

DAMPAK *Supermarket* TERHADAP PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DAN PERKEMBANGAN EKONOMI KOTA CIREBON

**Ramlah Puji Astuti, SE., M.Si
Universitas Swadaya Gunungjati**

ABSTRACK

This research measured how big the impact of supermarkets on traditional markets in the city of Cirebon. Respondents in this study is a merchant that sells at a traditional market in the city of Cirebon. This study respondents totaled 97 people. This research is a descriptive study that combines qualitative and quantitative research. Quantitative analysis using difference-in-difference (DiD) and methods of tabulation, as well as qualitatively by using in-depth interviews.

Results of research using quantitative methods were statistically found significant effects on sales turnover and the number of buyers who come to the traditional markets, but had no impact on the amount of labor used in helping merchants conduct business. The qualitative findings suggest that the downturn in traditional markets is mostly caused by internal problems of traditional markets that provide benefits in the supermarket. Therefore, to ensure the sustainability of the traditional market management system needed improvement memungkinannya traditional markets can compete and survive with the presence of a supermarket.

Keywords: *evaluation of impact, traditional markets, supermarkets, PAD, and Cirebon GDP*

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pesatnya pertumbuhan penduduk mendorong peningkatan laju pertumbuhan ekonomi di suatu negara. Peningkatan jumlah penduduk mengakibatkan kebutuhan masyarakat juga ikut meningkat yang berindikasi peningkatan kegiatan ekonomi di negara tersebut. Semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat mengakibatkan masyarakat mencari tempat berbelanja yang nyaman dan praktis. Fenomena ini mengindikasikan perubahan pola belanja masyarakat dari pasar tradisional ke pasar modern. Hal ini menyebabkan perkembangan pasar modern jauh lebih banyak dibandingkan dengan pasar tradisional. Dalam beberapa tahun saja, gerai-gerai pasar modern di Indonesia berkembang dengan pesat.

Pertumbuhan pasar modern di Indonesia terus berkembang dari waktu ke waktu. Perkembangan tersebut disinyalir akibat terjadinya pergeseran gaya hidup

dan pola konsumsi masyarakat yang konsumtif. Hal tersebut tercermin dari 70% GDP Indonesia yang disumbang oleh konsumsi rumah tangga (BPS, 2010), Sehingga pasar modern dapat berkembang dengan pesat.

Keadaan pasar modern dengan berbagai keunggulannya berbanding terbalik dengan pasar tradisional. Pasar tradisional merupakan pasar yang sederhana, artinya tempatnya tidak begitu luas, dan barang yang dijual juga tidak begitu banyak jenisnya, sistem manajemennya juga masih sederhana. Dalam pasar tradisional masih ada proses tawar menawar harga dengan pedagang. Sehingga sistem manajemen di pasar tradisional dikelola secara tradisional dengan laporan keuangan secara sederhana atau bahkan banyak yang tidak memiliki laporan keuangan.

Laporan World Bank (2007) menunjukkan bahwa pada 2004 pasar modern hanya meliputi 11% dari total pangsa pasar bahan pangan. Menjelang

2008, jumlah tersebut meningkat tiga kali lipat menjadi 30%. Terkait dengan tingkat penjualan, studi tersebut menemukan bahwa jumlah penjualan di *supermarket* tumbuh rata-rata 15% per tahun. Pricewaterhouse Coopers (2008) memperkirakan bahwa penjualan di *supermarket* akan meningkat 50% antara 2008 dan 2010, dengan penjualan di hipermarket yang meningkat 70% pada periode yang sama.

Di Indonesia, *supermarket* lokal telah ada sejak 1970-an dan jumlahnya meningkat dengan pesat antara 1977-1992 dengan rata-rata pertumbuhan 85% setiap tahunnya. Seperti halnya di kota-kota lainnya di Jawa Barat, perkembangan pasar modern di Kota Cirebon semakin bertambah setiap tahun. Keadaan ini berbanding terbalik dengan pertumbuhan pasar tradisional yang mengalami penurunan.

