

EVALUASI PENERAPAN KEBIJAKAN PENAMBAHAN JAM AKTIVITAS HINGGA MALAM HARI DI PASAR BERINGHARJO

(Studi Empiris pada Bagian Barat Pasar Beringharjo di Yogyakarta)

Hannan Husni Almajid

Hananhusni84@gmail.com

Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Abstract

The Purpose of this research is to find out what benefits are obtained by traders and the government with the policy of adding hours of activity to the western Beringharjo Market until night, what kind of impact was created by the policy of adding hours of bringharjo market activity until night. In its implementation, the The Ministry of industry and trade makes efforts and support provided to traders.

The subjects in this research were the western Beringharjo market traders and the city government of Yogyakarta. This research used descriptive qualitative methods with a focus on research, namely: policies taken, efforts and support from the Ministry of Industry and Trade as the market manager, correction of policy implementation, economic impact for the parties concerned. The techniques used in data collection are observation, interviews with market managers, traders, visitors, and documentation.

Based on the results of the research and discussion that the policy of increasing the hours of Beringharjo market activity is very good and right, this can be seen from the economic impact of the traders and government of the city of Yogyakarta. this policy also has a multiplier effect on the people who make a living around the western Beringharjo market, efforts and support are made by the government to increase the number of visitors, the addition of activities in western Beringharjo Market is relatively new, it is still in development, improvement and still need criticism from traders and visitors to be used as material for evaluation in the future.

keyword: *traditional markets, traders, visitors, government policies, economic impacts.*

A. PENDAHULUAN

Berdasarkan undang-undang Republik Indonesia nomer 23 tahun 2014 pada poin B mengatakan bahwa penyelenggara pemerintah daerah diarahkan untuk mempercepat terwujudnya kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan

pelayanan, pemberdayaan dan peran serta masyarakat, serta peningkatan daya saing daerah dengan memperhatikan prinsip demokrasi, pemerataan, keadilan dan kekhasan suatu daerah dalam sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI). Sementara itu pada poin C juga diungkapkan bahwa efisiensi dan efektivitas perlu ditingkatkan dengan memperhatikan hubungan antar pemerintah daerah lainnya maupun hubungan dengan pemerintah pusat, serta peluang dan tantangan persaingan global dalam kesatuan sistem penyelenggara pemerintahan negara. Dengan demikian pada poin B dan C dapat disimpulkan bahwa pemerintah daerah mempunyai hak dan wewenang untuk membuat kebijakan atau membuat peraturan demi untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat agar dapat bersaing secara global dengan mengkedepankan aturan-aturan yang berlaku di Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI).

Pemerintah sebagai pemegang kuasa berhak mengelola dan membuat kebijakan sesuai dengan aturan yang berlaku dengan tujuan kesejahteraan masyarakat. Bagaimanapun peran dari masyarakat sangatlah vital, terlebih peran dari pedagang yang ada di pasar Beringharjo, kepentingan dari non-investor dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan finansial dari perusahaan dengan melalui klaim implisit dan eksplisit dari nilai perusahaan (Jensen, 1983).

Para pedagang pasar merupakan stakeholder dalam suatu organisasi, pengelolaan dan pengembangannya harus berorientasi ke stakeholder, stakeholder sendiri merupakan pihak eksternal yang mempunyai peran penting dalam kesuksesan suatu organisasi. Seperti yang diungkapkan oleh Gray, dkk., (1995) dalam Ghozali &

Chariri (2007) menyatakan bahwa kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan stakeholders dan dukungan tersebut harus dicari, sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Dengan begitu Disperindag yang merupakan bagian dari pemerintah yang bertugas sebagai pelayan masyarakat diharapkan mengedepankan kepentingan para pedagang, agar para pedagang memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi kepada pemerintah sebagai pelayan masyarakat, dengan cara membuat kebijakan dan aturan yang bertujuan mensejahterakan pedagang pasar Beringharjo. Roberts (1992) memaparkan bahwa perkembangan konsep stakeholder dibagi menjadi tiga yaitu model perencanaan perusahaan, kebijakan bisnis dan corporate social responsibility. Dengan konsep pengelolaan dan pengembangan pasar yang baik dan benar, diharapkan para pedagang di pasar Beringharjo dapat lebih baik, terutama dari segi perekonomiannya.

