

**ANALYSIS OF THE EXISTENCE OF MODERN MARKETS IN THE TOURIST
DESTINATION AREA : Study in Pangandaran Regency, West Java**

Bambang Hermanto¹, Suryanto^{2*}, Ratna Meisa Dai³

^{1,2,3}Department of Business Administration, Univeristas Padjadjaran, Indonesia.

E-mail : b.hermanto@unpad.ac.id¹, suryanto@unpad.ac.id², ratna.meisa.dai@unpad.ac.id³

ABSTRACT

This study aims to analyze the existence of modern markets in terms of geographical, demographic, spatial planning, tourism potential, and rules of its founding. This study uses a qualitative approach to the type of exploratory research. This research was conducted in the tourist area of Pangandaran Regency, West Java Province, Indonesia. Primary data sources were obtained from observations, in-depth interviews, and focus group discussions, while secondary data were obtained from scientific articles and other related documents. The results showed that in Pangandaran Regency, the number of modern markets in operation included: Indomaret 58%, Alfamart 34%, Yomart 4%, Kuckmart, and Srikaton respectively 2%. When viewed from the geographical, demographic, spatial and regional planning, tourism potential, and the rules for establishing a modern market, the existence of a modern market is still needed with a few notes. First, the location distribution has not been evenly distributed to all tourist distillation areas. Second, there are some rules that are violated both in the rules of the establishment and operating hours. The impact of these problems will affect micro and small businesses And services to tourist visitors.

Keywords : Tourist Destinations, Modern Markets, Impacts, Problems

**ANALISIS KEBERADAAN PASAR MODERN DI DAERAH DESTINASI WISATA:
Studi di Kabupaten Pangandaran, Jawa Barat**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keberadaan pasar modern ditinjau dari aspek geografis, demografis, rencana tata ruang, potensi wisata, dan aturan pendirinya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian eksploratif. Penelitian ini dilaksanakan di daerah wisata Kabupaten Pangandaran, Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Sumber data primer diperoleh dari observasi, wawancara mendalam dan *focus group discussion*, sedangkan data sekunder diperoleh dari artikel ilmiah dan dokumen terkait lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa di Kabupaten Pangandaran jumlah pasar modern yang beroperasi, antara lain : Indomaret 58%, Alfamart 34%, Yomart 4%, Kuckmart, dan Srikaton masing-masing 2%. Apabila ditinjau dari aspek geografis, demografis, rencana tata ruang dan wilayah, potensi wisata, serta aturan pendirian pasar modern, maka keberadaan pasar modern masih dibutuhkan dengan beberapa catatan. Pertama, distribusi lokasi belum merata ke seluruh wilayah distinasi wisata. Kedua, ada beberapa peraturan yang dilanggar baik dalam aturan pendirian maupun jam operasional. Dampak dari masalah tersebut berakibat kepada para pelaku usaha mikro dan kecil dan pelayanan kepada pengunjung wisata.

Kata kunci : Destinasi Wisata, Pasar Modern, Dampak, Permasalahan

PENDAHULUAN

Pasar modern merupakan pasar yang yang dikelola dengan menggunakan manajemen modern. Salah satu pasar modern seperti yang dijelaskan Kotler & Kevin (2016) adalah mini market. Keberadaan pasar modern, selain memberikan manfaat bagi konsumen juga mengakibatkan dampak yang cukup serius bagi keberlangsungan toko tradisional atau pedagang di pasar tradisional (Lekagul, 2002).

Keberadaan pasar menurut Panggabean (2014) merupakan pusat kegiatan ekonomi yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat. Suatu daerah yang memiliki pasar, mengindikasikan daerah tersebut telah mengalami perkembangan.

Secara umum menurut Kuncoro (2009), masyarakat mengenal dua jenis pasar yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Keduanya mempunyai ciri yang berbeda jika dilihat dari bangunan, tempat berjualan, dan sistem jual beli yang dilakukan. Walaupun memiliki ciri-ciri yang berbeda, namun kedua jenis pasar tersebut menjual barang-barang yang sama.

