

IMPLEMENTASI REVITALISASI PASAR GADING KOTA SURAKARTA

Oleh

Annisa Miftahul Ulum¹

Joko Pramono²

Wahyu Bhudianto³

Abstract

Judging from the indicators used to determine the implementation of the revitalization of Ivory Markets of Surakarta, communication is done by implementing policies in promoting policies that have been made to the target group. Factors resource that includes human resources (HR), budget, facilities, and information and authority. Disposition, behavioral tendency executive officers in carrying out their responsibilities. Bureaucratic structure that includes two things: the mechanism and structure of the bureaucracy itself. Indicators to assess the success of the implementation of the market that has been done by implementing policies which starts from the delivery of the policy pursued by way of policy dissemination and then continued with the process of revitalizing itself and manufacturing SOPs that serve as guidelines for officers in providing services to those users who have adapted to the market Surakarta ivory market vision has been implemented properly so that it can be said that policy implementation has been carried out successfully. Conclusion The purpose of the revitalization of the market that is changing the negative image of traditional markets to improve the competitiveness of traditional markets in the eyes of the public in accordance with the vision that has been set.

Key Word: *implementation, revitalization of the market.*

Pendahuluan

Pasar menjadi tujuan utama masyarakat sebagai tempat untuk memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari. Berbagai kebutuhan pokok tersedia di pasar, baik berupa bahan pangan maupun sandang untuk menunjang berlangsungnya kehidupan. Banyak masyarakat yang berbondong-bondong pergi kepasar untuk berbelanja kebutuhan mereka. Keberadaan pasar tradisional memiliki keunggulan tersendiri dibandingkan dengan pasar modern. Di dalam pasar tradisional, tawar-menawar harga adalah wujud komunikasi langsung yang sering dilakukan untuk menentukan harga yang cocok dan disepakati antara penjual dan pembeli. Sistem jual beli yang terjadi merupakan sebuah sistem transaksi yang interaktif yang tidak dapat ditemui di pasar modern.

Dengan berjalannya waktu peran pasar tradisional semakin hari semakin menurun. Hilangnya pasar tradisional yang berpuh tahun menjadi penghubung

perekonomian perdesaan dengan perkotaan, dikhawatirkan akan mengakibatkan hilangnya lapangan pekerjaan. Mempertahankan pasar tradisional secara fisik, mudah. Tetapi mempertahankan fungsinya jauh lebih sulit. Citra negatif yang biasa ditemui di pasar tradisional merupakan salah satu penyebab beralihnya konsumen menuju pasar modern. Citra negatif yang tidak pernah lepas mengenai pasar tradisional adalah tempat yang kumuh, kotor, jorok, becek, berbau, tidak aman, tidak sehat, dan umpek-umpekan. Fasilitas yang disediakan pun sangat minim, misalnya saja toilet yang tidak terawat, tempat parkir yang terbatas dan lorong yang sempit. Terlebih ditambah dengan pelayanan dari pedagang yang sering memanipulasi terhadap kualitas dan kuantitas barang. Hal ini menimbulkan ketidaknyamanan bagi pembeli untuk berbelanja di pasar tradisional juga semakin mengurangi kepercayaan dan ketertarikan konsumen untuk memilih pasar tradisional sebagai

¹ Penulis

² Pembimbing 1

³ Pembimbing 2

ruang pemenuhan kebutuhan sehari-hari.

Untuk mengembalikan peran pasar tradisional kembali berjaya seperti dulu yang harus diperhatikan terlebih dulu adalah bentuk fisik. Karena bentuk fisik memegang peranan yang penting. Bentuk fisik pasar harus mempertimbangkan fungsi pasar sebagai tempat aktivitas ekonomi sosial komunitas penggunaannya. Program revitalisasi pasar tradisional juga menyentuh tata kelola (kelembagaan) pasar. Mewujudkan pasar yang profesional haruslah dikelola dengan manajemen yang terpadu dimana seluruh manajemen pasar saling bekerjasama.