Kebijakan terbaru yang dibuat oleh dinas pasar demi memaksimalkan pendapatan para pedagang dan tentunya untuk memenuhi permintaan pembeli adalah menambah jam aktivitas jual-beli yang semula pasar Beringharjo buka dari pukul 07.00-17.00 menjadi pukul 07.00-21.00. Kebijakan ini belum lama dalam pelaksanaannya, baru ditahun 2018 ini terealisasikan. Kebijakan baru ini bisa dikatakan kebijakan yang unik untuk dikaji, karena pada umumnya pasar tradisional hanya beraktivitas pada pagi hari hingga sore hari, namun dengan adanya kebijakan baru ini pasar tradisional Beringharjo melayani jual-beli hingga malam hari, bahkan jika pelanggan atau pembeli masih ramai bisa dibuka hingga pukul 22.00. Menurut Islamy (1991) yang mengartikan kebijakan publik adalah serangkaian dari suatu

tindakan yang ditetapkan dan dilaksanakan atau tidak dilaksanakan oleh pemerintah demi tujuan tertentu untuk kesejahteraan masyarakat.

Penambahan jam aktivitas jual-beli ini tidak diterapkan untuk seluruh los atau wilayah di pasar Beringharjo. Penambahan jam aktivitas jual-beli ini berlaku pada bangunan barat pasar Beringharjo yang berada di timur jalan Malioboro. Bangunan ini bisa dikatakan sebagai bangunan lama yang sudah mengalami renovasi menjadi bangunan baru bertingkat tiga. Jika dilihat dari sisi kelayakan, bangunan ini sangat lah layak bahkan bisa dikatakan berkelas, dimana terdapat fasilitas mewah, seperti eskalator pada tiap lantai, wafel, petugas kebersihan dll. Tata kelola ruangnya pun sudah baik dan rapi, mulai dari letak posisi kios hingga jalan yang digunakan para pembeli untuk berlalu-lalang cukup lebar dan luas, sehingga lebih lega dan tidak terlihat semrawut. Profesionalitas pedagangnya dalam melayani pelanggan pun sudah baik dan sudah sesuai dengan ciri khas masyarakat Yogyakarta yaitu sopan dan santun. Hal tersebut akan dapat menambah nilai positif pasar Beringharjo yang sedang mengalami perkembangan yang pesat. Kebijakan baru ini diterapkan mulai tanggal 11 april 2018 pada masa menjelang bulan ramadhan, tahap uji coba kebijakan baru dilakukan dan dapat dilihat dari respon pengunjung, benar saja pada saat bulan ramadhan tingkat pembeli meningkat pesat dan kondisi pasar Beringharjo pun ramai dipadati pengunjung, tempat parkir mobil dan motor pun penuh sesak.

B. TINJAUAN LITERATUR

1. Teori *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 didalam nya terdapat elemen penting dalam pelaksanaannya yaitu pedagang pasar Beringharjo.

2. Implementasi Kebijakan Baru di Pasar Beringharjo

Pada saat implementasinya diperlukan strategi agar kebijakan tersebut berjalan sesuai rencana, 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 di lakukan oleh dinas pasar Beringharjo yang sedang gencar melakukan pengembangan terhadap pasar Beringharjo bekerjasama dengan beberpaa pihak, hal tersebut bisa dilihat pada kebijakan yang baru di tahun 2018 yang sedang di terapkan dan di realisasikan. Kebijakan publik itu sendiri menurut Las Well dan Kaplan (1995) yaitu sebuah program yang telah diproyeksikan dengan praktik-praktik dan tujuan tertentu.

Pemerintah atau dinas pasar sangat mengharapkan output yang dihasilkan sesuai dengan yang sudah di rencanakan 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 bersungguh-sungguh.

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

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 dilakukan dengan tahap renovasi dan revitalisasi pasar tradisional, sehingga pemerintah melalui kebijakan penambahan jam aktivitas di pasar Beringharjo diharapkan mampu mengembangkan pasar tradisional agar dapat bersaing dengan pasar modern. Peningkatan fasilitas dan kenyamanan pengunjung menjadi hal utama.

4. Teori Pelayanan

Dalam urusan pelayanan umum seharusnya pemerintah atau dinas pasar Beringharjo lebih tanggap dalam dalam merespon, karena hal itu sudah merupakan hakekat 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.

Pelayanan yang diberikan haruslah mempunyai kualitas dalam pelayanan tersebut, 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.

5. Penanganan Risiko

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 beberapabagian berdasarkan peluang terjadinya dan konsekuensi yang di akibatkan, 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*.