Kabupaten Pangandaran, sebagai daerah destinasi wisata, memberikan peluang usaha bagi masyarakat untuk melakukan aktivitas di bidang perdagangan. Aktivitas perdagangan tersebut dilakukan dalam rangka memenuhi seluruh kebutuhan masyarakat. Pasar tradisional yang semula menjadi andalan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, eksistensinya sudah mulai digantikan oleh pasar modern (Suryanto, et al., 2018). Hal tersebut sesuai dengan kajian yang dilakukan AC Nielsen tahun 2010 yang menyatakan bahwa pasar modern di Indonesia tumbuh 31,4% per tahun, sedangkan pasar tradisional menyusut 8% per tahun. Adapun penyebab utama kalah bersaingnya pasar tradisional dengan pasar modern menurut Muftiadi & Maulina (2016) karena kondisi fisik pasar yang buruk. Faktor lainnya menurut Suryadarma, et al. (2007) adalah lemahnya manajemen dan buruknya infrastruktur pasar tradisional, bukan semata-mata karena keberadaan pasar modern. Pasar modern sebenarnya mengambil keuntungan dari kondisi buruk yang ada di pasar tradisional. Bahkan menurut penelitian Setyo dan Harianto (2017) konsumen saat ini lebih memilih pasar modern

semata-mata untuk kelihatan trendi.

Sebenarnya permasalahan persaingan pasar modern dan pasar tradisional menurut Reardon dan Hopkins (2006) tidak hanya terjadi di Indonesia saja. Beberapa negara berkembang mengalami hal yang sama akibat adanya deregulasi sektor ritel yang bertujuan meningkatkan investasi asing. Bahkan menurut Reardon, dkk. (2003) pangsa pasar supermarket di sektor usaha ritel makanan di banyak negara berkembang seperti Korea Selatan, Thailand, Taiwan, Meksiko, Polandia, dan Hongaria telah mencapai 50%. Lebih eksterim lagi menurut Traill (2006) bahwa pangsa pasar supermarket akan mencapai 61% di Argentina, Meksiko, dan Polandia; 67% di Hongaria; dan 76% di Brazil.

Pesatnya pertumbuhan pasar modern menurut Juliarta, et al. (2015) akan berdampak pada penurunan omzet penjualan pedagang tradisional, sehingga mereka akan berpotensi kehilangan profesi sebagai pedagang. Peneliti lainnya, Rinda (2014) dan Hermanto, et al. (2018) menyimpulkan bahwa semakin berkembangnya pasar modern mengakibatkan pasar tradisional semakin terpinggirkan keberadannya. Hasil penelitian yang sama menurut Purnama dan Yasa (2013) menunjukkan bahwa pertumbuhan pasar modern sangat meresahkan pedagang di pasar tradisional yang akhirnya akan mematikan pasar tradisional.

Jika awal berkembangnya pasar modern lebih banyak ditujukan untuk penduduk berpendapatan menengah ke atas, kini pasar modern mulai masuk ke segmen masyarakat kelas menengah ke bawah dengan membuka gerai-gerai sampai wilayah kecamatan. Pasar modern yang sedang gencar-gencarnya membuka gerai sampai ke daerah-daerah adalah Indomaret, Alfamart dan Yomart. Masyarakat menyambut baik kehadiran toko modern karena banyak memberikan berbagai kelebihan. Adapun kelebihan-kelebihan tersebut menurut Zahratain dan Lukytawati (2014) antara lain: kebersihan, kenyamanan, keamanan, kualitas produk serta sarana dan prasarana yang memadai. Pasar modern hadir dengan memanfaatkan kelebihan yang tidak dimiliki oleh pasar tradisional. Hal ini diperkuat hasil penelitian Sadino dan Syahbana (2014) bahwa

pasar modern memiliki kelebihan dalam tiga aspek yakni aspek karakteristik kondisi fisik, jangkauan pelayanan dan persepsi konsumen.

Sebuah survei yang dilakukan oleh Litbang Kompas mendapatkan temuan mengenai sejumlah alasan masyarakat cenderung memilih pasar modern untuk berbelanja, diantaranya karena: tempat bersih, fasilitas belanja, kelengkapan barang, dan harga barang yang tidak kalah dari pasar tradisional (Setiawan, 2013). Selain itu, juga ditemukan alasan adanya keleluasaan dalam memilih barang belanjaan sehingga menyebabkan masyarakat cenderung berbelanja di pasar modern (Bella Ika Yunita, 2020). Berbagai keunggulan dari pasar modern yang tidak dimiliki oleh pasar tradisional mendorong masyarakat untuk lebih memilih berbelanja di pasar modern

Selain dampak yang banyak terjadi dari berkembangnya pasar modern juga banyak ditemui beberapa permasalahan. Beberapa penelitian menyimpulkan bahwa berdirinya pasar modern menurut Tambunan, dkk. (2004) serta Utami dan Riduansyah (2013) banyak yang menyalahi perizinan. Pasar modern berdiri tanpa memperhatikan peraturan-peraturan baik peraturan dari pemerintah pusat maupun dari pemerintah daerah.