Tabel. 1 Jumlah Pasar Tradisional dan Pasar Modern di Kota Cirebon Tahun 2006-2012

Tahun	Pasar Tradisional	Pasar Modern	Perubahan Pasar Modern (unit)	Perubahan Pasar Tradisional
2006	11	27	-	-
2007	9	35	-2	8
2008	9	46	0	11
2009	9	53	-1	7
2010	8	58	0	5
2011	8	67	0	9
2012	8	69	0	2

Sumber : Disperindagkop, 2012 (Hasil Olahan)

Berdasarkan data pada Tabel 1.2 terlihat bahwa peningkatan jumlah pasar modern di Kota Cirebon tiap tahunnya mengalami peningkatan, namun disisi lain jumlah pasar tradisional mengalami penurunan. Kondisi ini terjadi pada tahun 2007 dimana pasar tradisional berkurang 2 unit akibat adanya relokasi dan penertiban jalan. Sementara pada tahun 2009 salah satu pasar tidak beroperasi lagi dikarenakan berkurangnya konsumen yang datang. Apabila kondisi tersebut terus berlangsung setiap tahunnya, maka dalam beberapa

tahun ke depan tidaklah mustahil jika pasar modern akan semakin memiliki posisi yang kuat dalam industri perdagangan di Kota Cirebon dan sebaliknya pasar tradisional akan semakin hilang keberadaanya.

Kendati persaingan antar *supermarket* secara teoritis menguntungkan konsumen, dan bahkan mungkin perekonomian secara keseluruhan, relatif sedikit yang diketahui mengenai dampaknya pada pasar tradisional. Mengukur dampak amat penting mengingat *supermarket* yang saat ini secara langsung bersaing dengan pasar tradisional, tidak hanya melayani segmen pasar tertentu. Studi ini menganalisis dampak *supermarket* pada pasar tradisional di Kota Cirebon dan perekonomian Kota Cirebon secara menyeluruh.

B. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak yang ditimbulkan dari pertumbuhan *Supermarket* terhadap perekonomian Kota Cirebon. Baik dari sisi pedagang di pasar tradisional, maupun perekonomian Kota Cirebon secara umum.

II. METODELOGI PENELITIAN

A. Metode Deskriptif

Penelitian ini merupakan penelitian survei yang dilakukan untuk memperoleh fakta-fakta tentang gejala-gejala atas permasalahan yang timbul. Penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang benar mengenai suatu obyek penelitian. Penelitian ini dilakukan di Kota Cirebon karena Kota Cirebon merupakan salah satu kota di Jawa Barat. Jawa Barat sendiri merupakan salah satu daerah yang mengalami penurunan jumlah pasar tradisional yang cukup signifikan. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni Tahun 2013. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, baik yang bersifat kualitatif maupun kuantitatif.

Responden dipilih secara acak berdasarkan metode *Simple Random Sampling*. Metode ini digunakan untuk memilih pedagang yang akan dijadikan

sampel (responden). Responden dipilih secara acak tersebut lalu dikelompokan lagi berdasarkan berdasarkan metode pemilihan sampel *probability-proportionate-to-size* atau probabilitas yang proporsional terhadap besar populasi (Danial, 2011). Hal ini digunakan untuk memproporsikan responden kedalam jenis komoditi yang dijual. Selanjutnya Cara menentukan sampelnya adalah dengan cara undian. Responden pada penelitian kali ini berjumlah 97 orang.

