

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Kegiatan penduduk meliputi kegiatan sosial (kegiatan keluarga, pemeliharaan kesehatan, pendidikan, keagamaan, hiburan, dll) dan kegiatan ekonomi (subsisten, konsumsi, pertukaran barang dan jasa....) (sukriswanto, 2012). Kegiatan sosial ekonomi ini dilakukan oleh penduduk untuk menjamin kehidupan mereka sebagai individu dan kolektif. Secara naluriah, manusia memiliki kebutuhan dan keinginan, dimana kebutuhan seseorang harus dipenuhi untuk bertahan hidup, sedangkan keinginannya dapat dipenuhi untuk memuaskan keinginan atau kesukaannya. Dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan inilah orang melakukan kegiatan ekonomi dan sosial.



Gambar 1.1 Sumber Gambar : Google Earth tahun 2003 dan 2019

Kegiatan yang berlangsung di pusat perbelanjaan di pasar umum, dan pasar tradisional merupakan salah satu subsistem dari pusat perbelanjaan di kota, merupakan salah satu parameter yang dapat digunakan untuk mengukur

pertumbuhan dan dinamika perekonomian kota. . Intensitas dan keragaman kegiatan yang terjadi di pasar menjadi ciri fungsi kegiatan ekonomi di suatu kota. Semakin banyak aktivitas yang terjadi di pasar merupakan indikator semakin dinamisnya perputaran perekonomian kota. Hingga saat ini, pasar menempati posisi terpenting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Beragamnya pilihan konsumen dalam berbelanja untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Pasar yang menjadi tulang punggung perekonomian tidak dapat disaingi oleh pasar modern yang semakin berkembang, karena melibatkan ratusan pedagang yang relatif kecil. Selain itu, pasar dianggap sebagai pusat sirkuit pemasaran produk-produk pengusaha kecil serta sumber pendapatan bahan baku yang dibutuhkan untuk industri yang dianggap sangat strategis untuk pengembangan ekonomi masyarakat.



Gambar 1.2 Sumber Gambar : Google Earth tahun 2020 dan 2021

Keberadaan pasar khususnya pasar tradisional merupakan salah satu indikator yang paling jelas dari kegiatan ekonomi masyarakat di suatu daerah. Sebagai fasilitas umum, keberadaan pasar tradisional turut mendukung kegiatan ekonomi masyarakat. Perkembangan zaman dan perubahan gaya hidup yang gencar dipromosikan oleh berbagai media sedikit banyak mengusik keberadaan pasar tradisional. Namun, pasar masih bisa bertahan dan bersaing dalam lanskap invasi modern dengan berbagai samaran. Fakta ini dipengaruhi oleh kepribadian/budaya konsumen. Meski mudah menerima informasi tentang

gaya hidup modern, ternyata masyarakat masih memiliki budaya untuk tetap berkunjung dan berbelanja di pasar tradisional. Masyarakat menemukan bahwa pasar tradisional memiliki tiga ciri khas yaitu, pertama, suasana dimana terjadi proses negosiasi harga yang dapat menjalin kedekatan antara penjual dan pembeli yang tidak dapat dicapai saat membeli. Berbelanja di pasar modern. Selama negosiasi ini, ada perasaan yang berkembang dengan baik antara pembeli dan pelanggan. Kedua, pedagang di pasar tradisional sudah mengetahui dengan pasti apa yang diinginkan pelanggan dari barang yang dibelinya. Ketiga, pasar tradisional dapat menyediakan produk yang diinginkan masyarakat dengan harga menarik untuk barang/produk khusus yang tidak tersedia di pasar modern (Karim, 2015).

Survei yang dilakukan BPS pada tahun 2012 menunjukkan bahwa sektor ritel dapat menyerap 23,4 juta tenaga kerja, atau sekitar 21,3% dari total tenaga kerja Indonesia. Dengan angka tersebut, tenaga kerja di sektor ritel menempati urutan kedua setelah sektor pertanian yang menyerap 39,3 juta tenaga kerja atau sekitar 35,8% dari total tenaga kerja Indonesia. Khusus sektor ritel di pasar tradisional, Kemenperin mencatat, di seluruh Indonesia terdapat 13.450 pasar tradisional dengan 12,6 juta pedagang yang melayani kebutuhan sehari-hari hampir 60% penduduk Indonesia. Peran pasar tradisional melalui pelaku ekonomi mikro tersebut setidaknya membuat Indonesia sangat tahan terhadap krisis untuk menghindari krisis ekonomi global yang terjadi pada tahun 2008-2009 dan krisis global yang melanda Eropa belum lama ini. Konsumsi masyarakat yang dibelanjakan di dalam negeri menjadi pendorong penting meski nilai ekspor turun. Sebuah kekuatan ekonomi yang patut diperhitungkan

mengingat penduduk Indonesia yang berjumlah 240 juta jiwa sudah menguasai 40% pangsa pasar di kawasan ASEAN. Pemerintah daerah harus dilibatkan dalam program revitalisasi pasar tradisional di daerahnya untuk mengimbangi pertumbuhan pasar modern. Pasar tradisional perlu dihidupkan kembali agar tidak kalah dengan kehadiran pasar modern. Pasar tradisional memiliki peran yang sangat penting bagi perekonomian masyarakat sekitar, sehingga perlu dipertahankan keberadaannya (Magdina et al, 2018).

Pasar tradisional merupakan pasar yang berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia dan memiliki keunggulan daya saing alami. Keberadaan pasar tradisional ini sangat bermanfaat, tidak hanya bagi pemerintah daerah atau pusat, tetapi juga bagi masyarakat yang menggantungkan hidupnya pada kegiatan perdagangan, karena di pasar tradisional banyak entitas yang memiliki arti penting dan berusaha mensejahterakan hidupnya, dapatkan mereka pedagang, pembeli, tukang daging, dll.

Mereka semua adalah orang-orang yang berperan penting dalam menjaga eksistensi pasar tradisional di Indonesia. Di pasar tradisional banyak terdapat interaksi yang tidak terdapat di pasar modern, dimana masyarakat yang berbisnis di pasar tradisional tidak membeli barang tetapi mereka akan menjual kembali di tokonya secara borongan dari para pedagang, hal ini dikarenakan mereka memiliki modal yang kecil dan tidak mencukupi. Untuk membeli barang – barang dalam jumlah banyak, mereka juga tidak memiliki sarana yang cukup untuk menyimpan barang yang terlalu banyak karena pedagang tidak

memiliki tempat yang luas untuk menyimpan barang seperti di pasar modern negara lain.

Pada pasar tradisional yang tidak dapat dikatakan layak jika adanya beberapa masalah yang terjadi di pasar seperti bangunan pasar tradisional yang sudah tidak layak, kios dangan yang sudah tidak memadai, gang antar kios semakin sempit, jalan utama mengalami kerusakan, air yang sudah tidak bersih, toilet yang mengalami kerusakan, tidak adanya alat pemadam kebakaran, dan juga tidak adanya tempat pembuangan sampah umum. Sehingga dengan adanya beberapa permasalahan yang terjadi maka pasar tradisional harus memiliki manajemen pasar.

Memang, pengelolaan peralatan merchandising tradisional tidak selalu mulus. Sebelum dilakukan pemugaran atau rekonstruksi pada tahun 2019, pasar tradisional Lolowa Atambua tidak memiliki infrastruktur, struktur, dan kebijakan yang jelas. Sebelumnya, bentuk pasar ini semi permanen, sebagian non permanen. Sedangkan bentuk pasar secara umum adalah semi permanen.

Meski secara keseluruhan bentuk bangunannya semi permanen, pedagang hanya perlu membayar biaya kebersihan dua kali dalam seminggu. Dengan membayar satu tiket saja, biaya table cleaning adalah Rp 5.000 per makan, karena pasar tradisional Lolowa Atambua hanya buka tiga kali dalam seminggu, yaitu hari Jumat, Sabtu, dan Minggu. Juga tidak ada biaya sewa, karena pedagang hanya perlu membayar biaya pembersihan/harian.