Adanya dampak yang ditimbulkan dan permasalahan yang muncul serta kebutuhan untuk melayani wisatawan di Kabupaten Pangandaran menarik untuk dikaji lebih jauh mengenai keberadaan pasar modern. Penelitian ini lebih ditekankan pada dampak dan permasalahannya ditinjau dari aspek geografis, demografis, rencana tata ruang dan wilayah, potensi sektor pariwisata, serta aturan pendirian.

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep pasar dalam konteks perekonomian menurut Stanton (2013) adalah sekumpulan orang yang mempunyai keinginan untuk memenuhi kebutuhan, uang untuk belanja (*disposable income*) serta kemauan untuk membelanjakannya. Jenis pasar berdasarkan cara transaksiterdiri dari pasar tradisional dan pasar modern, (Fuad, 2000).

Pasar tradisional menurut Malano (2011)

merupakan pasar yang dalam pelaksanaannya bersifat tradisional dan ditandai dengan pembeli serta penjual yang bertemu secara langsung. Sedangkan pasar modern menurut Sinaga (2004) adalah pasar yang dikelola dengan manajemen modern, umumnya terdapat di kawasan perkotaan, sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen (umumnya anggota masyarakat kelas menengah ke atas). Pasar modern umumnya dimiliki oleh pemodal kuat, mempunyai kemampuan untuk menggaet konsumen dengan cara memberikan hadiah langsung, hadiah khusus, dan juga *discount-discount* menarik, (Zumrotin, 2002).

Pasar modern menurut Kotler & Kevin (2016) terdiri dari *mall, supermarket, departement store, shopping centre*, waralaba, toko mini swalayan, pasar serba ada, toko serba ada dan sebagainya. Barang-barang yang dijual di pasar modern memiliki variasi jenis yang beragam. Selain menyediakan barang-barang lokal, pasar modern juga menyediakan barang impor. Barang yang dijual mempunyai kualitas yang relatif lebih terjamin karena melalui penyeleksian terlebih dahulu secara ketat sehingga barang yang rijek/tidak memenuhi persyaratan klasifikasi akan ditolak.

Sementara itu, konsep pasar modern menurut Peraturan Presiden (Perpres) No. 112 Tahun 2007 yaitu toko dengan sistem pelayanan mandiri yang menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk *minimarket, supermarket, departement Store, hypermarket* ataupun grosir yang berbentuk perkulakan. Secara lebih lengkap konsep pasar modern dalam Perpres tersebut, dapat dijelaskan menurut luar gerai yang digunakan dan item produk yang dijual. Berdasarkan luar gerai yang digunakan, pasar modern terdiri dari *minimarket, supermarker, hypermarket, departemen store* dan perkulakan. Sedangkan menurut item produk yang dijual *minimarket, supermarket, dan hypermarket* menjual secara eceran barang-barang konsumsi terutama produk makanan dan produk rumah tangga lainnya. *Departemen store* menjual barang-barang konsumsi khususnya sandang dan perlengkapannya. Sedangkan perkulakan menjual barang-barang konsumsi dan lainnya

secara grosir

Secara kuantitas, Ackerman (2013) menjelaskan bahwa pasar modern umumnya mempunyai persediaan barang di gudang yang terukur. Pasar modern memiliki label harga yang pasti (tercantum harga sebelum dan setelah dikenakan pajak). Pasar Modern juga memberikan pelayanan yang baik dengan adanya pendingin udara yang sejuk, suasana yang nyaman dan bersih, display barang perkatagori mudah dicapai dan relatif lengkap. Selain itu, di dalam pasar modern tersedia informasi produk melalui mesin pembaca, adanya keranjang belanja atau keranjang dorong serta ditunjang adanya kasir dan pramuniaga yang bekerja secara professional.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menganalisis dampak dan permasalahan keberadaan toko modern ditinjau dari rencana tata ruang dan wilayah, kondisi geografis dan demografis, serta potensi wisata Kabupaten Pangandaran. Sumber data primer diperoleh melalui hasil wawancara dengan beberapa informan kunci baik dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, Dinas Perdagangan, Koperasi, dan UMKM, Asosiasi Pedagang Pasar, dan Asosiasi Pedagang Ritel. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan diwakili oleh Kepala Seksi Layanan publik, Dinas Perdagangan, Koperasi dan UMKM diwakili oleh Kepala Seksi Pengelolaan Pasar, Asosiasi Pedagang Pasar dan Asosiasi Pedagang Ritel masing-masing diwakili oleh sekretaris asosiasinya,