B. Metode Kuantitatif

Metode kuantitatif merupakan metode utama dalam penelitian ini, dimana hal tersebut didasarkan pada perhitungan dari variabel yang diambil dari rumus-rumus yang pasti dan acuan penelitian terdahulu. Tahapan analisis kuantitatif terdiri dari: analisis dampak dengan menggunakan Metode *difference-in-difference*, uji t-berpasangan, dan analisis uji trend.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 3 Dampak Supermarket terhadap Pasar Tradisional: Metode Difference-in-Difference (DiD)

Keterangan	Perlakuan	Kontrol	Dampak
Omzet	-22,99	-4,85	-18,14
Karyawan Jumlah	-9	0	-9
Pembeli	-20	0	-20

Sumber : data primer (diolah)

Dengan melihat hasil dari Analisis metode dampak tersebut terlihat bahwa niali dampak dari keberadaan *supermarket* terhadap omzet pedagang cukup nyata yaitu sebesar -18,14 persen. Perlu diketahui bahwa angka negatif dalam tabel tidak berarti bahwa pedagang mengalami kerugian, melainkan menunjukkan bahwa rata-rata keuntungan mereka menurun hampir sekitar hingga 20 persen dalam kurun waktu lima tahun terakhir. Perlu dicatat juga bahwa data penurunan indikator objektif ini lebih kecil dibandingkan dengan apa yang diklaim

oleh pedagang dalam wawancara mendalam.

Sedangkan untuk jumlah karyawan dalam kelompok perlakuan mengalami perubahan secara menurun yaitu dengan nilai -9. Namun dalam kelompok kontrol tidak mengalami perubahan baik sebelum maupun setelah keharidan *supermarket* didekatnya. Hal ini menunjukkan bahwa kehadiran *supermarket* menyebabkan penurunan jumlah pegawai yang dipekerjakan pedagang di pasar tradisional. Dengan kata lain, sampai saat ini di pasar kontrol belum ada pedagang yang sampai bangkrut dan menutup tempat jualanya sehingga menyebabkan pemutusan hubungan kerja kepada pegawainya.

Tabel 4 Hasil Perhitungan nilai t dan t-tabel

Keterangan	Pasar Perlakuan		Pasar Kontrol	
	t-hitung	t -tabel	t hitung	t -tabel
Omzet	-17,7581	-2,0049	-2,0112	-2,0195
Karyawan Jumlah	-2,42473	-2,0049	0	-2,0195
Pembeli	-11,6812	-2,0049	0	-2,0195

Sumber : data primer (diolah)

Berdasarkan hasil estimasi perhitungan statistik pada tabel 4.26, dapat diketahui dampak dari masing-masing variabel sebagai berikut :

1. Omzet Penjualan

Menurut hasil perhitungan nilai t-hitung variabel omzet penjualan di pasar perlakuan lebih besar daripada nilai t-tabel yaitu $17,7581 > 2,0049$. Hal ini berarti bahwa keberadaan *supermarket* secara signifikan memberikan dampak negatif terhadap omzet penjualan pedagang di pasar perlakuan. Sementara untuk pasar perlakuan yaitu $2,0112 < 2,0195$. Hal ini berarti bahwa keberadaan *supermarket* secara signifikan tidak memberikan dampak terhadap omzet penjualan pedagang di pasar kontrol.

2. Jumlah Karyawan

Menurut hasil perhitungan nilai t-hitung variabel jumlah karyawan yang dipekerjakan pedagang di pasar perlakuan lebih besar daripada nilai t-tabel yaitu $2,42473 > 2,0049$. Hal ini berarti bahwa keberadaan *supermarket* secara signifikan

berpengaruh negatif terhadap jumlah karyawan yang dipekerjakan pedagang di pasar perlakuan. Sementara untuk pasar perlakuan nilai t-hitung lebih kecil daripada t-tabel yaitu $0 < 2,0195$. Hal ini berarti bahwa keberadaan *supermarket* secara signifikan tidak berdampak terhadap jumlah karyawan yang dipekerjakan pedagang di pasar kontrol.

3. Jumlah Pembeli

Menurut hasil perhitungan nilai t-hitung variabel jumlah pembeli yang berbelanja dipasar perlakuan lebih besar

daripada nilai t-tabel yaitu $-11,6812 > 2,0049$. Hal ini berarti bahwa keberadaan *supermarket* secara signifikan berdampak negatif terhadap jumlah pembeli yang berbelanja di pasar perlakuan. Sementara jumlah pembeli yang berbelanja di pasar kontrol lebih kecil daripada nilai t-tabel yaitu $0 < 2,0195$. Hal ini berarti bahwa keberadaan *supermarket* secara signifikan tidak berpengaruh terhadap jumlah pembeli yang berbelanja di pasar kontrol.

