

# ANALISIS DAMPAK SOSIAL EKONOMI KEBIJAKAN REVITALISASI PASAR TRADISIONAL

**Jumanah, Natta Sanjaya, Ipah Mulyani**

**Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Banten**

[Jumanah@stiabanten.ac.id](mailto:Jumanah@stiabanten.ac.id)

## ABSTRAK

Beberapa hal yang mendasar perlunya penataan pasar salah satunya bahwa pasar merupakan alat vital tempat pemenuhan kebutuhan masyarakat, tempat pemenuhan ini memberikan dua pengertian yaitu pemenuhan bagi konsumen, artinya konsumen mencari dan mendapatkan apa saja hal-hal yang dibutuhkan dengan mudah dan bebas memilih kebutuhannya dipasar. Pasar tradisional, di masa globalisasi saat ini tengah mengalami berbagai macam masalah. Permasalahan yang umumnya terjadi pada pasar tradisional di tanah air ialah buruknya segi fisik, fasilitas sarana-prasarana sampai lemahnya manajemen pengelolaan pasar, oleh karena itu perlunya kebijakan revitalisasi pasar yang tidak hanya saja menyentuh pada perbaikan pembangunan fisik tetapi secara menyeluruh meliputi tata kelola dan pembiayaan. Untuk melihat keefektivan suatu kebijakan yang dilaksanakan pasti akan dilihat dari beberapa dampak yang ditimbulkan baik dampak sosial dan dampak ekonomi yang muncul sesuai yang dikehendaki maupun yang tidak dikehendaki. Dan dampak yang dikehendaki ini tentunya menjadi motivasi dan rujukan agar pengelolaan pasar menjadi lebih baik lagi untuk diadopsi dipasar-pasar lain di seluruh Indonesia, begitupun dengan dampak yang tidak dikehendaki yaitu dilaukukan suatu cara atau upaya pemerintah untuk segera mengambil tindakan atau langkah konkrit dalam menanganai permasalahan tersebut agar tidak merugikan semua pihak.

Kata Kunci: Dampak Sosial Ekonomi, Kebijakan, Revitalisasi Pasar Tradisional

## ABSTRACT

*Some things that are fundamental necessity of structuring the market one of them that the market is a vital tool where the fulfillment of community needs, the fulfillment of this gives two terms, namely fulfillment for the consumers, the meaning that consumers looking for and get what are the things needed to easily and freely choose their needs in the market. The traditional market, where globalization is currently experiencing all kinds of problems. The problems generally occur in the traditional markets in this country is the poor physical aspects of infrastructure facilities to weak management of market management, therefore the need for revitalization of public market not only touches on improving physical development but as a whole includes governance and financing. To see*

*the effectiveness of a policy implemented will certainly be seen from some impacts caused both social and economic impacts that arise as desired, this is certainly a motivation and reference for better market management to be adopted in other markets throughout Indonesia, as well as with an undesirable impact which is passed one way or the other by the government's efforts to take concrete actions or steps in dealing with the problem so as not detrimental to all parties.*

*Keywords: Social Economic Impact, Policy, Traditional market revitalization.*

## **PENDAHULUAN**

Pasar merupakan tempat bertemu antara penjual dan pembeli. Tempat ini menjadi tempat interaksi yang memiliki keterikatan karena transaksi untuk melakukan jual beli. Tradisional merujuk pada cara dan system yang konvensional belum menggunakan system atau penerapan teknologi, seperti transaksi menggunakan elektronik. Keberadaan pasar tradisional ini tidak bisa dipungkiri bahwa menjadi sarana dalam kemajuan ekonomi.

Pasar tradisional, di masa globalisasi saat ini tengah mengalami berbagai macam masalah. Permasalahan yang umumnya terjadi pada pasar tradisional di tanah air ialah buruknya segi fisik, fasilitas sarana-prasarana sampai lemahnya manajemen pengelolaan pasar. Kondisi-kondisi tersebut diperparah dengan semakin suburnya jumlah ritel

dan pasar modern akibat tidak jelasnya regulasi pemerintah di sektor ritel. Maraknya pembangunan pasar modern menyudutkan posisi pasar tradisional di perkotaan. Menurut survey AC Nielsen tahun 2004, pertumbuhan pasar modern sebesar 31,4 persen, sedangkan pertumbuhan pasar tradisional minus 8,1 persen (harian Kompas, 2007).

