

REVITALISASI PASAR TRADISIONAL DI INDONESIA

Dewi Restu Mangeswuri, dan Niken Paramita Purwanto ¹

Abstract

In order to grow and develop traditional market, the market management should be comfortable to the consumers' traditional market satisfied. Trading in traditional market highly depends on their services in which a better facility should be made in order to increase customers. This study aims to distinguish between traditional and modern market, with using the comparable by strength and weakness of both market. The facts showed that the modern market grown rapidly, while traditional market is stagnant. This mean, market traditional is likely without improved for long time. It needs a clear and strict regulation from government for empowering traditional market to grow and similar with modern market in order to make harmony in mutual needs, mutual strengthening as well as mutual benefits.

Key words: *traditional and modern market, market regulation, partnership program.*

I. Pendahuluan

A. Latar Belakang

Dewasa ini, pasar (tempat pertemuan pembeli dan penjual) di Indonesia tumbuh dan berkembang sangat pesat, namun perkembangan pasar modern jauh lebih cepat dibandingkan pasar tradisional. Hal ini bisa dilihat dari berbagai macam bentuk dan model penjualan. Sementara pasar tradisional masih bertahan dengan pola yang lama sehingga dengan fakta ini menjadi salah satu alasan utama mengapa pembeli cenderung berbelanja di pasar modern yang lebih memberikan pelayanan dan fasilitas yang lebih baik. Sedangkan yang membuat masyarakat belanja di pasar tradisional adalah untuk membeli kebutuhan sehari-hari atau rutin, seperti sayur mayur, daging, lauk pauk dan kebutuhan harian lainnya.

¹ Keduanya kandidat Peneliti P3DI, Setjen DPR

Untuk jenis produk seperti ini, pasar tradisional memang lebih kompetitif dengan kualitas barang yang segar, selain di pasar moderen seperti *supermarket* harga umumnya lebih tinggi karena disajikan dalam kemasan yang lebih baik dan menarik.

Meningkatnya jumlah pasar moderen telah memberikan manfaat bagi konsumen, karena banyak pilihan untuk berbelanja. Persaingan diantara para penjual di pasar tradisional dan pasar moderen juga dirasakan memberikan manfaat karena adanya kompetisi harga dan pelayanan yang baik. Namun, kenyataan ini menimbulkan masalah lain yaitu para pedagang mengalami kelebihan pasokan barang di mana kelebihan pasokan ini, banyak produk-produk yang tidak layak dikonsumsi lagi, tetapi juga menimbulkan masalah pelunasan pembayaran dari pedagang ke pemasok.

Keberadaan suatu pasar bagi konsumen, baik pasar moderen maupun pasar tradisional tergantung pada persepsi konsumen. Persepsi kondisi pasar sendiri berbeda-beda dimana dapat dilihat jelas dari ekonomi pembeli golongan atas dengan pembeli golongan menengah atau bawah². Bagi pembeli golongan atas, merasa lebih menyukai tempat yang nyaman, bersih, tempat parkir yang luas, pelayanan dari pramuniaga yang ramah, dan metode pembayaran tanpa menggunakan uang tunai. Kondisi tersebut adalah kondisi yang dapat ditemukan di pasar moderen, seperti *minimarket*, *supermarket*, pusat berbelanja dan *mall*. Sedangkan bagi pembeli golongan menengah dan bawah lebih senang berbelanja di pasar tradisional, karena mampu melakukan tawar menawar harga, dekat dengan lokasi tempat tinggalnya, dan semua barang kebutuhan sehari-hari tersedia.

Jumlah pasar tradisional di Indonesia lebih dari 13.000 buah dengan jumlah pedagang lebih dari 12 ½ juta orang. Pasar tradisional masih merupakan wadah utama penjualan produk-produk kebutuhan pokok yang dihasilkan oleh para pelaku ekonomi berskala menengah, kecil dan mikro. Mereka adalah para petani, nelayan, pengrajin dan industri rakyat. Jumlah mereka adalah puluhan juta dan sangat menyandarkan hidupnya pada pasar tradisional. Jumlah pedagang yang ingin berjualan di pasar tradisional

² Ardiansyah P, 2009; Pasar Tradisional vs Pasar Modern, artikel ekonomi (online) (<http://www.prakarsa-rakyat.org>), diakses tanggal 12 April 2010).

dari waktu ke waktu mengalami peningkatan. Hal ini berdampak pada kebutuhan tempat yang juga semakin meningkat. Jika tempat tidak tersedia, maka timbul pemaksaan dan pengabaian tata ruang pasar.

Di Jakarta, kondisi pasar tradisionalnya sangat memprihatinkan. Dari total jumlah pasar yang ada, hampir seluruhnya tercatat rusak. Sama dengan kondisi umum pasar tradisional di Indonesia umumnya, pasar di Jakarta juga berusia lebih dari 20 tahun. Dalam kondisi ini, maka yang perlu menjadi perhatian untuk dibenahi adalah political will dari pemerintah untuk memfokuskan pada kebersihan, kumuh dan tidak becek, penataan lokasi penjual sesuai dengan barang yang dijual, lorong untuk pembeli yang lapang dan tidak sumpek, ada pengaturan pencahayaan dan pengaturan udara yang sehat, jaminan keamanan, tersedianya tempat pembuangan sampah yang memadai, adanya pengaturan lalu lintas yang lancar, tersedianya pusat informasi penerangan serta pelatihan kepada pedagang dalam penyelamatan jika terjadi kebakaran yang akhir-akhir ini sering terjadi di mana salah satu penyebabnya adalah saluran pipa air dan instalasi listrik yang tidak baik³.

Di dalam penataan pasar, sebagai pembuat kebijakan. Pemerintah sebenarnya sudah membuat peraturan yang tegas dan implementatif. Sebagai contoh mengenai lokasi pembangunan pasar moderen, sudah ditentukan dalam Perpres Nomor 112 tahun 2007 bahwa lokasi pendirian wajib mengacu pada tata ruang kota, termasuk zonasinya dan mempertimbangkan jarak keberadaan pasar tradisional yang telah ada sebelumnya. Tetapi dalam kenyataannya, masih dijumpai lokasi pendirian pasar moderen yang justru berada bersebelahan atau berdekatan dengan pasar tradisional.