Tabel 5. Hasil Perhitungan Nilai Trend di Pasar Tradisional Kota Cirebon

Ket	Ps.Kanm	Ps Jgstr	PPH	Ps.Pagi	Ps.Perm	Ps.Gngs	Ps.Krmt	Ps.Drjt
a	2186,06	1014,54	1665,37	1386,51	457,06	199,11	229,23	340,17
b	-20,80	-64,70	-14,40	-23,30	-5,80	-5,30	-4,00	-10,00
c	-4,43	-18,07	-7,43	-0,64	-0,57	-0,36	-0,29	-3,29

Sumber : data primer (diolah)

Dengan melihat nilai-nilai tersebut, maka persamaan trend jumlah pedagang yang ada di masing-masing pasar adalah sebagai berikut :

1. Pasar Kanoman : $Y = 2186,05 - 20,08X - 4,42X^2$
2. Pasar Jagasatru : $Y = 1014,54 - 64,70X - 18,07X^2$
3. PPH : $Y = 1665,37 - 14,40X - 7,43X^2$
4. Pasar Pagi : $Y = 1386,51 - 23,30X - 0,64X^2$
5. Pasar Perumnas : $Y = 457,06 - 5,80X - 0,57X^2$
6. Pasar Gunungsari : $Y = 119,11 - 5,30X - 0,36X^2$
7. Pasar Kramat : $Y = 229,23 - 4 X - 0,29X^2$
8. Pasar Drajat : $Y = 340,17 - 10 X - 3,29 X^2$

Dengan melihat hasil analisis trend jumlah penjual di seluruh pasar tradisional Kota Cirebon, terlihat bahwa jumlah pedagang di pasar tradisional Kota Cirebon mengalami trend yang menurun. Hal ini berarti dengan semakin meningkatnya waktu (Y) maka jumlah pedagang di Pasar tradisional cenderung mengalami penurunan akibat adanya *supermarket* di sekitar pasar tradisional.

Menurut keterangan dari responden dalam wawancara yang mendalam mengungkapkan bahwa penyebab berkurangnya jumlah pedagang di pasar adalah semakin ketatnya persaingan antar

sesama pedagang. Baik yang di dalam maupun di luar pasar termasuk *supermarket*. Kebanyakan dari mereka yang tidak berdagang lagi disebabkan karena harga jual barang kalah saing dengan *supermarket*. Padahal harga belinya relatif tinggi, bahkan mereka harus membayar kontan barang dagangannya. Sehingga apabila barang dagangan mereka tidak habis terjual mereka mengalami kerugian. Oleh sebab itulah banyak diantara mereka yang beralih profesi dan meninggalkan pasar.

Hasil analisis tersebut membuktikan bahwa apabila keadaan ini terus-menerus terjadi, maka akan terjadi ketimpangan distribusi pendapatan. Ketimpangan ini terjadi akibat adanya peningkatan transaksi perdagangan di *supermarket* yang akan menambah pendapatan pemilik modal besar yaitu pemilik *supermarket*. Sebaliknya pemilik modal kecil yaitu pedagang di pasar tradisional maupun pedagang kecil lainnya yang berada di luar pasar akan mengalami penurunan pendapatan.

