

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Manajemen Fasilitas Pasar**

##### **i. Pengertian Manajemen**

Menurut Afandi (2018:

1) Manajemen adalah proses kerjasama antar pegawai untuk mencapai tujuan organisasi sesuai dengan pelaksanaan fungsi perencanaan, pengorganisasian, penempatan staf, pengarahan, memimpin dan pengawasan. Proses ini dapat menentukan tercapainya tujuan yang telah ditentukan sebelumnya dengan menggunakan orang dan sumber daya lainnya untuk mencapai hasil secara lebih efisien dan efektif.

Menurut Massie yang dikutip oleh Azhar Arsyad (2002; 1) (2002; 1), tata kelola adalah suatu proses di mana kelompok mengambil tindakan atau kerja sama untuk mencapai tujuan bersama. Proses termasuk teknik yang digunakan oleh manajer untuk mengkoordinasikan aktivitas atau aktivitas orang lain untuk mencapai tujuan bersama.

Menurut Feriyanto dan Shyta. (2015) mengatakan bahwa manajemen adalah inti dari administrasi hal tersebut dikarenakan manajemen merupakan alat pelaksana administrasi dan berperan sebagai alat untuk mencapai hasil melalui proses yang dilakukan oleh anggota organisasi

Menurut Terry (2010) menjelaskan bahwa manajemen merupakan suatu proses khas yang terdiri atas tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian,

penggerakan, dan pengendalian untuk mennetukan serta mencapai tujuan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya.

Menurut Handoko (2009):

8) mendefinisikan manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha – usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya – sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.

Menurut Brantas (2013) manajemen merupakan sebuah subjek yang sangat penting. Manajemen tidak saja mengidentifikasi, menganalisis dan mengkombinasikan secara efektif bakat orang-orang dan mendayagunakan sumber-sumber tersebut dinyatakan enam “M” dari manajemen, yaitu:

- 1) Men, tenaga kerja manusia, baik tenaga kerja eksekutif maupun tenaga kerja kooperatif
- 2) Money, uang atau modal yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang diinginkan
- 3) Methods, cara-cara yang dipergunakan dalam usaha mencapai tujuan
- 4) Materials, bahan-bahan yang digunakan untuk mencapai tujuan
- 5) Machines, mesin-mesin atau alat-alat yang digunakan untuk mencapai tujuan.
- 6) Markets, pasar untuk menjual barang dan jasa yang dihasilkan Sumber sumber tersebut dipersatukan dan ditetapkan secara harmonis sedemikian rupa sehingga tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai dengan ketentuan bahwa segala sesuatu berlangsung dalam batas-batas waktu, usaha, serta biaya yang di tetapkan.

## ii. Fungsi-fungsi Manajemen

Teori fungsi manajemen menurut Athoillah (2015) meliputi:

perencanaan, pengorganisasian, komando, koordinasi, pengendalian. Beberapa fungsi manajemen seringkali dibagi menjadi 5 fungsi, yaitu:

### 1. Buat rencana

Perencanaan adalah kegiatan menetapkan tujuan usaha dan diikuti dengan menyusun berbagai rencana untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Fungsi manajemen adalah suatu kegiatan yang dilakukan dimana kegiatan tersebut menjadi tujuan perusahaan dengan rencana atau sebagai acuan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya oleh perusahaan. Perencanaan adalah cara terbaik untuk melaksanakan dan memastikan bahwa tujuan bisnis yang ditetapkan dapat tercapai, karena tanpa rencana tidak ada fungsi manajemen yang dapat berfungsi dan tujuan tidak dapat dicapai. 2. Organisasi

Pengorganisasian adalah kegiatan mengalokasikan sumber daya manusia dan fisik lainnya dari organisasi untuk melaksanakan rencana yang ditetapkan dan mencapai tujuan perusahaan. Organisasi melibatkan pemeriksaan dan pemetaan berbagai aktivitas yang sifatnya lebih besar menjadi banyak aktivitas yang lebih kecil dengan membagi setiap tugas menjadi aktivitas yang lebih sederhana sehingga tujuan bisnis dapat dicapai bisnis lebih akurat. Organisasi itu

sendiri menyangkut komunikasi dan pengelolaan pekerjaan agar dapat dilaksanakan dengan lebih efisien dan efektif, termasuk didalamnya menentukan desain organisasi, menentukan deskripsi pekerjaan atau penugasan karyawan untuk setiap posisi guna mencapai tujuan organisasi.

### 3. Laporan

Mengarahkan adalah gerakan melaksanakan rencana dan mengkoordinasikan kegiatan. Orientasi dapat dipahami sebagai aspek hubungan manusia dalam kepemimpinan yang menuntut bawahan untuk mau memahami dan menyumbangkan pikiran dan tenaganya untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.

### 4. Koordinasi

Koordinasi adalah upaya untuk menyatukan tindakan sekelompok orang. Koordinasi adalah otak dalam tubuh keahlian manajemen. Menguasai bidang keahlian manajemen lainnya membuat koordinasi kurang diperlukan. Namun, bahkan dalam organisasi yang dikelola dengan baik, ada area yang memerlukan koordinasi.

### 5. Pengawasan

Pengawasan merupakan fungsi terakhir yang harus dilaksanakan dalam manajemen, karena dengan pengawasan dapat dilihat hasil yang telah dicapai. Dengan supervisi, ia dapat mengukur sejauh mana hasil yang diperoleh sesuai dengan apa yang direncanakan. Pemantauan adalah kegiatan untuk mengetahui bahwa segala sesuatu telah dilakukan sesuai dengan tujuan agar dapat segera mendeteksi

kemungkinan kesalahan dan hambatan untuk diperbaiki agar tercipta kondisi yang kondusif bagi pencapaian tujuan. Fungsi pemantauan ini dapat memastikan bahwa kegiatan yang dilakukan dapat membuahkan hasil yang diinginkan.

### **iii. Prinsip-Prinsip Manajemen**

Prinsip-prinsip dalam manajemen bersifat lentur, dalam arti perlu dipertimbangkan sesuai dengan kondisi-kondisi khusus serta situasi-situasi yang berubah. Menurut Brantas (2013), pencetus teori manajemen yang berasal dari perancis, prinsip-prinsip umum manajemen ini terdiri atas:

1. Pembagian (division of work)
2. Wewenang dan tanggung jawab (authority and responsibility)
3. Disiplin (discipline)
4. Kesatuan perintah (unity of command)
5. Kesatuan pengarahan (unity of direction)
6. Mengutamakan kepentingan organisasi
7. Penggajian pegawai
8. Pemusatan (centralization)
9. Ketertiban (order)
10. Keadilan dan kejujuran

### **iv. Pengelolaan Fasilitas Pasar Tradisional**

Pada dasarnya pengelolaan pasar tradisional meliputi pengelolaan dan pemberdayaan pasar tradisional. Berdasarkan Peraturan Menteri Dalam

Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012 tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional. “Pengelolaan sarana pasar tradisional Penataan pasar tradisional meliputi perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian pasar tradisional, sekaligus pemberdayaan pasar tradisional merupakan perwujudan dari segala upaya pemerintah daerah. bersaing dengan pusat perbelanjaan dan pertokoan modern.

Berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia No. 20 Tahun 2012 tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional “Pengelolaan pendirian pasar tradisional meliputi perencanaan, kelembagaan, persyaratan dan kewajiban pengguna pendirian usaha, untuk melaksanakan dan kontrol”:

1. Bagian perencanaan meliputi:
  - a. Bupati melalui kepala OPD/OPD melakukan perencanaan pasar tradisional.
  - b. Perencanaan pasar tradisional meliputi perencanaan fisik dan perencanaan non fisik
  - c. Perencanaan fisik meliputi, penentuan lokasi, penyediaan fasilitas bangunan dan tata letak pasar dan sarana pendukung. Perencanaan fisik berlaku untuk pembangunan pasar baru. Perencanaan fisik berlaku untuk revitalisasi pasar lama.
  - d. Penentuan lokasi antara lain, mengacu pada RT/RW Kabupaten/Kota, dekat dengan pemukiman penduduk atau pusat kegiatan ekonomi masyarakat dan memiliki sarana dan prasarana transportasi yang menghubungkan Ibukota

Kabupaten/Kota, Kecamatan dengan lokasi pasar baru yang akan dibangun.

