



PEMERINTAH KABUPATEN KOTAWARINGIN BARAT
BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH PENELITIAN
DAN PENGEMBANGAN

Jalan H.M. Rafi'i Nomor 3 Pangkalan Bun Kalimantan Tengah 74112 Telepon/Faximile (0532) 21052
www.bappeda.kotawaringinbaratkab.go.id bappedalitbangkabkobar@gmail.com

NOTA DINAS

Yth : Pj. Bupati Kotawaringin Barat
Dari : Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Penelitian dan Pengembangan
Tembusan : -
Tanggal : 27 Desember 2024
Nomor : -
Sifat : Biasa
Lampiran : 1 (satu) dokumen
Perihal : Rekomendasi Kebijakan

Dengan hormat,

Bersama ini kami sampaikan dokumen *Rekomendasi Kebijakan Inovasi Pasar di Kabupaten Kotawaringin Barat* yang disusun oleh Tim Litbang Bappedalitbang berdasarkan hasil kajian pasar tahun 2024. Dokumen ini memuat arah kebijakan dan strategi inovasi untuk memperkuat peran pasar tradisional di tengah pesatnya perkembangan e-commerce dan perubahan pola belanja masyarakat.

Rekomendasi yang tertuang dalam dokumen mencakup upaya digitalisasi pasar, peningkatan kapasitas pedagang, perbaikan tata kelola dan infrastruktur, penguatan kemitraan, serta penyelenggaraan kegiatan promosi yang terintegrasi. Langkah-langkah ini diharapkan dapat menjaga daya saing pasar konvensional sekaligus mendorong transformasinya menjadi lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan konsumen modern.

Dokumen ini diharapkan dapat menjadi rujukan dalam penyusunan kebijakan daerah dan integrasi program pembangunan sektor perdagangan rakyat, serta menjadi dasar bagi kolaborasi lintas sektor untuk mewujudkan pasar tradisional yang modern, efisien, dan berkelanjutan.

Demikian Nota Dinas ini kami sampaikan untuk mendapat arahan lebih lanjut. Atas perhatian dan dukungan Bapak, kami ucapkan terima kasih.

Kepala Bappedalitbang
Kabupaten Kotawaringin Barat,

Prof. Dr. Ir, JUNI GULTOM, S.T., MTP.
Pembina Utama Muda (IV/c)
NIP. 19680608 199503 1 003





PEMERINTAH KABUPATEN KOTAWARINGIN BARAT
BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH PENELITIAN
DAN PENGEMBANGAN

Jalan H.M. Rafi'i Nomor 3 Pangkalan Bun Kalimantan Tengah 74112 Telepon/Faximile (0532) 21052
www.bappeda.kotawaringinbaratkab.go.id bappedalitbangkabkobar@gmail.com

NOTA DINAS

Yth : Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Penelitian dan Pengembangan
Dari : Perencana Ahli Madya Bappedalitbang
Tembusan : -
Tanggal : 20 Desember 2024
Nomor : -
Sifat : Biasa
Lampiran : 1 (satu) dokumen
Perihal : Rekomendasi Kebijakan

Dengan hormat,

Bersama ini kami sampaikan dokumen *Rekomendasi Kebijakan Inovasi Pasar di Kabupaten Kotawaringin Barat* yang telah disusun berdasarkan hasil kajian pasar dan perkembangan sektor perdagangan di daerah. Dokumen ini memuat arah kebijakan dan langkah inovatif untuk meningkatkan daya saing pasar tradisional di tengah perkembangan e-commerce dan perubahan perilaku konsumen.

Rekomendasi yang disampaikan mencakup penguatan kapasitas pelaku pasar, pemanfaatan teknologi digital, perbaikan tata kelola, serta pengembangan model kemitraan dan event promosi. Seluruh usulan dirancang untuk mendorong transformasi pasar konvensional menjadi lebih modern, adaptif, dan terintegrasi dengan kebutuhan konsumen saat ini.

Diharapkan dokumen ini dapat menjadi acuan dalam penyusunan kebijakan daerah dan pengambilan keputusan strategis di bidang perdagangan rakyat, termasuk integrasinya dalam perencanaan pembangunan daerah.

