



MENTERI PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA

KATA SAMBUTAN

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Kuasa atas terbitnya buku mengenai Pemberdayaan Pasar Tradisional (Dalam Rangka Peningkatan Daya Saing Pasar Tradisional) untuk mewujudkan pasar tradisional sebagai pasar yang bersih, aman dan nyaman.

Melihat fungsi dan peran pasar tradisional yang strategis dalam peningkatan pendapatan dan penyerapan tenaga kerja, maka dalam pembangunan sektor perdagangan, salah satu program prioritas yang akan dikembangkan dalam tahun 2004-2009 adalah Program Peningkatan Efisiensi Perdagangan Dalam Negeri. Program tersebut secara simultan dan sinergis akan terus dikembangkan untuk memperkuat pasar dalam negeri melalui pemantapan suplai serta menjaga kelancaran dan efisiensi distribusi barang kebutuhan masyarakat di berbagai wilayah tanah air.

Dibalik peran pasar tradisional yang strategis tersebut, diperlukan upaya-upaya dalam rangka peningkatan daya saing pasar tradisional yang identik dengan sebuah lokasi perdagangan yang kumuh, semrawut, kotor dan merupakan sumber kemacetan lalu lintas.

Citra pasar tradisional yang kurang baik tersebut sudah semestinya mendapat perhatian yang cukup besar karena didalamnya terkait dengan hajat hidup orang banyak. Pembenahan pasar tradisional menjadi tempat belanja yang bercitra positif adalah suatu tantangan yang cukup berat dan harus diupayakan sebagai rasa tanggung jawab kepada Publik. Pembenahan pasar tersebut tentu saja bukan hanya tugas Pemerintah tetapi juga tugas masyarakat, pengelola pasar dan para pedagang tradisional untuk bersinergi menghapus kesan negatif tersebut sehingga pasar tradisional masih tetap eksis di tengah persaingan yang semakin ketat.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, berbagai kebijakan dan langkah pembinaan telah dilakukan, antara lain melakukan pembinaan terhadap perkembangan pasar tradisional secara menyeluruh dan berkesinambungan, antara lain melalui pembangunan dan *up grading* (renovasi) pasar tradisional, pelatihan manajemen pengelolaan pasar tradisional dan peningkatan pengetahuan dan kemampuan pedagang.

Menteri Perdagangan

t t d

Mari Elka Pangestu

PASAR TRADISIONAL YANG MODERN
(DALAM RANGKA PENINGKATAN DAYA SAING PASAR TRADISIONAL)

DAFTAR ISI

BAB I: PENGERTIAN DASAR

- 1.1 Pengertian dan kebutuhan terhadap pasar
- 1.2 Pasar tradisional versus pasar modern
- 1.3 Maksud dan tujuan penulisan

BAB II: LEBIH JAUH TENTANG PASAR TRADISIONAL

- 2.1. Posisi strategis
- 2.2. Ancaman terhadap kelangsungan pasar tradisional

BAB III: PERMASALAHAN YANG DIHADAPI UNTUK MENGEMBANGKAN PASAR TRADISIONAL

- 3.1. Pedagang di pasar tradisional
- 3.2. Pengelolaan dan manajemen pasar

BAB IV: PEMBINAAN TERHADAP PEDAGANG

- 4.1. Pembinaan disiplin pedagang
- 4.2. Edukasi untuk menciptakan pasar yang bersih, indah dan higienis
- 4.3. Peningkatan pengetahuan dasar bagi para pedagang
- 4.4. Memahami perilaku konsumen

BAB V: PENINGKATAN PROFESIONALISME PENGELOLAAN PASAR

- 5.1. Penerapan manajemen pasar yang lebih profesional dengan struktur organisasi dan deskripsi tugas yang jelas untuk setiap jabatan
- 5.2. Standard Operating Procedure (SOP) manajemen pasar
- 5.3. Indikator pengelolaan pasar yang berhasil
- 5.4. Peningkatan mutu dan pembenahan pengaturan sarana fisik pasar
- 5.5. Site plan (perencanaan tapak)
- 5.6. Gambar situasi pasar tradisional yang layak

BAB VI: PENUTUP

- 6.1. Kesimpulan

LAMPIRAN - LAMPIRAN

BAB I

PENGERTIAN DASAR

1.1. PENGERTIAN DAN KEBUTUHAN TERHADAP PASAR

Pasar dalam pengertian teori ekonomi adalah suatu situasi dimana pembeli (konsumen) dan penjual (produsen dan pedagang) melakukan transaksi setelah kedua pihak telah mengambil kata sepakat tentang harga terhadap sejumlah (kuantitas) barang dengan kuantitas tertentu yang menjadi objek transaksi. Kedua pihak, pembeli dan penjual, mendapatkan manfaat dari adanya transaksi atau pasar. Pihak pembeli mendapatkan barang yang diinginkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhannya sedangkan penjual mendapatkan imbalan pendapatan untuk selanjutnya digunakan untuk membiayai aktivitasnya sebagai pelaku ekonomi produksi atau pedagang.

Agar transaksi berjalan lancar dan kedua belah pihak mencapai tujuannya, masing-masing pihak akan selalu berusaha mencari informasi yang akurat dan *up-to-date* tentang berbagai hal. Pembeli berusaha mendapatkan informasi tentang barang apa saja yang tersedia untuk memenuhi kebutuhannya, berapa jumlah yang tersedia, bagaimana kualitasnya dan dimana barang tersebut tersedia. Sedangkan penjual di pihak lain, juga mencari informasi tentang barang apa saja yang dibutuhkan oleh konsumen, kapan dibutuhkan, berapa banyak yang dibutuhkan, kualitas bagaimana yang dibutuhkan dan dimana konsumen merasa senang untuk mendapatkannya.

Karena itu, pada dasarnya yang paling dibutuhkan oleh kedua belah pihak (pembeli dan penjual) adalah adanya media atau wadah yang dapat mengumpulkan dan menyebarkan informasi kesemua pihak tentang berbagai hal yang menyangkut objek transaksi termasuk bagaimana transaksi dapat dilakukan. Dalam era globalisasi seperti sekarang ini, dengan semakin intensifnya penggunaan teknologi informasi, transaksi dapat dilakukan melalui jaringan internet dimana pembeli dan penjual tidak perlu harus bertemu langsung.

Hanya saja tidak semua pembeli dan penjual dapat memanfaatkan kecanggihan IT dalam melakukan transaksi, wadah ini hanya dapat digunakan oleh sebagian kecil penduduk yang mengerti tentang penggunaan IT dan memiliki cukup penghasilan yang cukup.

Mayoritas penduduk masih membutuhkan wadah atau tempat transaksi dimana pembeli dan penjual dapat langsung bertemu secara fisik. Dalam kaitan ini, agar transaksi bisa berjalan lancar, aman dan tertib, dibutuhkan tempat yang layak.

1.2. PASAR TRADISIONAL VERSUS PASAR MODERN

Kelayakan tempat transaksi adalah sangat penting dan menjadi pertimbangan utama kedua belah pihak. Akan tetapi, “layak” dalam hal ini adalah menjadi relatif jika dihubungkan dengan kemampuan dan kondisi hidup yang dihadapi terutama oleh konsumen. “Layak” bagi golongan penduduk yang berpenghasilan tinggi akan berbeda dengan “layak” bagi golongan penduduk yang berpenghasilan rendah. Konsumen yang berpendapatan tinggi dan menengah atas akan lebih menyukai tempat transaksi atau pasar yang lebih mewah, aman, luas, bersih, barang tertata rapi disertai dengan petunjuk yang jelas, ada pelayanan yang profesional, menyediakan semua yang dibutuhkan dan mekanisme pembayaran yang canggih (bisa non-cash). Tempat ini biasanya disebut dengan “pasar modern”. Golongan penduduk, terutama para wanita profesional, yang dalam kehidupan sehari-hari sangat sibuk melakukan aktivitasnya, juga lebih menyukai berbelanja di pasar modern yang berlokasi di tempat yang terdekat dengan lokasi aktivitasnya.

Sebaliknya, bagi golongan penduduk yang berpendapatan rendah dan menengah bawah umumnya lebih menyukai melakukan transaksi atau berbelanja ditempat yang lebih ramai, banyak tersedia pilihan barang kebutuhan, bisa ditawar karena penjual dan pembeli bertemu secara langsung, harga terjangkau, pembayaran dengan *cash*, tersedia fasilitas angkutan umum, Tempat ini umum disebut dengan “pasar tradisional”.