- e. Fasilitas bangunan dan tata letak pasar antara lain bangunan toko/kios/los dibuat dengan ukuran standar ruang tertentu, petak atau blok dengan akses jalan pengunjung kesegala arah, pencahayaan dan sirkulasi udara yang cukup, penataan toko/kios/los berdasarkan jenis barang dagangan dan bentuk bangunan pasar tradisional selaras dengan karakteristik budaya daerah.
- f. Sarana pendukung antara lain kantor pengelola, area parkir, tempat pembuangan sampah sementara/sarana pengelolaan sampah, air bersih, sanitasi/drainase, tempat ibadah, toilet umum, pos keamanan, tempat pengelolaan limbah/instalasi pengelolaan air limbah, hidran dan fasilitas pemadam kebakaran, sarana komunikasi dan area bongkar muat dagangan.
- g. Perencanaan non fisik untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan sesuai dengan standar operasional dan prosedur yang ditetapkan
- h. Standar operasional dan prosedur ini antara lain; sistem penarikan retribusi, sistem keamanan dan ketertiban, sistem kebersihan dan penanganan sampah, sistem perpajakan, sistem pemeliharaan sarana pasar, sistem penteraan dan sistem penanggulangan kebakaran.

2. Bagian kelembagaan meliputi:

- a. Bupati/Walikota menetapkan struktur organisasi pengelola pasar tradisional dengan keputusan Bupati/ Walikota.
  - b. Struktur organisasi pengelola pasar tradisional terdiri dari; kepala pasar, pejabat keuangan dan pejabat teknis lainnya sesuai kebutuhan.
  - c. Bupati/Walikota menetapkan kepala pasar, pejabat keuangan dan pejabat teknis lainnya dengan keputusan Bupati/Walikota berdasarkan usulan kepala OPD.
3. Bagian persyaratan dan kewajiban pemakai tempat usaha meliputi:
- a. Persyaratan pemakaian tempat usaha, antara lain:
    - i. Pedagang yang memanfaatkan tempat usaha harus memiliki SITU.
    - ii. Pedagang yang memiliki SITU dilarang mengalihkan kepada pihak lain.
  - b. Kewajiban pemakai tempat usaha, antara lain:
    - i. Menjaga keamanan, kebersihan dan ketertiban tempat usaha.
    - ii. Menempatkan dan menyusun barang dagangan secara teratur.
    - iii. Menyediakan tempat sampah pada ruang usahanya.
    - iv. Membayar retribusi pelayanan pasar tepat waktu.
    - v. Mematuhi peraturan yang dikeluarkan pengelola.
4. Bagian pelaksanaan meliputi:
- a) Persyaratan pemakaian tempat usaha, antara lain:



- i. Pedagang yang memanfaatkan tempat usaha harus memiliki SITU.
  - ii. Pedagang yang memiliki SITU dilarang mengalihkan kepada pihak lain.
- b) Kewajiban pemakai tempat usaha, antara lain:
- (1) Menjaga keamanan, kebersihan dan ketertiban tempat usaha.
  - (2) Menempatkan dan menyusun barang dagangan secara teratur.
  - (3) Menyediakan tempat sampah pada ruang usahanya.
  - (4) Membayar retribusi pelayanan pasar tepat waktu.
  - (5) Mematuhi peraturan yang dikeluarkan pengelola.
5. Bagian pengendalian meliputi:
- a. Bupati/walikota melalui kepala OPD melakukan pengendalian dan evaluasi pengelolaan fasilitas pasar tradisional
  - b. Pengendalian yang dimaksud di antaranya:
    - i. Kebijakan pengelolaan fasilitas pasar tradisional.
    - ii. Pengelola dan pedagang.
    - iii. Pendapatan dan belanja pengelola pasar.
    - iv. Sarana dan prasarana pasar.

Menurut Nurhayati (2014) Tujuan dari manajemen pasar tradisional adalah sebagai berikut:

- 1) Menciptakan, memperluas dan meratakan kesempatan kerja dibidang perdagangan.

- 2) Meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat.
- 3) Memanfaatkan sumberdaya milik pemerintah daerah untuk kepentingan masyarakat.
- 4) Memberikan kesempatan kepada masyarakat atas badan dalam mengelola dan memanfaatkan pasar untuk kemajuan daerah.
- 5) Mempertahankan, menjaga dan melestariakan pasar sesuai peran dan fungsinya sebagai lembaga ketahanan ekonomi, sosial dan budaya.

## **B. Manajemen Fasilitas**

### **a. Pengertian Manajemen Fasilitas**

Perubahan mendasar sedang terjadi di sektor publik dan dunia bisnis, di mana pengakuan peran manajemen fasilitas dalam bisnis mengalami kemajuan yang signifikan. Strategi kompetitif perusahaan membutuhkan perombakan yang belum pernah terjadi sebelumnya dari semua proses dan restrukturisasi. Benevolo dkk. (2016) meyakini bahwa penyediaan fasilitas bagi pelaku usaha untuk berperan dalam menarik investasi dan pengelolaan fasilitas yang baik atau FM (facilities management) akan menjadi kunci untuk meningkatkan efisiensi operasional, pergerakan aset dan layanan. Selain itu, Benevolo et al. (2016) berpendapat bahwa manajemen fasilitas dapat disimpulkan sebagai keyakinan akan potensi perbaikan proses dimana tempat kerja dapat dikelola untuk mencapai efektivitas organisasi dan memberikan kontribusi positif bagi pertumbuhan bisnis, ekonomi dan keberhasilan organisasi.

Soemitro dan Suprayitno (2018) berpendapat bahwa Manajemen Fasilitas adalah ilmu dan tindakan dalam mengelola fasilitas agar fasilitas selalu beroperasi dengan benar, berkelanjutan, ekonomis dan efisien, serta berpegang pada prinsip-prinsip keberlanjutan. Selain itu, Coenen et al. (2013) menghadirkan FM sebagai "jaringan nilai" dan mengusulkan untuk memperlakukan FM sebagai jaringan hubungan, yang diciptakan dari nilai yang dirasakan di antara pemangku kepentingan utama, yaitu pelanggan, pelanggan, dan pengguna akhir. Selain itu, mereka berpendapat bahwa nilai yang dirasakan hanya dapat ada dan diciptakan dalam jaringan hubungan khusus ini. De Vries (2007) menyatakan bahwa tujuan manajemen fasilitas adalah menyediakan tempat kerja yang menarik dengan pelayanan prima sebagai persyaratan utama. De Vries (2007) juga berpendapat bahwa proses pengelolaan fasilitas dapat diukur dengan dua indikator yaitu peningkatan kualitas layanan dan peningkatan inovasi layanan. Indikator peningkatan kualitas layanan dalam Facility Management dapat diukur dengan dua cara, yaitu menyediakan tempat kerja yang sehat dan kreatif dan memastikan penggunaan penuh sumber daya yang semakin menipis sambil meminimalkan dampak terhadap lingkungan. Sedangkan indikator yang digunakan untuk meningkatkan inovasi dalam layanan dapat diukur dengan dua faktor, yaitu potensi asimilasi teknologi baru dan peningkatan kemampuan beradaptasi dengan kebutuhan bisnis. Bisnis sedang berubah De Vries (2007).

Manajemen fasilitas, biasa disingkat FM, adalah bisnis yang cukup baru dan disiplin manajemen ke sektor swasta. Di sektor publik,

bagaimanapun, memiliki telah dipraktekkan sebagai teknik pasca, pekerjaan umum, atau administrasi pabrik untuk banyak orang bertahun-tahun. Dalam properti sewaan, profesinya disebut manajemen properti atau bangunan manajemen operasi meskipun sebagian besar keterampilan yang dibutuhkan sama dengan itu dibutuhkan dalam harta yang dimiliki. Di luar Amerika Utara, hingga saat ini, fungsi manajemen fasilitas sering dimasukkan jauh ke dalam struktur administrasi keduanya organisasi sektor swasta dan publik (Cottss et al, 2010:4).

Definisi terbaru dari manajemen fasilitas adalah “profesi yang mencakup berbagai disiplin ilmu untuk memastikan fungsionalitas lingkungan binaan dengan mengintegrasikan orang, tempat, proses, dan teknologi.” Sangat menarik untuk dicatat bahwa ini definisi terbaru menyoroti pentingnya teknologi, yang sebelumnya kurang. Tampilan 1-1 mendefinisikan manajemen fasilitas dalam hal yang biasa dilakukan fungsi dan subfungsi. Ini lebih bisa dimengerti oleh seseorang yang baru mengenal profesi. Setiap manajer fasilitas akan terlibat dalam mengelola lima belas pertama dari fungsi-fungsi tersebut baik sebagai manajer utama atau sebagai manajer pendukung utama. Pelayanan Administrasi Umum (Fungsi 16) cenderung dikelola oleh fasilitas manajer di organisasi yang sangat kecil dan oleh FM, sering kali Wakil Presiden Administrasi, dalam organisasi yang sangat besar (Cottss et al, 2010:4).

