

KAJIAN KARAKTERISTIK SEBARAN PASAR MODERN DI KOTA SURAKARTA DITINJAU DARI PERSPEKTIF KOTA BUDAYA

Muhammad Zaenuddin, Istijabatul Aliyah, Chrisna Trie Hadi Permana
Perencanaan Wilayah dan Kota, Universitas Sebelas Maret

Abstrak

Area perkotaan terutama di kawasan strategisnya telah mengalami perkembangan secara fungsional yang cukup signifikan. Salah satu sarana yang menempati pada area perkotaan di kawasan strategis adalah terkait dengan perdagangan dan jasa, terutama pasar modern. Munculnya pasar modern di Kota Surakarta dimulai pada tahun 2004 dengan dibangunnya Solo Grand Mall. Keberadaannya mengalami peningkatan yang signifikan setiap tahunnya. Namun, peningkatan tren pasar modern sebagai dampak dari pertumbuhan urbanisasi dikhawatirkan mempengaruhi tata nilai budaya suatu kota. Terlebih lagi, Kota Surakarta merupakan kota yang diarahkan untuk dikembangkan dengan konsep Eco-Cultural City. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana karakteristik sebaran pasar modern sebagai sarana perdagangan dan jasa di Kota Surakarta yang ditinjau dari perspektif kota budaya dengan metodologi deduktif dan jenis penelitian kualitatif. Hasil menunjukkan bahwa pasar modern di Kota Surakarta tersebar secara merata ke seluruh kecamatan dan memiliki kecenderungan berada dekat dengan bangunan/kawasan cagar budaya, terutama pasar modern dengan skala yang lebih luas. Hal ini berimplikasi pada preferensi masyarakat dan eksistensi nilai-nilai kultural Jawa

Kata Kunci: *Kajian, Karakteristik, Budaya, Pasar Modern, Perspektif*

1. PENDAHULUAN

Dewasa ini, area perkotaan terutama di kawasan strategisnya telah mengalami perkembangan secara fungsional yang cukup signifikan. Salah satu sarana yang menempati pada area perkotaan adalah terkait dengan perdagangan dan jasa, terutama pasar modern. Keberadaan pasar modern sebagai bagian dari kegiatan ekonomi perkotaan seringkali dikaitkan dengan perkembangan dan pertumbuhan kota. Hal tersebut salah satunya disebabkan oleh adanya fenomena urbanisasi di perkotaan. Urbanisasi dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan terjadinya perpindahan penduduk desa ke kota-kota besar. Perpindahan tersebut sebagai suatu respons terhadap tuntutan pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari yang semakin tinggi. Hal tersebut menjadi peluang bagi pendirian sarana perdagangan, salah satunya adalah pasar modern. Pasar modern telah mengalami perubahan besar sejak pertengahan 1990-an di negara-negara berkembang (Humphrey, 2007; Reardon et al., 2012). Perusahaan-perusahaan besar dunia telah melakukan ekspansi dan melakukan memodernisasi usaha dan bisnisnya di negara-negara berkembang dengan memperbanyak pendirian cabang pasar modern dengan prinsip menyajikan pengaturan berbelanja yang mudah dan menguntungkan pelanggan dengan meningkatkan pengalaman berbelanja mereka secara modern (Miller et al., 2008; Kaliappan et al., 2009).

Perkembangan pasar modern dalam kurun 6 (enam) tahun secara berturut-turut mulai dari tahun 1998 hingga 2003 dengan jenis hypermarket mengalami peningkatan pertumbuhan sebesar 27% per tahun dari yang semula berjumlah 8 (delapan) menjadi 49 (empat puluh sembilan) gerai di seluruh Indonesia (Khusnul Khotimah, Dadang Hartanto, 2018). Sebenarnya, perkembangan pasar modern di perkotaan besar telah sudah dimulai sejak tahun 1960, dimulai dengan adanya suatu lokasi yang disebut pusat kota yang terdiri dari toko-toko modern skala kecil hingga pusat-pusat skala lokal dan regional yang dilengkapi dengan fasilitas perkantoran. Secara eksisting, pasar modern mengalami pertumbuhan dalam penjualan sebesar sebelas hingga tiga puluh persen dengan mean-year sebesar lima belas persen jauh diatas penjualan pasar tradisional (Rusham, 2016). Pasar modern yang tumbuh di perkotaan, terutama di kawasan inti yaitu pusatnya, merupakan cerminan dari kondisi sosial dan ekonomi masyarakat dalam merespons perkembangan zaman dan modernitas kehidupan. Keberadaan pasar modern memiliki kecenderungan yang strategis di suatu kawasan, baik di koridor jalan utama kota maupun di simpul-simpul kota yang strategis, yang lebih mudah dijangkau (Rudiyanto, 2009)

Di Kota Surakarta kemunculan pasar modern dimulai pada tahun 2004 dengan dibangunnya Solo Grand Mall (Hall et al., 2019). Seiring berjalannya waktu, kian bertambah dan meningkat secara pesat yang diikuti pasar modern lain. Lokasi pendiriannya berada pada kawasan yang memiliki tingkat aksesibilitas dan mobilitas yang tinggi (Nugraha, 2013). Pemerintah Kota Surakarta menanggapi fenomena tersebut dengan menerbitkan kebijakan yang mengatur tentang pasar. Kebijakan tersebut diantara berupa peraturan daerah tentang pengelolaan dan perlindungan pasar tradisional. Pada tahun 2011, dikeluarkan peraturan tentang penataan pengembangan pusat perbelanjaan dan toko modern, diikuti dengan peraturan terkait pembatasan jarak toko modern sesuai dengan peraturan zonasi dalam penataan ruang, dan pada tahun 2014 diterbitkan kebijakan tentang pembatasan pendirian toko minimarket (Eka Indriya Setyawan, Bhimo Rizky Samudro, 2015).