Sejatinya, pasar moderen dan pasar tradisional sudah dibedakan dengan sangat tegas oleh para pembeli dan/atau konsumen. Keduanya belum bisa digabung karena keduanya dibutuhkan oleh penduduk. Idealnya, semua pasar menjadi pasar moderen dan ini juga menjadi impian semua penduduk, tetapi karena kondisi kehidupan penduduk yang

³ Riky Ferdianto, Sebanyak 97 Pasar Tradisional Rusak, (<http://www.tempointeraktif.com>), diakses tanggal 3 Juni 2010

majoritas berpendapatan rendah dengan tingkat pengetahuan yang masih rendah pula, maka masih jauh untuk merubah semua pasar menjadi moderen. Untuk itu, yang diperlukan saat ini adalah bagaimana agar pasar tradisional bisa dibuat menjadi lebih layak sebagai tempat transaksi tanpa harus secara drastis mengubahnya. Jika pasar tradisional bisa dikelola dengan baik dan menarik, maka tidak perlu ada pertentangan atau konflik antara pasar moderen dan pasar tradisional. Keduanya dapat berkembang dengan baik serta nuansa dan daya tariknya sendiri-sendiri. Tidak menutup kemungkinan bahwa golongan berpendapatan tinggi dan menengah juga akan tertarik sesekali mengunjungi pasar tradisional untuk menikmati beberapa hal yang tidak tersedia di pasar moderen.

B. Perumusan Masalah

Masalah utama yang terjadi pada pasar tradisional adalah ketidakmampuan bersaingnya pasar tradisional dengan pasar moderen. Salah satu kendala adalah kondisi bangunan pasar dimana dari jumlah pasar yang ada sekitar 80% sudah berusia 20 tahun.⁴ Pemerintah sudah mencanangkan revitalisasi tetapi tidak memperoleh dukungan dari lembaga keuangan terutama perbankan nasional. Anggaran yang tersedia hanya cukup untuk memperbaiki fasilitas mikro yang ada di pasar-pasar tradisional. Anggaran yang tersedia tidak sebanding dengan kebutuhan untuk memperbaiki seluruh pasar tradisional yang mencapai angka 13.450 pasar.⁵ Masalah-masalah lain yang terkait dengan pengelolaan pasar antara lain: citra negatif pasar tradisional karena kurang disiplinnya pedagang dan pengelola pasar yang tidak profesional, tidak tegas dalam menerapkan kebijakan atau aturan terkait pengelolaan operasional pasar, infrastruktur yang kurang baik termasuk kurangnya fasilitas penunjang, sistem operasional dan prosedur pengelolaan yang tidak jelas, masalah internal pasar seperti buruknya manajemen pasar, sarana dan pasarana yang sangat minim, pasar tradisional sebagai sumber penerimaan retribusi, berkembangnya Pedagang Kaki Lima (PKL) yang mengurangi pelanggan pedagang pasar tradisional, serta minimnya bantuan permodalan.

⁴ Adri Poesoro, *Pasar Tradisional di Era Persaingan Global*, Jakarta: Smeru, 2007.

⁵ Departemen Perdagangan RI, *Pasar Tradisional yang Moderen*, Jakarta, 2008.

Khusus masalah permodalan, perbankan umumnya sulit mengucurkan kredit pembangunan pasar tradisional disebabkan beberapa hal yaitu tidak jelasnya jenis aset pasar tradisional, serta status kepemilikan kios berupa hak pakai, bukan Hak Pengelolaan Lahan (HPL) atau Hak Guna Bangunan (HGB).⁶ Selain kendala tersebut, pasar tradisional juga dihadapkan pada permasalahan belum adanya bank khusus untuk penyaluran kredit investasi revitalisasi pasar tradisional, dan belum dibuatnya standar khusus pelayanan publik pasar tradisional.

Berdasarkan hal tersebut maka pertanyaan kajian yang muncul adalah:

1. Sampai berapa jauh kebijakan revitalisasi pasar tradisional dilakukan agar persaingan antara pasar tradisional dan pasar moderen semakin kecil?
2. Bagaimana upaya-ipaya pemerintah dalam mengantisipasi perlakuan yang sama terhadap pasar tradisional dan pasar modern?

C. Tujuan Kajian

Tujuan kajian ini adalah adalah;

1. Mengkaji kebijakan revitalisasi pasar tradisional dilakukan agar persaingan antara pasar tradisional dan pasar moderen semakin kecil?
2. Mengetahui upaya-ipaya pemerintah dalam mengantisipasi perlakuan yang sama terhadap pasar tradisional dan pasar modern?

II. Kerangka Teori

Pasar berdasarkan pengertian teori ekonomi adalah suatu situasi dimana pembeli (konsumen) dan penjual (produsen dan pedagang) melakukan transaksi setelah kedua pihak telah mengambil kesepakatan tentang harga terhadap kuantitas barang yang menjadi objek transaksi. Kedua pihak, pembeli dan penjual, mendapat manfaat dari adanya transaksi. Pihak pembeli mendapatkan barang yang diinginkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhannya sedangkan penjual

⁶ Zainudin, 2009, Pasar Tradisional Diantara Raksasa Pasar Global, <http://www.sumbawanews.com>, diakses tanggal 12 April 2010.

mendapatkan imbalan pendapatan untuk selanjutnya digunakan untuk membiayai aktivitasnya sebagai pelaku ekonomi produksi atau pedagang.

Berdasarkan Peraturan Presiden RI Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, pengertian Pasar Tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/ dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar. Berdasarkan pengertian tersebut maka salah satu ciri khas dan menjadi kelebihan dari pasar tradisional yaitu bisa dilakukan tawar menawar harga antara penjual dan pembeli. Akan tetapi, yang terjadi saat ini adalah seringkali pasar moderen lebih menawarkan harga yang lebih murah tanpa harus melalui tawar menawar harga. Untuk itu dibutuhkan keseriusan dari pemerintah untuk mengatur mulai dari pendistribusian barang dari pemasok ke tangan pengecer dan penetapan harga barang-barang. Dengan demikian akan terdapat kesamaan dan keadilan bagi sesama pedagang, baik itu pedagang besar maupun kecil. Apabila harga berbeda karena kuantitas pengambilan barang oleh pedagang besar jauh lebih banyak dibanding pengecer, maka perlu ditetapkan berapa besarnya *margin* yang sesuai sehingga tidak terlalu mencolok perbedaannya.

Keragaman produk dengan variasi harga, kualitas, tingkat kenyamanan, keamanan, serta kebersihan menjadi poin positif bagi pasar moderen hingga membawa keunggulan dalam menghadapi persaingan industri ritel. Keunggulan pasar tradisional mungkin juga didapat dari lokasi. Masyarakat akan lebih suka berbelanja ke pasar-pasar yang lokasinya lebih dekat. Akan tetapi pusat-pusat perbelanjaan moderen terus berkembang memburu lokasi-lokasi potensial. Dengan semakin marak dan tersebar nya lokasi pusat perbelanjaan moderen maka keunggulan lokasi juga akan semakin hilang.⁷

⁷ Rhenald Kasali, *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting dan Positioning*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1998.

