

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ekonomi pasar merupakan suatu sistem ekonomi yang dikontrol, diatur, diarahkan dan dikendalikan oleh pasar itu sendiri. Sebagai pusat dari kegiatan ekonomi, pasar menjadi tempat bertemunya antara penjual dan pembeli. Bangsa Indonesia telah lama mengenal pasar khususnya pasar tradisional. Pasar Tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli secara langsung.¹ Tidak sedikit masyarakat miskin yang menggantungkan hidupnya lewat pasar tradisional ini dengan menjadi pedagang. Maka biasanya pasar tradisional itu punya hubungan dengan toko-toko kecil yang berada di dusun-dusun sebagai tempat kulakan. Di pedesaan, pasar tradisional pun juga punya hubungan dengan pasar tradisional di pedesaan sekitarnya dan juga pasar tradisional diperkotaan yang menjadi pusat kulakan bagi pedagang pasar-pasar di pedesaan.

Pasar tradisional dalam pandangan atau pendekatan substantive, bukan sekedar tempat untuk jual beli atau transaksi yang bersifat ekonomi semata. Dengan menggunakan pendekatan substantive terlihat bahwa pasar tradisional dan fenomena ekonomi lainnya bukan sekedar aktivitas semata, akan tetapi merupakan suatu keseluruhan aktivitas

¹ NahdliyuLissa, *Pengaruh Pasar Modern Terhadap Pedagang Pasar Tradisional*, (Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta: 2010), hal 2.

sosio kultural.² Pasar tradisional sebenarnya menawarkan banyak kelebihan. Selain harga yang diberikan lebih murah, berbagai macam kebutuhan dipasar tradisional masih bisa ditawarkan.

Hal itu sangat cocok dengan masyarakat Indonesia, khususnya untuk golongan masyarakat menengah ke bawah, yang ingin mencari barang ataupun kebutuhan dengan harga serendah-rendahnya. Meskipun konsekuensinya kualitas yang “relatif miring” dibanding dengan pasar modern. Pasar tradisional adalah contoh nyata dari hidup berbhineka tunggal ika. Ada banyak suku dan karakter bertemu dan hidup untuk bersaing di pasar.

Pedagang pun memainkan perannya masing-masing, namun tetap harmonis. Walaupun mereka berbeda suku tetapi punya tekad untuk menyatu ketika sedang melayani pembeli. Pedagang tersebut biasanya akan menitipkan barang dagangannya pada teman sesama pedagang yang terdekat. Soal harga pedagang, sesama pedagang itu sudah tahu standarnya dari suatu produk. Seorang pedagang dituntut untuk pandai merayu pembeli, salah satunya dengan cara menggunakan bahasa sehari-harinya.

Disisi lain sebagai pembelipun juga tidak mau kalah, sering dijumpai menyapa pedagang dengan sapaan misalnya uda, uni, koh, cik, lek, kang dan lain sebagainya, meski mereka berbeda suku. Sapaan tersebut pada dasarnya mengandung makna berupa rayuan agar diberi

² Mohamad Tohari, 2018. *Hukum Persaingan Usaha*, Surakarta: Penerbit Taujih, hal 150.

harga murah. Pasar dengan persaingan ekonomi yang sering tidak sehat, stigma, dan *Streotif* para pelaku juga menempel. Seperti cap pelit, kasar, selalu memberi harga mahal hingga kerap menipu atau tidak jujur pada konsumen. Hal ini sebagaimana terdapat pada pasal 1 butir ke enam UU No 5 Tahun 1999 yaitu Persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antara pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha. Didukung dengan kondisi pasar yang kumuh dan semrawut seakan dibiarkan saja tanpa perhatian dari pemerintah. Aparat birokrasi yang bertugas didalamnya justru mencari keuntungan.

Namun kehadiran dari menjamurnya pasar modern sering dianggap oleh berbagai kalangan telah menyudutkan atau bahkan menggeser keberadaan atau eksistensi dari pasar tradisional terutama di perkotaan. Lebih lanjut ditemukan, bahwa pasar tradisional yang lokasinya berada dekat dengan supermarket terkena dampak yang lebih buruk dibanding dengan yang berada jauh dari supermarket. Hal ini memunculkan pandangan tersendiri dari masyarakat yang beragam, ketika banyak pedagang pasar tradisional yang gulung tikar diakibatkan oleh menjamurnya pasar modern. Hal ini menghadirkan banyak sekali perdebatan mengenai pasar tradisional melawan pasar modern, Seperti dalam hal penurunan omzet penjualan.