Namun, peningkatan tren pasar modern sebagai dampak dari pertumbuhan urbanisasi dikhawatirkan mempengaruhi tata nilai budaya suatu kota (Sadino & Syahbana, 2014). Terlebih lagi, Kota Surakarta merupakan kota yang direncanakan untuk dikembangkan dengan konsep Eco-Cultural City. Eco-Cultural City ini merupakan penggabungan nilai-nilai budaya yang berwawasan ekologi atau lingkungan dengan tujuan untuk meningkatkan taraf kesejahteraan

secara berkelanjutan kepada masyarakat. Hal tersebut didasarkan pada nilai-nilai budaya dan kesejarahan yang telah mengakar kuat di Kota Surakarta. Perbedaan kontras terhadap sistem nilai budaya yang bersifat tradisional dengan nilai-nilai modernitas menimbulkan suatu masalah dan keresahan akan eksistensi nilai-nilai budaya lokal (Astuti et al., 2020). Masalah tersebut didasarkan pula pada sebaran pasar modern yang semakin menjamur sebagai hasil dari nilai-nilai modernitas, sehingga perlu untuk diketahui bagaimana karakteristik persebarannya terhadap sebaran cagar budaya dan implikasinya terhadap Kota Surakarta sebagai kota yang dikembangkan dengan basis kultural jawa. Berdasarkan tinjauan tersebut maka rumusan masalah atau pertanyaan dalam penelitian ini adalah bagaimana karakteristik sebaran pasar modern di Kota Surakarta ditinjau dari perspektif kota budaya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana karakteristik sebaran pasar modern sebagai sarana perdagangan dan jasa di Kota Surakarta yang ditinjau dari perspektif kota budaya dengan metodologi deduktif dan jenis penelitian kualitatif. Penelitian ini dilakukan dengan mengidentifikasi keberadaan pasar modern, mengidentifikasi sebaran cagar budaya dan konsep kota budaya di Kota Surakarta, dan mengelaborasi karakteristik keberadaan pasar modern ditinjau dari perspektif kota budaya di Kota Surakarta. Selain itu, penelitian ini menggunakan peranti lunak ArcGIS untuk memetakan persebaran pasar modern dan cagar budaya dengan data berupa shapefile. Hasil menunjukkan bahwa sebaran pasar modern di Kota Surakarta memiliki karakteristik lokasi yang berada pada seluruh kelas jaringan jalan dengan kecenderungan berada dekat dengan bangunan/kawasan cagar budaya dan berimplikasi pada eksistensi nilai-nilai kultural jawa.

2. METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian ini membahas mengenai pendekatan penelitian, ruang lingkup penelitian, teknik pengumpulan data dan analisis yang digunakan untuk mengkaji karakteristik sebaran pasar modern di Kota Surakarta ditinjau dari perspektif kota budaya. Secara rinci hal tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

2.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian dengan judul "*Kajian Karakteristik Sebaran Pasar Modern di Kota Surakarta Ditinjau dari Perspektif Kota Budaya*" memiliki *research approach* yang bersifat deduktif. Justifikasi pendekatan tersebut yaitu penelitian ini diawali dengan memahami fenomena eksisting kemudian dilakukan tinjauan literatur yang berhubungan dengan fenomena tersebut. Fenomena yang ada yaitu perkembangan pasar modern yang pesat di kota yang berkonsep budaya dan dikhawatirkan mengancam eksistensi nilai-nilai budaya serta pengembangan konsep *Eco-Cultural City*. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai suatu penelitian yang digunakan untuk meneliti suatu kondisi alamiah. Penelitian ini tidak terfokus pada angka dan nilai dalam melakukan pengukuran variabelnya (Sugiyono, 2005).

2.2 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian meliputi ruang lingkup wilayah, ruang lingkup waktu, dan ruang lingkup substansi. Ruang lingkup wilayah yang menjadi lokasi penelitian adalah Kota Surakarta. Hal tersebut didasarkan pada fenomena perkembangan pasar modern yang pesat di kota yang berkonsep budaya. Adapun ruang lingkup waktu penelitian ini yaitu tahun 2021 dengan menggunakan data sebaran pasar modern dan sebaran cagar budaya pada tahun tersebut pula. Terkait dengan ruang lingkup substansi terkait dengan pasar modern dan konsep kota budaya

2.3 Teknik Pengumpulan Data

Data yang diperoleh peneliti didapatkan melalui 2 (dua) teknik yaitu teknik pengumpulan data primer dan teknik pengumpulan data sekunder. Teknik pengumpulan data primer ditempuh melalui survei primer (Hasan dalam Nurmalasari, 2007). Survei primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi (Umar, 2002). Observasi dilakukan untuk mengetahui sebaran pasar modern dan cagar budaya di Kota Surakarta. Peneliti melakukan observasi secara langsung ke lapangan dan melalui *Google Street View*. Data yang dihimpun tersebut tidak menggunakan data sampel melainkan menggunakan data populasi. Adapun terkait dengan pengumpulan data sekunder dilakukan dengan memohon data ke dinas yang terkait untuk menunjang penelitian.

