



asparindo
www.asparindo.com



DEPT PU CIPTA KARYA



WORLD BANK

Cipta Karya
Bina Program

Balai Diklat PU
Jakarta
28 Oktober 2010

Ir. Suhendro
Deputi Kerjasama & Investasi

PENGELOLAAN PASAR TRADISIONAL PERUSAHAAN DAERAH



PASAR TRADISIONAL

- SALAH SATU INFRASTRUKTUR EKONOMI DAERAH
- SARANA PEMASARAN UTAMA BAGI MASYARAKAT
- BANYAK PASAR, TETAPI TEMPAT USAHA/LAPAK/ KIOS YANG ADA BELUM MEMENUHI STANDAR
- TIDAK MUDAH MENGEMBANGKAN PASAR BARU TERMASUK TANPA PERENCANAAN YANG MATANG
(SALAH PERENCANAAN PASAR KOSONG & KURANG DIMINATI KONSUMEN)

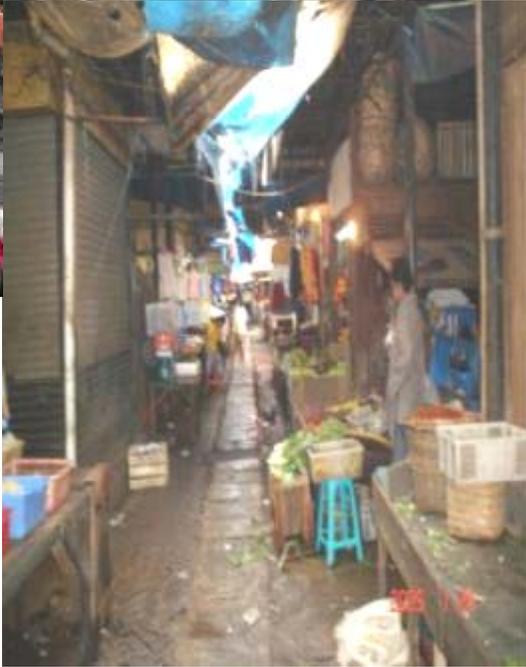


IMAGE PASAR TRADISIONAL

- BANGUNAN / PROPERTY TIDAK MEMENUHI SYARAT
 - PERILAKU PEDAGANG BURUK
 - KUALITAS BARANG DAGANGAN RENDAH
 - TIDAK AMAN / PREMANISME
- MANAJEMEN PENGELOLA TIDAK PROFESIONAL



KONDISI PASAR TRADISIONAL DI INDONESIA



PASAR MODERN – TOKO MODERN





PASAR TRADISIONAL KEDEPAN

1. PASAR NYAMAN SEBAGAI TEMPAT BELANJA
2. SARANA DAN PRASARANA PASAR MEMADAI
3. ADA JAMINAN BAGI KONSUMEN DAN PEDAGANG (BERSIH, AMAN, NYAMAN DAN TERTIB)
4. PRODUK YANG DIPERDAGANGKAN FRESH/ DAN AMAN DIKONSUMSI
5. PASAR MEMPERHATIKAN KESEHATAN LINGKUNGAN
6. MANAJEMEN PENGELOLAAN SAMPAH
7. PENGELOLAAN YANG MENGUNTUNGKAN
8. MEMBERIKAN KEPUASAN BAGI SEMUA PIHAK
9. KESEJAHTERAAN PEDAGANG MENINGKAT



SISTEM KELEMBAGAAN PENGELOLA PASAR

DINAS PENGELOLA PASAR

DINAS PERINDUSTRIAN & PERDAGANGAN

DINAS PENDAPATAN DAERAH, DLL

PD PASAR (BUMD)



VISI KELEMBAGAAN



Pasar Tradisional



Siapa yang Terlibat



Pengelola PD



Organisasi & SDM

Alat Produksi & Marketing

Pengelolaan

Keuangan

Pembangunan & Perawatan



➤ **Pasar Tradisional** (Menurut Perpres No.112 Tahun 2007)

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.

➤ **Siapa yang terlibat**

- a. Pemasok
- b. Pemilik
- c. Pemakai
- d. Konsumen
- e. Masyarakat sekitar pasar dan lain-lain

➤ **Pengelola**

- a. Dinas Terkait (Dinas Pasar, Dispenda, Disperindag)
- b. Perusahaan Daerah
- c. Swasta



MAKSUD DAN TUJUAN MANAJEMEN PENGELOLAAN PASAR TRADISIONAL

➤ MAKSUD

Pengelolaan pasar tradisional supaya menjadi lebih profesional (efektif)

➤ TUJUAN

- Menjadikan pasar tradisional yang bersih, nyaman, aman
- Menjadikan pasar tradisional sebagai urat nadi perekonomian daerah
- Meningkatkan kesejahteraan pedagang.

4 ASPEK PENGELOLAAN PASAR TRADISIONAL

1. ORGANISASI & SUMBER DAYA MANUSIA
2. ALAT PRODUKSI & PEMASARAN
3. PEMBANGUNAN & PERAWATAN
4. KEUANGAN

1. 1. ORGANISASI & SDM

A. Landasan Hukum & Operasional

A.1 Landasan Hukum

Peraturan Daerah (Perda) masing-masing propinsi.