Sebenarnya penurunan kinerja dari pasar tradisional tidak disebabkan oleh hadirnya pasar modern. Masalah internal pasar menjadi

permasalahan di hampir seluruh pasar tradisional di Indonesia yang dapat mengurangi pelanggan pedagang pasar serta juga perubahan selera konsumen (masyarakat). Aparat birokrasi yang bertugas didalamnya justru mencari keuntungan dari kisruh yang kerap melanda pasar. Mereka mengambil uang dari retribusi, uang parkir, keamanan, dan sebagainya, ironisnya yang masuk ke daerah hanya sedikit lalu selebihnya habis untuk dibagi-dibagi oleh para oknum. Dengan keadaan seperti itu jelas sangat menguntungkan bagi pasar modern terutama bisnis retail. Selain itu tidak sedikit konsumen yang pindah, coba-coba (*trial*), dan cari alternatif (*switching*) dari pasar tradisional ke pasar modern. Ini wajar terjadi karena kondisi pasar tradisional identik dengan becek, semrawut, kurang nyaman. Inilah sisi kelemahan pasar tradisional yang dimanfaatkan sebagai daya jual untuk pasar modern. Misalnya pada supermarket menyediakan tempat yang nyaman, rapi, teratur, bersih, aman, ber-AC, dan pembeli dapat memilih dengan leluasa. Bisnis ritel seperti ini sudah bukan hanya berdiri di kabupaten dan perkotaan saja, tetapi sudah berdiri di kecamatan maupun pedesaan. Contoh bisnis ini yang paling terkenal di kalangan masyarakat yaitu Alfamart dan Indomaret. Karena keduanya menyediakan berbagai macam produk sehari-hari dengan harga yang sudah ditempelkan dengan jelas dalam produknya dengan layanan 24 jam, tempat lebih nyaman, bersih, pengambilan barang secara mandiri oleh konsumen, mayoritas produk yang dijual di pasar modern Alfamart dan Indomart itu sama dengan produk yang dijual di pasar tradisional dan selain itu pelayanannya ramah serta sering melakukan diskon dan promo

produk membuat keberadaan keduanya sangat diapresiasi oleh masyarakat sekitar.

Menurut Wiboonpongse dan Sriboonchitta pedagang tradisional mempunyai karakteristik yang kurang baik dalam strategi perencanaan, terbatasnya akses permodalan yang disebabkan jaminan (*collateral*) yang tidak mencukupi, tidak adanya skala ekonomi, tidak mempunyai jaminan kerja sama dengan pemasok besar, manajemen pengadaan yang buruk, dan lemahnya kemampuan dalam menyesuaikan keinginan konsumen.³ Di Indonesia khususnya di daerah Karanganyar, Penulis tertarik untuk meneliti pada tingkat Eks. Kawedanan, Karena didalam Eks. Kawedanan itu di dalamnya terdapat beberapa kecamatan-kecamatan. Penulis memilih wilayah Eks. Kawedanan Karangpandan yang meliputi Kecamatan Karangpandan, Kecamatan Matesih, Kecamatan Tawangmangu, Kecamatan Ngargoyoso, Kecamatan Kerjo, dan Kecamatan Jenawi. Kemudian penulis melakukan observasi enam kecamatan yaitu Kecamatan Matesih, Kecamatan Karangpandan, Kecamatan Tawangmangu, Kecamatan Ngargoyoso, Kecamatan Jenawi, dan Kecamatan Kerjo. dibawah ini adalah data – data awal yang dapat diperoleh penulis dari lima kecamatan tersebut :

³ Aryani, 2011. *Efek Pendapatan Pedagang Tradisional Dari Ramainya Kemunculan Minimarket Di Kota Malang*, dalam Mahmudah Masyhuri.,2017,*Jurnal Akuntansi dan Pendidikan*, Vol 6, Madiun, hal.60