2.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskripsi. Analisis deskripsi adalah metode dalam analisis yang bertujuan untuk memberikan pemahaman secara tekstual terhadap suatu kejadian yang diperoleh oleh peneliti (Nazir, 2005). Analisis deskripsi sesuai digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui karakteristik sebaran pasar modern di Kota Surakarta ditinjau dari perspektif kota budaya. Selain daripada itu digunakan pula untuk menginterpretasikan hasil pendataan dan pemetaan sebaran pasar modern dan sebaran cagar budaya yang berada di Kota Surakarta.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Sebaran Pasar Modern di Kota Surakarta

Berdasarkan penggalan data mengenai sebaran pasar modern di Kota Surakarta, diperoleh sejumlah 287 buah yang tersebar ke berbagai kecamatan meliputi Kecamatan Jebres, Kecamatan Pasar Kliwon, Kecamatan Serengan, Kecamatan Laweyan, dan Kecamatan Banjarsari yang terbagi menjadi 4 (empat) jenis yaitu *Minimarket*, *Supermarket*, *Department Store*, *Hypermarket*, dan *Perkulakan/Groceries*. Pasar modern menurut jenis yang telah diutarakan sebelumnya dapat dijabarkan melalui tabel berikut ini:

Tabel 1. Sebaran Pasar Modern di Kota Surakarta

No	Jenis Pasar Modern	Jumlah	Persentase (%)
1	<i>Minimarket</i>	270	94.08
2	<i>Supermarket</i>	10	3.48
3	<i>Department Store</i>	1	0.35
4	<i>Hypermarket</i>	4	1.39
5	<i>Groceries/Perkulakan</i>	2	0.70

Sumber: Dinas Perdagangan Kota Surakarta (2021), BAPPPEDA Kota Surakarta (2021), Survei Primer (2021)

Untuk mengetahui karakteristik dari sebaran pasar modern, maka dikategorikan berdasarkan batas Sub Pelayanan Kota (SPK) dan batas administrasi kecamatan yang dapat dijabarkan melalui tabel berikut ini.

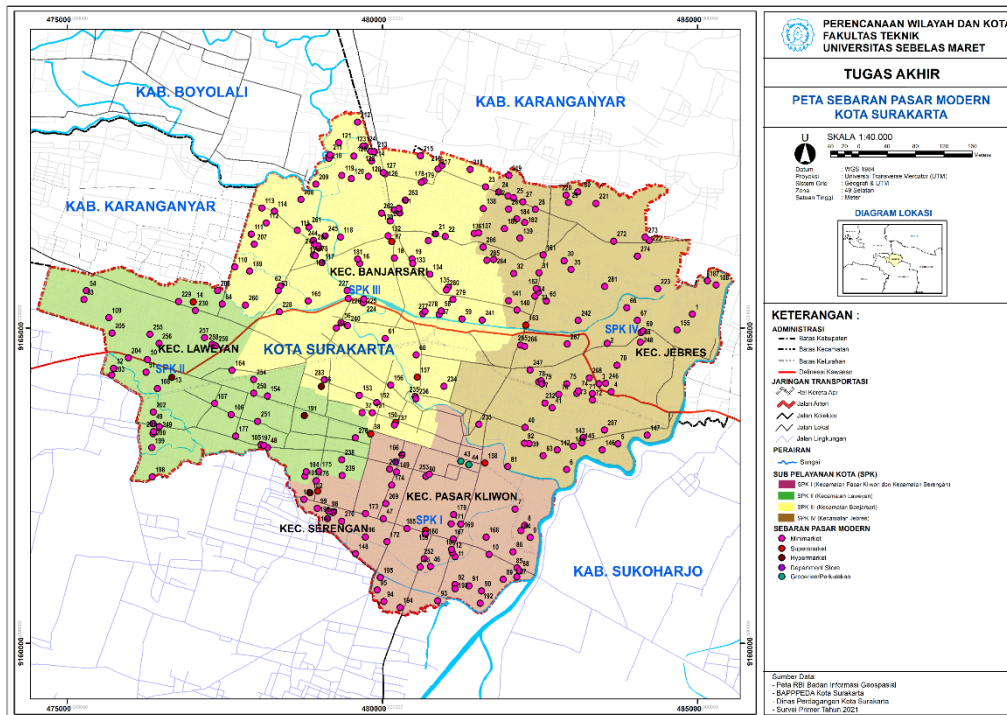
Tabel 2. Jumlah Pasar Modern per Kecamatan di Kota Surakarta

