

# STRATEGI EQUILIBRIUM PASAR TRADISIONAL MENSIASATI KEPUNGAN PASAR MODERN

Oleh

**Tri Widodo**

Dosen STIE AMA Salatiga

**Bertha Kusuma Wardani**

Dosen STIE AMA Salatiga

## **Abstract**

*The market is a rotation of the economy of a region / country, which is perfect because many parties are involved in it. However, nowadays traditional markets face great challenges with the advent of modern markets, which give it a more modern markets such as the quality and type of product, convenience, cleanliness, other facilities that support it. Traditional markets mengimbangi find it difficult to compete with the more modern marketplace. The survey results demonstrate that the rate of growth in traditional markets fell by 8,1%, while the modern market to increase growth rates 31,4%. It if allowed to continue will bring economic imbalances. Thus, the purpose of this study was to determine the limiting factors of traditional markets and provide solutions that balance the traditional market to compete with modern market economy so that the wheels can be balanced.*

*This research is qualitative research. The sample in this study are the traditional and modern markets Salatiga. The data in this study is primary data obtained by observation and direct interviews with market participants and consumers Salatiga.*

*The results of this study indicate that the mindset of traditional market participants are still difficult to change to make a change for the better in competition with the modern market. In addition, the design and appearance of market factors, spatial layout, variety and quality of goods, sales promotion, market operating hours are limited, and optimizing the utilization of the selling space is also the biggest weakness of traditional markets in the face of competition with the modern market. Therefore, to balance the creation of market participants should take an active role to create an atmosphere and better market conditions, clean, comfortable, and safe. In addition it is also necessary, government intervention in the regulation / legislation relating to the design and layout of the market between the traditional and modern, as well as infrastructure support facilities.*

*Keywords: Traditional Market, Modern Market, Strategy Equilibrium*

## **LATAR BELAKANG**

Persaingan dalam pasar modern telah melanda negara-negara maju sejak beberapa dekade, khususnya di Amerika Serikat (AS) dan Eropa Barat. Menjelang dekade akhir millennium, persaingan semakin meluas hingga ke negara- negara berkembang, dimana deregulasi sektor usaha ritel yang bertujuan untuk meningkatkan investasi asing langsung (*foreign direct investment/ FDI*) telah berdampak pada pengembangan jaringan ritel modern seperti supermarket dan minimarket.

Di Indonesia, supermarket lokal telah ada sejak 1970-an, meskipun masih terkonsentrasi di kota-kota besar. Pemberlakuan liberalisasi sektor ritel pada 1998 menjadi awal masuknya ritel asing ke pasar dalam negeri. Akibatnya, persaingan dunia perdagangan pun semakin sengit. Meningkatnya persaingan telah mendorong kemunculan supermarket di

kota-kota yang lebih kecil dalam rangka untuk mencari pelanggan baru dan terjadinya perang harga. Akibatnya, persaingan bukan hanya antar sesama pasar modern, pasar tradisional pun menjadi korban persaingan ini. Sebab, supermarket tidak hanya mengincar pasar kelas menengah ke atas, tetapi juga kelas bawah.

Dibukanya tempat-tempat pembelanjaan modern sekarang ini yang menawarkan produk-produk bermutu dengan harga relatif murah dan lingkungan perbelanjaan yang lebih nyaman menimbulkan kegamangan akan nasib pasar tradisional skala kecil dan menengah. Hal ini karena pasar modern memberikan produk, harga, dan lingkungan yang lebih bisa menjawab permintaan pelanggan. Dibandingkan dengan pasar tradisional yang identik dengan tempat kumuh, semrawut, kotor, tindakan kriminal tinggi, tidak nyaman, fasilitas minim seperti parkir, toilet, tempat sampah, listrik, air, jalan becek dan sempit, pasar modern memberikan nilai lebih dalam kenyamanan perbelanjaan. Nilai lebih yang ditawarkan oleh pasar modern itulah yang menjadikan kebanyakan pelanggan lebih tertarik belanja di pasar modern daripada belanja di pasar tradisional.

Kondisi seperti ini tentunya sangat berpengaruh pada tingkat pertumbuhan pasar tradisional. Dalam diskusi Forum Wartawan Perdagangan (Forward) bertajuk 'Mencari Bentuk Ideal Sinergi Pemerintah dan Swasta dalam Pembangunan Pasar Tradisional', di Kantor Kemendag, Jakarta, Senin (23/04/2012), Wakil Menteri Perdagangan (Wamendag) Bayu Krisnamurthi mengatakan bahwa, "Pasar modern tumbuh 31,4 persen, dan pasar rakyat minus 8,1 persen". Dari pertumbuhan itu, menurut mantan wakil menteri pertanian, pasar tradisional di Indonesia hingga kini berjumlah 10 ribu. Sedangkan, pasar modern sudah melebihi total pasar tradisioanal, yakni 14 ribu. Persoalan ini tentu juga dialami di negara berkembang lainnya. Kendati persaingan antar supermarket secara teoritis menguntungkan konsumen, tetapi hal ini akan mengakibatkan ketidakseimbangan roda perekonomian.

Dari data di atas dapat kita lihat bahwa pasar benar-benar seperti rimba belantara tanpa aturan, karena persaingan dimenangkan oleh yang paling kuat, paling besar dan paling menguasai. Di kota-kota besar sering dijumpai beberapa toko kecil seharian sepi atau bahkan tanpa pengunjung, karena semua pengunjung menumpuk pada satu mall besar yang dianggap paling modern dan paling lengkap. Nasib toko-toko seperti ini, mungkin dampaknya tidak terlalu besar atau menikam langsung pada masyarakat, tetapi secara bertahap akan berdampak pada ekonomi masyarakat, mulai dari pengurangan jumlah karyawan, bahkan sampai mengakhiri usahanya.

