

BAB II

TINJAUAN UMUM REVITALISASI PASAR

2.1. TINJAUAN UMUM PASAR

2.1.1. Pengertian Pasar

Pengertian masyarakat tentang pasar secara umum adalah tempat berlangsungnya kegiatan jual-beli. Namun, pasar ini memiliki arti yang luas sehingga dapat didefinisikan dari berbagai ilmu. Salah satunya adalah ilmu ekonomi. Berdasarkan ilmu ekonomi, pengertian pasar lebih difokuskan pada kegiatan yang dilakukan di dalamnya. Pasar menurut kajian ilmu ekonomi adalah suatu tempat atau proses interaksi antara pembeli dan penjual dari suatu barang/jasa tertentu, yang akhirnya dapat menetapkan harga keseimbangan (harga pasar) dan jumlah yang diperdagangkan.

Pengertian pasar dijelaskan juga oleh beberapa ahli, seperti William J. Stanton. William J. Stanton memaparkan pendapatnya bahwa pasar adalah orang yang memiliki keinginan untuk puas, uang yang digunakan untuk berbelanja, serta memiliki kemauan untuk membelanjakan uang tersebut. Lalu, ada juga Kotler dan Amstrong yang memaparkan pendapatnya tentang pengertian pasar, yaitu pasar merupakan seperangkat pembeli aktual dan juga potensial dari suatu produk atau jasa. Untuk klasifikasi pasar dalam ukuran juga tergantung pada jumlah orang yang menunjukkan tentang kebutuhan, dan kemampuan dalam bertransaksi. Ada juga yang memandang bahwa penjual dan pembeli sebagai pasar, dimana penjual tersebut akan mengirimkan produk serta jasa yang mereka produksi dan juga guna menyampaikan atau mengkomunikasikan kepada pasar. Sebagai gantinya, mereka akan mendapatkan uang dan informasi dari pasar tersebut.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pasar didefinisikan sebagai tempat sekumpulan orang yang melakukan kegiatan transaksi jual-beli. Merupakan sebuah tempat yang diadakan oleh sebuah organisasi atau perkumpulan sebagai tempat beraktivitas jual-beli yang ditujukan untuk mendapatkan barang maupun jasa atau derma. Sedangkan menurut Handri Ma'aruf (2005), pengertian pasar dibedakan menjadi 3, antara lain:

1. Pasar dalam arti “tempat”, merupakan sebuah tempat untuk bertemunya para penjual dengan pembeli.
2. Pasar dalam arti “penawaran serta permintaan”, merupakan pasar sebagai tempat terjadinya kegiatan transaksi jual beli.

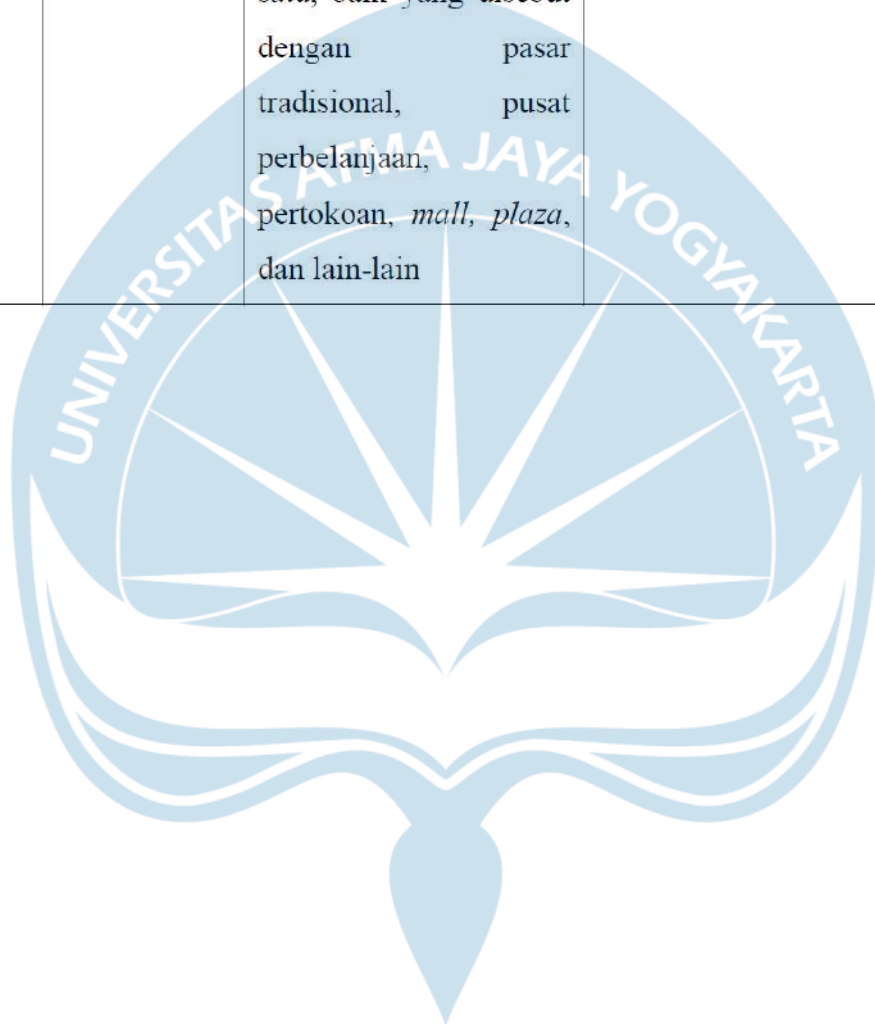
3. Pasar dalam arti “sekumpulan anggota masyarakat yang mempunyai kebutuhan serta daya beli“, lebih merujuk pada 2 hal, yaitu daya beli dan kebutuhan. Pasar merupakan sekumpulan orang yang berusaha untuk mendapatkan jasa atau barang serta mempunyai kemampuan untuk membeli barang tersebut.

