

Refleksi Kompetisi *Hypermarket* dan Pasar Tradisional

Ahmad Erani Yustika

Perkembangan pasar modern dalam beberapa tahun terakhir ini relatif sangat pesat. Beberapa sumber menyatakan bahwa hal itu bermula dari Keppres No. 96/2000 tentang bidang usaha tertutup dan terbuka bagi penanaman modal asing. Dalam regulasi tersebut, usaha perdagangan eceran merupakan salah satu bidang usaha yang terbuka bagi pihak asing. Bagi pedagang besar internasional, kebijakan tersebut jelas merupakan peluang yang sangat menjanjikan, karena Indonesia mempunyai pasar yang sangat potensial. Oleh karena itu, setelah diintrodusir kebijakan itu, lambat namun pasti perkembangan pasar modern skala besar terus meningkat. Dalam awal perkembangannya, pasar yang terjadi tidak memperlihatkan pasar yang terkonsentrasi pada segelintir pemain. Pendeknya, pasar sektor retail masih belum terjadi praktik oligopoli. Namun, dalam tiga tahun terakhir pola tersebut mengalami pergeseran, di mana pasar sektor retail Indonesia menjadi terkonsentrasi pada segelintir pemain saja. Naasnya, proses tersebut mengikutkan akuisisi perusahaan retail domestik oleh korporasi *retail* multinasional asing.

Sementara itu, beberapa sumber lain mewartakan bahwa perkembangan tersebut itu tidak terlepas dari kebijakan Menteri Perindustrian dan Perdagangan pada 1998, di mana tidak adanya definisi yang jelas antara pedagang pengecer, grosir, dan pedagang besar. Pada sisi yang berseberangan, dunia bisnis yang dipandu oleh manajemen pengetahuan yang terus berkembang (melalui desain waralaba)

menyebabkan pedagang besar dapat masuk menjadi pedagang pengecer. Oleh karena itu, selain perkembangan pesat pasar modern skala besar, retail di Indonesia juga diwarnai oleh penguasaan pedagang pengecer oleh pemain besar.

Sepintas, kebijakan ini langsung menimbulkan surplus transaksi oleh konsumen, karena -misalnya- dengan berbagai strategi diskon dan pembelian barang langsung kepada produsen, maka harga jual produk di pasar modern menjadi lebih rendah daripada di pasar tradisional. Fakta ini tentu berimbas pada biaya yang dikeluarkan oleh konsumen ketika berbelanja di pasar modern skala besar lebih rendah dari berbelanja di pedagang eceran tradisional (baik di pasar tradisional maupun di sekitar tempat tinggal masyarakat). Tetapi apakah data empiris yang terjadi memang seperti ini ataukah justru ada hasil yang lain? Selain itu, juga terdapat prognosis bahwa pergeseran pola konsumen tersebut juga menyebabkan penurunan eksistensi para pedagang pengecer tradisional, mulai dari penurunan omzet usaha, laba, sampai dengan tutupnya berbagai usaha perdagangan eceran, yang akhirnya berimbas pada timbulnya pengangguran bekas pedagang eceran. Tapi, apakah realitas yang demikian ini benar-benar terjadi di Indonesia atau malah ada hasil lain yang selama ini belum muncul ke permukaan?

Lebih dari segalanya, juga belum tergambar dengan jelas bagaimana preferensi konsumen, sehingga mereka akhirnya berpaling dari pasar

tradisional ke pasar modern. Identifikasi ini sangat penting, di mana bukan hanya bertujuan mengetahui alasan rasional para konsumen yang orientasi belanjanya berubah ke pasar modern, tetapi juga sebagai bagian strategi untuk memosisikan pasar tradisional supaya dapat bersaing dengan pasar modern di masa mendatang. Peralpnya, ketika pasar tradisional telah menyediakan berbagai hal yang menjadi dasar pilihan rasional para konsumen, maka para pembeli tersebut pasti tidak segan untuk kembali berbelanja kepada pedagang pengecer tradisional.

Sementara itu, dalam konteks spesifik pasar tradisional, terdapat tiga generasi pasar tradisional, yakni murni informal, informal-formal, dan murni formal. Generasi murni informal berarti bahwa pasar tradisional tersebut tersusun secara alamiah oleh kesepakatan masyarakat setempat yang dilandasi sikap saling percaya yang berbasiskan kearifan lokal yang sarat dengan nilai-nilai mulia adat-istiadat setempat. Sedangkan pada generasi informal-formal, peran negara mulai masuk. Pada tata kelola yang demikian ini, mulai banyak terjadi pada masa Indonesia merdeka. Pada generasi ini, tata kelola yang berlaku adalah kesepakatan informal yang disusun oleh masyarakat (harus) terlegitimasi oleh aturan formal, misalnya dengan peraturan daerah. Sementara itu, pada generasi ketiga pasar tradisional, yang terjadi adalah murni secara formal. Artinya, tata kelola pasar disusun secara murni oleh pemerintah (daerah) dengan meniadakan kesepakatan informal dari masyarakat. Pada generasi inilah kearifan lokal yang sarat dengan nilai-nilai mulia adat-istiadat setempat mulai sirna. Semua pertimbangan didasarkan atas dua sisi yang berkebalikan, yakni untung dan rugi.