Yang membuat risau adalah dampaknya bagi pasar tradisional, karena disinilah sesungguhnya perputaran ekonomi masyarakat terjadi. Di pasar tradisional uang beredar dibanyak tangan, tertuju dan tersimpan dibanyak saku, rantai perpindahannya lebih panjang, sehingga kelipatan perputaran yang panjang itu berdampak pada pergerakan perekonomian bagi kota dan daerah. Berbeda dengan pasar modern, semua uang yang dibelanjakan tersedot pada hanya segelintir penerima yang disebut dengan kasir dan efeknya bagi perputaran ekonomi lebih pendek, karena itu sesungguhnya tidak terlalu membawa dampak pada perputaran sektor lain diluar dirinya.

Dari permasalahan tersebut di atas, pasar tradisional harus segera berbenah, menciptakan strategi baru dan memberikan nilai tambah agar dapat bersaing dengan pasar modern, sehingga terciptalah keseimbangan ekonomi. Untuk mengkaji dan mengetahui perkembangan terakhir serta mencari solusi tentang permasalahan yang terjadi di pasar tradisional, maka penulis melakukan penelitian dengan judul **"STRATEGI EQUILIBRIUM PASAR TRADISIONAL MENSIASATI KEPUNGAN PASAR MODERN"**.

## **PERSOALAN PENELITIAN**

Persaingan dalam industri ritel dapat dilihat dari berbagai segi, yaitu persaingan antara ritel modern dan tradisional, persaingan antara sesama ritel modern, persaingan antara sesama

ritel tradisional, dan persaingan antar supplier (Tulus TH Tambunan dkk, 2004), diantara keempat jenis persaingan tersebut, persaingan antara ritel tradisional dengan ritel modern yang paling banyak mengundang perhatian, karena menempatkan satu pihak yang terkait (ritel tradisional) dalam posisi yang lemah. Sehingga hal ini memaksa semua pihak yang terkait (pelaku ritel, asosiasi, pemerintah, pakar bisnis ritel) berperan aktif bersama-sama menyelesaikan akses permasalahan tersebut. Dari latar belakang di atas, maka persoalan penelitian yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

1. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pasar tradisional kesulitan menghadapi persaingan?
2. Kendala-kendala apa yang dihadapi pasar tradisional dalam persaingan?
3. Strategi apa yang tepat digunakan pasar tradisional untuk menyeimbangkan kekuatan dalam menghadapi persaingan munculnya pasar modern?

## **TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN**

Tujuan penelitian ini antara lain untuk mengetahui faktor-faktor dan kendala-kendala yang dihadapi khususnya pasar tradisional dalam menghadapi persaingan ditengah-tengah kepingan pasar modern, serta mencari strategi yang tepat yang akan diterapkan dan dilaksanakan untuk mempertahankan keberadaan pasar tradisional dengan menjamurnya pasar modern.

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pelaku pasar atau ritel tradisional untuk mempertahankan keberadaannya, dan juga bermanfaat untuk mengetahui faktor serta kendala yang dihadapi pasar tradisional yang pada gilirannya bisa dijadikan bahan referensi dan masukan kepada pelaku bisnis ritel tradisional dalam mengelola usahanya dan untuk menyelaraskan dengan pertumbuhan perekonomian terutama perkembangan pasar modern.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

Pasar merupakan kegiatan penjual dan pembeli yang melayani transaksi [jual-beli](#). Pasar dibagi menjadi dua yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual dan pembeli secara langsung, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun pengelola pasar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan [makanan](#), [ikan](#), [buah](#), [sayur-sayuran](#), [telur](#), [daging](#), kain, pakaian, barang elektronik, jasa dan lain-lain. Selain itu, ada pula yang menjual [kue-kue](#) dan barang-barang lainnya. Pasar seperti ini masih banyak ditemukan di [Indonesia](#), dan umumnya terletak dekat kawasan perumahan agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar.

Pasar modern tidak banyak berbeda dari pasar tradisional, hanya saja dalam pasar modern, penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung, pembeli cukup melihat label harga yang tercantum dalam barang (*barcode*), pelayanannya dilakukan secara mandiri (*swalayan*) atau dilayani oleh pramuniaga. Selain itu, transaksi perbelanjaan berada di dalam [bangunan](#) yang relatif lebih nyaman.

## **Perbedaan Karakteristik Pasar Tradisional dan Pasar Modern**

Peraturan Presiden 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 dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Umum 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.

Pasar Modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk minimarket, supermarket, departement 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 m<sup>2</sup>; b) Supermarket, 400 m<sup>2</sup> sampai dengan 5.000 m<sup>2</sup>; c) Hypermarket diatas 5.000 m<sup>2</sup>; d) Departement Store, diatas 400 m<sup>2</sup>; dan e) Perkulakan, diatas 5.000 m<sup>2</sup>.

### **Ruang Lingkup Persaingan Pasar Tradisional dan Pasar Modern**

Kajian mengenai persaingan pasar tradisional dan pasar modern ini berusaha bisa mencakup semua aspek-aspek pelayanan serta atribut-atribut yang paling relevan yang akan menjadi persepsi nilai bagi konsumen, seperti harga, hadiah yang ditawarkan, lokasi, keragaman produk, kecepatan layanan, suasana outlet, keamanan parkir, luas lokasi, keramahan pelayan, kenyamanan, jenis dan kualitas barang.

### **Fenomena Empiris Persaingan Pasar Tradisional dan Pasar Modern**

Atribut-atribut berikut ini merupakan gambaran fenomena empiris yang merupakan peta persaingan antara pasar tradisional dengan pasar modern, atribut-atribut tersebut antara lain : omset, perputaran barang dagangan, margin harga, harga, keramahan pelayanan, ukuran yang akurat, lokasi, suasana outlet (keamanan, kenyamanan, kebersihan).

### **PENELITIAN TERDAHULU**

Penelitian terdahulu adalah suatu penelitian sejenis yang pernah dilakukan dan digunakan untuk memperkuat teori yang sudah ada. Penelitian dengan judul “Persaingan Bisnis Ritel : Tradisional VS Modern” yang ditulis Tri Joko Utomo, dalam Fokus Ekonomi, pada tahun 2011 menyimpulkan bahwa strategi yang paling mungkin digunakan pasar tradisional dalam menghadapi persaingan pasar modern adalah bagaimana pasar tradisional menjalin sinergi dengan pasar modern, bukan dengan saling berhadapan untuk saling menyerang, karena perbedaan karakteristik antara pasar tradisional dan pasar modern berbanding terbalik, sehingga semakin memperlemah posisi pasar tradisional.