Berdasarkan pemaparan para ahli mengenai pengertian pasar, dapat disimpulkan bahwa pasar adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli dan melakukan kegiatan transaksi jual-beli untuk mendapatkan suatu barang atau jasa dengan uang sebagai alat tukar pembeli kepada penjual. Jenis barang yang ditawarkan oleh penjual di pasar kebanyakan merupakan kebutuhan sehari-hari yang tidak dapat dihasilkan sendiri. Hal ini menandakan bahwa keberadaan pasar merupakan suatu unsur penting dalam memenuhi kebutuhan hidup.

Salah satu peraturan yang menjadi acuan dasar dalam perencanaan dan penyelenggaraan pasar tradisional, pusat perbelanjaan, dan toko modern adalah Peraturan Presiden No. 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Karena terdapat tiga hal penting dalam peraturan presiden tersebut, yaitu definisi dan tolak ukur masing-masing prasarana perdagangan, tata letak dan persyaratan teknis dasar beserta manajemen. Berikut adalah tabel yang menunjukkan hubungan antara definisi, persyaratan lokasi, dan komoditi.

Tabel 2.1. Aspek yang Berhubungan dengan Pembahasan: Definisi, Persyaratan Lokasi dan Komoditi

| No | Jenis | Definisi | Persyaratan |
|----|-------|---|-------------|
| 1. | Pasar | Tempat berlangsungnya kegiatan jual-beli barang dengan jumlah penjual yang lebih dari satu, baik yang disebut dengan pasar tradisional, pusat perbelanjaan, pertokoan, <i>mall</i> , <i>plaza</i> , dan lain-lain | |



| | | | |
|----|-------------------|---|---|
| 2. | Pasar Tradisional | Pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, BUMN dan BUMD, termasuk kerja sama dengan swasta dengan tempat usaha seperti 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. | <p>Lokasi:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sesuai dengan RTRW Kabupaten/Kota, dan RDTR Kabupaten/Kota, termasuk peraturan zonasinya. 2. Memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat dan keberadaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern serta usaha kecil, termasuk koperasi, yang ada di wilayah yang bersangkutan. 3. Boleh berlokasi pada setiap sistem jaringan jalan, termasuk sistem jaringan jalan lokal atau jalan lingkungan pada kawasan pelayanan bagian kota/kabupaten atau lingkungan (perumahan) di dalam kota/ kabupaten. <p>Areal Parkir: ≥ 1 parkir kendaraan beroda empat untuk setiap 100 m² luas lantai penjualan.</p> <p>Keandalan: Menyediakan fasilitas yang</p> |
|----|-------------------|---|---|

| | | | |
|--|--|--|---|
| | | | menjamin kebersihan, kesehatan, keamanan, ketertiban dan kenyamanan ruang publik. |
|--|--|--|---|



| | | | |
|----|--------------------|---|--|
| 3. | Pusat Perbelanjaan | Suatu area tertentu yang terdiri dari satu atau beberapa bangunan yang didirikan secara vertikal maupun horizontal, yang dijual atau disewakan kepada pelaku usaha atau dikelola sendiri untuk melakukan kegiatan perdagangan barang. | <p>Lokasi:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sesuai dengan RTRW Kabupaten/Kota, dan RDTR Kabupaten/Kota, termasuk peraturan zonasinya. 2. Memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat, keberadaan pasar tradisional, usaha kecil dan usaha menengah yang ada di wilayah yang bersangkutan. 3. Memperhatikan jarak antara hypermarket dengan pasar tradisional yang telah ada sebelumnya. 4. Hypermarket dan pusat perbelanjaan: <ol style="list-style-type: none"> a. Hanya boleh berlokasi pada akses sistem jaringan jalan arteri atau kolektor. b. Tidak boleh berada pada kawasan pelayanan lokal atau lingkungan di dalam kota/perkotaan. <p>Areal Parkir:</p> <p>≥ 1 parkir kendaraan</p> |
|----|--------------------|---|--|

| | | | |
|----|-------------|--|---|
| | | | beroda empat untuk setiap 60 m ² luas lantai penjualan pusat perbelanjaan dan/atau toko modern. |
| | | | Keandalan: Menyediakan fasilitas yang menjamin kebersihan, kesehatan, keamanan, ketertiban dan kenyamanan ruang publik. |
| 4. | Toko Modern | Toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk <i>minimarket</i> , <i>supermarket</i> , <i>department store</i> , <i>hypermarket</i> ataupun grosir yang berbentuk perkulakan. | Lokasi: (umum) <ol style="list-style-type: none"> 1. Sesuai dengan RTRW Kabupaten/Kota, dan RDTR Kabupaten/Kota, termasuk peraturan zonasinya. 2. Memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat, keberadaan pasar tradisional, usaha kecil dan usaha menengah yang ada di wilayah yang bersangkutan. 3. Memperhatikan jarak antara <i>hypermarket</i> dengan pasar tradisional yang telah ada sebelumnya. |
| | | | Area Parkir: ≥ 1 parkir kendaraan beroda empat untuk setiap 60 m ² luas lantai penjualan pusat |

| | | | |
|----|--------------------|--|--|
| | | | perbelanjaan dan/atau toko modern. |
| | | | Keandalan: Menyediakan fasilitas yang menjamin kebersihan, kesehatan, keamanan, ketertiban dan kenyamanan ruang publik. |
| A. | <i>Minimarket</i> | Toko modern yang memiliki luas lantai < 400 m ² | Komoditi: Menjual secara eceran barang konsumsi terutama produk makanan dan produk rumah tangga lainnya. |
| | | | Lokasi: (khusus) Boleh pada setiap sistem jaringan jalan, termasuk sistem jaringan jalan lingkungan pada kawasan pelayanan lingkungan (perumahan) di dalam kota/ p e r k o t a a n . |
| B. | <i>Supermarket</i> | Toko modern yang memiliki luas lantai diantara 400 m ² - 5.000 m ² | Komoditi: Menjual secara eceran barang konsumsi terutama produk makanan dan produk rumah tangga lainnya. |
| | | | Lokasi: (khusus) 1. Tidak boleh berlokasi pada sistem jaringan jalan lingkungan. 2. Tidak boleh berada pada kawasan pelayanan lingkungan di dalam |