Program revitalisasi pasar tradisional muncul sebagai jawaban atas citra negatif semakin menurunnya jumlah kunjungan masyarakat ke pasar tradisional seiring dengan peningkatan jumlah pusat perbelanjaan dan toko modern khususnya di kota-kota besar di Indonesia. Hal ini dikarenakan citra negatif yang berkembang di masyarakat bahwa pasar tradisional tersebut becek, kumuh, jorok dan minimnya fasilitas. Kemendag mengembangkan program revitalisasi pasar tradisional dengan harapan dapat meningkatkan daya saing pasar tradisional dan mengembalikan pasar tradisional sebagai salah satu pusat pertumbuhan perekonomian. Dengan adanya program ini diharapkan dapat meningkatkan citra pasar tradisional dari kesan yang identik dengan kotor, becek, semrawut, bau, gersang dan kumuh menjadi pasar tradisional yang bersih, tertib, nyaman dan aman.

Program revitalisasi Pasar Tradisional mulai dicanangkan pada tahun 2010 melalui Peraturan Menteri Perdagangan No. 3/M-DAG/PER/1/2010 tentang Rencana Strategis Kementerian Perdagangan 2010-2014. Renstra ini merupakan pedoman pembangunan untuk sektor perdagangan. Didalam renstra disebutkan bahwa arah kebijakan pembangunan dalam negeri adalah peningkatan penataan sistem distribusi nasional yang menjamin kelancaran arus barang dan jasa, kepastian usaha dan daya saing produk domestik. Salah satu fokus prioritas adalah peningkatan jaringan distribusi untuk menunjang pengembangan logistik nasional dengan kegiatan yaitu :

Pengembangan Sarana Distribusi Perdagangan melalui Program Revitalisasi Pasar Tradisional.

Sedangkan program revitalisasi pasar tradisional sendiri di Kota Surakarta diatur dalam Perda No.1 tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Perlindungan Pasar Tradisional. Semenjak dikeluarkannya perda tersebut maka mulai banyak pasar tradisional yang mulai dibangun dan diperbaiki kondisi fisiknya agar jauh lebih baik dari sebelumnya. Salah satu pasar yang ikut dibangun adalah Pasar Gading yang terletak di Jalan Veteran No. 42, Kecamatan Pasar Kliwon Kota Surakarta. Dari alasan-alasan di ataslah maka penulis tertarik dan ingin meneliti dipasar Gading, sehingga penulis mengambil judul Implementasi Revitalisasi Pasar Gading Kota Surakarta.

Metode Penelitian

Penelitian ini berupaya untuk mengungkap dan memahami dampak perubahan pasar bagi pedagang tradisional. Berdasarkan jenisnya, penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh social yang tidak dapat dijelaskan, diukur atau digambarkan melalui pendekatan kuantitatif (Saryono, 2010: 1).

Lokasi penelitian ini adalah Pasar Gading Kota Surakarta, terletak di Jalan Veteran No. 42, Kecamatan Pasar Kliwon Kota Surakarta. Dalam penelitian ini peneliti telah menetapkan informan yang sesuai dengan konsep yang telah peneliti tetapkan. Tehnik pengumpulan data yang dipakai oleh peneliti yaitu dengan wawancara dan studi dokumentasi. *Pertama*, wawancara yang dilakukan secara mendalam terhadap informan sebagai sumber data penelitian. Dalam penelitian ini peneliti bertemu langsung dengan informan yang mengetahui tentang informasi yang sesuai dengan konsep penelitian menggunakan panduan dan pertanyaan yang telah di susun sebelumnya. *Kedua*, studi dokumentasi dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh

subjek sendiri atau oleh orang lain tentang subjek. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dokumen-dokumen terdahulu yang sesuai dengan konsep revitalisasi pasar. Baik secara tulisan dalam buku, informasi elektronik maupun gambar.