Lebih lanjut, tata kelola formal inilah yang terjadi saat ini di hampir seluruh pasar tradisional di Indonesia, khususnya lagi di Jawa. Dengan

berpijak pada dua sisi yang berkebalikan tersebut, maka pemerintah (daerah) secara rasional akan (dan telah) memosisikan pasar tradisional sebagai alat untuk mendapatkan keuntungan dalam rangka meningkatkan pendapatan asli daerahnya, misalnya dari retribusi pasar atau *multiplier effect* dari perubahan tata kelola pasar yang cenderung menjadi pasar semi-modern tersebut. Dalam konteks ini, pilihan kebijakan yang digunakan oleh pemerintah (daerah) untuk mendapatkan keuntungan adalah mengubah konfigurasi pelaku-pelaku ekonomi di dalam pasar tradisional. Pedagang-pedagang yang lemah secara modal sebagai pelaku ekonomi utama di pasar tradisional (harus) tergantikan dengan pedagang-pedagang yang kuat secara modal. Pertimbangan pilihan kebijakan ini berpijak pada argumentasi bahwa pedagang-pedagang dengan modal yang besar akan memberikan insentif yang lebih besar kepada pemerintah daerah daripada pemerintah daerah tetap mempertahankan pedagang-pedagang yang lemah secara modal di pasar tradisional.

Sebenarnya apa yang dilakukan oleh pemerintah daerah dalam formulasi kebijakan seperti di atas tidak sepenuhnya dapat disalahkan, namun juga tidak dapat dibenarkan. Hal ini dikarenakan setiap perubahan tata kelola, termasuk perubahan tata kelola pasar tradisional, harus dihitung berapa biaya yang akan dikeluarkan untuk mengubah hal tersebut dan berapa pendapatan yang akan didapatkan dari perubahan tersebut. Apabila biaya untuk mengubah tata kelola pasar tradisional lebih besar daripada pendapatan yang diperoleh dari perubahan tata kelola pasar yang sudah ada, maka perubahan itu tidak layak dilakukan; begitu juga sebaliknya. Dengan pilihan kebijakan yang telah ditentukan seperti di atas, maka pemerintah daerah jelas akan mendapatkan pendapatan yang lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan. Pada titik inilah kebijakan tersebut bisa dikatakan

sebagai kebijakan yang tidak sepenuhnya dapat disalahkan.

Sungguh pun begitu, yang perlu diingat bahwa perubahan tata kelola yang ideal adalah terwujudnya konsep peningkatan atau pembagian keuntungan secara merata. Artinya, perubahan yang terjadi haruslah memberikan manfaat kepada seluruh kelompok kepentingan tanpa mengabaikan kepentingan salah satu kelompok kepentingan tersebut. Dalam konteks ini, terlihat bahwa pilihan kebijakan pemerintah daerah yang memberikan ruang bagi pedagang-pedagang dengan modal besar sekaligus -yang secara tidak sadar- menggusur pedagang-pedagang dengan modal kecil merupakan kebijakan yang tidak dapat dibenarkan.

Dengan demikian, menjadi jelas bahwa fenomena kemiskinan yang terjadi pada pedagang-pedagang lemah, memang tidak bisa dilepaskan dari proses pemiskinan itu sendiri. Dalam konteks ini, pemiskinan pada pedagang-pedagang kecil lebih disebabkan oleh pemiskinan secara formal yang terbungkus oleh pemiskinan secara informal. Artinya, aturan formal yang diformulasikan oleh pemerintah (daerah), misalnya Perda tentang pasar, secara tidak langsung telah meminggirkan pedagang-pedagang kecil yang syarat dengan nilai-nilai kearifan lokal dari pedagang-pedagang dengan modal besar. Pola peminggiran inilah yang akhirnya memperlihatkan bahwa pemiskinan itu merupakan sesuatu yang terjadi secara alamiah.

Di luar itu, perkembangan pasar *retail* modern di Indonesia, terutama pedagang pengecer telah merambah wilayah-wilayah perdesaan. Tidak sedikit wilayah perdesaan di Indonesia yang telah menjadi ladang usaha menjanjikan bagi pedagang eceran modern (terutama Alfamart dan Indomart). Realitas yang terjadi di wilayah perdesaan ini memiliki pola

yang agak berbeda dengan kenyataan yang ada di wilayah perkotaan. Jika di wilayah perkotaan, pilihan rasional konsumen dalam berbelanja di pasar modern lebih dikarenakan faktor harga, nyaman tempat berbelanja, dan jaminan atas kualitas barang yang dibeli, tetapi jika di perdesaan juga disebabkan oleh preferensi lainnya, terutama keinginan masyarakat turut merasakan imbas modernisasi.

