

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai pengelolaan maupun pengembangan pasar tradisional sebenarnya sudah banyak dilakukan diberbagai daerah di Indonesia, mulai dari penataan lokasi pasar atau relokasi hingga pembuatan kebijakan baru untuk pasar tradisional. Berbagai penolakan dari para pedagang pasar yang dapat menimbulkan konflik hingga penerimaan terhadap suatu kebijakan namun pada penerapannya dapat dikatakan gagal sudah banyak terjadi diberbagai daerah di Indonesia. Terlepas dari hal tersebut niat dari pemerintah setempat sebenarnya sudah baik, kebijakan yang dibuat pun juga demi peningkatan ekonomi masyarakat, hanya saja dalam penerapannya sering mengalami masalah-masalah dan solusi-solusi nya belum ditemukan atau belum dipersiapkan secara terlebih dahulu.

Terlepas dari uraian diatas peneliti berpijak pada penelitian yang dianggap setema atau penelitian yang dianggap relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Berikut merupakan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya diantaranya nya sebagai berikut :

1. Penelitian dari Nugroho, F.A. 2010 mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sebelas Maret dengan judul “*Penataan Sektor Informal Di Belakang Kampus UNS (Studi Kasus Dampak Sosial Ekonomi Pada Pedagang Di Pasar Pangungrejo Jebres, Surakarta)*”.

Dalam penelitian ini terjadi pemindahan pasar dari tempat lama ke tempat baru atau biasa disebut relokasi pedagang pasar. Pada penelitian tersebut menjelaskan asal mula para pedagang, dimana di belakang kampus UNS merupakan pusat perekonomian dimana terdapat para pedagang informal, seiring berjalannya waktu para pedagang tersebut tumbuh berkembang dan mendirikan suatu wadah yaitu paguyuban pedagang. Hal tersebut menjadikan daerah tersebut terlihat semrawut dan tidak tertata, sehingga pemerintah daerah sebagai wakil rakyat yang mempunyai peran menertibkan, menata, dan melestarikan lingkungan hidup melakukan relokasi para pedagang tersebut agar lokasi tersebut bersih, rapi, tertib dan sehat. Mau tidak mau para pedagang harus menaati dan mengikuti kemauan pemerintah demi terwujudnya penataan kota yang baik. Hasil dari penelitian tersebut ditemukan implementasi yang diterapkan sudah baik, keadaan dari pedagang secara ekonomi dan fasilitas sudah baik dan terjangkau.

Kondisi pasar yang nyaman dan fasilitas yang memadai menjadikan para pedagang pasar nyaman dan merasa aman, hanya saja secara dampak ekonomi para pedagang sedikit bermasalah, pendapatan yang diperoleh pedagang tidak menentu setiap harinya, hal tersebut merupakan sebuah kerugian tersendiri bagi pedagang karena pada sebelum relokasi pendapatan pedagang dapat menjamin segala kebutuhan pribadi pedagang, setelah relokasi pendapatan pedagang yang sebelumnya tinggi menjadi menurun dan kebutuhan pribadi para pedagang sulit untuk

dipenuhi lagi. Masalah tersebut timbul karena dari segi wilayah sendiri pasar tersebut dapat dikatakan sulit dijangkau oleh konsumen.

Dalam penelitian ini peneliti menyarankan kepada pemerintah daerah untuk melakukan pemetaan sosial ekonomi sebelum melakukan relokasi agar tidak ada pihak manapun yang dirugikan. Saran untuk dinas pasar Pangungrejo disarankan untuk melakukan pengembangan pasar agar lebih dikenal masyarakat luas. Saran untuk pedagang sendiri, peneliti menyarankan agar para pedagang segera menempati kios-kios yang sudah disediakan oleh Pemkot.

2. Penelitian dari Susanti, R. dan Wardiningsih, S. S. 2012 pada Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta dengan judul "*Analisis Peningkatan Kesejahteraan Pedagang Pasar Ngarsopuro Sesudah Penataan*" yang dimuat pada jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan vol. 12 no. 2.

Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa kota Solo merupakan salah satu kota yang masuk dalam jajaran *World Heritage Cities* menjadikan kota Solo sebagai kota yang mempunyai budaya jawa yang khas. Dalam penelitian tersebut disebutkan bahwa pemerintah Solo sangatlah gencar dalam melakukan pelestarian nilai budaya, penataan kota menjadi pusat perhatian dari pemerintah Solo agar lebih indah, nyaman dan tertib. Penggusuran dan relokasi dilakukan oleh pemerintah daerah kepada pedagang kaki lima, dengan tujuan keindahan dan nilai

budaya, tentunya untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi juga. Beberapa pasar dan pedagang kaki lima direlokasi ketempat baru yang sudah disediakan oleh pemerintah daerah, tempat itu dinamakan Pasar Ngarsopuro, letakdari pasar Ngarsopuro sendiri letaknya strategis karena berada di sepanjang jalan menuju Pura Mangkunegara.

Peningkatan kesejahteraan pedagang di pasar ini menjadi tujuan utama dari pemerintah daerah dengan cara menjadikan tempat bagi event-event nasional maupun internasional. Peningkatan pasar Ngarsopuro semakin meningkat dengan adanya pemasaran dan kebijakan-kebijakan dari pemerintah yang mendukung dalam peningkatan pasar Ngarsopuro, terlebih banyak nya event-event yang diadakan di wilayah pasar Ngarsopuro, terlebih lagi produk yang dijual semakin bervariasi. Hal tersebut menjadi daya tarik sendiri bagi wisatawan lokal dan mancanegara.