Menurut penelitian Anisa yang dikutip dari beberapa literature menyampaikan bahwa dalam menghadapi persaingan dengan pasar modern maka pasar-pasar tradisional di perkotaan yang menjadi milik pemerintah melakukan upaya-upaya perbaikan melalui revitalisasi pasar. Bila ditilik secara etimologis, revitalisasi berarti proses, cara, perbuatan, menghidupkan, menggiatkan kembali (KBBI, 2002). Dengan kata lain ada itikad dinas pasar/ PD Pasar untuk menggiatkan atau

membuat vital pasar tradisional dari kondisi yang ada sebelumnya. Karena pada umumnya, kondisi pasar tradisional yang ada di tanah air selama ini memperlihatkan buruknya aspek fisik bangunan dan manajemen pengelolaan pasar. Revitalisasi pasar dengan melakukan perbaikan fisik dalam bentuk renovasi bangunan pasar maupun dalam tataran manajemen pengelolaan dan administratif agar lebih profesional yang dilakukan oleh Dinas Pasar/ Perusahaan Daerah (PD) Pasar seolah menjadi resep mujarab dalam menghadapi peritel raksasa atau pasar modern. Tanpa dilakukannya upaya revitalisasi, para pedagang merasakan kenyataan pahit betapa pasar mereka kian sepi tergecet persaingan dengan toko modern. Sehingga, Revitalisasi pasar yang diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan dan keteraturan pedagang, dalam beberapa hal mengundang reaksi protes pedagang. Para pedagang pasar sebagai pihak sasaran revitalisasi merasakan ketidaknyamanan dengan adanya perubahan kondisi ini. Ketidaknyamanan itu akhirnya berujung pada upaya-upaya beberapa kelompok pedagang, misalnya tidak mau membayar

sewa stan karena menurut mereka harga sewa tersebut memberatkan

Beberapa hal yang mendasar perlunya penataan pasar salah satunya bahwa pasar merupakan alat vital tempat pemenuhan kebutuhan masyarakat, tempat pemenuhan ini memberikan dua pengertian yaitu pemenuhan bagi konsumen, artinya konsumen mencari dan mendapatkan apa saja hal-hal yang dibutuhkan dengan mudah dan bebas memilih kebutuhannya dipasar misalnya kebutuhan Sembilan bahan pokok. Begitu halnya pemenuhan kebutuhan bagi pedagang, dalam arti pedagang membutuhkan tempat untuk menjual produk-produk dari hasil pertaniannya atau produk-produk yang dikumpulkan dari para petani untuk kemudian dijual dan pasar adalah salah satu solusi untuk menjadi tempat yang strategis dalam menjual prroduk-produk yang akan diperjualkan. Berdasarkan pemenuhan dua hal tersebut pasar menjadi sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu pasar tradisional lebih identik dengan pasar rakyat, pasar rakyat disini dimaksudkan bahwa pelaku usaha (pedagang) dan konsumen adalah

mayoritas masyarakat disekitar. Perkembangan pasar rakyat dalam pelaksanaannya mengalami beberapa kendala diantaranya adalah, **pertama** tidak ada payung hukum yang menjelaskan secara detail terkait perlindungan pasar tradisional. Hal ini menunjukkan bahwa setiap daerah diberikan kewenangan untuk merumuskan suatu kebijakan yang komprehensif dan universal. Beberapa kelemahan yang terdapat pada peraturan daerah, **kedua** mudahnya pemberian perizinan hal ini mengakibatkan merebaknya jumlah pertumbuhan waralaba hal ini diungkapkan oleh Kementerian Perdagangan (Kemendag) yang menyatakan bahwa “jumlah pasar modern yang ada diseluruh Indonesia mencapai 23.000 unit. Jumlah tersebut mengalami peningkatan sebesar 14 persen dalam tiga tahun terakhir. Pasar modern ada 23.000 dan dari jumlah itu sebanyak 14.000 lebih di antaranya merupakan kelompok usaha minimarket, sedangkan sisanya adalah supermarket.”. **Ketiga** fasilitas atau sarana dan prasarana yang belum tertata rapih. **keempat**, lemahnya pelaksanaan dan pengawasan terhadap sanksi perda, dampak yang ditimbulkan

dengan merebaknya atau munculnya pasar moder adalah pertama, beralihnya minat beli masyarakat hal ini disebabkan karena beberapa kelebihan pasar modern yang hamper didapatkan lokasinya lebih dekat dibandingkan ke pasar tradisioanl, pasar modern memiliki penataan yang lebih termanajemen seperti tempat yang bersih, pencahayaan yang lengkap, produk yang memiliki varian harga seperti munculnya diskon-diskon hal ini tentunya memiliki daya tarik untuk menarik minat pengunjung. Berdasarkan hal tersebut pedagang-pedagang kecil terutama pedagang kelontong mengalami penurunan omset sehingga banyak pedagang yang gulung tikar atau pedagang mengalami kerugian.

Tujuan Penelitian atau penulisan tidak ada

## TINJAUAN PUSTAKA

### A. Kebijakan Publik

Kebijakan publik merupakan salah satu dimensi pokok dalam ilmu dan praktik Administrasi Publik. Sebagai salah satu unsur penting dalam Administrasi Publik, kebijakan publik

dianalogikan fungsinya sama dengan fungsi otak pada tubuh manusia, karena melalui instrumen ini segala aktivitas kehidupan bernegara, dan bermasyarakat mulai dilakukan oleh birokrasi, plus pihak swasta dan masyarakat. Eyeston dalam Agustino (2014 : 6) mendefinisikan “kebijakan publik sebagai hubungan antara unit pemerintah dengan lingkungannya”. Eaulau dan Prewitt dalam Agustino (2014 : 6) mendefinisikan “kebijakan publik sebagai keputusan tetap yang dicirikan dengan konsistensi dan pengulangan (repitisi) tingkahlaku dari mereka yang membuat dan dari mereka yang mematuhi keputusan tersebut”. Menurut Anderson dalam Agustino (2014 : 7) mendefinisikan kebijakan publik sebagai “serangkaian kegiatan yang mempunyai maksud/tujuan tertentu yang diikuti dan dilaksanakan oleh seorang aktor atau sekelompok aktor yang berhubungan dengan suatu permasalahan atau suatu hal yang diperhatikan”.

