

Implementasi Kebijakan Penataan Ritel Tradisional dan Modern di Kota Jambi

Dedek Kusnadi

Dosen Ilmu Pemerintahan Institut Agama Islam Sultan Taha Saifudin Jambi

Abstract

City of Edinburgh at this time is relatively increased investment One of the industries that developed at this time is the retail sector / market, both in traditional and modern format, such as Alfamart and Indomart. Currently some districts in the City of Edinburgh has more than one format retail in the modern market. Therefore, the authors are interested in discussing the implementation of the policy arrangement of traditional and modern retail in the City of Edinburgh, which focuses on the formulation of the problem "How to form strategic licensing policy in order to realize a healthy competition between traditional and modern retail in Jambi?". As in the study found that the form of government policy implemnetasi strategy in achieving balance Jambi City or fair competition between traditional and modern retail makanisme by implementing policies, namely: zoning division between traditional and modern retail, modern retail licensing tight with periodic evaluation , limiting the opening hours, and a pattern of cooperation partnerships between modern and traditional retailers.

Key Words: policy, traditional market, modern market

Pendahuluan

Fenomena kemunculan pasar ritel di Indonesia merupakan salah satu bagian kecil dari adanya liberalisasi perdagangan di Indonesia, adanya perusahaan-perusahaan *multinational corporate* (MNC) yang sudah banyak beroperasi memunculkan persaingan-persaingan di antara pelaku industri. Persaingan secara teori akan dapat memberikan keuntungan kepada konsumen karena akan diuntungkan dengan adanya persaingan harga hingga mereka akan mendapatkan harga yang paling rendah. Tetapi di sisi lain, persaingan juga akan mengakibatkan adanya praktek-praktek yang mengarah kepada persaingan yang tidak sehat. Praktek monopoli atas sejumlah barang atau pasar juga akan mempunyai dampak yang sangat besar terhadap kelangsungan usaha yang dilakukan oleh masyarakat kecil yang menggantungkan hidupnya dari usaha kecil (misal: pedagang kaki lima, pedagang kelontong, industri ritel tradisional).

Berdasarkan data AC Nielsen tahun 2008, diketahui bahwa pertumbuhan ritel modern setiap tahunnya mencatat kisaran

angka 10% hingga 30%. Hal ini ditunjukkan dengan ekspansi ritel modern yang sangat agresif hingga masuk ke wilayah pemukiman rakyat. Ritel tradisional yang berada di wilayah pedesaan maupun pemukiman rakyat pun terkena imbasnya dengan berhadapan langsung dengan ritel modern tersebut. Persaingan diantara keduanya pun tidak terhindari. Tidak hanya itu, karena minimnya aturan zonasi dari pembangunan ritel modern tersebut, maka ritel-ritel tradisional yang berada di kota-kota besar pun terkena imbasnya. Persaingan *head to head* akibat menjamurnya ritel modern membawa dampak buruk terhadap keberadaan ritel tradisional. Salah satu dampak nyata dari kehadiran ritel modern di tengah-tengah ritel tradisional adalah berkurangnya pedagang kecil serta menurunnya omzet dari pedagang kecil tersebut.

Sehingga, pasar tradisional saat ini mulai menghadapi ancaman bahkan akan semakin banyak yang “gulung tikar” karena tidak mampu bersaing menghadapi banyaknya pusat perbelanjaan atau pasar modern yang merambah hingga ke pelosok permukiman penduduk. Masyarakatpun tampaknya lebih memilih berbelanja di pasar-pasar modern dengan berbagai

pertimbangan, seperti kenyamanan, kebersihan, kualitas barang, sampai alasan demi gengsi.

Akan tetapi, keberadaan pasar tradisional tidak mungkin ditiadakan karena sebagian besar masyarakat masih berada dalam kondisi ekonomi menengah ke bawah, sehingga tidak memiliki daya beli yang cukup besar untuk terus-menerus berbelanja di pasar-pasar modern. Hilangnya pasar-pasar tradisional akan berdampak pada pertumbuhan ekonomi suatu daerah, seperti bertambahnya pengangguran, menurunnya daya beli akibat tingkat pendapatan per kapita yang semakin kecil, melemahnya sektor-sektor perdagangan informal, terhambatnya arus distribusi kebutuhan pokok, dll yang pada akhirnya bermuara pada marginalisasi ekonomi pasar tradisional.

Dalam beberapa tahun terakhir ini Kota Jambi sudah mulai diramaikan dengan hadirnya *multinational corporate*, baik yang berskala Supermarket (Jamtos, Ramayana, dll) maupun yang berskala Mini Market (Indomaret, Alfamart dll) yang sudah tersebar diberbagai kecamatan dan kelurahan di kota Jambi. Dimana keberadaan pasar modern sudah mulai membawa dampak terhadap perkembangan pasar tradisional, terutama warung-warung kelontongan yang dikelola oleh masyarakat secara tradisional, dalam konteks ini harus berkompetisi dengan Mini Market yang dikelola secara modern. Untuk mendapatkan kompetisi yang sehat antara kedua pasar tersebut, peran pemerintah menjadi hal yang sangat penting, terutama dalam mengatur pengelolaan dan perizinan yang menjadikan kedua pasar ini dapat berkembang dengan baik.

Perizinan merupakan hal yang penting untuk menarik investasi masuk, berbagai macam jenis investasi akan dengan sangat mudah masuk ke suatu daerah jika ada kepastian mengenai proses dan mekanisme perizinan; perizinan dapat dipandang sebagai pintu utama bagi para investor untuk lebih jauh lagi melihat prospek ekonomi yang ada di daerah tertentu. Persepsi investor terhadap proses penerbitan perizinan hingga kemudahan dalam pelayanan kebutuhan melakukan usaha menjadi modal penting yang harus diperhatikan, untuk menjamin kepastian serta

transparansi maka diperlukan undang-undang, peraturan serta regulasi yang dengan jelas mengaturnya.

Berdasarkan pemaparan diatas, tulisan ini mencoba mengevaluasi kebijakan perizinan ritel modern di Kota Jambi, serta penelitian ini berusaha merumuskan model eksibilitas perizinan yang harus dilakukan oleh pemerintah Kota Jambi dalam mewujudkan persaingan usaha yang sehat antara ritel tradisional dan modern, yaitu dengan memfokuskan pada pertanyaan penelitian, : **“Bagaimana bentuk strategi kebijakan perizinan dalam rangka mewujudkan persaingan usaha yang sehat antara ritel tradisional dan modern di Kota Jambi?”**

Metode Penelitian

Metode Pendekatan yang tepat digunakan untuk menjawab rumusan masalah tersebut adalah deskriptif kualitatif dengan rancangan penelitian survey lapangan, studi pustaka, studi perundang-undangan dan studi dokumentasi. Informan dalam penelitian ini meliputi pemegang peran kebijakan zonasi pasar tradisional dan pasar modern, yaitu, *pertama*, eksekutif, meliputi pejabat di Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi Disperindagkop, Kantor Penanaman Modal dan Perizinan Terpadu; dan *kedua*, Legislatif, Komisi B DPRD Kota Jambi, dan pedagang tradisional, dalam hal ini meliputi Pengelola Pasar Padamara, Pasar Kutasari dan Pasar Segamas. Pengambilan Sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*, di mana pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode wawancara dan studi kepustakaan, sedangkan data yang dihasilkan dianalisis dengan menggunakan triangulasi sumber.

Di dalam penelitian deskriptif ini, proses analisis dan interpretasi data tidak hanya dilakukan pada akhir pengumpulan data atau berdiri sendiri, namun secara terus-menerus juga dilakukan pada saat pengumpulan data di lapangan berlangsung sehingga dalam penelitian kualitatif sering dikenal sebagai proses siklus. Setelah mendapatkan informasi, dilakukan analisis untuk mencari hipotesis kemudian dilakukan pengumpulan informasi berikutnya. Ini dimaksudkan untuk memperoleh

kesesuaian dengan hipotesis sementara yang telah disusun demikian terus berputar hingga ditemukan puncak informasi atau kejenuhan data. Selanjutnya, kegiatan dalam analisis data meliputi pencarian data, menatanya, membagi-nya menjadi satuan-satuan yang dapat dikelola, mencari pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari serta memutuskan apa yang dilakukan.

Tinjauan tentang Keberadaan Pasar Tradisional dan Modern

Bisnis ritel dapat diklasifikasikan menurut bentuk, ukuran, tingkat modernitasnya, dan lain-lain, sehingga akan ditemukan berbagai jenis bisnis ritel. Namun, pada umumnya pengertian bisnis ritel dipersempit hanya pada *in-store retailing* yaitu bisnis ritel yang menggunakan toko untuk menjual barang dagangannya. Hal ini bisa diamati pada pembahasan pembahasan isu mengenai bisnis ritel, baik di media massa maupun forum-forum diskusi, tanpa disadari terfokus pada bentuk ritel yang secara fisik kasat mata yaitu toko-toko usaha eceran.

Regulasi pemerintah mengenai bisnis ritel berada dalam arus pemikiran seperti pada umumnya karena cenderung menggunakan pendekatan yang membatasi bisnis ritel hanya pada *in-store retailing*. Termasuk dalam memberikan batasan mengenai ritel tradisional dan ritel modern. Perpres No 112 Tahun 2007 tentang *Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern*, memberikan batasan pasar tradisional dan toko modern dalam *pasal 1* sebagai berikut:

Pasar Tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah 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.

Toko Modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk

Minimarket, Supermarket, Department Store, Hypermarket ataupun grosir yang berbentuk Perkulakan. Batasan Toko Modern ini dipertegas di *pasal 3*, dalam hal luas lantai penjualan sebagai berikut: a) Minimarket, kurang dari 400 m² (empat ratus meter per segi); b) Supermarket, 400 m² (empat ratus meter per segi) sampai dengan 5.000 m² (lima ribu meter per segi); c) Hypermarket, diatas 5.000 m² (lima ribu meter per segi); d) Department Store, diatas 400 m² (empat ratus meter per segi); e) Perkulakan, diatas 5.000 m² (lima ribu meter per segi).

Batasan pasar tradisional diatas nampak kurang mewakili pengertian ritel tradisional secara utuh. Karena, berbeda dengan batasan toko modern yang terperinci mulai dari bentuk yang terkecil (minimarket) hingga yang terbesar (hypermarket), batasan pasar tradisional hanya menjelaskan adanya tempat yang luas (atau cukup luas) untuk melokalisasi toko, kios, dan petak-petak, sebagai tempat usaha milik para pedagang dan tempat masyarakat membeli barang-barang kebutuhan sehari-hari. Oleh karena itu, bila menggunakan klasifikasi bentuk ritel dalam mengkaji persaingan ritel tradisional dan ritel modern, agar berimbang dengan batasan toko modern yang terperinci dalam berbagai ukuran, maka perlu ditambahkan jenis ritel ukuran-ukuran kecil dalam ritel tradisional seperti toko, kios, dan warung yang tidak berada dalam lokasi pasar.

Persaingan antara ritel tradisional dan ritel modern terjadi antara jenis ritel dalam ukuran yang kurang lebih sama: minimarket dengan toko dan kios di sekitarnya; pasar tradisional dengan supermarket atau hypermarket. Ketiga jenis ritel modern: minimarket, supermarket, dan hypermarket, mempunyai karakteristik yang sama dalam model penjualan, yaitu dilakukan secara eceran langsung pada konsumen akhir dengan cara swalayan, artinya pembeli mengambil sendiri barang dari rak-rak dagangan dan membayar di kasir. Kesamaan lain, barang yang diperdagangkan adalah berbagai macam kebutuhan rumah tangga termasuk kebutuhan sehari-hari. Perbedaan diantara ketiganya, terletak pada jumlah item dan jenis produk yang diperdagangkan, luas

lantai usaha dan lahan parkir, dan mudal usaha yang dibutuhkan.

Dikotomi antara pasar tradisional dan pasar modern sesungguhnya tidak hanya bersumber dari arsitektur bangunan atau manajemen pengelolaannya, melainkan bersumber dari pemaknaan tentang konsepsi pasar sebagai tempat berlangsungnya transaksi ekonomi. Konsep tentang pasar dapat dipahami dari berbagai perspektif, seperti perspektif ekonomi, sosial, budaya, bahkan politik. Dalam perspektif ekonomi, konsep tentang pasar (dalam pengertian luas, sebagai tempat bertemunya permintaan dan penawaran) terbentuk sebagai salah satu implikasi dari proses perubahan masyarakat menuju masyarakat kapitalis. Boeke (1910) merupakan salah satu ahli ekonomi yang mencoba menerangkan fenomena terbentuknya pasar dalam kerangka pertumbuhan ekonomi dalam masyarakat prakapitalistik dengan masyarakat kapitalistik. Menurutny, perbedaan yang paling mendasar antara masyarakat prakapitalistik dengan masyarakat kapitalistik terletak dalam hal orientasi kegiatan ekonominya. Masyarakat dalam tingkatan pra-kapitalistik berupaya untuk mempertahankan tingkat pendapatan yang diperolehnya, sedangkan masyarakat dalam tingkatan kapitalistik tinggi berupaya untuk mendapatkan laba maksimum (Boeke, 1953).

Perbedaan orientasi ekonomi tersebut melahirkan nilai-nilai sosial dan budaya yang membentuk pemahaman terhadap keberadaan pasar dalam kedua kategori masyarakat tersebut. Dalam masyarakat kapitalistik, individu secara otonom menentukan keputusan bebas. Dalam masyarakat seperti itu, pasar merupakan kolektivitas keputusan bebas antara produsen dan konsumen (Sastradipoera, 2006: 101). Jika keputusan produsen ditentukan oleh biaya alternatif, harapan laba, dan harapan harga pasar, maka keputusan konsumen ditentukan oleh daya beli, pendapatan minus tabungan, harga dan harapan harga komoditas, serta faktor individual (minat, kebutuhan, dll). Dalam masyarakat prakapitalistik, sebaliknya, kolektivisme menentukan keputusan individual. Pasar dalam masyarakat seperti itu merupakan pertemuan sosial, ekonomi, dan kultural. Jika

keputusan produsen lebih ditentukan oleh harapan untuk mempertahankan posisi pendapatan yang telah dicapai, maka keputusan konsumen lebih dekat pada nilai kolektif yang dapat diraihny.

Nilai kolektivitas menjadi pembeda dalam pemahaman tentang konsepsi pasar di kalangan masyarakat prakapitalistik dan masyarakat kapitalistik. Bagi masyarakat pra kapitalistik yang ciri-cirinya tampak dalam kelompok masyarakat yang masih berpatokan pada kolektivitas, kegiatan ekonomi yang berlangsung di pasar (dalam arti tempat bertemunya penjual dan pembeli) masih sangat diwarnai oleh nuansa kultural yang menekankan pentingnya tatap muka, hubungan personal antara penjual dan pembeli (yang ditandai oleh loyalitas '*langganan*'), serta kedekatan hubungan sosial (yang ditandai konsep 'tawar-menawar harga' dalam membeli barang atau konsep 'berhutang'). Karakteristik semacam ini pada kenyataannya tidak hanya ditemukan dalam masyarakat perdesaan sebagaimana ditiesiskan Boeke, tapi juga dalam masyarakat perkotaan, yang bermukim di kota-kota besar di Indonesia. Kondisi semacam inilah yang kemudian memunculkan dualisme sosial, yang tampak dalam bentuk pertentangan antara sistem sosial yang berasal dari luar masyarakat dengan sistem sosial pribumi yang hidup dan bertahan di wilayah yang sama.

Secara sosiologis dan kultural, makna filosofis sebuah pasar tidak hanya merupakan arena jual beli barang atau jasa, namun merupakan tempat pertemuan warga untuk saling interaksi sosial atau melakukan diskusi informal atas permasalahan kota (Wahyudi dan Ahmadi, 2003). Pemaknaan ini merefleksikan fungsi pasar yang lebih luas, namun selama ini kurang tergarap pengelolaannya dalam berbagai kebijakan. Kebijakan-kebijakan yang terkait dengan pengelolaan pasar, seperti kebijakan perdagangan, tata ruang, dan perizinan lebih banyak berorientasi pada dimensi ekonomi dari konsep pasar. Pengabaian terhadap fungsi sosial-kultural pasar inilah yang kemudian melahirkan bentuk-bentuk pasar modern yang bernuansa kapitalistik, yang lebih menonjolkan kenyamanan fisik bangunan, kemewahan, kemudahan, dan

kelengkapan fasilitas namun menampilkan sisi lain yang individualistis, “dingin”, dan anonim.

Masuknya nilai-nilai baru, seperti kolektivitas rasional atau otonomi individu yang menjadi karakteristik masyarakat kapitalistik ternyata tidak diimbangi oleh pelembagaan nilai-nilai ini dalam dimensi kehidupan masyarakat. Kebiasaan sosial di kalangan masyarakat perkotaan yang seyogianya menampilkan ciri-ciri masyarakat kapitalistik, pada kenyataannya masih menunjukkan kebiasaan masyarakat pra-kapitalistik. Kondisi inilah yang kemudian memunculkan fenomena dualisme, seperti berkembangnya para pedagang kaki lima di sekitar *mall*.

Dualisme sosial ini selanjutnya mengarah pada pola relasi yang timpang di mana salahsatu pihak mendominasi pihak lain dan pihak lain berada dalam posisi termarginalkan, baik dalam kerangka struktural maupun kultural. Friedman (dalam Sastradipoera, 2006: 112) menjelaskan bahwa kesenjangan dalam pola relasi tersebut disebabkan oleh ketimpangan dalam basis kekuasaan sosial. Kemiskinan yang berkaitan dengan ketidakseimbangan dalam kekuatan tawar-menawar di pasar terutama disebabkan oleh ketidaksetaraan kesempatan untuk mengakumulasi basis kekuasaan sosial tersebut. Beberapa penyebabnya adalah ketidaksetaraan untuk memperoleh modal atau aktiva produktif, ketidaksetaraan dalam memperoleh sumber-sumber finansial, ketidaksetaraan dalam memasuki jaringan sosial untuk memperoleh peluang kerja, dan ketidaksetaraan akses untuk menguasai informasi.

Ketimpangan yang muncul sebagai akibat ketidakseimbangan dalam kekuatan tawar-menawar setidaknya memunculkan dua akibat, yakni: (1) hilangnya harga diri (*self-esteem*) karena pembangunan sistem dan pranata sosial dan ekonomi gagal mengembangkan martabat dan wibawa kemanusiaan; dan (2) lenyapnya kepercayaan pada diri sendiri (*self-reliance*) dari masyarakat yang berada dalam tahapan belum berkembang karena ketidakmandirian. Kondisi ketidakseimbangan dalam hal *bargaining position* sebagaimana diuraikan di atas juga menjadi salah satu penyebab melemahnya kapasitas pasar tradisional dalam persaingan dengan pasar modern. Ruang bersaing

pedagang pasar tradisional kini semakin terbatas. Bila selama ini pasar modern dianggap unggul dalam memberikan harga relatif lebih rendah untuk banyak komoditas, dengan fasilitas berbelanja yang jauh lebih baik, skala ekonomis pengecer modern yang cukup luas dan akses langsung mereka terhadap produsen dapat menurunkan harga pokok penjualan mereka sehingga mereka mampu menawarkan harga yang lebih rendah. Sebaliknya para pedagang pasar tradisional, mereka umumnya mempunyai skala yang kecil dan menghadapi rantai pemasaran yang cukup panjang untuk membeli barang yang akan dijualnya. Akibatnya, keunggulan biaya rendah pedagang tradisional kini mulai terkikis. 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 modern terus berkembang memburu lokasi-lokasi potensial.

Dengan semakin marak dan tersebarinya lokasi pusat perbelanjaan modern maka keunggulan lokasi juga akan semakin hilang. Kedekatan lokasi kini tidak lagi dapat dijadikan sumber keunggulan bagi pasar tradisional. Upaya untuk menyeimbangkan kedudukan pasar tradisional dengan pasar modern belum secara konkret dilakukan karena tidak ada kebijakan yang mendukung pasar tradisional, misalnya dalam hal pembelian produk pertanian tidak ada subsidi dari pemerintah sehingga produk yang masuk ke pasar tradisional kalah bersaing dalam hal kualitas dengan produk yang masuk ke pasar modern. Bahkan dewasa ini berkembang pengkategorian pasar yang cenderung memarginalkan masyarakat, seperti pasar tradisional untuk masyarakat berdaya beli menengah ke bawah tapi kualitas barang yang dijual tidak sesuai standar, sementara pasar modern untuk masyarakat menengah ke atas dengan kualitas produk sesuai bahkan melebihi standar minimal.

Kategorisasi semacam itu memunculkan kesenjangan dan kecemburuan sosial bukan hanya antara pasar tradisional dengan pasar modern, tapi semakin meluas mengarah pada konflik horizontal di masyarakat. Perbedaan kategori pasar tradisional dan pasar modern

juga menunjukkan stigmatisasi dan diskriminatif. Padahal konsep pasar modern Kenyataannya lebih sarat dengan makna konsumtif dibandingkan makna sebagai ruang sosial lintas strata masyarakat.

Strategi Implementasi Kebijakan Perizinan dalam Mewujudkan Persaingan Usaha yang Sehat

Basis analisis yang dilakukan dalam penataan industri ritel Indonesia sudah tentu adalah Peraturan Presiden No 112/2007 dan Permendag No 53/2008. Berbasis regulasi tersebut maka secara keseluruhan permasalahan dalam industri ritel yang muncul sebagai dari upaya perlindungan, dalam Perpres 112/2007 dan Permendag 53/2008 Pemerintah melakukan berbagai pembatasan terhadap usaha ritel modern, yang juga merupakan upaya menjaga keseimbangan dan usaha yang sehat antara kedua ritel tersebut.

Dalam hal ini kota Jambi sendiri secara khusus belum melahirkan sebuah perda yang mengatur tentang penataan ritel tradisional dan modern, secara umum acuan yang digunakan oleh pemerintah masih menggunakan Peraturan Presiden No 112/2007 dan Permendag No 53/2008. Berdasarkan acuan peraturan tersebut strategi yang digunakan pemkot Kota Jambi sebagai bentuk menyeimbangkan serta melahirkan usaha yang sehat antara ritel tradisional dan ritel modern yaitu melalui mekanisme zonasi, perizinan, kerjasama kemitraan dan pembatasan waktu buka.

a. Kebijakan Zonasi

Kebijakan zonasi merupakan sebuah kebijakan yang mencoba menghindarkan terjadinya persaingan *head to head* antara ritel modern dengan ritel kecil/tradisional. Hal ini disebabkan ukuran keduanya yang berbeda apabila dibandingkan dari sudut kapital, sehingga kemampuan menciptakan *value creation* keduanya juga berbeda. Apabila kedua pelaku tersebut disatukan dalam satu zonasi dan berhadapan *head to head*, maka

bisa dibayangkan bagaimana akhir persaingan dari keduanya.

Kebijakan zonasi ini dilakukan oleh pemkot Jambi sebagai sebuah upaya untuk menciptakan *equal playing field*, sehingga persaingan diharapkan berlangsung dalam suasana yang sangat sehat (*fair competition*) karena berada dalam "kelas" yang sama. Sesungguhnya dengan melakukan zonasi, maka ketika zona-zona ditetapkan ritel modern, maka pada saat itu ada semangat untuk membatasi ritel di wilayah tersebut. Pemerintah berupaya tidak memberikan izin bangunan ritel modern yang berhadapan langsung dengan ritel kecil/tradisional. Melalui zonasi ini pada akhirnya, *market power* yang dimiliki Idomaret dan Alfamart atau ritel modern lainnya tidak akan berkembang sebagaimana yang terjadi saat ini. Hal ini terjadi karena mereka tetap terbatas jumlahnya sekalipun trademark bahwa mereka tempat belanja yang nyaman, murah dan mudah tetapi karena jumlahnya sedikit maka *bargaining power* mereka tidak terlalu besar. Hal ini disebabkan masih banyaknya alternatif lain bagi konsumen untuk mendapatkan produknya.

Berbeda sekali dengan kondisi jika konsumen dapat menemukan tempat belanja hipermarket/ritel modern dengan cepat karena tersedia banyak, maka dipastikan ritel tradisional/kecil akan tergerus dan pelan tapi pasti menghilang dari peredaran ritel nasional.

b. Kebijakan Perizinan

Dalam Perpres 112/2007 dan Permendag 53/2008 dinyatakan bahwa proses perizinan untuk ritel modern akan melalui sejumlah proses yang cukup sulit apabila diimplementasikan dengan benar. Hal ini terlihat dari persyaratan bahwa permintaan terhadap izin ritel modern harus dilengkapi dengan studi kelayakan termasuk

analisis mengenai dampak lingkungan terutama aspek sosial budaya dan dampaknya bagi pelaku perdagangan eceran setempat (pasal 13).

Sebelumnya di pasal 4 juga disebutkan bahwa pendirian pusat perbelanjaan dan toko modern wajib memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat, keberadaan pasar tradisional, usaha kecil dan usaha menengah yang berada di wilayah yang bersangkutan. Apabila ketentuan ini dilaksanakan dengan penuh kehati-hatian, maka seharusnya terdapat alat analisis untuk melihat bagaimana pengaruh dari kehadiran sebuah peritel modern di sebuah tempat. Apabila benefit positif yang dihasilkan dari pendirian ritel modern lebih besar dari efek negatifnya, maka pendirian pasar modern dapat dilaksanakan. Begitu pula sebaliknya. Atau apabila ritel modern tetap diizinkan, maka apabila muncul efek sosial, Pemerintah sudah harus siap dengan jaringan pengaman sosialnya. Tanpa itu, maka pemberian izin akan menjadi pusat dari permasalahan ritel modern versus ritel kecil/tradisional. Di sisi lain, dalam pasal 12 terkait perizinan, juga terdapat klausul yang sesungguhnya apabila dilaksanakan akan menjadi sebuah bentuk pemberdayaan peritel lokal, dimana format-format ritel modern diutamakan untuk diserahkan kepada pelaku usaha lokal. Hal ini memiliki arti apabila peritel kecil/tradisional dapat berevolusi menjadi ritel modern, maka konsumen ritel yang selama ini menjadi milik mereka akan loyal terhadapnya.

Keterkaitan dengan *market power* peritel modern dengan perizinan sangat erat, karena cakupan penetrasi/ jangkauan pasar hanya dapat dilakukan dengan sangat baik apabila mereka bisa mendapatkan tempat-tempat yang strategis bagi penempatan gerai-gerai mereka. Penempatan gerai ini, hanya dapat dilakukan apabila proses

perizinannya dikabulkan oleh Pemerintah Kota Jambi.

Sehingga pada akhirnya dapat dilihat bahwa kebijakan perizinan akan sangat mempengaruhi struktur industri ritel secara keseluruhan, termasuk persoalan ritel tradisional/kecil. Melalui perizinan yang ketat, maka perlindungan dan keseimbangan terhadap ritel kecil/tradisional dapat dilaksanakan.

c. Kebijakan Pembatasan Waktu Buka

Kebijakan pembatasan waktu ini merupakan sebuah bentuk nyata yang juga ditujukan untuk melindungi ritel kecil/tradisional dengan memperhatikan bahwa ada karakter-karakter tertentu yang selama ini dimiliki oleh ritel tradisional/kecil, yang diharapkan bisa tetap dilaksanakan dan memberi ruang bagi mereka untuk bisa tetap bertahan dalam persaingan ritel yang sangat ketat saat ini.

Beberapa pelaku usaha ritel kecil/tradisional membuka gerainya berbeda beda. Untuk warung/toko tradisional mereka melakukannya mulai dari pagi sampai sekitar pukul 08.00-09.00 malam. Sementara pasar tradisional biasanya buka hampir 24 jam kerja. Melalui pembatasan jam buka yang ditetapkan ini, maka diharapkan akan tetap ada ruang bagi pelaku usaha ritel kecil/tradisional untuk bisa memperoleh konsumen yang berbelanja di toko/warung dan pasar.

Dalam Perpres 112/2007 dan Permendag 53/2008 waktu jam buka untuk hipermarket, supermarket dan Department Store ditetapkan jam 10.00 sampai 22.00 untuk setiap hari Senin – Jum'at dan 10.00 sampai 23.00 untuk setiap hari Sabtu – Minggu. Tetapi sayangnya hal ini tidak terjadi untuk ritel modern skala kecil yakni mini market dan *convenience store*.

Padahal potensi ritel ini mendistorsi pasar pelaku usaha ritel kecil/

tradisional sangat besar sekali, terutama bagi warung/toko jenis *pop & mom store* yang biasanya juga buka sepanjang hari. Jam buka yang ditutup sekitar jam 22.00-23.00 dan dibuka kembali jam 10.00, sangat membantu pasar tradisional yang umumnya mulai melakukan aktivitasnya sekitar pukul 24.00 dan berakhir pukul 08.00-09.00. Melalui model seperti ini, maka ruang bagi pasar ritel tradisional masih ada.

d. Membangun Kemitraan Usaha

Membangun kemitraan usaha ini merupakan sebuah upaya yang dilakukan oleh pemerintah Kota Jambi untuk mendorong terciptanya sebuah jalinan usaha yang sehat antara kedua ritel tersebut, kemitraan usaha ini dilakukan melalui mekanisme suplayer barang dari ritel modern ke ritel-ritel tradisional (tokoh-tokoh kecil/ kelontongan) yang berada dekat dengan lingkungan masyarakat, bentuk kerja sama ini dengan memberikan kesempatan kepada ritel modern untuk memasok barang-barangnya dengan harga yang kompetitif ke warung-warung kelontongan kecil yang melayani kebutuhan rumah tangga di lingkungan masyarakat.