6. Teori Pemasaran

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)

7. Teori Value For Money

Dalam konsep *value for money* 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.

C. METODE PENELITIAN

1. Sampel dan Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di pasar Beringharjo, tepatnya pada bagian barat pasar Beringharjo yang berada tepat di pinggir Jalan Malioboro. Populasi dari penelitian ini adalah pihak-pihak yang berkaitan langsung terhadap realisasinya kebijakan baru tersebut. Sampel dari penelitian ini nantinya merupakan perwakilan dari pihak-pihak instansi terkait dan pihak-pihak yang nantinya terkena dampak langsung dari implementasi kebijakan tersebut. Pada penelitian mengambil teknik pengumpulan *purposive*.

2. Jenis Data

Penelitian yang sedang dilakukan kali ini menggunakan jenis kualitatif, sehingga data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder, dimana data primer merupakan data yang dikumpulkan langsung yang berasal dari lapangan oleh peneliti tanpa melalui perantara. Sementara data sekunder merupakan data yang dikumpulkan dari dokumen atau penelitian dari orang lain dan sumber lain

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengambilan data yang dilakukan oleh peneliti adalah :

a) Wawancara

Wawancara yang dimaksud adalah mengajukan beberapa pertanyaan ke pihak yang ditunjuk karena di anggappaling tahu permasalahan tersebut.

b) Observasi

Wawancara yang dimaksud adalah mengajukan beberapa pertanyaan ke pihak yang ditunjuk karena dianggap paling tahu permasalahan tersebut.

c) Dokumentasi

Peneliti mengambil teknik dokumentasi dengan tujuan untuk memperoleh data dari sumber-sumber yang berasal dari buku-buku tertentu atau sumber-sumber dari media cetak, artikel serta dokumen-dokumen lainnya yang mempunyai hubungan dengan isi penelitian ini.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perlu diketahui sebelumnya bahwa kebijakan penambahan jam aktivitas di pasar Beringharjo hingga malam hari merupakan suatu bentuk respon dari pemerintah daerah terhadap masukan dan saran dari para wisatawan yang ingin membeli oleh-oleh di pasar Beringharjo pada malam hari, dikarenakan pada pagi hingga sore hari para wisatawan masih berada di tempat-tempat wisata yang ada di sekitar wilayah Yogyakarta. Tidak hanya dari para wisatawan saja namun para sopir bus, sopir travel juga memberi masukan dan saran yang sama. Sehingga tepatnya pada tanggal 11 April 2018 kebijakan tersebut telah resmi berjalan dengan tahap uji coba terlebih dahulu dan tarif retribusi pada tahap uji coba masih digratiskan hingga bulan Desember. Pada bulan Januari 2019 SK sudah diturunkan oleh kepala dinas yang sekaligus mengakhiri tahap uji coba dan aturan-aturan yang ada mulai berlaku, termasuk kenaikan retribusi sebesar 50%.

1. Hasil Implementasi Kebijakan Penambahan Jam Aktivitas Pasar Beringharjo Hingga Malam Hari

a) Antusias Pedagang yang Berkurang Pada Malam Hari

Pada tahap uji coba ada sekitar 300 pedagang yang berjualan hingga malam dari 1400 pedagang yang ada, dikarenakan banyak para pedagang yang pertimbangan biaya yang dikeluarkan pada malam hari cukup besar, hal itu diungkapkan langsung oleh Disperindag bagian pengembangan :

“Mereka (pedagang) dengan pertimbangan buka sampek malam dia harus mengeluarkan biaya tambahan lagi untuk membayar pegawai yang lembur atau ada sift-sift an kan dia harus bayar lebih, mungkin dari sisi listriknya yang selama ini sore sudah mati dia harus sampek malam harus hidup, harus dia bayar itu, sehingga tidak semua dari pedagang itu buka, hanya beberapa pedagang yang sudah menyatakan sedia untuk buka”.(NT, laki-laki W/29/01/2019).