Strategi yang bisa dilakukan oleh pasar tradisional disini disebutkan antara lain: a. Kolaborasi antara pasar tradisional dan pasar modern dalam akses pasar serta kolaborasi pemasok dalam mensuplai barang dagangan; b. Peningkatan Pelayanan; c. mempermudah akses pinjaman modal bagi pelaku pasar tradisional guna perluasan bisnis; d. Pemerintah sebaiknya lebih memperhatikan perkembangan pasar tradisional (dalam hal tempat berjualan serta perijinan masuknya pasar modern); e. Perbaikan infrastruktur yang mencakup terjaminnya kebersihan, kesehatan, dan kenyamanan lingkungan pasar; f. Ketetapan pemerintah berkaitan dengan jarak antara pasar tradisional dengan pasar modern, pembagian zona/ kawasan untuk mencegah persaingan yang tidak berimbang; dan g. Perlunya Undang-Undang Ritel sebagai kerangka dan landasan bagi pemerintah dalam mengelola pasar modern agar tidak mematikan pasar tradisional dan memaksimalkan kontribusi pasar modern pada ekonomi lokal.

Dalam penelitiannya, Tri Joko Utomo juga menuliskan bahwa atribut-atribut yang perlu diperhatikan bagi pasar tradisional untuk bisa bertahan dengan munculnya pasar modern antara lain : Harga, ukuran yang akurat, Keramahan pelayanan, Lokasi, Suasana outlet (keamanan, kenyamanan, dan kebersihan). Beberapa atribut lain : kecepatan pelayan, jumlah produk yang tersedia, keanekaragaman produk, keanekaragaman merk, promosi (hadiah dan diskon harga), luas outlet, jam buka, dan keamanan parkir dapat pula mempengaruhi preferensi konsumen terhadap keberadaan pasar tradisional dan pasar modern.

Dalam penelitian yang lain dengan judul “Dampak Keberadaan Pasar Modern (Supermarket dan Hypermarket) terhadap Usaha Ritel Koperasi/Waserda dan Pasar Tradisional” menyebutkan bahwa secara makro, kehadiran pasar modern telah mengancam eksistensi pasar tradisional. Fakta ini antara lain diungkap dalam penelitian AC Nielson (2003) yang menyatakan bahwa pasar modern telah tumbuh sebesar 31,4%. Bersamaan dengan itu, pasar tradisional telah tumbuh secara negatif sebesar 8,1%. Berdasarkan kenyataan ini maka pasar tradisional akan habis dalam kurun waktu sekitar 12 tahun yang akan datang, sehingga perlu adanya langkah preventif untuk menjaga kelangsungan pasar tradisional termasuk kelangsungan usaha perdagangan (ritel) yang dikelola oleh koperasi dan UKM. Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa dampak keberadaan pasar modern terhadap pasar tradisional adalah dalam hal penurunan omzet penjualan.

## KERANGKA PEMIKIRAN

Pasar tradisional merupakan penggerak perekonomian rakyat dan sumber pendapatan daerah. Daya saing pasar tradisional saat ini semakin lemah dengan keberadaan pasar modern, disamping kondisi fisiknya yang menampilkan citra negatif seperti kotor, kumuh, becek, pengap dan gelap. Memang tidak bisa dipungkiri, keberadaan pasar modern sudah menjadi tuntutan dan konsekuensi dari gaya hidup modern. Tidak hanya di kota besar, pasar modern juga sudah merambah ke kota kecil. Akibatnya, para pedagang kelas menengah dan kecil mulai mencemaskan nasib mereka. Mereka yang pada umumnya menggelar dagangan di pasar tradisional merasa pelanggannya semakin berkurang karena keberadaan pasar modern. Apakah pasar tradisional di Kota Salatiga juga sudah mulai merasa terancam?

Kepala Dinas Pasar dan Pedagang Kaki Lima, menyatakan bahwa pada prinsipnya animo masyarakat Kota Salatiga untuk berbelanja di pasar tradisional masih sangat besar. “Buktinya, tetap banyak orang yang mengunjungi pasar-pasar tersebut, khususnya pada jam-jam sibuk, seperti pada pagi hari,” ungkapnya. Kenyataan ini sekaligus membuktikan, keberadaan pasar modern seperti mall, swalayan, minimarket, belum mengganggu perkembangan pasar tradisional di Kota Salatiga.

Kepala Dinas Pasar dan PKL menyatakan, pasar tradisional merupakan penggerak roda perekonomian di daerah, dalam hal ini Kota Salatiga. “Di pasar tradisional banyak terlibat pelaku ekonomi kecil dari berbagai wilayah di Salatiga dan secara nyata menggerakkan perekonomian di sini,” paparnya. Pasar tradisional menampung modal yang ada di wilayah Salatiga untuk diputar dan diusahakan agar berdaya guna. Keuntungan yang dihasilkan relatif lebih banyak digunakan untuk kembali memutar perekonomian di daerah Salatiga dan tidak lari ke daerah lain dalam jumlah yang banyak. Selain itu, pasar tradisional juga membuka kesempatan kerja kepada banyak orang dengan banyak mata pencaharian seperti pedagang, pegawai pasar, dan buruh angkut (gendong). Juga ada tukang becak, tukang ojek, dan tukang parkir.

Perkembangan pasar tradisional di Salatiga dapat dikatakan lambat. Menurutny, perkembangan pasar tradisional berkaitan dengan pola pikir pedagang dan *sense of belonging* (rasa memiliki) dari pedagang sendiri berkaitan dengan lingkungan tempatnya berdagang. Selama ini dagangan yang dijual di pasar tradisional belum ditata dengan baik. Pedagang sering kurang memberikan kenyamanan bagi konsumen yang hendak berbelanja di pasar tradisional. Rasa memiliki untuk menjaga sarana dan prasarana pasar juga sering diabaikan karena pasar tidak dianggap milik sendiri. Mereka menganggap pasar semata-mata sebagai milik pemerintah yang dalam kurun waktu tertentu akan berganti kepemilikan.