Tabel 6. Hasil Perhitungan Trend Retribusi Pasar

Tahun	Retribusi (Y)	X	Y.X	X ²	X ² Y	X ⁴
2008	4.559,90	-2	-9119,8	4	18239,6	16
2009	4.429,90	-1	-4429,9	1	4429,9	1
2010	4.424,70	0	0	0	0	0
2011	4.404,30	1	4404,3	1	4404,3	1
2012	4.386,50	2	8773	4	17546	16
Σ	22.205,30	0,00	-372,40	10	44.619,80	34

Sumber :data primer (diolah)

$$a = \frac{(\Sigma Y)(\Sigma X^4) - (\Sigma X^2 Y)(\Sigma X^2)}{n(\Sigma X^4) - (\Sigma X^2)^2} = \frac{308782,2}{70} =$$

4411,17

$$b = \frac{\Sigma XY}{\Sigma X^2} = \frac{-372,4}{10} = \mathbf{-37,24}$$

$$c = \frac{n(\Sigma X^2 Y) - (\Sigma X^2)(\Sigma Y)}{n(\Sigma X^4) - (\Sigma X^2)^2} = \frac{-1046}{70} = \mathbf{-14,94}$$

Dengan melihat nilai-nilai tersebut, maka persamaan trend retribusi pasar yang berasal dari seluruh pasar tradisional di Kota Cirebon pasar adalah sebagai berikut : **Y = 4411,17 - 37,24X - 14,94 X²**

Dengan melihat hasil analisis trend penerimaan retribusi di seluruh pasar tradisional Kota Cirebon, terlihat bahwa retribusi pasar tradisional Kota Cirebon mengalami trend negatif. Hal ini berarti dengan semakin meningkatnya waktu (Y) maka jumlah retribusi yang didapatkan dari penarikan retribusi pasar tradisional cenderung mengalami penurunan akibat adanya *supermarket* di sekitar pasar tradisional. Menurut keterangan dari pihak penarik retribusi pasar (pegawai PD Pasar) dalam wawancara yang mendalam

mengungkapkan bahwa penyebab menurunnya nilai retribusi pasar tersebut akibat adanya penurunan jumlah pedagang di pasar tradisional.

Dengan melihat hasil analisis trend kontribusi penerimaan retribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Cirebon, terlihat bahwa kontribusi retribusi pasar terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) mengalami trend negatif. Hal ini berarti dengan semakin meningkatnya waktu (Y) maka kontribusi retribusi pasar terhadap PAD cenderung mengalami penurunan akibat adanya *supermarket* di sekitar pasar tradisional. Hal ini disebabkan karena dengan berdirinya *supermarket* berdampak pada penurunan jumlah pedagang di pasar tradisional sehingga penerimaan dari sisi retribusi pasar juga mengalami penurunan yang berakibat pada penurunan kontribusi retribusi pasar terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Cirebon selama kurun waktu lima tahun terakhir.

Tabel 7. Hasil Perhitungan Trend Kontribusi Sektor Perdagangan Terhadap PDRB

Tahun	Kontribusi			X	Y.X	X ²	X ² Y	X ⁴
	PDRB	Perd	(Y)					
2008	4811,14	1404,1	29,18435	-1,5	-43,7765	2,25	65,66479	5,0625
2009	5054,27	1532,11	30,31318	-0,5	-15,1566	0,25	7,578295	0,0625
2010	5246,86	1649,62	31,44014	0,5	15,72007	0,25	7,860034	0,0625
2011	5557,97	1716,22	30,87854	1,5	46,31781	2,25	69,47672	5,0625
Σ	20670,24	6302,05	121,8162	0	3,104762	5	150,5798	10,25

Sumber :data primer (diolah)

$$a = \frac{(\Sigma Y)(\Sigma X^4) - (\Sigma X^2 Y)(\Sigma X^2)}{n(\Sigma X^4) - (\Sigma X^2)^2} = \frac{495,72}{16} = \mathbf{30,98}$$

$$b = \frac{\Sigma XY}{\Sigma X^2} = \frac{3,10}{5} = \mathbf{0,62}$$

$$c = \frac{n(\Sigma X^2 Y) - (\Sigma X^2)(\Sigma Y)}{n(\Sigma X^4) - (\Sigma X^2)^2} = \frac{6,76}{16} = \mathbf{0,42}$$