Dalam kaitannya dengan definisi – definisi tersebut maka dapat disimpulkan beberapa karakteristik utama dari suatu definisi kebijakan publik, yaitu :

- a. Pada umumnya kebijakan publik perhatiannya

ditujukan pada tindakan yang mempunyai maksud atau tujuan tertentu dari pada perilaku yang berubah atau acak.

- b. Kebijakan publik pada dasarnya mengandung bagian atau pola kegiatan yang dilakukan oleh pejabat pemerintah dari pada keputusan yang terpisah-pisah. Misalnya suatu kebijakan tidak hanya meliputi keputusan untuk mengeluarkan peraturan tertentu tetapi juga keputusan berikutnya yang berhubungan dengan penerapan dan pelaksanaannya.
- c. Kebijakan publik merupakan apa yang sesungguhnya dikerjakan oleh pemerintah dalam mengatur perdagangan, mengontrol inflasi, atau menawarkan perumahan rakyat, bukan apa maksud yang dikerjakan atau yang akan dikerjakan.

- d. Kebijakan publik dapat berbentuk positif maupun negatif. Secara positif, kebijakan melibatkan beberapa tindakan pemerintah yang jelas dalam menangani suatu permasalahan. Secara negatif, kebijakan publik dapat melibatkan suatu keputusan pejabat pemerintah untuk tidak melakukan suatu tindakan atau tidak mengerjakan apapun padahal dalam konteks tersebut keterlibatan pemerintah amat diperlukan.
- e. Kebijakan publik paling tidak secara positif, didasarkan pada hukum dan merupakan tindakan yang bersifat memerintah.

## **B. Tinjauan Teoritis Pasar Tradisional**

Pasar merupakan area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu (PerMenDag No.53 tahun 2008). Berdasarkan Peraturan Presiden (Perpres)

Nomor 112 Tahun 2007, “Pasar Tradisional” adalah 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. Disempurnakan dalam penjelasan Pasal 12 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, terminologi “pasar tradisional” beralih menjadi “pasar rakyat”. Dalam perkembangannya terdapat beberapa peraturan pemerintah yang khusus mengatur tentang pasar rakyat (pasar tradisional) diantaranya: a. Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Sarana Distribusi Bidang Perdagangan, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern Melalui peraturan Perpres No.112 Tahun 2007 definisi pasar ditetapkan sebagai area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat

perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza.

Dilihat dari keberadaannya pasar terbagi menjadi dua: (1) pasar nisakala, adalah yang abstrak dimana barang yang diperdagangkan tidak sampai ke pasar dan proses jual beli hanya didasarkan pada contoh barang saja. (2) pasar nyata, adalah proses yang jual belinya terjadi secara langsung dimana penjual dan pembeli bertemu dalam suatu tempat untuk melakukan proses tukar-menukar atau berjual beli barang dagangan.

Menurut Narwoko dan Bagoeng (2011:300) mengatakan bahwa karakteristik tipe pasar terbagi menjadi dua, meliputi: (1) Pasar Modern, ditandai dengan sifatnya impersonal dan harga barang-barang yang dijual ditentukan dengan sistem bandrol, harga tidak ditentukan oleh tawar menawar antara penjual dengan pembeli tetapi harga telah ditetapkan secara pasti oleh penjualnya. Dalam pasar ini hubungan antara penjual dan pembeli bersifat kontraktual. Harga yang terjadi bukan didasarkan pada interaksi yang erat antara penjual dan pembeli. Harga yang terjadi tidak dipengaruhi oleh hubungan sosial

antara penjual dan pembeli. (2) pasar tradisional, menurut Alice Dewey dalam Narwoko dan Bagoeng (2011:300-301) mengungkapkan bahwa dalam kehidupan pedagang dan segala aktivitas pasar tradisional disamping adanya hubungan ekonomis dan jalinan perdagangan antara pasar dan petani ternyata pola hubungan sosial pedagang dan manusia-manusia yang terlibat adalah suatu hal yang tidak kalah pentingnya. Dalam pasar tradisional mengandalkan sistem harga luncur dimana pedagang tidak memasang dan menentukan harga barang-barang yang diperdagangkan secara pasti seperti halnya dipasar modern. Harga ditentukan dengan proses tawar menawar antara penjual dengan calon pembelinya. Oleh karena itu, dalam pasar tradisional harga sering sekali diengaruhi juga oleh interaksi antara penjual dan pembeli. Harga ditentukan oleh sampai sejauhmana keakraban antara penjual dan pembeli.