| | | | |
|----|--------------------------|--|---|
| | | | kota/perkotaan. |
| C. | <i>Hypermarket</i> | Toko modern yang memiliki luas lantai > 5.000 m ² | <p>Komoditi: Menjual secara eceran barang konsumsi terutama produk makanan dan produk rumah tangga lainnya.</p> <p>Lokasi: (khusus)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hanya boleh berlokasi pada atau pada akses sistem jaringan jalan arteri atau kolektor. 2. Tidak boleh berada pada kawasan pelayanan lokal atau lingkungan di dalam kota/perkotaan. |
| D. | <i>Departement Store</i> | Toko modern yang memiliki luas lantai > 400 m ² | <p>Komoditi: Menjual secara eceran barang konsumsi utamanya produk sandang dan perlengkapannya dengan penataan barang berdasarkan jenis kelamin dan/atau tingkat usia konsumen.</p> <p>Lokasi: (khusus)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak boleh berlokasi pada sistem jaringan jalan lingkungan. 2. Tidak boleh berada pada kawasan pelayanan lingkungan di dalam kota/perkotaan. |
| E. | <i>Perkulakan</i> | Toko modern yang memiliki luas lantai > | <p>Komoditi: Menjual secara grosir</p> |

| | | | |
|--|--|----------|--|
| | | 5.000 m2 | barang konsumsi. |
| | | | Lokasi: (khusus) Hanya boleh berlokasi pada atau pada akses sistem jaringan jalan arteri atau kolektor primer atau arteri sekunder |

Sumber : Laporan Antara Bappeda, 2008

2.1.2. Sejarah Pasar

Sejak zaman dahulu, tanpa disadari manusia sudah berkaitan erat dengan kegiatan transaksi seperti saat ini. Namun, pada zaman dahulu belum ada alat tukar atau mata uang sebagai alat ukur yang sah dalam kegiatan jual-beli. Sehingga sebelum adanya mata uang ini, manusia memenuhi kebutuhan yang tidak dapat dihasilkan sendiri dengan cara menukar satu barang ditukar dengan barang lainnya yang disebut dengan sistem barter.

Lalu, munculah istilah pasar sebagai tempat yang digunakan sebagai berlangsungnya kegiatan penukaran barang. Istilah jual-beli pun muncul seiring berkembangnya zaman ketika mata uang mulai diciptakan dan menjadi alat ukur yang sah dalam kegiatan transaksi.

2.1.3. Jenis-Jenis Pasar

Berdasarkan pengertian tentang pasar yang memiliki ciri memiliki calon pembeli dan penjual, barang atau jasa, lalu adanya kegiatan yang interaksi maupun transaksi yang berlangsung. Berikut adalah jenis-jenis pasar berdasarkan klasifikasinya masing-masing:

1. Jenis-Jenis Pasar Menurut Transaksi

Jenis pasar menurut transaksi dibagi menjadi 2, yaitu:

a) Pasar Tradisional/Pasar Rakyat

Pasar tradisional/pasar rakyat merupakan tempat dimana terjadi tawar-menawar secara langsung antara penjual dan pembeli. Barang yang ditawarkan pada pasar ini biasanya merupakan barang kebutuhan pokok sehari-hari.

b) Pasar Modern

Pasar modern merupakan pasar yang sudah menetapkan harga barang yang dijual dan tidak bisa ditawar, barang yang ditawarkan pada pasar ini pun cenderung bermacam-macam. Contoh pasar modern adalah pasar swalayan, *hypermarket*, dan *supermarket*.

2. Jenis-Jenis Pasar Menurut Jenis Barang

Jenis pasar menurut jenis barang dibagi menjadi 2, yaitu:

a) Pasar Barang Konsumsi

Pasar konsumsi merupakan pasar yang cenderung memperjualbelikan barang-barang yang dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia.

b) Pasar Sumber Daya Produksi

Pasar sumber daya produksi merupakan pasar yang menyediakan barang untuk diperjualbelikan terkait pada faktor-faktor produksi, seperti: tenaga kerja, mesin-mesin, tanah, dan tenaga ahli.

3. Jenis-Jenis Pasar Menurut Waktu

Jenis pasar menurut waktu dibagi menjadi 5, antara lain:

a) Pasar Harian

Pasar harian adalah pasar yang dilakukan setiap hari. Biasanya pasar ini memperjualbelikan barang-barang untuk kebutuhan konsumsi, jasa, bahan-bahan mentah, dan kebutuhan produksi.

b) Pasar Mingguan

Pasar mingguan adalah pasar yang dilakukan setiap minggu sekali. Biasanya pasar ini ditemukan di daerah-daerah kecil yang penduduknya masih seperti di pedesaan.

c) Pasar Bulanan

Pasar bulanan adalah pasar yang dilakukan setiap bulan sekali. Biasanya terdapat para pembeli di pasar tersebut yang membeli barang-barang tertentu dan kemudian dijual kembali, contoh pasar bulanan adalah pasar hewan.

d) Pasar Tahunan

Pasar tahunan adalah pasar yang dilakukan setiap satu tahun sekali. Biasanya pasar ini bersifat nasional, yang diadakan apabila ada produk baru yang ingin di promosikan. Contohnya adalah pekan raya jakarta atau pasar pameran pembangunan.

e) Pasar Temporer

Pasar temporer adalah pasar yang dilakukan pada waktu-waktu tertentu dan bersifat tidak rutin. Biasanya pasar jenis ini diadakan untuk merayakan suatu peristiwa tertentu. Contohnya adalah bazaar.

4. Jenis-Jenis Pasar Menurut Keleluasaan Distribusi

Jenis pasar menurut keleluasaan distribusi dibagi menjadi 4, antara lain:

a) Pasar Daerah

Pasar daerah merupakan pasar yang hanya melayani kegiatan jual beli pada 1 daerah saja. Produk yang dihasilkan suatu daerah hanya diperjualbelikan di daerah penghasil produk tersebut saja.

b) Pasar Lokal

Pasar lokal merupakan pasar yang hanya melayani kegiatan jual beli pada 1 kota saja. Produk yang dihasilkan suatu kota hanya diperjualbelikan di kota penghasil produk tersebut saja.

c) Pasar Nasional

Pasar nasional merupakan pasar yang hanya melayani kegiatan jual beli pada 1 negara saja atau dalam negeri. Produk yang dihasilkan suatu negara hanya diperjualbelikan di negara penghasil produk tersebut saja.

d) Pasar Internasional

Pasar internasional merupakan pasar yang melayani kegiatan jual beli dari berbagai negara. Jangkauan pasar internasional dapat dikatakan mencapai seluruh dunia.