Tabel 1. Data Pasar Tradisional di Kawedanan Karangpandan

No	Nama Kecamatan	Jenis Barang	Jam Operasional	Jumlah Pasar
1	Matesih	Umum (bahan sembako ,sayur ,buah, daging)	24 jam setiap hari	3
2	Karangpandan	Umum	24 jam setiap hari	2
3	Tawangmangu	Umum	24 jam setiap hari	2
4	Ngargoyoso	Umum, jajanan pasar	Pasaran jawa legi,pon jam 04.55-18.00 dan 2 minggu sekali sabtu – minggu jam 11.00-19.00	2
5	Jenawi	hasil petani sayur mayur	05.00-18.00 setiap hari, 07.00-16.00 setiap hari, 08.00-14.00 setiap hari	3
6	Kerjo	Hasil pertanian setempat	09.00-16.00 setiap hari, pasaran jawa pahing dan wage	3

Tabel 2. Data Pasar Modern di Kawedanan Karangpandan

No	Nama Kecamatan	Jenis barang	Jam Operasional	Jumlah pasar
1	Matesih	Umum, Pakaian, Sepatu, Alat-alat perlengkapan	08.00-23.00 jam setiap hari, 10.00-21.00 setiap hari	12
2	Karangpandan	Pakaian,sepatu,makan-an minuman ringan	08.00-23.00 setiap hari, 09.00-22.00 setiap hari	4
3	Tawangmangu	Makanan minuman ringan,gula, sabun, teh	07.00-20.00 setiap hari, 06.00-16.00 setiap hari	2
4	Ngargoyoso	Makanan minuman ringan	06.00-21.00 setiap hari	2
5	Jenawi	Kebutuhan pokok sehari-hari	08.00-21.00 setiap hari	1
6	Kerjo	Perlengkapan,kebutuhan sehari-hari	06.30-20.30 setiap hari dan 24 jam	2

Berdasarkan uraian data diatas, enam kecamatan ini mempunyai pasar tradisional yang cukup besar dan cukup berpengaruh bagi roda perekonomian masyarakat di kecamatan-kecamatan tersebut. penulis mencatat ada 15 pasar tradisional yang berada di Eks. Kawedanan Karangpandan dan ada sekitar 23 pasar modern yang berdiri di Wilayah

Kawedanan Karangpandan. Maka terjadilah ketimpangan, jumlah pasar tradisional yang lebih sedikit daripada pasar modern, bahkan tiga dari tujuh pasar tradisional yang penulis teliti tersebut letaknya sangat berdekatan dengan pasar modern, yang khusus dibahas tidak hanya Alfamart dan Indomart saja dan adapula supermarket yang lokasinya berhadapan langsung di depan pasar tradisional, kasus ini terjadi di Kecamatan Matesih dan Kecamatan Karangpandan. Tentu keadaan seperti ini akan mengancam eksistensi dari pasar tradisional yang notabene sudah sangat lama terbentuk sebelum adanya pasar modern menjamur diberbagai daerah.

Maka dari itu, penulis tertarik untuk memperdalam dan mencari solusi dampak keberadaan pasar modern terhadap pasar tradisional di Kawedanan Karangpandan. Agar tercipta keharmonisan hubungan antara pasar modern dengan pasar tradisional di Kawedanan karangpandan. Berdasarkan uraian diatas, maka Penulis terdorong untuk meneliti lebih lanjut mengenai **“ANALISIS DESKRIPTIF HARMONISASI PASAR TRADISIONAL DENGAN PASAR MODERN DI EKS. KAWEDANAN KARANGPANDAN”**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana potret kondisi pasar tradisional dan pasar modern dikawasan Eks. Kawedanan Karangpandan?
2. Bagaimana solusi untuk mengharmoniskan pasar tradisional dengan pasar modern dikawasan Eks. Kawedanan Karangpandan?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian :

- a. Untuk mengetahui bagaimana potret kondisi pasar tradisional dan pasar modern di Eks. Kawedanan Karangpandan
- b. Untuk mengetahui solusi untuk mengharmoniskan pasar tradisional dengan pasar modern dikawasan Eks. Kawedanan Karangpandan

2. Manfaat Penelitian :

a. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu pengetahuan dibidang hukum pada umumnya dan Hukum Administrasi Negara pada khususnya mengenai harmonisasi antara keberadaan pasar tradisional dengan pasar modern dan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai literatur terhadap penelitian-penelitian sejenis untuk tahapan berikutnya.

b. Secara Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan jawaban dan solusi kepada pihak-pihak yang terkait dengan masalah yang diteliti
2. Untuk menjawab permasalahan yang diteliti oleh penulis yaitu solusi untuk mewujudkan keharmonisan antara keberadaan pasar tradisional dengan pasar modern.

