



Revitalisasi Pasar: Apa Selanjutnya?

Abdurrahman Arif

STISIPOL Candradimuka

Jl. Swadaya Sekip Ujung No.20, Palembang

Korespondensi penulis: arriif1995@gmail.com

Abstract. Market revitalization is not only physical development. Management, economic and social development is needed. The phenomenon of contemporary coffee shops appearing in traditional markets has attracted researchers to identify market revitalization problems. The aim of this research is to identify problems regarding revitalization. The research perspective is what the problem is, what is the government's attitude and what is the orientation of policy holders. Literature review method to verify data related to the implementation of revitalization in a number of markets. Shows that there are still problems such as communication and perceptions about revitalization, while policy holders have shown a clear policy direction. Market classification and revitalization that must be carried out.

Keywords: Market Revitalization, Problem Identification, Traditional Markets.

Abstrak. Revitalisasi Pasar tidak hanya Pembangunan secara fisik. Pembangunan manajemen, ekonomi dan sosial diperlukan. Fenomena kedai kopi kekinian yang hadir di pasar tradisional menarik peneliti untuk mengidentifikasi masalah revitalisasi pasar. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi masalah tentang revitalisasi. Prespektif penelitian adalah apa masalahnya, bagaimana sikap pemerintah dan apa orientasi pemegang kebijakan. Metode literature review untuk memverifikasi data terkait pelaksanaan revitalisasi di sejumlah pasar. Menunjukkan masih ada masalah seperti komunikasi dan persepsi tentang revitalisasi, Sedangkan pemegang kebijakan telah menunjukkan arah kebijakan yang jelas. Klasifikasi pasar dan revitalisasi yang harus dilakukan.

Kata kunci: Revitalisasi Pasar, Identifikasi Masalah, Pasar Tradisional.

LATAR BELAKANG

Sebuah produk kebijakan tidak menjadi akhir dari sebuah proses kebijakan. Evaluasi kebijakan merupakan irisan antara menilai kebijakan saat ini dan apa kebijakan berikutnya. Identifikasi masalah bisa dilakukan oleh pihak-pihak yang memiliki ketertarikan (R. Dye, 2011). Pasca pademi sejumlah kedai kopi merambah pasar sebagai ruang baru. Masuknya kedai kopi ke pasar dapat dikatakan sebagai bentuk revitalisasi pasar. Namun apakah masalah revitalisasi pasar telah selesai.

Aktor Kebijakan menunjukkan ketertarikan terhadap revitalisasi pasar dimulai dari tahun 2007 dengan membuat peraturan Presiden No 112 tahun 2007 tentang penataan pasar tradisional. Menjelaskan syarat pendirian pasar, perizinan, mekanisme dan jam operasional pasar tradisional.

Peraturan tentang revitalisasi pasar memiliki target dominan yaitu Pembangunan secara fisik. Tujuan peraturan adalah memberikan rasa nyaman kepada pengunjung. Kenyamanan pengunjung tidak memberikan dampak pada penghasilan pedagang. Berdasarkan penjelasan

ini penulis ingin mengidentifikasi apa saja yang menjadi masalah dalam revitalisasi pasar ? berdasarkan sejumlah penelitian yang dilakukan dalam kurun waktu 5 tahun ke belakang.

KAJIAN TEORITIS

Sebuah proses menghidupkan atau mengiatkan kembali merupakan pengertian revitalisasi menurut KBBI. Masyarakat yang berprofesi sebagai pedagang sangat tergantung pada pasar tradisional, oleh karena itu revitalisasi perlu dilakukan sebagai upaya menjaga dan menguatkan eksistensi pasar tradisional.

Tujuan revitalisasi pasar tidak hanya memperindah tapi juga transformasi pasar tradisional. Harapannya pasar tradisional mampu bersaing dengan pasar modern dan sarana belanja daring. Untuk itu perlu peningkatan akses kepada Masyarakat untuk ke pasar. Manfaat revitalisasi secara praktis mempercepat roda ekonomi di Tengah Masyarakat.

Proses kebijakan dimulai ketika sebuah kelompok melakukan identifikasi masalah suatu issue. Hal ini menunjukkan ketertarikan kelompok terhadap issue tersebut (R. Dye, 2011). Setelah identifikasi masalah ada tahapan agenda setting, issue tersebut dapat dilihat dari sejumlah aktor kebijakan yang terlibat. Menurut Kingdon ada tiga aliran yang bisa identifikasi yaitu aliran masalah, aliran kebijakan dan aliran politik.