Meski pasar tradisional Lolowa Atambua tidak memungut uang sewa dari pengusaha kecil, namun setiap pedagang kecil yang datang berdagang harus tetap melapor kepada pengurus pasar agar bisa jelas dalam pengelolaan

fasilitas pasar. Dan karena itu, ada pedagang yang tidak memberi sinyal, mereka berdagang seenaknya tanpa memakan tempat dan malah lancang memaksa pedagang lain untuk membeli dari pedagang tersebut dengan menawarkan harga yang lebih murah dari satu.sedikit. Hal ini membuat para pedagang yang sudah pernah berdagang di pasar sebelumnya merasa tidak nyaman. Sementara setiap orang memiliki properti mereka sendiri, cara mereka melakukannya tidak etis dan juga menyebabkan transaksi komersial kurang. Selain itu, masalah lain dalam pengelolaan ini adalah pedagang, termasuk pembeli, tidak puas karena pasar tidak memiliki toilet umum dan tidak memiliki tempat parkir. Oleh karena itu, pedagang kecil dan pembeli harus mencari toilet di sekitar pasar, memarkir mobilnya di pinggir jalan, membuat jalan menjadi sempit. Meskipun pasar telah membangun toilet umum, namun tidak digunakan untuk tujuan yang benar.

Agar pasar berfungsi dengan baik dan seimbang, manajemen fasilitas sangat penting. Pengelolaan fasilitas bertujuan untuk menciptakan pasar yang pedagang dapat tumbuh tanpa penipuan (Rahmi, 2015:

182). Pasar tradisional beroperasi sendiri tanpa ada yang mengelola sehingga menimbulkan banyak konflik dalam pengelolaan fasilitas pasar.

Manajemen pemasaran adalah seperangkat kegiatan bisnis yang kompleks dalam proses sosial dan manajerial. Dalam proses ini, individu atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dengan menciptakan, mengirimkan, dan bertukar produk atau volume dengan pihak lain. Perhatian utama adalah pasar dengan menciptakan pertukaran yang saling memuaskan dengan pelaku pasar.

Manajemen pasar yang baik akan menciptakan pasar yang baik dan juga layak, akan tetapi pasar dapat dikatakan layak jika memenuhi kriteria seperti bangunan yang layak digunakan; kios dagang yang sudah sesuai dengan standar di pasar; gang kios yang tidak mengalami kerusakan; adanya jalan utama yang cukup luas jika dilalui oleh 2 orang; toilet yang bersih dan terjaga; tersedianya air bersih; adanya parkir yang cukup luas; adanya alat pemadam kebakaran, adanya tempat pembuangan sampah. Adanya beberapa kriteria ini akan memberikan kenyamanan bagi para pelanggan. Oleh karena itu, peneliti akan menggunakan manajemen fasilitas dalam mengkaji pengelolaan fasilitas pasar Tradisional Lolowa Atambua.

Manajemen fasilitas mencakup konsep efektivitas biaya, produktivitas, perbaikan, efisiensi, dan kualitas hidup karyawan. Dalam praktiknya, konsep-konsep ini sering terlihat berkonflik. Misalnya, banyak manajer fasilitas menemukan diri mereka sendiri tenggelam dalam pasir hisap produktivitas kerah putih berkurang, ditempatkan di jurang masalah kualitas udara kantor, atau terlibat dalam masalah pengelolaan limbah yang mendahului pekerjaan mereka. Memberikan layanan responsif pelanggan selama saat-saat pemotongan biaya yang tak henti-hentinya ini merupakan tantangan yang monumental. Harapan dan kekhawatiran karyawan hampir selalu datang sebelum solusi teknis atau keuangan yang jelas. Seringkali tidak ada jawaban yang pasti hanya keputusan manajemen yang harus dibuat. Ini adalah yang dan yang konstan dari manajemen fasilitas; untuk menyeimbangkan kebutuhan organisasi terhadap pembatasan keuangan yang diperlukan untuk

memungkinkan operasional unit bisnis untuk berkembang dan tumbuh (Cotts et al, 2010:10).