Kodisi perekonomian di wilayah tersebut menjadi semakin meningkat, hal itu dinyatakan dalam hasil penelitian ini bahwa dari segi lokasi pasar menampilkan hasil yang signifikan positif terjadi peningkatan kesejahteraan pedagang. Dari segi nilai tambah barang juga menampilkan hasil yang positif. Terlebih lagi dari segi *market share* yang menampilkan hasil yang positif juga. Maka penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kebijakan tentang penataan dan pengelolaan pedagang sangatlah efektif, efisien dan ekonomis bagi para pedagang. Strategi pengelolaan pasar dapat dikatakan berhasil dalam

pengembangannya. Kebijakan yang sangat tepat diambil oleh pemerintah daerah Solo demi mensejahterakan pedagang sekaligus menjadikan kota Solo dengan tata kelola yang tertata rapi, nyaman dan aman bagi wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara.

3. Sementara penelitian dari Handam dan Tahir, M. M. 2016 pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makasar dengan judul "*Peran Pemerintah Daerah dalam Pelaksanaan Penataan Pedagang Kaki Lima di Pasar Minasamaupa Kabupaten Gowa*" yang di muat dalam Jurnal Ilmu Pemerintahan, menjelaskan bahwa masalah penataan pedagang kaki lima menjadi hal yang tak kunjung selesai dan setiap tahun terus bertambah tanpa ada solusi yang tepat dalam pelaksanaannya. Namun yang menjadi fokus dari penelitian ini adalah peran dari pemerintah daerah dalam mengelola para pedagang agar lebih sejahtera tanpa melanggar aturan yang berlaku.

Dalam hal seperti ini kebijakan yang diambil oleh pemerintah daerah haruslah tepat dan adil, agar pada implementasinya tetap berjalan lancar dan tidak menimbulkan masalah baru di lingkungan masyarakat. Pada penelitian ini juga akan menghasilkan faktor-faktor yang mempengaruhi peran pemerintah daerah dalam pelaksanaan penataan para pedagang. Hasil dari penelitian ini dijabarkan dalam beberapa poin. Pada peran pemerintah daerah sendiri terdiri dari 3 poin, diantaranya :

- a. Adanya Penataan Tempat Usaha

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan penataan para pedagang mendapat reaksi positif dari masyarakat yang merasakan suasana pasar baru tersebut, karena pasar tersebut sudah lebih rapi dan tidak semrawut seperti pasar sebelumnya, hal itu akan memudahkan pembeli dalam berbelanja kebutuhan pokok sehari-hari.

b. Pembinaan Pedagang

Kesimpulan dari poin ini diambil dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti dari dinas pasar, Satpol PP hingga pedagang dan pembeli. Hasilnya menunjukkan bahwa pembangunan dimaksudkan untuk memberikan kesempatan bagi para pedagang dalam menjalankan usahanya dan juga pemerintah menghilangkan tanggapan dari para pedagang bahwa para pedagang kaki lima adalah pihak yang selalu ditelantarkan dalam proses penataan pedagang, padahal pemerintah sebenarnya peduli dengan cara memberikan tempat berdagang yang lebih layak.

c. Pengawasan

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti menyebutkan bahwa penataan para pedagang diawasi langsung oleh Badan Satuan Polisi Pamong Praja demi menciptakan situasi yang kondusif dengan cara memberikan sanksi kepada pedagang yang susah untuk diatur sehingga kenyamanan dan keamanan tetap terjaga.

Sementara itu, hasil penelitian ini menemukan beberapa faktor yang menjadi faktor pendukung dan faktor penghambat peran dari pemerintah dalam melakukan penataan kepada para pedagang, diantaranya :

a. Faktor Pendukung

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti, faktor pendukung yang mendukung peran pemerintah dalam melakukan penataan adalah Peraturan Daerah No 5 tahun 2009 dan peraturan-peraturan yang lainnya. Dengan Peraturan Daerah ini pemerintah daerah dan instansi terkait dapat melakukan tindakan tegas terhadap para pedagang yang melanggar aturan.

b. Faktor Penghambat

Hasil wawancara peneliti menghasilkan hasil dari faktor yang menjadi penghambat dari penataan yang dilakukan pemerintah daerah. Faktor penghambat tersebut yaitu kurangnya partisipasi dari para pedagang yang membuat masyarakat dalam penerapannya banyak yang tidak mematuhi aturan yang ada. Sikap tidak peduli dan kurangnya kesadaran dari para pedagang membuat seringkali terjadi perlawanan terhadap petugas lapangan, sehingga terjadi konflik antara petugas lapangan dengan para pedagang.

B. Landasan Teori

Penelitian yang dilakukan mempunyai tujuan untuk mengetahui fenomena kebijakan yang diambil oleh Dinas Pasar Beringharjo terkait penambahan jam aktivitas pedagang pasar Beringharjo bagian barat. Pengungkapan aspek-aspek apa saja yang menjadi pertimbangan dalam pembuatan kebijakan tersebut, sehingga pada implementasinya akan sesuai dengan apa yang sudah dikaji sebelumnya. Penelitian ini nantinya akan memberikan hasil seberapa efektif, efisien dan ekonomis kebijakan baru tersebut ketika sudah diterapkan dan dijalankan sesuai prosedur dan aturan yang berlaku. Dari pustaka peneliti dapat menggunakan teori-teori yang berhubungan untuk mengungkapkan permasalahan yang ada khususnya pada penerapannya dan teori tersebut nantinya dapat digunakan untuk menjawab permasalahan yang ada dalam penelitian ini. Fungsi utama dari pemilihan teori yang tepat adalah agar peneliti mempunyai dasar dan acuan dalam melakukan penelitian, peneliti juga dapat lebih fokus dan tidak menyimpang dari tujuan awal dilakukannya penelitian ini, sehingga peneliti mendapatkan penjelasan dari fenomena yang diangkat dan dapat melakukan analisis data serta mempunyai prediksi kesimpulan. Adapun teori yang relevan dari penelitian ini, sebagai berikut :

1. Kepentingan Non-Investor Terkait Kebijakan Baru

Tujuan utama dalam kegiatan berbisnis adalah mendapatkan pendapatan sebanyak mungkin, sehingga dalam sebuah hubungan bisnis haruslah saling menguntungkan antara lain, dari pihak satu dengan pihak

lainnya. Antara pihak satu dengan pihak-pihak lainnya harus saling bekerja sama agar rencana dan tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai. Sebelum mereka melakukan kegiatan bisnis, biasanya ada perjanjian-perjanjian yang mengikat antara pihak-pihak yang akan melakukan kerjasama. Perjanjian ini dimaksudkan agar tidak ada pihak-pihak yang dapat melakukan kecurangan yang nantinya dapat merugikan salah satu pihak diantara mereka. Dalam menjalankan kegiatan dalam bisnis haruslah mengedepankan kepentingan bersama, semua pihak yang terkait harus difikirkan agar nantinya manfaat yang didapat dapat merata ke semua pihak.

Perusahaan atau lembaga pemerintah merupakan pihak yang memegang peranan utama dalam menjalankan semua kegiatan bisnis. Perusahaan atau lembaga pemerintah tidaklah sendirian dalam menjalankan kegiatan bisnisnya, ada pihak-pihak lain yang ikut ambil peran dalam setiap kegiatan. Peran dari pihak lain ini juga sangatlah penting untuk mendukung tercapainya tujuan yang sudah ditentukan sebelumnya.

Pihak lain yang mempunyai peran secara langsung disebut *stakeholder*. *Stakeholder* itu sendiri menurut Freeman (1975) adalah serangkaian kelompok atau individu yang dapat dipengaruhi atau mempengaruhi pencapaian dalam sebuah program tertentu, sehingga peran dari stakeholder ini sangat berpengaruh terhadap keberhasilan pada suatu program. Kelompok atau individu tersebut dapat disebut sebagai

stakeholder jika mempunyai karakteristik: kekuasaan, legitimasi dan kepentingan terhadap program (Budimanta dkk, 2008). Sedangkan pihak lain yang mempunyai peran secara tidak langsung adalah pedagang dan masyarakat karena tidak mempunyai kepentingan dan tidak berpengaruh dalam kehidupannya (Clarkson.1995), hal tersebut menyatakan bahwa *stakeholder* terdiri dari pemangku kepentingan langsung maupun tidak langsung, seperti yang diungkapkan oleh Freeman (1984) *Stakeholders are classified as direct or indirect*.

Stakeholder merupakan pihak yang ikut ambil alih secara langsung dalam pelaksanaannya, apalagi dalam lembaga pemerintah, *stakeholder* menjadi pihak yang dikedepankan dalam setiap kegiatan yang dilakukan oleh lembaga pemerintah. Dalam penerapannya, yang dimaksud *stakeholder* dalam penelitian ini adalah pengunjung pasar dan juga para pedagang pasar Beringharjo. Penelitian ini lebih berfokus kepada para pedagang pasar Beringharjo. Para pedagang pasar Beringharjo yang merupakan *stakeholder* yang seharusnya dikedepankan pada setiap keputusan dan kebijakan yang dibuat oleh dinas pasar. Hal tersebut dikarenakan tujuan dari kebijakan-kebijakan yang dibuat oleh dinas pasar adalah untuk kemajuan dari pasar Beringharjo itu sendiri dan di dalamnya terdapat elemen penting dalam pelaksanaannya yaitu pedagang pasar Beringharjo.

Pada hakikatnya pemerintah kota melalui dinas pengelolaan pasar sangat bergantung kepada kepercayaan masyarakat maupun pedagang

yang berjualan di pasar Beringharjo, karena dengan kepercayaan yang diberikan dari semua element eksternal akan memberikan dampak yang besar bagi pemerintah sebagai pengelolanya. Masyarakat yang memberikan kepercayaan penuh kepada pengelola akan diuntungkan dengan adanya hal tersebut, karena masyarakat akan senang dan lebih percaya berbelanja di pasar Beringharjo ketimbang di pasar lainnya. Seiring dengan hal tersebut pasar akan menjadi ramai pengunjung dan kesejahteraan pedagang akan lebih mudah di dapat. Untuk kearah sana diperlukan kerjasama antar lini dalam pengelolaannya, dinas pasar harus bekerja sama dengan pedagang pasar untuk mencapai tujuan bersama.