Elemen pasar adalah penjual dan pembeli. Oleh karena itu dapat dirinci keberadaan pembeli meliputi: (1) pengunjung, adalah orang yang datang ke pasar baik tradisional maupun modern

tidak memiliki tujuan untuk melakukan pembelian terhadap barang atau jasa yang ada dipasar yang bersangkutan. Tetapi pengunjung ini hanya sekedar jalan-jalan dan menghabiskan waktu luang. (2) Pembeli, adalah orang-orang yang datang kepasar dengan tujuan untuk membeli barang atau jasa, tetapi belum memiliki kepastian dimana atau mau kemana harus membelinya. Biasanya orang-orang semacam ini datang di pasar-pasar kemudian melihat-lihat dan membanding-bandingkan barang ditempat dan mencari harga dan kualitas paling murah. (3) pelanggan, adalah calon pembeli yang datang kepasar dengan maksud membeli barang atau jasa disini lain sudah memiliki kepastian dimana harus membelinya. Interaksi yang terjadi didasari rasa saling percaya, oleh karena itu penjual tidak segan-segan member kelonggaran kepada pelangganya kepada pelanggannya baik dari segi harga yang murah.

Adapun elemen yang kedua adalah penjual yang terbagi menjadi beberapa jenis, meliputi: (1) pedagang profesional, adalah pedagang yang menganggap pendapatannya merupakan

sumber utama dan satu-satunya bagi ekonomi keluarga. (2) pedagang semi profesional, merupakan yang mengakui bahwa aktivitas jual belinya untuk memperoleh uang, hanya saja uang dari jasa berdagang bukanlah sumber utama atau satu-satunya pendapatan mereka atau dalam istilah merupakan pendapatan sampingan. (3) pedagang semu, merupakan pedagang yang melakukan aktivitas perdagangan karena hobi, maka keuntungan yang merupakan hasil aktivitas perdagangannya bukanlah tujuan utama. Bisa saja pedagang semu merugi atas barang yang dijualnya tetapi dengan tujuan dapat berinteraksi dengan orang lain dan memberikan kepuasan terhadap orang lain adalah tujuan.

### **C. Revitalisasi dan Dampak Sosial Ekonomi**

Kebijakan revitalisasi adalah langkah pemerintah atau pengambilan keputusan dalam suatu proses atau cara dan perbuatan untuk menghidupkan kembali suatu hal yang sebelumnya tidak berdaya sehingga revitalisasi berarti menjadikan sesuatu atau perbuatan untuk menjadi vital, sedangkan kata vital mempunyai arti sangat penting atau sangat diperlukan

sekali untuk kehidupan dan sebagainya, (Anggreini, n.d.) .

Setiap perubahan membawa konsekuensi- konsekuensi tersendiri bagi masyarakat. Pembangunan sebagai suatu proses perubahan yang direncanakan, seiring berjalannya waktu tentu tidak terlepas dari dampak yang menyertainya. Pembangunan pada umumnya merupakan kehendak masyarakat yang terwujud dalam keputusan- keputusan yang diambil oleh para pemimpinnya , (Soekanto,1982).

Dampak-dampak yang muncul tersebut dapat ditarik sebuah benang merah yakni adanya intervensi yang datang dari decision-making yang berpengaruh atas kondisi sebelum dan sesudahnya (Parsons,2006). Perspektif dampak dalam tinjauan sosiologi harus memperhatikan beberapa hal dalam kehidupan sosial. Aspek sosial dalam kajian dampak yang dibingkai oleh terapan ilmu pengetahuan sosial secara sistematis ini, setidaknya untuk mengidentifikasi dua hal: (1) bentuk dan sifat penilaian atau respon masyarakat terhadap suatu usaha atau kegiatan; dan (2) perubahan penilaian atau respon masyarakat terhadap usaha atau kegiatan

tersebut. Pembahasan masalah tersebut mencakup rentang kegiatan yang meliputi tahap prakonstruksi, tahap konstruksi dan pasca- konstruksi, dengan memperhatikan tujuan dan target yang hendak dicapai (Usman, 2003).

Penilaian dampak membawa pada awal siklus kebijakan, definisi problem dan dan penentuan agenda. Tujuan penilaian adalah untuk menunjukkan bagaimana suatu kebijakan atau program tertentu sudah “bekerja/tidak bekerja”, memenuhi tujuan kebijakan/program serta menjaga konstruksi problem dan klaim kebijakan yang dilakukan pemerintah. Sedangkan metode untuk menilai dampak antara lain (Parsons, 2006):

- a. Membandingkan problem/situasi/kondisi dengan apa yang terjadi sebelum intervensi.
- b. Melakukan eksperimen untuk menguji dampak suatu program terhadap suatu area atau kelompok dengan membandingkannya dengan apa yang terjadi di area atau kelompok lain yang belum menjadi sasaran intervensi.

- c. Membandingkan biaya dan manfaat yang dicapai sebagai hasil dari intervensi.
- d. Menggunakan model untuk memahami dan menjelaskan apa yang terjadi sebagai akibat dari kebijakan masa lalu.
- e. Pendekatan kualitatif dan judgemental untuk mengevaluasi keberhasilan/kegagalan kebijakan dan program.
- f. Membandingkan apa yang sudah terjadi ) dengan tujuan atau sasaran tertentu dari sebuah program atau kebijakan.
- g) Menggunakan pengukuran kinerja untuk menilai apakah tujuan atau targetnya sudah terpenuhi.