No	Kecamatan	Jumlah Pasar Modern
1	Pasar Kliwon	32
2	Serengan	28
3	Laweyan	46

4	Banjarsari	99
5	Jebres	82

Sumber: Dinas Perdagangan Kota Surakarta (2021), BAPPEDA Kota Surakarta (2021), Survei Primer (2021)

Sebaran pasar modern di Kota Surakarta secara lebih jelas dapat digambarkan melalui peta berikut ini:



Gambar 1. Sebaran Pasar Modern di Kota Surakarta

Sumber: Dinas Perdagangan Kota Surakarta (2021), BAPPEDA Kota Surakarta (2021), Survei Primer (2021)

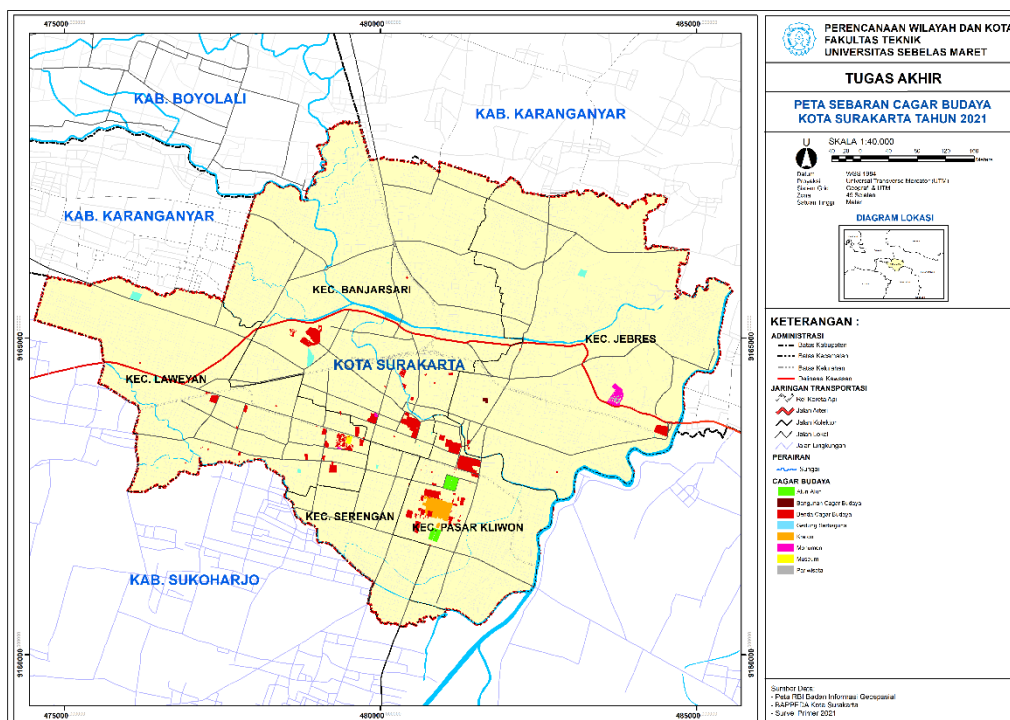
3.2. Kota Surakarta sebagai Kota Budaya Berkonsep Eco-Cultural City

Pembangunan Kota Surakarta diarahkan untuk mengkolaborasikan dan mengintegrasikan nilai-nilai budaya dan lingkungan yang kemudian menjadi suatu *city branding* bagi Kota Surakarta dengan konsep *Eco-Cultural City*. Konsep *Eco-Cultural City* ini menjadi pedoman untuk mewujudkan suatu kota yang memiliki akar budaya yang kokoh dengan pengembangan ekonomi yang semakin maju, kondisi ekologi yang berkualitas dan dilengkapi dengan sarana prasarana penunjang yang lengkap. Hal ini didasarkan beberapa faktor diantaranya yaitu secara geografis Kota Surakarta menjadi magnet sekaligus penghubung daerah disekitarnya. Selain itu, Kota Surakarta telah menjadi *center of culture* terutama budaya jawa yang diakui secara internasional oleh UNESCO sebagai kota produksi batik dan pusat kegiatan nasional (Astuti et al., 2020; Putri, 2015; Kurniawati, 2015)

Konsep *Eco-Cultural City* diarahkan pada 4 (empat) poin utama yaitu terkait dengan konservasi dan pelestarian warisan budaya, pengembangan ekonomi lokal, pembangunan sarana dan prasarana, dan ekologi perkotaan. Apabila dijabarkan secara rinci keempat poin tersebut melingkupi komponen ajang kebudayaan, pelestarian cagar budaya, branding kota, perdagangan jasa dan pariwisata, produksi dan industri, sarana prasarana dan transportasi, perumahan dan pemenuhan layanan dasar, serta teknologi dan inkubator bisnis baru (UN Habitat, 2011; Putri, 2015)

Berbagai pencapaian yang telah dilakukan oleh Pemerintah Kota Surakarta untuk mewujudkan ekologi perkotaan diantaranya adalah perbaikan Taman Balekambang sebagai ruang terbuka publik yang dilengkapi dengan arena pertunjukan, flora, dan fauna. Selain itu juga telah dilaksanakan program revitalisasi permukiman kumuh dan pedagang kaki lima pada kawasan Kali Anyar dilengkapi dengan pembangunan taman disepanjang Sungai Bengawan, revitalisasi Kawasan Monumen Banjarsari dan relokasi pedagang kaki lima disekitarnya, serta pembangunan taman sekitar Stadion Manahan dilengkapi dengan fasilitas publik (UN Habitat, 2011).