Ada yang mengatakan Murphy (dari hukum Murphy "Jika ada yang salah, itu akan hilang salah.") adalah seorang manajer fasilitas. Setiap manajer fasilitas yang baik adalah manajer reaktif yang baik karena reaksi adalah fakta kehidupan dalam memberikan layanan. Namun, kita tidak bisa biarkan diri kita menjadi manajer yang benar-benar reaktif. Pendekatan itu dapat mengecilkan perencanaan, meskipun perencanaan adalah kunci efektivitas biaya. Anda mungkin tidak setuju dengan semua filosofi manajemen fasilitas kami. Namun, seorang manajer fasilitas yang tidak memiliki filosofi tentang posisinya, departemennya, dan fasilitas yang dikelola tidak dapat memberikan kepemimpinan yang dibutuhkan oleh perusahaan (Cotts et al, 2010:10).

Ada kebangkitan pasar, yang mendapat reaksi beragam dari pedagang lokal. Respon ini bersumber dari sesuatu yang dirasakan, diketahui, dan diterima oleh para pedagang setempat melalui panca inderanya. Untuk mewujudkan pasar yang diinginkan oleh pedagang dan masyarakat, pemerintah telah merencanakan berbagai program yang pada dasarnya ditujukan untuk mendorong dan meningkatkan kapasitas pedagang. Salah satunya adalah menghidupkan kembali pasar tradisional.

Revive adalah upaya untuk menghidupkan kembali suatu daerah atau bagian kota yang dulunya sangat penting/hidup, tetapi kemudian mengalami kemunduran/degradasi. Skala kebangkitan memiliki level makro dan mikro. Proses revitalisasi suatu kawasan melibatkan perbaikan aspek fisik, ekonomi dan sosial. Pendekatan restorasi harus mampu mengenali dan memanfaatkan



potensi lingkungan (sejarah, signifikansi, keunikan situs dan citranya) (Danisworo, 2002). Kebangkitan itu sendiri tidak hanya harus mengedepankan keindahan fisik, tetapi juga harus dilengkapi dengan peningkatan ekonomi masyarakat dan memperkenalkan budaya yang ada. Untuk melaksanakan kebangkitan tersebut diperlukan peran serta masyarakat. Partisipasi yang dimaksud bukan hanya partisipasi untuk mendukung aspek-aspek bentuk yang memerlukan partisipasi masyarakat, selain itu pesertanya bukan hanya masyarakat lingkungan, tetapi masyarakat yang bersangkutan secara umum (Laretna, 2002).

Penelitian Safari dan Aminudin (2020) menunjukkan hasil kebangkitan pasar tradisional Srikaton B berjalan dengan baik. Model Revitalitas yang diterapkan dalam Revitalitas pasar adalah Revitalitas fisik sejalan dengan tujuan Revitalitas, seperti membangun 168 los dari 772 los yang tidak aktif. Pengelolaan sosial dan budaya belum menyeluruh. Kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan revitalisasi pasar ini belum mencapai pengembangan dan pemberdayaan pedagang, tetapi menciptakan lingkungan pasar yang kondusif dan nyaman. Sedangkan untuk Revitalitas ekonomi tidak tercapai, karena pendapatan pedagang berkurang setelah menempati/berjualan di kios Revitalitas

