

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Batasan Pasar

Pasar dalam pengertian ekonomi adalah merupakan proses hubungan timbal balik antara penjual dan pembeli untuk mencapai kesepakatan harga dan jumlah suatu barang / jasa yang ditransaksikan. Tempat bertemunya penjual dan pembeli tersebut bisa dimana saja. Hal ini berarti penekanan yang membedakan pasar dan bukan pasar adalah kegiatan yang dilakukan yaitu transaksi jual beli. Kedua belah pihak, pembeli dan penjual mendapat manfaat dari adanya transaksi. Pihak pembeli mendapat barang yang diinginkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhannya sedangkan penjual mendapat imbalan pendapatan untuk selanjutnya digunakan untuk membiayai aktivitasnya sebagai pelaku ekonomi produksi atau pedagang.

Berbeda dengan batasan diatas yang lebih menekankan aktivitas transaksi, pasar menurut Perpres No.112 Tahun 2007 dan Permendag No. 70 Tahun 2013 adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plasa, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Dengan demikian pasar bukan merujuk pada aktivitas transaksi saja tetapi tempat terjadinya transaksi. Secara garis pasar dapat diklasifikasi menjadi dua yaitu pasar tradisional dan pasar modern.

- (a) Pasar Tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama

dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/ dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar

- (b) Pasar modern meliputi **pusat perbelanjaan** yang merupakan area tertentu yang terdiri dari satu atau beberapa bangunan yang didirikan secara vertikal maupun horisontal, yang dijual atau disewakan kepada pelaku usaha atau dikelola sendiri untuk melakukan kegiatan perdagangan barang; **toko** berupa bangunan gedung dengan fungsi usaha yang digunakan untuk menjual barang dan terdiri dari hanya satu penjual; **toko modern** merupakan toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk *Minimarket*, *Supermarket*, *Department Store*, *Hypermarket* ataupun grosir yang berbentuk Perkulakan.

Mengingat kajian ini berhubungan dengan tarif retribusi pasar, maka yang dimaksud dengan pasar adalah pasar tradisional yang dikelola oleh pemerintah daerah. Pada umumnya pasar tradisional yang dikelola pemerintah daerah masih terbagi ke dalam beberapa kategori sesuai dengan kriteria tertentu seperti lokasi dan luas bangunan. Misalnya terbagi menjadi kelas I, kelas II, kelas III atau menjadi tipe A, tipe B dan tipe C.

2.2 Keberlangsungan Pasar Tradisional

Menurut survey yang dilakukan AC. Nielsen jumlah pasar tradisional di Indonesia mencapai 1,7 juta atau sekitar 73 persen dari keseluruhan

pasar yang ada. Namun, laju pertumbuhan dari pasar modern jauh lebih tinggi dari pasar tradisional (Masitoh, 2013). Hal ini tidak dapat dilepaskan dari perubahan perilaku masyarakat yang menuntut serba cepat dan praktis, peningkatan pendapatan perkapita (pertumbuhan pekerja kelas menengah), peningkatan pekerja wanita (peningkatan *opportunity cost* waktu dari ibu rumah tangga yang berkarir), meningkatnya penggunaan kartu kredit, dan lain-lain. Selain itu karena adanya rasa bangga atau gengsi kepada teman-teman; menghendaki dalam satu tempat dapat memilih barang yang akan dibeli; menginginkan rasa nyaman dan menyenangkan (aman dan sejuk); keinginan harga pasti (*fixed price*) dan tingkat harga yang masuk akal, tidak terlalu menyolok (Mallano, 2011)

Menurunnya minat masyarakat melakukan transaksi di pasar tradisional selama ini, tidak hanya karena konsumen lebih suka memilih belanja di pasar modern daripada pasar tradisional tetapi menghadapi permasalahan lain. Selama ini pasar tradisional memiliki citra dengan kondisi pasar yang becek, bau, tidak aman, risiko pengurangan timbangan, tawar-menawar yang berkepanjangan, dan berdesak-desakan. Selain itu, desain yang kurang baik, termasuk minimnya fasilitas penunjang dan masalah internal pasar seperti manajemen pasar, sistem operasional dan prosedur pengelolaannya.