A.2 Landasan Operasional

Perda dan SK. Gubernur / Dinas terkait.

PD Pasar Jaya :

- Perda tentang Pengurusan Pasar di DKI Jakarta.
- SK Gubernur Prop. DKI Jakarta No. 70/ 2005 tentang Susunan Organisasi dan tata Kerja PD Pasar Jaya

B. Visi dan Misi

Contoh, Visi & Misi PD Pasar Jaya :

➤ VISI

“Menjadikan Pasar Tradisional dan modern sebagai sarana unggulan dalam penggerak perekonomian daerah Propinsi DKI Jakarta “

➤ MISI

“Menyediakan Pasar Tradisional dan modern yang bersih, aman, nyaman, dan berwawasan lingkungan serta memenuhi kebutuhan barang dan jasa yang lengkap, segar, murah dan bersaing. “

C. Tugas Pokok & Fungsi

Contoh, Tupoksi PD Pasar Jaya

➤ Tugas Pokok

- Melaksanakan pelayanan umum dalam bidang pemasaran
- Membina pedagang pasar
- Ikut membantu menciptakan stabilitas harga dan kelancaran distribusi di pasar.

➤ Fungsi

- Merencanakan, membangun, memelihara bangunan pasar.
- Mengelola pasar beserta sarana kelengkapannya.
- Melakukan pembinaan pedagang pasar.
- Membantu menciptakan stabilitas harga & kelancaran distribusi barang dan jasa pasar.

1. 2. Sumber Daya Manusia

1. **Personal** : PNS, Profesional (Swasta)

2. **Struktur Organisasi**

3. **Ketentuan Kepegawaian *)**

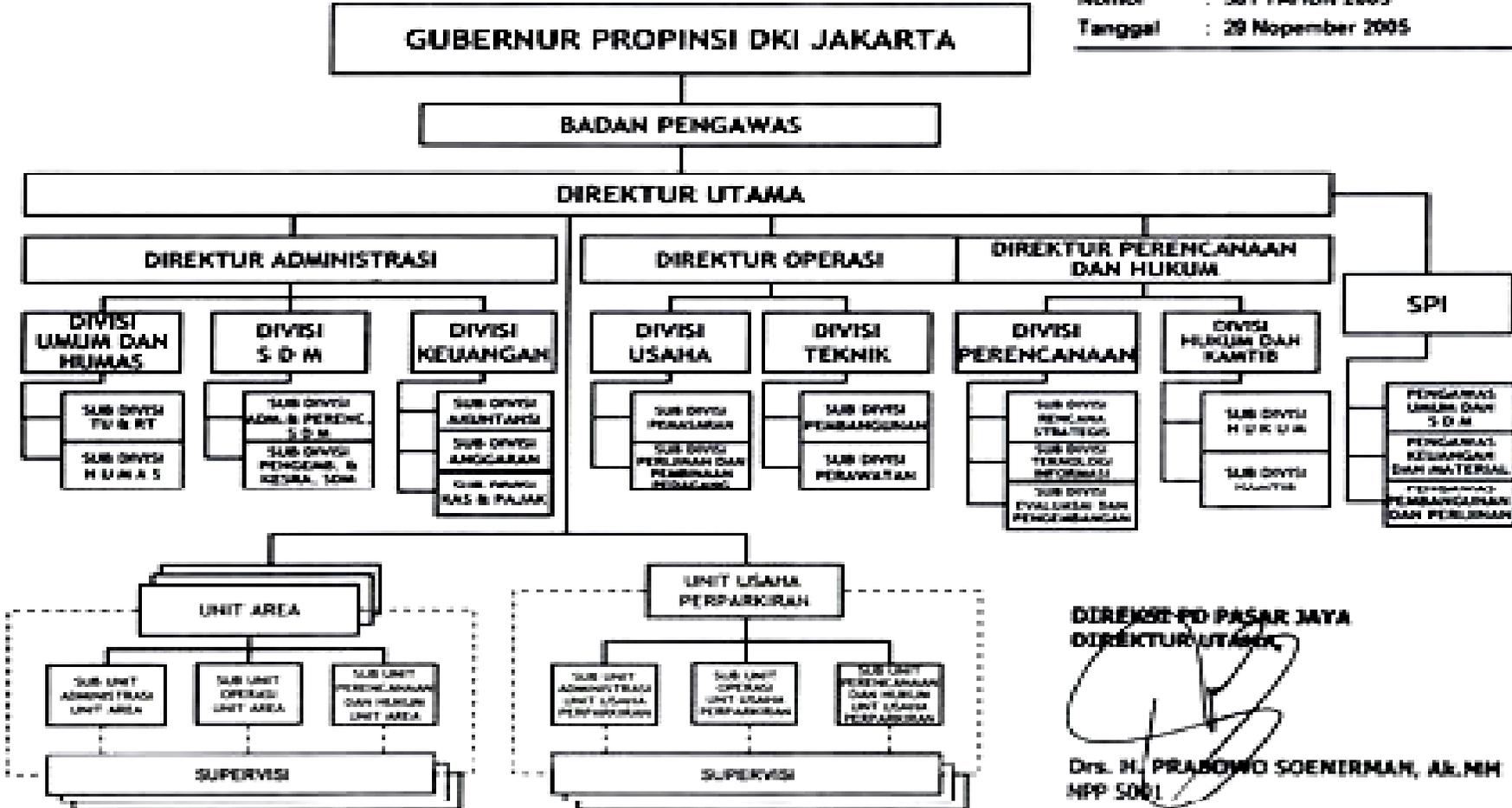
- Kedudukan, Kewajiban, Larangan dan Hak Pegawai/ Karyawan
- Penerimaan Pegawai :
 - *Pengangkatan*
 - *Perjanjian Kerja*
- Jabatan dan Golongan Pegawai / Karyawan
- Penggajian, Tunjangan, dan lain-lain.
- Kesejahteraan pegawai
- Jenis cuti dan pemberian cuti
- Pembinaan pegawai
- Pemberhentian
- Masa kerja dan pengakhiran masa kerja
- Pesangon, penghargaan masa kerja dan uang penggantian hak
- Penyelesaian Perselisihan Hubungan Kerja