Sungguh pun begitu, masih banyak wilayah perdesaan di Indonesia yang belum banyak dijamah oleh *retail* eceran modern. Oleh karena itu, peluang itu dalam beberapa tahun ke depan pasti akan dimanfaatkan secara maksimal oleh *retail* pengecer modern. Bagi pemerintah daerah Indonesia, terutama wilayah bagian timur, upaya tersebut pasti akan mendapatkan dukungan penuh, karena dengan adanya pengecer modern tersebut disparitas harga jual barang di tingkat produsen dengan saat sampai ke konsumen tidak terlalu jauh. Hal ini tentu berbeda dengan apa yang terjadi saat ini, di mana sekarang terjadi selisih harga yang sangat tinggi antara di tingkat produsen dengan di level konsumen. Fakta ini memang tidak dapat dilepaskan dari tingginya biaya distribusi barang yang mayoritas dibuat di wilayah Pulau Jawa. Memang tidak dapat disangkal bahwa pada saat *retail* pengecer modern beroperasi di wilayah Indonesia timur, biaya distribusi yang besar itu tetap ditanggung, namun ketika terdapat pendistribusian secara besar-besaran akan memungkinkan kian rendahnya harga jual produk oleh para *retail* pengecer modern.

Tepat pada inilah harus disusun regulasi yang tepat, di mana pada satu sisi dapat mengantisipasi ancaman eksistensi para pedagang eceran tradisional dan di sisi lain peluang menurunnya harga yang akan memberikan dampak strategis bagi konsumen wilayah timur Indonesia. Lebih dari itu, kebijakan tersebut dalam konteks saat ini

memang menjadi domain dari pemerintah daerah kota/kabupaten, karena salah satu kewenangan yang diberikan oleh pemerintah pusat kepada pemerintah daerah dalam era desentralisasi adalah kebijakan tentang perdagangan. Namun, dikarenakan sudut pandang yang digunakan oleh pemerintah daerah (terutama timur Indonesia) hanya berorientasikan kepada perwujudan surplus transaksi konsumen, kemungkinan besar akan menyebabkan pemberian keleluasaan yang besar bagi *retail* eceran modern untuk membuka usaha di sana. Oleh karena itu, dalam tataran nasional rasanya perlu dibuat payung hukum tentang usaha *retail* ini yang lebih mengikat (lebih tepatnya dalam bentuk UU), sehingga bukan hanya para pedagang eceran tradisional di wilayah timur Indonesia yang masih dapat eksis tetapi terutama untuk wilayah Indonesia bagian barat.

Terlepas dari itu semua, fenomena mengenai perkembangan pesat pasar modern sekaligus dikuasai oleh segelintir pemain saja bukan hanya fakta yang ada di Indonesia, tetapi juga realitas yang terdapat di negara-negara lain, baik sesama negara berkembang maupun negara maju. Lebih jauh, ketika menguliti struktur pemain *retail* global tersebut tampak bahwa aktor-aktor utama *retail* modern di negara maju sama juga dengan yang menguasai usaha retail di negara-negara berkembang. Oleh karena itu, secara keseluruhan pasar *retail* global hanya dikuasai oleh segelintir pemain. Tatkala ditelisik lebih dalam terlihat bahwa korporasi retail modern itu lebih banyak berasal dari negara maju, sehingga dalam melakukan aktivitas operasional di negara berkembang, *retail* modern tersebut meneguk untung yang sangat besar dari potensi besarnya jumlah penduduk di negara berkembang. Pada kondisi yang demikian, *retail* modern tersebut bukan hanya dapat memandu konsumen dalam mengubah pola belanjanya, tetapi juga bisa memengaruhi produsen (tak

terkecuali dalam penentuan harga jual suatu barang).

Dengan demikian, tampak bahwa pergeseran pola perdagangan eceran di Indonesia, dari berbelanja di pedagang eceran tradisional kepada *retail* modern, tidak dapat dilepaskan dari kebijakan perdagangan internasional Indonesia yang sangat lunak, sehingga Indonesia yang memiliki potensi pasar yang sangat besar hanya dimanfaatkan oleh korporasi *retail* asing dalam rangka menggandakan keuntungan. Lebih jauh, realitas itu juga menampakkan Indonesia tidak dapat mengakses keuntungan dari potensi globalisasi justru dikarenakan berbagai regulasi yang diintrodusir sendiri di dalam negeri.