#### **b. Fungsi Umum Manajemen Fasilitas**

Menurut David G. Cotts et al, (2010:5) penggunaan manajemen fasilitas dalam sebuah organisasi dapat diketahui urutan pelaksanaannya sebagai berikut:

- 1) Perencanaan
- 2) Pengorganisasian
  - a) Berdasarkan fungsi, organisasi atau lokasi
  - b) Terpusat versus didorong oleh pengguna
- 3) Kepegawaian
  - a) Manajemen personalia
  - b) Evaluasi campuran staf, konsultan, dan kontraktor
  - c) Pelatihan
- 4) Pengarahan
  - a) Penjadwalan kerja
  - b) Koordinasi kerja
  - c) Pengembangan kebijakan dan prosedur
- 5) Pengontrolan
  - a) Penerimaan kerja
  - b) Penetapan standar (kisaran dolar, kualitas, kuantitas, waktu pengiriman)
  - c) Penjadwalan
  - d) Penggunaan sistem informasi manajemen dan informasi baru teknologi
  - e) Administrasi kontrak
  - f) Eksekusi kebijakan dan prosedur
- 6) Evaluasi

- a) Disen
- b) Persiapan dan pelaksanaan daftar pukulan
- c) Evaluasi pasca hunian
- d) Analisis program
- e) Evaluasi kontraktor

## **C. Revitalisasi**

### **i. Pengertian Revitalisasi**

Menurut Peraturan Menteri Pekerjaan Umum No. 18 Pedoman Restorasi Tapak Tahun 2010, Restorasi adalah upaya peningkatan nilai tanah/tapak melalui pembangunan kembali pada suatu kawasan yang dapat meningkatkan fungsi kawasan sebelumnya (Pasal 1 Term 1). Zona adalah kawasan dengan fungsi pokok lindung atau budidaya (Pasal 4 Pasal 1).

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).

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mendefinisikan restorasi sebagai suatu proses atau cara atau tindakan yang dilakukan untuk menghidupkan kembali sesuatu yang sebelumnya tidak digunakan atau digunakan sebagaimana mestinya. Oleh karena itu, Revitalitas dapat berarti membuat tindakan menjadi penting atau sangat penting dan sangat diperlukan, jadi Revitalitas dapat disimpulkan sebagai cara yang digunakan untuk membuat sesuatu menjadi lebih mandiri dan meningkatkan nilai vitalitasnya.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 11 Tahun 2010, Pasal 80 ayat 1 dan 2, tentang pemugaran, rehabilitasi potensi situs cagar budaya atau kawasan cagar budaya dengan memperhatikan pengembangan wilayah, perencanaan, fungsi sosial dan /atau lanskap budaya asli berdasarkan studi. Kebangkitan dicapai dengan penataan kembali fungsi ruang, nilai-nilai budaya dan peningkatan informasi tentang warisan budaya.

Menurut Rais (2017), revitalisasi adalah upaya menghidupkan kembali kawasan atau bagian kota yang pernah dihuni, namun kemudian mengalami kemunduran. Dalam proses revitalisasi suatu kawasan, aspek yang dimaksud meliputi peningkatan aspek material, ekonomi dan sosial. Menurut Danisworo (2012) menyatakan bahwa pendekatan restorasi juga harus mampu mengenali dan memanfaatkan potensi yang ada di lingkungan sekitarnya, seperti sejarah, makna, orisinalitas dan citra 'titik geografi'. Kebangkitan itu sendiri tidak hanya harus mengedepankan keindahan fisik,

tetapi juga harus dilengkapi dengan peningkatan ekonomi masyarakat dan memperkenalkan budaya yang ada.

Pemugaran Pasar Tradisional merupakan program pemerintah melalui Kementerian Perdagangan dan Departemen Koperasi dan Usaha Kecil Negara dengan tujuan untuk memberdayakan usaha mikro yang telah meluas ke pasar-pasar yang tidak memiliki fasilitas tempat usaha yang layak, sehat, bersih dan nyaman. , serta dimiliki dan dikelola sendiri oleh pedagang dalam wadah kolaboratif. Program Revitalitas pasar tradisional digagas dengan tujuan menyelesaikan semua permasalahan yang melekat di pasar tradisional. Pasalnya, pasar tradisional beroperasi tanpa inovasi, yang berarti pasar menjadi tidak nyaman dan kompetitif (Kasali, 2017). Konsep menghidupkan bazaar tradisional bukan sekedar modifikasi struktur fisik bangunan, tetapi juga konsep pemasaran yang dinamis. Hampir setiap upaya pemugaran pasar tradisional, salah satunya dengan menyediakan lapak atau lapak baru bagi para pedagang di pasar, mengakibatkan ketidakpuasan para pedagang karena informasi rencana pemugaran pasar. tetapi hanya perwakilan mereka (Mariana dan Paskarina:2017).

Kebijakan menghidupkan kembali pasar tradisional merupakan salah satu kebijakan Pemerintah yang paling tepat untuk menjaga agar pasar tradisional tetap hidup, berkembang dan mendapat apresiasi yang tinggi dari masyarakat. Dengan bangkitnya pasar tradisional, pemerintah dapat mengembalikan peran penting pasar tradisional untuk memasarkan produk kepada usaha kecil menengah (UKM) yang tidak kalah bersaing dengan pasar modern yang sedang berkembang pesat. Pemerintah memiliki program



revitalisasi pasar tradisional dimana pemerintah berusaha menata pasar menjadi pasar modern. Kebangkitan ini meliputi perbaikan manajemen pasar dan peningkatan basis pengetahuan pedagang (Rohmatun:2015)

Kebangkitan pasar tradisional yang dipimpin pemerintah untuk menjamin kesejahteraan masyarakat menghadapi beberapa kendala, yaitu:

- 1) Tentang masalah ruang. Hingga saat ini, para pedagang selalu berebut menempati petak-petak tanah yang lebih rendah untuk mendapatkan keuntungan dari pembeli. Oleh karena itu, jika ada pembangunan, mereka khawatir tanah yang diduduki akan tergusur. Makanya setiap ada rencana pembangunan, mereka selalu menolak. Masalah tata ruang ini cukup kompleks. Sementara kebanyakan pasar tradisional tidak memiliki ruang yang cukup. Tata ruang pasar dipertahankan sama sehingga mereka yang menempati lahan di luar lantai dasar masih memiliki sedikit keuntungan karena jarang dikunjungi pembeli.
- 2) Kecenderungan sosiologis para pedagang pasar tradisional adalah menaruh kecurigaan yang berlebihan terhadap segala bentuk pembangunan. Mereka sering salah paham bahwa pembangunan berarti pengusiran. Prasangka berkembang, setiap kali tumbuh, berarti menyewa atau membeli stan menjadi mahal
- 3) Persepsi masyarakat terhadap masyarakat adalah kumuh, becek, kotor, dan minimnya fasilitas seperti terbatasnya tempat parkir, tempat sampah yang bau dan kotor, lorong yang sempit dan sebagainya. Kondisi ini yang menyebabkan masyarakat cenderung memilih berbelanja di pasar modern walaupun harga di pasar modern lebih mahal.

## **ii. Tahapan Revitalisasi**

Sebagai operasi yang sangat kompleks, Revitalisasi berlangsung secara bertahap dan membutuhkan waktu tertentu dan mencakup unsur-unsur berikut:

### **1. Intervensi Fisik**

Mengingat citra kawasan sangat erat kaitannya dengan keadaan visual kawasan, terutama untuk menarik aktivitas dan pengunjung, maka intervensi fisik ini diperlukan. Intervensi fisik memulai kegiatan rehabilitasi fisik dan dilakukan secara bertahap, termasuk perbaikan dan peningkatan kualitas dan kondisi fisik bangunan, perencanaan hijau, sistem konektivitas, sistem persinyalan/periklanan dan kawasan perkotaan. Isu lingkungan (environmental sustainability) juga penting, sehingga intervensi fisik perlu mempertimbangkan konteks lingkungan. Perencanaan fisik harus selalu didasarkan pada pemikiran jangka panjang.