5. Jenis-Jenis Pasar Menurut Jenis Dagangan

Jenis pasar menurut jenis dagangan dibagi menjadi 3, antara lain:

a) Pasar Umum

Pasar umum merupakan pasar yang memperjualbelikan barang-barang yang beraneka ragam. Berikut golongan jenis-jenis barang dagangan yang diperjualbelikan pada pasar umum:

- Golongan A, yaitu batu mulia, logam mulia, permata dan tekstil.
- Golongan B, yaitu batik, konveksi, pakaian tradisional, kerajinan, barang kelontong, barang pecah belah, plastik, obat-obatan, bahan-bahan kimia, bumbu-bumbu, bahanbahan bangunan, daging dan ikan.

- Golongan C, yaitu beras, tepung terigu, ketan, jagung, gula pasir, teh, kopi, buah-buahan, minyak goreng, jahe, warung makan dan jajan pasar.
- Golongan D, yaitu kembang, anyam-anyaman, gerabah, barang-barang bekas (seperti sepatu, sandal, pakaian), barang-barang bekas (seperti alat-alat elektronik) dan barang-barang bekas (bahan bangunan).

b) Pasar Khusus

Pasar khusus merupakan pasar yang bersifat spesifik hanya memperjualbelikan satu jenis barang saja, misalnya pasar hewan. Berikut golongan jenis-jenis barang dagangan yang diperjualbelikan pada pasar khusus:

- Golongan A, yaitu memperjualbelikan kendaraan bermotor, ternak, sepeda
- Golongan B, yaitu tanaman (bunga hias), bahan bangunan, hasil bumi dan furniture.

c) Pasar Tempel

Pasar tempel merupakan jenis pasar umum yang secara formal tidak dikelola atau diakui oleh pemerintah daerah, akan tetapi secara fungsional telah berperan sebagai pasar dengan wilayah pelayanan tertentu. Pembagian jenis dagangan untuk penempatannya dalam golongan los-los, adalah:

- Los Sayur: Sayur-sayuran, buah-buahan.
- Los Pakaian: Tekstil, pakaian tradisional, batik, sepatu, tas, konveksi.
- Los Kelontong: Kelontong, pecah-belah, barang-barang plastik.
- Los Hasil Bumi: Beras, ketan, palawija, bahan kering-mentah.
- Los Bumbon: Rempah-rempah, bumbu dapur, bahan jamu.
- Los Daging: Macam-macam daging, hasil perikanan dan peternakan.
- Los Campuran: Macam-macam dagangan termasuk makanan matang

2.1.4. Fungsi Pasar

Terdapat 3 fungsi pasar secara umum, antara lain:

1. Pasar Sebagai Sarana Distribusi

Pasar merupakan tempat terjadinya interaksi dan transaksi antara penjual dan pembeli. Maka dari itu, pasar menjadi salah satu sarana untuk menyalurkan barang dari produsen kepada konsumen.

2. Pasar Sebagai Pembentuk Harga

Sebelum terjadinya kesepakatan harga antara penjual dan pembeli, dilakukan proses tawar menawar dan akhirnya terjadi transaksi jual-beli. Kesepakatan harga antara penjual dan pembeli ini disebut dengan harga pasar.

3. Pasar Sebagai Sarana Promosi

Karena pasar pada umumnya menyediakan barang untuk memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari, sehingga pasar banyak dikunjungi orang untuk berbelanja. Maka dari itu, pasar menjadi sarana paling tepat untuk ajang promosi

2.1.5. Klasifikasi Pasar

Berdasarkan klasifikasinya pasar secara umum dibedakan menjadi 5 kelas, yaitu:

4. Pasar Kelas I

Pasar kelas I merupakan pasar yang melayani perdagangan tingkat regional, dengan komponen bangunan yang lengkap, sistem arus barang dan orang baik di dalam maupun luar bangunan.

5. Pasar Kelas II

Pasar kelas II merupakan pasar yang melayani perdagangan tingkat kota, dengan komponen bangunan yang lengkap, sistem arus barang dan orang baik di dalam maupun luar bangunan.

6. Pasar Kelas III

Pasar kelas III merupakan pasar yang melayani perdagangan tingkat wilayah kota, dengan komponen bangunan yang lengkap, sistem arus barang dan orang baik di dalam maupun luar bangunan.

7. Pasar Kelas IV

Pasar kelas IV merupakan pasar yang melayani perdagangan tingkat lingkungan, dengan komponen bangunan yang lengkap, sistem arus barang dan orang banyak terjadi di dalam bangunan.

8. Pasar Kelas V

Pasar kelas V merupakan pasar yang melayani perdagangan tingkat perkampungan dan blok, dengan bangunan yang lengkap tanpa atau dengan komponen bangunan, sistem arus barang dan orang terjadi cukup baik.

2.2. TINJAUAN KHUSUS PASAR RAKYAT

2.2.1. Pengertian Pasar Rakyat

Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor: 56/M_DAG/PER/9/2014 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 70/M-DAG/PER/12/2013 tentang Pedomanan Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern, penyebutan kata pasar tradisional sudah diubah menjadi pasar rakyat, pernyataan tersebut tertera pada pasal II ayat 1.

Sehingga pasar tradisional atau pasar rakyat dapat didefinisikan sebagai pasar yang pelaksanaannya bersifat tradisional, dimana penjual dan pembeli bertemu melakukan kesepakatan harga dan masih menggunakan sistem tawar-menawar. Pada umumnya, pasar rakyat menyediakan berbagai macam kebutuhan sehari-hari dan jenis pasar rakyat ini sering kali dijumpai di tempat terbuka, walaupun tidak sedikit juga pasar jenis ini dalam bentuk bangunan.

pasar rakyat yang berbentuk bangunan ini, pada umumnya terdiri dari kios-kios, lapak, dan toko - toko semi permanen yang biasanya digunakan untuk berjualan makanan ringan, pakaian, atau alat-alat rumah tangga. Selain itu, barang-barang yang ditawarkan di pasar ini relatif lebih murah dibandingkan dengan pasar modern atau swalayan dan karena pasar ini merupakan sebuah pasar yang konvensional, pasar ini tidak menggunakan banyak energi listrik seperti penggunaan AC, lampu, dan lain-lain. Sehingga, pasar rakyat memaksimalkan penghawaan dan pencahayaan alami.