Lalu pada bulan Januari 2019 terjadi penurunan pedagang, hanya sekitar 54 pedagang saja yang berjualan hingga malam hari, hal tersebut dikarenakan terdapat beberapa masalah yang menyangkut individu para pedagang, dimana KBP (Kartu Bukti Pedagang) yang digunakan untuk mendaftarkan diri sebagai pedagang malam hari bermasalah, seperti yang diungkapkan Disperindag, seperti berikut :

“Kalo melihat dari surat pernyataan pedagang yang berkomitmen harusnya bertambah, karena pernyataan yang dibuat oleh pedagang untuk buka hingga malam hari lebih dari 200 pedagang, tapi ada kendala KBP nya itu banyak yang di bank, sehingga kami tarik agak sulit kami ganti, begitu kami tarik kan kami ganti tarifnya dengan 150%. Tapi kan gak bisa dan KBP nya masih 100%, kendalanya itu”. (IP, wanita W/04/03/2019).

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari implementasi kebijakan penambahan jam aktivitas pasar Beringharjo bagian barat untuk peningkatan pedagang yang buka hingga malam hari masih negatif dikarenakan beberapa faktor dari individu pedagang itu sendiri yang mengakibatkan Disperindag kesulitan untuk memproses nya.

b) Kenaikan Retribusi

Para pedagang pasar Beringharjo bagian barat pada malam hari khususnya pedagang di area timur merasa kurang setuju dengan kenaikan retribusi sebesar 50%, para pedagang merasa keberatan, seperti yang diungkapkan oleh salah satu pedagang souvenir batik :

“Jika buka malam otomatis kita akan menambah jam sewa toko kan, pajaknya juga kita nambah, kalo menurut saya buka sore sampai malam itu menambah penghasilan para pedagang, tapi ketika pajaknya naik setengahnya itu akan memberatkan para pedagang soalnya kalo malam itu gak akan selalu rame pasti akan sepi kayak gini kan sepi banget ni, itu yang menjadi kita berat untuk buka malam, kalo rame terus mah gak masalah seperti siang gitu kan rame to kalo malam sepi”.(DN, laki-laki W/17/02/2019).

Pernyataan tersebut juga didukung oleh pedagang lainnya yang berada di area timur, seperti berikut :

“ya gimana ya, masih biasa saja belum ada pembenahan apa, paling Cuma tambah-tambah lampu gitu, sama biaya retribusi udah naik gitu lo”. (MN, wanita W/20/02/2019).

Menyangkut pernyataan diatas Disperindag selaku pengelola kebijakan memberikan klarifikasi sebagai berikut :

“Kalo kita sih sudah mengikuti dengan regulasi yang ada, sudah tertera bahwa jam buka bertambah itu juga kan dikenai retribusi tambahan. Mereka bicara nya saat bayar retribusi nya saja, kalo pada saat rame dia untung , untung nya juga banyak kan. Tentunya mereka juga harus bisa memahami itu kan, ya jangan memandang dari satu sisi saja”. (NT, laki-laki W/03/04/2019).

Berdasarkan ungkapan diatas kenaikan retribusi yang ditetapkan oleh Disperindag untuk saat ini jika di pandang dari regulasi yang ada sudah benar, namun masih menghasilkan hasil yang kurang positif bagi para pedagang khususnya di area tengah hingga ke area timur.

c) Sistem Pengoprasian

1) Pintu Gerbang

Saat ini hanya ada 3 pintu yang dibuka, pintu utama berada di area barat lalu 2 pintu ada di area timur dan selatan, dimana kebanyakan hanya digunakan keluar masuk para pedagang. Para pedagang area timur merasa kurang maksimal dalam hal pemerataan dikarenakan pintu yang dibuka dirasa kurang banyak, seperti yang diungkapkan oleh ibu ST seperti berikut :

“Ya gimana ya mas ya, yang di buka kan sekarang itu cuma pintu utama pada percobaan ini masih evaluasi juga atau gimana ya, nek misalkan saya sendiri sih seandainya dibuka seperti pagi gitu jadi itu mungkin nya nek sekarang itu penjaga malamnya atau gimana kendalanya jadi yang dibuka pintunya cuma 3 to, pintu besar yang dibuka yang depan, belakang sama samping ini, tapi kan kalo misalnya seandainya di buka semua pintunya kemungkinan yang jualan lebih rame lagi, kemungkinan, kan gak cuma lorong tengah ini yang jualan”. (ST, wanita W/20/02/2019)

Pernyataan dari ibu ST didukung oleh sesama pedagang area timur yaitu ibu

MN selaku pedagang aneka macam souvenir :

“Ya seperti itu kalo misalnya mau buka semuanya (para pedagang) ya dibuka gitu saja (pintu samping selatan), kalo gak gitu kan kendala nya gitu kan juga rugi kita buka sampek malam to, rugi listriknya pemasukannya gak sesuai dengan pengeluarannya”.
(MN, wanita W/20/02/2019)

Rata-rata para pedagang di area timur mengeluhkan pintu yang kurang banyak dibuka, sehingga kebanyakan pengunjung hanya masuk melalui pintu barat atau pintu utama saja, hal tersebut menimbulkan pemerataan pengunjung yang tidak maksimal.