Oleh karena itu, meskipun pasar tradisional belum terganggu, Pemerintah Kota Salatiga semestinya tidak tinggal diam menghadapi semakin banyaknya pasar modern di Kota Salatiga dan menjadi tugas bersama antara pemkot dengan masyarakat luas untuk

mempertahankan pasar tradisional. Baik pemerintah kota, masyarakat, akademisi, produsen dan pedagang, serta konsumen harus secara sinergis mempertahankan keberadaan pasar tradisional dan meningkatkan kualitasnya.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dikategorikan penelitian kualitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku bisnis pasar. Sampel yang diambil adalah pelaku pasar khususnya pasar tradisional di kota Salatiga. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dimana pengambilan sampel berdasarkan tujuan. Data dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data primer diperoleh langsung dari objek penelitian melalui pengamatan, pendengaran dan juga wawancara langsung dengan para pelaku pasar. Data primer tersebut diperoleh dengan menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

### a) Observasi

Beberapa informasi yang diperoleh dari hasil observasi adalah ruang (tempat), pelaku, kegiatan, objek, perbuatan, kejadian atau peristiwa, waktu, dan perasaan. Alasan peneliti melakukan observasi adalah untuk menyajikan gambaran realistis perilaku atau kejadian, untuk menjawab pertanyaan, untuk membantu mengetahui perilaku manusia, dan untuk mengevaluasi yaitu melakukan pengukuran terhadap aspek tertentu melakukan umpan balik terhadap pengukuran tersebut. (Iyan Afriani HS, 2009)

### b) Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data primer dengan mengajukan pertanyaan secara lisan dan memperoleh jawaban dari responden secara lisan pula, baik secara langsung tatap muka atau melalui telepon.

Dalam pengumpulan data, peneliti terjun langsung ke lapangan dalam keadaan yang tidak diketahui. Untuk itu maka peneliti mengandalkan teknik-teknik kualitatif, seperti wawancara, observasi, pengukuran, dokumen, rekaman, dan indikasi non-verbal. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara kepada para pelaku pasar dan para konsumen di Kota Salatiga.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Kota Salatiga adalah sebuah kota di Provinsi Jawa Tengah. Kota ini berbatasan sepenuhnya dengan Kabupaten Semarang. Salatiga terletak 49 km sebelah selatan Kota Semarang atau 52 km sebelah utara Kota Surakarta, dan berada di jalan negara yang menghubungkan Semarang-Surakarta. Salatiga terdiri atas 4 kecamatan, yakni Argomulyo, Tingkir, Sidomukti, dan Sidorejo. Kota ini berada di lereng timur Gunung Merbabu, sehingga membuat kota ini berudara cukup sejuk.

### **Gambaran Umum Pasar Tradisional di Salatiga**

Di kota kecil ini terdapat sedikitnya 15 pasar tradisional yang keberadaannya secara rutin dipantau oleh Pemerintah Kota Salatiga lewat Dinas Pasar dan PKL. Pasar ini belum termasuk beberapa titik yang menjadi ajang transaksi penjual dan pembeli, di beberapa lokasi yang ramai lalu-lalang orang. Namun secara alami, pasar-pasar tradisional terbentuk dengan sendirinya di persimpangan jalan atau lokasi lain yang ramai lalu-lintas orang dan barang.

Berdasarkan data yang terhimpun oleh Dinas Pasar dan PKL, jumlah orang yang berdagang di 15 pasar tradisional di Salatiga berjumlah 3.453 orang. Dan jumlah PKL yang tersebar di ruas-ruas jalan di Salatiga sebesar 2.535 orang. Sebagian besar dari mereka adalah pengusaha kecil yang riil hidup dan menghidupi Salatiga. Oleh Dinas Pasar dan PKL dan sesuai dengan regulasi yang ada, keberadaan para pedagang ini terus diberdayakan agar perekonomian Kota Salatiga dapat ikut berkembang. Keberadaan pasar tradisional sebagai

penaung mereka juga harus tetap dilindungi untuk tetap menggerakkan roda perekonomian. Hal ini penting untuk meningkatkan kesejahteraan warga Kota Salatiga.

### **Gambaran Umum Pasar Modern Di Salatiga**

Kota Salatiga kini telah memiliki 20 pasar modern serta satu buah mall. Dalam proses pembangunan sebuah tempat pembelanjaan baik itu tradisional maupun modern, sangatlah penting untuk memperhatikan aspirasi dari masyarakat. Potensi pasar tradisional harus dikembangkan karena menjadi tumpuan pedagang kecil sehingga nilai transaksi dan perputaran uang tinggi dengan disediakannya barang yang memiliki ciri khas di kota Salatiga.

Pemkot Salatiga tidak akan membatasi perkembangan dan jumlah minimarket atau pasar modern di kota ini. Alasannya, pasar modern memiliki pangsa pasar sendiri dan keberadaan pasar tersebut bisa menunjang roda perekonomian. Dengan demikian, pasar modern yang ada di Kota Salatiga diprediksi bakal berkembang pesat. Kepala Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah (Disperindagkop dan UMKM) Salatiga berdalih, keberadaan pasar modern justru mendorong pertumbuhan ekonomi di Kota Salatiga. Pasar modern juga telah menyerap banyak tenaga kerja, sehingga bisa membantu program pemerintah dalam pengentasan kemiskinan.

“Kami menilai pasar modern sangat membantu pemerintah dalam banyak hal. Dan keberadaan pasar modern dibutuhkan untuk memajukan kota dalam upaya menuju kota modern”. Disinggung mengenai adanya anggapan dari sejumlah pihak, termasuk Kamar Dagang dan Industri (Kadin) Kota Salatiga yang menilai keberadaan pasar modern berdampak buruk bagi pedagang pasar tradisional, Kepala Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah (Disperindagkop dan UMKM) Salatiga meyakini, anggapan tersebut tidak benar. Menurut dia, pasar modern memiliki pangsa pasar sendiri, sehingga tidak memengaruhi aktivitas perdagangan di pasar tradisional.