Adapun dampak sosial ekonomi kebijakan revitalisasi pasar tradisional memiliki dampak sosial ekonomi, diantaranya (Masitha, 2010):

- a. Dampak Sosial:  
Menyangkut aspek-aspek relasi dan interaksi sosial para pedagang--baik sebagai

individu maupun kelompok, serta baik yang berlaku pada tataran struktural maupun kultural-- dengan elemen-elemen sosial lainnya yang menyangkut berjalannya kehidupan pasar, dan lain-lain.

- b. Dampak Ekonomi:  
Menyangkut aspek-aspek penyerapan tenaga kerja, perkembangan struktur ekonomi, perubahan pendapatan masyarakat, dan perubahan lapangan pekerjaan yang ada, dan lain-lain  
Pasar

## PEMBAHASAN

Dalam pendirian pasar rakyat (pasar tradisional) harus memenuhi beberapa ketentuan sebagai berikut: (1) Pendirian pasar rakyat (pasar tradisional) harus memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat juga keberadaan sarana distribusi (pusat perbelanjaan, dan toko modern, serta usaha kecil, termasuk koperasi) yang sudah ada sebelumnya di

wilayah yang bersangkutan (2) Selain itu pasar rakyat (pasar tradisional) juga harus menyediakan areal parkir paling sedikit seluas kebutuhan parkir 1 (satu) buah kendaraan roda empat untuk setiap 100m<sup>2</sup> (atau sedikitnya 10%) dari luas lantai pasar rakyat. Penyediaan areal parkir tersebut dapat dilakukan melalui kerjasama dengan pihak lain. (3) Menyediakan fasilitas yang menjamin pasar rakyat yang bersih, sehat, aman, tertib, dengan tersedianya ruang publik yang nyaman.

Selanjutnya disebutkan bahwa pendirian pasar rakyat (pasar tradisional) harus memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat. PerMenDag No.53 tahun 2008 menyatakan bahwa kondisi sosial ekonomi tersebut harus bisa dijelaskan melalui analisis berdasarkan hasil analisis yang dilakukan oleh badan/lembaga independen yang berkompeten. Dimana analisa kondisi sosial ekonomi masyarakat tersebut harus meliputi analisa terhadap aspek-aspek sebagai berikut: (1) Struktur penduduk menurut mata pencaharian dan pendidikan, tingkat pendapatan ekonomi rumah tangga, kepadatan Puska Dagri,

BP2KP, Kemendag 8 penduduk, dan pertumbuhan penduduk. Aspek ini dikaji salah satunya diasumsikan untuk dapat meprediksi daya beli masyarakat di suatu daerah, hal ini penting mengingat pasar rakyat (pasar tradisional) yang didirikan disuatu wilayah diharapkan dapat bertahan, tumbuh, bahkan berkembang dimasa depan. (2) Kemitraan dengan UMKM lokal, penyerapan tenaga kerja lokal, serta ketahanan dan pertumbuhan pasar rakyat (pasar tradisional) sebagai sarana UMKM lokal. Pengkajian pada aspek ini bertujuan untuk melihat potensi pasar sebagai wahana pemberdayaan ekonomi lokal dimana proses perputaran ekonomi yang terjadi di pasar tersebut adalah dari, untuk dan oleh masyarakat di wilayah sekitar pasar itu sendiri. (3) Ada/tidak-nya keberadaan fasilitas sosial dan fasilitas umum dalam menunjang pendirian pasar rakyat (pasar tradisional). (4) Dampak positif dan negatif yang diakibatkan oleh jarak antara hypermarket dengan pasar rakyat (pasar tradisional) yang telah ada sebelumnya. Jika dalam suatu wilayah sudah terdapat pasar modern maka penting untuk mempertimbangkan jarak dalam upaya menciptakan iklim persaingan usaha yang

sehat. (5) Aksesibilitas wilayah, dukungan ketersediaan infrastruktur, dan perkembangan pemukiman baru. Lazimnya pasar rakyat (pasar tradisional) harus dapat dijangkau dengan mudah oleh masyarakat, oleh karena itu analisis terhadap kemudahan akses dan ketersediaan infrastruktur sangat penting, sebelum suatu wilayah ditetapkan sebagai lokasi tempat didirikannya sebuah pasar rakyat (pasar tradisional).