### **2. Rehabilitasi Ekonomi**

Revitalisasi yang diawali dengan peremajaan artefak perkotaan harus dibarengi dengan pemulihan kegiatan ekonomi. Sebagai bagian dari regenerasi, perlu dikembangkan fungsi campuran yang dapat mendorong kegiatan ekonomi dan sosial (vitalitas baru).

### **3. Revitalisasi Sosial/Institusional**

Revitalisasi sebuah kawasan akan terukur bila mampu menciptakan lingkungan yang menarik. Kegiatan tersebut harus berdampak positif serta dapat meningkatkan dinamika dan kehidupan

sosial masyarakat/warga (public realms). Kegiatan perancangan dan pembangunan kota untuk menciptakan lingkungan sosial yang berjati diri (place making) dan hal ini pun selanjutnya perlu didukung oleh suatu pengembangan institusi yang baik.

### **iii. Tujuan dan Sasaran Revitalisasi**

#### **1. Tujuan Revitalisasi**

Kawasan Tujuan Revitalisasi Kawasan adalah meningkatkan vitalitas kawasan terbangun melalui intervensi perkotaan yang mampu menciptakan pertumbuhan dan stabilitas ekonomi lokal, terintegrasi dengan sistem kota, layak huni, berkeadilan sosial, berwawasan budaya dan lingkungan.

#### **2. Sasaran Revitalisasi**

**c.** Meningkatnya stabilitas ekonomi kawasan melalui intervensi untuk :

**i.** Meningkatkan kegiatan yang mampu mengembangkan penciptaan lapangan kerja, Peningkatan jumlah usaha dan variasi usaha serta produktivitas kawasan.

**ii.** Menstimulasi faktor-faktor yang mendorong peningkatan produktivitas kawasan

**iii.** Mengurangi jumlah kapital bergerak keluar Kawasan dan meningkatkan investasi yang masuk ke dalam Kawasan.

**d.** Mengembangkan penciptaan iklim yang kondusif bagi kontinuitas dan kepastian usaha

- e. Meningkatnya nilai properti Kawasan dengan mereduksi berbagai faktor eksternal yang menghambat sebuah kawasan sehingga nilai properti Kawasan sesuai dengan nilai pasar dan kondusif bagi investasi jangka panjang
- f. Terintegrasinya kantong-kantong Kawasan kumuh yang terisolir dengan sistem Kota dari segi spasial, prasarana, sarana serta kegiatan ekonomi, sosial dan budaya.
- g. Meningkatnya kuantitas dan kualitas prasarana lingkungan seperti jalan dan jembatan, Air bersih, Drainase, Sanitasi dan Persampahan, serta sarana Kawasan seperti Pasar, ruang untuk industri, ruang ekonomi informal dan formal, fasilitas sosial dan budaya, dan sarana transportasi.
- h. Meningkatnya kelengkapan fasilitas kenyamanan (*amenity*) kawasan guna mencegah proses kerusakan ekologi lingkungan.
- i. Terciptanya pelestarian aset warisan budaya perkotaan dengan mencegah terjadinya "perusakan diri-sendiri" (*self- destruction*) dan "perusakan akibat kreasi baru" (*creative-destruction*), melestarikan tipe dan bentuk kawasan, serta mendorong kesinambungan dan tumbuhnya tradisi sosial dan budaya lokal.
- j. Penguatan kelembagaan yang mampu mengelola, memelihara dan merawat Kawasan Revitalisasi.
- k. Penguatan kelembagaan yang meliputi pengembangan SDM, kelembagaan dan peraturan/ ketentuan perundang-undangan.

- I. Membangun kesadaran dan meningkatkan kompetensi pemda agar tidak hanya fokus membangun kawasan baru.

#### **D. Kebijakan Publik**

##### **a. Pengertian Kebijakan**

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kebijakan diartikan sebagai rangkaian konsep dan asas yang menjadi garis besar dan dasar rencana dalam pelaksanaan suatu pekerjaan, kepemimpinan, dan cara bertindak (tentang pemerintahan, organisasi, dsb); pernyataan cita-cita, tujuan, prinsip, dan garis pedoman untuk manajemen dalam usaha mencapai sasaran.

Lingkup dari studi kebijakan publik sangat luas karena mencakup berbagai bidang dan sektor seperti ekonomi, politik, sosial, budaya, hukum, dan sebagainya. Disamping itu dilihat dari hirarkinya kebijakan publik dapat bersifat nasional, regional maupun lokal seperti undang-undang, peraturan pemerintah, peraturan presiden, peraturan menteri, peraturan pemerintah daerah/provinsi, keputusan gubernur, peraturan daerah kabupaten/kota, dan juga keputusan bupati/walikota

Secara terminologi pengertian kebijakan publik (public policy) itu ternyata banyak sekali, tergantung dari sudut mana kita mengartikannya. Easton memberikan kebijakan publik sebagai the authoritative allocation of values for the whole society atau sebagai pengalokasian nilai-nilai secara paksa kepada seluruh anggota masyarakat. Laswell dan Kaplan juga mengartikan kebijakan publik sebagai a projected

program of goal, value, and practice atau sesuatu program pencapaian tujuan, nilai-nilai dalam praktek-praktek yang terarah.

Pressman dan Widavsky sebagaimana dikutip Winarno (2002:17) kebijakan publik sebagai hipotesis yang mengandung kondisi-kondisi awal dan akibat-akibat yang bisa diramalkan. Kebijakan publik harus dibedakan dengan bentuk kebijakan lain, seperti kebijakan privat. Hal ini dipengaruhi oleh keterlibatan faktor non pemerintah. Robert Eyestone dikutip oleh Leo Agustino (2008:6) kebijakan publik adalah “hubungan antara entitas pemerintah dengan lingkungannya”. Banyak orang beranggapan bahwa politik masih terlalu luas untuk dipahami, karena pengertian kebijakan publik bisa mencakup banyak hal.

Secara etimologis, istilah politik atau politik berasal dari kata Yunani polis yang berarti negara, kota, yang kemudian berubah menjadi bahasa Latin politia yang berarti negara. Kemudian diterjemahkan ke dalam bahasa Inggris political artinya yang bersangkutan dengan kontrol urusan publik atau administrasi pemerintahan. Istilah "kebijakan" atau "kebijakan" digunakan untuk merujuk pada perilaku satu aktor (misalnya pejabat pemerintah, kelompok atau badan) atau beberapa aktor dalam bidang kegiatan tertentu.

Menurut Covey (2014), kebijaksanaan adalah anak dari integritas, yaitu kejujuran dengan prinsip dan ibunya adalah kerendahan hati dan ayahnya adalah keberanian. Belakangan, kebijakan yang sifatnya lebih ilmiah dan sistematis melibatkan analisis kebijakan publik. Sedangkan kata publik sendiri sebagian mendefinisikan negara. Misalnya, Abdul (2018) selalu mempertahankan istilah negara saat menerjemahkan kata publik. Namun,

kebijakan publik adalah konsep yang terpisah, dengan makna dan definisi akademis khusus.

Kebijakan publik adalah proses pembuatan kebijakan oleh pemerintah atau pemegang kekuasaan yang berdampak pada masyarakat secara luas. Proses politik baru dimulai ketika para pelaku politik mulai menyadari adanya situasi masalah, yaitu situasi yang di dalamnya timbul kesulitan atau frustrasi dalam pembentukan kebutuhan, nilai, dan nilai, serta peluang. Menurut Dunn (2015), kebijakan publik adalah proses administrasi dan eksekutif pemerintah yang menghasilkan keputusan pemerintah, di mana lembaga terkait memiliki wewenang atau kekuasaan untuk membentuk masyarakat dan memiliki tanggung jawab untuk melayani kepentingan publik (Naihasy, 2016).

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kebijakan publik adalah serangkaian tindakan yang ditentukan dan dilakukan atau tidak dilakukan oleh pemerintah dengan tujuan tertentu yang berkaitan dengan suatu masalah terhadap kepentingan pemerintah atau masyarakat. Dengan demikian, kebijakan publik merupakan fenomena yang kompleks karena banyak variasi tingkat kompleksitasnya, melibatkan banyak aktor dengan kepentingan yang berbeda dimana masing-masing pihak memandang kebijakan dari sudut pandangnya sendiri. Mengingat kompleksitas lingkungan kebijakan publik, pemerintah sebagai pengambil keputusan dituntut untuk dapat memilih alternatif keputusan yang terbaik bagi kepentingan masyarakat. Salah satu kebijakan publik saat ini adalah Revitalisasi.