Pasar modern dan pasar tradisional sudah dibedakan dengan sangat tegas oleh para pembeli atau konsumen. Keduanya belum bisa digabung karena keduanya dibutuhkan oleh penduduk. Idealnya, semua pasar menjadi pasar modern dan ini juga menjadi impian semua penduduk, tetapi karena kondisi kehidupan penduduk yang masih mayoritas berpendapatan rendah dengan tingkat pengetahuan yang masih rendah pula, maka masih jauh kemungkinan untuk memikirkan agar semua pasar menjadi modern.

Untuk saat ini, yang perlu menjadi perhatian semua pihak adalah bagaimana agar pasar tradisional bisa dibuat menjadi lebih layak sebagai tempat transaksi tanpa harus secara drastis mengubah

citranya atau khasnya sebagai pasar tradisional. Dalam kaitan ini yang perlu menjadi pertimbangan untuk dibenahi adalah: kebersihan, lantai yang kering tidak becek, penataan lokasi penjual sesuai dengan golongan barang yang dijual, lorong untuk pembeli yang lapang tidak sumpek, ada pengaturan pencahayaan dan pengaturan udara yang sehat, keamanan yang terjamin, ada tempat pembuangan sampah dan sampah tidak menumpuk, ada pengaturan lalu lintas yang lancar, tersedia pusat informasi dan penerangan, ada tempat yang bersih untuk beristirahat dan dapat menikmati makanan-makanan tradisional, ada pelatihan secara rutin bagi para pedagang tentang bagaimana mengatasi kebakaran dan bagaimana menyelamatkan diri jika terjadi kebakaran, dan lain sebagainya yang dapat membuat pasar tradisional lebih menarik agar tidak kalah dengan pasar modern.

Jika pasar tradisional bisa dikelola dengan baik dan menarik, maka tidak perlu ada pertentangan antara pasar modern dan pasar tradisional. Keduanya berkembang dengan nuansa serta daya tariknya sendiri-sendiri. Tidak menutup kemungkinan bahwa golongan yang berpendapatan tinggi dan menengah atas akan juga menjadi tertarik untuk sesekali mengunjungi pasar tradisional untuk menikmati berbagai hal yang tidak tersedia di pasar modern.

1.3. MAKSUD DAN TUJUAN PENULISAN

1. Menganalisa tentang kondisi pasar tradisional dan membahas kemungkinan untuk meningkatkan daya saingnya dalam menghadapi berbagai tantangan dan persaingan dari semakin berkembangnya pasar modern
2. Memberikan gambaran dan konsep ideal tentang pasar tradisional yang layak, yaitu bersih, tidak becek, nyaman, aman, teratur rapi, tidak sumpek, tidak bau dan memiliki fasilitas yang memadai.
3. Mendorong berbagai pihak yang berkompeten untuk tetap mempertahankan keberadaan pasar tradisional tetapi dalam bentuk yang lebih layak dan berdaya saing. Ini perlu dilakukan dalam rangka membantu dalam: a) menyediakan tempat usaha yang layak bagi pedagang baik formal maupun informal dan menampung harapan mereka terhadap adanya kepastian tempat berusaha; b) membantu memberikan solusi dalam rangka menciptakan kawasan bisnis yang tertib, nyaman dan aman; c) memberikan alternatif solusi bagi tumbuhnya

entrepreneurs yang baru dan memperkuat kemampuan para pelaku usaha yang sudah ada.

BAB II

LEBIH JAUH TENTANG PASAR TRADISIONAL

2.1. POSISI STRATEGIS

1. Jumlah pasar tradisional di Indonesia lebih dari 13.450 dengan jumlah pedagang berkisar 12.625.000 orang (Sumber : APKASI, 2003).
2. Pasar tradisional masih merupakan wadah utama penjualan produk-produk kebutuhan pokok yang dihasilkan oleh para pelaku ekonomi berskala menengah kecil serta mikro. Mereka adalah para petani, nelayan, pengrajin dan home industri (industri rakyat). Jumlah mereka adalah puluhan juta dan sangat menyandarkan hidupnya kepada pasar tradisional.
3. Pasar tradisional adalah wadah untuk mendapatkan berbagai keperluan dan kebutuhan pokok mayoritas penduduk di tanah air. Mereka bisa mendapatkannya dengan harga yang terjangkau.
4. Pasar tradisional selalu menjadi indikator nasional dalam kaitannya dengan pergerakan tingkat kestabilan harga atau inflasi domestik. Dalam menghitung inflasi, harga kebutuhan pokok penduduk yang dijual di pasar tradisional seperti beras, gula, dan sembilan kebutuhan pokok lainnya menjadi obyek monitoring para ahli statistik setiap bulannya.
5. Interaksi sosial sangat kental terjadi di dalam pasar tradisional. Ini terjadi karena mekanisme transaksinya menggunakan metode tawar-menawar. Selain itu, para pedagang (produsen) dan pembeli (konsumen) dapat secara langsung berkomunikasi dan saling mengenal lebih jauh, bukan hanya menyangkut barang yang diperdagangkan tetapi juga menyangkut hal lainnya. Termasuk tentang budaya masing-masing yang terkait dengan jenis masakan dan cara berpakaian. Di pasar tradisional telah berkumpul dan berinteraksi dengan damai para anggota masyarakat dari ragam latar belakang suku dan ras, mulai dari keturunan Arab, Cina, Batak, Padang, Sunda, Jawa, Madura, Bugis serta lainnya.

6. Pasar tradisional merupakan kumpulan para *entrepreneur* dan calon *entrepreneur* yang pada umumnya menggunakan modal sendiri dalam memulai usahanya.

2.2. ANCAMAN TERHADAP KELANGSUNGAN PASAR TRADISIONAL

1. Pasar tradisional belum dapat dibebaskan dari citra negatif sebagai tempat yang kumuh, semrawut, becek, kotor, kriminal tinggi, tidak nyaman, fasilitas minim (tempat parkir terbatas, toilet tidak terawat, tempat sampah yang bau, instalasi listrik yang gampang terbakar, dan lorong yang sempit).
2. Pasar tradisional masih dipenuhi oleh para pedagang informal yang sulit diatur dan mengatur diri. Pengelola pasar masih mengalami kesulitan untuk melakukan penataan yang lebih tertib terhadap mereka. Kondisi ini membuat pasar tradisional menjadi semrawut dan tidak nyaman untuk dikunjungi.
3. Pasar dengan pola pengelolaan modern semakin banyak bermunculan sebagai salah satu alternatif tempat berbelanja yang tidak semrawut dan nyaman. Penduduk yang berpenghasilan tinggi menyambut gembira kedatangan pasar modern yang jumlahnya semakin banyak tersebar di berbagai wilayah dan berlokasi ditempat yang mudah di jangkau.
4. Berdasarkan Survey AC Nielsen pertumbuhan pasar modern (termasuk *Hypermarket*) sebesar 31,4%, sementara pertumbuhan pasar tradisional -8,1% (SWA, *Edisi Desember 2004*).

BAB III

PERMASALAHAN YANG DIHADAPI UNTUK MENGEMBANGKAN PASAR TRADISIONAL

3.1. PEDAGANG DI PASAR TRADISIONAL

1. Jumlah pedagang yang semakin meningkat

Jumlah pedagang yang ingin berjualan di pasar tradisional dari waktu ke waktu mengalami peningkatan. Hal ini berdampak pada kebutuhan tempat yang juga semakin meningkat. Jika tempat tidak tersedia, maka timbul pemaksaan dan mengabaikan tata ruang pasar.

2. Kesadaran yang rendah terhadap kedisiplinan, kebersihan dan ketertiban

Para pedagang yang umumnya berpendidikan rendah, tidak memiliki kesadaran yang tinggi tentang perlunya kedisiplinan, kebersihan dan ketertiban. Kondisi ini dibiarkan oleh para pengelola pasar tanpa ada keinginan untuk melakukan proses edukasi atau pelatihan secara berkala terhadap para pedagang.

3. Pemahaman yang rendah terhadap perilaku konsumen

Selera konsumen selalu berubah-ubah, tetapi para produsen dan pedagang tidak bisa mengikutinya karena terbatasnya pengetahuan dan informasi. Mereka pada umumnya berkembang secara alamiah tanpa ada persiapan untuk memasuki era persaingan.