Tabel 1, Perbandingan Pasar Tradisional dan Pasar Modern

No	Keterangan	Pasar Tradisional	Pasar Modern
1.	Kelebihan	Harga lebih murah	Harga relatif lebih mahal
		Harga bisa ditawar	Harga tidak bisa ditawar
		Mutu relatif masih segar	Mutu terjamin
2.	Kekurangan	Tempat kurang nyaman	Tempat usaha nyaman
		Terjadi sosialisai antara penjual dan pembeli.	Tidak terjadi sosialisasi atau bersifat independen

Sumber: *data diolah*

Untuk itu dalam melakukan pengelolaan pasar, setidaknya dibutuhkan beberapa paradigma sebagai berikut: *Pertama*, paradigma dalam memandang pasar harus bergeser dari tempat bertransaksi ekonomi menjadi ruang publik tempat berlangsungnya interaksi sosial. Pasar yang sukses secara inheren memiliki bermacam-macam ruang yang berfungsi sebagai ruang publik, misalnya jalan, gang, tangga, trotoar, *plaza* terbuka, dan lain-lain, di mana tindakan untuk mencegah masyarakat menggunakan barang publik yang milik umum tersebut akan menjadi sangat mahal atau sulit, karena hak-hak "kepemilikan" terhadap barang-barang tersebut sangat labil dan sulit dispesifikasi secara tegas; *Kedua*, model revitalisasi pasar tradisional difokukan pada upaya memperbaiki jalur distribusi komoditas yang diperjual-belikan di pasar-pasar tradisional. Distribusi disini mengandung makna yang luas, mulai dari pemilahan komoditas; pengangkutan; bongkar muat; pengemasan; hingga penjualan komoditas di pasar; *Ketiga*, pembangunan pasar jangan dihambat oleh kepentingan mencari keuntungan finansial karena pembangunan pasar selain memiliki tujuan sosial juga berperan untuk mereduksi biaya sosial, di mana revitalisasi pasar tradisional harus dipandang sebagai investasi jangka panjang dalam kerangka pengembangan properti kota (*property development*); *Keempat*, modernisasi pasar juga merupakan langkah untuk meningkatkan perekonomian pedagang kecil. Modernisasi pasar disini dimaksudkan sebagai upaya pengelolaan pasar secara moderen sesuai dengan tuntutan kebutuhan masyarakat, sekaligus untuk menghambat beralihnya tempat belanja masyarakat; *Kelima*, model kemitraan pemerintah kota perlu melibatkan pengembang untuk merevitalisasi pasar;

Keenam, pasar tradisional harus dikelola secara kreatif untuk memecahkan persoalan ruang usaha bagi masyarakat⁸.

Dalam kaitan ini, pasar (tempat usaha rakyat) harus diciptakan secara lebih imajinatif, kreatif, dan rekreatif untuk bisa berkompetisi dengan pasar modern seperti *department stores*, *shopping centers*, *mall*, dan sejenisnya yang biasa dipasok sektor swasta. Ragam pasar yang lebih transformatif seperti pasar tematik (pasar elektronik, pasar tekstil, dan lainnya), dapat dikembangkan menjadi model pengembangan pasar moderen agar pasar moderen tidak memonopoli seluruh komoditas yang diperdagangkan di pasar yang menyebabkan daya saing pasar tradisional makin lemah⁹.

III. Pembahasan

A. Kondisi Umum Pasar Tradisional di Indonesia

Menjamurnya pasar moderen dewasa ini telah membuat masyarakat menjadi mudah dan leluasa dalam memilih tempat berbelanja. Hal ini juga berdampak pada gaya hidup moderen yang sudah berkembang saat ini. Kecenderungan untuk lebih mengutamakan kenyamanan dan keamanan lebih dirasakan menjadi faktor utama motivasi mereka berbelanja di pasar moderen. Perkembangan pasar moderen dan keuntungan yang dicapai oleh pasar moderen berbanding terbalik apa dengan pasar tradisional. Dalam kurun waktu 10 tahun ini, pemerintah kurang berperan dalam perbaikan dan persiapan pasar tradisional dalam dunia persaingan menyebabkan tidak adanya ruang untuk bersaing bagi pasar tradisional. Kehadiran pasar moderen secara langsung berdampak pada menurunnya pendapatan pedagang di pasar tradisional. Jika dahulu pasar tradisional yang terkenal dengan barang komoditas yang spesifik dan tidak bisa didapatkan di pasar moderen, tetapi kini semua barang atau komoditi di pasar tradisional juga tersedia di pasar moderen¹⁰.

⁸ Caroline Paskarina, *Revitalisasi Pasar Tradisional, Evaluasi Kebijakan Pengelolaan Pasar*, Bandung: Universitas Padjajaran, 2007.

⁹ Sugiarto, *Berita Media Massa, Menyelamatkan Pasar Tradisional*, 4 April 2009.

¹⁰ Meuthia Rosfadhila, *Mengukur Dampak Keberadaan Supermarket terhadap Pasar Tradisional*, Jakarta: Smeru, 2007.

Sejatinya, sejak tahun 1998, pemerintah membuka pintu lebar-lebar bagi pihak manapun yang akan menanamkan modalnya atau berinvestasi di Indonesia, khususnya investor di pasar ritel.¹¹ Setelah kebijakan tersebut diterbitkan, peritel-peritel asing datang untuk berinvestasi di Indonesia sehingga pertumbuhan pasar moderen sangat cepat, membuat keberadaan pasar tradisional semakin terdesak. Dengan alasan tidak mempunyai dana dan juga pemahaman bahwa revitalisasi pasar merupakan tanggung jawab atau kewajiban pemerintah daerah masing-masing, maka pasar tradisional hanya bisa bertahan dalam kondisi yang sangat memprihatinkan, bahkan tidak sedikit berubah, dan banyak dikuasai oleh pemilik modal dalam negeri, bahkan asing. Hal lain yang juga memperburuk keadaan pasar tradisional yaitu masalah internal pasar terkait dengan pengelolaan pasar. Bangunan pasar tradisional kurang terawat, bau, jorok, dan berada di lingkungan yang kotor (kumuh). Kebersihan yang dianggap faktor utama bagi konsumen benar-benar diabaikan dan tidak segera dilakukan perbaikan.