“Barang yang dijual di pasar modern memang sama jenisnya dengan barang yang dijual di pasar tradisional. Tapi pasar tradisional dan modern memiliki konsumen sendiri-sendiri. Contohnya di daerah Bringin, Kabupaten Semarang, pasar tradisional di daerah tersebut mampu bersaing dengan pasar modern. Ini menunjukkan jika pasar modern tidak bisa mematikan pasar tradisional,” paparnya. Menurut dia, lesunya aktivitas perdagangan di pasar tradisional bukan sepenuhnya disebabkan oleh keberadaan pasar modern melainkan dipengaruhi oleh kondisi sarana dan prasarana yang kurang representatif.

Selain itu, juga dipengaruhi oleh faktor sumber daya manusia (SDM) pedagang pasar tradisional. Pedagang biasanya tidak bisa menentukan standarisasi harga barang yang dijualnya. Guna membantu pedagang pasar tradisional agar mampu bersaing dengan pasar modern, Disperindagkop dan UMKM Salatiga akan melakukan revitalisasi sejumlah pasar tradisional. Sarana dan prasarana yang tidak representatif di pasar tradisional akan dibenahi dengan konsep pasar semi modern.

Minimarket adalah bagian dari salah satu bentuk pasar ritel modern selain hipermarket dan supermarket. Menjamurnya minimarket terkait dengan regulasi yang memungkinkan pembangunan lokasi minimarket di jalanan kampung, atau diperkampungan penduduk. Tidak terkecuali di Salatiga, perkembangan jumlah minimarket mengepung dan menginvasi pemasaran aneka produk. Strategi pemasaran sebagai bagian pertarungan kompetisi juga berkontribusi atas keberadaan minimarket di Salatiga.

Minimarket 'kembar' sebagai ungkapan lokasi yang berdekatan antara dua minimarket franchise menjadi karakteristik keberadaannya. Karakteristik penempatan lokasi yang nyaris berdekatan menjadi strategi pertarungan merebut konsumen di sekitar wilayah tempat berdirinya minimarket. Meskipun dalam perspektif ketataruangan, strategi pemasaran

yang demikian melahirkan kepadatan jumlah pasar ritel modern yang berdampak pada nasib warung-warung kecil atau bahkan pasar tradisional.

Pasar modern di Salatiga khususnya supermarket dilengkapi dengan berbagai fasilitas yang cukup lengkap sehingga membuat orang yang ingin berbelanja atau hanya sekedar ingin berjalan-jalan menjadi nyaman, salah satu contoh di Ada Baru, Supermarket ini produk-produk yang dijual sangat komplit, dan harganya pun cukup murah, dibandingkan harga eceran yang dijual dipasar tradisional. Sehingga tidak sedikit orang yang berbelanja kebutuhan pokok langsung ke Ada Baru, bahkan untuk belanja harian, mingguan atau mungkin belanja bulanan.

Selain barang dagangan yang dijual komplit, juga dilengkapi dengan area bermain, yang sering disebut Game Zone, dan juga arena bermain untuk anak-anak seperti mandi bola, dan arena balap go kart, selain itu juga dilengkapi dengan lapangan olahraga khususnya olah raga futsal, selain arena bermain dan sarana olah raga yang cukup luas juga dilengkapi dengan stand-stand kuliner yang menjajakan makanan siap saji, hal ini menambah daya tarik pengunjung, serta memberikan rasa nyaman bagi konsumen yang ingin berbelanja dalam waktu yang cukup lama.

Kondisi yang sama dan tidak kalah memberikan kenyamanan adalah pelayanan serta fasilitas yang disediakan di mall yang ada di Salatiga, yaitu Ramayana, satu-satunya mall di Salatiga ini cukup diminati masyarakat di Salatiga, terbukti dari mulai buka pukul 09.00 WIB sampai jam tutup, pukul 21.00 mall ini selalu dipadati pengunjung, bahkan khusus untuk hari minggu dan hari-hari tertentu pada saat-saat tertentu Ramayana buka mulai pukul 04.30, hal ini menambah daya tarik bagi konsumen, lebih-lebih produk yang dijual cukup banyak jenisnya dan harga yang ditawarkan kebanyakan harga discount. Discount selain diberikan minggu pagi, juga diberikan pada jam-jam tertentu disetiap harinya, yang biasa disebut discount time. Ini merupakan salah satu contoh strategi yang diterapkan pasar modern dalam menarik pelanggan.

### **Kiat-Kiat Penyeimbang Pasar Tradisional terhadap Pasar Modern** ***Faktor-Faktor Penghambat Pasar Tradisional Menghadapi Persaingan***

Ketidakjelasan regulasi mengenai industri ritel, terutama menyangkut jarak lokasi ritel modern, akan menambah berat upaya bagi pasar tradisional untuk menyeimbangkan kemampuan serta kekuatannya, serta mempertahankan usahanya, dalam menghadapi tekanan dari pasar modern. Ruang lingkup persaingan pasar tradisional dan pasar modern meliputi baik faktor internal maupun eksternal yaitu seluruh atribut dalam aspek kinerja, aspek konsumen/pelanggan, dan aspek regulasi.

Faktor desain dan tampilan pasar, tata ruang, tata letak, keragaman dan kualitas barang, promosi penjualan, jam operasional pasar yang terbatas, serta optimalisasi pemanfaatan ruang jual merupakan kelemahan terbesar pasar tradisional dalam menghadapi persaingan dengan pasar modern.

Berbeda dengan pasar modern, pasar tradisional sejatinya memiliki keunggulan bersaing alamiah yang tidak dimiliki secara langsung oleh pasar modern. Lokasi yang strategis, area penjualan yang luas, keanekaragaman barang yang lengkap, sistem tawar-menawar yang menunjukkan keakraban antara pembeli dan penjual merupakan beberapa keunggulan yang dimiliki pasar tradisional. Untuk itu hendaknya para pelaku pasar tradisional bisa memanfaatkan kelebihan yang dimiliki guna meningkatkan kesejahteraan para pedagang.