Susunan Organisasi PD. Pasar Jaya

Lampiran Peraturan Direksi PD. Pasar Jaya

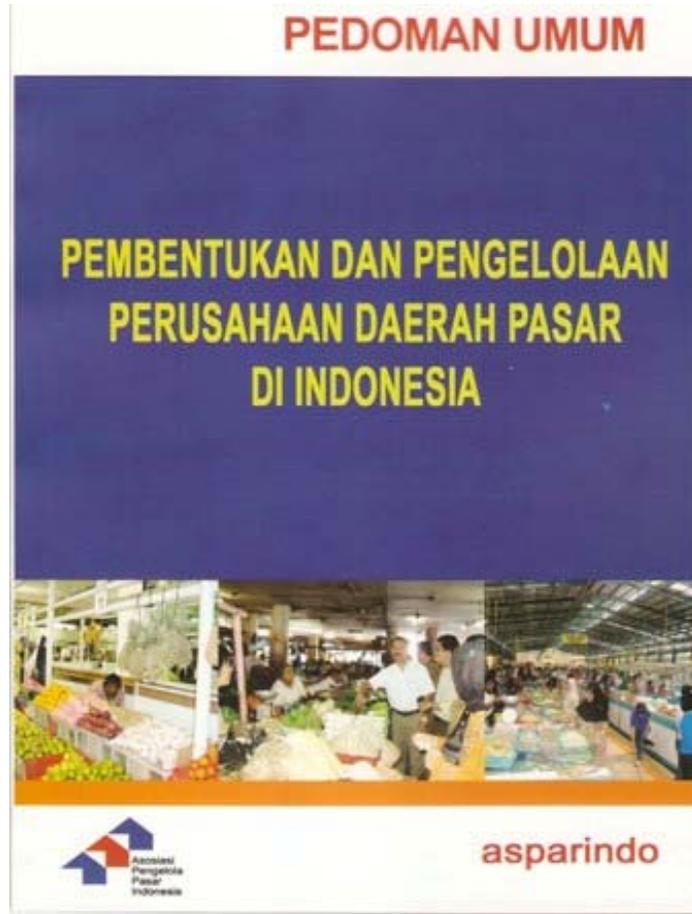
Nomor : 301 TAHUN 2005

Tanggal : 29 Nopember 2005



DIREKSI PD PASAR JAYA
 DIREKTUR UTAMA

 Drs. H. PRABOWO SOENIRMAN, A.L. MH
 NPP 5001



No.	SKALA PASAR		SKALA JABATAN				
	JUMLAH	PEDAGANG	DIREKSI 1)	BIDANG 2)	SUBBID 3)	SPI 4)	BP 5)
1	s/d 8	s/d 4.000	1	3	6	1	2
2	8 - 25	4.000 - 15.000	2	4	8	2	3
3	25 - 50	15.000 - 25.000	3	4	8	3	3
4	50 ke atas	25.000 ke atas	3 atau 4	6	12	3 atau 4	3 atau 4

2. ALAT PRODUKSI & PEMASARAN

A. TEMPAT USAHA

B. KAMAR KECIL (KK)

C. PELATARAN PASAR (PARKIR)

D. LAHAN PEMASANGAN REKLAME / PROMOSI

E. LAHAN PEMASANGAN ANTENNA

F. LAHAN PRASARANA LAINNYA.

A. TEMPAT USAHA

Tempat usaha di pasar adalah tempat usaha yang baku berupa :

1. Kios
2. Counter
3. Los
4. Tempat terbuka dalam bangunan dengan luas tertentu
5. Tempat terbuka di luar bangunan/ pelataran
6. Tempat pemasangan reklame

B. KAMAR KECIL (KK)

- Dikelola oleh pihak manajemen pasar, juga dapat dikerjasamakan dengan pihak ketiga.
- Penetapan nilai setoran pengelolaan dihitung berdasarkan hasil survey Tim.
- Pengelolaan oleh pihak ketiga dituangkan dalam Surat Perintah Kerja dan perjanjian kerjasama pengelolaan.
- Jangka waktu pengelolaan selama 1 tahun, dan dapat diperpanjang setelah dievaluasi.