2.2.2. Sejarah Pasar Rakyat

Menurut makalah dalam Forum Musyawarah Daerah, IAI cabang Sumatera Selatan Tahun 1995, dikemukakan oleh Adhi Moersid bahwa dalam lingkungan komunitas masyarakat yang bermukim secara tetap, dapat disebut dengan adanya pasar. Pasar pada umumnya berada di suatu ruang atau lapangan yang terbuka, misalnya di salah satu sudut perempatan jalan atau tempat-tempat yang dilihat strategis berdasarkan jarak capai dan aksesibilitas baik dari dalam maupun luar lingkungan yang bersangkutan. Pada mulanya, pasar dimulai dari suatu kejadian pada waktu-waktu tertentu, dengan prasarana yang

serba sementara. Dengan adanya pasar di waktu-waktu tertentu inilah yang kemudian muncul istilah pasar minggu, pasar senin, pasar rabu, pasar kliwon, pasar legi, dan lain-lain.

Secara umum, pasar merupakan tempat berlangsungnya kegiatan jual-beli barang atau jasa yang dilakukan oleh penjual dan pembeli. Namun, pelaku penjual pasar rakyat biasanya terdiri dari berbagai macam profesi, seperti para petani yang menjualkan hasil bumi, produsen/pedagang eceran yang menyediakan barang-barang untuk kebutuhan sehari-hari, dan penduduk lingkungan setempat. Kegiatan jual-beli di dalam pasar atau kegiatan interaksi antara penjual dan pembeli, seperti adanya sistem tawar-menawar, munculnya kesepakatan harga antara penjual dan pembeli. Tempat terjadinya hal tersebut sudah bisa disebut dengan pasar tradisional/rakyat

2.2.3. Jenis-Jenis Pasar Rakyat

Berdasarkan jenis kegiatannya, pasar rakyat dibedakan menjadi 3, yaitu:

1. Pasar eceran, dimana permintaan dan penawaran barang secara eceran atau satuan.
2. Pasar grosir, dimana terdapat permintaan dan penawaran dalam jumlah besar.
3. Pasar induk, pasar yang lebih besar dari pasar grosir dan menjadi pusat pengumpulan dan penyimpanan bahan pangan.

Selain itu, pasar rakyat juga dibedakan berdasarkan kegiatan pelayanan, antara lain:

1. Fasilitas Perdagangan yang Terpusat

Pasar ini memiliki hierarki paling tinggi dari fasilitas perdagangan dan memiliki tata letak di pusat kota. Fasilitas ini terdiri dari perdagangan eceran dan perdagangan besar.

2. Fasilitas Perdagangan yang Tersebar

Berfungsi sebagai pelayanan lingkungan di dalam kota, dimana terdapat pusat-pusat area pelayanan dan menjadi satu dengan fasilitas sosial lainnya. Tingkat pelayanan ini terbagi menjadi beberapa tingkatan yaitu pasar regional, kota, wilayah, lingkungan, dan pasar blok atau kecamatan.

2.2.4. Fungsi Pasar Rakyat

Pada umumnya pasar merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi sektor perekonomian suatu daerah. pasar rakyat sendiri memiliki fungsi atau peranan penting, antara lain:

1. Pasar sebagai sumber retribusi daerah
2. Pasar sebagai tempat pertukaran barang
3. Pasar sebagai pusat pengembangan ekonomi rakyat
4. Pasar sebagai pusat perputaran uang daerah
5. Pasar sebagai lapangan pekerjaan

2.2.5. Kriteria Pasar Rakyat

Untuk membedakan pasar rakyat dengan jenis pasar lainnya, berikut beberapa kriteria yang dapat diperhatikan:

1. Adanya sistem tawar-menawar antara penjual dan pembeli
2. Pasar tradisional dimiliki, dibangun, dan dikelola oleh pemerintah daerah
3. Tempat usaha dari berbagai jenis barang atau produk kebutuhan sehari-hari
4. Sebagian besar barang dan jasa yang ditawarkan adalah produksi lokal

2.3. TINJAUAN UMUM REVITALISASI

2.3.1. Pengertian Revitalisasi

Secara luas dan mendasar arti dari kata 'revitalisasi' menurut Sri-Edi Swasono (2002) adalah menghidupkan dan menggiatkan kembali faktor-faktor pembangunan (tanah, tenaga kerja, modal, ketrampilan dan kewirausahaan, ditambah kelembagaan keuangan, birokrasi, serta didukung sarana/prasarana fisik) dan para pelaku pembangunan untuk menacomodasikan secara struktural dan fungsional tantangan, juga kebutuhan baru. Lalu, ada juga pengertian revitalisasi berdasarkan Peraturan Menteri Pekerjaan Umum No. 18 tahun 2010 tentang Pedoman Revitalisasi Kawasan, revitalisasi adalah upaya untuk meningkatkan nilai lahan/kawasan melalui pembangunan kembali dalam suatu kawasan yang dapat meningkatkan fungsi kawasan sebelumnya (pasal 1 ayat 1). Sedangkan, pengertian kawasan yang dimaksud adalah wilayah yang memiliki fungsi utama lindung atau budidaya (pasal 1 ayat 4).