3.2. PENGELOLAAN DAN MANAJEMEN PASAR

1. Visi dan misi tidak jelas

Pihak pengelola pasar (Dinas Pasar di tingkat kebijakan dan Perusahaan Daerah di tingkat manajemen) belum memiliki visi dan misi yang jelas tentang arah dan bentuk pasar tradisional yang akan dikembangkan ke depan.

2. Pengelola pasar belum berfungsi dan bertugas secara efektif

Tugas pokok pengelola pasar adalah melakukan pembinaan terhadap pedagang, menciptakan kondisi pasar yang kondusif dan layak untuk berusaha serta mengupayakan kelancaran distribusi barang sehingga tercipta kestabilan harga barang, terutama kebutuhan pokok masyarakat. Saat ini, pengelola pasar baik Dinas Pasar maupun Perusahaan Daerah yang menangani manajemen pasar belum memahami tugas dan fungsinya sebagai pengelola. Orientasi pemerintah daerah masih lebih cenderung pada peningkatan Pendapatan Asli Daerah daripada peningkatan pelayanan kepada masyarakat.

3. *Standard Operation Procedure* (SOP) yang tidak jelas

Ciri manajemen yang baik adalah apabila setiap fungsi/jabatan di dalam struktur organisasi memiliki tugas dan tanggung jawab yang jelas, kinerjanya dapat diukur yang tertuang di dalam SOP. Saat ini, SOP pasar tradisional dan implementasinya di lapangan belum mencerminkan diterapkannya manajemen yang baik dan benar, masih banyak terjadi salah kelola dan pelanggaran tanpa adanya sanksi yang tegas.

4. Manajemen keuangan yang tidak akuntabel dan transparan

Fakta di lapangan menunjukkan masih banyaknya pengelola dan manajemen pasar yang tidak akuntabel dan transparan dalam hal laporan keuangannya. Mereka dengan mudah menyatakan rugi walaupun dalam kondisi nyata di lapangan menunjukkan bahwa mereka sangat potensial untuk mendapatkan keuntungan.

5. Kurang perhatian terhadap pemeliharaan sarana fisik

Umur ekonomis bangunan pasar dapat menjadi pendek, apabila tidak dilakukan pemeliharaan yang tepat dan berkala. Di beberapa pasar tradisional, ditemukan bahwa pemeliharaan dilakukan setiap 5 tahun dan umumnya dilakukan atas inisiatif para pedagang sendiri tetapi dengan cara tambal sulam. Kondisi ini menyebabkan pasar tradisional semakin menjadi tidak indah, bersih dan nyaman. Dampaknya, sarana pasar yang seharusnya diperuntukkan untuk bisa bertahan lebih dari 25 tahun menjadi tidak terwujud. Dengan mudah, pasar yang baru dibangun, kembali menjadi kumuh dalam waktu singkat.

6. Pedagang kaki lima yang tidak tertib karena tidak mendapatkan tempat yang layak

Pedagang kaki lima memerlukan tempat untuk menjajakan dagangannya. Mereka selalu mencari tempat yang ramai dikunjungi pembeli. Sayangnya, belum ada solusi yang memadai untuk mereka. Cenderung dibiarkan saja, sehingga mereka menempati pinggir jalan untuk menjual. Akibatnya, terjadi kemacetan lalu lintas angkutan barang dan mengganggu kenyamanan pembeli. Konsep pasar yang dibangun tidak mengakomodasi tempat penjualan sektor informal yang layak dan sesuai dengan yang mereka inginkan (tidak harus di pinggir jalan).

7. Premanisme

Salah satu ciri pasar tradisional saat ini adalah banyaknya praktek premanisme yang sangat mengganggu kelancaran dan efisiensi transaksi antara pembeli dan penjual. Mereka terkadang bertindak sebagai perantara yang sebenarnya tidak diperlukan karena hanya melakukan pemaksaan dan percaloan. Selain itu, mereka juga adalah pelaku kriminal yang melakukan praktek perjudian dan pemerasan. Secara langsung, yang menjadi korban adalah para pedagang, tetapi secara tidak langsung pihak konsumen juga menjadi korban karena harus membeli barang dengan harga yang lebih tinggi.

8. Tidak ada pengawasan terhadap barang yang dijual dan standardisasi ukuran dan timbangan

Karena sifatnya terbuka, maka sangat sulit dilakukan pengawasan terhadap barang yang dijual di pasar tradisional. Begitu pula dengan standardisasi ukuran dan timbangan barang yang seringkali tidak dilakukan dengan benar oleh pedagang. Pengelola pasar belum melakukan koordinasi dengan pihak yang berkompeten untuk melaksanakan pengawasan secara rutin demi melindungi kepentingan konsumen.

9. Masalah fasilitas umum

Kelemahan mendasar lainnya dari pasar tradisional adalah kurang tersedianya fasilitas umum yang memadai. Tempat parkir yang sempit, toilet yang kotor dan kadang tidak berfungsi dengan baik, tempat pembuangan sampah sementara yang menggunung dan menimbulkan bau menyengat, koridor atau lorong yang sempit adalah merupakan pemandangan umum yang diketemukan di hampir semua pasar tradisional di Indonesia.

10. Penataan los/kios/lapak yang tidak beraturan

Kesemrawutan pasar tradisional juga disebabkan oleh karena tidak adanya kemampuan dan ketegasan oleh manajemen pasar dalam mengatur kios dan lapak secara baik dan rapi. Pengelola cenderung bersikap masa bodoh dan tidak bisa bertindak tegas dalam menertibkan serta mengenakan sanksi terhadap para pelanggar yang menggunakan ruangan yang bukan peruntukannya.

BAB IV

PEMBINAAN TERHADAP PEDAGANG

4.1. PEMBINAAN DISIPLIN PEDAGANG

1. Dibuat aturan main yang jelas dan disosialisasikan kepada para pedagang

Pengelola pasar harus membuat peraturan yang jelas dan kemudian dilakukan sosialisasi dan proses edukasi kepada para pedagang secara rutin dan menyeluruh sehingga semua penghuni pasar mengetahui isi dan maksudnya. Jika ada yang tidak disetujui oleh penghuni pasar maka harus dilakukan pertemuan khusus untuk melakukan perubahan sehingga bisa diterima dengan baik. Jika sudah diterima, selanjutnya diminta komitmen dari penghuni pasar untuk menaatinya. Agar bisa selalu diingat oleh para penghuni pasar, maka naskah peraturan dibuat menjadi semenarik mungkin dan ditempel di berbagai tempat di lokasi pasar.

2. Penegakan aturan dan penerapan sanksi yang tegas pada setiap pelanggaran

Pengelola pasar harus bisa bertindak tegas untuk mengenakan sanksi bagi setiap yang melakukan pelanggaran. Jangan bertindak diskriminatif dan harus konsisten menjalankan peraturan. Pasar akan terjaga ketertibannya apabila pelaku-pelaku di dalamnya menaati peraturan dengan baik dan konsekuen.

3. Ciptakan pola pengamanan bersama

Petugas sekuriti terbatas jumlahnya, karena itu harus dibantu oleh semua penghuni pasar agar tercipta suatu pola pengamanan bersama. Setiap pedagang atau penghuni harus memiliki tanggung jawab tertentu terhadap keamanan pasar.