Terhadap upaya untuk melestarikan budaya, Pemerintah Kota Surakarta telah meluncurkan Program *One Village One Product* (OVOP) dengan memberikan dukungan kepada industri kecil menengah mulai dari keris, gamelan, batik dan barang lainnya yang potensial untuk dipasarkan. Program lainnya yang berkaitan dengan upaya pelestarian budaya adalah renovasi Keraton Mangkunegaran, perbaikan koridor Taman Sriwedari, Pembangunan jalur pedestrian pada Batik JWalk. Selain itu juga melakukan perbaikan berbagai bangunan maupun non bangunan cagar budaya di Kota Surakarta. Secara rinci, berdasarkan penggalian data yang telah diperoleh terdapat 169 (seratus enam puluh sembilan) buah yang terdiri dari alun-alun, bangunan cagar budaya, benda cagar budaya, museum, pariwisata, gedung serbaguna, keraton, dan monumen. Berikut merupakan peta sebaran dari cagar budaya di Kota Surakarta pada tahun 2021:



Gambar 2. Sebaran Cagar Budaya di Kota Surakarta
Sumber: BAPPEDA Kota Surakarta, 2021

Dengan adanya berbagai program tersebut diharapkan mampu meningkatkan minat pariwisata ke berbagai cagar budaya di Kota Surakarta dan terwujudnya jaringan cagar budaya yang mampu menjadi identitas penguat budaya dengan kearifan lokal.

Berkaitan dengan poin pengembangan ekonomi lokal, Pemerintah Kota Surakarta melakukan berbagai upaya diantaranya adalah pembatasan pendirian pasar modern untuk menjamin eksistensi dan mengurangi kesenjangan dengan pasar tradisional, melakukan

renovasi dan pembangunan 44 (empat puluh empat) pasar tradisional, pembangunan ekonomi koridor Gatsu (Gatot Subroto), relokasi pedagang kaki lima dengan menetapkan aturan ijin, dan pembangunan Solo Techno Park. Adapun terkait dengan pembangunan sarana dan prasarana diantaranya adalah pembangunan jalur jalan regional, jalan toll, sambungan kereta api, penambahan rute bis, dan pembangunan jalan lingkungan di sisi utara Kota Surakarta. Terakhir, berkaitan dengan kebijakan penanggulangan kemiskinan, Pemerintah Kota Surakarta memberikan kompensasi pembelian lahan bagi masyarakat yang terdampak area relokasi, pemberian subsidi pendidikan, dan penyediaan Rumah Susun Sederhana Sewa (Rusunawa).

3.3. Karakteristik Sebaran Pasar Modern di Kota Surakarta Ditinjau dari Perspektif Kota Budaya

Pasar modern di Kota Surakarta memiliki kecenderungan tersebar dengan karakteristik mengikuti jaringan jalan. Pada sub bahasan sebaran pasar modern dapat diketahui bahwa pasar modern dengan jenis *minimarket* mendominasi dari total keseluruhan pasar modern yang ada di Kota Surakarta. Adapun yang paling sedikit yaitu pasar modern dengan jenis *Department Store*. Apabila ditinjau dari lokasi yang paling banyak terdapat pasar modern yaitu Sub Pelayanan Kota II atau Kecamatan Banjarsari. Di kecamatan ini pula terdapat arahan pengembangan kawasan pertumbuhan ekonomi Komplang-Joglo-Tirtonadi dalam Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kota Surakarta Tahun 2021-2041. Selain daripada itu, kecamatan ini memiliki persentase jumlah penduduk yang paling besar di Kota Surakarta apabila dibandingkan dengan kecamatan lain. Pasar modern dengan jumlah paling banyak di urutan kedua yaitu Sub Pelayanan Kota IV atau Kecamatan Jebres, kecamatan ini juga memiliki jumlah penduduk dan arahan pengembangan kawasan perdagangan dan jasa terbesar kedua dalam Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kota Surakarta Tahun 2021-2041 setelah Kecamatan Banjarsari (BAPPPEDA, 2021).