Namun selain menyanggah kelebihan alamiah pasar tradisional juga memiliki berbagai kelemahan yang sudah menjadi karakter dasar yang sulit untuk diubah. Faktor desain dan tampilan pasar, tata ruang, tata letak, keragaman dan kualitas barang, promosi penjualan, jam operasional pasar yang terbatas, serta optimalisasi pemanfaatan ruang jual



merupakan kelemahan terbesar pasar tradisional dalam menghadapi persaingan dengan pasar modern. Mendorong pengelolaan pasar tradisional ke arah pola pasar modern merupakan salah satu jalan keluar untuk dapat maju dan bertahan. Terindikasi dari pernyataan tiga ibu rumah tangga yang mereka jarang berbelanja ke pasar tradisional sebagai berikut :

1. "Saya jarang ke pasar, saya tidak bisa tawar-menawar".
2. "Saya tidak pernah ke pasar karena barangnya kurang lengkap dan kurang nyaman (becek, kotor, tukang parkir tidak bertanggungjawab)
3. "Saya lebih suka ke Minimarket, barangnya lengkap, tempatnya bersih dan rapi".  
(wawancara langsung dengan konsumen yang ditemukan ditempat umum)

### **Kendala-Kendala Pasar Tradisional Menghadapi Persaingan**

Kendala-kendala yang dihadapi pasar tradisional dalam menghadapi tekanan pasar modern antara lain meliputi faktor internal maupun eksternal. Kendala internal yang harus dihadapi dan diatasi antara lain : faktor permodalan, Sumber Daya Manusia, serta lemahnya jaringan. Kendala eksternalnya antara lain : Iklim usaha, keterbatasan sarana prasarana, peraturan-peraturan Pemerintah Daerah, serta keterbatasan akses pasar.

Ketika konsumen menuntut 'nilai lebih' atas setiap uang yang dibelanjakannya, maka kondisi pasar tradisional yang kumuh, kotor, bau, dengan atmosfir seadanya dalam jam operasional yang relatif terbatas tidak mampu mengakomodasi hal ini. Kondisi ini menjadi salah satu alasan konsumen untuk beralih dari pasar tradisional ke pasar modern. Artinya, dengan nilai uang yang relatif sama, pasar modern memberikan kenyamanan, keamanan, dan keleluasaan berbelanja yang tidak dapat diberikan pasar tradisional.

Kondisi ini diperburuk dengan citra pasar tradisional yang dihancurkan oleh segelintir oknum pelaku dan pedagang di pasar. Maraknya informasi produk barang yang menggunakan zat kimia berbahaya serta relatif mudah diperoleh di pasar tradisional, praktek penjualan daging oplosan, serta kecurangan-kecurangan lain dalam aktifitas penjualan dan perdagangan telah meruntuhkan kepercayaan konsumen terhadap pasar tradisional.

Untuk itu diperlukan kerjasama yang baik antara pelaku pasar tradisional dengan pemerintah setempat agar dapat meningkatkan keunggulan yang dimiliki dan memperbaiki kekurangan yang ada. Konsep modern dalam pembangunan pasar tradisional jangan sampai sebatas pembangunannya saja, masalah kebersihan, kenyamanan, tata letak, tata ruang, penataan barang, penampilan outlet, merupakan hal mutlak yang harus dikelola secara profesional, karena apabila hal-hal tersebut kurang diperhatikan sudah barang tentu keinginan untuk terus maju dan bertahan mustahil untuk bisa tercapai, justru kemunduran serta kehancuran yang akan didapatkan.

Ketua Kamar Dagang dan Industri (Kadin) Kota Salatiga, Bambang Soetopo mendesak Pemkot Salatiga untuk menerbitkan peraturan daerah (perda) yang membatasi keberadaan pasar modern (minimarket, supermarket, dan hipermarket). Ekspansi pasar modern yang tak ada hentinya ini dinilai telah memberikan dampak buruk bagi pedagang di pasar tradisional. "Para pedagang pasar tradisional sangat terpukul, karena terus dihimpit perkembangan pasar modern. Ini tidak bisa dibiarkan berlarut-larut. Pasar modern di Salatiga harus di stop".

Menurut beliau, Pemkot Salatiga harus mempunyai nyali dengan menolak setiap ajuan penambahan pasar modern. Semua ini semata-mata untuk melindungi para pedagang bermodal kecil. Kalau Pemkot Salatiga tidak berani bersikap tegas, maka para pedagang

tradisional bisa mati perlahan-lahan. "Pemkot Salatiga bisa mencontoh pemerintah daerah di Bogor yang berani menerbitkan perda dengan tidak mengizinkan pendirian pasar modern baru," ucapnya.

### **Strategi Pasar Tradisional Menghadapi Persaingan**

Untuk mengantisipasi tekanan pasar modern perlu adanya langkah nyata dari pedagang pasar tradisional agar dapat mempertahankan pelanggan dan keberadaan usahanya. Para pedagang di pasar tradisional harus mengembangkan strategi dan membangun rencana yang mampu memenuhi kebutuhan dan tuntutan konsumen sebagaimana yang dilakukan pasar modern. Jika tidak, maka pasar tradisional beserta penghuninya hanya akan menjadi sejarah yang tersimpan dalam album kenangan industri ritel dalam waktu yang relatif singkat. Jika Pemerintah tak hati-hati, dengan membina keduanya supaya sinergis, Perpres Pasar Modern justru akan membuat semua pedagang tradisional mati secara sistematis.

Hanya tinggal menunggu waktu pasar tradisional akan mati oleh pasar modern. Setelah tertunda 2,5 tahun, Peraturan Presiden (Perpres) No 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, serta Toko Modern (biasa disebut Perpres Pasar Modern), akhirnya ditandatangani oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada 27 Desember 2007 lalu.

Strategi yang dimungkinkan untuk dilaksanakan bagi pasar tradisional dalam menghadapi persaingan atau membuat keseimbangan dengan banyaknya tekanan pasar modern dimana strategi serta tehnik yang dipakai juga modern, maka sudah selayaknya dan seharusnya pasar tradisional merapkan berbagai hal antara lain : penyediaan barang-barang yang bermutu, peningkatan pelayanan, memperluas akses permodalan, penataan lokasi usaha, perbaikan infrastruktur, serta peran serta pemerintah (undang-undang) yang mengatur ritel.