4.2. EDUKASI UNTUK MENCIPTAKAN PASAR YANG BERSIH, INDAH DAN HIGIENIS

Edukasi perlu dilakukan terus menerus terhadap para pedagang penghuni pasar. Hal ini dilakukan agar para penghuni bisa menyadari perlunya memelihara dan membuat pasar menjadi indah, nyaman, bersih dan sehat baik untuk penghuni maupun untuk pengunjung atau pembeli. Mereka harus selalu disadarkan bahwa persaingan semakin ketat sehingga diperlukan berbagai upaya untuk menarik para pembeli untuk berbelanja di lokasinya. Dalam kaitan ini, diperlukan upaya-upaya agar para pedagang penghuni pasar senantiasa:

1. Menata kios dan jualannya dengan rapi dan lebih menarik bagi pembeli
2. Berpakaian sopan dalam melayani pembeli
3. Bagi yang berjualan bahan mentah seperti daging, ikan dan sayuran, memakai celemek khusus sehingga terkesan lebih bersih.
4. Menyapa dan melayani pembeli dengan ramah
5. Membuang sampah pada tempat yang telah disediakan
6. Merapikan dan membersihkan kios/lapak masing-masing setiap selesai berdagang
7. Mencuci tangan dengan sabun setelah selesai berdagang dan atau selesai membersihkan kios/lapak
8. Tidak menjual bahan mentah daging (ayam/sapi/kambing dll) dan ikan mentah bersama-sama dengan makanan siap saji di tempat yang sama.
9. Menggunakan peralatan berdagang (pisau, talenan, baskom, ember, sarung tangan, celemek, dll) yang bersih dan mencucinya dengan deterjen setelah selesai berdagang.
10. Mencuci atau membasuh meja dagangan dengan deterjen setiap kali selesai berdagang.
11. Pergunakan lokasi yang telah disediakan oleh petugas pengelola pasar
12. Tidak menjual hewan sakit atau mati yang tidak wajar
13. Praktek rutin berkala kegiatan disinfeksi total minimal 3 bulan sekali

13. Semua peralatan yang dipakai untuk handling produk asal hewan sebaiknya disikat dan direndam dengan obat suci hama.

4.3. PENINGKATAN PENGETAHUAN DASAR BAGI PARA PEDAGANG

1. Pelatihan administrasi pembukuan

Administrasi Pembukuan dalam hal ini adalah tata cara pencatatan transaksi keuangan baik yang masuk maupun yang keluar. Sehingga para pedagang dapat lebih mudah melakukan analisa keuangannya dengan tepat dan akurat. Termasuk perlunya para pedagang menyiapkan cadangan untuk membayar sewa kios/lapak pada waktu yang tepat dengan jumlah yang tepat.

2. Pelatihan strategi penjualan

Menyikapi persaingan antar pedagang yang semakin ketat maka diperlukan strategi untuk meningkatkan penjualan. Dalam kaitan ini, para pedagang perlu diberi pengetahuan tentang tatacara pengaturan barang dagangan, pelayanan kepada pembeli, teknik komunikasi dan transaksi yang jujur namun tetap menguntungkan, serta promosi barang yang dijual.

3. Sistem stok dan delivery

Pedagang perlu diberi pengetahuan tentang pengaturan stok barang sehingga tidak perlu terjadi penumpukan jika permintaan sedang turun dan tidak kekurangan pada saat permintaan sedang meningkat. Ini terkait langsung dengan mekanisme serta sistem distribusi dan *delivery* barang dagangan pada waktu yang dibutuhkan dengan jumlah yang tepat. Hal ini perlu didukung oleh adanya kelancaran transportasi dan lokasi bongkar yang lapang dan tidak sesak (perlu ada jalur atau pintu masuk yang khusus untuk mengangkut lalu lintas barang)

4. Informasi harga barang di pasar

Baik pedagang maupun pembeli sebaiknya mempunyai akses yang sama untuk mendapatkan informasi tentang harga yang

sedang berlaku untuk semua jenis barang yang diperdagangkan di pasar. Ini akan banyak membantu para produsen (petani/peternak) untuk mengetahui harga jual yang wajar bagi produknya sehingga ada insentif untuk meningkatkan volume dan kualitas produksinya. Demikian pula dengan pembeli, walaupun harus melakukan tawar menawar, tetapi mereka akan puas jika dapat membeli barang dengan harga yang pantas untuk kualitas yang sesuai dengan kebutuhannya.

4.4. MEMAHAMI PERILAKU KONSUMEN

Pola perilaku konsumen dewasa ini telah mengalami perubahan. Mereka tidak saja menginginkan kualitas dan harga produk yang bagus, tetapi juga kualitas tempat (pasar) yang memadai dan layak sesuai dengan tingkat pendapatannya. Secara umum, tempat yang nyaman, aman dan memadai akan menjadi pilihan utama bagi kebanyakan pembeli. Kondisi ini harus bisa menjadi perhatian serius dari para pedagang di pasar tradisional. Walaupun tradisional tetapi tetap memiliki daya tarik untuk dikunjungi oleh para calon pembeli. Pedagang harus mengetahui bahwa persaingan tidak hanya terbatas pada kualitas dan harga produk, tetapi juga sudah pada tataran lain yaitu bagaimana memuaskan pelanggan dari faktor yang lainnya, seperti adanya kenyamanan berbelanja dan adanya nuansa khusus menarik lainnya yang tidak dimiliki oleh pasar modern.

BAB V

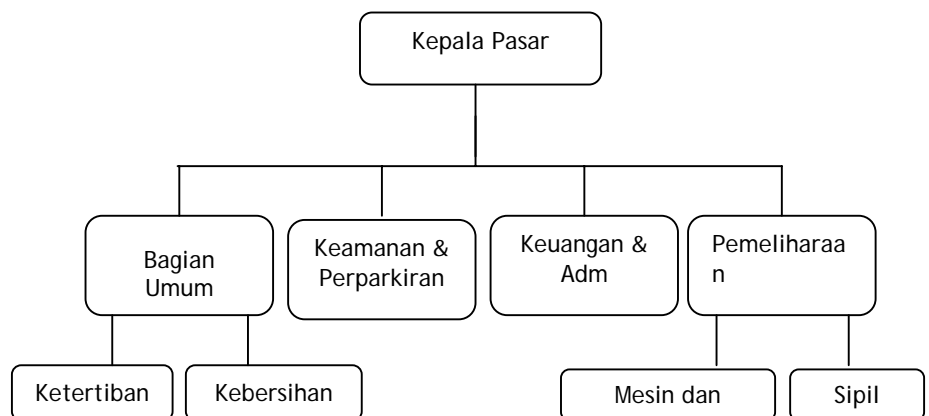
PENINGKATAN PROFESIONALISME PENGELOLAAN PASAR

5.1. PENERAPAN MANAJEMEN PASAR YANG LEBIH PROFESIONAL DENGAN STRUKTUR ORGANISASI DAN DESKRIPSI TUGAS YANG JELAS UNTUK SETIAP JABATAN

Visi, misi dan kebijakan pengembangan pasar sebaiknya disusun dan dikembangkan oleh Dinas Pasar di kantor Pemda setempat. Kantor Dinas Pasar harus memiliki visi dan misi yang jelas akan ke mana pasar tradisional dikembangkan. Visi, misi dan kebijakan yang telah disusun harus disosialisasikan kepada publik, sehingga publik mengetahui dan bisa memberikan masukan atau tanggapan tentang ke mana seharusnya arah pasar tradisional selayaknya dikembangkan dan apa yang akan menjadi daya tarik pasar tradisional sehingga tetap layak untuk dikunjungi.

Visi, misi dan kebijakan tersebut harus menjadi pegangan utama bagi manajemen pasar dalam melakukan kegiatan operasional sehari-hari. Namun, sebelum itu, manajemen pasar harus dibentuk dan didukung oleh sumber daya manusia yang berkualitas dan berpengalaman dalam hal manajerial serta mempunyai komitmen untuk mengembangkan pasar seperti yang diinginkan bersama.

Struktur organisasi yang disarankan untuk diadopsi oleh manajemen pasar tradisional di semua wilayah adalah sebagai berikut berikut :



Kepala pasar adalah penanggung jawab semua pelaksanaan dan pencapaian tugas manajemen. Tugas bagian keuangan dan keamanan sudah cukup jelas sesuai dengan nama jabatannya. Yang perlu mendapatkan penjelasan adalah bagian umum dan pemeliharaan. Bagian Umum berfungsi untuk melakukan supervisi pelaksanaan ketertiban dan kebersihan pedagang. Disamping itu tugas lainnya adalah melakukan pembinaan terhadap pedagang. Tanggung jawab Bagian Umum adalah melakukan penegakan norma dan disiplin pedagang dengan cara-cara persuasif namun tegas.

Tugas Bagian Pemeliharaan juga tidak kalah penting, karena menyangkut pemeliharaan dan perbaikan sarana pasar serta renovasi jika diperlukan. Semua instalasi air, listrik telepon, gas dan pembuangan harus menjadi perhatian serius bidang ini. Keindahan pasar juga harus menjadi perhatian yang serius dari bidang ini untuk selalu ditingkatkan

5.2. STANDARD OPERATING PROCEDURE (SOP) MANAJEMEN PASAR

Agas semua tugas bisa dilaksanakan secara tertib dan menghindari terjadinya penyimpangan yang tidak diinginkan, maka diperlukan adanya SOP yang bisa diuraikan sebagai berikut:

- 1. Manajemen keuangan yang terpusat, khususnya dalam hal *Collecting fee* dari pedagang / penyewa**
 - a. Pedagang membayar kewajiban secara langsung kepada petugas yang ditunjuk, tidak ada petugas lain dilapangan yang boleh menerima uang dari penyewa.
 - b. Hanya terdapat 1 (satu) jenis *fee* yang dibebankan kepada penyewa, di dalamnya sudah meliputi biaya sewa, kebersihan, keamanan dan pemeliharaan. Besarnya *fee* telah disetujui bersama antara manajemen dan penyewa.
- 2. Hak Pakai**
 - a. Untuk tempat usaha dalam bentuk kios, Hak Pakai idealnya tidak lebih dari 5 (lima) tahun. Hal ini untuk mempermudah melakukan upaya-upaya dalam hal apabila pemegang hak tidak membuka kiosnya.