Selain itu, pasar tradisional masih dipenuhi oleh pedagang non formal, yang masih sulit untuk ditertibkan. Pedagang tidak bisa diatur dan tidak bisa mengatur diri, sehingga membuat situasi semakin runyam dan tidak tertata menjadikan alasan utama mengapa pasar tradisional tidak banyak dikunjungi oleh pembeli yang berada berdekatan di lingkungannya semakin membuat pedagang di pasar tradisional mengalami kerugian. Keberadaan PKL selain membuat lingkungan yang kotor dan semrawut, juga memberikan dampak lain yaitu berkurangnya omzet atau pendapatan penjual di dalam pasar tradisional. Sistem manajemen yang baik guna mengatasi permasalahan PKL perlu dilakukan, yaitu dengan merelokasi tempat lain atau melalui penertiban¹².

Mayoritas pasar tradisional dikelola oleh Pemda setempat, sebagian kecil pasar tradisional dikelola melalui kerjasama antara pemerintah daerah dengan pihak swasta. Tugas pokok pengelola pasar

¹¹ Sri Rahayu, Eksistensi Pasar Tradisional dalam Persaingan dengan Pasar Modern, (<http://www.bisnisbali.com>), diakses tanggal 19 Maret 2010.

¹² Sri Budiyaniti, Dampak Supermarket terhadap Pasar dan Pedagang Ritel Tradisional di Daerah Perkotaan di Indonesia, Jakarta: Smeru, 2007.

adalah menciptakan suasana perdagangan yang kondusif dan layak untuk berusaha. Pembinaan bagi para pedagang juga dipandang penting agar terwujud kelancaran dalam distribusi barang dan jasa, serta kestabilan harga. Hal lain yang dianggap penting juga perlu diupayakan oleh penjual adalah kebersihan dalam berjualan, kualitas barang dagangan, jangan sampai menjual barang dagangan yang sudah tidak layak lagi dikonsumsi

Disamping beberapa kelemahan yang telah disebutkan di atas, pasar tradisional tetap memiliki tempat di hati masyarakat karena keunggulannya dibanding pasar moderen. Diantaranya adalah proses tawar-menawar yang bisa dilakukan, sehingga tercipta kontak (sosialisasi) antara penjual dan pembeli. Jika dibandingkan dengan pasar moderen yang sudah mematok harga dan tidak bisa ditawar lagi, maka pasar tradisional lebih menguntungkan di sisi harga. Selain proses tawar-menawar harga, pasar tradisional juga menyediakan berbagai macam komoditas atau barang-barang yang sesuai kondisi ekonomi, seperti saat terjadi krisis, maka pasar menyediakan berbagai kebutuhan dengan harga yang murah. Hal lain yang juga menjadi faktor pentingnya keberadaan pasar tradisional adalah penyediaan lapangan kerja bagi tukang becak, tukang ojek, kuli panggul, pedagang kecil, pedagang asongan yang secara kasat mata menggambarkan kondisi perekonomian rakyat.

Tidak bisa dibantah lagi bahwa perkembangan pasar moderen yang amat cepat, telah membuat pasar tradisional semakin terdesak. Di sini, berbagai pihak diharapkan bisa mewujudkan cita-cita pemerintah untuk menciptakan harmonisasi yang baik antara pasar moderen dan pasar tradisional. Salah satu arah kebijakan pemerintah adalah dapat mengembangkan kemitraan dengan usaha kecil, sehingga terdapat persaingan tertib, adil, dan keseimbangan kepentingan antara produsen, pemasok, toko moderen dan konsumen¹³. Fasilitas yang sangat baik yang dimiliki pasar moderen telah membuat pasar moderen lebih mampu meraup pangsa pasar. Harga yang ditawarkan juga terkadang lebih rendah, hal ini disebabkan pasar moderen membeli dalam partai besar langsung dari pemasok sehingga dapat menurunkan harga pokok penjualan.

¹³ Perkembangan Pasar Modern Harus Dihentikan, Antara News, 5 Juni 2009.

Sebaliknya, pasar tradisional tidak mampu memberikan harga yang rendah karena harus melewati mata rantai yang panjang mulai dari harga pokok di tingkat produsen (petani) hingga pendistribusian barang sampai ke tangan konsumen.

B. Kondisi Pasar Tradisional di Jakarta

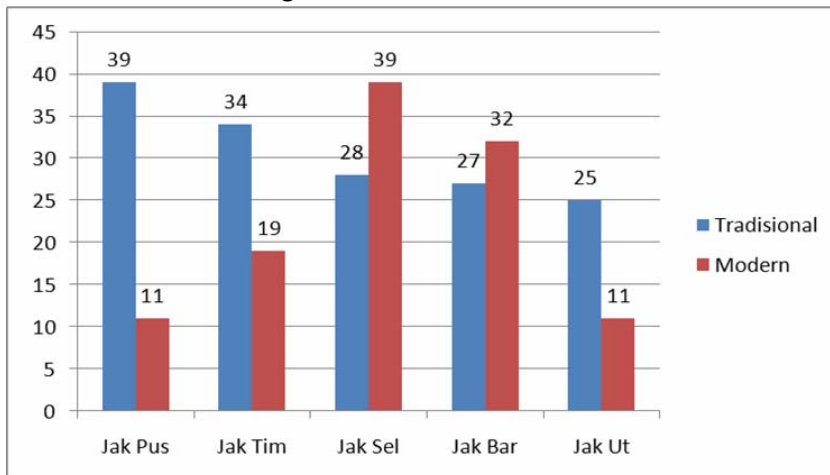
Dewasa ini, pengelolaan pasar tradisional berada dibawah wewenang pemerintah daerah yaitu Dinas Pengelolaan Pasar dan dipimpin oleh seorang kepala pasar yang berstatus PNS dengan tugas mengelola administrasi pasar dan memelihara pasar. Dalam menjalankan tugasnya dibantu oleh beberapa staf yang sifatnya honorer. Pengelolaan pasar hanya berorientasi pada pencapaian target retribusi oleh karena adanya retribusi ini seharusnya pengelolaan pasar tradisional harus memperhatikan aspek kenyamanan dan ketertiban berdagang dan berbelanja. Di Jakarta yang tercatat oleh PD Pasar Jaya, dari total 153 pasar, hanya 29 pasar yang aspek bangunannya masih baik, sisanya 111 pasar dalam kondisi fisik bangunan rusak sedang atau berat dan sisanya 13 pasar rusak ringan.¹⁴

PD. Pasar Jaya selaku pengelola pasar tradisional sampai saat ini mengelola 153 pasar seluruh daerah DKI Jakarta. Pasar yang dikelola terletak di daerah yang strategis, yang umumnya berada dekat dengan pusat pemukiman penduduk atau perumahan. PD. Pasar Jaya diharapkan mampu menciptakan lingkungan pasar yang jauh lebih baik, dengan beragam fasilitas yang memadai, agar dapat menarik minat konsumen untuk belanja disana. Pemerintah perlu untuk memperbaiki kualitas pasar tradisional, demi kelangsungan hidup para pedagang yang berada di area tersebut. Pemberdayaan pedagang kecil harus direncanakan dari sekarang dan perlu implementasi yang nyata demi hajat hidup orang banyak. Jumlah kios kosong mencapai 10 ribu unit atau 10% dari total 100 ribu unit kios atau tempat usaha di 153 pasar tradisional milik PD Pasar Jaya.¹⁵

¹⁴ Adri Poesoro, *Pasar Tradisional di Era Persaingan Global*, Jakarta: Smeru, 2007.