Disamping melalui mekanisme suplayer kemitraan ini berjalan melalui mekanisme penitipan barang-barang hasil produk UMKM di Kota Jambi dalam bentuk kerajinan tangan maupun makanan, yang kemudian dititipkan pada ritel-ritel modern untuk dijual dan dipasarkan kepada masyarakat.

Penutup

Permasalahan dalam industri ritel lebih banyak merupakan masalah ketidakseimbangan bersaing dan *bargaining position*. Akar permasalahan industri ritel saat ini berasal dari “*market power*” ritel modern yang tinggi yang antara lain terbangun karena modal yang tidak terbatas, *brand image* yang kuat, terdapat peritel yang menjual barang termurah, *trend*

setter ritel Indonesia, serta pencipta *traffic* konsumen Indonesia. *Market power* ini menciptakan ketidakseimbangan dalam persaingan ritel modern dengan ritel kecil/tradisional. *Market power* semakin bertambah dengan semakin luasnya cakupan wilayah yang terjangkau oleh gerai ritel modern, karena minimnya kebijakan pembatasan jumlah dan wilayah (zonasi) bagi ritel modern.

Dalam kontes ini strategi implementasi kebijakan pemerintah Kota Jambi dalam mewujudkan keseimbangan ataupun persaingan yang sehat antara ritel tradisional dan Modern dengan menerapkan mekanisme kebijakan, yaitu: pembagian zonasi antara ritel tradisional dan modern, perizinan ritel modern yang ketat dengan melakukan evaluasi secara berkala, membatasi Jam buka, dan pola kerjasama kemitraan antara ritel modern dan tradisional.

Saran

Memperhatikan tidak efektifnya Perpres 112/2007 dan Permendag 53/2008 yang selama ini digunakan oleh Pemkot Kota Jambi, yang disebabkan oleh tidak adanya daya ikat regulasi tersebut terhadap stakeholder industri ritel, maka diusulkan agar pengaturan industri ritel di Kota Jambi dilakukan melalui sebuah Peraturan Daerah, hal ini mengingat belum adanya peraturan daerah Kota Jambi yang mengatur tentang hal tersebut.

Daftar Pustaka

- Anderson, James E. 1997. *Public Policy-Making*. Third Edition. New York : Holt, Rinehart and Winston.
- Boeke, J.H. 1953. *Economics and Economic Policy of Dual Societies: As Exemplified by Indonesia*. N.V. Haarlem:HD Tjeenk Willink & Zoon.
- Dunn, William N. 1994. *Public Policy Analysis : An Introduction*. Edisi ke-2. Englewood Cliffs
- Moleong, Lexy, *Metode Penelitian Kualitatif*, PT. Remaja Rosdayakarya, Bandung.

- Sastradipoera, Komaruddin. "Pasar sebagai Etalase Harga Diri", dalam Ajip Rosidi, dkk (eds). 2006. *Prosiding Konferensi Internasional Budaya Sunda (Jilid 2)*. Jakarta:Yayasan Kebudayaan Rancagé.
- Suryadarma, Daniel dkk, 2008, *Dampak Supermarket terhadap Pasar dan Pedagang Ritel Tradisional di Daerah Perkotaan di Indonesia*. Lembaga Penelitian SMERU. Jakarta.
- Tambunan, Tulus TH, dkk., 2004. *Kajian Persaingan dalam Industri Retail*. Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU).
- New Jersey : Prentice-Hall, Inc., A Simon & Schuster Company. Terjemahan dari Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.
- Pandin, Marina L., "Potret Bisnis Ritel Di Indonesia: Pasar Modern". *Economic Review* No.215 Maret 2009.
- Wahyudi, Pujo Sugeng dan Mukhlis Ahmadi. "Kasus Pasar Wonokromo, Surabaya: Cermin Buruknya Pengelolaan Pasar". *Artikel* dalam Kompas, 24 Maret 2003.
- Wahab, Solichin Abdul 1991, *Analisis Kebijakan: Dari Formulasi ke Implementasi Kebijakan Negara*, Bumi Aksara, Jakarta.