

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

1.1.1 Gambaran Umum Pasar

Secara umum, pasar adalah tempat bertemunya pihak penjual dan pihak pembeli untuk melaksanakan transaksi dimana proses jual beli terbentuk. Pasar menurut kelas mutu pelayanan dapat digolongkan menjadi Pasar Tradisional dan Pasar Modern, dan menurut sifat pendistribusinya dapat digolongkan menjadi Pasar Eceran dan Pasar Perkulakan / Grosir. Pasar Tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Swasta, Koperasi atau Swadaya Masyarakat dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda, yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, Menengah, dan Koperasi, dengan usaha skala kecil dan modal kecil, dan dengan proses jual beli melalui tawar – menawar. Saat pasar tradisional masih merupakan wadah utama penjualan produk-produk berskala ekonomi rakyat seperti petani, nelayan, pedagang barang kerajinan tangan dan produk industri rumah tangga (industri rakyat) dan sebagainya. Sehingga pasar tradisional masih menjadi sandaran hidup banyak orang dan menjadi sarana interaksi sosial antar berbagai kelompok masyarakat.

Kesan utama yang muncul pada kondisi pasar adalah kumuh, kotor, semrawut, bau dan seterusnya yang merupakan stigma buruk yang dimilikinya. Namun demikian sampai saat ini di kebanyakan tempat masih memiliki pengunjung atau pembeli yang masih setia berbelanja di pasar tradisional. Melihat kondisi tersebut, pasar yang dapat dianggap berhasil adalah pasar yang ramai oleh aktivitas ekonomi dan sosial, yang ditandai dengan tersedianya ruang-ruang yang nyaman, aksesibel, dan menjadi wadah aktivitas sosio-kultural. Tidak dapat dipungkiri bahwa pasar tradisional yang dalam perkembangannya menjadi sepi, ditinggalkan oleh pengunjung atau pembelinya yang beralih ke pasar moderen.

Fungsi dan peran pasar tradisional di Indonesia cukup strategis dalam perekonomian daerah. Hal ini dapat dilihat dari kontribusinya dalam

peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan penyerapan tenaga kerja, karena menjadi sandaran hidup bagi banyak orang. Namun sayangnya pengelolaan pasar tradisional di Indonesia masih kurang memuaskan.

Sebagai gambaran, diperkirakan jumlah pasar tradisional di Indonesia mencapai 13.650 pasar dan terdapat 12.625.000 pedagang di pasar tradisional. Pasar tradisional juga memiliki posisi yang sangat strategis karena masih merupakan wadah utama penjualan produk-produk berskala ekonomi rakyat seperti: petani, nelayan, pedagang barang kerajinan tangan dan produk industri rumah tangga (industri rakyat). Namun sayangnya pengelolaan pasar tradisional di Indonesia masih kurang memuaskan. Salah satunya disampaikan oleh Jenderal Asosiasi Pedagang Pasar Seluruh Indonesia (APPSI), Ngadiran yang menilai pengelolaan pasar tradisional masih semrawut. Akibatnya, pasar tradisional kehilangan daya saingnya.

Di beberapa daerah, pemerintah daerah meletakkan posisi pasar semata-mata sebagai salah satu sumber utama Pendapatan Asli Daerah (PAD) melalui retribusi yang dipungut dari para pedagang. Sehingga kebijakan yang dikeluarkan oleh Pimpinan Daerah (Bupati/Walikota) dan Pejabat Daerah di tingkat bawahnya (Kepala SKPD) lebih menekankan pada hal-hal yang berkaitan dengan optimalisasi pemungutan retribusi pasar, seperti Pengaturan Pemungutan dan Penyetoran Retribusi serta Administrasi Keuangan (pembukuan) Retribusi semata daripada penekanan pada pembinaan pasar termasuk di dalamnya pembinaan para pengelola pasar dan pedagang pasar. Akibat dari adanya kebijakan optimalisasi pemungutan retribusi tersebut, maka kepada para Kepala Pasar diberikan target-target yang untuk mencapainya pasar diusahakan sedemikian rupa agar dapat menampung pedagang dalam jumlah sebanyak mungkin, termasuk mengisi sebagian tempat-tempat kosong seperti tangga dan lorong-lorong pasar yang seharusnya dibiarkan tetap kosong tanpa pedagang agar para pengunjung tetap nyaman berlalu lalang.

1.1.2 Persaingan Pasar Tradisional dengan Pasar Modern

Berdasarkan hasil survei AC Nielsen tahun 2013, jumlah pasar rakyat di Indonesia terus mengalami penurunan. Pada tahun 2009 jumlah pasar

tradisional 13.450, pada 2011 berjumlah 9.950. Sementara itu, perbandingan pertumbuhan pasar rakyat terhadap pasar modern cukup drastis, yaitu pasar rakyat mengalami perkembangan tidak lebih dari 8,1 persen, sedangkan pasar modern 31,4 persen.