¹⁵ PD Pasar Jaya, 2010, *Profil PD Pasar Jaya*, (<http://www.pasarjaya.com>) diakses tanggal 12 April 2010.

Grafik 1: Perbandingan Pasar Tradisional & Modern di Jakarta



Sumber: Dinas Koperasi UKM dan Perdagangan DKI, Koran Bisnis Indonesia; Selasa, 2010

Berdasarkan studi empiris terdapat pengaruh negatif terhadap pedagang ritel tradisional dengan makin banyaknya pasar moderen. Pedagang yang lebih dulu kalah dalam persaingan adalah pedagang yang menjual makanan olahan, aneka barang dan produk-produk olahan susu diikuti oleh toko-toko yang menjual bahan makanan segar. Mereka hanya bertahan beberapa tahun. Dan yang bertahan hanya pedagang yang menjual produk-produk spesifik atau berada di daerah yang dilindungi keberadaannya dari pasar moderen.¹⁶

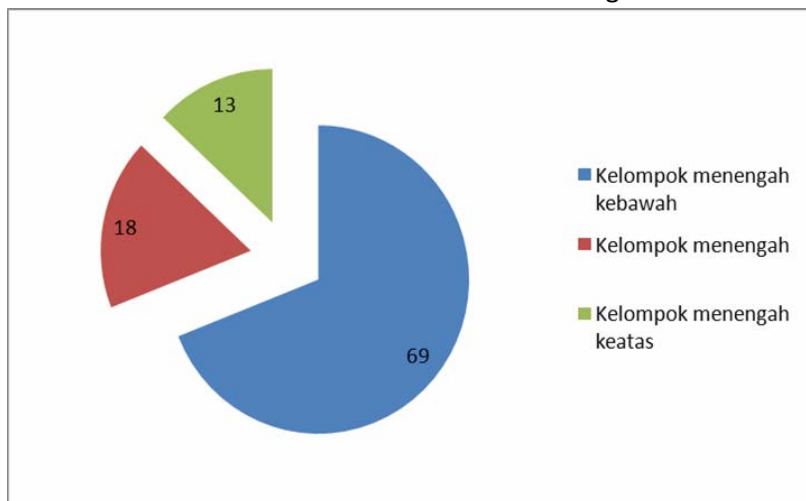
Konsumen di Jakarta dan sekitarnya dapat dikelompokkan kedalam tiga kelompok menengah kebawah. Kelompok menengah berjumlah 18 persen dan kelompok menengah kebawah berjumlah sekitar 69 persen, sedangkan kelompok menengah keatas memiliki porsi sekitar 13 persen.¹⁷ Kelompok menengah keatas adalah kelompok tenaga terampil dan tenaga manajemen yang memiliki pendapatan sangat tinggi untuk dibelanjakan.

¹⁶ Wiboonponse, Aree dan Songsak Sriboonchitta (2006) 'Securing Small Producer Participation in Restructured Nasional and Regional Agri Food System. The Case of Thailand'. Regoverning Markets online (<http://www.regoverningmarkets.org/>), diakses tanggal 6 April 2010.

¹⁷ Karyanto Wibowo, 2009, Pasar vs Pasar, (<http://www.republika.co.id>), diakses tanggal 13 April 2010.

Kelompok menengah merupakan kelompok yang baru tumbuh daya belinya, umumnya terdiri atas tenaga manager muda dan teknisi terampil. Kelompok ini merupakan sasaran pusat perbelanjaan. Kelompok yang terakhir yaitu kelompok menengah kebawah yang umumnya memiliki pendidikan lebih baik dan lebih terbuka dengan alternatif belanja dibanding generasi sebelumnya.

Grafik 2: Konsumen Pasar Berdasarkan Golongan Ekonomi



Sumber: Penelitian First Pacific Davies tahun 2010

Berdasarkan data tersebut, kelompok menengah ke bawah telah menjadi konsumen dari pasar moderen. Maka dari itu, kondisi ini menjadi perhatian pemerintah agar dapat mengembalikan peran pasar tradisional. Peran masyarakat juga sangat penting dalam proses memajukan kembali pasar tradisional. Masyarakat diharapkan tetap mengunjungi pasar tradisional dan melestarikan budaya belanja di pasar tradisional yang masih terdapat proses tawar menawar harga. Selanjutnya adalah peran pemerintah yang sangat diperlukan untuk mempertahankan pasar tradisional adalah dengan melakukan revitalisasi pasar. Gambaran pasar seperti pasar yang becek, kumuh, panas, dan bau yang hanya dikunjungi oleh kaum ekonomi lemah harus berubah pola seperti pasar moderen. Pemerintah dan masyarakat harus bekerjasama dalam rangka menumbuhkan kembali citra pasar tradisional sehingga mampu bersaing di tengah maraknya pasar moderen.

C. Kebijakan Revitalisasi Pasar yang Harus Dilakukan

Dalam upaya membangkitkan kembali citra pasar tradisional sebagai tempat yang ramai diisi oleh penjual dan pembeli yang saling bertransaksi, maka pemerintah merasa perlu untuk melakukan revitalisasi pasar. Revitalisasi pasar disini perlu ditangani cepat karena melihat pertumbuhan pasar moderen yang amat pesat. Tanpa mengurangi fungsi pasar tradisional, hendaknya pasar dikelola ulang dengan mengedepankan kenyamanan dan keamanan. Alokasi anggaran untuk revitalisasi ini dibutuhkan dana yang sangatlah besar. Berdasarkan data dari Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah menyebutkan bahwa pemerintah menyediakan dana sebesar Rp 100 milyar yang harus dibagi untuk revitalisasi seluruh pasar di Indonesia. Dengan adanya revitalisasi pasar, diharapkan mampu menumbuhkan kembali semangat dan menarik minat masyarakat untuk mengunjungi pasar tradisional.¹⁸