Terlepas adanya berbagai permasalahan yang dihadapi, pasar tradisional masih menunjukkan eksistensinya, antara lain karena adanya sistem tawar menawar antara penjual dan pembeli. Tawar menawar ini adalah salah satu budaya yang terbentuk di dalam pasar. Hal ini yang dapat menjalin hubungan sosial antara pedagang dan pembeli yang lebih dekat. Seperti yang dikemukakan oleh Rahmawati & Kartono, (2017) bahwa Pasar tradisional dapat bertahan karena adanya modal

sosial yang hidup di antara para pelakunya. Perbaikan fasilitas pasar dan suntikan dana memang penting, tetapi modal sosial juga harus dikawal karena ini kekuatan yang sesungguhnya daripada pasar tradisional. Selain itu faktor harga, pasar tradisional merupakan tempat dimana masyarakat berbagai lapisan memperoleh barang - barang kebutuhan harian dengan harga yang relatif terjangkau, karena memang seringkali harga di pasar tradisional lebih murah dibandingkan harga yang ditawarkan pasar modern.

Pembenahan pasar tradisional untuk menjadi tempat perbelanjaan yang nyaman, aman, menarik, dan bercitra positif adalah dambaan masyarakat, terutama masyarakat yang cinta pasar tradisional. Pemerintah sudah mulai membenah agar pasar tradisional bisa dibuat menjadi lebih layak sebagai tempat transaksi tanpa harus secara drastis mengubah 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 dan nyaman.

2.3 Retribusi Pasar sebagai sumber PAD

Pasar tradisional yang dikelola dengan baik dan menarik, akan meminimalkan pertentangan antara pasar modern dan pasar tradisional. Keduanya dapat berkembang dengan nuansa serta daya tariknya sendiri-sendiri. Tidak menutup kemungkinan bahwa golongan yang berpendapatan tinggi dan menengah atas akan tertarik mengunjungi pasar tradisional untuk menikmati berbagai hal yang tidak tersedia di pasar modern. Terlebih dari itu, keberhasilan mengubah pengelolaan pasar tradisional sangat memungkinkan keberadaan pasar tradisional bukan lagi menjadi beban anggaran tetapi sebaliknya pasar melalui retribusi pasar akan mampu memberi kontribusi yang berarti bagi PAD.

Retribusi pemungutannya bersifat memaksa, disebabkan berdasarkan undang-undang jika seseorang atau badan tidak membayar pajak atau retribusi dapat dikenai sanksi (Supramono & Damayanti, 2015). Pemerintah Daerah dapat menetapkan dan memungut beragam jenis Pajak dan Retribusi Daerah sesuai dengan potensi yang dimiliki masing-masing daerah tanpa ada intervensi dari tingkat pemerintah pusat sehingga pemerintah daerah cenderung lebih mampu memaksimalkan potensi yang dimilikinya untuk menghasilkan PAD-nya.

Retribusi pasar adalah sebagai pembayaran atas pelayanan penyediaan fasilitas pasar bagi setiap Orang pribadi atau Badan yang menjual barang dan jasa. Berdasarkan UU No 28 Tahun 2009 retribusi pasar merupakan salah satu retribusi daerah yang termasuk dalam jenis retribusi jasa umum. Prinsip dan sasaran dalam penetapan struktur dan besarnya tarif retribusi pasar didasarkan pada tujuan untuk memperoleh keuntungan yang layak sebagai pengganti biaya pengelolaan, biaya

penyelenggaraan, biaya kebersihan dan biaya administrasi. Sedangkan yang menjadi obyek retribusi pasar adalah pelayanan penyediaan fasilitas pasar tradisional yang berupa kios, pelataran, los yang dikelola Pemerintah Daerah dan khusus disediakan untuk pedagang. Tidak termasuk objek retribusi pasar adalah pelayanan fasilitas pasar yang dimiliki dan atau dikelola pihak swasta maupun Perusahaan Daerah. Adapun subjek retribusi pasar adalah orang pribadi atau badan yang menggunakan, memanfaatkan, menikmati jasa pelayanan yang disediakan oleh Pemerintah Daerah

Beberapa penelitian seperti yang dilakukan oleh Azimah et al.(2013) menunjukkan bahwa kontribusi retribusi pasar terhadap PAD masih relatif rendah. Hal ini memberikan implikasi bahwa pemerintah daerah dituntut untuk terus melakukan pembenahan manajemen pasar tradisional mulai dari bangunan fisik, penentuan tarif hingga sistem pungutannya sehingga diharapkan kontribusi retribusi pasar terhadap PAD semakin meningkat dan daerah yang bersangkutan akan semakin siap menjalankan otonomi daerah. Sebagaimana diketahui salah satu tolok ukur finansial yang dapat digunakan untuk melihat kesiapan daerah dalam pelaksanaan otonomi daerah adalah dengan mengukur seberapa jauh kemampuan keuangan suatu daerah yang tercermin dari besarnya proporsi/kontribusi PAD terhadap anggaran pendapatan daerah.