D. Kerangka Pemikiran

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung, biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Syarat awal adanya aktivitas kehidupan manusia terutama dilingkungan pasar tradisional adalah melalui interaksi. Penyebab interaksi ada dua yaitu kontak sosial dan komunikasi. Kontak sosial dapat bersifat positif dan negatif. Kontak sosial yang bersifat positif mengarah pada kerjasama, sedangkan kontak sosial yang bersifat negatif dapat mengarah pada suatu pertentangan atau bahkan tidak menghasilkan interaksi sama sekali.⁴ Sementara toko modern atau pasar modern menurut pasal 1 butir ke tiga Permendag No 53/M-DAG/PER/12/2008 adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk Minimarket, Supermarket, Department Store, Hypermarket ataupun grosir yang berbentuk perkulakan

Penjual dan pembeli memungkinkan terjadi interaksi sosial yang cenderung kepada kontak sosial yang bersifat primer, seperti proses tawar menawar barang atau jasa. Para pembeli memiliki pembelian yang berbeda dalam hal berbelanja di pasar tradisional dan pasar modern, Misalnya dalam membeli kebutuhan sehari-hari yang berupa bahan-bahan segar seperti daging, ikan, sayur, dsb para pembeli lebih memilih ke pasar

⁴ Mohamad Tohari, (2018). *Hukum Persaingan Usaha*, Surakarta: Penerbit Taujih, hal 150.

tradisional karena barangnya lebih segar, harganya pun lebih murah, dan dari segi kualitas tidak kalah, bahkan lebih baik kualitasnya. Sedangkan untuk belanja barang yang persediaannya untuk bulanan seperti minyak goreng, gula, detergen, peralatan mandi, dsb, para pembeli tentu lebih memilih pasar modern, selain itu juga bisa menjadi sarana *refreshing* dan rekreasi.

Pasar tradisional sebenarnya menawarkan banyak kelebihan. Selain harganya yang diberikan lebih murah, berbagai macam kebutuhan dipasar tradisional masih bisa ditawarkan. Hal itu sangat cocok dengan masyarakat Indonesia, khususnya untuk golongan menengah ke bawah, yang ingin mencari barang ataupun kebutuhan dengan harga serendah-rendahnya meskipun konsekuensinya kualitas yang “relatif miring” dibanding dengan pasar modern. Jadi, Eksistensi pasar menjadi sangat penting mengingat pasar merupakan bertemunya pembeli dan penjual dalam memenuhi kebutuhan hidup manusia yang menjadi indikator tingkat perekonomian masyarakat.

Pedagang adalah bagian dari Usaha Mikro kecil dan Menengah (UMKM) yang selama ini dikenal sebagai katub perekonomian nasional. Saat ini, jumlah UMKM di Indonesia sebanyak 55 juta. Dari angka itu, sebanyak 45 persen atau 22 juta di antaranya, bekerja sebagai pedagang di pasar tradisional.⁵ Makin maraknya perkembangan pasar modern seperti minimarket, supermarket akhir-akhir ini telah menggeser peran pasar

⁵ Herman Malano, 2011, *Selamatkan Pasar Tradisional, : Potret Ekonomi Rakyat Kecil*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, hal. 5-6.

tradisional. Saat ini pasar modern seperti swalayan sudah sangat mudah dijangkau oleh masyarakat kelas bawah dengan membuka gerai-gerai sampai wilayah kecamatan. Bahkan tidak sedikit dua gerai pasar modern tersebut berhadapan-hadapan atau mengapit pasar tradisional. Kondisi ini memicu persaingan untuk memperebutkan konsumen, bahkan kondisi tersebut sedikit banyak akan memberi dampak pada keberadaan pedagang disekitar pasar tradisional yang memiliki kemiripan barang dagangan dengan yang ada pada pasar modern.