Hasil dan Pembahasan

Komunikasi merupakan proses penyampaian informasi dari komunikator kepada komunikan. Sementara itu, komunikasi kebijakan berarti merupakan proses penyampaian informasi kebijakan dari pembuat kebijakan (policy makers) kepada pelaksana kebijakan. Informasi perlu disampaikan kepada pelaku kebijakan agar pelaku kebijakan dapat memahami apa yang menjadi isi, tujuan, arah, kelompok sasaran (target group) kebijakan, sehingga pelaku kebijakan dapat mempersiapkan hal-hal apa saja yang berhubungan dengan pelaksanaan kebijakan, agar proses implementasi kebijakan bisa berjalannya dengan efektif serta sesuai dengan tujuan kebijakan itu sendiri.

Dalam mengemban kebijakan yang telah dibuat para petugas pelaksana mengkomunikasikan maksud dan tujuan dari kebijakan kepada kelompok sasaran yaitu para pedagang dengan berbagai cara, diantaranya: melakukan sosialisasi, melakukan penyuluhan, tanya jawab langsung, menjamin tempat mereka berdagang. Semua cara tersebut diambil oleh para petugas agar para pedagang dapat membangun komunikasi dengan baik agar tidak ada kesalahpahaman antara petugas dengan para pedagang. Sehingga komunikasi yang baik dapat terjalin dan maksud serta tujuan dari kebijakan sendiri dapat tercapai.

Sumber daya memiliki peranan penting dalam implementasi kebijakan. Sumber daya berkaitan dengan segala sumber yang dapat digunakan untuk mendukung keberhasilan implementasi kebijakan. Sumber daya ini mencakup sumber daya manusia, anggaran, fasilitas, informasi dan kewenangan.

Pertama, sumber daya manusia. SDM yang ada dipasar gading sudah sesuai dengan yang dibutuhkan. Disana dijelaskan tidak butuh banyak staf atau

pegawai, tapi yang penting adalah kualitas dan kuantitasnya dalam mengurus segala kebutuhan yang diperlukan, sehingga implementasi dapat berjalan dengan lancar. Sdm yang ada sudah cukup untuk menjalankan tugas-tugas yang telah dibuat, meskipun cuma sedikit tetapi itu semua sesuai dengan kebutuhan. Sehingga saat kerja semua bekerja menjalankan tugas mereka masing-masing tidak ada yang nganggur berbeda dengan pegawai yang banyak tetapi hanya sebagian saja yang menjalankan pekerjaan.

Kedua, anggaran. Pembangunan Pasar Gading tidak hanya dana yang berasal dari pemerintah tetapi juga dikenakan biaya retribusi untuk para pedagang yang kemudian digunakan untuk perawatan yang ada dan juga untuk melengkapi fasilitas yang belum ada.

Ketiga, fasilitas. Pemenuhan fasilitas sebelum dan sesudah direvitalisasi cukup berbeda, namun perbaikan dan pemenuhan fasilitas yang ada tidak sebanding dengan pendapatan para pedagang yang cenderung menurun dan pasar menjadi sepi. Selain itu masih ada keluhan lain yaitu bagi pedagang lantai dua sedikit mengeluh dengan naik turun tangga. Seharusnya perbaikan fasilitas juga harus diimbangi dengan peningkatan pendapatan oleh para pedagang.

Keempat, informasi dan kewenangan. Informasi dan kewenangan dijalankan dengan baik. Sehingga tidak ada kesalah pahaman yang terjadi antara petugas dengan pedagang. Semua pihak cukup terbuka menanggapi informasi yang datang dan petugasnya pun juga menjalankan wewenang yang diberikan sesuai dengan tugas dan kewajibannya.

Karakteristik dari pelaksana kebijakan berperan penting untuk mewujudkan implementasi kebijakan yang sesuai dengan tujuan atau sasaran. Sikap dari pelaksana kebijakan akan sangat berpengaruh dalam implementasi kebijakan. Dalam melaksanakan tugas yang telah diberikan tidak terjadi diposisi, semua dapat menyelesaikan tugasnya dengan penuh tanggung jawab. Kejujuran dan komitmen para petugas pelaksana sangatlah dijunjung tinggi.