2) Lampu Penerangan

Masih dengan pedagang yang berada di area timur, para pedagang mengungkapkan bahwa terkadang lampu penerangan dimatikan lebih awal dibandingkan lampu penerangan yang ada di area barat, hal tersebut membuat para pedagang di area timur tutup lebih awal dibandingkan pedagang yang ada di area barat. secara tidak langsung hal tersebut dapat menimbulkan kerugian bagi para pedagang di area timur baik secara financial maupun waktu yang telah diberikan.

Seperti ungkapan dari ibu ST :

“Kadang yang belakang gini kan lampunya jam segini sudah dimatiin (sekitar pukul 20.00) padahal jam 21.00 kan mas aturannya, kadang gitu mas, jadi yang nyala yang depan situ, yang belakang udah dimatiin jadi sepi, jadi pedagang yang di belakang (sebelah timur) itu biasanya tutup cepat dibanding yang depan”(ST, wanita W/20/02/2019).

Mengenai isu yang ada di area timur, Disperindag memberikan komentar bahwa isu tersebut akan dijadikan masukan dan saran bagi Disperindag selaku pengelola pasar Beringharjo. Nantinya isu tersebut akan menjadi bahan evaluasi agar lebih baik lagi kedepannya dan tentunya lebih maksimal.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari implementasi kebijakan penambahan jam aktivitas pasar Beringharjo bagian barat untuk sistem pengoprasiaannya masih kurang maksimal dan perlu evaluasi kembali. Sistem pengoprasian menghasilkan hasil yang negatif bagi para pedagang.

d) Upaya dan Suport Untuk Pedagang

Saat ini Disperindag dalam upaya mengembangkan kebijakan penambahan jam aktivitas pasar Beringharjo bagian barat terus mengencarkan promosi baik melalui website maupun sosial media dan juga Disperindag sudah mengagendakan beberapa event yang tentunya akan menarik pengunjung atau wisatawan. Ungkapan Disperindag sebagai berikut :

“Yang jelas itu promosi ya, promosi kita gencarkan baik lewat website yang ada di pemerintah kota dan juga sosial media ya, jelas kita pake promosi seperti itu, kemudian sudah mengagendakan beberapa event yang mana event kan membutuhkan tempat, kemaren pada saat diakhir tahun itu baru ada tempat panggung diatas atrium didalam pasar itu baru, dan itu nanti siapapun bisa memakai untuk kegiatan misalkan untuk kegiatan dia pameran bisa, seni budaya juga bisa, tentunya kita juga punya beberapa agenda nanti untuk menarik pengunjung, menghibur pengunjung kita ada agendakan mungkin musik seperti itu”(NT, laki-laki W/29/01/2018)

Ungkapan dari Disperindag di dukung dan di beri tambahan masukan oleh para pedagang, salah satunya pedagang souvenir Mas CH seperti berikut :

“Nek menurutku kayak kemaren kan pernah ada iklan Duta Sheila on 7 yang mengiklankan bahwa pasar Beringharjo mulai tanggal berapa April dah mulai buka malam, mungkin iklan-iklan seperti itu yang perlu, apalagi tentang di media sosial tentang ya seperti itu, jadi pengunjung wah kayaknya keren nih malam”. (DN, laki-laki W/17/02/2018).

Disperindag juga memberikan bantuan berupa tenda putih untuk para pedagang di depan pasar Beringharjo bagian barat :

“Didepan panjenangan nanti sudah bisa melihat Beringharjo (barat) sudah tampil beda sekarang, didepan sudah ada tenda-tenda tertata bagus warna putih itu, itu juga salah satu untuk mendukung pedagang yang ada didepan pasar Beringharjo, jadi yang dulunya memakai tenda-tenda yang bewarna-warni sekarang kita fasilitasi dengan tenda yang sudah bagus, sudah menarik seperti tenda cafe itu”. (NT, laki-laki W/29/01/2019)

Berdasarkan uraian diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa upaya dan suport dari Disperindag sudah sangat positif dan memberikan efek yang positif juga bagi pedagang maupun pengunjung, hanya saja masih memerlukan pembenahan di beberapa sektor karena belum maksimal.

2. Kontribusi Dan Manfaat yang Diperoleh Dari Kebijakan Penambahan Jam Aktivitas Pasar Beringharjo Bagian Barat

a) Disperindag

Untuk pemerintah sendiri hasil atau manfaat yang didapat dari terealisasinya kebijakan tersebut salah satunya adalah PAD, dimana kenaikan dari

tarif retribusi ditingkatkan yang sebelumnya dari 100% untuk pedagang yang berjualan hingga sore hari, jika pedagang berjualan hingga malam hari dikenakan tarif retribusi sebesar 150%, penetapan sistem kenaikan retribusi dimulai pada saat SK dari Kepala Dinas dikeluarkan, seperti yang telah dikatakan oleh Bapak NT selaku Disperindag bagian pengembangan pasar, ungkapan tersebut seperti berikut :

“Untuk yang sampai dengan Desember 2018 kemaren memang kita masih melakukan uji coba, jadi masih tetap dipungut retribusi sebesar 100%, tetapi mulai Januari ini sudah dipungut 150% tarif retribusinya, karena sudah ada SK dari kepala dinas bahwa Beringharjo buka sampai malam hari”(NT, laki-laki W/29/01/2018)

Penambahan tarif retribusi untuk pedagang pada malam hari dapat menjadi pemasukan yang besar bagi Pemerintah Daerah. Beberapa para pedagang yang buka hingga malam hari membeberkan kisaran tarif retribusi yang ditetapkan oleh Disperindag. Bapak FH mengatakan kisaran tarif retribusi untuk pedagang pada malam hari seperti berikut :

“Itu (retribusi) kalo sini berkisaran antara Rp.150.000/bulan, tidak setiap hari”(FH, laki-laki W/17/02/2019)

Sementara IBU (sebutan dari para karyawan) mengungkapkan kisaran retribusi sebagai berikut :

“Kurang lebih Rp.90.000/bulan, untuk listrik pasang piyambak (pasang sendiri)”. (IBU, wanita paruh baya W/12/02/2019)

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari implementasi kebijakan penambahan jam aktivitas pasar Beringharjo bagian barat memberikan hasil yang positif bagi pendapatan asli daerah atau PAD, walaupun belum signifikan karena untuk saat ini baru 54 pedagang saja yang berjualan hingga malam.

b) Pedagang Pasar Beringharjo Bagian Barat

Manfaat yang paling terasa dari adanya kebijakan tersebut adalah kenaikan pendapatan dari para pedagang yang menyatakan setuju dan siap mengikuti kebijakan tersebut. Para pedagang yang buka hingga malam hari merasa sangat setuju dan mendukung dengan adanya kebijakan penambahan jam aktivitas pasar Beringharjo bagian barat, Hal tersebut diungkapkann oleh Ibu ST sebagai pedagang batik yang menyatakan sebagai berikut :

“Alhamdulillah, kadang malah rame malamnya, pagi sepi malamnya rame” (ST, wanita W/20/02/2019)

pernyataan tersebut didukung oleh sesama pedagang batik bagian tengah yaitu Ibu LM yang menyatakan sebagai berikut :

“Dari sisi pendapan ada perbedaan, pendapatannya naik. misalnya siang nya jualan dapet beberapa potong, malem lumayan dapet tambahan” (LM, wanita W/17/02/2019)

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari implementasi kebijakan penambahan jam aktivitas pasar Beringharjo bagian barat memberikan hasil yang positif bagi pendapatan para pedagang.

c) Masyarakat dan Wisatawan

Ada salah satu ucapan Bapak NT terkait dampak yang nantinya terjadi dari kebijakan penambahan jam aktivitas pasar Beringharjo bagian barat di akhir-akhir sesi wawancara. Ucapan tersebut seperti berikut :

“Tentunya itu dampak nya tidak hanya di PAD, itu multi efek player nya ada, yang jelas beberapa pedagang kuliner makanan yang ada disekitar sini juga, mereka mengais rezeki dari situ to sampai malem hari, kemudian dari abang becaknya, kemudian dari buruh gendong nya pun, kalo beli bawaan banyak kan mereka (pengunjung) biasanya sampek sore sekarang juga ada yang ready sampek malam membawakan barang-barang sampek mobil atau ketempat tujuannya mana, membecak ya ke becak itu kan multi efek player nya juga ada, buruh gendong ya, elemen masyarakat yang lain. Kemudian seperti taksi-taksi online maupun tidak online itu juga banyak, kemudian bongkar muat nya juga bisa dilakukan hingga malam hari”. (NT, laki-laki W/29/01/2019).