Apabila dikaitkan dengan keadaan masyarakat yang saat ini mulai menjauhi pasar tradisional, maka pemerintah harus bersungguh-sungguh untuk mempertahankan eksistensi pasar tradisional. Pasar tradisional tetap menggambarkan roda perekonomian suatu tempat atau wilayah. Sehingga, apabila suatu tempat memiliki pasar yang ramai dan banyak terjadi transaksi jual beli, maka suatu tempat/wilayah tersebut memiliki perekonomian yang baik. Apabila terjadi penurunan daya beli masyarakat di pasar moderen, tentunya para pedagang baik skala kecilpun akan berpikir panjang untuk meneruskan usahanya di pasar tradisional. Apabila revitalisasi jadi dilakukan, sebaiknya benar-benar dipikirkan tata kelola yang baik, dari segi fasilitas memang baik, bersih, dan fasilitas penunjangnya ada.¹⁹

Dalam kaitan ini, revitalisasi pasar dapat dilakukan dengan menyusun sistem pengelolaan pasar yang baik. Pandangan yang selama ini berkembang adalah sebagai tempat melakukan transaksi, diganti dengan pemahaman bahwa pasar merupakan tempat berinteraksi sosial. Pasar

¹⁸ Kemenkop dan UKM, 240 Debitur Terima KUR, (<http://www.depkop.go.id>), diakses tanggal 15 April 2010.

¹⁹ Siringringo, Jakob. Nasib Pasar Tradisional atas Serbuan Pasar Modern, 2009.

yang berhasil adalah pasar yang tidak hanya sebagai sarana umum yaitu terdapat ruang publik yang memungkinkan yang datang tidak saja berbelanja tetapi juga bisa melakukan aktivitas sosial yang lain. Model revitalisasi pasar tradisional ditujukan untuk memperbaiki jalur distribusi komoditi yang diperdagangkan. Berawal dari pemilihan komoditi barang, pengangkutan, bongkar muat, pengemasan sampai barang dagangan. Dalam hal ini revitalisasi pasar sebaiknya dipandang sebagai investasi jangka panjang, sebagai upaya untuk meningkatkan perekonomian pedagang kecil. Apabila pasar telah mampu dikelola secara baik dan efisien maka masyarakat tidak akan menuntut lagi dan beralih ke pasar moderen.

1. Pemberdayaan Pasar Tradisional

Pemerintah dan pemerintah daerah baik bersama-sama ataupun sendiri-sendiri telah melakukan pembinaan dan pengawasan terhadap pasar tradisional dan pasar moderen²⁰, antara lain:

- a. Mengupayakan sumber-sumber alternatif pendanaan untuk pemberdayaan, yaitu bertindak atau melakukan suatu kegiatan untuk mewujudkan suatu keadaan atau hasil yang ingin dicapai oleh sebuah perubahan sosial, yaitu pasar tradisional yang berdaya, memiliki kekuasaan atau mempunyai pengetahuan dan kemampuan bersaing dengan pasar moderen.
- b. Meningkatkan kompetensi pedagang dan pengelola, para pelaku usaha pada pasar tradisional yaitu pedagang dan pengelola diharapkan mampu untuk mengembangkan segala kemampuan dan daya untuk memperbaiki hubungan perdagangan baik dengan produsen ataupun dengan kelompok industri.
- c. Memprioritaskan kesempatan memperoleh tempat usaha bagi pedagang Pasar Tradisional yang telah ada sebelum dilakukan renovasi atau relokasi, hal tersebut sangatlah penting mengingat pasar tradisional masih menjadi tujuan berbelanja sebagian masyarakat.

²⁰ Sebagaimana diatur dalam Perpres RI Nomor 112 tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.

Apabila akan dilakukan relokasi atau renovasi, hendaknya dipikirkan juga kemana akan melanjutkan aktivitas berjualan.

- d. Mengevaluasi pengelolaan, evaluasi yang berkelanjutan perlu untuk dilakukan agar terus tercipta kesinambungan dalam perwujudan harmonisasi yang baik antara pasar tradisional dengan pasar moderen

Sedangkan progam pengembangan pasar tradisional juga telah disusun strategi oleh pemerintah, baik itu jangka pendek maupun jangka menengah-panjang, yang meliputi:

a. Dalam Jangka Pendek

1. Memfasilitasi pembangunan/renovasi fisik pasar
2. Meningkatkan kompetensi pengelola pasar
3. Memberikan program pendampingan pasar
4. Penataan dan pembinaan pasar (Peraturan Presiden No. 112/2007)
5. Optimalisasi pemanfaatan lahan pasar

b. Jangka Menengah - Panjang

1. Pengembangan konsep koridor ekonomi pasar tradisional
2. Perbaikan jaringan suplai barang ke pedagang pasar
3. Pengembangan konsep pasar sebagai koridor ekonomi (pasarwisata)
4. Kompetisi pasar bersih/ penghargaan dan sertifikasi

Adapun dukungan langkah terintegrasi dari pemerintah yaitu berupa:

1. Kebijakan fiska
2. KUR (Kredit Usaha Rakyat)
3. Kredit Lunak Pembangunan Pasar
4. Dukungan DAK untuk infrastruktur perdagangan didaerah
5. *Partnership* (Kemitraan) antara Pemerintah Pusat, Pemerintah daerah, BUMN, dan Swasta.

Untuk meningkatkan usaha pasar tradisional, saat ini pemerintah juga gencar mempromosikan bantuan kredit lunak bagi para pelaku usaha kecil dan menengah (UKM), termasuk pedagang eceran. Kredit tersebut salah satunya adalah Kredit Usaha Rakyat (KUR) yaitu fasilitas pembiayaan dengan tingkat suku bunga yang rendah dan tanpa agunan. Berdasarkan data dari Kementerian Negara Koperasi dan UKM, penyaluran KUR sejak Januari 2008 sampai Januari 2010 mencapai Rp. 17,542 triliun dengan

jumlah debitur 2,4 juta dan rata-rata kredit Rp. 7,24 juta/orang. KUR ini ditujukan bagi pelaku usaha kecil dan menengah serta koperasi yang memiliki prospek bisnis yang baik tetapi belum pernah memanfaatkan layanan bank yang ada. Fasilitas ini juga dapat dimanfaatkan oleh pedagang eceran²¹.

UMKM dan Koperasi yang diharapkan dapat mengakses KUR adalah yang bergerak di sektor usaha produktif antara lain: pertanian, perikanan dan kelautan, perindustrian, kehutanan dan jasa keuangan simpan pinjam. Penyaluran KUR dapat dilakukan langsung oleh UMKM dan Koperasi dengan mengakses KUR di Kantor Cabang atau Kantor Cabang Pembantu Bank Pelaksana. Untuk lebih mendekatkan pelayanan kepada usaha mikro, maka penyaluran KUR dapat juga dilakukan secara tidak langsung, maksudnya usaha mikro dapat mengakses KUR melalui Lembaga Keuangan Mikro dan KSP/USP Koperasi, atau melalui kegiatan *linkage* program lainnya yang bekerjasama dengan Bank Pelaksana²². Dalam pelaksanaan program KUR, terdapat 3 (tiga) pilar penting yaitu Pemerintah berfungsi membantu dan mendukung pelaksanaan pemberian kredit berikut penjaminan kredit, lembaga penjaminan bertindak selaku penjamin atas kredit atau pembiayaan yang disalurkan oleh perbankan, dan perbankan sebagai penerima jaminan yang berfungsi menyalurkan kredit kepada UMKM dan Koperasi.

2. Regulasi Pemerintah

Didorong oleh para pelaku usaha dan pihak lain yang juga berkepentingan, maka dikeluarkanlah Peraturan Presiden No. 112 tahun 2007, tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Tujuan dari peraturan ini adalah untuk menciptakan keseimbangan dalam dunia perdagangan. Melihat kondisi semakin berkembangnya perdagangan eceran skala besar dan kecil, maka pasar tradisional perlu diberdayakan agar dapat tumbuh dan berkembang

²¹ Menkop: KUR Solusi KUKM Hadapi ACFTA, Kabar Ekonomi, 26 Februari 2010.

²² Kemenkop dan UKM, 13 BPD Salurkan KUR, (<http://www.depkop.go.id>), diakses tanggal 15 April 2010.

serasi, saling memerlukan, dan saling memperkuat serta menguntungkan. Peraturan ini dibuat sebagai upaya untuk membina pengembangan industri dan perdagangan barang dalam negeri serta kelancaran distribusi barang. Norma-norma keadilan juga hendaknya ditegakkan demi terciptanya tertib persaingan dan keseimbangan kepentingan antara pemasok, produsen, toko moderen, dan konsumen.

Pemerintah diminta untuk memikirkan masa depan pedagang pasar tradisional, karena berkaitan dengan kepentingan orang banyak dan banyak keluarga. Pembangunan di sektor perekonomian rakyat patut untuk menjadi perhatian pemerintah, karena mengacu pada sasaran Pembangunan Jangka Panjang yaitu pemerataan. Kesungguhan pemerintah untuk memajukan usaha pasar tradisional tidak harus melalui penghambatan pertumbuhan pasar moderen, tetapi dapat dilakukan dengan cara memberikan kesempatan pasar tradisional untuk ikut serta mengambil peluang sehingga eksistensi tetap terjaga. Salah satu cara pemberdayaan adalah dengan membantu jalur akses para pedagang di pasar tradisional untuk memperoleh informasi, permodalan, dan hubungan dagang antara supplier atau pemasok. Pedagang di pasar tradisional sangat membutuhkan beragam informasi mengenai masa depan, peluang, dan hambatan yang akan dijumpai oleh mereka. Dengan begitu mereka memperoleh gambaran akan melakukan apa dalam menyikapi kemungkinan yang terjadi, bisa dengan mengubah pola dagang, atau bisa juga dengan melakukan perubahan sesuai tuntutan konsumen. Dalam hal yang menyangkut produsen, pemasok/supplier, maka pemerintah bisa berperan aktif untuk mengefisienkan rantai pemasaran sehingga dalam perolehan barang dagangan bisa lebih sistematis. Pemerintah dapat juga bertindak sebagai perantara antara para pedagang pasar tradisional dengan para pemasok di lingkungan industri agar bisa memperoleh harga yang murah.

Perlindungan kepada para pelaku usaha kecil, dalam hal ini para pedagang di pasar tradisional sebaiknya dilakukan dengan cara menerapkan aturan pemerintah yang tertuang dalam No. 112 Tahun 2007 (Perpres) dan Peraturan Menteri Perdagangan No. 53 Tahun 2008 (Permendag). Aturan pemerintah telah sangat jelas mengatur mengenai pemberian izin bagi pendirian usaha, mulai dari lokasi pendirian termasuk peraturan zonasinya.

Dipandang dari segi perizinan adalah izin usaha atau izin lokasi, bisa menjadi alat kontrol bagi pemerintah kota/kabupaten untuk mengatur lokasi pasar moderen dan mempertahankan eksistensi pasar tradisional. Soal zonasi atau tata letak pasar tradisional dan pasar moderen juga menjadi permasalahan yang utama, karena terkadang hal ini tidak dipatuhi oleh pelaku usaha.

IV. Penutup

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan di atas dapat disimpulkan, bahwa pasar tradisional memiliki peran yang cukup tinggi dalam menjalankan roda perekonomian Indonesia, hal ini dapat dipastikan karena pasar tradisional dapat meningkatkan pendapatan dan menjadi media penyerapan tenaga kerja. Oleh karena itu pasar tradisional harus diupayakan menjadi tempat yang layak dan menarik untuk dikunjungi oleh berbagai kalangan.

Seiring dengan meningkatnya jumlah pedagang yang ingin berjualan di pasar tradisional maka kebutuhan akan tempat berdagangpun ikut meningkat. Maka pemerintah dalam hal ini harus memperbaiki *layout* pasar agar tidak terjadi pengabaian tata ruang pasar, bisa dengan melakukan edukasi terhadap pedagang agar memiliki kesadaran untuk disiplin serta peduli akan kebersihan dan ketertiban. Karena, daya saing pedagang pasar tradisional akan seimbang apabila terdapat cukup pengetahuan dan informasi akan selera para konsumennya.

Revitalisasi pasar bukan syarat mutlak untuk membuat pasar menjadi lebih baik dan menarik tetapi dapat dilakukan peningkatan dan pemberdayaan pasar agar menjadi tempat yang layak serta menciptakan keunikan dan kekhasan sehingga keberadaannya tidak akan kalah dengan pasar moderen. Disamping itu revitalisasi pasar tradisional harus ditunjang dengan tingkat keamanan, kenyamanan, keamanan, kebersihan serta ketertiban.