Beberapa ahli juga mengemukakan pendapatnya tentang pengertian revitalisasi, S. Tiesdell (1996) berpendapat bahwa revitalisasi adalah upaya untuk menghidupkan kembali sebuah bangunan, distrik/kawasan kota yang sudah mengalami degradasi, melalui intervensi fisik dan non-fisik, seperti sosial dan ekonomi. Selain itu, pengertian revitalisasi juga dipaparkan oleh Widjaja Martokusumo (2001) bahwa revitalisasi memiliki arti menghidupkan kembali distrik atau kawasan kota yang telah mengalami

degradasi, baik dalam lingkup ekonomi, sosial budaya, makna dan citra hingga tampilan visual, dan upaya tersebut dilakukan melalui intervensi fisik dan non-fisik

Menurut Danisworo (2002), pendekatan revitalisasi harus mampu mengenali dan memanfaatkan potensi lingkungan, seperti sejarah, makna, keunikan lokasi, dan citra tempat. Upaya revitalisasi sendiri tidak hanya berorientasi pada keindahan fisik saja, namun upaya ini juga harus dilengkapi dengan peningkatan ekonomi masyarakatnya serta pengenalan budaya yang ada. Keterlibatan masyarakat pada upaya revitalisasi juga menjadi salah satu faktor yang mendukung, keterlibatan yang dimaksud bukan hanya sekedar ikut serta untuk mendukung aspek formalitas yang memerlukan adanya partisipasi masyarakat, dan keterlibatan masyarakat yang dimaksud tidak hanya untuk masyarakat di lingkungan tersebut, melainkan masyarakat dalam arti luas (Laretna, 2002).

Berdasarkan pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa revitalisasi merupakan proses menghidupkan kembali suatu kawasan atau bangunan yang telah menurun termasuk kehidupan sosial budaya dan ekonomi di dalamnya, dan untuk meningkatkan fungsi kawasan/bangunan sebelumnya, upaya ini dilakukan melalui intervensi-intervensi fisik maupun non-fisik untuk mengakomodasi kebutuhan dan tantangan baru.

2.3.2. Aspek-Aspek Revitalisasi

Dalam melakukan upaya revitalisasi, terdapat beberapa aspek dan tahapan dikarenakan upaya revitalisasi merupakan kegiatan yang kompleks. Berikut aspek-aspek dalam upaya revitalisasi:

1. Intervensi Fisik

Intervensi fisik merupakan awal dari kegiatan fisik suatu revitalisasi dan dilakukan secara bertahap, seperti perbaikan dan peningkatan kualitas terjadap kondisi fisik bangunan, tata hijau, sistem penghubung, sistem tanda/reklame, dan ruang terbuka kawasan. Intervensi fisik juga perlu memerhatikan isu lingkungan (*environmental sustainability*) yang ada, karena isu lingkungan menjadi salah satu aspek penting.

2. Rehabilitasi Ekonomi

Rehabilitasi ekonomi merupakan suatu kegiatan yang harus didukung dalam proses revitalisasi yang diawali dengan proses peremajaan artefak urban. Fungsi campuran dalam konteks revitalisasi perlu dikembangkan agar dapat mendorong terjadinya aktivitas ekonomi dan sosial (vitalitas baru).

3. Revitalisasi Sosial/Intitusional

Revitalisasi sebuah kawasan akan terukur apabila upaya tersebut mampu menciptakan lingkungan yang menarik. Bentuk revitalisasi ini juga harus dapat memberikan dampak positif dan meningkatkan dinamika serta kehidupan sosial masyarakat/warga (*public realm*). Untuk menciptakan lingkungan sosial yang berjati diri (*place marking*), kegiatan perancangan dan pembangunan kota perlu didukung oleh suatu pengembangan institusi yang baik.

2.3.3. Tujuan dan Sasaran Revitalisasi

Tujuan dari revitalisasi kawasan adalah terciptanya pertumbuhan dan stabilitas ekonomi lokal, terintegrasinya sistem kota, layak huni, berkeadilan sosial, berwawasan budaya dan lingkungan, melalui intervensi perkotaan dengan meningkatkan vitalitas kawasan terbangun.

Lalu, tentunya ada juga sasaran dari upaya revitalisasi sebuah kawasan, yaitu:

- a. Meningkatnya stabilitas ekonomi kawasan melalui intervensi untuk:
 - Meningkatkan kegiatan yang mampu mengembangkan adanya lapangan pekerjaan, meningkatkan jumlah dan variasi usaha serta produktivitas kawasan.
 - Menstimulasi faktor-faktor yang mampu mendorong peningkatan produktivitas kawasan.
 - Meningkatkan investasi yang masuk ke dalam kawasan dan mengurangi jumlah kapital yang bergerak keluar kawasan.
- b. Mengembangkan penciptaan iklim yang kondusif bagi kontinuitas dan kepastian usaha.
- c. Mereduksi berbagai faktor eksternal yang menghambat sebuah kawasan melalui peningkatan nilai properti kawasan, agar nilai properti kawasan sesuai dengan nilai pasar dan kondusif bagi investasi jangka panjang.
- d. Terintegrasinya area-area kumuh yang terisolir dengan sistem kota dari segi spasial, prasarana, sarana serta kegiatan ekonomi, sosial, dan budaya.
- e. Meningkatnya kuantitas dan kualitas sarana kawasan, seperti pasar, ruang untuk industri, ruang ekonomi formal dan informal, fasilitas sosial dan budaya, dan sarana transportasi. Serta prasarana lingkungan, yaitu jalan dan jembatan, air bersih, drainase, sanitasi dan persampahan.

- f. Meningkatnya kelengkapan fasilitas kenyamanan (*amneity*) kawasan guna mencegah proses kerusakan ekologi lingkungan.
- g. Mencegah terjadinya ‘perusakan diri-sendiri’ atau *self-destruction* dan perusakan akibat kreasi baru atau *creative-destruction*, hal tersebut dilakukan agar terciptanya pelestarian aset warisan budaya perkotaan. Selain itu, melestarikan tipe dan bentuk kawasan, serta mendorong kesinambungan dan tumbuhnya tradisi sosial dan budaya setempat.
- h. Penguatan kelembagaan yang mampu mengelola, memelihara, dan merawat kawasan revitalisasi.
- i. Penguatan kelembagaan yang meliputi pengembangan sumber daya manusia, kelembagaan dan peraturan/ketentuan undang-undang.
- j. Membangun kesadaran dan meningkatkan kompetensi pemerintah daerah, agar lebih fokus pada kawasan yang rusak atau berpotensi dilakukan revitalisasi dibandingkan membangun kawasan baru.

2.4. TINJAUAN REVITALISASI PASAR RAKYAT

2.4.1. Pengertian Revitalisasi Pasar Rakyat

Menngacu pada tinjauan tentang pengertian pasar rakyat dan revitalisasi sebelumnya, dapat diartikan bahwa revitalisasi pasar rakyat merupakan suatu upaya untuk meningkatkan nilai atau menghidupkan kembali pasar rakyat melalui intervensi fisik dan non-fisik (sosial dan budaya) yang dapat meningkatkan fungsi sebelumnya. Sedangkan berdasarkan Undang-Undang No. 7 tahun 2014 tentang Perdagangan, pasal 13 ayat (1), (2), dan (3), revitalisasi pasar rakyat merupakan sebuah program kerja yang diamanatkan bahwa pemerintah bekerja sama dengan pemerintah daerah dalam melakukan pembangunan, pemberdayaan, dan peningkatan kualitas pengelolaan pasar rakyat untuk meningkatkan daya saing dalam bentuk pembangunan dan/atau revitalisasi pasar rakyat, implementasi manajemen pengelolaan yang profesional, fasilitasi akses penyediaan barang dengan mutu yang baik dan harga yang bersaing, dan fasilitasi akses pembiayaan kepada pedagang pasar di pasar rakyat.

2.4.2. Maksud dan Tujuan Revitalisasi Pasar Rakyat

Maksud dan tujuan dari upaya revitalisasi pasar rakyat menurut Menteri Perdagangan RI, antara lain:

1. Meningkatkan omset pedagang pasar rakyat, dengan mendorong pasar rakyat agar lebih modern sehingga mampu bersaing dengan pusat perbelanjaan dan toko-toko modern.
2. Meningkatkan pelayanan dan akses yang lebih baik kepada masyarakat konsumen, sekaligus menjadikan pasar rakyat sebagai penggerak perekonomian daerah.
3. Menjadikan pasar rakyat sebagai tujuan tetap belanja para konsumen dan referensi dalam pembangunan pasar lainnya melalui perwujudan pasar rakyat dengan manajemen yang modern, pasar yang lebih bersih, sehat, aman, segar, dan nyaman. Dalam program revitalisasi pasar rakyat Kemendag RI terdapat konsep dan prinsip, yaitu upaya revitalisasi ini tidak hanya menyentuh perbaikan fisik saja, melainkan juga dari sisi ekonomi, sosial budaya, dan manajemen.

2.4.3. Indikator Revitalisasi Pasar Rakyat

Untuk mengidentifikasi sebuah pasar rakyat itu dibutuhkan sebuah revitalisasi atau tidak, dapat dilihat berdasarkan standar-standar terkait pasar rakyat. Salah satu yang menjadi acuan layak atau tidak layaknya sebuah pasar rakyat di Indonesia adalah Standar Nasional Indonesia (SNI) 8152 tahun 2015 tentang Pasar Rakyat. Berikut adalah Tabel Persyaratan Pasar Rakyat Berdasarkan Tipe.

Tabel 2.2. Tabel Persyaratan Pasar Rakyat Berdasarkan Tipe

| No. | Kriteria | Tipe I | Tipe II | Tipe III | Tipe IV |
|---------------------------|--|--|--|--|--|
| 1. | Jumlah pedagang terdaftar | > 750 orang | 501 – 750 orang | 250 - 500 orang | < 250 orang |
| Persyaratan Teknis | | | | | |
| 2. | Ukuran luas ruang dagang | Minimal 2 m ² | Minimal 2 m ² | Minimal 2 m ² | Minimal 1 m ² |
| 3. | Jumlah Pos Ukur Ulang | Minimal 2 Pos | Minimal 2 Pos | Minimal 2 Pos | Minimal 1 Pos |
| 4. | Zonasi | <ul style="list-style-type: none"> • Pangan basah • Pangan kering • Siap saji • Non pangan • Tempat pemotongan unggas hidup | <ul style="list-style-type: none"> • Pangan basah • Pangan kering • Siap saji • Non pangan • Tempat pemotongan unggas hidup | <ul style="list-style-type: none"> • Pangan basah • Pangan kering • Siap saji • Non pangan • Tempat pemotongan unggas hidup | <ul style="list-style-type: none"> • Pangan basah • Pangan kering • Siap saji • Non pangan • Tempat pemotongan unggas hidup |
| 5. | Area parkir | Proporsional dengan luas lahan pasar | Proporsional dengan luas lahan pasar | Proporsional dengan luas lahan pasar | Proporsional dengan luas lahan pasar |
| 6. | Area bongkar muat barang | Tersedia khusus | Tersedia khusus | ada | ada |
| 7. | Akses untuk masuk dan keluar kendaraan | Terpisah | Terpisah | ada | ada |
| 8. | Lebar koridor/gangway | Minimal 1,8 m | Minimal 1,8 m | Minimal 1,5 m | Minimal 1,2 m |
| 9. | Kantor pengelola | di dalam lokasi pasar | di dalam lokasi pasar | di dalam lokasi pasar | ada |

| No. | Kriteria | Tipe I | Tipe II | Tipe III | Tipe IV |
|-----|---|---|---|---|---|
| 10. | Lokasi toilet dan Kamar mandi (terpisah antara pria dan wanita) | Minimal berada pada 4 lokasi yang berbeda | Minimal berada pada 3 lokasi yang berbeda | Minimal berada pada 2 lokasi yang berbeda | Minimal berada pada 1 lokasi |
| 11. | Jumlah toilet pada satu lokasi | Minimal 4 toilet pria dan 4 toilet wanita | Minimal 3 toilet pria dan 3 toilet wanita | Minimal 2 toilet pria dan 2 toilet wanita | Minimal 1 toilet pria dan 1 toilet wanita |
| 12. | Tempat penyimpanan bahan pangan basah bersuhu rendah / lemari pendingin | ada | ada | -- | -- |
| 13. | Tempat cuci tangan | Minimal berada pada 4 lokasi yang berbeda | Minimal berada pada 3 lokasi yang berbeda | Minimal berada pada 2 lokasi yang berbeda | Minimal berada pada 1 lokasi |
| 14. | Ruang Menyusui | Minimal 2 ruang | Minimal 1 ruang | ada | ada |
| 15. | CCTV | Minimal berada pada 2 lokasi yang berbeda | Minimal berada pada 2 lokasi yang berbeda | Minimal berada pada 1 lokasi | -- |
| 16. | Ruang peribadatan | Minimal 2 ruang | Minimal 1 ruang | Minimal 1 ruang | ada |
| 17. | Ruang bersama | ada | ada | ada | -- |
| 18. | Pos kesehatan | ada | ada | ada | ada |
| 19. | Pos keamanan | ada | ada | ada | ada |
| 20. | Area merokok | ada | ada | ada | ada |
| 21. | Ruang disinfektan | ada | ada | ada | -- |
| 22. | Area penghijauan | ada | ada | ada | ada |
| 23. | Tinggi anak tangga (untuk pasar dengan 2 lantai) | Maksimal 18 cm | Maksimal 18 cm | Maksimal 18 cm | Maksimal 18 cm |
| 24. | Tinggi meja tempat penjualan dari lantai, di zona pangan | Minimal 60 cm | Minimal 60 cm | Minimal 60 cm | Minimal 60 cm |
| 25. | Akses untuk kursi roda | ada | ada | -- | -- |
| 26. | Jalur evakuasi | ada | ada | ada | ada |