METODE PENELITIAN

Desain literature Review adalah penjelasan temuan dan bahan penelitian yang diperoleh dari sejumlah artikel jurnal yang mengangkat tema revitalisasi pasar. Dalam analisis data, penelitian ini menggunakan Miles dan Huberman yang memiliki tiga tahapan yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan (Silalahi, 2012)

Reduksi data adalah proses penyederhanaan, penentuan dan transformasi data. Hasil analisis ditata sedemikian rupa untuk ditarik kesimpulan dan diverifikasi. Selanjutnya penyajian data merupakan sekumpulan informasi tersusun. Penarikan kesimpulan adalah temuan berupa deskripsi atau gambaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan artikel jurnal yang diterbitkan pada periode 2018 hingga 2023. Displin ilmu penelitian adalah implementasi peraturan. Hal ini untuk mengetahui apa yang telah dilakukan oleh pemerintah terhadap issue revitalisasi pasar. Lokasi penelitian berada di Indonesia dengan sebaran pulau Sumatera dan Jawa. Mereduksi temuan penelitian sehingga

bisa dikategorikan sesuai dengan tiga aliran menurut Kingdon yaitu aliran masalah, kebijakan dan politik.

Aliran Masalah

Temuan sejumlah penelitian mengidentifikasi beberapa masalah pada pelaksanaan revitalisasi pasar. Setelah memverifikasi ada dua bahasan yang menjadi temuan penelitian ini, yaitu;

1. Revitalisasi tidak sama dengan Renovasi

Respon Masyarakat Bekasi terhadap revitalisasi Pasar tradisional Bantar Gebang terfokus pada kondisi pasar yang lebih bersih dan rapi (Engkus, 2021). Revitalisasi Pasar Sei Sikambing Kota Medan melihat revitalisasi sebagai upaya pemerintah memperhatikan Masyarakat tapi belum berdampak secara langsung. Hanya memberikan kenyamanan bagi masyarakat dalam proses transaksi jual beli. Namun memberi dampak secara ekonomi (Dini, 2023).

Melihat respon masyarakat terhadap revitalisasi. Perlu ada upaya selanjutnya dari berbagai pihak terkait bagaimana revitalisasi ikut memberi dampak secara ekonomi. Misalnya sosialisasi digital marketing, public speaking dan peningkatan kualitas softskill pedagang.

2. Komunikasi antar aktor

Proses transfer informasi antar aktor memiliki sejumlah faktor pendukung seperti standar, tujuan dan sumber informasi. Perbedaan sumber informasi bisa menyebabkan intervensi yang salah hingga menimbulkan pertentangan (Dini 2023) Temuan komunikasi antara pemerintah Kota Bekasi, pedagang dan mitra dikatakan baik (Engkus. 2021)

Komunikasi adalah kunci keberhasilan pelaksanaan sebuah peraturan ataupun program. Ketersediaan setiap aktor untuk berkomunikasi secara sejajar dapat mempengaruhi keberhasilan peraturan ataupun program. Melihat perkembangan teknologi, informasi benar-benar harus menjadi perhatian. Agar tidak terjadi salah paham baik antara aktor dan Masyarakat.

Aliran Kebijakan

Peraturan Presiden No 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, menunjukkan kehadiran aktor pengambilan kebijakan pada issue revitalisasi pasar. Tujuan Perpres adalah memberikan pedoman penataan pasar tradisional salah satu kriteria yang terdapat pasal 2 ayat 2 menjamin pasar tradisional yang bersih, aman, tertib dan nyaman. Turut mengatur jam operasional dan perizinan

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 37/M-DAG/PER/5/2017 Tentang Pedoman Pembangunan dan Pengelolaan Sarana Perdagangan. Peraturan ini memberikan klasifikasi empat tipe pasar rakyat. Melibatkan gubernur, bupati dan walikota dalam proses revitalisasi pasar tradisional. Revitalisasi sarana termasuk revitalisasi fisik, manajemen, ekonomi dan sosial budaya.

Berdasarkan uraian diatas prespektif kebijakan. Ketertarikan pemegang kebijakan terhadap issue revitalisasi pasar sangat nyata. Namun pada pelaksanaannya belum dapat dilakukan penelitian. Terutama terkait revitalisasi manajemen, ekonomi dan sosial budaya. Peranan beragam lapisan Masyarakat dalam melaksanakan dan menilai kebijakan tentang revitalisasi adalah Kerjasama antar Masyarakat.