Pada kenyataannya banyak masyarakat yang diuntungkan dengan adanya kebijakan tersebut, dimana mereka dapat tambahan rezeki di sekitaran pasar Beringharjo bagian barat pada malamhari. Sementara bagi pengunjung kebijakan ini sangat menguntungkan dan mendapat sambutan yang baik, Mas CH sebagai pengunjung memberikan tanggapan seperti berikut :

“Kalo menurut saya ini sebenarnya sangat positif ya, karena memang beberapa siangnya kan maliboro panas atau ke pantai atau kemana jadi baru bisa malemnya kesini dan gak Cuma wisatawan ya mungkin yang orang-orang lokal jogja siangnya kan kerja atau kuliah jadi paling gak malemnya baru bisa kesini”. (CH, laki-laki W/20/02/2019).

Ungkapan dari Mas CH di dukung juga oleh pengunjung lain yang berasal dari kebumen yaitu Mas ID yang datang untuk berwisata di jogja, ungkapannya seperti berikut :

“Bagus sih mas menurut saya, saya kan tadi cuaca pas siang kan hujan jadi malem bisa mampir kesini”. (ID, laki-laki W/20/02/2019)

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari implementasi kebijakan penambahan jam aktivitas pasar Beringharjo bagian barat untuk dampak yang dihasilkan kepada masyarakat sekitar dan pengunjung atau wisatawan sangatlah baik, Efek yang dihasilkan dari implementasi kebijakan tersebut menghasilkan hasil yang positif bagi masyarakat sekitar dan juga pengunjung atau wisatawan.

E. SIMPULAN

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui dampak dan seberapa besar manfaat yang dihasilkan dari kebijakan penambahan jam aktivitas pasar Beringharjo. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Sampel penelitian ini adalah pihak-pihak yang terkena dampak langsung dari implementasi kebijakan tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kebijakan penambahan jam aktivitas pasar Beringharjo bagian barat sudah benar dan tepat sasaran, namun perlu dimaksimalkan lagi dalam pengelolaannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, Maritfa Nika dan Mohammad Mukti Ali. (2013). *Kajian Eksistensi Pasar Tradisional Kota Surakarta. Teknik PWK (Perencanaan Wilayah Kota)*, 2.
- Bagozzi, R. P. (1975, October). Marketing as Exchange. *Journal of Marketing*, 39, 32-39.
- Budimanta A, Rudito B, dan Prasetyo A. (2008). *Corporate Social Responsibility: Jawaban bagi Pembangunan Indonesia Masa Kini*. Jakarta: Indonesia Business Link.
- Cresswell, J. W. (1994). *Research Design: Qualitative & Quantitative Approaches*. Thousand Oaks, CA, US: Sage Publications, Inc.
- Darmawi, H. (2000). *Manajemen Risiko*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Dewi, Utami and Winarni, F. (2014). *Pengembangan Pasar Tradisional Menghadapi Gempuran Pasar Modern di Kota Yogyakarta*. Proceeding Simposium Nasional ASIAN III.
- Dini, N. (2016, Juni 12). *Pengertian dan Pendekatan Teori Stakeholder Menurut Para Ahli*. Retrieved from Kumpulan Contoh Makalah: <https://modulmakalah.blogspot.co.id/2016/12/Pengertian.dan.Pendekatan.Teori.Stakeholder.Menurut.Para.Ahli.html>
- Douglass, Mike dan John Friedmann. (1975). *Agropolitan Development: Towards a New Strategy for Regional Planning in Asia*.
- Ebert, R. J. and R. W. Griffin. (2007). *Business Essentials* (6 ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education, Inc.
- Flanagan, R. and Norman, G. (1993). *Risk Management and Construction*. United Kingdom: Cambridge University Press.
- FlynnAnthony, Anthony Flynn. 2018. *Measuring procurement performance in Europe*. *Journal of Public Procurement*18:1, 2-13
- Freeman, R. E. 1984. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston, MA: Pitman. Freeman, R. E., J. S. Harrison, A. C. Wicks, B. Parmar, and S. Colle. 2010. *Stakeholder Theory : The State of the Art*. New York, NY: Cambridge University
- Godfrey, P. S. (1996). *Control of Risk: A Guide to The Systematic Management of Risk from Construction*. London: Westminster.
- Hadiz, L. (2007, April-June). *Pasar Tradisional di Era Persaingan Global (Traditional Markets In The Era of Global Competition)*. The SMERU Research Institute.