Adapun pertimbangan dan perincian kegiatan agenda-agenda revitalisasi adalah sebagai berikut (Annisa, 2010) : (1) Pembangunan, masyarakat perkotaan saat ini tertarik untuk berbelanja di pusat perbelanjaan modern seperti supermarket, hypermarket yang lebih nyaman dan bersih. Persoalan gaya hidup masyarakat kota yang sedang dalam perubahan inilah yang juga dibidik oleh pemerintah untuk mengembangkan potensi pasarpasar tradisional yang dimilikinya. Sedapat mungkin gaya pasar tradisional mengikuti perubahan gaya hidup masyarakat kota agar lebih modern. Dari segi fisik pembangunan, pemilihan bentuk bangunan mengarah ke konsep modern memang menyesuaikan dengan

bentuk bangunan pasar modern.(2) *Penertiban*, Upaya penertiban pasar dilakukan agar pasar dapat digunakan sebagaimana mestinya oleh pedagang resmi. Dan PKL-PKL atau pedagang yang berjualan diluar pasar pun ditertibkan agar Pasar dapat dipergunakan oleh pedagang resmi seperti semula. Dalam agenda penertiban ini, dimulai dengan menertibkan PKL yang berada diluar pasar. Penertiban PKL ini menjadi kewenangan Pemkot melalui Satpol PP. Sedangkan penertiban di dalam pasar menjadi urusan sekuriti. Pedagang resmi yang tercatat di buku induk inilah nantinya yang berhak berjualan di dalam pasar. Dalam berjualan di dalam pasar, pedagang resmi ini harus menaati tata tertib peraturan pasar dan memenuhi kewajiban.kewajiban administrasi. Contoh menaati peraturan pasar adalah menjaga kebersihan tempat berjualan, menjaga keamanan dan ketertiban, mematuhi waktu kegiatan pasar, memenuhi pembayaran iuran pasar tepat pada waktunya, dll. Pada dasarnya, para pedagang dalam berjualan harus memenuhi kewajiban pembayaran-pembayaran pasar yakni iuran jasa perpasaran dan biaya investasi. Iuran jasa

perpasaran adalah nominal tertentu yang dibayarkan pedagang karena mereka telah menggunakan jasa dan fasilitas pada pasar-pasar yang dimiliki oleh PD Pasar. (3) Penataan, Realisasi dari penataan ini adalah menata bangunan pasar yang dikelompokkan menurut jenis stand dan jenis jualan pedagang. Jenis stand seperti kios dan los dikelompokkan sedemikian rupa dengan sesama jenisnya yang ada di setiap blok-blok. Jadi, kios dikelompokkan dengan kios dan los dengan los. Di LDA, misalnya, semua tempat berjualan merupakan bentuk kios. Dan di LDB sendiri terdapat kios dan los, namun tetap ditata sesuai jenisnya yakni los dengan los dan kios dengan sesama kios. Kios dan los tersebut kemudian ditata lagi untuk dikelompokkan sesuai jenis jualan. Misalnya, pedagang buah dengan sesama pedagang buah, pedagang sayur dengan pedagang sayur, dan seterusnya.

Adanya suatu kebijakan yang diimplementasikan tentunya menimbulkan suatu dampak tertentu bagi sasaran kebijakan itu sendiri. Dampak yang timbul ini merupakan hasil intervensi dari decision maker untuk

mencapai tujuan tertentu. Dampak yang dirasakan oleh sasaran kebijakan itu dapat berupa positif dan negatif. Dan dampak sendiri dapat berupa dampak positif dan negative jika dilihat dari kajian sosial ekonomi. Adapun dampak Sosial: Menyangkut aspek-aspek relasi dan interaksi sosial para pedagang--baik sebagai individu maupun kelompok, serta baik yang berlaku pada tataran struktural maupun kultural-- dengan elemen-elemen sosial lainnya yang menyangkut berjalannya kehidupan pasar, dan lain-lain. (Annisa, Jurnal Sosek Pekerjaan Umum, Vol.2 No.1, April 2010 hal 44 b). Sedangkan dampak Ekonomi: Menyangkut aspek-aspek penyerapan tenaga kerja, perkembangan struktur ekonomi, perubahan pendapatan masyarakat, dan perubahan lapangan pekerjaan yang ada, dan lain-lain. Sehingga berdasarkan hal tersebut dapat dilihat beberapa rincian sebagai berikut:

## **1. Dampak Sosial**

### **1) Dampak Sosial Positif**

- a. Menimbulkan motivasi dan semangat bagi pedagang, Suasana

tata kelola pasar yang mendukung menjadikan pedagang memiliki motivasi dan semangat yang tinggi untuk melakukan aktivitasnya dalam berdagang, begitupun dengan pengunjung merasa nyaman untuk berkunjung ke pasar yang memberikan kepuasan karena beberapa faktor misalnya tempat yang bersih, produk yang ditawarkan menjadil lebih beragam dan seterusnya.

- b. Terjadi interaksi sosial baik antara pedagang maupun dengan pengunjung, pasar tradisional yang memiliki kesamaan profesi terutama bagi pedagang mereka kemungkinan besar akan membentuk suatu

komunitas yang dinamakan paguyuban. Kelompok ini terbentuk untuk menyuarakan aspirasi mereka kepada pengelola pasar atau pemerintah.

- c. Merubah kebiasaan untuk beralih berbelanja di pasar tradisional, dengan harga yang masih bisa ditawar, lokasi yang terjangkau serta produk yang ditawarkan beragam maka kemungkinan besar masyarakat akan membiasakan untuk berbelanja di pasar. Hal ini tentunya akan memiliki interaksi dengan pedagang serta menghilangkan dominasi kapitalisme.
- d. Dengan keberadaan pasar ini, tentunya

sangat membantu kebutuhan keluarga. Segala macam yang dibutuhkan oleh keluarga baik sembako, atau kebutuhan lainnya akan mudah didapatkan dengan berkujung kepasar.