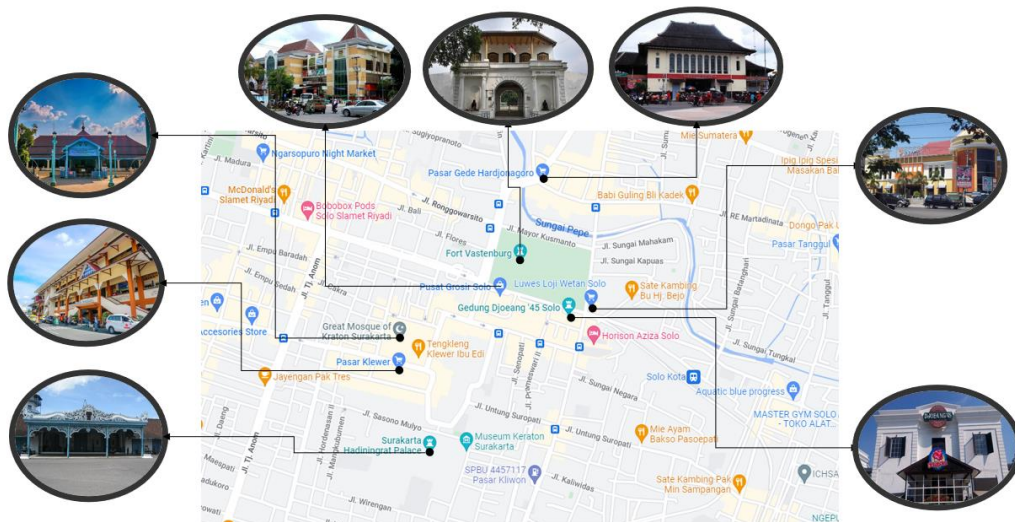
Keberadaan pasar modern di Kota Surakarta yang telah berkembang dari tahun 2004 dan mengalami kenaikan yang cukup signifikan dalam kurun beberapa waktu ke belakang, sebenarnya telah mengancam eksistensi bagi ekonomi lokal dan dikhawatirkan adanya kesenjangan dengan pasar tradisional yang ada. Selain daripada itu, pengembangan Kota Surakarta sebagai *Eco-Cultural City* yang berpihak pada nilai-nilai konservatif dan pelestarian kebudayaan bertentangan dengan prinsip dan norma dari keberadaan pasar modern (UN Habitat, 2011). Nilai dan norma tidak terdapat lagi dalam pasar modern, hal tersebut dikarenakan pasar modern tumbuh karena adanya *free economic growth*, yang kemudian ditekankan dengan konsep “pembeli adalah raja” (Malano dalam Aliyah, 2017). Program yang dicanangkan oleh Pemerintah Kota Surakarta tidak ada satu pun yang mengembangkan mengenai pasar modern. Bahkan pemerintah Kota Surakarta pada tahun 2011 dan 2014 mengeluarkan regulasi mengenai pengelolaan dan perlindungan pasar tradisional serta pembatasan usaha pendirian toko modern. Hal ini dapat menunjukkan bahwa keberpihakan pemerintah daerah terhadap ekonomi lokal meliputi pasar tradisional dan industri kecil menengah (Setyawan dan Samudro, 2015).

Keberpihakan terhadap ekonomi lokal oleh Pemerintah Kota Surakarta tidak semata-mata untuk peningkatan kesejahteraan dan taraf hidup masyarakat, namun sebagai penguatan jati diri atau identitas Kota Surakarta. Hal tersebut dapat dinyatakan demikian bahwa pengembangan industri lokal diantaranya meliputi pengembangan dan pemberdayaan masyarakat terkait produksi keris, batik, gamelan, dan lain sebagainya (UN Habitat, 2011). Benda-benda tersebut menjadi suatu hasil manifestasi budaya sebagai buah pikir dan naluri karsa dan cipta masyarakat akan sesuatu hal yang bersifat turun-temurun sebagai penguatan jati diri atau identitas Kota Surakarta (Kertajaya, 2005; Soemardjan, 2009). Keberadaan pasar

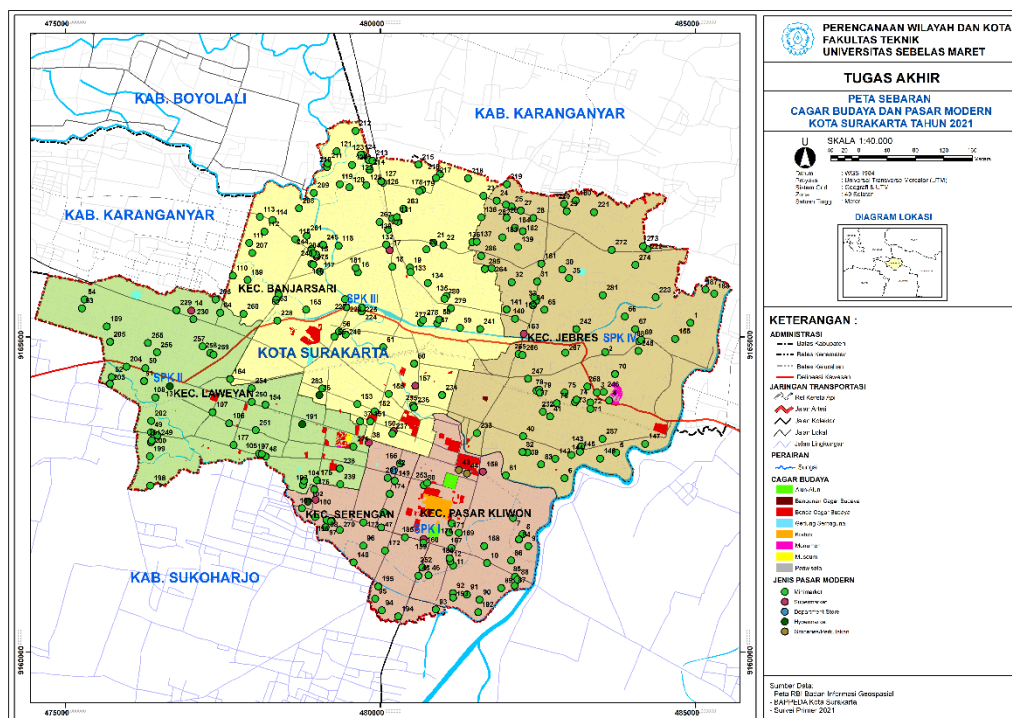
modern dengan prinsip modernitasnya mengakibatkan identitas semakin terdegradasi dan bias. Hal tersebut dikarenakan bahwa pasar modern ini sebagai bentuk kemajuan dan globalisasi dibidang perdagangan dan jasa yang mengubah cara pandang manusia terhadap sistem jual-beli di masyarakat. Perkembangan kota yang semakin maju harus dapat menitikberatkan masyarakat sebagai subjek kota untuk melestarikan sosial-budaya di perkotaan. Hal tersebut tidak hanya sebagai suatu bentuk formalitas dan simbol budaya yang harus ada (Chen, 2011)