Kendala-kendala atau permasalahan yang menghambat tujuan bersama akan dengan mudah terselesaikan jika dinas pasar dan *stakeholder* menjalin sebuah sinergitas yang baik. Pamudji (1985) menjelaskan pada hakikat nya sinergitas merupakan hubungan dari beberapa pihak yang saling berinteraksi dan berhubungan satu sama lain yang sifatnya dinamis guna untuk mencapai tujuan bersama. Agar terciptanya sinergitas yang baik dinas pasar dan *stakeholder* bahkan antar lini yang bersangkutan harus saling berkomunikasi dan saling *suport* satu sama lain, rasa kepentingan bersama harus dituangkan demi terwujudnya tujuan bersama.

2. Implementasi Kebijakan Baru di Pasar Beringharjo

Di era yang sudah modern seperti sekarang ini setiap individu atau kelompok yang membuat suatu badan diharuskan untuk selalu berkembang pada setiap langkahnya, pengembangan-pengembangan harus selalu

diciptakan agar mampu bersaing di era globalisasi ini. Di era digital yang serba bisa seperti sekarang persaingan semakin ketat, terutama untuk para pedagang. Setiap pedagang dituntut untuk melakukan inovasi-inovasi baru yang terkait dengan kebutuhan konsumen, inovasi tersebut bisa di apa saja, seperti inovasi dalam pengelolaannya, infrastrukturnya bahkan produk yang ditawarkan kepada pembeli, Seperti yang dikatakan oleh Che (1993) *Depending upon the buyer's needs, that is, his preferences, the scoring formula can take various forms*, yang pada intinya menjelaskan bahwa bergantung pada kebutuhan pembeli, yaitu kesukaannya, sehingga pedagang harus mempunyai produk yang memiliki daya tarik sendiri dalam menyediakan produk yang dijualnya. Dalam meningkatkan atau berinovasi perlu adanya rencana, rancangan dan solusi-solusi terkait risiko apa yang nantinya akan dihadapi. Pengembangan-pengembangan yang berorientasi kedepan seperti ini sangat lah diperlukan, agar mampu terus bersaing dengan para pesaing lainnya.

Perkembangan dalam era saat ini dirasa sudah menjadi kewajiban bagi para individu maupun kelompok, tidak hanya bagi pihak swasta tetapi juga berlaku untuk pihak pemerintah di negeri ini. Bagi pihak pemerintah pesaing muncul dari pihak swasta atau pengusaha-pengusaha sukses, dimana pasar atau market pada saat ini banyak dihuni oleh pihak swasta. Seperti contohnya saja pasar tradisional yang dikelola oleh pemerintah daerah dengan pasar modern atau biasa kita sebut mall yang dikelola oleh pihak swasta atau pengusaha sukses di negeri ini. Pemerintah maupun

pihak swasta berlomba-lomba untuk mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya.

Jika kita lihat sekarang *mall* tentunya lebih maju disegala bidangnya dibandingkan pasar tradisional, mulai dari infrastrukturnya hingga fasilitasnya, *mall* jelas lebih unggul untuk bersaing, seperti yang dikatakan oleh Andriani & Ali (2013) yang mengakibatkan banyaknya masyarakat yang beralih dari pasar tradisional ke pasar modern karena pasar modern mempunyai fasilitas lebih. Hal ini yang membuat pasar tradisional terkadang kalah dalam persaingannya, sehingga mau tidak mau pemerintah yang mengelola pasar tradisional harus mengembangkan pasar tradisional agar lebih dilirik oleh konsumen.

Dalam hal ini pemerintah atau dinas pasar yang berusaha memenuhi kebutuhan publik bekerjasama dengan para pedagang pasar Beringharjo. Hal ini sejalan dengan apa yang dikatakan oleh Pasolong (2008) yang mengartikan administrasi publik adalah bentuk kerjasama dari beberapa orang atau kelompok dengan lembaga pemerintahan untuk mewujudkan kebutuhan publik secara efisien dan efektif. Seperti yang sedang dilakukan oleh dinas pasar Beringharjo yang sedang gencar melakukan pengembangan terhadap pasar Beringharjo bekerjasama dengan beberapa pihak, hal tersebut bisa dilihat pada kebijakan yang baru di tahun 2018 yang sedang diterapkan dan direalisasikan. Kebijakan publik itu sendiri menurut Las Well dan Kaplan (1995) yaitu sebuah program yang telah diproyeksikan dengan praktik-praktik dan tujuan tertentu.

Dalam penetapan kebijakan baru ini pastilah pemerintah daerah dan juga dinas pasar Beringharjo sudah merencanakannya sejak lama. Dalam pengambilan keputusan terkait kebijakan yang dibuat pastilah tidak sembarangan, pemerintah dan juga pihak lain sudah memperhitungkan segala aspek nya mulai dari anggaran hingga resiko yang akan dihadapi pada saat realisasinya. Pressman dan Wildavsky sebagai pelopor studi implementasi memberikan definisi: “Implementasi dimaknai menjadi beberapa kata kunci yaitu menjalankan kebijakan, memenuhi janji-janji yang telah ada didokumen kebijakan, menghasilkan output yang sesuai dengan tujuan dibuatnya kebijakan, untuk menyelesaikan misi yang telah ada didokumen kebijakan yang telah dibuat (dikutip dari Purwanto dan Sulistyastuti, 2012). Dari pendapat berikut dapat diasumsikan bahwa Implementasi menjadi sebuah kunci dari keberhasilan kebijakan yang diterapkannya, jika implementasinya sesuai dengan yang direncanakan pastilah hasil dan tujuan dari kebijakan ini juga akan sesuai dengan yang diharapkan.

Pemerintah atau dinas pasar sangat mengharapkan output yang dihasilkan sesuai dengan yang sudah direncanakan sebelumnya. Dengan output yang diharapkan sesuai dengan apa yang dicita-citakan maka dapat disimpulkan kebijakan tersebut berhasil dalam penerapannya, menurut Edward III (1984, dikutip dari Widodo, 2012) terdapat 4 aspek yang digunakan untuk mengukur suatu keberhasilan dari suatu kebijakan, yaitu :

a. Komunikasi

Komunikasi merupakan proses penyampaian informasi kebijakan dari pembuat kebijakan kepada para pelaksana kebijakan, dari pelaksana kebijakan disampaikan kembali kepada para pelaku kebijakan agar pelaku kebijakan mengetahui isi, arah, tujuan dan kelompok dari sasaran kebijakan.

b. Sumber Daya

Sumber daya itu sendiri yang dimaksud meliputi sumber daya manusia, sumberdaya finansial dan non finansial.

c. Disposisi

Disposisi merupakan rasa kemauan atau keinginan dari para pelaku kebijakan yang dalam melaksanakan kebijakannya bersungguhsungguh.

d. Struktur Birokrasi

Struktur birokrasi mencakup struktur organisasi, pembagian kewenangan, dan hubungan antar organisasi. Dengan struktur birokrasi yang tidak efisien akan mengakibatkan implementasi kebijakan dapat dikatakan belum efisien.

3. Pengembangan Terkait Kebijakan Baru di Pasar Beringharjo

Pasar modern atau lebih dikenal dengan sebutan *mall* pada saat ini sudah banyak ditemui di kota-kota besar, hal ini membuat persaingan antara pasar modern dengan pasar Tradisional semakin ketat. Perbandingan sangat mencolok terdapat pada infrastruktur yang dimilikinya. Menurut Mukbar (2007) ada dua karakteristik yang

membedakan antara pasar tradisional dengan pasar modern, yaitu aspek pelayanan dan aspek fisik. Pasar modern jauh lebih unggul dalam hal infrastruktur daripada pasar tradisional. Fasilitas yang ditawarkan lebih baik jika dibandingkan dengan pasar Tradisional, hal tersebut yang mengakibatkan menurunnya minat pembeli terhadap pasar tradisional, sama seperti yang diungkapkan oleh Sarwoko (2008) jika yang menjadi penyebabnya adalah masalah infrastruktur.

Dalam menangani persaingan ini pemerintah dapat melakukan pemberdayaan pasar melalui kebijakan-kebijakan yang dibuatnya, seperti pendapat dari Nikmah (2015) bahwa pemberdayaan pasar pemerintah dapat melakukan dengan tahap renovasi dan revitalisasi pasar tradisional. Mungkin tahap ini yang sedang dilakukan oleh dinas pasar Bringharjo yang ditandai dengan kehadiran gedung baru pada bagian sebelah barat, tepatnya dipinggir jalan Malioboro.

Pasar Beringharjo yang sekarang bukanlah pasar Beringharjo yang dulu, mungkin itu anggapan yang tepat untuk menggambarkan kondisi dari pasar Beringharjo, dimana kondisi pasar Beringharjo yang sekarang sudah jauh lebih baik dari sebelumnya, walaupun belum seluruh pasar dalam kondisi baik yang artinya masih ada tempat yang belum bisa dikatakan baik atau bisa disebut ada beberapa titik pasar yang masih tergolong kumuh, namun pada bagian depan pasar tepatnya timur jalan Malioboro yaitu gedung pasar sebelah barat sudah dapat dikatakan modern. Terdapat kelengkapan fasilitas didalamnya, seperti contohnya wastafel, eskalator

dan lebih banyak lagi fasilitas yang ada membuat gedung baru ini seperti *mall*.

Kondisi pasar yang baik pastilah didukung oleh pengelolaan yang baik pula, sehingga implementasinya sesuai dengan tujuan. Pengembangan di bagian infrastuktur di pasar Beringharjo sudah sangat tepat, karena dengan adanya infrastruktur yang memadai maka aktivitas ekonomi menjadi lancar dan misi-misi yang dijalankan dapat berjalan sesuai rencana. Infrastruktur merupakan sarana pendukung bagi aktivitas ekonomi, walaupun pengembangan infrastruktur di pasar Beringharjo belum terealisasi secara menyeluruh keseluruhan bagian pasar setidaknya ada bagian tertentu yang sudah dikembangkan menjadi lebih modern dan bagian ini nantinya dapat dijadikan sebagai contoh bagi pemerintah atau dinas pasar untuk mengembangkan bagian lainnya yang dirasa masih buruk.