Selain itu, pelaku pasar tradisional sudah selayaknya dan secepatnya menerapkan strategi-strategi yang tepat seperti halnya : selain menyediakan barang-barang yang bermutu juga penataan barang dagangan sedemikian rupa sehingga bisa menarik pembeli, juga menambah keanekaragaman barang dagangan. Meningkatkan kemampuan manajemen dalam hal pengelolaan usahanya, manajemen disini bisa berkaitan dengan permodalan, pelayanan, penataan outlet, harga barang dagangan, ketepatan ukuran (timbangan) dan juga keamanan, kebersihan dan kenyamanan tidak boleh diabaikan.

Dari berbagai pernyataan dari beberapa konsumen, menyebutkan bahwa kebanyakan konsumen yang enggan datang / berbelanja di pasar tradisional dikarenakan beberapa hal tersebut diatas yang memang selama ini belum mendapatkan perhatian dari para pelaku pasar tradisional. Dengan perhatian yang lebih terhadap hal-hal tersebut diharapkan mampu menarik minat para konsumen sehingga perjalanan pasar tradisional akan lebih panjang dan tidak kalah bersaing dengan munculnya pasar modern khususnya di Salatiga. Sehingga pasar tradisional bisa lebih maju dan berkembang dan bertahan hidup.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Kota Salatiga adalah kota kecil, berbatasan sepenuhnya dengan Kabupaten Semarang. Terletak 49 km sebelah selatan Kota Semarang dan 52 km sebelah utara Kota Surakarta, dan berada di jalan negara yang menghubungkan Semarang-Surakarta. Salatiga terdiri atas 4 kecamatan, yakni Argomulyo, Tingkir, Sidomukti, dan Sidorejo. Di kota kecil ini terdapat sedikitnya 15 pasar tradisional yang keberadaannya secara rutin dipantau oleh Pemerintah Kota Salatiga lewat Dinas Pasar dan PKL. Oleh Dinas Pasar dan PKL dan sesuai dengan regulasi yang ada, keberadaan para pedagang ini terus diberdayakan agar perekonomian Kota Salatiga dapat ikut berkembang. Keberadaan pasar tradisional sebagai penabung mereka juga

harus tetap dilindungi untuk tetap menggerakkan roda perekonomian. Hal ini penting untuk meningkatkan kesejahteraan warga Kota Salatiga.

Kota Salatiga kini telah memiliki 20 pasar modern serta satu buah mall. Dalam proses pembangunan sebuah tempat pembelanjaan baik itu tradisional maupun modern, sangatlah penting untuk memperhatikan aspirasi dari masyarakat. Potensi pasar tradisional harus dikembangkan karena menjadi tumpuan pedagang kecil sehingga nilai transaksi dan perputaran uang tinggi dengan disediakannya barang yang memiliki ciri khas di kota Salatiga.

Pemkot Salatiga tidak membatasi perkembangan dan jumlah minimarket atau pasar modern di kota ini. Alasannya, pasar modern memiliki pangsa pasar sendiri dan keberadaan pasar tersebut bisa menunjang roda perekonomian. Dengan demikian, pasar modern yang ada di Kota Salatiga diprediksi bakal berkembang pesat.

Berdasarkan uraian pada bab – bab diatas dan dari hasil pembahasan tentang Strategi Equilibrium Pasar Tradisional Mensiasati Kepungan Pasar Moder dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Minimarket adalah bagian dari salah satu bentuk pasar ritel modern selain hipermarket dan supermarket. Menjamurnya minimarket terkait dengan regulasi, memungkinkan pembangunan lokasi minimarket di jalanan kampung, atau diperkampungan penduduk, akan mengempung dan menginvasi pemasaran aneka produk. Strategi pemasaran sebagai bagian pertarungan kompetisi juga berkontribusi atas keberadaan minimarket di Salatiga.
2. Ketidakjelasan regulasi mengenai industri ritel, terutama menyangkut jarak lokasi ritel modern, akan menambah berat upaya bagi pasar tradisional untuk menyeimbangkan kemampuan serta kekuatannya, serta mempertahankan usahanya dalam menghadapi tekanan dari pasar modern.
3. Faktor desain dan tampilan pasar, tata ruang, tata letak, keragaman dan kualitas barang, promosi penjualan, jam operasional pasar yang terbatas, serta optimalisasi pemanfaatan ruang jual merupakan kelemahan terbesar pasar tradisional dalam menghadapi persaingan dengan pasar modern.
4. Keunggulan bersaing alamiah pasar tradisional yang tidak dimiliki secara langsung oleh pasar modern, seperti ; area penjualan yang luas, keanekaragaman barang yang lengkap, sistem tawar menawar yang menunjukkan keakraban antara pembeli dan penjual hendaknya dimanfaatkan oleh para pelaku pasar tradisional sehingga kelebihan yang dimiliki dapat meningkatkan kesejahteraan para pedagang.
5. Pasar tradisional juga memiliki berbagai kelemahan yang sudah menjadi karakter dasar yang sulit untuk diubah. Faktor desain dan tampilan pasar, tata ruang, tata letak, keragaman dan kualitas barang, promosi penjualan, jam operasional pasar yang terbatas, serta optimalisasi pemanfaatan ruang jual merupakan kelemahan terbesar pasar tradisional dalam menghadapi persaingan dengan pasar modern. Hal ini mendorong pengelolaan pasar tradisional ke arah pola pasar modern merupakan salah satu jalan keluar untuk dapat maju dan bertahan.
6. Diperlukan kerjasama antara pelaku pasar tradisional dengan pemerintah setempat agar dapat meningkatkan keunggulan yang dimiliki dan memperbaiki kekurangan yang ada. Konsep modern dalam pembangunan pasar tradisional jangan sampai sebatas pembangunannya saja, masalah kebersihan, kenyamanan, tata letak, tata ruang, penataan barang, penampilan outlet, merupakan hal mutlak yang harus dikelola secara profesional, karena apabila hal-hal tersebut kurang diperhatikan sudah barang tentu keinginan untuk terus maju dan bertahan mustahil untuk bisa tercapai, justru kemunduran serta kehancuran yang akan didapatkan.
7. Untuk mengantisipasi tekanan pasar modern perlu adanya langkah nyata dari pedagang pasar tradisional agar dapat mempertahankan pelanggan dan keberadaan usahanya. Para

pedagang di pasar tradisional harus mengembangkan strategi dan membangun rencana yang mampu memenuhi kebutuhan dan tuntutan konsumen sebagaimana yang dilakukan pasar modern. Jika tidak, pasar tradisional beserta penghuninya hanya akan menjadi sejarah yang tersimpan dalam album kenangan industri ritel dalam waktu yang relatif singkat. Jika Pemerintah tak hati-hati, dengan membina keduanya supaya sinergis, Perpres Pasar Modern justru akan membuat semua pedagang tradisional mati secara sistematis.