Apabila meninjau ulang sebagaimana yang telah di ulas pada bahasan sebaran pasar modern, pasar modern didominasi berada di Kecamatan Banjarsari dan Kecamatan Jebres dan apabila kedua kecamatan tersebut ditinjau persebaran cagar budayanya maka kedua kecamatan tersebut memiliki jumlah yang paling sedikit. Adapun terkait dengan sebaran cagar budaya didominasi pada pusat kota yaitu Kecamatan Pasar Kliwon, Kecamatan Serengan, dan Kecamatan Laweyan. Namun, keberadaan pasar modern tersebut juga memiliki kecenderungan berada dekat dengan cagar budaya baik itu bangunan cagar budaya maupun non cagar budaya. Sebagai contoh adalah Pusat Grosir Solo sebagai suatu pasar modern dengan jenis Perkulakan/Groceries dengan bangunan Keraton dan Benteng Vastenburg. Selain itu juga, ekonomi tradisional yaitu Pasar Klewer. Kecenderungan tersebut membuyarkan preferensi masyarakat untuk berkunjung ke pasar modern atau ke pasar tradisional/cagar budaya. Masyarakat yang berusia pada kisaran 30 (tiga puluh) tahun ke bawah cenderung enggan ke pasar tradisonal atau objek budaya dan memilih pasar modern (Widyarini, 2009).

Karakteristik lain yang ditemukenali dari sebaran pasar modern di Kota Surakarta adalah pasar modern yang memiliki skala yang lebih luas cenderung berada dekat dengan cagar budaya. Sebagai contoh hal tersebut diantaranya adalah Solo Grand Mall dan Solo Paragon yang memiliki skala pelayanan pada lingkup kota berada dekat dengan Museum Keris dan Museum Radyapustaka, Pusat Grosir Solo dan Beteng Trade Center dekat dengan Keraton, dan Luwes Kestalan dekat dengan Monumen 45 Banjarsari. Berikut merupakan gambar yang menggambarkan kedekatan beberapa objek cagar budaya, pasar tradisional, dan pasar modern di Kota Surakarta:



Gambar 3. Kedekatan Cagar Budaya, Pasar Tradisional, dan Pasar Modern
Sumber: Google Maps, 2022



Gambar 4. Sebaran Pasar Modern dan Cagar Budaya di Kota Surakarta
 Sumber: BAPPPEDA Kota Surakarta, 2021

Dari gambar peta mengenai sebaran cagar budaya dan pasar modern diatas dapat diutarakan bahwa pasar modern memiliki karakteristik berada di sekitar cagar budaya terutama di Sub Pelayanan Kota I yaitu Kecamatan Serengan dan Kecamatan Pasar Kliwon serta Sub Pelayanan Kota II yaitu Kecamatan Laweyan.

4. KESIMPULAN

Pasar modern merupakan salah satu sarana perdagangan dan jasa sebagai tempat transaksi jual beli yang memiliki cara dan mekanisme pengelolaan secara modern serta terorganisir, dengan mengedepankan kualitas pelayanan yang baik kepada masyarakat sebagai konsumen dengan menyasar pada kalangan menengah ke atas. Perkembangan yang signifikan dari tahun ke tahun dengan menempati kawasan-kawasan strategis memicu suatu timbulnya masalah bagi kondisi sosial-budaya maupun ruang kota, salah satunya Kota Surakarta. Keberadaan pasar modern yang semakin pesat mempengaruhi sistem nilai budaya yang telah mengakar kuat di Kota Surakarta. Hal tersebut terlebih lagi pembangunan Kota Surakarta diarahkan untuk mengkolaborasikan dan mengintegrasikan nilai-nilai budaya dan lingkungan yang kemudian menjadi suatu *city branding* bagi Kota Surakarta dengan konsep *Eco-Cultural City*.