Menurut penelitian Dewi dan Winarni (2013) ada beberapa peraturan daerah yang dipakai oleh Pemerintah Yogyakarta dalam mengembangkan dan mengelola pasar tradisional. Diantara nya adalah yang pertama Peraturan Walikota No.86 tahun 2008 tentang Fungsi, Rincian Tugas dan Tata Kerja Dinas Pengelolaan Pasar Yogyakarta dan yang kedua adalah PeratruranDaerah No.2 Tahun 2009 tentang Retribusi Pelayanan Pasar. Pada penelitian ini juga disebutkan bahwa terdapat kriteria kelas-kelas di pasar Kota Yogyakarta dan Pasar Bringharjo

Menduduki kelas paling atas dengan keterangan Luas lahan dasar = 2000m², dengan fasilitas:

- a. Tempat Parkir
- b. Tempat Bongkar Muat
- c. Tempat Promosi
- d. Tempat Pelayanan Kesehatan
- e. Tempat Ibadah
- f. Kantor Pengelola
- g. KM/WC
- h. Sarana Pengamanan
- i. Sarana Pengelolaan Kebersihan
- j. Sarana Air Bersih
- k. Instalasi Listrik
- l. Penerangan Umum
- m. Radio Pasar

Klasifikasi diatas ditentukan berdasarkan besaran luas lahan dan fasilitas yang diberikan, karena hal tersebut makan kelas pasar akan ditinjau kembali jika ada perubahan besaran lahan dan penambahan fasilitas (Dinas Pengelolaan Pasar Kota Yogyakarta, 2009).

4. Pentingnya Meningkatkan Pelayanan Pedagang

Pasar modern atau lebih dikenal dengan nama *Mall* sangatlah maju dalam pengembangannya, dapat dilihat dari segi pelayanannya. Agar tetap bisa bersaing dengan pasar modern, pasar tradisional harus mampu

mengikuti perkembangan yang ada. Perkembangan harus terus ditingkatkan pada pasar tradisional. Dalam mengembangkan pasar, tidak hanya masalah fisik saja yang dikembangkan, namun pengembangan non-fisik juga sangatlah penting, seperti birokrasi, pelayanan, dan sebagainya juga harus ditingkatkan.

Dalam urusan pelayanan umum seharusnya pemerintah atau dinas pasar Beringharjo lebih tanggap dalam merespon, karena hal itu sudah merupakan hakikat dari keberadaan pemerintah sebagai pelayan dan pelindung sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat, hal tersebut sejalan dengan Lonsdale dalam penelitian Wirjatmi (1996) yang mendefinisikan pelayanan umum sebagai sesuatu yang disediakan oleh pemerintah untuk kesejahteraan masyarakat, karena masyarakat tidak mungkin memenuhi kebutuhan untuk masyarakat luas guna kesejahteraan sosial. Peningkatan pengembangan terhadap pelaku pemberi layanan salah satunya dengan mengedukasi agar lebih profesional dalam berbisnis dan mengutamakan kepuasan pelanggan.

Pelayanan publik sangatlah diperlukan dalam kegiatan jual beli, karena dengan pelayanan publik yang baik dapat meningkatkan rasa nyaman dan percaya dari pelanggan itu sendiri. Sementara itu, pelayanan menurut Moenir (2000) adalah suatu proses untuk memenuhi kebutuhan melalui aktivitas-aktivitas secara langsung, sedangkan publik menurut Moenir (2000) adalah masyarakat atau kelompok yang saling terikat oleh kesamaan tujuan, cita-cita, dan saling bekerja sama untuk memenuhi

kebutuhan. Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa pelayanan publik merupakan suatu proses dalam memenuhi kebutuhan masyarakat atau kelompok melalui aktivitas secara langsung. Pelayanan yang dilakukan oleh pedagang pasar kepada pembeli atau konsumen haruslah sopan dan menarik, agar konsumen tersebut merasa nyaman yang berakibat terjadinya kepuasan pelanggan, jika pelanggan merasa puas, bisa dipastikan jika pelanggan tersebut akan berbelanja kembali kepasar Beringharjo.

Kualitas pelayanan menurut Asmawi (2011) merupakan suatu kesesuaian dengan prosedur, kecocokan dengan pemakaian, pemenuhan kebutuhan pelanggan setiap saat, dan yang pasti merupakan sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan yang bersangkutan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh pedagang pasar Beringharjo akan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan selaku penerima layanan, semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang didapat oleh pelanggan. Tjiptono (2001) sendiri mendefinisikan kepuasan pelanggan merupakan evaluasi dari purna jual dari alternatif yang sudah dipilih dan memberikan *outcome* yang sama atau bahkan lebih dari yang diharapkannya. Menurut Lupiyoadi (2006) ada beberapa pendekatan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan, diantaranya sebagai berikut :

- a. Memperkecil terjadinya kesenjangan antara pelaku dengan penerima pelayanan.

- b. Dalam memperbaiki kualitas pelayanan, perusahaan harus mempunyai komitmen bersama.
- c. Menyediakan sarana keluhan dan saran dari pelanggan.
- d. *Accountable, proactive*, dan *partnership marketing* harus diterapkan dan dikembangkan sesuai dengan situasi pemasaran.

5. Risiko Terkait Adanya Kebijakan Baru

Pemerintah merupakan lembaga negara yang bertugas mengatur dan menerapkan suatu kebijakan terkait dengan kesejahteraan masyarakat. Dalam pembuatan kebijakan pastilah memikirkan risiko apa yang akan dihadapi pada saat pembentukan rangka kebijakan hingga realisasinya. Dinas pasar Beringharjo haruslah memikirkan risiko apa saja yang akan dihadapi terkait kebijakan baru tersebut, menganalisisnya lalu mencari solusi untuk meminimalisirnya. Seperti yang dikatakan oleh Darmawi (2000) dalam menangani risiko bisa dimulai dari mengidentifikasinya, mengukur dan menentukan seberapa besar risikonya lalu selanjutnya mencari solusi yang tepat.

Penanganan terhadap risiko yang sudah diidentifikasi secara dini dapat mencegah membesarnya risiko ke berbagai sektor atau bagian. Sekecil apapun risiko yang dihadapi nantinya haruslah segera di selesaikan, karena jika dibiarkan akan sangat fatal akibatnya. Menurut Godfrey (1996) risiko diklasifikasikan menjadi beberapa bagian berdasarkan peluang terjadinya dan konsekuensi yang diakibatkan, diantaranya :

- a. Risiko yang sifatnya tidak dapat diterima bahkan harus dihilangkan disebut *Unacceptable*
- b. Risiko yang sifatnya tidak diharapkan dan harus dihindari disebut *Undesirable*
- c. Risiko yang sifatnya dapat diterima atau masih bisa ditoleransi disebut *Acceptable*
- d. Risiko yang dapat atau bisa diterima sepenuhnya disebut *Negligible*.

Risiko tidak semuanya dapat diperhitungkan sejak awal, pastilah ada risiko-risiko yang muncul ketika implementasinya atau bisa dikatakan risiko yang tak terduga. Jenis risiko yang seperti ini pastinya membutuhkan penanganan yang lebih, sebab risiko yang seperti ini merupakan risiko diluar pemikiran dan tidak terduga, dibutuhkan pemikiran yang jernih untuk mencaari solusi terbaiknya, dalam mencari solusi haruslah mempertimbangkan segala aspek yang ada, mempertimbangkan segala kepentingan yang bersangkutan, jangan sampai risikonya dapat diselesaikan namun menimbulkan atau menciptakan risiko baru yang akan dihadapi. Flanagan dan Norman (1993) menyebutkan beberapa hal yang yang dapat dilakukan dalam menangani risiko yang terjadi:

- a. *Risk Retention* yang berarti menahan risiko yang ada.
- b. *Risk Reduction* yang berarti mengurangi terjadinya risiko.
- c. *Risk Transfer* yang berarti memindahkan risiko agar lebih mudah ditangani.

Dalam suatu kebijakan yang dibuat oleh pemerintah apalagi kebijakan tersebut tergolong baru, yaitu menambah waktu aktivitas pasar Beringharjo bagian sebelah barat, dari semula tutup pada pukul 17.00 sekarang setelah penerapan kebijakan tersebut tutup pada pukul 22.00 pastilah mempunyai risiko yang beragam dengan kekuatan risiko yang beragam juga. Sangatlah sulit untuk mencari solusi atas risiko-risiko tersebut karena setiap langkahnya menyangkut kepentingan banyak pihak, terutama masyarakat, jangan sampai dalam menangani risiko merugikan para pedagang pasar Beringharjo, karena tujuan awal dari penetapan kebijakan tersebut adalah peningkatan taraf ekonomi pedagang pasar Beringharjo. Di samping terjadinya ketidakkonsistennya tujuan awal dari kebijakan tersebut, juga dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan para pedagang pasar Beringharjo terhadap pemerintah dan dinas pasar dalam mengelola pasar Beringharjo. Jadi, jika risikonya menyangkut banyak pihak terkait sangatlah penting untuk membicarakannya kepada semua pihak yang bersangkutan dan duduk bersama untuk mencari solusi yang terbaik.

Pemerintah yang transparan atau terbuka dalam segala hal kepada publik menggambarkan pemerintah yang bersih, yang nantinya tidak akan menimbulkan kecurigaan masyarakat terhadap praktik-praktik kecurangan. Hal tersebut juga sudah diatur dalam Undang-undang No.28 tahun 1999 tentang Penyelenggara Negara yang Bersih, Bebas dari Korupsi, Kolusi

dan Nepotisme menyatakan bahwa Tansparansi dan Akuntabilitas merupakan dua asa yang harus dipenuhi oleh pemerintah daerah.

6. Pemasaran Terkait Produk yang Dijual Oleh Pedagang

Pasar Beringharjo sebagai pasar induk yang merupakan pasar tradisional saat ini sedang mengalami perkembangan untuk ke arah yang lebih baik, hal itu ditandai dengan adanya pengembangan fisik yang sudah terlihat saat ini. Perlunya peningkatan kualitas dari segala aspek menjadi arah dari perbaikan yang saat ini dilakukan, dengan hal ini diharapkan dapat menarik minat dari wisatawan lokal maupun mancanegara yang sedang berkunjung ke Yogyakarta. Dalam hal ini sangat diperlukan pemasaran terkait pasar Beringharjo yang sudah menjadi lebih baik, agar semua elemen masyarakat tahu bahwa pasar Beringharjo sebagai pasar tradisional tidak kalah bagus dengan pasar modern atau *mall*.

Pemasaran itu sendiri menurut Kotler dan Keller (2006) adalah suatu proses yang dilakukan individu atau kelompok dengan tujuan mendapatkan apa yang mereka mau dan inginkan melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran produk maupun jasa dengan pihak lain. Konsep inti pemasaran itu sendiri adalah pertukaran atau pertukaran nilai (Baggozi, 1975). Dalam melakukan pemasaran tidak semata-mata hanya memperkenalkan produk yang akan di jual, namun dibutuhkan strategi matang untuk menjalankannya. Hal ini merupakan tanggung jawab dari manajer pemasaran, bisa dilihat dari fungsi manajemennya itu sendiri

adalah pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian (Ebert dan Griffin, 2007).