- e. Revitalisasi pasar tradisional dapat menghilangkan stigma atau citra yang buruk bagi masyarakat, dengan adanya penataan pasar bahwa pasar tradisionalpun bisa bersaing dengan pasar modern.

## 2) Dampak Sosial Negatif

- a. Hilangnya pelanggan yang dimiliki pedagang karena penempatan stand yang berubah dari sebelumnya, Beberapa pedagang yang “tidak

beruntung” dalam mendapatkan stand yang strategis mereka umumnya menempati stand yang terpencil sehingga kurang terakses oleh para pembeli. Hal ini memberikan pengaruh terhadap keberadaan pelanggan mereka.

- b. Terjadi persaingan yang tidak sehat, beberapa pedagang yang menjual dengan produk yang sama mengakibatkan beberapa konflik. Dengan upaya menaikkan omset, beberapa pedagang memiliki strategi untuk menjual barang dengan harga yang paling murah sehingga menimbulkan kecemburuan sosial.

## 2. Dampak Ekonomi

### 1) Dampak Ekonomi Positif

- a. Terjadinya kenaikan omset penjualan, tempat yang tertata serta banyaknya pengunjung menjadikan omset semakin meningkat, dengan semakin meningkatnya omset secara langsung akan mempengaruhi tingkat pendapatan dan berpengaruh terhadap kesejahteraan keluaran dalam memenuhi segala kebutuhannya.
- b. Dengan revitalisasi pasar ini bisa menyerap tenaga kerja atau menumbuhkan entrepreneurship, sehingga masyarakat disekitarnya yang memiliki kriteria dapat melakukan aktivitas ekonomi sesuai dengan minatnya.

- c. Pemenuhan kualitas hidup, dengan keberhasilan berdagang maka segala kebutuhan untuk kesehatan, pendidikan akan bisa tercukupi. Pemberian pemenuhan gizi sehingga melahirkan anak yang sehat dan menjadikan anak memiliki masa depan dengan difasilitasinya pendidikan oleh orang tuanya.
- d. Keberadaan pasar ini dapat menampung penjualan hasil alam disekitarnya. Daerah-daerah agraris penghasil sayuran, atau peternakan tentunya keberadaan pasar sangat membantu dalam hal sebagai fasilitas untuk mendapatkan pembeli sehingga sangat terbantu dan tentunya

hal ini juga dapat mensejahterakan para petani.

e. Perubahan

Perkembangan zaman dengan munculnya teknologi, pelaku usaha dipasar belum sepenuhnya melakukan terobosan penjualan. Karena salah satunya adalah faktor usia, pendidikan dan pengetahuan sehingga akan berdampak buruk terhadap omset penjualan jika tidak menyesuaikan dengan perkembangan zaman.

**2) Dampak Ekonomi Negatif**

a. Penataan dan penempatan stand mempengaruhi pendapatan pedagang. Penataan dan penempatan stand pedagang berdasarkan hasil jualan dan

potensi perpasaran memberikan dampak perubahan pendapatan mereka. Bagi pedagang yang dari awal menyatakan kesanggupan dalam mencicil biaya investasi stand, mereka umumnya ditempatkan dalam tempat yang kurang strategis dan aksesnya kurang terjangkau oleh pembeli.

b. Iuran tempat berjualan yang sistem pembayarannya berubah, Kebijakan revitalisasi di Pasar mendatangkan kewajiban-kewajiban baru yang harus dipatuhi oleh pedagang. Terutama, pedagang diharuskan untuk menaati peraturan-peraturan baru dari PD Pasar yang menyangkut

pembayaran iuran-iuran jasa perpasaran tertentu. Salah satu jenis iuran yang paling mendasar adalah para pedagang diwajibkan untuk membayar iuran tempat berjualan. Iuran tempat berjualan wajib dibayar oleh pedagang setiap bulannya, Hal lainnya seperti biaya kebersihan dan keamanan.

- c. Melakukan politik harga dengan menaikkan margin harga barang, banyaknya tanggungan pembayaran biaya yang harus dibayarkan oleh pedagang menjadikan pedagang berfikir keras untuk menyesuaikan harga tersebut sehingga menjadi lebih mahal untuk menutui

pembiayaan yang diwajibkan.

- d. Terjadinya monopoli perusahaan, pedagang yang memiliki modal besar dapat menyewa beberapa toko yang lebih luas sehingga mereka bis amenjual harga dibawah standard an tentunya ini mematikan pedagang-pedagang kecil yang ada disekitarnya.
- e. Munculnya pasar niskala (online) dengan beragam aplikasi yang dianggap lebih murah dan bervariasi hal ini menjadikan toko menjadi sepi pengunjung, sehingga ketika sepi pengunjung otomatis omset menjadi menurun dan pendapatan semakin berkurangan. Maka akibatnya adalah pemutusan kerja

aryawana bahkan hal  
terburuk adalah  
penutupan toko.