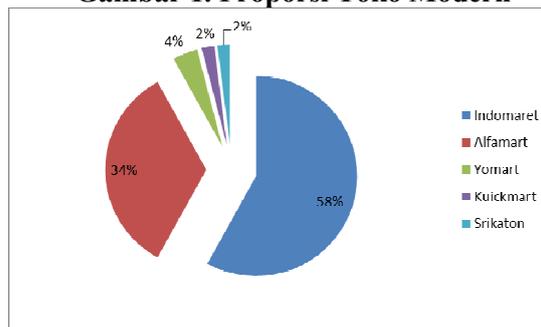
Data yang telah dikumpulkan dari proses penelitian tersebut selanjutnya akan dianalisis dengan analisis deskriptif. Proses analisa data kualitatif meliputi pengujian, pemilihan, kategorisasi, evaluasi, membandingkan, melakukan sintesa, dan merenungi kembali data yang peneliti peroleh untuk membangun inferensi-inferensi dan kemudian menarik kesimpulan sehingga tercapainya pemahaman secara holistic.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Salah satu bentuk pasar modern seperti

yang dikemukakan Kotler & Kevin (2016) adalah toko modern. Jumlah toko modern saat ini berjumlah 50 unit yang terdiri dari Indomaret, Alfamart, Yomart, Kuckmart, dan Srikaton. Indomaret, Alfamart dan Yomart merupakan toko modern berjejaring, sedangkan Kuckmart dan Srikaton merupakan toko modern tidak berjejaring.

Gambar 1. Proporsi Toko Modern



Sumber: Dinas Perdagangan, Koperasi dan UMKM Kab.Pangandaran, 2018

Berdasarkan Gambar 1, proporsi toko modern didominasi oleh kelompok Indomaret dan Alfamart. Keberadaan toko modern di daerah destinasi wisata, sebenarnya sangat dibutuhkan untuk pelayanan para wisatawan. Kehadiran toko modern merupakan salah satu daya tarik bagi wisatawan. Mereka dapat memperoleh barang-barang yang diperlukan dengan harga yang pasti serta fasilitas ruangan yang nyaman.

Keberadaan toko modern, saat ini sangat dirasakan dampaknya oleh para wisatawan. Namun, para pedagang (warung) tradisional menganggap keberadaan toko modern justru menjadi ancaman usaha mereka. Mereka mengalami penurunan omzet penjualan pada saat toko modern buka, tetapi pada saat toko modern tutup omzet mereka meningkat.

Selain dampak yang muncul dari keberadaan toko modern, ada beberapa permasalahan yang terjadi. Adapun permasalahan-permasalahan tersebut, antara lain: (1) Adanya toko modern yang belum melengkapi perizinan, tetapi sudah beroperasi; (2) Pengaturan lokasi toko modern yang masih berdekatan dengan pasar tradisional; (3) Jam operasional toko modern yang tidak sesuai

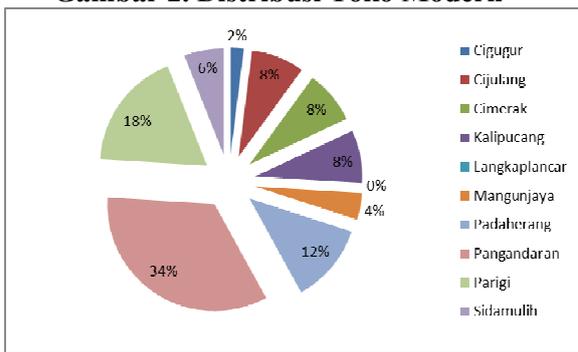
peraturan bupati; dan (4) Belum ada pelibatan pelaku usaha mikro, kecil dan menengah baik sebagai supplier maupun kemitraan lainnya.