Studi oleh Yang, Wang dan Tong (2020) adalah hasil dari peluncuran restorasi pasar tradisional B Srikaton yang telah mapan. Model Revitalitas yang diterapkan dalam Revitalitas pasar adalah Revitalitas fisik sejalan dengan tujuan Revitalitas, seperti membangun 168 los dari 772 los yang tidak aktif. Pengelolaan sosial dan budaya belum menyeluruh. Kendala yang dihadapi

dalam pelaksanaan revitalisasi pasar ini belum mencapai pengembangan dan pemberdayaan pedagang, tetapi menciptakan lingkungan pasar yang kondusif dan nyaman. Sedangkan untuk Revitalitas ekonomi tidak tercapai, karena pendapatan pedagang menurun setelah menempati/berjualan di kios Revitalitas. Penelitian Adelana, Ridlo dan Rochani (2017) hasil analisis yang dilakukan peneliti menghasilkan kesimpulan bahwa pengelolaan pasar peterongan belum optimal sehingga hasil evaluasi pelayanan prima dikatakan “tidak mungkin”. Selain itu, dalam proses pelaksanaan pemeliharaan dan perbaikan pasar, ditemui berbagai kendala antara lain keterbatasan biaya dan anggaran untuk program pemeliharaan bangunan pasar serta kurangnya kontrol dari pengelola pasar. Namun di sisi lain, kebijakan makro pemerintah cukup mendukung upaya mewujudkan pasar tradisional yang tertib, teratur, aman, bersih dan sehat. Melibatkan banyak hal yang dibutuhkan untuk pasar tradisional yang lebih berkembang dan berdaya saing. Dalam hal ini, kinerja pemerintah dalam mengelola Pasar Peterongan perlu lebih ditingkatkan lagi agar dapat memberikan pelayanan prima kepada pedagang dan pembeli.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti mengambil judul **“Evaluasi Manajemen fasilitas Pasar Pasca Revitalisasi; Studi Pada Pasar Tradisional Lolowa Atambua”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimana manajemen fasilitas pasar tradisional Lolowa Atambua pasca revitalisasi?
2. Bagaimana pengelolaan sumberdaya manusia di pasar tradisional Lolowa Atambua pasca revitalisasi?
3. Bagaimana fungsi sosial ekonomi masyarakat di pasar tradisional Lolowa Atambua pasca revitalisasi?
4. Bagaimana aspek terpenuhinya sarana dan prasarana ruangan pasar tradisional Lolowa Atambua pasca revitalisasi?
5. Bagaimana pengelolaan keamanan (parkir, aksestabilitas) di pasar tradisional Lolowa Atambua pasca revitalisasi?
6. Bagaimana aspek keuangan (retribusi dan pemasukan daerah) di pasar tradisional Lolowa Atambua pasca revitalisasi?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui bagaimana manajemen fasilitas pasar tradisional lolowa atambua pasca revitalisasi
2. Untuk mengetahui bagaimana pengelolaan sumberdaya manusia di pasar tradisional lolowa atambua pasca revitalisasi
3. Untuk mengetahui bagaimana fungsi sosial ekonomi masyarakat di pasar tradisional lolowa atambua pasca revitalisasi
4. Untuk mengetahui bagaimana aspek terpenuhinya sarana dan prasarana ruangan pasar tradisional lolowa atambua pasca revitalisasi

5. Untuk mengetahui bagaimana pengelolaan keamanan (parkir, aksesstabilitas) di pasar tradisonal lolowa atambua pasca revitalisasi
6. Untuk mengetahui bagaimana aspek keuangan (retribusi dan pemasukan daerah) di pasar tradisonal Lolowa Atambua pasca revitalisasi

#### **D. Manfaat Penelitian**

Studi ini akan berkontribusi pada penelitian tentang tata kelola, khususnya dalam kaitannya dengan kebijakan pengelolaan perusahaan komersial di wilayah tersebut. Keluaran yang dihasilkan dari tinjauan kebijakan ini adalah:

1. Penelitian ini memuat kondisi eksisting potensi dan permasalahan dalam pengelolaan fasilitas pasar di kota Atambua.
2. Dari hasil penelitian diharapkan pengelolaan fasilitas pasar di Lolowa Atambua akan dapat mengantisipasi berbagai potensi dan tantangan di bidang perdagangan di masa mendatang.
3. Alternatif model pengelolaan fasilitas pasar tradisional yang dapat meningkatkan daya saing dengan pasar modern di Atambua.