Demikian Nota Dinas ini kami sampaikan untuk mendapat arahan lebih lanjut. Atas perhatian dan dukungan Bapak, diucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Dian Novita, S.Hut., M.Sc
Perencana Ahli Madya
NIP. 19771108 200312 2 006

Rekomendasi Kebijakan Inovasi Pasar di Kabupaten Kotawaringin Barat

Dian Novita¹

Abstrak

Pasar tradisional di Kabupaten Kotawaringin Barat memiliki peran vital sebagai pusat distribusi barang pokok, interaksi sosial, dan penggerak ekonomi lokal. Namun, perkembangan teknologi informasi dan pesatnya pertumbuhan e-commerce yang mencapai 38% per tahun sejak 2020 telah mengubah perilaku konsumen, terutama generasi muda yang lebih memilih belanja daring karena kepraktisan dan variasi produk. Hasil kajian 2024 menunjukkan hanya 32,1% konsumen rutin berbelanja di pasar tradisional, mayoritas berusia di atas 40 tahun. Kondisi ini diperburuk oleh rendahnya literasi digital pedagang, keterbatasan infrastruktur pasar, jam operasional yang pendek, kurangnya integrasi data, serta ketiadaan regulasi spesifik untuk transformasi digital pasar.

Analisis permasalahan mengungkap enam isu utama: pergeseran pola belanja ke arah daring; minimnya pemanfaatan teknologi oleh pedagang (hanya 14% menggunakan media digital); kondisi fisik pasar yang belum memadai; kalahnya daya saing terhadap pasar modern dan e-commerce dalam promosi, variasi produk, dan jam layanan; lemahnya pengelolaan data pasar secara real-time; serta regulasi yang belum mendukung integrasi digital. Kebijakan yang telah ada, seperti retribusi pasar, pembinaan UMKM, revitalisasi infrastruktur, dan pasar murah, dinilai masih parsial dan belum terintegrasi dengan strategi digitalisasi.

Berdasarkan kondisi tersebut, rekomendasi inovasi yang diajukan meliputi digitalisasi pasar melalui aplikasi atau website resmi, pelatihan literasi digital bagi pedagang, pengembangan sistem informasi harga dan stok secara real-time, model pasar hibrida dengan layanan pesan-antar, revitalisasi tata kelola pasar berbasis data, kemitraan dengan platform e-commerce, serta penyelenggaraan event tematik rutin. Langkah-langkah ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing pasar tradisional, memperluas jangkauan konsumen, serta memastikan keberlanjutan perannya sebagai tulang punggung ekonomi daerah di era digital.

A. Latar Belakang

Pasar tradisional di Kabupaten Kotawaringin Barat selama ini berperan penting sebagai pusat distribusi barang kebutuhan pokok, interaksi sosial, dan penggerak ekonomi lokal. Keberadaan pasar tidak hanya menyediakan akses terhadap produk segar dan harga terjangkau, tetapi juga menjadi bagian dari identitas budaya daerah. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, dinamika perdagangan mengalami perubahan signifikan akibat perkembangan teknologi informasi dan meningkatnya penggunaan platform e-commerce. Pergeseran perilaku konsumen, khususnya generasi muda yang lebih memilih belanja daring karena alasan kepraktisan, kenyamanan, dan variasi produk, mulai menggeser posisi pasar konvensional dari pusat utama transaksi.

Pertumbuhan pesat e-commerce di Kalimantan Tengah, yang mencapai 38% per tahun sejak 2020, memperkuat persaingan antara pasar konvensional dan pasar modern. Sementara itu, berbagai tantangan internal seperti keterbatasan literasi digital pedagang, kondisi fisik pasar yang belum memadai, jam operasional yang terbatas, serta kurangnya integrasi data pasar semakin memperlemah daya saing pasar tradisional. Hasil kajian tahun 2024 menunjukkan bahwa hanya 32,1% konsumen yang rutin berbelanja di pasar tradisional, dan mayoritas adalah

¹ Perencana Ahli Madya, Bappedalitbang

kelompok usia di atas 40 tahun. Kondisi ini mengindikasikan bahwa tanpa inovasi dan adaptasi, keberlanjutan pasar konvensional akan semakin terancam.

Di sisi lain, peluang pengembangan pasar konvensional tetap terbuka lebar melalui strategi inovasi yang menggabungkan kekuatan pasar tradisional dengan teknologi digital. Digitalisasi pasar, peningkatan kualitas layanan, penguatan regulasi, dan kolaborasi dengan pelaku e-commerce dapat menjadi kunci untuk mempertahankan relevansi pasar di era modern. Oleh karena itu, diperlukan rekomendasi kebijakan inovasi yang terarah, berbasis data, dan melibatkan berbagai pemangku kepentingan untuk memastikan pasar tradisional di Kotawaringin Barat mampu bersaing, bertransformasi, dan tetap menjadi tulang punggung ekonomi masyarakat.