Dengan melihat nilai-nilai tersebut, maka persamaan trend kontribusi sektor

perdagangan terhadap PDRB Kota Cirebon adalah sebagai berikut :

$$Y = 30,98 + 0,62X - 0,42X^2$$

Dengan melihat hasil analisis trend kontribusi sektor perdagangan terhadap PDRB Kota Cirebon, terlihat bahwa kontribusi sektor perdagangan terhadap PDRB Kota Cirebon mengalami trend yang positif. Hal ini berarti dengan semakin meningkatnya waktu (Y) maka kontribusi sektor perdagangan terhadap PDRB Kota Cirebon cenderung mengalami peningkatan. Hal ini disinyalir akibat semakin pesatnya pembangunan di bidang perdagangan dan jasa Kota Cirebon yang mengakibatkan semakin meningkatnya kegiatan ekonomi di bidang perdagangan. Baik yang dilakukan di *supermarket* maupun di pasar tradisional.

Hal ini mengindikasikan bahwa sektor perdagangan Kota Cirebon merupakan sektor unggulan yang memiliki kontribusi yang positif terhadap peningkatan PDRB Kota Cirebon. Dengan demikian maka pemerintah daerah Kota Cirebon harus dapat meningkatkan sektor perdagang Kota Cirebon agar dapat meningkatkan pertumbuhan dan perkembangan ekonomi Kota Cirebon. Perlu adanya koordinasi antar seluruh pelaku ekonomi agar tidak terjadi ketimpangan pendapatan antara pedagang di pasar tradisional dan pemilik atau pengelola *supermarket*.

V. Kesimpulan

A. Kesimpulan

Keberadaan *supermarket* secara signifikan memberikan dampak negatif terhadap Omzet penjualan pedagang, jumlah karyawan yang bekerja di nkios pedagang, jumlah pedagang yang berjualan di pasar tradisional dan jumlah pembeli yang berkunjung ke pasar tradisional di Kota Cirebon selama kurun waktu lima tahun terakhir.

Selain itu dampak yang dirasakan oleh perekonomian Kota Cirebon secara umum

adalah keberadaan *supermarket* secara signifikan memberikan dampak negatif terhadap penurunan jumlah retribusi yang diperoleh Pemerintah Daerah, serta kontribusinya terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Cirebon selama kurun waktu lima tahun terakhir. Serta keberadaan *supermarket* secara signifikan memberikan dampak positif terhadap perkembangan ekonomi Kota Cirebon dilihat dari peningkatan kontribusi sektor perdagangan terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kota Cirebon.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan tersebut, rekomendasi kebijakan dalam rangka menjamin berkembangnya pasar tradisional adalah sebagai berikut :

1. Perbaiki infrastruktur di pasar, mencakup terjaminnya suasana pasar yang layak, kebersihan yang memadai, cahaya yang cukup, kenyamanan, serta keamanan lingkungan pasar. Diharapkan pemda sebagai pengelola pasar tradisional dapat merenovasi pasar tradisional menjadi lebih modern seperti di beberapa daerah lainya di Indonesia, seperti : pasar modern BSD tanggerang dan pasar tradisional di Kota Solo.
2. Perlunya kebijakan yang menyeluruh mengenai pasar modern, termasuk peraturan hak dan tanggung jawab pengelola pasar yang diterbitkan oleh pemerintah setempat. Hal yang paling penting adalah menjamin bahwa semua pemangku kepentingan memahami peraturan tersebut dan bertindak berdasarkan aturan. Demi menjamin persaingan yang sehat antara pedagang pasar tradisional dan pedagang ritel modern, pemda dan pemerintah pusat perlu memiliki mekanisme kontrol dan pemantauan untuk menjaga agar persaingan tetap adil.