Kualitas pemasaran yang baik tidak terlepas dari kinerja manajemen yang dikelola dengan baik pula. Kinerja dari manajemen pemasaran harus selalu dipantau dan diukur agar kedepannya diharapkan lebih efektif dalam melakukan aktivitasnya, karena dengan kinerja yang baik dapat menambah minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

(Wang dan Feng, 2012) Kinerja pemasaran dapat diukur melalui :

- a. *Overral Performance*, yang berarti diukur dari kinerja secara keseluruhan.
- b. *Market Share*, yang berarti dilihat dari indikator pertumbuhan pangsa pasar.
- c. *Sales Growth*, dapat dilihat dari indikator pertumbuhan penjualan.
- d. *Profitability*, seberapa besar keuntungan yang didapat.
- e. *Customer Satisfaction*, yang berarti dapat diukur melalui seberapa besar kepuasan yang di dapat oleh pelanggan.

Dengan pengembangan yang dilakukan oleh pasar Beringharjo, diharapkan pengembangan tersebut juga dilakukan pada manajemen pemasaran, agar minat dari pembeli terutama wisatawan asing tertarik untuk berbelanja di pasar Beringharjo. Diperlukan kreativitas yang beragam untuk melakukan pemasaran pada pasar Tradisional, artinya apa yang ditawarkan dan direncanakan membutuhkan inovasi dan ide baru yang berbeda dari lainnya. Pemasaran bisa dilakukan dengan berbagai

cara, seperti mengadakan event tradisional, mengadakan bazar untuk oleh-oleh dan cinderamata khas Yogyakarta, disamping untuk mengenalkan produk dan menarik minat pelanggan, dapat juga menjadi ajang pelesatrian budaya yang ada di Yogyakarta.

Diharapkan Dinas Pasar Beringharjo atau pemerintah daerah dapat lebih ditingkatkan dalam segi pemasarannya yang nantinya dapat menambah minat pelanggan berkunjung ke pasar Beringharjo, sehingga kebijakan baru yang diterapkan dapat dinilai bisa meningkatkan taraf perekonomian pedagang atau masyarakat sekitar dan juga kebijakan yang tergolong baru ini lebih efektif dan efisien. Jika kebijakan baru tersebut dinilai lebih efektif dan efisien dalam realisasinya, maka kebijakan tersebut bisa diperluas ruang lingkup hingga ke pasar Beringharjo bagian timur dan juga bisa menjadi contoh kebijakan yang sukses dalam penerapannya bagi pasar-pasar lainnya yang ada di wilayah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Dengan hal itu nantinya keuntungan-keuntungan yang didapat dari dinas pasar Beringharjo akan meningkat dengan sendirinya, ditambah minat investor jika memang mempunyai masa depan yang baik dan dapat membuka peluang adanya pengusaha-pengusaha lain yang berminat menyewa lapak dan menjual produknya di pasar Beringharjo. Suatu kepuasan tersendiri bagi pemerintah sendiri jika kebijakan tersebut sukses dan dapat menambah tren positif bagi Pemerintah Daerah dimata masyarakat Yogyakarta.

7. Tingkat Efisien dan Efektivitas Pada Suatu Kebijakan

Pemerintah sebagai aparatur negara diwajibkan untuk memelihara kesejahteraan masyarakatnya, dengan demikian pemerintah dalam melakukan segala upaya diharapkan mengedepankan kepentingan masyarakatnya. Langkah demi langkah yang ditempuh haruslah berorientasi pada masyarakat, yang nantinya dapat meningkatkan perekonomian masyarakat menengah kebawah. Pemerintah diberi wewenang penuh dalam pembuatan keputusan guna mensejahterakan masyarakat, dalam hal ini pemerintah harus pintar dan teliti dalam menentukan suatu kebijakan, dimana nantinya disamping kebijakan tersebut berorientasi kepada masyarakat juga harus disesuaikan dengan anggaran yang ada dan pengalokasian yang tepat sasaran.

Kebijakan yang dibuat oleh pemerintah untuk mensejahterakan masyarakat, dalam penerapannya haruslah efektif dan efisien, agar hasil yang didapatkan sesuai dengan target yang diharapkan. Hal tersebut sesuai dengan konsep *value for money*, dimana dalam konsep tersebut ada tiga elemen utama yaitu ekonomis, efisien dan efektifitas (Mardiasmo, 2002) memaparkan ekonomi: dengan harga tertentu dapat diperoleh input dengan kualitas dan kuantitas tertentu, efisien: pencapaian output tertentu dengan menggunakan input terendah, efektifitas: perbandingan tingkat hasil pencapaian dengan target program.

Pada saat ini pemerintah daerah melalui dinas pasar mengeluarkan kebijakan terkait penambahan jam aktivitas pasar Beringharjo, dimana

konsep *value for money* dapat dijadikan sebagai alat pengukur keberhasilan dari kebijakan tersebut. Dengan konsep *value for money*, dapat diketahui seberapa besar tingkat keberhasilan dari penerapan kebijakan tersebut, karena nantinya akan menimbulkan dampak yang cukup signifikan bagi pedagang pasar Beringharjo, salah satunya dapat berupa peningkatan perekonomian bagi para pedagang pasar Beringharjo. Kebijakan dengan tingkat keberhasilan dalam mencapai target akan menghasilkan dampak yang positif bagi semua elemen, baik Disperindag itu sendiri, pedagang pasar Beringharjo hingga masyarakat disekitarnya.