## **PENUTUP**

Pada Kebijakan Revitalisasi pasar tradisional pemerintah memiliki beberapa agenda yaitu pembangunan secara fisik, tata kelola manajemen, fasilitasi pembiayaan, pengawasan ada harga. Namun Kebijakan revitalisasi pasar tradisional pada pelaksanaannya menimbulkan dampak sosial maupun dampak ekonomi. Dampak tersebut memiliki dua hal yaitu dampak yang diharapkan dan dampak yang tidak diharapkan, tentunya bagi pemerintah munculnya terhadap dampak yang diharapkan ini bisa menjadi acuan atau rekomendasi bagi pasar-pasar lain diseluruh Indonesia, sedangkan dampak yang tidak diharapkan hal tersebut harus segera diatasi agar tidak menimbulkan kerugian, baik kerugian Negara maupun kerugian bagi masyarakat.

Beberapa ahal yang harus diperhatikan bahwa dalam pendirian pasar rakyat (pasar tradisional) harus

memenuhi beberapa ketentuan sebagai berikut: (1) Pendirian pasar rakyat (pasar tradisional) harus memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat juga keberadaan sarana distribusi (pusat perbelanjaan, dan toko modern, serta usaha kecil, termasuk koperasi) yang sudah ada sebelumnya di wilayah yang bersangkutan (2) Selain itu pasar rakyat (pasar tradisional) juga harus menyediakan areal parkir paling sedikit seluas kebutuhan parkir 1 (satu) buah kendaraan roda empat untuk setiap 100m<sup>2</sup> (atau sedikitnya 10%) dari luas lantai pasar rakyat. Penyediaan areal parkir tersebut dapat dilakukan melalui kerjasama dengan pihak lain. (3) Menyediakan fasilitas yang menjamin pasar rakyat yang bersih, sehat, aman, tertib, dengan tersedianya ruang publik yang nyaman.

## **Daftar Pustaka**

Agustino, Leo. (2014). *Dasar-dasar Kebijakan Publik*. Bandung : Alfabeta.

Narwoko, Dwi dan Suyanto, Bagoeng. 2011. *Sosiologi Teks dan Terapan*. Jakarta: Kencana

Wawan Purwanto. 2012. Analisa Persaingan Antara Pasar Tradisional dengan Pasar Modern.

### Sumber Jurnal

Anggreini, A. P. (n.d.). *REVITALISASI PASAR TRADISIONAL DALAM PEMBERDAYAAN PEDAGANG PASAR PANJEREJO KECAMATAN REJOTANGAN KABUPATEN TULUNGAGUNG* ANDREINA PUTRI ANGGREINI Mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Negara, FISIP, Universitas Airlangga.

Masitha, A. I. (2010). Dampak sosial ekonomi revitalisasi pasar tradisional terhadap pedagang. *Jurnal Sosek Pekerjaan Umum*, 2(1), 41–55.

Mentari Indah Ratnasar. 2015. Dampak Sosial Ekonomi Revitalisasi Pasar Sampangan Bagi Pedagang di Kota Semarang. *Economis Development Analysisis Journal*. <file:///C:/Users/USER/Downloads/14814-Article%20Text-29669-1-10-20170607.pdf>, diakses 8/8/2019

<http://e-journal.uajy.ac.id/11146/2/1HK10311.pdf>, diakses tgl 15 oktober 2018

<http://eprints.uny.ac.id/8668/2/BAB%201%20-%2008413241015.pdf>, diakses tgl 15 oktober 2018

<https://media.neliti.com/media/publications/108966-ID-standar-revitalisasi-pasa-tradisional-di.pdf>, diakses tgl 15 oktober 2018

<http://jurnalsosekpu.pu.go.id/index.php/sosekpu/article/viewFile/28/pdf>, diakses tgl 17 oktober 2018

<http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2014/08/08/025100726/Jumlah.Pasar.Modern.di.Indonesia.Capai.23.000.Unit>

<http://e-journal.uajy.ac.id/3402/3/2TA13285.pdf>, diakses 8/8/2019

### Dokumen Kebijakan

Badan Standardisasi Nasional. (2015). Standar Nasional Indonesia 8152 Tahun 2015 tentang Pasar

Kementerian Perdagangan, BPPKP, Pusat Kebijakan Perdagangan Dalam Negeri. (2012). Peran Revitalisasi Terhadap Kinerja Pasar Tradisional.

Kementerian Perdagangan, BPPKP, Pusat Kebijakan Perdagangan Dalam Negeri. (2013). Analisis Pendirian Pusat Distribusi Regional.

Kementerian Perdagangan, Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri. (2011). Petunjuk Teknis Tinjauan Lapangan Aspek Fisik

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 27 Tahun 2015 tentang Rencana Strategis Kementerian Perdagangan Tahun 2015-2019.

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 48 Tahun 2013 tentang Pedoman Pembangunan dan Pengelolaan Sarana Distribusi Perdagangan

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 53 Tahun 2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Rakyat, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 70 Tahun 2013 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern

Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern