

Sekilas Mengenai Upaya Memberdayakan Pasar Rakyat

Oleh :

Woro Wulaningrum*

Naskah diterima: 07 Juli 2015; disetujui: 15 Juli 2015

Eksistensi pasar rakyat yang lebih dikenal dengan pasar tradisional, sepertinya masih dipandang sebelah mata oleh sebagian masyarakat pada saat ini. Hal ini memang tidak bisa dipungkiri karena pasar rakyat stigmanya merupakan pasar yang kotor, becek pada musim hujan, bangunan tidak terawat, penataan jenis barang dagangan tidak teratur, dan terbatasnya area parkir. Kondisi inilah yang dapat menjadi salah satu penyebab tidak berkembangnya pasar rakyat sehingga jumlahnya mengalami penurunan. Sebagaimana diungkapkan dari hasil survei A Nielsen, bahwa pada 2007 pasar rakyat di Indonesia ada 13.550, namun pada 2009 jumlahnya berkurang menjadi 13.450 unit, bahkan merosot menjadi 9.950 unit pada 2011. Pertumbuhan pasar rakyat minus 8%, sebaliknya pasar modern tumbuh 31,4%. (*Pasar Tradisional, Rumah Ekonomi Rakyat*, Kompas 18 Juni 2015, hal 17). Selanjutnya menurut Ikatan Pedagang Pasar Indonesia (IKAPPI), penurunan jumlah pasar tersebut disebabkan oleh ekspansi yang dilakukan oleh pasar modern yang merambah sampai ke pelosok desa. (*Pasar Tradisional Berkurang 3.000 unit, Apa penyebabnya?* Mengenai pertumbuhan pasar modern, dengan mengacu data Kementerian Perdagangan per Agustus 2014 jumlah

pasar modern yang ada di seluruh Indonesia mencapai 23.000 unit. Dari total angka tersebut, 14.000 diantaranya berupa minimarket dan 9.000 lainnya berupa supermarket.

Dengan melihat jumlah pasar yang menurun, maka sangat dibutuhkan kerjasama antara Pemerintah dan Pemerintah Daerah untuk membangun, memberdayakan dan meningkatkan kualitas pengelolaan pasar rakyat, sebagaimana telah diatur dalam Pasal 13 ayat (1) UU No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (UU Perdagangan). Membangun dan memberdayakan pasar rakyat sangat penting, mengingat pasar rakyat merupakan salah satu sarana dalam melaksanakan kegiatan ekonomi masyarakat, sehingga banyak pedagang kecil, koperasi serta usaha mikro, kecil, dan menengah yang mempunyai harapan besar terhadap keberadaan pasar tersebut. Dengan adanya pasar rakyat dapat menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, menambah dan meningkatkan kesempatan berusaha, dan meningkatkan potensi ekonomi daerah.

Perlu disampaikan yang dimaksud dengan pasar rakyat adalah tempat usaha yang ditata, dibangun, dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, swasta, Badan Usaha Milik Negara, dan/atau

Badan Usaha Milik Daerah dapat berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil dan menengah, swadaya masyarakat, atau koperasi serta usaha mikro, kecil, dan menengah dengan proses jual beli barang melalui tawar-menawar (Penjelasan Pasal 12 ayat (1) huruf a UU Perdagangan).

Upaya untuk Memberdayakan Pasar Rakyat

Menciptakan pasar yang tertib, teratur, aman, bersih dan sehat merupakan salah satu tujuan pengelolaan dan pemberdayaan pasar tradisional (Pasal 2 Pemendagri No. 20 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional). Untuk mencapai tujuan tersebut, tentu saja bukan hanya tugas pengelola pasar dan pedagang, tetapi juga menjadi tugas dan tanggung jawab Pemerintah dan Pemerintah daerah. Salah satu upaya yang dilakukan Pemerintah, dalam hal ini Kementerian Perdagangan (Kemendag), yaitu dengan melakukan revitalisasi pasar. Revitalisasi pasar artinya perubahan pasar secara fisik dan pengelolaannya dilakukan secara modern yang bertujuan untuk memacu pertumbuhan pasar dengan menyelaraskan pasar dengan lingkungannya, serta sesuai dengan tuntutan kebutuhan masyarakat.

Pertimbangan adanya revitalisasi pasar karena banyak pasar modern seperti minimarket, supermarket bahkan hipermarket di kota metropolitan telah merambah ke kota kecil, dan adanya tuntutan dan konsekuensi dari gaya hidup modern yang berkembang di masyarakat

(www.kemendag.go.id). Kemendag pada empat tahun terakhir (sampai Desember 2014) sudah merevitalisasi 505 pasar tradisional dengan dana yang berasal dari dana alokasi khusus dan tugas pembantuan APBN (Kemendag). Pada 2015 terdapat anggaran Kemendag sebesar Rp.307 miliar untuk 37 pasar dari dana tugas pembantuan. Kemudian, ditambah alokasi dana Rp.690 miliar untuk 335 pasar dari dana alokasi khusus, total mencapai Rp.997 miliar. Kriteria utama pasar yang direvitalisasi, yaitu belum pernah mendapat bantuan sama sekali, 50% dari pasar yang akan direvitalisasi telah berumur 25 tahun, pernah mengalami bencana (misalnya banjir dan kebakaran), pasar di daerah tertinggal, dan dekat perbatasan/wilayah terluar. (www.kemendag.go.id).

Melalui revitalisasi pasar diharapkan adanya perubahan "wajah" pasar tradisional menjadi lebih higienis, nyaman dan teratur dan mengutamakan kepentingan pedagang dan konsumen. Selain itu, mendorong kesadaran pedagang melakukan sanitasi lingkungan, kesehatan, dan menjual produk yang higienis, serta mendorong kesadaran masyarakat dan pedagang pentingnya mutu dan keamanan produk. (www.kemendag.go.id). Menurut Dirjen Perdagangan Dalam Negeri Kemendagri, melalui revitalisasi pasar selama empat tahun terakhir, sebanyak 52 pasar yang menjadi percontohan mengalami kenaikan omzet berkisar 100% hingga 213 % (Kompas, 23 Desember 2014).

Selain Kemendag, keterlibatan kementerian lain terkait, seperti

Kementerian Koperasi dan UMKM juga sangat dibutuhkan mengingat pasar rakyat dapat dimiliki/dikelola koperasi dan usaha mikro, kecil, dan menengah. Oleh karenanya perlu diberdayakan melalui pengembangan iklim yang kondusif dan pengembangan usaha perdagangan.

Upaya lain yang harus segera dilakukan oleh Pemerintah dan Pemerintah Daerah terhadap pelaku usaha, yaitu dengan mengimplementasikan manajemen pengelolaan pasar yang profesional, memfasilitasi akses penyediaan barang dengan mutu yang baik dan harga yang bersaing, dan/atau memfasilitasi akses pembiayaan kepada pedagang pasar di pasar rakyat (Pasal 13 ayat (2) UU Perdagangan). Melalui upaya tersebut diharapkan pembeli lebih memilih belanja di pasar rakyat daripada di toko swalayan, karena tempatnya bersih, nyaman, menyediakan berbagai kebutuhan pangan dan sayuran sehari-hari, dan tersedianya barang yang bermutu.

Selanjutnya mengenai akses pembiayaan, diharapkan setiap Pemerintah Daerah membentuk perusahaan penjamin kredit bagi mikro kecil dan menengah untuk mengakses pinjaman, mengingat sampai dengan triwulan ketiga 2015 baru beroperasi 15 Perusahaan Penjamin Kredit Daerah (PPKD) diseluruh wilayah Indonesia (*geotimes.co.id*). Jumlah PPKD tersebut belum sebanding dengan jumlah pasar rakyat yang ada sehingga dibutuhkan PPKD yang tidak hanya didirikan di daerah perbatasan dan terluar, tetapi juga di

kota-kota besar mengingat banyak toko swalayan, khususnya minimarket yang berdiri di kawasan padat penduduk utamanya di lingkungan perumahan kota.

Selain itu, saat ini ada upaya Pemerintah untuk membantu permodalan bagi pedagang pasar yang akan menurunkan suku bunga kredit usaha rakyat dari 12% menjadi 9 % pertahun pada 2016 (Kompas, 1 Juli 2015). Untuk mewujudkan kebijakan tersebut tentunya dibutuhkan regulasi supaya dapat menciptakan kepastian bagi pelaku usaha, khususnya pedagang dalam menjalankan usahanya karena mereka merupakan salah satu pelaku penggerak roda perekonomian daerah.

Selanjutnya upaya lain yang perlu dilakukan oleh Pemerintah Daerah baik Provinsi maupun Kabupaten/Kota dengan melakukan pembinaan terhadap pedagang. Pembinaan sangat dibutuhkan, mengingat mereka mempunyai latar belakang jalur, jenjang, jenis pendidikan, dan usia serta pengalaman usaha yang berbeda-beda. Pembinaan tersebut misalnya berkaitan dengan pengelolaan administrasi dan keuangan, penataan jenis barang, pemilihan mutu barang, kebersihan barang dan lokasi dagang, serta pemberian pelayanan terhadap konsumen. Pembinaan ini tentunya dengan melibatkan koordinasi dari satuan kerja perangkat daerah terkait sesuai dengan tugas dan wewenangnya (seperti: dinas perdagangan, dinas perindustrian, dinas kesehatan, serta dinas koperasi dan UMKM).

Selanjutnya, untuk mendukung supaya pasar rakyat lebih berkembang

dan berdaya, selain dilakukannya revitalisasi pasar rakyat dibutuhkan pula kehati-hatian Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota dalam memberikan ijin pendirian sarana perdagangan, khususnya

minimarket. Mengingat sampai dengan saat ini banyak berdiri minimarket yang jaraknya sangat dekat, bahkan berdampingan dengan pasar rakyat.

* Perancang Undang-Undang Bidang Kesra, Sekretariat Jenderal DPR RI.

RechtsVinding Online