Adanya polemik keberadaan toko modern, akan dianalisis lebih detail dari aspek geografis, demografis, rencana tata ruang dan wilayah, potensi wisata serta aturan pendirian toko modern.

a. Berdasarkan Kondisi Geografis

Saat ini keberadaan toko modern dapat ditemui di seluruh wilayah. Bahkan di wilayah tertentu toko modern telah memenuhi alokasi atau kuota yang telah ditetapkan. Meskipun demikian lokasi toko modern masih terkonsentrasi di pusat-pusat keramaian dan kawasan wisata. Sementara di wilayah yang jauh dari pusat keramaian belum ditemukan adanya pendirian toko modern. Hal penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Sinaga (2006) bahwa pasar modern banyak berkembang di wilayah perkotaan.

Gambar 2. Distribusi Toko Modern



Sumber: Dinas Perdagangan, Koperasi dan UMKM Kab.Pangandaran, 2018

Berdasarkan Gambar 2 dapat dilihat bahwa sebagian besar lokasi toko modern berada pada daerah pusat destinasi wisata seperti di sekitar pasar, alun-alun dan kantor pemerintahan. Meskipun pemerintah telah menetapkan jarak minimal lokasi toko modern dengan pasar tradisional, namun pada kenyataannya seringkali aturan tersebut dapat dikompromikan dengan para pedagang pasar tradisional dan pemerintahan desa setempat.

b. Berdasarkan Kondisi Demografis

Jumlah penduduk Kabupaten Pangandaran berdasarkan data tahun 2015 adalah sebanyak 464.201 jiwa dengan

konsentrasi terbanyak (15%) berada di Kecamatan Pangandaran. Berdasarkan aturan bahwa rasio pendirian toko modern 1 : 6.500 jiwa penduduk, maka didapat angka 71 unit toko modern. Apabila mengacu pada pendirian jumlah toko modern di Kabupaten Pangandaran saat ini yang telah mencapai 50 unit toko modern, maka masih tersisa kuota 21 unit untuk pendirian toko modern baru. Namun apabila menggunakan kategori bahwa yang dimaksud toko modern adalah minimarket berjaringan yang berjumlah 48 unit di seluruh Kabupaten Pangandaran, maka tersisa kuota 23 unit toko modern baru.

Apabila dibuat hitungan per kecamatan, maka pendirian toko modern di Kecamatan Pangandaran dan Parigi sudah melampaui rasio ideal perbandingan jumlah penduduk dan jumlah toko modern. Sementara di 8 (delapan) kecamatan lainnya alokasi pendirian toko modern masih terkonsentrasi di pusat keramaian dan tidak tersebar merata sesuai peraturan yang berlaku. Namun, walaupun Kecamatan Pangandaran dan Parigi sudah melampaui rasio ideal, kedua kecamatan tersebut paling banyak destinasi wisatanya. Jadi, rasio tersebut dapat diabaikan karena Kecamatan Paangandaran dan Parigi memiliki penduduk musiman sebagai wisatawan yang jumlahnya jauh lebih banyak. Mereka membutuhkan fasilitas belanja yang nyaman untuk memenuhi kebutuhan mereka. Hasil penelitian ini sesuai dengan yang dinyakan Zahratain dan Lukytawati (2014) bahwa fasilitas belanja yang diinginkan oleh konumen antara lain: kebersihan, kenyamanan, keamanan, kualitas produk serta sarana dan prasarana yang memadai.

c. Berdasarkan Rencana Tata Ruang dan Wilayah

Meskipun Kabupaten Pangandaran belum memiliki dokumen Rencana Tata Ruang dan Wilayah, namun wilayah pembangunan atau zonasi bagi setiap kecamatan dapat dijadikan pedoman dalam kajian ini. Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Pangandaran telah membagi 10 kecamatan di Kabupaten Pangandaran ke dalam lima wilayah pembangunan. Wilayah pembangunan 2 yang mencakup Kecamatan Pangandaran dan

Sidamulih menitikberatkan pada pembangunan sektor pariwisata, dimana Kecamatan Sidamulih menjadi penyangga Kecamatan Pangandaran. Begitu pula Wilayah pembangunan 3 mencakup Kecamatan Parigi sebagaimana fungsinya sebagai ibu kota kabupaten, dan pusat pemerintahan.