## b. Karakteristik Kebijakan Publik

Menurut Nugroho, ada dua karakteristik dari kebijakan publik, sebagai berikut:

- 1) Kebijakan publik merupakan sesuatu yang mudah untuk dipahami, karena maknanya adalah hal-hal yang dikerjakan untuk mencapai tujuan nasional
- 2) Kebijakan publik merupakan sesuatu yang mudah diukur, karena ukurannya jelas yakni sejauh mana kemajuan pencapaian cita-cita sudah ditempuh.

Menurut Woll sebagaimana dikutip Tangkilisan (2003:2) menyebutkan bahwa kebijakan publik ialah sejumlah aktivitas pemerintah untuk memecahkan masalah di masyarakat, baik secara langsung maupun melalui berbagai lembaga yang mempengaruhi kehidupan masyarakat. Thomas R Dye sebagaimana dikutip Islamy (2009: 19) mendefinisikan

Kebijakan publik sebagai *“is whatever government choose to do or not to do”* (apapun yang dipilih pemerintah untuk dilakukan atau untuk tidak dilakukan). Ini menekankan bahwa kebijakan publik adalah mengenai perwujudan *“tindakan”* dan bukan merupakan pernyataan keinginan pemerintah atau pejabat publik semata. Di samping itu pilihan pemerintah untuk tidak melakukan sesuatu juga merupakan kebijakan publik karena mempunyai pengaruh (dampak) yang sama dengan pilihan pemerintah untuk melakukan sesuatu.

David Easton sebagaimana dikutip Agustino (2009: 19) memberikan kebijakan publik sebagai *“the autorative allocation of values for the whole society”*, menegaskan bahwa :

Hanya pemilik otoritas dalam sistem politik (pemerintah) yang secara sah dapat berbuat sesuatu pada masyarakatnya dan pilihan pemerintah untuk melakukan sesuatu atau tidak melakukan sesuatu diwujudkan dalam bentuk pengalokasian nilai-nilai. Hal ini disebabkan karena pemerintah termasuk ke dalam *“authorities in a political system”* yaitu



para penguasa dalam sistem politik yang terlibat dalam urusan sistem politik sehari-hari dan mempunyai tanggungjawab dalam suatu masalah tertentu dimana pada suatu titik mereka diminta untuk mengambil keputusan di kemudian hari kelak diterima serta mengikat sebagian besar anggota masyarakat selama kurun waktu tertentu.

Berdasarkan pendapat berbagai ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa kebijakan publik adalah serangkaian tindakan yang dilakukan atau tidak dilakukan oleh pemerintah yang berorientasi pada tujuan tertentu guna memecahkan masalah-masalah publik atau demi kepentingan publik. Kebijakan untuk melakukan sesuatu biasanya tertuang dalam ketentuan-ketentuan atau peraturan perundang-undangan yang dibuat pemerintah sehingga memiliki sifat yang mengikat dan memaksa.

### c. Tahap-Tahap Kebijakan Publik

Proses pembuatan kebijakan publik merupakan proses yang kompleks karena melibatkan banyak proses maupun variabel yang harus dikaji. Oleh karena itu beberapa ahli politik yang menaruh minat untuk mengkaji kebijakan publik membagi proses-proses penyusunan kebijakan publik kedalam beberapa tahap. Tujuan pembagian seperti ini adalah untuk memudahkan kita dalam mengkaji kebijakan publik. Namun demikian, beberapa ahli mungkin membagi tahap-tahap ini dengan urutan yang berbeda. Tahap-tahap kebijakan publik menurut William Dunn sebagaimana dikutip Budi Winarno (2007: 32-34) adalah sebagai berikut:

#### 1) Tahap penyusunan agenda

Pejabat yang dipilih dan diangkat menempatkan masalah pada agenda publik. Sebelumnya, isu ini diperebutkan terlebih dahulu untuk dimasukkan dalam agenda politik. Terakhir, sejumlah isu telah

dimasukkan ke dalam agenda politik para pembuat kebijakan. Selama tahap ini, ada kemungkinan satu masalah belum terselesaikan, sementara yang lain fokus, atau ada masalah yang karena alasan tertentu tertunda lama.

#### 2) Tahap formulasi kebijakan

Isu-isu yang sudah menjadi agenda politik kemudian akan dibahas oleh pembuat kebijakan. Masalah diidentifikasi untuk kemudian dicari solusi terbaik dari masalah tersebut. Pemecahan masalah berasal dari berbagai alternatif atau pilihan politik (political alternative/political options). Selama proses pengembangan kebijakan, setiap pilihan bersaing untuk pemilihan kebijakan diadopsi untuk mengatasi masalah tersebut. Pada tahap ini, masing-masing aktor akan bersaing dan mencoba mencari solusi terbaik dari masalah tersebut.

#### 3) Tahap adopsi kebijakan

Di antara banyak alternatif kebijakan yang diajukan oleh pembuat kebijakan, salah satunya akhirnya disahkan dengan dukungan mayoritas legislatif, konsensus direktur fasilitas, atau putusan pengadilan.

#### 4) Tahap implementasi kebijakan

Sebuah program politik hanya akan menjadi catatan elite jika tidak dilakukan, yakni oleh badan-badan pemerintahan atau lembaga pemerintahan di bawahnya. Kebijakan yang diumumkan oleh unit administrasi memobilisasi sumber daya keuangan dan manusia. Pada

tahap implementasi ini, kepentingan yang berbeda akan saling bersaing. Beberapa implementasi kebijakan didukung oleh pelaksana, tetapi yang lain mungkin ditentang oleh pelaksana.

5) Tahap evaluasi kebijakan

Pada tahap ini, kebijakan yang telah dilaksanakan akan dievaluasi atau dievaluasi, untuk melihat sejauh mana kebijakan yang dikembangkan telah mencapai dampak yang diinginkan, yaitu menjawab permasalahan yang dihadapi masyarakat. Oleh karena itu kriteria atau kriteria yang ditetapkan menjadi dasar penilaian apakah kebijakan publik yang dilaksanakan telah mencapai dampak atau tujuan yang diinginkan.

**d. Proses Pembuatan Kebijakan**

Proses pembuatan kebijakan publik merupakan proses yang kompleks karena melibatkan banyak proses maupun variabel yang harus dikaji. Oleh karena itu beberapa ahli politik yang menaruh minat untuk mengkaji kebijakan publik membagi proses-proses penyusunan kebijakan publik kedalam beberapa tahap. Tujuan pembagian seperti ini adalah untuk memudahkan kita dalam mengkaji kebijakan publik. Namun demikian, beberapa ahli mungkin membagi tahap-tahap ini dengan urutan yang berbeda. Tahap-tahap kebijakan publik menurut William Dunn sebagaimana dikutip Winarno (2007: 32-34) adalah sebagai berikut:

1) Tahap Penyusunan Agenda

Para pejabat yang dipilih dan diangkat menempatkan masalah pada agenda publik. Sebelumnya masalah ini berkompetisi terlebih dahulu

untuk dapat masuk dalam agenda kebijakan. Pada akhirnya, beberapa masalah masuk ke agenda kebijakan para perumus kebijakan. Pada tahap ini mungkin suatu masalah tidak disentuh sama sekali, sementara masalah yang lain ditetapkan menjadi fokus pembahasan, atau ada pula masalah karena alasan-alasan tertentu ditunda untuk waktu yang lama.

## 2) Tahap Formulasi Kebijakan

Masalah yang telah masuk ke agenda kebijakan kemudian dibahas oleh para pembuat kebijakan. Masalah-masalah tadi untuk kemudian dicari pemecahan masalah terbaik. Pemecahan masalah tersebut berasal dari berbagai alternatif atau pilihan kebijakan (*policy alternatives/policy options*) yang ada. Dalam perumusan kebijakan masing-masing alternatif bersaing untuk dapat dipilih sebagai kebijakan yang diambil untuk memecahkan masalah. Dalam tahap ini masing-masing actor akan bersaing dan berusaha untuk mengusulkan pemecahan masalah terbaik.

## 3) Tahap Adopsi Kebijakan

Dari sekian banyak alternatif kebijakan yang ditawarkan oleh para perumus kebijakan, pada akhirnya salah satu dari alternatif kebijakan tersebut diadopsi dengan dukungan dari mayoritas legislatif, konsensus antara direktur lembaga atau putusan pengadilan.