- b. Untuk tempat usaha dalam bentuk los, hak pakai idealnya tidak lebih dari 3 (tiga) bulan, dikarenakan biasanya pedagang los sifatnya musiman.

3. Keamanan & Ketertiban

- a. Agar lebih terjamin, pemeliharaan dan peningkatan ketertiban di lingkungan pedagang harus melibatkan semua penyewa untuk meringankan tugas para petugas keamanan.
- b. Tugas keamanan dan ketertiban secara umum dilakukan oleh *Security*.
- c. Setiap blok kios terdapat petugas keamanan yang bertanggung-jawab melakukan pengawasan secara reguler.
- d. SDM bidang keamanan adalah orang terlatih yang direkrut dari lingkungan sekitar maupun *eks-preman* yang terikat kontrak.

4. Kebersihan dan Sampah

- a. Pembersihan tempat dilakukan secara terus-menerus, tidak berdasarkan jadwal, tetapi situasional berdasar keadaan di tempat.
- b. Setiap kelompok kios terdapat tempat penampungan sampah sementara, kemudian secara berkala dipindahkan ke tempat penampungan akhir oleh petugas yang disewa oleh manajemen pasar.
- c. Sampah akhir yang terkumpul pada tempat penampungan akhir di angkut ke luar pasar 2 (dua) kali sehari.

5. Perparkiran

Tidak ada tempat parkir yang diblok/*direreserved* untuk pelanggan sehingga semua memiliki hak yang sama atas tempat parkir. Tempat parkir harus tersedia cukup luas untuk menampung kendaraan para pengunjung.

6. Pemeliharaan Sarana Pasar

Secara rutin, manajemen pasar harus melakukan pengecekan terhadap kondisi fisik bangunan dan sarana fisik lainnya. Pada saat melakukan pengecekan, petugas harus mengisi *check-list* yang dibawanya dan langsung melakukan pelaporan begitu pengecekan selesai dilakukan. Setelah menerima laporan, Bagian Pemeliharaan harus segera

melakukan tindakan jika harus dilakukan pemeliharaan atau perbaikan. Jangan menunggu hingga kondisi kerusakan menjadi lebih parah sehingga mengganggu aktivitas pasar.

7. Penteraan

Secara berkala, dilakukan penteraan terhadap alat ukur di pasar khususnya timbangan. Tujuannya disamping menjamin kepastian ukuran di pasar juga untuk membangun kepercayaan konsumen. Ini dilakukan melalui koordinasi dan kerjasama dengan dengan Dinas Metrologi setempat.

8. Penanganan Distribusi barang

Manajemen pasar harus menyiapkan lokasi khusus untuk penanganan distribusi dan *delivery* barang masuk ke pasar. Ini juga akan memudahkan dilakukannya pengawasan terhadap barang yang masuk ke pasar. Untuk barang yang masuk, terlebih dahulu harus dilakukan penyortiran atau pengolahan awal sebelum dijajakan di tempat penjualan:

- Untuk komoditi pertanian dilakukan penyortiran terhadap barang yang sudah busuk.
- Untuk ayam potong disediakan tempat pengolahan/pemotongan dan pembersihan di luar area dagangan.
- Untuk bahan makanan (bakso, mie basah, dll) dilakukan pengetesan (*kertas lakmus*) untuk mengetahui kandungan bahan aditif.
- Untuk makanan kemasan dilakukan pengawasan terhadap masa kadaluwarsanya (*expired date*)

Selain itu, harus tersedia tempat penyimpanan atau gudang yang aman dan bisa membuat barang dagangan tahan lama atau tidak cepat rusak:

- Harus ada gudang dengan suhu normal dan tidak ada tikus atau binatang perusak lainnya
- Harus ada *cold storage* untuk bahan yang tidak tahan lama.

Dengan demikian, kios di dalam pasar bisa secara optimal hanya berfungsi sebagai tempat menjajakan dagangan, bukan tempat penumpukan barang.

5.3. INDIKATOR PENGELOLAAN PASAR YANG BERHASIL

1. Manajemen yang transparan

Pengelolaan manajemen pasar yang transparan dan profesional. Konsekuen dengan peraturan yang ditegakkannya dan tegas dalam menegakkan sanksi jika terjadi pelanggaran.

2. Keamanan

Satuan pengamanan pasar bekerja dengan penuh tanggung jawab dan bisa melakukan koordinasi dan kerjasama dengan para penyewa/pedagang. Para penghuni memiliki kesadaran yang tinggi untuk terlibat dalam menjaga keamanan bersama.

3. Sampah

Sampah tidak bertebaran di mana-mana. Para pedagang membuang sampah pada tempatnya. Tong sampah tersedia di banyak tempat, sehingga memudahkan bagi pengunjung untuk membuang sampahnya. Pembuangan sampah sementara selalu tidak menumpuk dan tidak membusuk karena selalu diangkut oleh armada pengangkutan sampah ke tempat pembuangan akhir secara berkala.

4. Ketertiban

Tercipta ketertiban di dalam pasar. Ini terjadi karena para pedagang telah mematuhi semua aturan main yang ada dan dapat menegakkan disiplin serta bertanggung jawab atas kenyamanan para pengunjung atau pembeli.

5. Pemeliharaan

Pemeliharaan bangunan pasar dapat dilakukan baik oleh pedagang maupun pengelola. Dalam hal ini telah timbul kesadaran yang tinggi dari pedagang untuk membantu manajemen pasar memelihara sarana dan prasarana pasar seperti saluran air, ventilasi udara, lantai pasar, kondisi kios dan lain sebagainya

6. Pasar sebagai sarana/fungsi interaksi sosial

Pasar yang merupakan tempat berkumpulnya orang-orang dari berbagai suku di tanah air menjadi sarana yang penting untuk berinteraksi dan berekreasi. Tercipta suasana damai dan harmonis di dalam pasar.

7. Pemeliharaan pelanggan

Para penjual memiliki kesadaran tinggi akan pentingnya menjaga agar para pelanggan merasa betah berbelanja dan merasa terpanggil untuk selalu berbelanja di pasar. Tidak terjadi penipuan dalam hal penggunaan timbangan serta alat ukur lainnya. Harga kompetitif sesuai dengan kualitas dan jenis barang yang dijual, serta selalu tersedia sesuai kebutuhan para pelanggan.

8. Produktifitas pasar cukup tinggi

Pemanfaatan pasar untuk berbagai kegiatan transaksi menjadi optimal. Terjadi pembagian waktu yang cukup rapi dan tertib:

- a. Pukul 05.30 s/d 09.00 aktifitas pasar diperuntukkan bagi para pedagang kaki lima khusus makanan sarapan/jajanan pasar;
- b. Pukul 04.00 s/d 17.00 aktifitas pasar diperuntukkan bagi para pedagang kios & lapak dan penjualan makanan khas;
- c. Pukul 06.00 s/d 24.00 aktifitas pasar diperuntukkan bagi para pedagang Ruko;
- d. Pukul 16.00 s/d 01.00 aktifitas pasar diperuntukkan bagi para pedagang Cafe Tenda;

9. Penyelenggaraan kegiatan (event)

Sering diselenggarakan kegiatan peluncuran produk-produk baru dengan membagikan berbagai hadiah menarik kepada pengunjung. Ini dilakukan bekerja sama dengan pihak produsen.

10. Promosi dan “Hari Pelanggan”

Daya tarik pasar tercipta dengan adanya karakteristik dan keunikan bagi pelanggan. Daya tarik ini harus dikemas dalam berbagai hal, mulai dari jenis barang dan makanan yang dijual hingga pada berbagai program promosi. Manajemen pasar bekerjasama dengan para pedagangnya menentukan hari-hari tertentu sebagai “Hari Pelanggan”, dimana dalam satu waktu tertentu para pedagang melakukan kegiatan yang unik seperti berpakaian seragam daerah atau menyelenggarakan peragaan pakaian atau makanan daerah tertentu dan lain sebagainya.