Struktur organisasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap implementasi kebijakan. Dalam implementasi kebijakan biasanya sudah dibuat standart operation procedur (SOP). Adanya prosedur operasing standar akan menjadi pedoman bagi implementor dalam bertindak. Struktur organisasi yang terlalu panjang maka akan cenderung melemahkan pengawasan.

Kinerja para pegawai pasar gading melakukan pekerjaanya sesuai dengan SOP yang telah ditetapkan. Dan SOP tersebut dapat dilihat dan diketahui secara langsung oleh para warganya sehingga para pedagang tahu syarat yang harus dipenuhi.

Struktur birokrasi yang ada dapat dikatakan tidak terlalu panjang dan rumit sehingga mudah dalam melaksanakan pengawasan. Pengawasan yang dilakukan pada saat revitalisasi berlangsung adalah tanggung jawab dari kepala dinas sedangkan kepala pasar hanya bertanggung jawab memenejemen pasar dan hal-hal yang ada kaitannya dengan pedagang.

Penutup

Komunikasi antara pedagang dan pembeli maupun warga sekitar pasar gading dengan para pegawai disana sebaiknya dibuatkan media untuk aduan sebagai sarana penghubung dan untuk kemajuan dan kelancaran pasar gading. Komputer dan jaringan internet sebagai alat dan sarana untuk mempermudah dalam melaksanakan pekerjaan dan untuk memperbarui informasi yang ada diluar sana mengikuti perkembangan jaman demi untuk pembaruan-pembaruan Pasar Gading. Pelatihan untuk petugas pasar, juga bisa diadakan kunjungan kepasar lain yang mempunyai potensi lebih bagus dari Pasar Gading sehingga bisa mengambil segi positif yang bisa ditiru dan diterapkan di Pasar Gading. Struktur petugas yang ada bisa ditambahi dengan bagian administrasi untuk melengkapi susunan yang sudah ada serta untuk melakukan pembukuan dan hal-hal penting yang perlu untuk dicatat pada bagian administrasi.

Daftar Pustaka

Abdul Wahab, Solichin. *Analisis Kebijakan: Dari Formulasi ke Implementasi Kebijakan Negara*. Jakarta: Bumi Aksara, 2006. *Analisis Kebijakan Publik: Konsep dan Aplikasi Analisis Proses Kebijakan Publik*. Malang. Bayu Media, 2011.

Danisworo, Mohammad & Widjaja Martokusumo. 2000. *Revitalisasi Kawasan Kota Sebuah Catatan dalam Pengembangan dan Pemanfaatan Kawasan Kota*. Diakses dari www.urdi.org (urban and regional development institute, 2000).

Herdiansyah, Haris. *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika, 2010.

Kasali, Renald. *Manajemen Periklanan : Konsep dan Aplikasinya*. Jakarta: Pusaka Utama Grafiti, 2007.

Nugroho D. Rian. *Kebijakan Public: Formulasi, Implementasi, dan Evaluasi*, Jakarta. PT Gramedia, 2003.

Saryono. *Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Bidang Kesehatan*. Yogyakarta: Nuha Medika, 2010.

Sudirmansyah, 2011. *Pengertian dan Jenis-Jenis Pasar* Diakses dari

Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2010.

<http://Konsep dan Teori Kebijakan Publik | Kompasiana.com.html>

[http://METODE PENELITIAN KUALITAIIF \(Sistematika Penelitian Kualitatif\) | fitwiethayalisi.html](http://METODE PENELITIAN KUALITAIIF (Sistematika Penelitian Kualitatif) | fitwiethayalisi.html)

<http://mulyono.staff.uns.ac.id/2009/05/31/model-kerangka-analisis-implementasi-daniel-mazmanian-dan-paul-a-sabatier/>