- Hamdan dan Muchlas M. Tahir. (2016, April). *Peran Pemerintah Dalam Pelaksanaan Penataan Pedagang Kaki Lima di Pasar Minasamaupa Kabupaten Goa*. Ilmu Pemerintahan, 6, 28-41.
- Islamy, I. (1991). *Prinsip-Prinsip Perumusan Kebijakan Negara*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Jensen, M. C. (1983, April). *Organization Theory and Methodology*. *Accounting Review*, 58, 319-339.
- Keban, Yeremias, T. (2008). *Enam Dimensi Strategis Administrasi Publik Konsep, Teori dan Isu*. Yogyakarta: Gava Media.
- Kotler, P. and K. L. Keller. (2006). *Marketing Management* (12 ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall, Inc.
- Laswell, Harold D. dan Abraham Kaplan. (1970). *Power and Society*. New Haven: Yale University Press.
- Lupiyoadi, R. dan Hamdani, A. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mardiasmo. (2002). *Otonomi dan Manajemen Keuangan Daerah*. Yogyakarta: ANDI.
- Moenir. (2000). *Manajemen Pelayanan Publik*. Jakarta: Bina Aksara.
- Mukbar. (2007). *Denyut Usaha Kecil di Pasar Tradisional dalam Himpitan Hipermarket*. *Jurnal Analisis Sosial*.
- Nugroho, F. A. (2010). *Penataan Sektor Informal Di Belakang Kampus UNS*. *Universitas Sebelas Maret Institutional Repository*.
- Pamudji, S. (1985). *Kerja Sama Antara Daerah Dalam Rangka Pembinaan Wilayah: Suatu tinjauan Dari Segi Administrasi Negara*. Jakarta: Bina Aksara.
- Parasuraman, Zeithaml dan Bery. (2005). *Environment Strategy Relationship*. *Heimeman Asia*.
- Pasolong, H. (2008). *Teori Administrasi Publik*. Bandung: Alfabeta.
- Purwanto, Erwan Agus dan Sulistyastuti, Dyah Ratih. (2012). *Implementasi Kebijakan Publik: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Gava Media.
- Rewansyah, A. (2011). *Kepemimpinan Dalam Pelayanan Publik*. Jakarta Timur: Rizky Grafis.
- Republik Indonesia. 2007. Peraturan Presiden No. 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern.

- Republik Indonesia. 2006. Peraturan Pemerintah No. 6 Tahun 2006 tentang *Pengelolaan Barang Milik Negara/Daerah*.
- Republik Indonesia. 2009. *Undang-undang No. 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik*. Lembaran Negara RI Tahun 2009. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Sarwoko, E. (2008). *Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional di Wilayah Kabupaten Malang*. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 4.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistyo, Heru dan Budhi Cahyono. (2010). *Model Pengembangan Pasar Tradisional Menuju Pasar Sehat di Kota Semarang*. *EKOBIS*, 11, 516-526.
- Susanti, R dan Suprihatmi Sri Wardiningsih. (2012, Oktober). *Analisis Peningkatan Kesejahteraan Pedagang Pasar Ngarsopuro Sesudah Penataan*. *Ekonomi dan Keriwausahaan*, 12, 196-205.
- Sutopo, H. B. (2002). *Pengantar Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret Press.
- Tjiptono, F. (2011). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Vracheva, V and Mason, R. (2015). *Creating Firm Value through Stakeholder Management and Regulation*. Pittsburg State University: *Journal of Managerial Issues*, Vol. 27, No. 1/4 (2015), pp. 120-140
- Wang, Yonggu and Feng, Hui. (2012). *Customer Relationship Mangement Capabilities : Measurement, Antecedents And Consequences*. *Management Decision*, 50(1), 115-129.
- Widodo, J. (2012). *Analisis Kebijakan Publik: Konsep dan Aplikasi Analisis Proses Kebijakan Publik*. Malang: Bayumedi Publishing.
- Wirjatmi, E. (2001). *Filosofi Strategi dan Teknik Pelayanan Prima di Sektor Publik*. Bandung: Lembaga Administrasi Negara.