C. PELATARAN PASAR (PARKIR)

- Pengelolaan pelataran/ lahan parkir di pasar -pasar hanya digunakan untuk parkir kendaraan.
- Pelataran /lahan parkir dikelola oleh Unit Usaha Perparkiran tersendiri.
- Pengelolaan parkir dapat bekerjasama dengan pihak ketiga atas persetujuan pimpinan.

D. LAHAN PEMASANGAN REKLAME / PROMOSI

Pemasaran lahan reklame di pasar-pasar dilakukan oleh PD. Pasar Jaya atau dapat bekerjasama dengan pihak ketiga;

E. LAHAN PEMASANGAN ANTENNA

Ijin pemanfaatan lahan oleh Manager Area setelah mendapat persetujuan Direksi PD Pasar Jaya ;

- Penggunaan lahan max. 5 tahun, setiap tahun besaran tarif sewa lahan dievaluasi.
- Dapat dilakukan Perpanjangan ijin penggunaan lahan.

F. SARANA PENUNJANG LAIN :

(pemakaian lahan oleh pedagang kaki lima/ binaan pasar)

- Pedagang kaki lima/ binaan di lingkungan pasar dikenakan kewajiban biaya kompensasi penggunaan lahan dan BPP;
- Dapat diberikan kartu kaki lima sebagai identitas;
- Pemakaian lahan dituangkan dalam Surat Perjanjian antara Manajemen pasar dengan Pedagang;
- Lokasi pedagang kaki lima ditetapkan oleh Pimpinan;
- Besarnya biaya pengelolaan pasar berdasarkan potensi pasar;
- Pedagang kaki lima juga dikenakan sewa kontrak sesuai ketentuan;
- Syarat-syarat kegiatan pedagang kaki lima:
 - *Identitas diri*
 - *Jenis jualan yang jelas*
 - *Memenuhi ketentuan yang ditetapkan*

❖ PEMASARAN TEMPAT USAHA

- Pemasaran tempat usaha di pasar-pasar dilakukan oleh manajemen pasar sendiri maupun bekerjasama dengan Pihak ketiga;
- Kerjasama dengan Pihak ketiga dituangkan dalam perjanjian kerjasama;
- Sebagai imbalan atas pemasaran tersebut diberikan fee pemasaran maksimal 2,5 % dari nilai penjualan;
- Harga jual tempat usaha ditinjau secara berkala setiap 1 (satu) tahun sekali.

❖ STRATEGI MENINGKATKAN OCCUPANCY RATE (OR)

- PEMASARAN TEMPAT USAHA
- EVALUASI KONTRAK PEMASARAN BERSAMA DEVELOPER
- PEMBERIAN TINDAKAN SECARA KONSISTEN TERHADAP TEMPAT USAHA BUKA TUTUP
- PENEKASAN JUMLAH TEMPAT USAHA AKTIF ADALAH TEMPAT USAHA YANG MEMILIKI SIPT
- PENINGKATAN KERAMAIAN PASAR
- MEMBERIKAN KEMUDAHAN TERHADAP USAHA BANK, WARTEL, ATM.

❖ **HAK PEMAKAIAN TEMPAT USAHA**

1. Hak pemakaian tempat usaha dapat diberikan kepada badan hukum dan atau perorangan, sebanyak-banyaknya 4 (empat) tempat usaha untuk setiap pemakai tempat;
2. Bentuk hak pemakaian tempat usaha di pasar, adalah :
 - Hak Pemakaian selama-lamanya 20 tahun,
 - Hak Pamakaian dengan jangka waktu tertentu, Hak Sewa Kontrak dengan jangka waktu tertentu.

❖ **Bukti Hak Pemakaian Tempat Usaha**

1. Surat Perjanjian Pemakaian Tempat Usaha (PPTU) / Sewa Kontrak
2. Surat Ijin Pemakaian Tempat Usaha (SIPTU), sejenis SIUP.
3. Sertifikat Hak Pemakaian Tempat Usaha (SHPTU)

3. PEMBANGUNAN & PERAWATAN

A. POLA PEREMAJAAN & REVITALISASI PASAR TRADISIONAL



B. POLA PERAWATAN PASAR TRADISIONAL

1. Kebersihan Pasar

Citra yg Negatif

Peningkatan Kebersihan

Outsourcing

K 3 P
Adipura

2. Perawatan Pasar

Fisik Bangunan

Mechanical electrical (ME)

4. KEUANGAN

I. SUMBER DANA

- A. Internal
- B. Eksternal

II. PEMBIAYAAN PASAR

- A. Biaya Operasional
- B. Biaya Investasi
- C. Kewajiban PAD

SUMBER DANA & PEMBIAYAAN PASAR TRADISIONAL

I. Sumber Dana

A. Internal :

Sumber penerimaan yang digali/ diterima dari potensi di Pasar Tradisional, sesuai Alat Produksi yang tersedia.