Di sisi lain, toko retail modern meningkat dari 10.365 gerai menjadi 18.152 toko. Berdasarkan fakta yang ada di lapangan, 7.000 toko baru muncul dalam waktu 4 tahun atau setara dengan empat toko modern per hari.

Tidak hanya di Indonesia, menurunnya jumlah pasar tradisional juga terjadi di benua Asia. Berdasarkan survei yang dilakukan salah satu lembaga survei luar negeri, jumlah toko modern di Asia meningkat hingga lima kali lipat dibanding jumlah pasar tradisional.

Salah satu faktor yang menjadikan Pasar tradisional kalah bersaing dengan pasar modern ialah perbedaan kondisi fisik dari kedua pasar. Pasar Tradisional identik dengan tempat kumuh, semrawut, Kotor, Kriminal tinggi, Tidak Nyaman, Harga tidak pasti (*subject to negotiate*), Fasilitas Minim parkir, toilet, tempat sampah, listrik dan air, jalan becek dan sempit.

1.1.3 Peran Pasar Induk Gadang terhadap Kota Malang

Kota Malang merupakan kota terbesar kedua di Jawa Timur setelah Surabaya dalam bidang administratif, kependudukan, dan perekonomian (*sumber: Jawa Timur Dalam Angka 2010*). Dengan predikat tersebut, maka keberadaan pasar sebagai penopang utama dalam bidang perdagangan sangatlah penting. Berdasarkan data tentang perkembangan bidang Ekonomi, sektor perdagangan berada pada posisi kedua dengan prosentase 32% setelah sektor industri dengan prosentase pertumbuhan 35%. Dengan kondisi tersebut, peranan pasar sangatlah penting.

Terkait dengan keberadaan Pasar Induk Gadang, dengan meningkatnya jumlah penduduk dan perkembangan ekonomi di sektor perdagangan, menyebabkan pasar sebagai pusat pemenuhan kebutuhan memerlukan pengembangan secara fisik sebagai syarat utama dalam mendukung operasional Pasar.

Pasar Induk Gadang merupakan salah satu pasar tradisional di Kota Malang yang mempunyai peranan penting dalam pembangunan perekonomian Kota Malang. Keberadaan Pasar memberikan kontribusi yang cukup besar dalam penyediaan kesempatan kerja dan usaha bagi masyarakat Kota Malang.

Pasar Induk Gadang yang sejak awal berdiri pada tahun 1989 belum pernah mendapat peningkatan, baik secara fisik, maupun non-fisik yang dapat dilihat dari kondisi fisik bangunan yang mulai usang dan masih berupa bangunan dengan satu lantai. Hal tersebut tidak sebanding dengan kondisi pedagang maupun pembeli yang dari tahun ke tahun makin bertambah sehingga menjadikan pedagang memanfaatkan badan jalan untuk berjualan karena kondisi pasar yang sudah tidak dapat menampung jumlah pedagang tersebut.

Pemindahan lokasi Terminal Gadang ke wilayah Tlogowaru sesuai dengan Perda Kota Malang Nomor 4 Tahun 2011 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Malang Tahun 2010-2030 Pasal 50 ayat 1 yang berbunyi “kegiatan perdagangan skala besar untuk jenis sayuran, ikan dan sejenisnya (pasar basah) tetap menggunakan Pasar Induk Gadang dan dikembangkan ke arah areal eks Terminal Gadang”.

Berdasarkan data tentang RTRW Kota Malang BWK Malang Tenggara, meliputi wilayah sebagian Kecamatan Sukun dan sebagian Kecamatan Kedungkandang. Fungsi utama yaitu perdagangan dan jasa, *Sport Centre* (GOR Ken Arok), Gedung *Convention Center*. Dengan data tentang RTRW tersebut, maka keberadaan Pasar Induk Gadang yang baru nantinya tidak akan melanggar peraturan pemerintah.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Penurunan kualitas fisik dan non fisik Pasar Induk Gadang sehingga dibutuhkannya sebuah Perancangan Pasar Induk Gadang yang baru
2. Kurang efektifnya Pasar Induk Gadang dalam segi fungsionalnya sehingga perlu penataan kembali pola ruang pasar.

1.3 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang Pasar Induk Gadang sehingga muncul sebuah bangunan baru dengan fungsi yang sama dengan kondisi awal dengan peningkatan kualitas dan kuantitas?

1.4 Pembatasan Masalah

1. Mengembalikan fungsi utama Pasar Induk Gadang sebagai pasar yang tertata rapi.
2. Menjadikan Pasar Gadang sebagai pasar tradisional yang aman dan nyaman.
3. Dalam perancangan Pasar Induk Gadang, perancangan hanya sebatas desain pasar secara fisik, dan untuk sistem perdagangan pasar tetap sesuai dengan kondisi eksisting, yaitu pasar tradisional, bukan pasar dengan sistem pasar modern.

1.5 Tujuan

1. Dapat mengembalikan fungsi pasar dan mengembangkan fungsi Pasar Gadang
2. Menata kembali stuktur fisik bangunan pasar.