Atas dasar latar belakang di atas, beberapa tulisan tentang *Hypermarket* dan Pasar Tradisional akan disajikan dalam BEP Volume 9 Nomor 2 Tahun 2008. Tulisan-tulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Analisis *Cost-Benefit* Kehadiran Pengecer Besar (Edy Priyono dan Erlinda Ekaputri). Dalam artikel ini secara umum disajikan analisis biaya manfaat dari adanya pengecer besar. Paper ini merupakan rangkuman dari penelitian yang dilakukan pada 2003 di tiga wilayah Jawa Barat. Secara detail, paper tersebut membahas: (i) kebijakan pemerintah di bidang perdagangan eceran, khususnya yang menyangkut keberadaan pengecer besar; (ii) anatomi persaingan bisnis ritel di Indonesia, khususnya terkait dengan hubungan antara pengecer besar dengan pengecer kecil; dan (iii) pihak-pihak yang terkait dengan keberadaan pengecer besar, dan kemudian melakukan penilaian terhadap *net benefit* yang dinikmati oleh setiap agen. Pada bagian akhir, paper

tersebut menyimpulkan bahwa meskipun memberikan dampak negatif bagi pengecer kecil, keberadaan pengecer besar secara sosial memberikan dampak positif bagi konsumen dan *supplier*.

2. Preferensi Konsumen: Strategi Pengembangan Pasar Tradisional (Usman Hidayat). Dalam artikel ini diulas mengenai salah satu faktor yang menyebabkan terus berkembangnya pasar modern sekaligus mematikan pasar tradisional. Dari identifikasi itu terlihat bahwa preferensi konsumen dalam mengalihkan tempat belanja dari pasar tradisional ke pasar modern memang dipandu oleh pilihan rasional, yaitu harga yang lebih rendah, lebih terjaminnya kualitas atas barang yang dibeli, dan tempat yang lebih nyaman. Gambaran tersebut memperlihatkan bahwa upaya mengembangkan pasar tradisional dapat didorong dengan memastikan dua faktor terakhir, karena memang sangat rasional dilakukan oleh pasar tradisional.
3. Dampak Pembentukan Kapabilitas yang Dinamis Melalui Penelusuran “*Entrepreneurial Proclivity*” sebagai Pemicu Kinerja Pedagang pada Pasar Tradisional (Rizal Edy Halim). Risalah secara khusus menguraikan kapabilitas yang dimiliki oleh para pedagang di pasar tradisional dalam rangka bersaing dengan pasar-pasar modern yang semakin banyak. Dari penelitian itu terlihat bahwa kapabilitas pedagang pasar tradisional memang sangat lemah, sehingga ketika disandingkan dengan pasar modern yang lebih kuat pada modal, teknologi, dan manajemen, para pedagang tersebut tampak tersisih secara alamiah.
4. Dampak *Supermarket* terhadap Keberadaan Pasar Tradisional di Daerah Perkotaan di Indonesia (Adri Poesoro). Dalam paper yang merupakan ringkasan hasil penelitian

ini diuraikan mengenai dampak perkembangan supermarket terhadap pasar tradisional. Dengan menggunakan model ekonometrika dan wawancara secara mendalam berhasil ditemukan bahwa dalam perkembangan *supermarket* tidak menyebabkan perubahan pendapatan dan laba secara signifikan, namun lebih menyebabkan terjadinya perubahan secara signifikan atas tenaga kerja di pasar tradisional. Realitas tersebut dapat terjadi karena untuk menarik para konsumen dari pasar tradisional, pasar modern menggunakan strategi diskon, sehingga keuntungan yang didapatkan tidak mengalami peningkatan yang besar. Tapi untuk beberapa waktu mendatang realitas ini sangat mungkin untuk berubah, dimana intinya pendapatan dan keuntungan pasar modern yang dikuasai oleh segelintir pemilik akan terus meningkat.

5. Perkembangan Indikator Ekonomi Indonesia Triwulan II tahun 2008 (Abdul Manap Pulungan). Dalam evaluasi ini diungkapkan beberapa pokok penting perekonomian nasional, seperti: (i) kinerja pertumbuhan ekonomi; (ii) perkembangan sektor moneter (inflasi, nilai tukar, dan suku bunga); (iii) perkembangan sektor perbankan dan pasar modal (intermediasi perbankan, perkembangan pasar obligasi, dan kinerja saham); dan (iv) tekanan perekonomian global.

Demikianlah, pada edisi ini kami mengambil topik bahasan tentang Persaingan *Hypermarket* dan Pasar Tradisional. Diharapkan pembahasan topik yang aktual dan menarik ini dapat memperkaya wawasan publik serta sebagai referensi pertimbangan bagi pengambil kebijakan sehingga dapat dihasilkan keputusan yang lebih baik dan tepat sasaran.