Potensi :

- a. Service Charge (BPP)
- b. Perijinan.
- c. Sarana dan Prasarana.

B. Eksternal :

a. Kerjasama dengan pihak ke III

(referensi : Kep.Mendagri No. 43/2000 Tentang Pedoman Kerjasama Perusahaan Daerah dengan Pihak Ketiga)

- b. Perbankan
- c. Penyertaan Modal Pemerintah (PMP)
- d. Rekening Pembangunan Daerah (RPD)
- e. USDRP

II. Pembiayaan Pasar

A. Biaya Operasional :

- a. Biaya Gaji Pegawai & Tunjangan
- b. Beban Perjalanan Dinas
- c. Beban Pembinaan Pedagang / Penelitian
- d. Beban Tenaga Ahli
- e. Bangunan dan Prasarana
- f. Beban Kendaraan
- g. Beban Inventaris Kantor
- h. Beban Umum
- i. Beban Kantor
- j. Beban Promosi

B. Biaya Investasi

- a. Biaya Peremajaan Pasar
- b. Biaya Revitalisasi Pasar
- c. Biaya Pengadaan Sarana dan Prasarana Pasar



JUMLAH PASAR TRADISIONAL : 8.654
12,5 JUTA PEDAGANG

Keadaan Pasar Tradisional vs Pasar Modern

"Revitalisasi dalam rangka Eksistensi Pasar Tradisional
di Tengah Maraknya Pasar Modern



VS



**Gelap – Becek – Kotor –
Kumuh – Bau**



**Bersih – Rapi – Teratur –
Sehat**

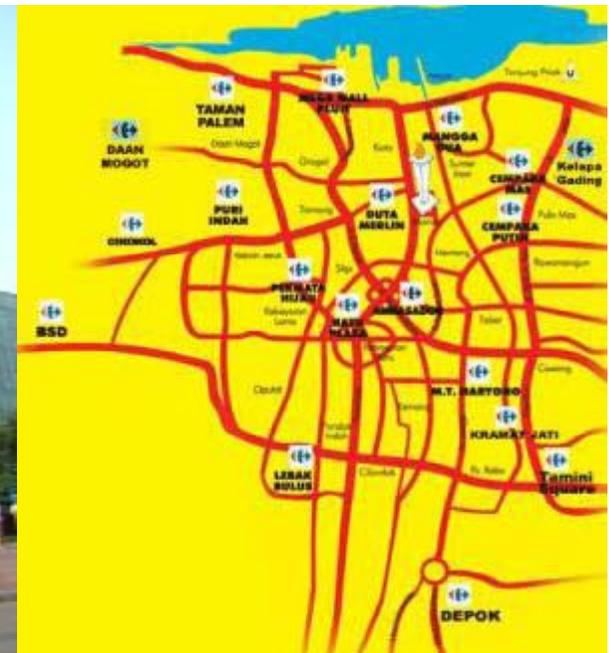


KEDEPAN

Melindungi



Makin kuat makin menjamur



TOKO CARREFOUR KE-10.000: Para pegawai siap meluncur ke jalan dengan sepeda untuk mengibarkan dibukanya toko ritel raksasa Prancis Carrefour ke-10.000 di seluruh dunia di Tongzhou, Beijing, Sabtu (28/10). Carrefour saat ini mengoperasikan 77 supermarket di China dan berencana membuka 12 toko lainnya pada tahun ini sebagai bagian rencana memperluas jaringan di China.

**OUTLET KE- 10.000 DI CHINA (77 OUTLET) TH 2006
TAHUN 2010 : 270 OUTLET**

**TOTAL OUTLET SELURUH DUNIA : 21.268
TERDIRI DARI BENUA :**

- AMERIKA : 835**
- ASIA : 548**
- EROPA : 19.885**

WILAYAH ASIA :

- SINGAPURA : 2**
- MALAYSIA: 12**
- THAILAND : 22**
- INDONESIA : 68**
- FILIPHINA : 98**



Koloni Impala di tengah Singa
Potret Keseimbangan Alam





Survei AC Nielsen merilis pasar modern tumbuh tiga kali lipat dibandingkan pasar tradisional. Pemicunya, kecenderungan pelanggan yang mementingkan *life style* nyaman, aman, sehat, dan murah. Unsur-unsur itu harus diusahakan pemerintah pada pasar tradisional agar tidak tergerus.

Survei AC Nielsen merilis dalam triwulan pertama 2009, perdagangan modern tumbuh hingga 13,4% atau jauh melampaui pertumbuhan perdagangan tradisional yang hanya 4,1%.