Pengembangan Kota Surakarta sebagai *Eco-Cultural City* yang berpihak pada nilai-nilai konservatif dan pelestarian kebudayaan bertentangan dengan prinsip dan norma dari keberadaan pasar modern. Program yang dicanangkan oleh Pemerintah Kota Surakarta tidak ada satu pun yang mengembangkan mengenai pasar modern. Keberpihakan terhadap ekonomi lokal oleh Pemerintah Kota Surakarta tidak semata-mata untuk peningkatan kesejahteraan dan taraf hidup masyarakat, namun sebagai penguatan jati diri atau identitas Kota Surakarta. Secara eksisting, keberadaan pasar modern di Kota Surakarta tersebar secara merata ke seluruh kecamatan dengan memiliki kecenderungan berada dekat dengan cagar budaya baik itu

bangunan/benda cagar budaya, terutama pasar modern dengan skala yang lebih luas. Kecenderungan tersebut membuyarkan preferensi masyarakat untuk berkunjung ke pasar modern atau ke objek pariwisata cagar budaya selain itu perbedaan kontras terhadap sistem nilai budaya yang bersifat tradisional dengan nilai-nilai modernitas menimbulkan suatu masalah dan keresahan akan eksistensi nilai-nilai budaya lokal yang semakin terdegradasi.

Referensi

- Aliyah, I. (2017). Pemahaman Konseptual Pasar Tradisional Di Perkotaan. *Cakra Wisata*, 18(2), 16.
- Astuti, W., Rahayu, P., Rahayu, M. J., Putri, R. A., Rini, E. F., Mukaromah, H., & Andini, I. (2020). *Konsep Eco-Cultural City: Perspektif Kota Surakarta*. Yayasan Kita Menulis. <https://books.google.co.id/books?id=mdYHEAAAQBAJ>
- Chen, F. (2011). Traditional architectural forms in market oriented Chinese cities: Place for localities or symbol of culture? *Habitat International*, 35, 410-418.
- Eka Indriya Setyawan, Bhimo Rizky Samudro, Y. P. P. (2015). Analisis Kebijakan Pemerintah Kota Surakarta. *Jiep*, 15(1), 77-93.
- Hall, D., Astuti, W., & Rini, E. F. (2019). Faktor-Faktor Pemilihan Lokasi Shopping Mall Di Kota Surakarta. *Desa-Kota*, 1(2), 121. <https://doi.org/10.20961/desa-kota.v1i2.12552.121-129>
- Humphrey, J. (2007). The supermarket revolution in developing countries: tidal wave or tough competitive struggle? *Journal of Economic Geography*, 7(4), 433-450. <http://www.jstor.org/stable/26161108>
- Kaliappan, S. R., Alavi, R., Abdullah, K., & Zakauallah, M. A. (2009). Spillover effects of foreign hypermarkets on domestic suppliers in Malaysia. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 37(3), 226-249. <https://doi.org/10.1108/09590550910941508>
- Khusnul Khotimah, Dadang Hartanto, N. A. (2018). Menguk Kesenjangan antara Pasar Modern dan Pasar Tradisional. *Competence Journal Of Management Studies*, 12, 239-257. <https://journal.trunojoyo.ac.id/kompetensi/article/view/4960/3368>
- Kurniawati, R. (2015). *Moving Towards Eco Cultural Tourism Village (A Case Study of Pondok Cabe Village)*. 3(3), 117-122.
- Miller, D., Nel, E., & Hampwaye, G. (2008). Malls in Zambia: Racialised retail expansion and South African foreign investors in Zambia. *African Sociological Review*, 12(1), 35-54.
- Nazir, M. (2005). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.
- Nugraha, A. S. (2013). *Analisis Pola Persebaran Pasar Tradisional dan Pasar Modern di Kota Surakarta dengan Aplikasi Sistem Informasi Geografis (SIG)*. <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/24511>
- Nurmalasari, D. (2007). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing dan preferensi masyarakat dalam berbelanja di pasar tradisional. *Institut Pertanian Bogor*.
- Reardon, T., Timmer, C. P., & Minten, B. (2012). Supermarket revolution in Asia and emerging development strategies to include small farmers. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 109(31), 12332-12337. <https://doi.org/10.1073/pnas.1003160108>
- Rudiyanto, R. (2009). *Pasar Modern di Kota Semarang*. Universitas Diponegoro.
- Rusham. (2016). Analisis Dampak Pertumbuhan Pasar Moderen. *Ilmiah Ekonomi Manajemen Dan Kewirausahaan "Optimal,"* 10(2), 153-166.
- Sadino, & Syahbana, J. A. (2014). Pasar Tradisional Versus Pasar Modern di Daerah Perkotaan (Studi Kasus: Kecamatan Gondokusuman Kota Yogyakarta). *Jurnal Pembangunan Wilayah & Kota*, 10(2), 205. <https://doi.org/10.14710/pwk.v10i2.7651>
- Umar, H. (2002). *Metode Penelitian Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- UN Habitat. (2011). *City Vision Profile Solo, Jawa Tengah*.
- Widyarini, M. (2009). Perubahan Pola Belanja Masyarakat: Sebuah Kajian Di Lingkungan Masyarakat Perkotaan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(1), 95-104. <https://doi.org/10.26593/jab.v5i1.2105>.