Aliran Politik

Program revitalisasi pasar menjadi salah satu mandat Presiden Joko Widodo terhadap Kementerian Perdagangan. Target program revitalisasi pasar pada periode 2015-2019 sebanyak 5.000 pasar rakyat. Revitalisasi yang dilakukan tidak sebatas bangunan fisik tapi juga non fisik. Kemendag menjelaskan revitalisasi manajemen, ekonomi dan sosial.

Revitalisasi Manajemen fokus pada standar operasional prosedur (SOP) , pedagang dan pemodal. Sedangkan revitalisasi ekonomi untuk peningkatan pendapatan pedagang terakhir revitalisasi sosial budaya upaya menciptakan lingkungan pasar yang menarik dan berdampak positif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Aliran masalah menampilkan permasalahan yang didasari oleh komunikasi. Bagaimana komunikasi antar aktor baik internal maupun eksternal dapat mempengaruhi keberhasilan revitalisasi. Melakukan komunikasi saja tidak cukup. Harus mempertimbangkan bagaimana komunikasi dilakukan dan apa yang disampaikan. Arus informasi menjadi tantangan bagi setiap aktor untuk menjaga harmonisasi proses revitalisasi pasar.

Aliran Kebijakan dan Politik, pemegang kebijakan telah melakukan apa bisa mereka lakukan. Bentuk peraturan maupun pernyataan adalah pendukung bahwa revitalisasi pasar Tengah menjadi sorotan pemegang kebijakan.

Adapun penelitian yang bisa dilakukan adalah bagaimana pelaksanaan bantuan dari pusat terhadap daerah untuk proses revitalisasi, Memang tidak setiap daerah menjadi sasaran. Bagaimanakah dampak dari revitalisasi yang telah dilakukan...

DAFTAR REFERENSI

Artikel Jurnal

- Alfianita, Ella; Wijaya, Andy Fefta & Siswidianto (2015). Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Prespektif GoodGovernance (Studi di Pasar Tumpang Kabupaten Malang). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 3(5); 758-762. <http://administrasipublik.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jap/article/view/861>.
- Dini Ariani, & Tunggul Sihombing. (2023). Implementasi Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional Sei Sikambing Kota Medan. *Jurnal Niara*, 16(2), 363-378. <https://doi.org/10.31849/niara.v16i2.16261>
- Engkus. (2021). Implementasi Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional. *Jurnal Governansi*, 7(2), 149-160
- Mangeswuri, DR, & Purwanto, NP (2010). *Revitalisasi Pasar Tradisional Di Indonesia. Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik*, 1 (2), 313-335.
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung. Alfabeta.

Buku Teks

- Dye, Thomas R, (2011). *Understanding Public Policy* , New Jersey: Prentice Hall.
- Kingdon, John W., (2003) *Agendas, Alternatives, and Public Policies*, New York: Longman
- Nugroho, Riant, (2014). *Public Policy*, Jakarta; Elex Media Komputindo.
- Silalahi, Ulbert. (2012). Metode Penelitian Sosial. Bandung: Refika Aditama.

Peraturan

- Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 37/M-DAG/PER/5/2017 Tentang Pedoman Pembangunan dan Pengelolaan Sarana Perdagangan
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 84 Tahun 2018 Tentang Petunjuk Operasional Standar Teknis Kegiatan Bidang Pasar Menu Kegiatan Pembangunan/Revitalisasi Pasar Rakyat Melalui Dana Alokasi Khusus
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 15/M-DAG/PER/2/2017 Tentang Penugasan Gubernur atau Bupati/Wali Kota dalam Pelaksanaan Kegiatan Pembangunan/Revitalisasi Sarana Perdagangan yang Didanai Dengan Dana Tugas Pembantuan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara Tahun Anggaran 2017
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2021 Tentang Pedoman Pembangunan dan Pengelolaan Saran Perdagangan

Internet

- Kementerian Perdagangan (2019) Kemendag Revitalisasi Pasar Rakyat untuk Perkuat Ekonomi Kerakyatan. Available at : <https://www.kemendag.go.id/berita/siaran-pers/kemendag-revitalisasi-pasar-rakyat-untuk-perkuat-ekonomi-kerakyatan>, Diakses 20 Januari 2024