## 4) Tahap Implementasi Kebijakan

Suatu program kebijakan hanya akan menjadi catatan-catatan elit jika program tersebut tidak diimplementasikan, yakni dilaksanakan oleh badan-badan administrasi maupun agen-agen pemerintah di

tingkat bawah. Kebijakan yang telah diambil dilaksanakan oleh unit-unit administrasikan yang memobilisasikan sumber daya finansial dan manusia. Pada tahap implementasi ini berbagai kepentingan akan saling bersaing. Beberapa implementasi kebijakan mendapat dukungan para pelaksana (*implementors*), namun beberapa yang lain mungkin akan ditentang oleh para pelaksana.

#### 5) Tahap Evaluasi Kebijakan

Dalam tahap ini kebijakan yang telah dijalankan akan dinilai atau dievaluasi, untuk melihat sejauh mana kebijakan yang dibuat untuk meraih dampak yang diinginkan, yaitu memecahkan masalah yang dihadapi masyarakat. Oleh karena itu ditentukan ukuran-ukuran atau kriteria-kriteria yang menjadi dasar untuk menilai apakah kebijakan publik yang telah.

### **E. Pasar Tradisional**

#### **i. Pengertian Pasar Tradisional**

Menurut Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, Pasal 1 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

Secara umum pasar adalah suatu tempat atau proses interaksi antara permintaan (pembelian) dan penawaran (penjualan) dari suatu barang atau jasa tertentu, sehingga akhirnya dapat menetapkan harga keseimbangan (harga pasar) dan jumlah yang diperdagangkan (Suprayitno, 2018). Pasar dalam pengertian pemasaran menurut Philip Kotler adalah orang-orang ataupun organisasi yang mempunyai kebutuhan akan produk yang kita pasarkan dan mereka itu memiliki daya beli yang cukup guna memenuhi kebutuhan (Kotler, 2018).

Pasar tradisional adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi atau tawar menawar secara langsung, bangunan terdiri dari kios, los, akses lebih luas bagi para produsen dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar (Aziz, 2018).

Pasar tradisional adalah sebuah tempat yang terbuka dimana terjadi proses transaksi jual beli yang dimungkinkan proses tawar-menawar. Di pasar tradisional pengunjung tidak selalu menjadi pembeli, namun pengunjung bisa menjadi penjual, bahkan setiap orang bisa menjual dagangannya di pasar tradisional. Pasar tradisional merupakan sektor perekonomian yang sangat penting bagi mayoritas penduduk di Indonesia. Masyarakat miskin yang bergantung kehidupannya pada pasar tradisional tidak sedikit, menjadi pedagang di pasar tradisional merupakan alternatif pekerjaan di tengah banyaknya pengangguran di Indonesia (Masitoh, 2013)

Pasar memiliki fungsi sebagai penentu nilai suatu barang, penentu jumlah produksi, mendistribusikan produk, melakukan pembatasan harga dan menyediakan barang dan jasa untuk jangka panjang. Pasar juga berfungsi sebagai fasilitas umum untuk melayani kebutuhan sehari-hari masyarakat. Sebagian besar yang diperdagangkan terdiri dari barang-barang kebutuhan sehari-hari dan dengan harga yang relatif murah. Meskipun secara fisik suasana berbelanja di pasar tradisional kurang menyenangkan, namun pasar tradisional mempunyai jangkauan pelayanan yang luas kepada masyarakat. Dengan demikian, pasar sebagai tempat terjadinya transaksi jual beli merupakan fasilitas publik yang sangat vital bagi perekonomian suatu daerah. Selain sebagai urat nadi, pasar juga menjadi barometer bagi tingkat pertumbuhan ekonomi masyarakat (Mujahidin, 2017).

Menurut Wicaksono, (2011) pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Pasar tradisional cenderung menjual barang-barang lokal dan kurang ditemui barang impor, karena barang yang dijual dalam pasar tradisional cenderung sama dengan pasar modern, maka barang yang dijual pun kualitasnya relatif sama dengan pasar modern.

Secara kualitas, pasar tradisional umumnya mempunyai persediaan barang yang jumlahnya sedikit sesuai dengan modal yang dimiliki pemilik atau permintaan dari konsumen. Dari segi harga, pasar tradisional tidak memiliki label harga yang pasti karena harga yang pasti karena harga

disesuaikan dengan besarnya keuntungan yang diinginkan oleh setiap pemilik usaha sendiri-sendiri. Selain itu, harga pasar selalu berubah-ubah, sehingga bila menggunakan label harga lebih repot karena harus mengganti-ganti label harga sesuai dengan perubahan harga yang ada di pasar (Dewi dan Winarni, 2013)

Namun pasar tradisional juga memiliki kelebihan-kelebihan dibandingkan dengan pasar modern. Kelebihan tersebut diantaranya adalah:

- 1) Di pasar tradisional pembeli dapat melakukan tawar-menawar harga dengan pedagang
- 2) Harga yang ditawarkan cukup terjangkau.
- 3) Secara budaya pasar tradisional merupakan tempat publik dimana terjadi interaksi sosial.

#### **ii. Kebijakan Pengelolaan Fasilitas Pasar Tradisional**

Pada tahun 2012, kebijakan penataan dan pemberdayaan pasar yaitu PERMENDAGRI no. 20/2012 tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional. Pasal 2(2) kebijakan tersebut bertujuan untuk mewujudkan pasar tradisional yang tertib, teratur, aman, bersih dan sehat, meningkatkan pelayanan masyarakat, menjadikan pasar tradisional sebagai penggerak perekonomian daerah dan menciptakan pasar tradisional yang berdaya saing dan modern dengan pusat niaga. . toko Dalam rangka mengelola dan mengembangkan potensi pasar tradisional, dibuat kebijakan pembangunan ekonomi daerah. Daerah yang banyak memproduksi barang kebutuhan sehari-hari dapat menunjukkan potensi pasar tradisional di daerah tersebut. Pasar tradisional secara langsung berada di bawah



pemerintah daerah/kota yang kebijakannya diatur langsung oleh peraturan daerah (PERDA). Keberadaan pasar juga merupakan salah satu sumber pendapatan utama daerah (PAD) yang memungkinkan, oleh karena itu PERDA menyelenggarakan pengelolaan fasilitas pasar dengan tujuan untuk mengatur perkembangan pasar guna meningkatkan pelayanan yang diberikan kepada masyarakat dan sekaligus waktu. waktu semakin baik. ekonomi masyarakat. Namun, tujuan tersebut tidak sepenuhnya tercakup dalam materi muatan PERDA, karena hanya mengatur klasifikasi pasar berdasarkan kelas dan jenis, peraturan pendirian/pengembangan dan penghentian pasar, penunjukan dan penggunaan tempat penjualan, holding stand, parkir . dan pembersihan di area pasar, biaya, bea, larangan dan sanksi.

Paradigma ini muncul karena adanya pemahaman yang mengidentikkan otonomi daerah dengan kemandirian ekonomi, sehingga manfaat akumulasi modal menjadi sangat penting dalam perancangan dan implementasi berbagai kebijakan. Kepentingan ini tersembunyi di balik jargon penambahan PAD, yang dalam pengelolaan ruang pasar diekspresikan dalam kemudahan penerbitan izin pasar modern. Bahkan, dalam beberapa peraturan, misalnya peraturan bersama Menteri Perindustrian dan Perdagangan dan Menteri Dalam Negeri no. 145/MPP/Kep/5/1997 dan no. 57 Tahun 1997 tentang Pengembangan Pasar dan Pertokoan, serta Peraturan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 261/MPP/Kep/7/1997 dan Peraturan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 420/MPP/Kep/10/1997 mengatur pembatasan izin untuk

pasar modern besar, namun pengurus daerah tidak mengikuti peraturan tersebut. Konsep revitalisasi pasar tradisional lebih luas dari sekedar mengubah bangunan fisik, tetapi juga harus mencakup pemahaman tentang pemasaran yang dinamis. Untuk menghidupkan kembali pasar tradisional, salah satunya adalah pembangunan lapak penjualan atau loket dan suku cadang baru bagi para pedagang pasar, yang berujung pada ketidakpuasan para pedagang, karena informasi tentang rencana dan pelaksanaan kebangkitan pasar tidak sampai ke seluruh pedagang, melainkan hanya tempat penjualan mereka. perwakilan Banyak pedagang di pasar yang dihidupkan kembali tidak menyadari bahwa kebangkitan sedang terjadi atau berlaku di pasar mereka. Pedagang juga merasa harga lapak, los atau kios yang ditawarkan pengembang pasar terlalu tinggi sehingga sulit untuk mengaksesnya. Apalagi sekarang dealer tradisional sangat kompetitif di pasar saat ini dalam hal pendapatan. Pasar modern seperti supermarket, minimarket, department store dan lain sebagainya, selain dapat menjual barangnya dengan harga yang lebih murah, juga menjadi tempat yang lebih nyaman karena ruang publik dan sosial terisi sehingga menarik lebih banyak pembeli. Karena mahalnya harga kios yang dihidupkan kembali, banyak pedagang yang sebelumnya memiliki beberapa kios harus menjual kiosnya sehingga hanya tersisa satu untuk menutupi uang muka pembelian kios, yang jumlahnya minimal 20 persen dari harga kios. harga jual keseluruhan.