Pemerintah perlu membuat peraturan atau kebijakan secara khusus mengenai penanganan pasar moderen dan pasar tradisional. Maka ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam proses pembuatan

kebijakan agar dapat menjaga kelangsungan hidup pasar tradisional seperti: *Pertama*, perbaikan prasarana dan sarana pasar tradisional. Masalah dana yang sering dikeluhkan selama ini jangan dijadikan hambatan untuk pengembangan pasar tradisional tetapi dapat dicarikan solusi dengan menjalin kerjasama dengan pihak swasta. Dalam proses perbaikan sarana dan prasana pasar harus diperhatikan konsep pembangunan sehingga kelak didapatkan pasar yang sesuai keinginan pedagang dan pembeli. *Kedua*, melakukan konsep pembenahan total terhadap kinerja manajemen pasar, saat ini manajemen pasar baik dinas pasar maupun perusahaan daerah belum melakukan tugas dan fungsinya secara optimal dalam menangani manajemen pasar sebagai pengelola. *Ketiga*, Pedagang Kaki Lima (PKL) harus dicarikan solusinya yaitu dengan menyediakan tempat bagi mereka untuk menjual barang dagangannya. *Keempat* tidak adanya pengawasan terhadap standarisasi dalam pengukuran serta timbangan dikarenakan sifat pasar yang terbuka, kedepan diharapkan pengelola pasar dapat melakukan koordinasi dengan pihak-pihak yang kompeten agar dilakukan pengawasan secara rutin agar barang yang dijual di pasar memiliki standarisasi ukuran dan timbangan demi melindungi kepentingan konsumen.

B. Rekomendasi

Pihak pengelola pasar di tingkat kebijakan dan tingkat manajemen sebaiknya memiliki visi dan misi yang jelas tentang arah dan bentuk pasar tradisional yang akan dikembangkan ke depan. Tugas pokok pengelola pasar adalah melakukan pembinaan terhadap pedagang, menciptakan kondisi pasar yang kondusif dan layak untuk berusaha serta mengupayakan kelancaran distribusi barang sehingga tercipta kestabilan harga barang, terutama kebutuhan pokok masyarakat. Salah satu ciri manajemen yang baik adalah apabila setiap fungsi di dalam struktur organisasi memiliki tugas dan tanggung jawab yang jelas, dan tertuang di dalam SOP.

Pengelola pasar harusnya membuat aturan main yang jelas dan kemudian disosialisasikan melalui proses edukasi kepada para pedagang secara rutin dan menyeluruh, sehingga semua penghuni pasar mengetahui isi dan maksudnya. Jika telah dilakukan sosialisasi maka hendaknya dimintakan komitmennya untuk mematuhi peraturan yang telah disepakati

bersama. Pengelola pasar harus bisa bertindak tegas dalam pemberian sanksi bagi siapa saja yang melakukan pelanggaran. Pasar akan terjaga ketertibannya apabila pelaku di dalamnya menaati peraturan dengan baik dan konsekuen dalam melaksanakannya.

Sedangkan dari segi pedagang, perlu untuk terus melakukan pemeliharaan secara berkelanjutan, sehingga umur ekonomis suatu pasar akan bertambah panjang. Jika hal ini tetap dilakukan secara tepat dan berkala tentunya pasar tradisional akan semakin indah dan bersih, serta nyaman. Para pedagang kaki lima juga memerlukan tempat untuk menjual dagangannya. Konsep pasar yang baik hendaknya dapat mengakomodasi kebutuhan para penjual sehingga tidak mengganggu kenyamanan pembeli dan timbulnya kemacetan lalu lintas. Sebaiknya semua penghuni pasar saling membantu demi terciptanya suatu pola pengamanan bersama. Setiap pedagang atau penghuni harus memiliki tanggung jawab tertentu terhadap keamanan pasar.

Akhirnya untuk tetap membuat pasar tradisional tetap eksis di tengah maraknya pasar moderen diperlukan penanganan yang bersinergi terhadap permasalahan yang ada yakni adanya regulasi yang jelas untuk melindungi pasar tradisional, dukungan perbaikan infrastruktur dan sarana pasar, penguatan manajemen pasar serta modal di pasar tradisional.

Daftar Pustaka

Buku - Jurnal

- Adri Poesoro, Pasar Tradisional di Era Persaingan Global, Jakarta: Smeru, 2007.
- Caroline Paskarina, Revitalisasi Pasar Tradisional, Evaluasi Kebijakan Pengelolaan Pasar, Universitas Padjajaran Bandung, 2007.
- Departemen Perdagangan Republik Indonesia, Pasar Tradisional yang Modern, Jakarta, 2008.
- Meuthia Rosfadhila, Mengukur Dampak Keberadaan Supermarket terhadap Pasar Tradisional, Jakarta: Smeru, 2007.
- Rhenald Kasali, Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting dan Positioning, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1998.
- Siringringo, Jakob. Nasib Pasar Tradisional atas Serbuan Pasar Modern, 2009.
- Sri Budiyaniti, Dampak Supermarket terhadap Pasar dan Pedagang Ritel Tradisional di Daerah Perkotaan di Indonesia, Jakarta: Smeru, 2007.

Dokumen

- Perpres RI Nomor 112 tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.

Artikel/Surat Kabar

- Menkop: KUR Solusi KUKM Hadapi ACFTA, Kabar Ekonomi, 26 Februari 2010.
- Perkembangan Pasar Modern Harus Dihentikan, Antara News, 5 Juni 2009.
- Sugiarto, Berita Media Massa, Menyelamatkan Pasar Tradisional, 4 April 2009.

Internet

- Ardiansyah P, 2009, Pasar Tradisional vs Pasar Modern, Artikel Ekonomi, (online), (<http://www.prakarsa-rakyat.org>), diakses tanggal 12 April 2010)

- Karyanto Wibowo, 2009, Pasar vs Pasar, (<http://www.republika.co.id>), diakses tanggal 13 April 2010.
- Kemenkop dan UKM, 13 BPD Salurkan KUR, (<http://www.depkop.go.id>), diakses tanggal 15 April 2010.
- PD Pasar Jaya, 2010, Profil PD Pasar Jaya, (<http://www.pasarjaya.com>) diakses tanggal 12 April 2010.
- Wiboonponse, Aree dan Songsak Sriboonchitta (2006) *'Securing Small Producer Participation in Restructured Nasional and Regional Agri Food System. The Case of Thailand'. Regoverning Markets online* (<http://www.regoverningmarkets.org/>), diakses tanggal 6 April 2010.
- Zainudin, 2009, Pasar Tradisional Diantara Raksasa Pasar Global, (<http://www.sumbawanews.com>), diakses tanggal 12 April 2010.
- Sri Rahayu, Eksistensi Pasar Tradisional dalam Persaingan dengan Pasar Moderen, (<http://www.bisnisbali.com>), diakses tanggal 19 Maret 2010.
- Riky Ferdianto, 2010, Sebanyak 97 Pasar Tradisional Rusak, (<http://www.tempointeraktif.com>), diakses tanggal 3 Juni 2010.