8. Strategi yang dimungkinkan untuk dilaksanakan bagi pasar tradisional dalam menghadapi persaingan atau membuat keseimbangan dengan banyaknya tekanan pasar modern dimana strategi serta tehnik yang dipakai juga modern, maka sudah selayaknya dan seharusnya pasar tradisional menerapkan berbagai hal antara lain penyediaan barang-barang yang bermutu, peningkatan pelayanan, memperluas akses permodalan, lokasi usaha, perbaikan infrastruktur, serta peran serta pemerintah (undang-undang) yang mengatur ritel.
9. Pelaku pasar tradisional sudah selayaknya dan secepatnya menerapkan strategi-strategi yang tepat seperti halnya :
  - a. Menyediakan barang-barang yang bermutu juga penataan barang dagangan sedemikian rupa sehingga bisa menarik pembeli;
  - b. Menambah keanekaragaman barang dagangan, meningkatkan kemampuan manajemen dalam hal pengelolaan usahanya;
  - c. Mengembangkan manajemen berkaitan dengan permodalan, pelayanan, penataan outlet, harga barang dagangan, ketepatan ukuran (timbangan) dan juga keamanan, kebersihan dan kenyamanan tidak boleh diabaikan.

### **Saran**

Dalam rangka mengantisipasi kemunduran serta kehancuran keberadaan pasar tradisional yang disebabkan dengan menjamurnya pasar modern di Salatiga dan juga untuk mempertahankan dan mengembangkan keberadaannya, maka penulis memberikan beberapa saran yang sekiranya dapat dilaksanakan oleh berbagai pihak dalam hal ini dikhususkan kepada para pelaku pasar tradisional dan juga Pemerintah Kota Salatiga, antara lain sebagai berikut :

1. Para pelaku pasar tradisional hendaknya segera untuk berbenah diri, hal ini berkaitan dengan penampilan serta penataan barang dagangan sedemikian rupa sehingga mampu memberikan daya tarik kepada konsumen, selain itu juga harus mendukung dan melaksanakan peraturan-peraturan yang berlaku, sehingga usaha-usaha dari Pemerintah Daerah untuk menciptakan pengelolaan pasar tradisional kearah pola pasar modern dapat terwujud.
2. Para pelaku pasar hendaknya ikut berperan aktif menciptakan suasana dan kondisi pasar yang bersih, nyaman, aman, dan hal ini perlu adanya kerjasama dengan Pemerintah Daerah berkaitan dengan desain, tata letak, serta fasilitas infrastruktur yang disediakan.
3. Pemerintah Daerah hendaknya memberikan berbagai fasilitas yang cukup untuk menciptakan suasana pasar tradisional yang baik dan representatif, misalnya menyediakan tempat sampah yang cukup serta memadai, fasilitas toilet yang memadai, menyediakan lokasi parkir yang cukup, membuat saluran pembuangan air yang memadai, mentertibkan pedagang-pedagang yang berjualan tidak pada tempat yang telah disediakan.
4. Pemerintah Daerah segera membangun kembali atau menyelesaikan pembangunan pasar-pasar tradisional yang saat ini sedang dalam proses pembangunan atau bahkan belum dibangun sama sekali.
5. Pemerintah Daerah harus membatasi jumlah serta mengatur jarak dan lokasi pendirian Pasar Modern, walaupun Pasar Modern memiliki pangsa pasar tersendiri, namun lambat

laun keberadaan Pasar Modern yang semakin banyak dan lokasi yang berada dekat dengan perkampungan penduduk akan bisa mematikan Pasar Tradisional.

### Daftar Pustaka

- Diskusi Forum Wartawan Perdagangan (Forward) bertajuk 'Mencari Bentuk Ideal Sinergi Pemerintah dan Swasta dalam Pembangunan Pasar Tradisional', di Kantor Kemendag, Jakarta. [www.lensaindonesia.com/pertumbuhan-pasar-modern-indonesia](http://www.lensaindonesia.com/pertumbuhan-pasar-modern-indonesia). 24 April 2012.
- Esther dan Didik. 2003. *Membuat Pasar Tradisional Tetap Eksis*. Jakarta: Sinar Harapan.
- Harmanto. 2007. *Pasar Tradisional Kita Semakin Babak Belur*.  
<http://harmanto.blog.detik.com/index.php/archives/61>
- <http://geoeduplanet.blogspot.com/2010/07/bagaimana-mengembangkan-strategi-bisnis.html>  
Indrakh. 2007. *Pasar Tradisional Di Tengah Kepungan Pasar Modern*.  
<http://www.indrakh.wordpress.com/2007/09/03/Pasar-Tradisional-di-Tengah-Kepungan-Pasar-Modern/>
- Liputan6.com, 23 Maret 2011. *Bisnis UMKM Tergerus Pasar Modern*.  
[http://berita.liputan6.com/ekbis/201103/325912/Bisnis\\_UMKM\\_Tergerus\\_Pasar\\_Modern](http://berita.liputan6.com/ekbis/201103/325912/Bisnis_UMKM_Tergerus_Pasar_Modern)
- Persaingan Pasar Modern dan Pasar Tradisional* : <http://www.google.co.id>, Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 Tentang *Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Pembelian dan Toko Modern*.
- Tambunan, Tulus TH, dkk., 2004. *Kajian Persaingan dalam Industri Retail*. Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU).
- Tri Joko Utomo : *Persaingan Bisnis Ritel : Tradisional Vs Modern* : Fokus Ekonomi, Vol 6. Juni 2011