Pengelolaan potensi pemasaran hendaknya tidak hanya diarahkan untuk meningkatkan PAD, tetapi juga untuk kepentingan masyarakat luas. Oleh karena itu, perlu melibatkan beberapa pemangku kepentingan terkait seperti

perusahaan pemasaran daerah, perencanaan daerah dan teknik konstruksi, Kementerian Jalan, Disperindag, Koppas, asosiasi pedagang tradisional, perusahaan pengembang dll untuk memulai pasar real estat. model manajemen. sehingga kepentingan masing-masing pihak dapat diperhatikan dengan baik. Isi kebijakan pengelolaan ruang pasar juga akan mengatur bagaimana potensi pasar dikembangkan, mulai dari jenis dan kualitas barang yang diperdagangkan, mekanisme bongkar muat barang, sehingga jalur distribusi produk menjadi lebih efektif dan efisien. . sebagai model kemitraan yang harus dikembangkan agar pemulihan dan revitalisasi pasar tradisional tidak dirugikan oleh pihak manapun.

### **iii. Kriteria Pasar Tradisional**

Menurut Malano (2011) untuk peningkatan perekonomian pasar tradisional dibutuhkan kriteria pasar tradisional sebagai berikut:

1. Adanya sistem tawar menawar antara penjual dan pembeli. Tawar menawar mampu memberikan dampak psikologis yang penting bagi masyarakat. Setiap orang yang berperan pada transaksi jual beli akan melibatkan seluruh emosi dan perasaannya, sehingga timbul interaksi sosial dan persoalan kompleks.
2. Pedagang di pasar tradisional berjumlah lebih dari satu, dan pedagang tersebut memiliki hak atas stan yang telah dimiliki, dan memiliki hak penuh atas barang dagangan.

3. Pasar berdasarkan pengelompokan dan jenis barang pasar, Jenis barang di pasar umumnya dibagi dalam empat kategori:

- m. Kelompok bersih (kelompok jasa, kelompok warung, toko)
- n. Kelompok kotor yang tidak bau (kelompok hasil bumi dan buahbuahan)
- o. Kelompok kotor yang bau dan basah (kelompok sayur dan bumbu)
- p. Kelompok bau, basah, kotor, dan busuk (kelompok ikan basah dan daging)
  - 1. Kriteria pasar berdasarkan tempat berjualan atau lebih sering disebut stand, dipilih dengan cara undian (stan yang ada adalah stan milik sendiri dengan membayar biaya retribusi per m<sup>2</sup>/hari sesuai dengan biaya yang telah ditetapkan). Jenis barang yang telah dikelompokkan, dilihat jenis barang dagangan apa yang paling banyak diperdagangkan dan paling diminati. Bagian atau blok-blok yang telah ditetapkan tempat-tempat yang strategis diutamakan diundi dahulu untuk pengurus setiap bagian, setelah itu sisanya diundi untuk pedagang lainnya.

Kriteria pasar tradisional menurut Menteri Perdagangan Republik Indonesia, yaitu:

- a. Pasar tradisional dimiliki, dibangun dan atau dikelola oleh pemerintah daerah.
- b. Transaksi dilakukan secara tawar menawar antara penjual dan pembeli.
- c. Tempat usaha beragam dan menyatu dalam lokasi yang sama.
- d. Sebagian besar barang dan jasa yang ditawarkan berbahan baku lokal.

#### **iv. Sarana Pasar Tradisional**

Sarana pendukung pasar merupakan komponen yang perlu disediakan untuk mendukung aktivitas di dalam pasar, yaitu:

##### **2. Komponen utama yang meliputi:**

- a. Bangunan
- b. Kios dagang
- c. Gang antar kios
- d. Jalan utama

##### **3. Komponen pendukung, yang meliputi:**

- a. Identitas (papan nama, gapura atau tugu)
- b. Papan informasi
- c. Toilet
- d. Mushola
- e. Air bersih
- f. Drainase
- g. Parkir

- h. Pemadam kebakaran
- i. Tempat pembuangan sampah

Menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012, tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional, Pasal 9 sarana pendukung pasar tradisional menurut Menteri Perdagangan Republik Indonesia, yaitu:

- 1) Kantor pengelola;
- 2) Area parkir;
- 3) Tempat pembuangan sampah sementara/sarana; pengelolaan sampah;
- 4) Air bersih;
- 5) Sanitasi/drainase;
- 6) Tempat ibadah;
- 7) Toilet umum;
- 8) Pos keamanan;
- 9) Tempat pengelolaan limbah/ instalasi pengelolaan air limbah;
- 10) Hidran dan fasilitas pemadam kebakaran;
- 11) Penteraan;
- 12) Sarana komunikasi; dan
- 13) Area bongkar muat dagangan.

## F. Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Magdina, Nasution dan Thamrin (2018)	Evaluasi Kebijakan Revitalisasi dalam	Hasil penelitian menunjukkan bahwa model pemulihan pasar sosial tradisional berbasis

		<p>Pengelolaan fasilitas pasar Tradisional oleh Perusahaan Daerah Pasar Kota Medan</p>	<p>modal sosial. Hasil penelitian lapangan di dua pasar menunjukkan bahwa kebangkitan lebih ditekankan pada aspek fisik pasar tanpa memperhatikan aspek lainnya. Modal sosial bahkan membuat mereka terpuruk dan gagal di pasar Sukaramai. Kebangkitan, di sisi lain, berhasil ketika itu termasuk atau menggunakan aspek lain seperti jaringan sosial, kepercayaan dan rasa hormat terhadap aturan atau norma. Ditemukan juga bahwa kebijakan pemulihan pasar Sukaramai dianggap gagal sehingga perlu diperbaiki, sedangkan pasar Titi Kuning memiliki kebijakan yang baik.</p>
2	Lamawuran dan Nyong (2021)	<p>Evaluasi Ketercapaian Fungsi Pasar Rakyat Waiwerang Pasca Revitalisasi</p>	<p>Hasil kajian menunjukkan bahwa produksi program revitalisasi tidak esensial dilihat dari kebutuhan pengusaha dan iklim lingkungan setempat. Kurangnya partisipasi penyalur menjadi faktor dalam perancangan program yang tidak didasarkan pada analisis kebutuhan yang akurat. Pelaksanaan program tidak didukung oleh kualitas dan kapasitas organisasi administrasi yang handal. Hal ini disebabkan interpretasi sebagian dari tujuan program sesuai UU No. 7 Tahun 2014 dan Permendag No. 2 Tahun 2019. Tempat dan infrastruktur toko tidak digunakan sesuai rencana untuk mendukung kinerja dari fungsi pemasaran. Faktor yang mempengaruhi adalah jumlah unit, luas total dan sirkulasi udara. Perubahan telah dilakukan pada tampilan fisik pasar. Namun</p>

			<p>ketersediaan modal komersial dan peningkatan stabilitas produksi melalui koperasi tidak dimobilisasi. Manajer terus mengabaikan peran modal sosial/kelembagaan dalam keberlanjutan ekosistem dan lingkungan pasar.</p>
3	Pratiwi dan Kartika (2019)	<p>Analisis Efektivitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional Dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Pedagang Dan Pengelolaan fasilitas pasar Pohgading</p>	<p>Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa tingkat keberhasilan program pemulihan pasar tradisional cukup efektif ditinjau dari efisiensi variabel input yaitu 73,25 (cukup efektif), tingkat efisiensi proses output variabel tersebut sebesar 67,25 (cukup efisien) dan tingkat efisiensi variabel output sebesar 72,75 (cukup efisien). Pendapatan pedagang meningkat setelah dilaksanakannya program pemulihan pasar tradisional. Pengelolaan fasilitas pasar yang lebih baik setelah program renovasi pasar tradisional.</p>
4	Rohmadani dan Megawati (2022)	<p>Implementasi Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional Nambangandi Kota Surabaya</p>	<p>Hasil kajian menunjukkan bahwa pembuat kebijakan terkait menjalankan tugas dan fungsinya dengan menggunakan metode dan prosedur yang telah ditetapkan. Pengawasan dilakukan setiap hari, dalam pembenahan fasilitas instansi terkait telah melaksanakan tugasnya dengan baik, dalam pembenahan manajemen harus melakukan pengawasan secara ketat.</p>
5	Arimbawa dan Marhaeni (2017)	<p>Analisis Efektivitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional Di Pasar Desa Adat Intaranbsanur</p>	<p>Hasil analisis menunjukkan bahwa persentase keberhasilan program stimulasi pemasaran tradisional menurut variabel input, proses dan output tergolong berhasil. Pendapatan pedagang pasar meningkat sejak pelaksanaan Program Penghidupan Pasar Tradisional.</p>