Sementara itu wilayah pembangunan 5, yakni Kecamatan Cimerak dan Cijulang, berfokus pada pariwisata dan perhubungan, dengan ada Bandara Nusa Wiru, rencana reaktivasi jalur kereta api, dan tujuan wisata pantai yaitu Batu Karas dan Green Canyon. Meskipun demikian sektor pariwisata tetap menjadi fokus Kabupaten Pangandaran, seperti halnya Pantai Batu Hiu dan Citumang yang berada di Kecamatan Parigi. Sehingga ke depannya Kecamatan Pangandaran akan menjadi pusat kegiatan, sementara Kecamatan Parigi, menjadi pusat layanan. Mengingat status Kabupaten Pangandaran dalam Rencana Tata Ruang dan Wilayah provinsi maupun nasional sebagai Pusat Kegiatan Wilayah. Selain menyusun Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Pangandaran juga tengah melakukan penyusunan Rencana Detail Tata Ruang Perkotaan Parigi dan Rencana Induk Kepariwisata Daerah.

Berdasarkan pembagian wilayah, hanya Kecamatan Pangandaran dan Sidamulih yang menjadi pusat sektor pariwisata. Namun, kenyataannya potensi wisata saat ini berkembang hampir di seluruh kecamatan yang ada di Kabupaten Pangandaran. Dengan terus meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan ke wilayah-wilayah tersebut, maka peluang di sektor perdagangan khususnya toko modern untuk dikembangkan lagi. Pengembangan toko modern diperlukan agar wisatawan dapat terlayani dengan baik. Para konsumen khususnya wisatawan seperti dalam pernyataan yang dikemukakan Sadino dan Syahbana (2014) lebih senang berbelanja kebutuhan mereka di pasar pasar modern karena pasar modern memiliki kelebihan dari aspek kondisi fisik dan jangkauan pelayanan.

d. Berdasarkan Potensi Sektor Pariwisata

Potensi sektor pariwisata di Kabupaten Pangandaran setiap tahunnya mengalami peningkatan. Apalagi pada saat *peak season*,

seperti liburan sekolah, liburan hari raya Idul Fitri, Natal dan Tahun Baru jumlah wisatawan meningkat drastis. Keberadaan toko modern menjadi salah satu fasilitas bagi para wisatawan dalam memenuhi kebutuhan konsumsi mereka. Para wisatawan yang datang tentunya mengharapkan kenyamanan dan kemudahan dalam berbelanja segala kebutuhan sehari-hari mereka. Peluang ini sebenarnya dapat dimanfaatkan oleh pedagang tradisional. Namun karena mereka berasal dari latar belakang yang heterogen, pelayanan yang diberikan bervariasi. Mereka kadang melakukan tindakan-tindakan yang kurang terpuji, seperti : semauanya menaikkan harga barang dagangannya dan memaksakan barang dagangan kepada para wisatawan.

Perilaku para pedagang yang kurang terpuji seperti itu, membuat para wisatawan enggan berbelanja kepada para pedagang tradisional. Para wisatawan merasa lebih nyaman berbelanja di toko modern sebagaimana yang dikemukakan Ackerman (2013) karena harganya pasti, pelayanan yang ramah serta suasana yang lebih nyaman.

Saat ini di lokasi tujuan wisata di Kabupaten Pangandaran masih terfokus di Pantai Barat dan Pantai Timu. Toko modern di kedua lokasi ini juga sudah ada untuk melayani para wisatawan. Sementara itu potensi tujuan wisata seperti Batu Karas, Green Canyon dan lain-lain yang saat ini sudah mulai banyak dikunjungi para wisatawan masih jarang ditemukan toko modern yang nyaman bagi para wisatawan. Pendirian toko modern di lokasi wisata seperti itu tentunya dapat melayani kebutuhan para wisatawan selain dapat membuka peluang pekerjaan bagi masyarakat sekitar yang berdomisili di kawasan wisata tersebut.

e. Berdasarkan Aturan Pendirian Toko Modern

Apabila mengacu kepada Peraturan Bupati Nomor 27 Tahun 2015, maka ditemukan telah terjadi pelanggaran atau kompromi terhadap beberapa pasal. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan Tambunan, dkk. (2004) serta Utami dan Riduansyah (2013) bahwa keberadaan pasar modern sering melanggar aturan yang telah

ditetapkan.