| No. | Kriteria | Tipe I | Tipe II | Tipe III | Tipe IV |
|--------------------------------|------------------------------------|--|--|--|--|
| 27. | Tabung pemadam kebakaran | ada | ada | ada | ada |
| 28. | Hidran air | ada | ada | -- | -- |
| 29. | Pengujian kualitas air bersih | Setiap 6 bulan | Setiap 6 bulan | Setiap 1 tahun | Setiap 1 tahun |
| 30. | Pengujian limbah cair | Setiap 6 bulan | Setiap 6 bulan | Setiap 1 tahun | Setiap 1 tahun |
| 31. | Ketersediaan tempat sampah | <ul style="list-style-type: none"> • setiap toko/kios/los/jongko/konter/pelataran • setiap fasilitas pasar | <ul style="list-style-type: none"> • setiap toko/kios/los/jongko/konter/pelataran • setiap fasilitas pasar | <ul style="list-style-type: none"> • setiap toko/kios/los/jongko/konter/pelataran • setiap fasilitas pasar | <ul style="list-style-type: none"> • setiap toko/kios/los/jongko/konter/pelataran • setiap fasilitas pasar |
| 32. | Alat angkut sampah | ada | ada | ada | ada |
| 33. | Tempat pembuangan sampah sementara | ada | ada | ada | ada |
| 34. | Pengelolaan sampah berdasarkan 3R | ada | ada | ada | ada |
| 35. | Sarana telekomunikasi | ada | ada | ada | ada |
| Persyaratan Pengelolaan | | | | | |
| 36. | Informasi identitas pedagang | ada | ada | ada | ada |
| 37. | Informasi kisaran harga | ada | ada | ada | ada |
| 38. | Informasi zonasi pasar | ada | ada | ada | ada |
| 39. | Prosedur Kerja /SOP | ada | ada | ada | ada |

| No. | Kriteria | Tipe I | Tipe II | Tipe III | Tipe IV |
|-----|---|--|---|---|--|
| 40. | Struktur Pengelola | <ul style="list-style-type: none"> • Kepala Pasar, • Bidang Administrasi dan Keuangan, • Bidang Ketertiban dan Keamanan, • Bidang Pemeliharaan dan Kebersihan, • Bidang Pelayanan Pelanggan dan Pengembangan Komunitas. | <ul style="list-style-type: none"> • Kepala Pasar • Bidang Administrasi, Keuangan, Pelayanan Pelanggan dan Pengembangan Komunitas • Bidang Ketertiban dan Keamanan; • Bidang Pemeliharaan dan Kebersihan. | <ul style="list-style-type: none"> • Kepala Pasar • Bidang Administrasi, Keuangan, Pelayanan Pelanggan dan Pengembangan Komunitas • Bidang Ketertiban, Keamanan, Pemeliharaan, dan Kebersihan. | <ul style="list-style-type: none"> • Kepala Pasar, Administrasi, Keuangan, Pelayanan Pelanggan dan Pengembangan Komunitas • Bidang Ketertiban, Keamanan, Pemeliharaan, dan Kebersihan. |
| 41. | Jumlah pengelola | Minimal 5 orang | Minimal 4 orang | Minimal 3 orang | Minimal 2 orang |
| 42. | Pelaksanaan sidang tera/ tera ulang | Minimal 1 kali dalam 1 tahun | Minimal 1 kali dalam 1 tahun | Minimal 1 kali dalam 1 tahun | Minimal 1 kali dalam 1 tahun |
| 43. | Program pengembangan dan aktivasi pasar | ada | ada | ada | ada |
| 44. | Program pemberdayaan komunitas pasar | ada | ada | ada | ada |

Sumber: Badan Standarisasi Nasional, 2015

Berdasarkan data dari Badan Standar Nasional tahun 2015, terdapat kajian mengenai faktor dan indikator aksesibilitas pada pasar. Berikut adalah tabel faktor dan indikator aksesibilitas pada pasar.

Tabel 2.3. Tabel Faktor dan Indikator Aksesibilitas Pada Pasar

| No | Faktor | Indikator | | |
|----|----------------------------|-------------|-----------------|-------------|
| | | Mudah | Cukup | Sulit |
| 1 | Jarak dari Jalan Raya ke | < 100 meter | 100 - 300 meter | > 300 meter |
| 2 | Jumlah Pintu Masuk** | 3 | 2 | 1 |
| 3 | Jumlah Tangga per Lantai** | > 3 | 2 - 3 | 1 |
| 4 | Lebar Pintu Masuk*** | > 2 meter | 1,8 - 2 meter | < 1,8 meter |
| 5 | Lebar Lorong | > 1,5 meter | 1,5 - 1,8 meter | < 1,5 meter |
| 6 | Ramp | Ada | Ada | Tidak Ada |
| 7 | Eskalator | Ada | Ada | Tidak Ada |
| 8 | Akses untuk kursi roda | Ada | Ada | Tidak Ada |
| 6 | Transportasi Angkutan Umum | > 2 moda | 1 - 2 moda | Tidak Ada |

Sumber: Badan Standarisasi Nasional, 2015