1.6 Manfaat/ Kegunaan

Bagi Pedagang

1. Bagi penjual yang awalnya merupakan penjual yang tidak memiliki kios, dapat berjualan dengan kios maupun los khusus.
2. Meningkatkan nilai jual barang dagangan.

Bagi Pembeli

1. Pembeli dapat berbelanja dengan nyaman karena kondisi penjual yang mulai tertata.
2. Konsumen bisa lebih mudah dalam mendapatkan barang yang dibutuhkan.
3. Akses untuk menuju pasar dan bangunan yang lebih aman dan nyaman daripada kondisi sebelumnya.

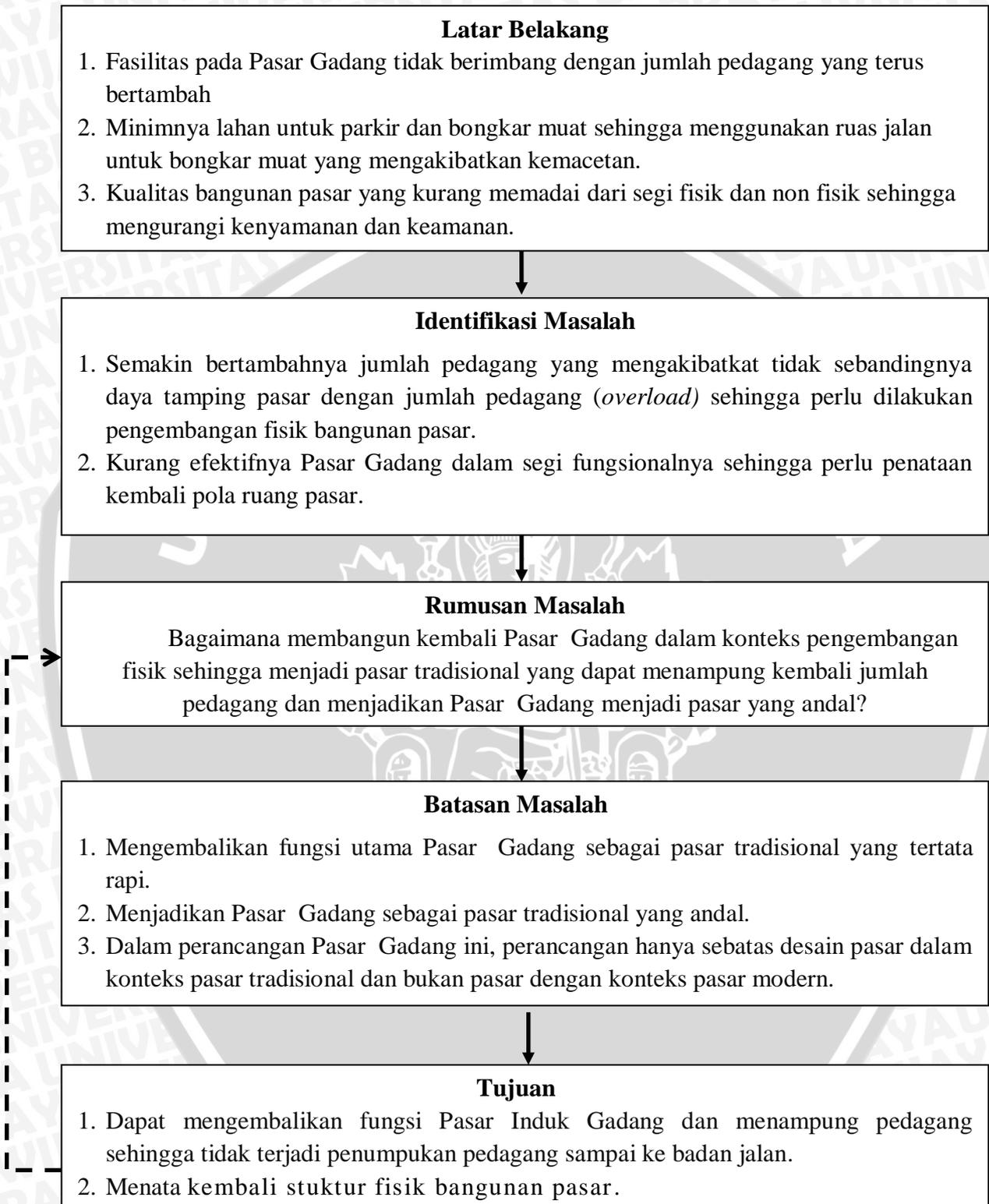
Bagi Pemerintahan Setempat

1. Mengurangi intensitas kemacetan yang terjadi di sekitar Pasar Gadang yang merupakan salah satu pintu masuk menuju kota Malang
2. Memudahkan program pemerintah dalam pengembangan pembangunan kota Malang bagian Timur dan Tenggara.
3. Menjadikan penataan ruang pasar lebih kondusif.
4. Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD)
5. Sebagai sarana penunjang kelancaran pembangunan di Kota Malang

UNIVERSITAS BRAWIJAYA



1.7 Kerangka Pemikiran



Gambar 1.1 : Kerangka pemikiran