Pelanggaran terbanyak adalah menyangkut lokasi pendirian toko modern yang berada berhadapan, berdampingan atau berdekatan dengan pasar tradisional. Di sini ditemukan bahwa peraturan yang telah dibuat dapat dilanggar karena adanya kompromi dengan perkumpulan pedagang pasar atau pemerintah kecamatan dan desa setempat. Kompromi-kompromi seperti ini menyebabkan lokasi pasar modern terkonsentrasi di pusat-pusat keramaian, yaitu di dekat pasar, alun-alun atau kantor pemerintahan. Kondisi seperti ini tentunya berpotensi memberikan dampak negatif terhadap pasar tradisional dan pedagang kecil, khususnya yang menjual produk serupa seperti warung kelontongan.

Begitu juga peraturan mengenai jam operasional toko modern masih banyak dilanggar atau dikompromikan dengan alasan tertentu. Semestinya aturan mengenai jam operasional toko, khususnya di luar kawasan tujuan wisata dapat diterapkan dengan ketat sehingga tidak menimbulkan dampak negatif bagi pasar tradisional dan pedagang kecil.

Aturan lain yang belum dapat dipenuhi adalah mengenai kerjasama dengan pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) setempat. Pelaku UMKM lokal merasa banyak hambatan jika akan melakukan kemitraan dengan toko modern.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pasar modern di Kabupaten Pangandaran. Dapat diperoleh beberapa kesimpulan toko modern masih terkonsentrasi di pusat-pusat keramaian, sementara di lokasi yang jauh dari keramaian masih jarang ditemui toko modern. Jumlah toko modern di Kabupaten Pangandaran sebenarnya masih belum memenuhi kuota apabila dibandingkan dengan jumlah penduduk, apalagi bila dikaitkan dengan Kabupaten Pangandaran sebagai destinasi wisata. Pemerintah Kabupaten Pangandaran sebenarnya mendukung adanya toko modern, asalkan sesuai dengan peraturan yang ada. Namun, masih saja ada pemilik toko modern yang beroperasi menyalahi aturan dengan tidak mengurus perizinan. Terdapat sejumlah

pelanggaran atau kompromi terhadap peraturan yang telah ditetapkan menyangkut zonasi, jarak toko modern dengan pasar tradisional, dan jam operasional toko modern sehingga dapat menimbulkan dampak negatif terhadap keberadaan pasar tradisional dan pedagang kecil.

DAFTAR PUSTAKA

- AC Nielsen. (2010). The digital media and habits attitudes of South East Asian Consumers. https://www.slideshare.net/actio/nstartup/the-digital-media-and-habits-attitudes-of-south-east-asian-consumers?qid=d3a0f70e-4cd7-4038-866c-2fa23e2ab34b&v=&b=&from_search=1. Diakses 16 Agustus 2018.
- Ackerman, F. (2013). *Why do We Recycle?: markets, values, and public policy*. Island press.
- Bella Ika Yunita, K. (2020). The Shopping Behavior Patterns of Rural Communities in the Central Modern Market. *Journal of Talent Development and Excellence*, 12(2s), 457-462.
- Fuad, M. (2000). *Pengantar Bisnis*, Penerbit PT Gramedia, Jakarta.
- Hermanto, B., Suryanto, & Dai, R. M. (2018). Identification of Traditional Market Characteristics and Modern Markets in Pangandaran District, West Java Province, Indonesia. *Advanced Science Letters*, 24(1), pp. 365-368.
- Juliarta, I Made Guna dan Darsana, Ida Bagus, (2015). Efektivitas Revitalisasi Pasar Tradisional dan Dampaknya Terhadap Pengelolaan Pasar, Jumlah Pengunjung dan Pendapatan Pedagang. *E-Jurnal EP Unud*. 5 (1), pp. 138-166.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kuncoro, Mudrajad D., (2009). *Ekonomika Indonesia Dilema di Tengah Krisis Global*, UPP STIM YKPN, Yogyakarta.
- Lekagul, A. (2002). *Toward preservation of the traditional marketplace: A preference study of traditional and modern shopping environments in Bangkok, Thailand* (Doctoral dissertation, Virginia Tech).

