

Pasar Tradisional yang Kini Sepi

Rhiza S. Sadjad

Mahasiswa Program Studi S1 Sosiologi Universitas Terbuka

Sudah lewat tengah hari ketika saya jalan-jalan ke sebuah pasar tradisional di dekat rumah. Saya membayangkan suasana pasar jaman dahulu, berdesak-desakan, hiruk-pikuk, menunggu giliran dilayani oleh penjual, sambil ditunggu oleh anak-anak remaja yang menawarkan jasa membawakan belanjaan. Seseekali terdengar peringatan, “awas hati-hati, copet!”, sehingga ibu-ibu yang sedang berbelanja ingat untuk memegang erat-erat dompetnya. Preman-preman ber-tattoo, setengah berlari menembus kerumunan para pengunjung pasar, membawa karung-karung berat dari truk-truk pengangkut yang parkir di luar pasar, ke lapak-lapak para pedagang. Keramaian pasar seperti itu sekarang tidak ada lagi, tinggal kenangan masa lalu yang jika diceritakan ke anak-cucu, mereka hanya mendengarkan dengan setengah tidak percaya. “Sekarang kita bisa bermain sepak bola dalam pasar”, kata seorang pengamat dengan sinis, menggambarkan betapa sepiya kini pasar tradisional kita.

Ibu Maysaroh, penjual ayam potong berusia 50 tahunan, yang sudah berjualan sejak 30 tahun lalu, bercerita bahwa dulu biasa dalam sehari memotong seratusan ekor ayam. Sekarang palingan hanya beberapa ekor, itu pun masih tersisa untuk dijual keesokan harinya. Pak Thesye, 68 tahun, mengeluh sampai siang itu makanan *frozen* jualannya belum laku satu pun. Padahal dulu dia sampai terpaksa membuka dua lapak saking banyaknya pembeli yang antri. Ibu Etty, 56 tahun, penjual buah segar, yang waktu itu – karena tidak ada pembeli – sedang duduk-duduk melingkar dengan ibu-ibu penjual lainnya, nge-rumpi sambil mengupas bawang merah, mengatakan bahwa dulu lapaknya ramai pembeli, sekarang sepi karena pindah ke lantai dua sejak diambil-alih oleh Perusahaan (maksudnya PD Pasar Kota Bogor) dari pemerintah (Pemerintah Daerah). Tapi mungkin ini tidak sepenuhnya benar. Pak Rahmat, 42 tahun, yang membantu di lapak barang kelontong dan plastik di lantai satu, mengatakan bahwa sejak masa pandemi COVID-19, pembeli yang datang ke pasar memang berkurang jauh. Jadi apakah penyebab sepiya pasar adalah pandemi?

“Memang pada masa pandemi pembeli sempat menghilang”, kata Pak Martin, 72 tahun, pemilik kios fotocopy dan alat- tulis, “tapi ini sudah beberapa tahun lewat, pandemi sudah tidak ada, pembeli tidak kembali lagi, bahkan semakin hari, semakin berkurang”. Ini dibenarkan oleh penjual obat-obatan, yang kebetulan namanya sama dengan penjual ayam potong, yaitu Ibu Maysaroh, 60 tahun. “Saya tidak tahu pada ke mana pelanggan obat saya yang dulu banyak sekali”, katanya mengeluh. Dalam hati saya tanggap: “Mungkin sudah pada meninggal, Bu, karena tidak mampu lagi membeli obat”. Pak Endang,

57 tahun, yang berjualan kue kering di sebelah lapak obat Ibu Maysaroh juga mengeluhkan hal yang sama. Pelanggan lamanya tidak datang-datang lagi. Seandainya datang sesekali, mereka hanya berbelanja sedikit saja, sekedar melepas rindu menyantap kue-kue kering yang dijual Pak Endang.

Di antara semua pedagang pasar yang saya ajak ngobrol siang itu, hanya Pak Erry, 44 tahun, montir HP yang membuka lapak servis dan reparasi HP di Gang Ledeng di seberang pasar, yang tidak mengeluh. Pelanggan yang datang ke lapaknya tetap ajeg dari masa sebelum pandemi sampai sekarang. Bahkan di masa pandemi pun lapaknya tetap buka, dan pelanggan tetap datang memperbaiki HP-nya. Mungkin penjual jasa berbeda dengan penjual barang, pelanggannya tidak menghilang, karena pelayanan jasanya tetap diperlukan. Pak Martin pun misalnya, tidak mengeluhkan berkurangnya pelanggan jasa fotocopy-nya. Kenyataannya, hanya pembeli jualan alat-alat tulisnya yang berkurang jauh sejak pandemi, dan masih terus berkurang walau pun pandemi sudah berlalu. Pak Erry dengan cermat mengamati suasana pasar di seberang jalan yang semakin hari semakin sepi. “Mungkin perekonomian sedang sulit, Pak”, katanya, “sedang banyak PHK (Pemutusan Hubungan Kerja). Orang tidak lagi belanja ke pasar karena tidak punya uang”.

“*Indonesia sedang tidak baik-baik saja*”, demikian yang viral di media *mainstream* dan media sosial sepanjang tahun 2025 ini. Sementara itu, pemerintah Indonesia, dalam laporan yang di-rilis Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian pada bulan Juni 2025 yang lalu, menyimpulkan bahwa ekonomi Indonesia masih dalam kondisi “terjaga” dengan memperlihatkan beberapa parameter yang menjadi indikator ekonomi-makro, yang secara tidak langsung menunjukkan bahwa kondisi (ekonomi) Indonesia secara umum “*baik-baik*” saja.

Salah satu yang menjadi perhatian para pengamat adalah beberapa indikator makro seperti terjadinya penurunan populasi masyarakat kelas menengah – bukan karena terjadi kenaikan pendapatan sehingga “naik kelas” - tapi karena maraknya penutupan industri manufaktur, yang diikuti oleh pemutusan hubungan kerja (PHK), meningkatnya pengangguran, sehingga akhirnya mengakibatkan terjadinya penurunan daya beli (*purchasing power*) dari masyarakat pada umumnya. Para pengamat ini menengarai bahwa Indonesia – dan juga kondisi geopolitik global - belum sepenuhnya pulih dari kondisi akibat pandemi COVID-19 dan beberapa konflik di berbagai belahan dunia. Rupanya penurunan daya beli masyarakat menjadi salah satu faktor yang menyebabkan sepi pasar-pasar tradisional. Kita hanya bisa berharap, semoga program-program kerakyatan dari pemerintah – seperti program Koperasi Merah Putih (KMP) – dapat me-revitalisasi pasar-pasar tradisional, sehingga pulih dan ramai lagi seperti sedia kala.

Gunung Batu, akhir November 2025