5.4. PENINGKATAN MUTU DAN PEMBENAHAN PENGATURAN SARANA FISIK PASAR

1. Perencanaan Tata Ruang

Pola perletakan berbagai prasarana dan sarana yang ada telah mempertimbangkan beberapa pendekatan antara lain :

- a) Ada pengaturan yang baik terhadap pola sirkulasi barang dan pengunjung di dalam PASAR dan ada tempat parkir kendaraan yang mencukupi. Keluar masuknya kendaraan tidak macet.
- b) Dari tempat parkir terdapat akses langsung menuju kios di PASAR.
- c) Distribusi pedagang merata atau tidak menumpuk di satu tempat.
- d) Sistem zoning sangat rapi dan efektif sehingga mempermudah konsumen dalam menemukan jenis barang yang dibutuhkan.
- e) Penerapan zoning *mixed-used*, menggabungkan peletakan los dan kios dalam satu area, yang saling menunjang.
- f) Fasilitas bongkar muat (*loading-unloading*) yang mudah dan meringankan *material handling*
- g) Jalan keliling PASAR, mencerminkan pemerataan distribusi aktifitas perdagangan.
- h) Ada tempat penimbunan sampah sementara (TPS) yang mencukupi.
- i) Terdapat berbagai fasilitas umum : *ATM Centre*, Pos Jaga kesehatan, Mushola, toilet, dll.
- j) Tempat pemotongan ayam yang terpisah dari bangunan utama
- k) Ada bangunan kantor untuk pengelola PASAR, Keamanan, Organisasi Pedagang.

2. Arsitektur bangunan

Dibutuhkan lahan atau ruang yang besar dengan rencana bangunan sebagai berikut:

- a) Bangunan PASAR yang ideal terdiri dari 1 lantai namun dapat dibuat maksimal 2 (dua) lantai. Diupayakan lantai

dasarnya bersifat semi-basement sehingga untuk naik tangga ke lantai atas (lantai 2) tidak terasa tinggi.

- b) Tersedia banyak akses keluar masuk sehingga sirkulasi pembeli/pengunjung menjadi lancar dan semua areal dapat mudah terjangkau.
- c) Sirkulasi udara dan pencahayaan yang baik sehingga dapat meningkatkan kenyamanan bagi para pengunjung dan dapat menghemat energi karena tidak diperlukan penerangan tambahan.

3. Pengaturan Lalu lintas

Untuk menjaga ketertiban dan kenyamanan bagi para pengunjung PASAR maka pengaturan lalu lintas dilakukan sebagai berikut :

- a) Kendaraan pengunjung harus dapat parkir di dalam area PASAR.
- b) Terdapat jalan yang mengelilingi PASAR dan mencukupi untuk keperluan bongkar muat dan memiliki 2 lajur guna menghindari penumpukan/antrian.

4. Kualitas Konstruksi

- a) Prasarana jalan menggunakan konstruksi rigid
- b) Konstruksi bangunan menggunakan bahan yang tahan lama dan mudah dalam *maintenancenya*.
- c) Lantai PASAR keramik
- d) Rolling door untuk kios dan dinding plester aci dengan *finishing* cat.
- e) Drainase dalam menggunakan buis beton sedangkan di luar dengan saluran tertutup.

5. Air bersih & Limbah

- a) Pengadaan air bersih menggunakan sumur dalam dan di tampung di *reservoir*.
- b) Ada sumur resapan diberbagai tempat sebagai antisipasi terhadap melimpahnya buangan air hujan.
- c) Pembuangan limbah terdiri dari :
 - Buangan air kotor dapat disalurkan menuju *drainase* biasa.

- Buangan limbah kotoran oleh karena pertimbangan higienis harus ditampung dalam *septic tank*, baru kemudian cairannya dialirkan pada resapan.
- Pembuatan saluran pembuangan air rembesan dengan desain khusus pada kios/los yang menjual dagangan yang harus selalu segar/basah (ikan dan daging)

6. Sistem Elektrikal

Sumber daya listrik menggunakan daya dari PLN, dengan demikian seluruh sistem mengikuti standar (PUTL). Untuk mempermudah pengontrolan saat darurat, dibuat sistem sub sentralisasi fase dan panel utama listrik dimana panel utama ditempatkan di dekat kantor pengelola. Hal ini dimaksudkan agar daya listrik untuk peralatan perdagangan maupun pencahayaan ruangan dalam kondisi yang memadai.

7. Pencegahan Kebakaran

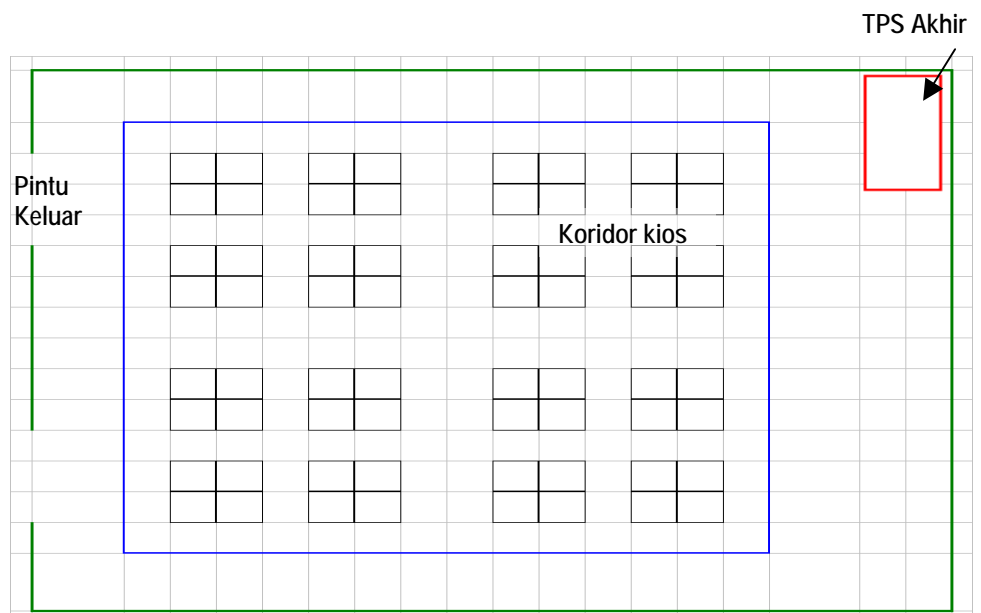
Pencegahan dan perangkat penanggulangan kebakaran dilakukan dengan penyediaan tabung pemadam pada setiap grup kios. Hidran untuk armada pemadam kebakaran harus tersedia di tempat yang mudah dijangkau.

8. Penanggulangan Sampah

Pada setiap kelompok mata dagangan disediakan bak penampungan sampah sementara. Petugas kebersihan secara periodik mengumpulkan sampah dari setiap blok untuk diangkut menuju tempat penampungan utama. Dari tempat penampungan utama ini, pengangkutan sampah keluar PASAR dilakukan oleh pihak terkait dengan menggunakan truk/container.

5.5. SITE PLAN (PERENCANAAN TAPAK)

Pengaturan site plan sangat menentukan hidupnya pasar, kaidah site plan yang ideal dapat dilihat dari ilustrasi berikut ini :



Pintu
Masuk

Kios

1. Kios

Setiap kios adalah tempat strategis, sehingga setiap blok hanya terdiri dari 2 (dua) deret yang menjadikan kios memiliki 2 (dua) muka (*seperti terlihat dalam gambar*). Kios paling luar menghadap keluar, sehingga fungsi etalase menjadi maksimal.

2. Koridor

Koridor utama merupakan akses utama dari luar pasar. Lebar ideal 2 – 3 meter. Sedangkan koridor penghubung antar kios lebar minimalnya adalah 180 cm.

3. Jalan

Tersedia jalan yang mengelilingi pasar. Sehingga semua tempat memberikan kesan bagian depan/dapat diakses dari segala arah. Lebar jalan minimal 5 (lima) meter. Sehingga dapat dihindari penumpukan antrian kendaraan. Disamping itu kendaraan dapat melakukan bongkar muat pada tempat yang tersebar sehingga makin dekat dengan kios yang dimaksud. Tujuan dari adanya jalan yang mengelilingi pasar adalah meningkatkan nilai strategis kios, mempermudah penanggulangan bahaya kebakaran, memperlancar arus kendaraan didalam pasar, mempermudah bongkar muat.

4. Selasar luar

Untuk mengoptimalkan strategisnya kios, terdapat selasar yang dapat juga sebagai koridor antar kios.

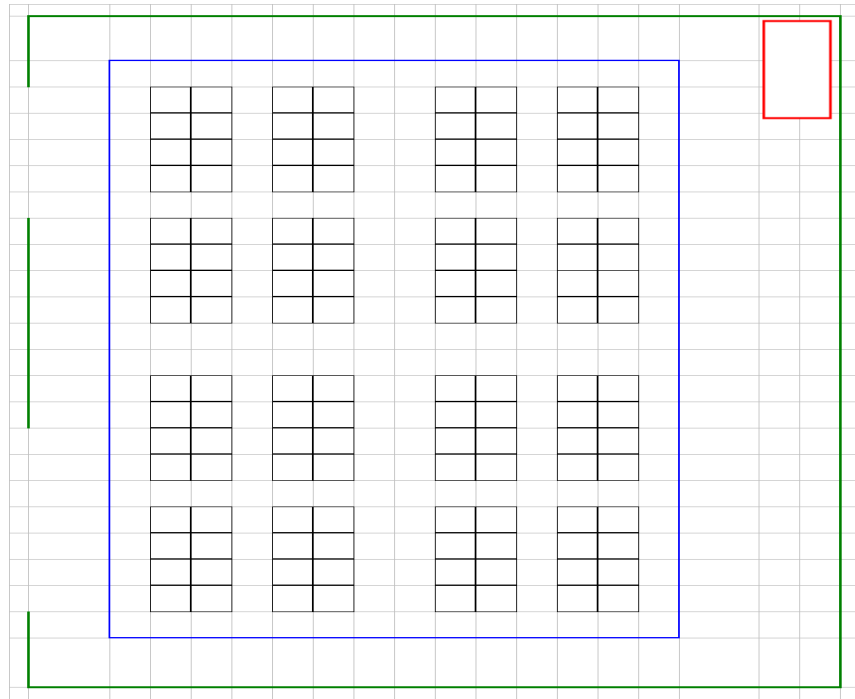
5. Bongkar muat

Pola bongkar muat yang tersebar, sehingga dapat menekan biaya dan mempermudah *material handling*. Akan tetapi harus ditetapkan ketentuan bongkar muat. Antara lain, setelah bongkar muat kendaraan tidak boleh parkir ditempat.

6. TPS

Tempat penampungan sampah sebelum diangkut keluar pasar terletak di belakang dan terpisah dari bangunan pasar.

Pola pembagian kios diatas (*hanya 2 deret kios*) kadang terkendala oleh keterbatasan lahan dan harga bangunan menjadi tinggi. Solusinya adalah dapat dibuat 4 (*empat*) deret yang memungkinkan bagi pemilik kios yang lebih dari 1 (*satu*) kios dapat bersebelahan seperti terlihat pada gambar dibawah.



5.6. GAMBAR SITUASI PASAR TRADISIONAL YANG LAYAK



Ilustrasi diatas menggambarkan suasana pasar tradisional yang dikelola secara profesional sehingga terlihat sangat bersih, nyaman, dan aman.

BAB VI PENUTUP

6.1. KESIMPULAN

Menyadari pentingnya fungsi Pasar Tradisional yang strategis dalam rangka peningkatan pendapatan dan penyerapan tenaga kerja, maka perlu diupayakan pemberdayaan Pasar Tradisional sehingga menjadi tempat yang layak dan menjadi tempat yang menarik untuk dikunjungi bagi setiap kalangan.

Modernisasi bukan satu-satunya solusi, tetapi bisa dilakukan peningkatan fungsi dan daya tarik Pasar Tradisional dalam bentuk lain dengan menciptakan sesuatu yang khas dan keunikan namun tingkat kenyamanan, keamanan, kebersihan, ketertiban menjadi terpelihara dengan baik dan tidak kalah dengan apa yang terdapat di pasar modern.

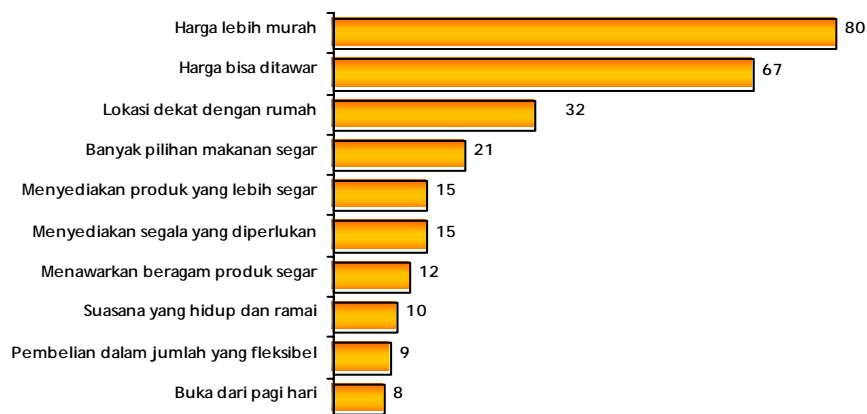
Harus ada upaya untuk:

1. Menghilangkan image bahwa Pasar Tradisional adalah tempat yang kumuh, becek, tidak aman/tertib dan banyaknya pungutan liar
2. Menumbuhkan budaya kepada para pedagang, pengelola pasar dan pembeli untuk dapat menciptakan suasana pasar yang bersih, nyaman, aman dan tertib serta lebih menarik.
3. Manajemen pasar yang profesional dengan visi dan misi yang jelas demi meningkatkan pelayanan yang prima kepada masyarakat.

LAMPIRAN I

ALASAN KONSUMEN UNTUK TETAP MENGUNJUNGI PASAR TRADISIONAL

| No | KETERANGAN | TTL | GREATER JKT | JKT | BDG | SRBY |
|----|-------------------------------------|-------|-------------|-------|-----|------|
| | Actual Interview | 1,065 | 458 | 303 | 303 | 307 |
| | Projected ('000) | 6,360 | 4,942 | 3,215 | 605 | 813 |
| 1 | Harga lebih murah | 80 | 81 | 77 | 68 | 79 |
| 2 | Harga bisa ditawar | 67 | 71 | 67 | 60 | 52 |
| 3 | Lokasi dekat dengan rumah | 32 | 32 | 40 | 30 | 35 |
| 4 | Banyak pilihan makanan segar | 21 | 22 | 20 | 22 | 15 |
| 5 | Menyediakan produk lebih segar | 15 | 14 | 17 | 16 | 21 |
| 6 | Menyediakan segala yang diperlukan | 15 | 16 | 20 | 8 | 14 |
| 7 | Menawarkan beragam produk segar | 12 | 12 | 13 | 10 | 16 |
| 8 | Suasana yang hidup dan Ramai | 10 | 11 | 10 | 2 | 4 |
| 9 | Pembeli dalam jumlah yang fleksibel | 9 | 10 | 14 | 7 | 2 |
| 10 | Buka dari pagi hari | 8 | 9 | 9 | 8 | 4 |

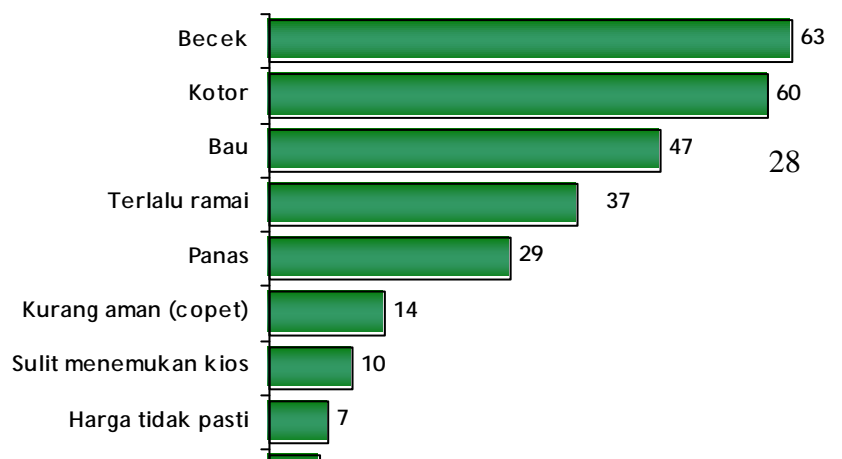


Sumber : AC Nielsen

LAMPIRAN II

ALASAN KONSUMEN KURANG BERMINAT BERKUNJUNG DI PASAR TRADISIONAL

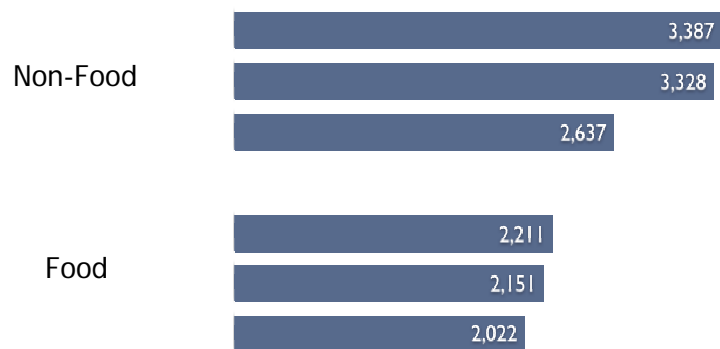
| No | KETERANGAN | TOTAL | GREATER JKT | JKT | BDG | SRBY |
|----|---------------------------------------|-------|-------------|-------|-----|------|
| | Actual Interview | 1,065 | 458 | 303 | 303 | 307 |
| | Projected ('000) | 6,360 | 4,942 | 3,215 | 605 | 813 |
| 1 | Becek | 63 | 69 | 63 | 62 | 27 |
| 2 | Kotor | 60 | 60 | 57 | 50 | 70 |
| 3 | Bau | 47 | 48 | 42 | 54 | 36 |
| 4 | Terlalu ramai | 37 | 36 | 41 | 37 | 45 |
| 5 | Panas | 29 | 32 | 32 | 9 | 26 |
| 6 | Kurang aman (copet) | 14 | 15 | 14 | 13 | 7 |
| 7 | Sulit menemukan kios | 10 | 12 | 15 | 5 | 5 |
| 8 | Harga tidak pasti | 7 | 8 | 9 | 3 | 6 |
| 9 | Kehegienenisan produk tidak terjamin | 6 | 6 | 6 | 9 | 6 |
| 10 | Harus membawa kantong belanja sendiri | 5 | 6 | 6 | 0 | 0 |
| 11 | None | 3 | 3 | 4 | 3 | 0 |



Sumber : AC Nielsen

LAMPIRAN III

NEWLY INTRODUCED SKU_s BASED ON 47 CATEGORIES



SKU = Stock Keeping Unit
Item produk berdasar kemasan
(Stoknya dicatat tersendiri di
sistem gudang)

LAMPIRAN IV SKEMA KREDIT PERBANKAN BAGI PEDAGANG

Sampai dengan saat ini, Perbankan masih melihat penyaluran kredit di pasar sangat beresiko. Hal ini disebabkan oleh beberapa hal antara lain :

1. Organisasi Pasar (KOPPAS) masih berada dalam daftar *black-list* perbankan, akibat pengelolaan dan spekulasi yang terjadi masa lalu. Asset pasar masih bermasalah.
2. Kondisi pasar yang semakin kumuh mempersulit analisa kredit baik menyangkut batas maksimum pemberian kredit dan jangka waktu kredit.
3. Tidak terdapatnya jaminan dari pengelola, baik menyangkut manajemen dan properti (fisik bangunan) yang menjadikan pasar yang dikelola beroperasi dalam kurun waktu yang panjang dan tetap bersih, aman, nyaman.

SKEMA KREDIT PERBANKAN SEBELUM KRISIS

1. PASAR YANG DIREMAJAKAN/BARU

A. Kredit Investasi dengan menggunakan KKPA

B. Persyaratan

- Anggota Koperasi
- *Buy back guarantee* dari developer
- Tempat usaha sebagai jaminan

C. Kondisi

- Jumlah kredit /harga kios hanya berdasar zoning
- Pen-zoningan tidak berdasarkan kebutuhan/kebiasaan pembeli
- Jumlah kios tidak melalui survey konsumen
- Tanpa melibatkan pengelola sebagai guarantor
- *Collecting* melalui koperasi secara bulanan

D. Dampak yang timbul

- Tempat strategis setiap zoning dikuasai spekulasi
- Pedagang yang menempati zoning yang salah turun menjadi kakilima
- Kios yang tidak terjual (anggota fiktif) menjadi beban koperasi
- Kreditur kesulitan eksekusi karena tidak mendapat dukungan pengelola (ditutup tidak bayar retribusi)

E. Akibat

- NPL berkisar 20% - 50%
- Pasar kembali menjadi kumuh
- Pedagang sulit mendapatkan modal usaha (kembali ke rentenir)

2. PASAR LAMA

| KKPA | KUK |
|--|--|
| Persyaratan : <ul style="list-style-type: none">▪ Anggota Koperasi▪ Koperasi sebagai penjamin | Persyaratan : <ul style="list-style-type: none">▪ Memiliki tempat usaha▪ Memberikan jaminan tambahan▪ Kelayakan usaha |
| Kondisi : <ul style="list-style-type: none">▪ Jumlah kredit terbatas▪ Alokasi kredit untuk membayar hutang ke Koppas▪ Kontrol bank rendah karena <i>chanelling</i>▪ Tidak melibatkan pengelola Pasar | Kondisi : <ul style="list-style-type: none">▪ Kesulitan mendapatkan jaminan tambahan▪ <i>Collecting</i> langsung u. kreditur secara bulanan. |

3. SKEMA KREDIT PERBANKAN SAAT INI

| | |
|------------------|--------------------|
| KREDIT INVESTASI | KREDIT MODAL KERJA |
|------------------|--------------------|

| Jenis Kredit : Kredit Tanpa Agunan (KTA/Kredit Mikro) | |
|---|---|
| Persyaratan : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pengikatan tempat usaha ▪ Melibatkan Pengelola sebagai <i>Guarantor</i> | Persyaratan : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pengikatan tempat usaha ▪ Tanpa melibatkan pengelola |
| Analisa kredit berdasarkan harga kios | Analisa kredit berdasarkan kelayakan usaha |
| Kondisi : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Penambahan jumlah kios tidak berdasarkan survey konsumen ▪ Kios strategis masih dikuasai spekulan (bukan pedagang) ▪ Tidak ada jaminan pengelolaan yang profesional ▪ <i>Collecting</i> langsung oleh kreditur scr bulanan. | Kondisi : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bunga tinggi. ▪ Konsumen pedagang terus menurun karena makin banyak kompetitor dan kenyamanan Pasar terus berkurang. ▪ Tidak melibatkan pengelola. |
| Fakta : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Banyak kios tidak terjual ▪ Pedagang eksisting mendapatkan tempat yang kurang strategis ▪ Kebersihan dan pengelolaan kurang memadai ▪ Angsuran pedagang tidak lancar | Fakta : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Daya saing pedagang menurun ▪ Retribusi terus meningkat ▪ Kredit macet sulit dieksekusi |

4. USULAN SKEMA KREDIT UNTUK PEDAGANG

| KREDIT INVESTASI | KREDIT MODAL KERJA |
|---|--|
| Analisis pasar secara komprehensif : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pengelola harus bersertifikasi ▪ Penetapan anchor zoning (setiap Pasar punya karakteristik) ▪ Jumlah kios berdasar survey konsumen ▪ Jumlah kredit berdasar zoning dan potensi kelayakan usaha ▪ Penjualan kios kepada pedagang eksisting sangat transparan dan pedagang baru harus scr. Langsung | <ol style="list-style-type: none"> 1. Melibatkan Pengelola Pasar untuk menjamin Pengelolaan secara profesional 2. Berdasarkan kelayakan usahanya 3. Bunga komersial |
| PENGELOLA MENJAMIN : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Buy back Guarantee ▪ Kebersihan, keamanan, perparkiran, dsb. | |

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Membantu memberikan peringatan kepada pedagang yang bermasalahan. ▪ Merubah sistem retribusi menjadi <i>service charge</i> | |
|---|--|

| |
|---|
| <p>COLLECTING KREDIT : Harian / Mingguan / Bulanan ————— Berdasarkan karakteristik komoditi</p> |
|---|