6	Ginawanti dan Mahendra (2019)	Upaya Revitalisasi Pasar disional Melalui embenahan Faktor Internal Dan Eksternal Pasar Wage Di Nganjuk	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pasar gaji nganjuk masih belum optimal dalam mendukung fasilitas, tempat parkir untuk mengatasi kemacetan, khususnya kurangnya fasilitas untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, pedagang kaki lima di pasar, kurangnya sosialisasi atau pelatihan secara berkala. untuk pedagang.
7	Nayoan, Lengkong dan Londa (2021)	Dampak Ekonomi Kebijakan Revitalisasi Pasar (Studi di Pasar Rakyat Desa Poopo Utara Kecamatan Ranoyapo Kabupaten Minahasa Selatan)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebangkitan Pasar Rakyat Desa Poopo memberikan dampak positif dan negatif bagi pemilik pasar, pedagang, dan masyarakat sebagai pengunjung pasar. Program tersebut menyebabkan berbagai perubahan baik pada aspek fisik bangunan maupun perekonomian masyarakat setempat. sehingga hal ini merupakan langkah pemerintah untuk menghidupkan kembali perekonomian yang dapat diterima dengan baik oleh masyarakat.
8	Adeliana, Ridlo dan Rochani (2017)	Evaluasi Manajemen Pasar Tradisional Berdasarkan Aspek Pelayanan Prima (Studi Kasus Pasar Tradisional Peterongan Semarang)	Dari hasil analisis yang dilakukan peneliti dapat disimpulkan bahwa pengelolaan Pasar Peterongan belum optimal sehingga hasil evaluasi pelayanan prima dikatakan “tidak dapat dicapai”. 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

			<p>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.</p>
9	<p>Anggraini, Amalia, Hermawan dan Ismiyati (2017)</p>	<p>Standar Revitalisasi Pasar Tradisional Di Indonesia (Studi Kasus Pasar Tradisional Di Kota Semarang)</p>	<p>Kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat perbedaan antara pasar tradisional dulu dan sekarang dalam hal jenis komoditas, peran pasar, bentuk interaksi dan sistem sirkulasi pasar. Efek dari revitalisasi adalah bangunan menjadi lebih baik, bersih, tidak becek lagi saat hujan, tetapi dari segi pendapatan, tidak semua pasar mengalami peningkatan sejak revitalisasi. Dalam standar penyelenggaraan pasar tradisional yang dihidupkan kembali dengan SNI Pasar Rakyat, masih ada beberapa hal yang perlu diperbarui dan ditambahkan, karena belum sesuai dengan penerapan di lapangan, dan masih ada beberapa standar yang belum disebutkan dalam SNI, yaitu standar lebar koridor di pasar tradisional, kekhasan dan jumlah lantai bangunan, tata ruang dan pengelolaan, aksesibilitas yang lebih baik, organisasi pedagang janda dan sistem pemungutan balas dendam. Oleh karena itu, kajian ini memberikan rekomendasi teknis dan manajemen standar terkait penataan dan pengelolaan ruang pasar</p>

			tradisional yang dihidupkan kembali.
10	Safari dan Aminudin (2020)	Implementasi Revitalisasi Pasar Tradisional B Srikaton	Pelaksanaan revitalisasi pasar tradisional B Srikaton berjalan lancar. Model pemulihan yang diterapkan dalam pemulihan pasar adalah pemulihan fisik sejalan dengan tujuan pemulihan, 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 pemulihan ekonomi tidak tercapai, karena pendapatan pedagang menurun setelah menempati/berjualan di kios revitalisasi.
11	Kargarian, Raofat dan Mohammadi (2011)	Reactive power market management considering voltage control area reserve and system security	Hasil simulasi menunjukkan efektivitas algoritma yang diusulkan untuk manajemen pasar daya reaktif.
12	Yang, Wang dan Tong (2020)	A novel system for multi-step electricity price forecasting for electricity market management	Dua kasus dan satu studi banding disediakan dan dianalisis untuk memvalidasi kinerja sistem yang dikembangkan dalam prakiraan harga listrik multi-langkah. Selanjutnya, diskusi lebih lanjut disajikan untuk menggambarkan pentingnya penelitian ini, sehingga membuktikan bahwa hasil penelitian ini mengisi kesenjangan pengetahuan saat ini dan memberikan masa depan yang baru arahan untuk studi terkait.

13	Tempesta et al (2021)	Farmland value in the “Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore PGDO” area. An application of the Hedonic Pricing method	Our results seem to suggest that future researches should devote particular attention to the analysis of the discrepancies existing between estimated values and market prices in order to support the appraisal activity of professional valuers.
14	Pratiwi dan Rusmiati (2017)	Study of Market Facilities in the Revitalization Project of Klewer Market	The conclusion of this study is that Klewer Market post-revitalization has a more modern concept than pre-revitalization and is able to become one of tourist icons in Surakarta City, which already has more adequate facilities, utilities, and management.
15	Conrad dan Alleyne (2010)	The spatial impact of revitalization on the likelihood of homeownership: a look at Washington, DC	The results of this study suggest that the type of amenity being developed can influence the likelihood of homeownership and that the activity in one ward does not have a significant impact on homeownership in neighboring wards.
16	Nevescanin (2019)	Creating a Modern City: Gentrification or Revitalization in the City of Łódź	This paper explains how the process of revitalization is shaping the new identity of Lodz, and which negative side-effects of revitalization occur during the process. To which amount should the city rely on private investments, and how to control the development of new and regenerated city areas? What is the role of local authorities and urban planners and architects in the process of revitalization? Defining gentrification and understanding the positive and negative effects of the process of revitalization is vital in creating the new urban plans and rules for “new cities”- – cities in post-socialist countries,

			which still have a transition economy
17	Gumilang, Wijaya dan Haryono (2017)	Social Impact of Post Revitalized Markets Traditional Markets (Phenomenology Study at Pasar Sunggingan, Boyolali)	Based on the research result, it can be concluded that the impact of revitalization of Pasar Sunggingan (1) the change of cultural elements, namely: Javanese language, values and norms, market organization, merchandise, trade, place of worship, music art and dance. (2) the tradition of Pahingan as the custom of Sunggingan residents from generation to generation and become the source of economic activity for Sunggingan community. (3) citizen strategy in preserving Pahingan tradition is continuous socialization so that become routine event every day Pahing.
18	Stutiari dan Stutiari (2019)	Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Dan Tata Kelola Pasar Di Kabupaten Badung	Berdasarkan hasil analisis disimpulkan bahwapendapatan pedagang meningkat sesudah revitalisasi pasar tradisional di Kabupaten Badung. Dan terjadi peningkatan terhadap tata kelola pasar yang meliputi kondisi sarana atau fasilitas pasar, kebersihan pasar, keamanan pasar dan pelayanan administrasi setelah dilaksanakannya revitalisasi pasar tradisional di Kabupaten Badung.
19	Award (2011)	Sustainable Waterfront Revitalization: Baltimore, San Francisco, and Seattle	The results indicate that waterfronts must provide a balance and mix of uses, assimilate with the surrounding city, provide connections between attractions and with the city and region, continuously reinvent themselves, provide attractions that draw both locals and tourists, and have a clear identity. These findings, while

			quite broad, are intended to provide a foundation that will be relevant to any city undertaking new waterfront revitalization projects.
20	Mesthrige and Poon (2014)	Assessing the impact of revitalized industrial buildings on the value of surrounding properties. An empirical study	The results imply that industrial revitalization projects located adjacent to residential developments both reduce the value of the latter and discourage potential property buyers. The negative public perception of these properties diminishes their value and hence decreases the value of the property.