**ANTISIPASI
PERUBAHAN
SOSIAL
MASYARAKAT**



PERUBAHAN ITU PASTI



**PERUBAHAN POLA PIKIR,
TANGGAP TERHADAP PERUBAHAN LINGKUNGAN
KREATIF, DAN MAU BERUBAH,**

**BEGITU PULA DENGAN FISIK PASAR, MANAJEMEN,
DUKUNGAN PEMERINTAH DAN KONSUMEN PASAR**

PERTAMINA



SHELL



PETRONAS



Gedung Bioskop dulu



Gedung Bioskop Sekarang



KA Parahyangan vs Tol Cipularang



Kartu Pos vs SMS



PEREMAJAHAN PASAR BOJONG INDAH

KONDISI EXISTING



REALISASI



PEREMAJAN PASAR

Pasar Santa - Jakarta



Existing

PASAR GADING (Before)



**PASCA
PEMBANGUNAN
PASAR
solo
GADING
(After)**





**PASCA
PENGELOLAAN
PASAR GADING**

PEREMAJAN PASAR BLOK M SQUARE MELAWAI – JAKARTA SELATAN



DARMO TRADE CENTRE SURABAYA



PASAR RAWABENING GEMS CENTRE JATINEGARA – JAKARTA TIMUR



Pasar Windujenar *after*



PASCA PENGELOLAAN PASAR WINDUJENAR



Ngarsopuro Night Market *after*



CONTOH PASAR SALAH PERENCANAAN



**PASAR INDUK SEI JODOH BATAM
(TAHUN 2004)**

CONTOH PASAR SALAH PERENCANAAN



**PASAR INDUK
SEI JODOH
BATAM
TAHUN 2010**

ALBERT CENTRE TEMPORARY MARKET SINGAPURA





Retail



