikasian ekonomi pada kekuatan ekonomi yang memiliki skala besar dari pada ekonomi yang berskala minimum. Perbuatan ekonomi yang berskala minimum speerti pasartradisional mulai musnah.

Konsentrasi semacam ini sangat menimpang dengan amanat UUD 1945 terutama dalam asas demokrasi ekonomi, yang memiliki maksut pemngelolaan di kerjakan oleh smua, untuk semua, dan di bawah pemimpin atau pemilik anggota-anggota masyarakat. Dalam negara demokrasi yang paling diutamakan adalah kemakmuran masyarakat. Maka dari itu tantangan besar dalam menghadapi perekonomian nasional adalah menyongsong Indonesia baru untuk dapat ber kosentrasi dalam perekonomian dan penguasaan asset nasional agar bia mengendalikan serta memberikan arah dengan ber pegang teguh pada asas kerakyatan, keadilan, kebersamaan, keterbukaan dan berkelanjutan. Hal ini bisa terwujud apabila system yang di bangun secara konsisten kembali menganutasas-asas yang tercantum

dalam UUD1945. Dengan begitu semangat konstitusi yang tidak sesuai dengan kenyataan akan berpengaruh besar terhadap termusnahnya pasar tradisional.

Era globalisasi dan lebralisasi merupakan tantangan yang tidak bisa dihindari dala pembangunan eonomi khususnya terhadap industry-industri kecil. Oleh karena itu perkembangan globalisasi dan liberalisasi harus di perhatikan dengan seksama, harus dilakukan penjagaan dalam hal ini bisa kita sebut dengan Stiglitz, salah satu instrumen yang bisa menyisati hal tersebut adalah aturan hukum. Aturan hukum yang di maksud disini bukan hnya seekedar aturan-aturan yang harus ditaati saja, namun sebagaimana yang telah di jelaskan oleh Lawrence M. Friedman bahwa hukum juga harus memiliki komponen lainnya, seperti struktur hukum dan kultur hukum. Agar hukum yang berlaku dapat berjalan secara efektif. Apabila slaah satu dari 3 komponen tadi tidak berjalan secara beriringan maka hukum tersebut akan berhenti.

Hukum di dalam era globalisasi harus bisa menjalankan perannya sebagai aturan-aturan dan sebagai pengendali dari berbagai aspek kehidupan baik berbangsa maupun bernegara. Di dalam aturan hukum berharap bisa mewujudkan kepastian hukum, ketertiban, keadilan dan kemudian akan terciptalah kedamaian dalam lingkup internal (dalam negara) maupun eksternal (antar bangsa). Hukum dalam satu pihak dapat berperan sebgaia sarana ransformasi struktur dan nilai-nilai global yang sesuai dnegan kepentingan negara Indonesia. Namun di sisi lain tidak semua struktur dan nilai-nilai globalisasi sesuai dengan kepentingan negara Indonesia. Karena itu kemudian hukum lah yang berpern sebagai mekanisme integrase berbagai nilai dan kepentingan yang berbeda itu.⁷

KESIMPULAN

Era globalisasi dan liberalisasi sangat mempengaruhi perkembangan pasar tradisional di era modern ini. Tantangan ini ditandai oleh masuknya investor dari negara asing yang masuk ke Indonesia dan memberikan modal investasi kepada para industri ritel modern seperti contoh supermarket, hypermarket, minimarket dll. Perkembangan pasar modern yang sangat melunjak disebabkan oleh para investor membuat pasar tardisional yang tidak tersponsori sama sekali oleh investor lama kelamaan akan terpinggirkan. Padahal apabila ditinjau dari filosofi pasar tradisional, pasar tradisional merupakan pilar perekonomian negara Indonesia, ketahanan dan

⁷ Ni Komang Devayanti Dew, “*Perlindungan Hukum Terhadap Pasar Tradisional di Era Liberalisasi Perdagangan*” (Jurnal *Law Reform* Fakultas Hukum Universitas Udayana) hal.9-13

kelangsungan hidup pasar tradisional memiliki kontribusi yang besar terhadap perekonomian nasional, maka dari itu pemerintah harus mempertahankan keberadaan pasar tradisional.

Perlindungan pasar tradisional di era globalisasi ini dapat dilihat dalam Peraturan Presiden RI No. 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Pembelian dan Toko Modern. Kemudian diikuti dengan Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 56/M-DAG/PER/9/2014 merupakan perubahan atas Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 70/M-DAG/PER/12/2013 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern, dan Peraturan Menteri Dalam Negeri RI No. 20 Tahun 2012 tentang Pengelolaan Dan Pemberdayaan Pasar Tradisional.

Dalam era globalisasi ini tidak di pungkiri bahwa perkembangan pasar modern tidak terbendung lagi, apabila ini di teruskan maka seiring berjalanya waktu pasar tradisional akan terpinggirkan. Untuk menangani masalah ini maka harus dikendalikan dan disiasati oleh instrument hukum. Hukum yang di maksud di sini bukan hukum yang hanya sebagai peraturan (substansi) saja, namun juga dibutuhkan juga komponen yang lain, seperti struktur hukum dan kultur hukum. Apabila ketiga komponen tersebut dapat berjalan secara beriringan maka akan tercipta sebuah kepastian hukum, ketertiban, keadilan dan kemudian akan tercipta pula kedamaian hidup secara internal (dalam negara) maupun eksternal (antar bangsa).

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, A. A. 2020, September. *Pasar Tradisional: Pilar Peradaban Yang Arif, Berbudaya Dan Kreatif Bagi Seluruh Generasi*. In *Talenta Conference Series: Energy and Engineering (EE)* (Vol. 3, No. 1).
- Anshori, M. I., & Islam, H. J. H. P. *Dampak Dari Jarak Antara Toko Modern Dengan Pasar Tradisional Dalam Peraturan Bupati Sidoarjo Nomor 36 Tahun 2016 Tentang Penataan Minimarket Di Kabupaten Sidoarjo Ditinjau Dari Fikih Siyasah* (Studi Kasus Pasar Larangan).
- Candrawati, A. K. S. C. 2015. *Pasar modern dan pasar tradisional dalam gaya hidup masyarakat di kabupaten tabanan, Provinsi Bali*. *JPAP: Jurnal Penelitian Administrasi Publik*, 1(02).

- Dewi, N. K. D. 2018. *Perlindungan Hukum Terhadap Pasar Tradisional Di Era Liberalisasi Perdagangan. Law Reform, 14(1), 1-14.*
- Marfuah, L. H., Yudana, G., & Astuti, W. 2016. *Studi Perkembangan Pasar Tradisional Dan Toko Modern Ditinjau Dari Jarak, Aksesibilitas, Dan Perilaku Konsumen Di Kota Surakarta. ARSITEKTURA, 14(2).*
- Rizqi, C. K., & Mulyanti, D. 2023. *Dampak Globalisasi Terhadap Pasar Tradisional Di Indonesia. Manajemen Kreatif Jurnal, 1(2), 114-122.*