- Malano, Herman, (2011). *Selamatkan Pasar Tradisional*. Penerbit PT Gramedia, Jakarta.
- Muftiadi, R. A., & Maulina, E. (2016). The Business Dynamic of Traditional Market Place: Demand Preference Approach. *AdBispreneur*, 1(2), hal. 113-126.
- Panggabean, Anastia Petika. (2014). Kontribusi Pendapatan Pedagang Buah Terhadap Pengeluaran Rumah Tangga (Studi Kasus: Pedagang Buah di Pasar Badung Kota Denpasar. *E-Jurnal EP Unud*. 3(7), hal. 301-310.
- Purnama, Ida Ayu Made Sherly dan Yasa, M. I Nyoman, (2013). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Domestik Berbelanja di Pasar Oleh-Oleh Modern. *E-Jurnal EPUnud*. 2 (5), hal. 244-253.
- Reardon, Thomas, C. Peter Timmer, Christopher B. Barrett, and Julio Berdegue (2003) 'The Rise of Supermarkets in Africa, Asia, and Latin America.' *American Journal of Agricultural Economics*, 85(5), pp 1140-1146.
- Reardon, Thomas and Rose Hopkins (2006) 'The Supermarket Revolution in Developing Countries: Policies to Address Emerging Tensions among Supermarkets, Suppliers, and Traditional Retailers.' Akan diterbitkan dalam *European Journal of Development Research*, 18(4), pp 522-545.
- Rinda, (2014). Peran Modal Sosial Terhadap Eksistensi Pasar Tradisional. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*. 2(2). hal 1-18.
- Sadino dan Syahbana, JA. (2014). Pasar Tradisional Versus Pasar Modern di Daerah Perkotaan. *Jurnal Pembangunan Wilayah dan Kota*, 10(2), hal. 205-217.
- Setiawan, Sakinah, R.D. (2013). *Pengusaha Tradisional Hendaknya Memodernkan Diri*. *Harian Kompas Edisi 12 Npmener 2013*. <https://otomotif.kompas.com/read/2013/11/12/1603506/Pengusaha.Tradisional.He ndaknya.Memodernkan.Diri>. Diakses pada 17 Januari 2019
- Setyo Sukirno, F. & Harianto, Sugeng. (2017). Pergeseran Gaya Hidup Masyarakat Sub Urban Area di Kota Mojokerto. *Paradigma*, 5(1). Hal 1-10.
- Sinaga Pariaman. (2004). *Pasar Modern VS Pasar Tradisional*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM
- Stanton, William J. (2013). *Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa Oleh Sadu Sundaru. Jilid Satu. Edisi Kesepuluh. Jakarta: Erlangga..
- Suryadarma D., Poesoro A., Budiwati S., Akhmadi, dan Rosfadhila M., (2007). *Dampak Supermarket Terhadap Pasar dan Pedagang Ritel Tradisional di Daerah Perkotaan di Indonesia*, SMERU RESEARCH INSTITUT.
- Suryanto, S., Hermanto, B., & Dai, R. M. (2018, November). Traditional Market Issues. In *International Conference on Business, Economic, Social Science and Humanities (ICOBEST 2018)*. Atlantis Press.
- Tambunan TH, Nirmalawati D, dan Silondae AA. (2004). *Kajian Persaingan dalam Industri Retail*. Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU). <http://www.kadin-indonesia.or.id/enm/images/dokumen/KAD IN-98-2832-09052008.pdf>.
- Traill, W. B. 2006. The Rapid Rise of Supermarkets. *Development Policy Review*. 24(2). Pp.163-174.
- Utami, Tri dan Mohammad Riduansyah. (2013). "Pengelolaan Pasar Tradisioanl di Kota Depok (Studi Kasus: Pasar Agung, Pasar Cisalak, Dan Pasar Kemiri Muka)". <http://lib.ui.ac.id>. Diakses pada tanggal 27 Juli 2017.
- Zahratain, Iin dan Lucyawati Anggaraeni. (2014). Dampak Perkembangan Toko Modern Terhadap Kinerja Pedagang Produk Pertanian Pada Pasar radisional di Kota Bekasi. *Jurnal Manajemen dan Agri Bisnis*. 11(2). hal: 119-128.
- Zumrotin KS, (2002). *Pola Keterkaitan Pasar Modern Dengan Pasar Swalayan*, Diklat Manajemen Pasar Daerah, Badan Pendidikan dan Pelatihan Departemen Dalam Negeri.