DAFTAR PUSTAKA

- A.C. Nielsen (2005) Asia Pacific Retail and Shopper Trends 2005
<<http://www.acnielsen.de/pubs/documents/RetailandShopperTrendsAsia2005.pdf>>
diakses 12 Desember 2012
- Agresti, A. and B. Finlay, 1999. *Statistical Methods for the Social Sciences*. Third Edition. Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey.
- Agus Susilo, Taufik. 2005. Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Usaha Ritel Koperasi/ Waserda dan Pasar Tradisional. *Jurnal Visi Ekonomi* Vol 10 No 01, ISSN: 1979 – 6889. Hal 34-45
- CPIS. 1994. *Perdagangan Eceran di Indonesia: Skala Kecil vs Skala Besar*. Jakarta: Center for Policy and Implementation Studies
- Danial, el Amin. 2011. Dampak Pasar Modern Terhadap Pedagang di Pasar Tradisional di Kecamatan Ciledug Kabupaten Cirebon. Tesis. Magister Perencanaan dan Kebijakan Publik . Universitas Indonesia. Jakarta
- Dinas Tenaga Kerja dan Sosial. 2008. *Perencanaan Tenaga Kerja Daerah(PTKD) Kota Cirebon*. Dinas Tenaga Kerja dan Sosial, Cirebon.
- Kementerian Perindustrian dan Perdagangan RI. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor : 53/M-DAG/PER/12/2008 tentang pedoman penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat perbelanjaan, dan Toko Modern. Kementerian Perindustrian dan Perdagangan RI. Jakarta
- Mislan. 2003. Dampak Pembangunan Pusat Perdagangan Jodoh di Kota Batam Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Pedagang. Tesis. Program Pascasarjana Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Mudrajad Kuncoro. 2008. Strategi Pengembangan Pasar Modern dan Pasar Tradisional. Artikel. *Kadin Indonesia*. Jakarta
- Murwanto, E. 2006. “Lebih dari 100 Pasar Tradisional Kolaps”.
http://www.gacerindo.com/index.php?view=deperindag_detail&id=80.
- Nurmalasari, Devi. 2007. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Daya Saing dan Preferensi Masyarakat dalam Berbelanja di Pasar Tradisional. Tesis. Program Pascasarjana, Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Rasidin. 2011. Dampak Pasar Modern Terhadap Kinerja Usaha Kecil. *Jurnal Visi Ekonomi* Vol 10 No 01, Juli 2011 ISSN: 1412 – 8403. Hal 19-37
- Reardon, Thomas and Rose Hopkins (2006) 'The Supermarket Revolution in Developing Countries: Policies to Address Emerging Tensions among Supermarkets, Suppliers, and Traditional Retailers.' Akan diterbitkan dalam *European Journal of Development Research*.
- Santoso, Suwito. 2005. Pusat Perbelanjaan Di Era Otonomi Daerah. *Kompas Online*. (<http://www.kompas.co.id>.) diakses 12 Desember 2012.
- Sinaga, Pariaman. 2006. Dampak Keberadaan Pasar Modern (Supermarket dan Hypermarket) Terhadap Usaha Ritel Koperasi/ WASREDA dan Pasar Tradisional. *Jurnal Pengkajian Koperasi dan UMKM* No. 1 Tahun 2005. Bandung.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2007. *Statistika untuk Penelitian*. Alfabeta, Bandung.
- Sukaesih, H. 1994. Pasar Swalayan dan Prospeknya. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*. ISSN: 1415 – 8603 Volume 2: 63-68.
- Suparmoko. 2009. *Pengantar Ekonomika Mikro*. Edisi 3 cetakaan kedua. BPFE, Yogyakarta.
- Swasta,B. dan Ibnu,S. 2001. *Pengantar Bisnis Modern. Edisi 3. (Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern)*. Liberty. Yogyakarta.

- Tjiptono, Fandy. 2007. Pemasaran Jasa Edisi Pertama: Cetakan Ketiga. Penerbit Bayumedia Publisng. Malang.
- Traill, W. Bruce. 2006. 'The Rapid Rise of Supermarkets?' *Development Policy Review*.
- Wyati Saddewisasi, dkk. 2011. Dampak Usaha Ritel Modern terhadap Usaha Ritel Tradisional (studi kasus di Kecamatan Gunungpati, Mijen, Tembalang, dan banyumanik Kota Semarang). *Riptek* Vol.5 No.I Tahun 2011, Hal.: 31 – 43.