B. Maksud dan Tujuan

1. Maksud:

Menyusun rekomendasi kebijakan inovasi berbasis data hasil kajian pasar di Kabupaten Kotawaringin Barat untuk memberikan rekomendasi strategis kepada pemerintah daerah, pelaku pasar, dan pemangku kepentingan dalam mengembangkan pasar konvensional yang adaptif terhadap perkembangan e-commerce dan kebutuhan konsumen modern.

2. Tujuan:

- Menyajikan analisis berbasis data yang dapat menjadi dasar pengambilan keputusan dalam perencanaan dan pengelolaan pasar.
- Merumuskan alternatif solusi dan inovasi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing pasar konvensional di era digital.
- Memberikan rekomendasi strategis bagi pemerintah daerah dalam mengintegrasikan pasar tradisional dengan platform digital dan layanan modern.

C. Deskripsi dan Analisis Masalah

Berdasarkan kajian pasar di Kabupaten Kotawaringin Barat tahun 2024, ditemukan masalah utama sebagai berikut:

1. Perubahan Pola Belanja Masyarakat

Kecenderungan berbelanja secara daring menyebabkan penurunan frekuensi kunjungan ke pasar fisik.

- **51,6% konsumen** memilih berbelanja di pasar modern atau online karena alasan kenyamanan, variasi produk, dan promosi.
- Hanya **32,1% responden** yang masih rutin berbelanja di pasar tradisional, didominasi kelompok usia di atas 40 tahun.
- Konsumen usia < 30 tahun lebih cenderung memesan barang melalui marketplace atau media sosial.

Pergeseran perilaku ini menunjukkan generasi muda mulai meninggalkan pasar fisik sebagai pilihan utama. Faktor penarik utama belanja online adalah fleksibilitas waktu,

promosi harga, dan kemudahan membandingkan produk. Pasar tradisional kalah dalam fleksibilitas dan akses informasi, sehingga mengalami penurunan pelanggan setia. Jika tren ini berlanjut tanpa intervensi, volume transaksi di pasar konvensional akan terus turun dan mengancam keberlangsungan pedagang kecil.

2. Keterbatasan Pemanfaatan Teknologi oleh Pedagang

Sebagian besar pedagang pasar belum familiar dengan platform digital dan metode pemasaran online.

- **14% pedagang** memanfaatkan media sosial atau marketplace.
- 86% pedagang tidak memiliki kemampuan transaksi digital dan manajemen toko online.
- 65% pedagang menyatakan tidak memiliki smartphone yang memadai untuk pengelolaan toko daring.

Rendahnya literasi digital pedagang menjadi hambatan utama adaptasi ke e-commerce. Padahal digitalisasi tidak hanya memerlukan perangkat, tetapi juga keterampilan membuat konten promosi, mengelola pesanan, dan menjaga reputasi toko di platform daring. Tanpa dukungan pelatihan dan fasilitas, pedagang pasar akan tertinggal dalam persaingan harga dan pemasaran, sehingga sulit menjangkau konsumen digital.

3. Kondisi Fisik dan Infrastruktur Pasar

Beberapa fasilitas pasar tradisional belum memenuhi standar kenyamanan dan kebersihan yang diharapkan konsumen modern.

- **35% pasar** dalam kondisi fisik kurang memadai (atap bocor, drainase buruk, fasilitas sanitasi tidak layak).
- Tingkat kepuasan konsumen terhadap kenyamanan/kebersihan hanya **skor 2,9 dari 5**.
- 40% pasar belum memiliki fasilitas parkir memadai, mengurangi daya tarik pengunjung.

Infrastruktur yang tidak nyaman membuat pengalaman belanja menjadi kurang menarik, terutama bagi konsumen yang membandingkan dengan pasar modern yang bersih, terang, dan tertata rapi.

Kondisi ini berpotensi mempercepat peralihan pembeli ke pasar modern, sekaligus menurunkan daya saing pasar konvensional di sektor pariwisata kuliner dan produk segar.

4. Persaingan dengan E-commerce dan Pasar Modern

Pasar tradisional kalah cepat dalam hal promosi, variasi produk, dan kemudahan transaksi. Pertumbuhan transaksi e-commerce di Kalimantan Tengah meningkat **38% per tahun** sejak 2020. Pasar modern beroperasi hingga pukul 22.00 WIB, sedangkan pasar tradisional rata-rata tutup sebelum pukul 17.00 WIB. Marketplace nasional

menawarkan pengiriman 1 hari (same day) untuk produk kebutuhan harian di wilayah perkotaan.

Perbedaan jam operasional dan kecepatan layanan menjadi kelemahan kompetitif pasar tradisional. Konsumen yang mengutamakan kepraktisan memilih opsi dengan waktu layanan lebih panjang dan pengiriman cepat.

Tanpa perubahan jam operasional atau layanan pesan-antar lokal, pasar konvensional akan semakin ditinggalkan konsumen yang membutuhkan fleksibilitas.

5. Kurangnya Integrasi Data dan Informasi Pasar

Data terkait jumlah pedagang, jenis komoditas, serta harga tidak terkelola secara real-time, menyulitkan perencanaan dan promosi. Belum ada sistem terpusat untuk data pedagang, jenis komoditas, harga, dan volume transaksi secara real-time. Pengelolaan data pasar masih berbasis manual dan tidak diperbarui secara berkala.

Ketidaktersediaan data yang mutakhir membuat pemerintah sulit melakukan intervensi harga, penataan zonasi, atau promosi berbasis fakta. Pedagang juga kesulitan memprediksi tren permintaan.

Tanpa data yang akurat, kebijakan akan bersifat reaktif, bukan preventif, dan promosi pasar menjadi tidak tepat sasaran.

6. Regulasi yang Belum Spesifik untuk Transformasi Digital Pasar

Kebijakan yang ada belum secara spesifik mengatur integrasi pasar tradisional dengan teknologi digital. Peraturan daerah masih fokus pada retribusi dan tata ruang, belum mengatur integrasi digital dan kolaborasi e-commerce. Belum ada insentif bagi pedagang yang mengadopsi platform digital.

Ketidajelasan regulasi membuat inisiatif digitalisasi pasar berjalan sporadis dan tidak terkoordinasi antar pihak.

Tanpa kebijakan yang jelas, digitalisasi pasar akan bergantung pada inisiatif individu atau proyek jangka pendek yang tidak berkelanjutan.

D. Kebijakan yang Telah Ada

Beberapa kebijakan yang berlaku dan peraturan tentang pasar adalah:

- Peraturan Daerah tentang Retribusi Pasar yang mengatur pungutan bagi pedagang dan pengelolaan pendapatan daerah.
- Program Pembinaan UMKM dan Pedagang Pasar melalui pelatihan kewirausahaan dan manajemen keuangan.
- Revitalisasi Infrastruktur Pasar di beberapa lokasi untuk meningkatkan kenyamanan pembeli dan pedagang.
- Kegiatan Pasar Murah yang dilakukan secara berkala untuk menjaga stabilitas harga dan menarik pengunjung.

Namun, kebijakan yang ada belum terintegrasi dengan *strategi digitalisasi pasar dan masih bersifat parsial*.

E. Rekomendasi Inovasi yang Dapat Dikembangkan

Untuk meningkatkan daya saing pasar dalam era transformasi ekonomi, disarankan hal-hal berikut:

1. *Digitalisasi Pasar Tradisional* melalui pembuatan aplikasi/website resmi yang memuat informasi pedagang, produk, harga, dan layanan pesan-antar.
2. *Pelatihan Literasi Digital untuk Pedagang* agar mampu memasarkan produk melalui media sosial, marketplace, dan platform lokal.
3. *Sistem Informasi Harga dan Stok Real-time* yang dapat diakses publik untuk meningkatkan transparansi dan daya tarik pasar.
4. *Pengembangan Pasar Hibrida (Offline-Online)* dengan model “klik dan ambil” atau “pesan-antar” untuk memadukan kenyamanan belanja online dengan kecepatan distribusi lokal.
5. *Revitalisasi Tata Kelola Pasar* berbasis data, termasuk penataan zonasi pedagang, standar kebersihan, dan fasilitas umum yang modern.
6. *Kemitraan dengan Platform E-commerce* untuk menampung produk pedagang pasar dalam etalase khusus “Pasar Kotawaringin Barat”.
7. *Event Tematik Rutin* seperti festival kuliner lokal, bazar UMKM, atau pasar malam digital untuk menarik kunjungan fisik dan promosi daring.