T
H
A
I
L
A
N
D

Wholesale thalaad thai

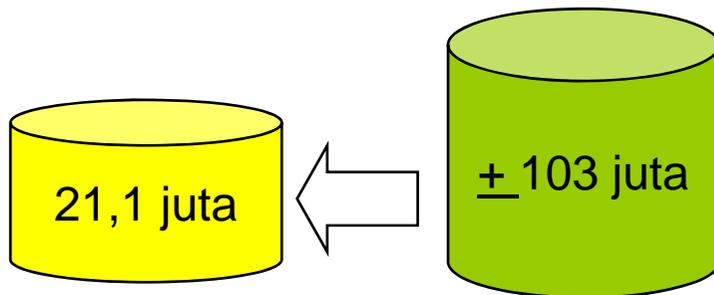


CHINA

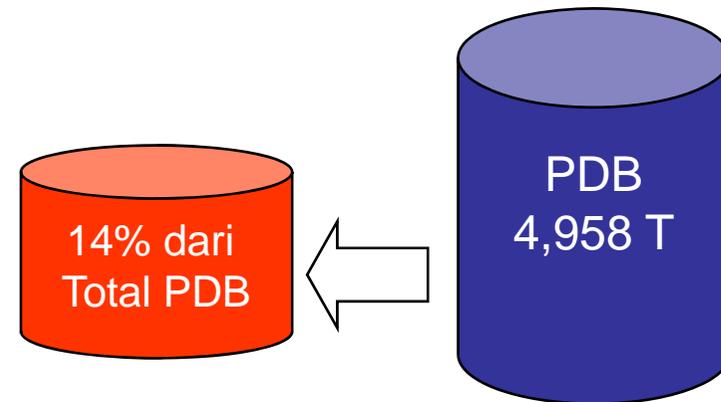


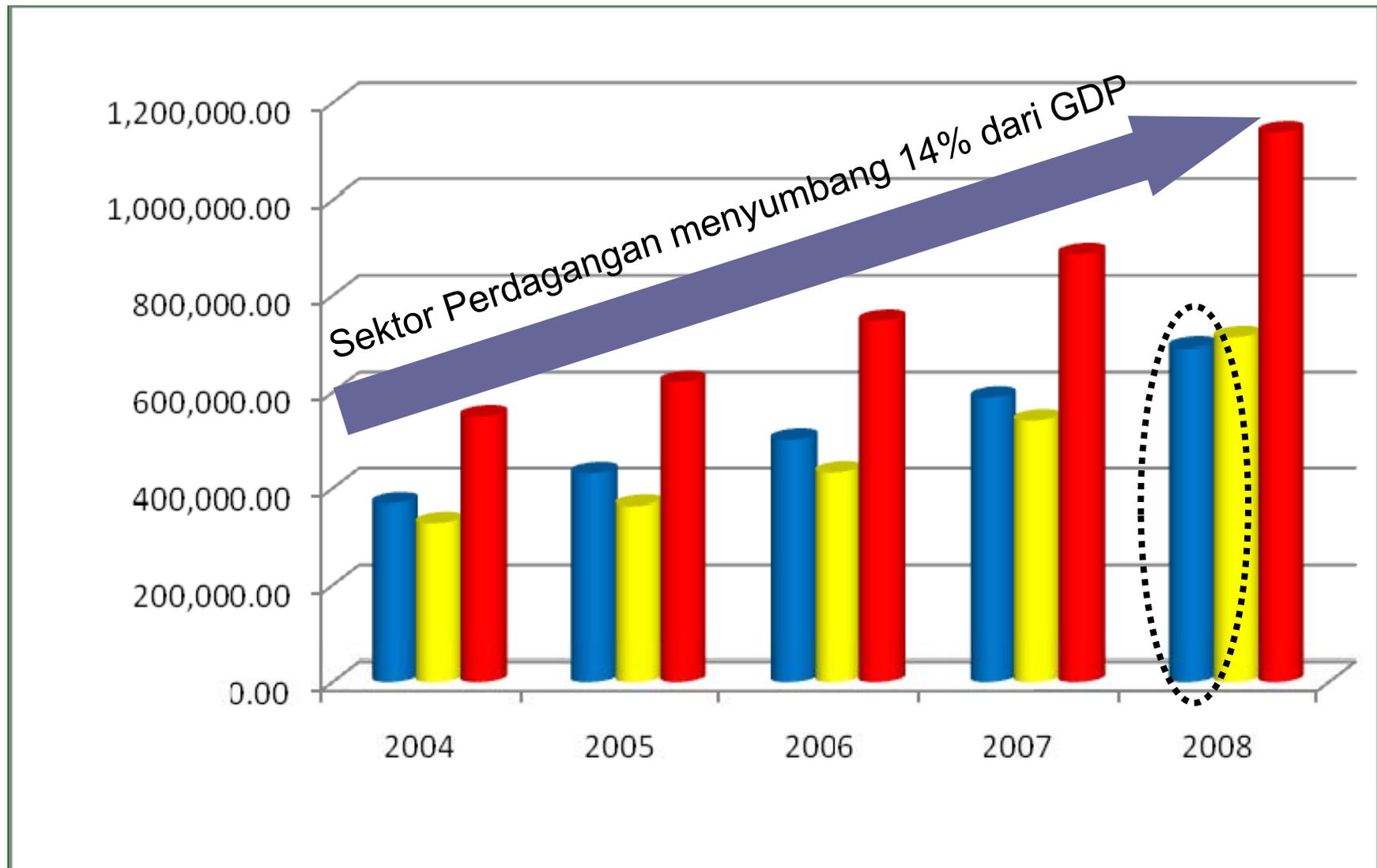
Kontribusi sektoral

- Data BPS tahun 2008 menunjukkan sektor perdagangan sebagai sektor kedua yang menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia, dengan kemampuan menyerap sebesar 21,1 juta orang, di bawah sektor pertanian yang mencapai 41,3 juta orang.



- Kontribusi sektor perdagangan terhadap PDB mendekati angka 700 triliun di tahun 2008 atau sekitar 14% dari PDB dan menempati urutan ketiga di bawah industri pertanian dan manufaktur (lihat grafik 1).





- Perdagangan
- Pertanian
- Manufaktur

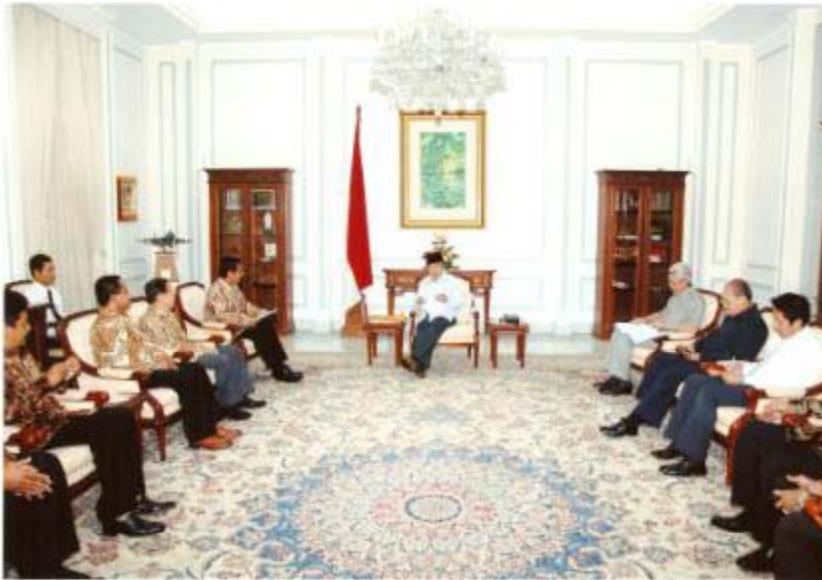
KERJASAMA KELEMBAGAAN



PEMKOT
PEMKAB



KEGIATAN ASPARINDO



AUDENSI WAKIL PRESIDEN RI
(20 MEI 2009)



MOU BRI-ASPARINDO
(27 JULI 2008)



PELATIHAN PENGELOLAAN PASAR



BUKU PENGELOLAAN PASAR

PELUNCURAN PERMENDAG NO 53 TAHUN 2008

23 DESEMBER 2008

ASPARINDO ANGGOTA FORUM KOMUNIKASI KEMENDAG



PERATURAN PERPASARAN & PROGRAM KEMENTERIAN ?

■ REGULASI

Perpres 112 Tahun 2007 : Penataan dan Pembinaan **Pasar Tradisional**, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern (**Pasar Tradisional hanya 1 Pasal dalam 20 Pasal**)

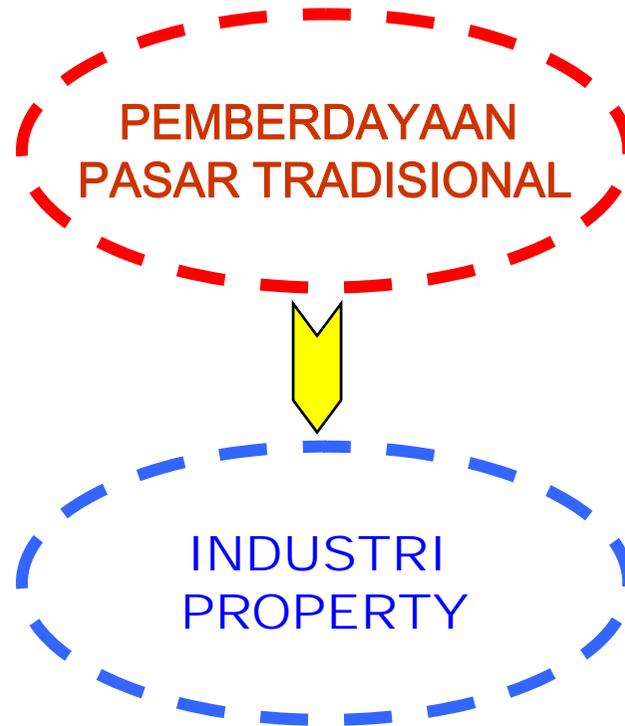
Permendag 53 Tahun 2008 : Pedoman Penataan dan Pembinaan **Pasar Tradisional**, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern (**Pasar Tradisional hanya 1 Pasal dalam 28 Pasal**)

Perda Perpasaran di Daerah Yang Tidak Tegas (**zonasi, jarak, rasio**)

■ PROGRAM KEMENTERIAN

1. Kementerian Perdagangan (Program Revitalisasi Pasar : DAK,TP,Dekon)
2. Kementerian Dalam Negeri (Pengelolaan Profesional Pasar Tradisional)
3. Kementerian Kesehatan (Program Pasar Sehat)
4. Kementerian Kelautan dan Perikanan (Program Pasar Ikan Higienis)
5. Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata (Program Pasar Wisata)
6. Kementerian Negara Lingkungan Hidup (Program Pasar Berseri : Ramah Lingkungan)
7. Kementerian Negara UKM dan Koperasi (Program Revitalisasi Pasar Koppas)
8. Kementerian Pertanian (Program Pasar Ternak)
9. Kementerian Percepatan Daerah Tertinggal (Program Pasar Desa)

BENANG MERAH



PERENCANAAN

MANAJEMEN PENGELOLAAN PROFESIONAL

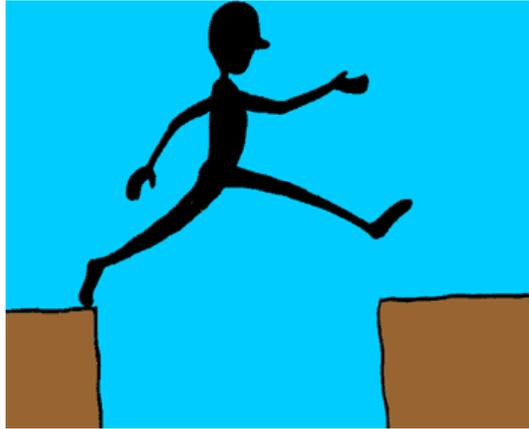
KEBIJAKAN PEMERINTAH

PEMBIAYAAN

PELAKU USAHA PASAR
(PEDAGANG, PENGELOLA, SUPPLIER, KONSUMEN)

DISTRIBUSI





LANGKAH STRATEGIS PEMBERDAYAAN PASAR TRADISIONAL

- **DIBENTUKNYA BADAN PEMBERDAYAAN PASAR TRADISIONAL /
DIRJEN PEMBERDAYAAN PASAR TRADISIONAL**
- **BLUE PRINT PEMBERDAYAAN PASAR
(STRATEGI NASIONAL : REVITALISASI PASAR & MANAJEMEN PENGELOLAAN**
- **REGULASI YANG TEGAS & MEMIHAK RAKYAT
(ZONASI & KUOTA PASAR MODERN)**
- **DITUNJUKNYA BANK PEMERINTAH KHUSUS PEMBIAYAAN PASAR
(BRI,MANDIRI,BNI,BTN : BUNGA MURAH & JANGKA PANJANG SEPERTI KPR BTN)**
- **PASAR TRADISIONAL MENJADI URUSAN WAJIB BAGI PEMDA
(WALIKOTA/BUPATI YANG PRO RAKYAT)**
- **DIKLAT MANAJEMEN PENGELOLAAN PROFESIONAL PASAR TRADISIONAL
(BADAN DIKLAT KEMENTERIAN, UNIVERSITAS, LP3T)**



Rp. 8,4 Trilyun untuk revitalisasi pasar tradisional !!!?

TERIMA KASIH