E. Metode Penelitian

1. Metode Pendekatan

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan Yuridis Empiris. Pendekatan Yuridis Empiris merupakan cara prosedur yang digunakan untuk memecahkan masalah penelitian dengan meneliti data sekunder terlebih dahulu untuk kemudian dilanjutkan dengan mengadakan penelitian terhadap data primer dilapangan-lapangan.⁶

2. Jenis Pendekatan

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Deskriptif yaitu dengan memberikan gambaran atau mendeskripsikan tentang suatu keadaan secara objektif. Maka peneliti bisa memberikan gambaran atau deskripsi dari dampak keberadaan

⁶ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, 2006, *Penelitian Hukum Normatif suatu Tinjauan Singkat*, Jakarta: Radja Persada, hal.52.

pasar modern terhadap pasar tradisional di kawasan Eks. Kawedanan Karangpandan.

3. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pasar tradisional dan pasar modern yang berada di wilayah Eks. Kawedanan Karangpandan

4. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer disebut juga data asli atau data baru. Data primer merupakan data yang diperoleh dari studi lapangan yang tentunya berkaitan dengan pokok penulisan. Teknik penelitian ini untuk mengumpulkan data primer dengan cara penelitian Observasi, wawancara, dan diskusi terfokus. Pihak yang akan diwawancarai merupakan narasumber, meliputi :

- Beberapa pedagang-pedagang di pasar tradisional
- Beberapa pembeli di pasar modern

b. Data Sekunder

Data Sekunder ialah data yang diperoleh oleh suatu organisasi atau perorangan yang berasal dari pihak lain yang pernah mengumpulkan dan mengolahnya sebelumnya.⁷ Data sekunder diperoleh atau didapatkan peneliti dari berbagai sumber yang

⁷ Amiruddin dan Zaenal Asikin, 2012, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Jakarta, Rajawali Pers, hal. 30

telah ada, dengan mempelajari buku, dokumen, dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

5. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah sebagai berikut :

a. Studi Kepustakaan

Dilakukan dengan cara menelaah, membaca buku atau mempelajari, mencatat, dan mengutip buku, peraturan perundang-undanganyang berkaitan dengan masalah yang dibahas.

b. Studi Lapangan

Dilakukan dengan cara turun langsung ke lokasi penelitian untuk mendapatkan data primer yang dilaksanakan dengan wawancara dengan berpedoman pada daftar pertanyaan yang disiapkan sebelumnya.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan *Populasi Study* yang homogen, dalam populasi yang sudah ditentukan. Penulis mengambil data keseluruhan *sample* untuk diteliti dan diklasifikasikan mewakili populasinya.

6. Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis data dengan teknik kualitatif yaitu analisis yang digambarkan dengan deskripsi atau penjelasan dan data yang diperoleh diolah menjadi rangkaian kasus. Jadi cara analisis ini menggunakan pengumpulan data observasi dan pedoman wawancara secara langsung yang disusun secara sistematis.

F. Sistematika Skripsi

Untuk mengetahui dan memudahkan dalam menjabarkan isi dan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penulisan penelitian ini, maka penulis dalam penelitian ini akan menguraikannya dalam format empat bab , adapun sistematika penulisan penelitian sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

- A. Latar belakang
- B. Rumusan Masalah
- C. Tujuan Penelitian
- D. Manfaat Penelitian
- E. Metode Penelitian
- F. Sistematika Skripsi

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

- A. Tinjauan Umum tentang Pasar
 - 1. Dasar Hukum Pasar
 - 2. Pengertian Pasar
 - 3. Syarat-syarat Terbentuknya Pasar
 - 4. Macam-macam Pasar
 - 5. Definisi dan Lingkup Pasar Tradisional
 - 6. Perbedaan Karakteristik Pasar Tradisional dan Pasar Modern
- B. Tinjauan Tentang Persaingan dan Harmonisasi
 - 1. Pengertian Persaingan Usaha

2. Pengertian Harmonisasi

- C. Tinjauan Umum tentang konflik dan Penjualan

1. Pengertian Konflik
2. Jenis-Jenis Konflik
3. Pengertian Penjualan
4. Tujuan Penjualan

BAB III : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Kondisi Geografis Tempat penelitian
- B. Deskripsi Pasar Tradisional di Eks. Kawedanan Karangpandan
- C. Deskripsi Pasar tradisional di Eks. Kawedanan Karangpandan
- D. Pasar Tradisional yang berkonflik
 - a. Pasar Karangpandan
 - b. Pasar Matesih
- E. Penyebab Menjamurnya Pasar Modern
- F. Penyelesaian Konflik antara Pasar Tradisional dan Pasar Modern

BAB IV : PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN