



Analisis Penghambat Revitalisasi Pasar dalam Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional

Dewi Citra Larasati¹, Abd. Rohman² *

^{1,2} Program Studi Administrasi Publik, Universitas Tribhuwana Tunggaladewi, Malang

abd.rohman@unitri.ac.id

Abstract

Competition between modern markets and traditional markets has caused traditional markets to be in a marginalized position. This has caused the Central Government to create a traditional market revitalization program, hoping that market revitalization will make traditional markets better and reduce the gap between traditional markets and modern markets. Market revitalization was also carried out by the City Government of Malang in a comprehensive and holistic manner. The City Government of Malang did not only completely overhaul the market building but also made an innovation i.e. the School of Smart Traders' People's Market (Sepasar Pedas, abbrv. in Bahasa version). The implementation of innovations involve e-retribution, Declaration of the Digital Market Pilot, and the ASN Sobo Pasar Movement. However, in carrying out several stages of the revitalization, the City Government of Malang also encountered several constrains. To obtain data regarding some of the constraints that are considered as inhibiting factors, a qualitative approach was used. Thus, the results obtained that several inhibiting factors encountered in the field by the City Government of Malang, namely: Limited Budget, Unclearness investors, Rejection of market traders, and the Problems of market management including the distribution of EDC machines that are not evenly distributed in all markets, the implementation of e-retribution is also hampered by network signals and EDC machines that often have errors.

Keywords : *Market Revitalization; Traditional Market*

Abstrak

Persaingan antara pasar modern dan pasar tradisional, menyebabkan pasar tradisional menjadi berada di posisi termarginalkan. Hal ini, menyebabkan Pemerintah Pusat membuat program revitalisasi pasar tradisional, harapannya dengan adanya revitalisasi pasar akan membuat pasar tradisional menjadi lebih baik dan mengurangi gap antara pasar tradisional dan pasar modern. Revitalisasi pasar juga dilakukan oleh Pemkot Malang secara komprehensif dan holistik. Pemkot Malang tidak sekedar merombak total fisik bangunan pasar tapi juga membuat inovasi seperti Sekolah Pasar Rakyat Pedagang Cerdas (Sepasar Pedas), Penerapan inovasi e-retribusi, Pencanaan Pilot Pasar Digital, dan Gerakan ASN Sobo Pasar. Namun dalam melaksanakan beberapa tahapan revitalisasi tersebut, Pemkot Malang juga menemui beberapa kendala. Untuk mendapatkan data mengenai beberapa kendala yang dianggap sebagai faktor penghambat, maka digunakanlah pendekatan kualitatif. yang mana diperoleh hasil bahwa beberapa faktor penghambat yang ditemui di lapangan oleh Pemkot Malang yaitu : Adanya Keterbatasan Anggaran, Ketidakjelasan dengan pihak investor, Penolakan pedagang pasar, dan Permasalahan manajemen pengelolaan pasar meliputi distribusi mesin EDC yang belum tersebar merata di semua pasar, pelaksanaan e-retribusi juga terhambat signal jaringan dan mesin EDC yang sering eror.

Kata Kunci : *Revitalisasi Pasar, Pasar Tradisional*

***Corresponding Author :** Abd. Rohman (*abd.rohman@unitri.ac.id*). Program Studi Administrasi Publik, Universitas Tribhuwana Tunggaladewi, Malang





Pendahuluan

Pasar merupakan gambaran tempat interaksi antara penjual dan pembeli, dimana cerminan sebuah peradaban berada di lokasi ini, terutama dari segi sosial budaya serta banyaknya komunitas yang bermunculan. Pasar mengalami perubahan yang sangat cepat terutama dalam hal pengelolaannya, mulai dari pasar kaget, pasar tradisional hingga menjadi pasar yang lebih modern. Pasar tradisional memiliki ciri ciri khas yang sangat mudah dikenali, seperti banyaknya kios-kios, beraneka variasi barang di toko kelontong, berbelanja dengan mengecur (baik itu kebutuhan pokok, sayuran, buah, dan keperluan sandang serta kebutuhan sekunder lainnya). Seiring dengan berkembangnya zaman, berkembangnya teknologi dan semakin menjamurnya para pemilik modal, menyebabkan kondisi pasar tradisional semakin berada di posisi termarjinalkan dengan kemunculan pasar modern seperti agen grosir hingga supermarket kekinian yang bisa ditemui sepanjang jalan seperti : Superindo, Indogrosir, Indomaret, Hypermart, Alfamart, Alfamidi, Alfaexpress, Lawson, dan masih banyak pasar modern lainnya. Kemunculan pasar-pasar modern tersebut, menjadikan pasar tradisional sebagai kompetitor yang tidak seimbang. Hal ini dikarenakan, pertama pasar tradisional cenderung kumuh, berantakan, aroma bau yang menyengat dengan lalat berterbangan dimana mana, bahkan tidak jarang kondisinya cenderung semrawut. Sehingga kenyamanan pembeli tidak terjamin dengan baik. Kedua, pasar tradisional memiliki kecenderungan harganya lebih mahal daripada pasar modern, bahkan stok barang yang ada di penjual tergolong minim. Hal ini dikarenakan pedagang pasar tradisional tidak memiliki cukup modal untuk membeli barang dengan jumlah besar. Ketiga, minimnya sarana prasarana dan kenyamanan di pasar tradisional membuat adanya jurang pemisah yang makin curam diantara keduanya (kompasiana, 2023).

Adanya beberapa pembanding tersebut menyebabkan pasar tradisional mau tidak mau mendapatkan serangan masif dari menjamurnya pasar modern yang ada di Indonesia. Belum lagi munculnya banyak market online dan pelayanan kurir/ojek online, juga semakin membuat pasar tradisional terpojok. Walaupun masyarakat menengah kebawah masih membutuhkan keberadaan pasar tradisional, hal ini dikarenakan

masyarakat kita masih membudayakan tawar menawar dalam transaksinya. Menurut Fadjarwati, N., Midiyanti, R., Sastrawan, J., & Wulandari, D. (2021) adanya segmentasi pengunjung dan pembeli sebenarnya akan menghasilkan pemetaan masyarakat dengan status ekonomi menengah ke atas akan segera mematenkan pilihan berbelanja di pasar modern. Namun sebaliknya, masyarakat ekonomi menengah kebawah akan cenderung berbelanja ke pasar tradisional. Faktor suku(etnis) dan budaya leluhur, serta faktor geografis juga memberikan sumbangsih yang bertolak belakang. Masyarakat ekonomi menengah keatas lebih memilih berbelanja di pasar tradisional dibandingkan pasar modern yang berada di tengah kota. Biasanya produk yang ditawarkan oleh penjualnya di pasar tradisional lebih beraneka ragam dan lebih lengkap. Melihat pasar tradisional memiliki potensi yang tersembunyi semacam ini, maka seyogyanya perlu adanya komitmen kuat dari pemerintah dalam menjaga keberadaan (eksistensi) pasar tradisional.

Pembenahan pasar tradisional menjadi fokus perhatian bagi kabinet kerja Presiden Jokowi sejak tahun 2014. Kementerian yang menjadi *leading sector* dalam penanganan revitalisasi pasar tradisional adalah Kementerian Perdagangan (Kemendag). Dimana Kemendag menargetkan akan melakukan pengembangan terhadap sekitar kurang lebih lima ribu pasar yang ada di Indonesia dalam kurun waktu lima tahun. Hal ini berdasarkan kenyataan di lapangan, bahwa pasar tradisional memiliki peran yang cukup vital dalam mendukung perekonomian masyarakat, baik sebelum pandemi, saat pandemi berlangsung hingga pasca pandemi. Pasar berkontribusi sangat besar terhadap pemulihan ekonomi masyarakat, serta berperan aktif supaya masyarakat segera bangkit dari pandemi dengan memberikan kesempatan kerja yang luas, pengembangan usaha kecil dan mikro, memberikan sumbangan terhadap Pendapatan Asli Daerah, serta berperan membantu negara dalam mempersiapkan diri menghadapi gelombang resesi dunia. Payung hukum pengembangan dan pengelolaan pasar tradisional telah diatur dalam berbagai aturan seperti Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 48 tahun 2013 tentang Pedoman pembangunan dan pengelolaan sarana distribusi perdagangan, Peraturan Kepala Badan Standarisasi Nasional Nomor 7 tahun 2015 tentang Skema





Sertifikasi Pasar Rakyat, serta Permenkes Nomor 15 tahun 2013 tentang fasilitas khusus menyusui dan memerah ASI. Pengesahan Undang – Undang Nomor 7 tahun 2014 tentang perdagangan, membuat adanya perubahan penyebutan dalam istilah pasar tradisional. Penyebutan pasar tradisional telah berubah menjadi pasar rakyat. Dimana adanya harapan terhadap perubahan penyebutan nama ini memberikan roh baru sehingga persepsi masyarakat mengenai pasar tradisional yang identik dengan kekumuhan dan keruwetan berubah menjadi jauh lebih baik. Perubahan penyebutan ini tidak menghilangkan kekhasan yang dimiliki oleh pasar tradisional, dimana penataan pedagang pasar masih berupa lapak/kios/toko dan dalam bentuk lainnya sebagai pusat jual beli dengan proses tawar menawar.

Kebijakan nasional yang telah dibuat oleh Kemendag sebagai penanggung jawab revitalisasi pasar, diperkuat dengan adanya kolaborasi melalui dukungan peraturan lintas kementerian serta keinginan besar menjadikan pasar menjadi lebih baik di era digital trade, menjadikan kekuatan yang luar biasa untuk mendukung suksesnya kebijakan revitalisasi pasar. Sehingga keinginan melakukan pembenahan pasar tradisional mensinergikan kebijakan pemerintah pusat dengan kebijakan pemerintah daerah dalam melakukan revitalisasi pasar. Pelaksanaan revitalisasi pasar, diperlukan gerakan serentak secara terpadu. Dimana terdapat beberapa tahapan yang harus dilalui adalah sebagai berikut : 1) melakukan sosialisasi di dalam forum komunikasi pedagang, 2) melakukan pertemuan dengan semua *stake holders* baik internal maupun eksternal, 3) Menginisiasi Sekolah Pasar, 4) Melakukan Bimbingan Teknis (Bimtek) SDM baik itu aparat pemerintah yang menangani revitalisasi pasar maupun pedagang yang ada dipasar, 5) Melakukan giat inovasi promosi pemasaran. Pada prinsipnya konsep revitalisasi pasar terdapat tiga yaitu 1) Revitalisasi Fisik dimana meliputi perbaikan dan peningkatan kualitas dan kondisi fisik bangunan, tata hijau, sistem tanda/reklame, sistem penghubung, dan ruang terbuka kawasan. 2) Manajemen, diharapkan dengan revitalisasi mampu membangun manajemen pengelolaan pasar yang mengatur secara jelas beberapa aspek seperti : fasilitas wajib yang harus dipenuhi di pasar, SOP (standart operasional prosedur) pengelolaan dan pelayanan pasar. 3) Ekonomi, perbaikan fisik kawasan yang bersifat jangka pendek, untuk mengakomodasi kegiatan ekonomi

informal dan formal (*local economic development*), dan 4) Sosial, Menciptakan lingkungan yang menarik (interesting) dan berdampak positif serta dapat meningkatkan dinamika dan kehidupan sosial masyarakat/warga (*public realms*) (sumber: <https://ews.kemendag.go.id/revitalisasi/KonsepRevitalisasi.aspx> Diakses 10 Oktober 2022).

Bentuk Kolaborasi antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah pun terjalin dengan baik. Berdasarkan data hingga akhir tahun 2016 tercatat sebanyak seribu tujuh ratus tujuh puluh enam (1776) pasar telah selesai direvitalisasi, tahun 2017 pemerintah merevitalisasi seribu tiga (1003) unit pasar dengan dukungan anggaran dalam kegiatan ini adalah sekitar tiga triliun rupiah. Dan terus di dorong hingga tercapai target pasar yang direvitalisasi adalah sebanyak lima ribu unit pasar rakyat. Selain itu, pemerintah daerah diwajibkan oleh Kemendag untuk menerapkan desain pasar rakyat dengan melakukan penganggaran sesuai dengan tipe-tipe pasar yang ada sebagaimana berikut :

- Anggaran senilai Rp 11.500.000.000 bagi tipe A,
- Anggaran senilai Rp 7.700.000.000 bagi tipe B,
- Anggaran senilai Rp 5.800.000.000 bagi tipe C,
- Anggaran senilai Rp 3.600.000.000 (khusus pasar yang didanai dari DAK)

(sumber: <https://ews.kemendag.go.id/revitalisasi/KonsepRevitalisasi.aspx> Diakses 10 Oktober 2022)

Dengan adanya penerapan desain ini, semua pasar rakyat yang ada di Indonesia memiliki tampilan yang seragam dan mampu bersanding dengan pusat perbelanjaan dan toko swalayan. Pembangunan pasar rakyat yang ada juga harus berpedoman pada ketentuan dalam Standar Nasional Indonesia Pasar Rakyat SNI 8152:2015, sebagai pegangan dalam melakukan pengelolaan yang profesional dan kompetitif. (sumber: <https://ditjenpdn.kemendag.go.id/detail/artikel/4/percepatan-revitalisasi-pasar-rakyat> diakses tanggal 20 Oktober 2022).

Menjawab tantangan tersebut, Pemerintah Kota Malang telah melakukan upaya revitalisasi pasar rakyat sejak tahun 2015. Hingga tahun 2022 telah ada 14 pasar yang telah direvitalisasi tidak hanya dari aspek fisik saja, Pemkot Malang juga melakukan beberapa upaya inovasi seperti adanya Sekolah Pasar Rakyat Pedagang Cerdas (Sepasar Pedas), penerapan e-retribusi di 25 lokus



pasar rakyat, penancangan Pilot Pasar Digital di Merjosari, dan adanya gerakan ASN Sobo Pasar. Pemkot Malang juga telah mengantarkan Pasar Oro-Oro Dowo dan Pasar Kasin mendapatkan predikat pasar dengan standar nasional memperoleh sertifikat SNI 8152-2021. Namun dalam melakukan pencapaian tersebut, usaha yang dilakukan oleh Pemkot Malang juga menghadapi beberapa tantangan dan hambatan. Karena tidak semua pasar sukses untuk direvitalisasi, masih ada beberapa pasar rakyat yang perlu penanganan khusus seperti : Pasar Blimbing, Pasar Gadang, dan Pasar Besar Malang. Berdasarkan latar belakang tersebut, tulisan ini ingin membedah mengenai beberapa faktor penghambat revitalisasi pasar rakyat di Kota Malang. Dengan mengetahui faktor-faktor penghambat yang ada, akan mampu membantu memberikan solusi dalam menyelesaikan permasalahan tersebut.

Metode

Untuk mendapatkan data mengenai faktor penghambat yang ada, metode yang digunakan diharapkan mampu membidik secara holistik dan komprehensif situasi dan kondisi di lapangan. Karena metode ini sangat berpengaruh terhadap hasil yang akan diperoleh nantinya, tentunya tidak meninggalkan aspek objektivitas terhadap data yang diperoleh. Masalah dalam penelitian ini sifatnya berkembang terus mengikuti *trend* masalah yang ada. Dengan pertimbangan tersebut maka metode yang dianggap relevan adalah dengan memilih desain pendekatan kualitatif. Harapannya tujuan dari penelitian ini yaitu bisa mengidentifikasi dan menganalisis faktor penghambat revitalisasi pasar rakyat di Kota Malang. Lokus dari penelitian ini adalah di Kota Malang. Dengan pertimbangan beberapa hal seperti 1) Kota Malang dengan Tri Bina Citanya merupakan Kota Industri, Kota Wisata dan Kota Pendidikan, yang menyebabkan mobilitas penduduk dari dalam dan luar kota sangat pesat sehingga menjamurnya pasar modern (minimarket, swalayan, supermarket, hypermart, dan lain lain) dimana keberadaan pasar modern tersebut menjadi resistensi bagi keberlangsungan pasar tradisional. 2) Pemkot Malang sukses melaksanakan revitalisasi pasar terhadap 14 pasar rakyat yang ada bahkan mengantarkan 2 pasar tersebut memperoleh standar SNI namun di sisi lain alasan yang ke 3) Ada beberapa pasar rakyat yang direvitalisasi, namun mengalami kendala

seperti : Pasar Blimbing, Pasar Gadang, dan Pasar Besar Malang.

Berangkat dari pertimbangan yang ada tersebut, maka sebagai instrumen kunci (*key informan*) melakukan pengumpulan data dengan menggunakan triangulasi teknik, kepada beberapa informan yang telah ditentukan karena informan tersebut dianggap paling paham dan mengerti terhadap permasalahan yang akan diteliti baik itu kepada pegawai Diskopindag (Dinas leading sektor revitalisasi pasar rakyat), pegawai UPT pasar, pedagang pasar, pembeli maupun masyarakat yang peneliti temui di lapangan. Selain melakukan wawancara mendalam, peneliti juga melakukan observasi partisipatif di beberapa pasar rakyat di Kota Malang seperti : Pasar Oro-Oro Dowo, Pasar Bareng, Pasar Kasin dan Pasar Joyo Agung. Serta melengkapi data primer dengan data sekunder yang peneliti peroleh dengan menggunakan dokumentasi. Proses analisis data dalam penelitian ini menggunakan model interaktif dengan menggunakan teknik kredibilitas (triangulasi teknik dan memperpanjang masa penelitian) untuk memastikan bahwa data yang diperoleh benar-benar absah/shahih/valid.

Hasil dan Pembahasan

Istilah pasar tradisional berubah menjadi pasar rakyat. Hal ini, dikarenakan adanya mindset negatif di kalangan masyarakat jika mendengar istilah pasar tradisional. Kata “tradisional” merupakan istilah dimana identik dengan pasar yang ruwet, kumuh, kotor, semrawut, dan pandangan buruk lainnya. Sehingga ketika persepsi buruk ini membudaya, maka akan sangat berpengaruh terhadap calon pengunjung dan pembeli di pasar rakyat. Untuk menghapus persepsi tersebut, pemerintah melakukan revitalisasi pasar rakyat. Revitalisasi pasar rakyat ini dilakukan di seluruh Indonesia dengan dukungan dari Pemerintah daerah baik kota maupun kabupaten. Hal ini juga dilakukan oleh Pemerintah Kota (Pemkot) Malang. Pemerintah Kota Malang memulai mendukung program revitalisasi pasar ini, pada akhir tahun 2014 sebagai bentuk kesigapan dalam merespon kebijakan nasional. Pada awal tahun 2015, Pemkot Malang mulai gencar melakukan upaya revitalisasi pasar rakyat dimulai dengan pembangunan Pasar Oro-Oro Dowo (pembangunan fisik, penyediaan sarana dan prasarana, penataan pedagang, hingga adanya inovasi sekolah pedagang yang terkenal dengan sebutan Sepasar Pedas). Kesuksesan





merevitalisasi Pasar Oro-Oro Dowo hingga memenuhi persyaratan SNI, membuat Pemkot Malang melanjutkan usaha untuk merevitalisasi pasar lainnya yang ada di Kota Malang. Pemkot Malang telah melakukan revitalisasi pasar rakyat terhadap 14 pasar rakyat dari total 28 pasar rakyat yang ada di Kota Malang. Berikut ini adalah rincian pasar rakyat di Kota Malang yang telah berhasil direvitalisasi sejak tahun 2015 sampai dengan akhir tahun 2021 sebagai berikut:

Tabel 1 Pasar yang direvitalisasi oleh Pemkot Malang

Tahun	Nama Pasar Rakyat
2015	Pasar Oro – Oro Dowo
2016	Pasar Bareng
2017	Pasar Klojen dan Pasar Gadang Lama
2018	Pasar Bunul dan Pasar Baru Timur
2019	Pasar Sukun, Pasar Mergan, Pasar Kasin, dan Pasar Sawojajar
2020	Pasar Mergan, Pasar Kasin, dan Pasar Kedungkandang
2021	Pasar Bareng, Pasar Gadang Lama, Pasar Bunul, Pasar Madyopuro, Pasar Lesanpuro, dan Pasar Kotalama

Sumber: Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan, 2022

Pada tahun 2021, beberapa pasar seperti Pasar Bareng, Pasar Gadang Lama, dan Pasar Bunul hanya mengalami perbaikan/perawatan/pemeliharaan namun tidak mengalami perbaikan secara total. Selain melakukan revitalisasi fisik bangunan, Pemkot Malang juga membuat beberapa inovasi seperti : Sekolah Pasar Rakyat Pedagang Cerdas (Sepasar Pedas), Penerapan inovasi e-retribusi, Pencanaan Pilot Pasar Digital, dan Gerakan ASN Sobo Pasar. Dimana ternyata, salah satu inovasi yang dibuat tersebut ternyata membuahkan prestasi dalam ajang penghargaan KIPP (Kompetisi Inovasi Pelayanan Publik) tahun 2020 yang digelar oleh Kementerian PANRB (Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi) dan tertuang dalam Keputusan MenPANRB Nomor 192 tahun 2020 tentang Top 45 Inovasi Pelayanan Publik dan 5 Pemenang *Outstanding Achievement of Public Service Innovations 2020*. Dimana Top 45 ini terdiri dari tujuh inovasi dari kementerian, lima inovasi lembaga, tujuh inovasi dari pemerintah provinsi, sembilan belas inovasi dari pemerintah kabupaten, serta pemerintah kota yang

menyumbangkan 7 inovasi. Di bulan September 2022, Pasar Kasin mendapatkan penghargaan pasar berpredikat SNI 8152-2021.

Kesuksesan Pemkot Malang dalam melaksanakan revitalisasi pasar rakyat ternyata juga terdapat beberapa faktor yang menghambat. Hal ini, tidak hanya terjadi di Kota Malang saja. Daerah lain juga mengalami hal serupa, seperti pembahasan artikel jurnal Strategi Pengembangan Pasar Tradisional di Kota Semarang oleh Nugroho, B. A. A., & Nurcahyanto, H. (2016). menjelaskan beberapa faktor penghambat sebagai berikut : 1. Sumber Daya Manusia yang tidak mendukung 2. Tidak ada kemudahan dalam urusan pinjaman oleh perbankan kepada pedagang. 3. Kurang optimalnya pembinaan pedagang 4. Terbatasnya Anggaran 5. Sarpras yang minim. 6. Menjamurnya pasar modern di Kota Semarang 7. Rendahnya Koordinasi dan komitmen Pemkot dalam mengawal strategi pengembangan pasar tradisional. 8. Minimnya pemanfaatan teknologi 9. Pergeseran budaya, perilaku pedagang dan masyarakat 10. Wilayah Kota Semarang yang sangat luas. Hal tersebut juga dikuatkan oleh artikel yang berjudul Analisis Efektivitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional di Pasar Bulu Kota Semarang dengan penulis Iis Nurlaela dan Dyah Hariani menjelaskan bahwa Faktor Penghambat Efektivitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional di Pasar Bulu Kota Semarang terjadi akibat kurangnya sosialisasi lanjutan oleh Dinas Pasar mengenai revitalisasi pasar rakyat yang telah dilaksanakan. Kemudian tidak ada adanya strategi maupun inovasi dari Dinas Pasar untuk mendorong masyarakat tertarik berbelanja ke pasar tradisional. Selain itu, Pembangunan pasar fokus untuk membangun pasar dengan gedung megah dan mewah tanpa memperhatikan fasilitas yang ada di dalamnya. Belum adanya bantuan permodalan bagi para pedagang di pasar Bulu. Selain itu, faktor penghambat dari internal Dinas Paasar menyebabkan terkesan kurangnya koordinasi dan ketegasan terkait parkir dan kebersihan pasar, serta masih adanya sepeda motor masuk ke area dalam pasar.

Melihat beberapa studi terdahulu, dapat diketahui bahwa implementasi program revitalisasi pasar rakyat akan selalu dihadapkan dengan beberapa faktor-faktor penghambat yang hampir sama. Namun beberapa faktor penghambat yang ada di studi sebelumnya, seperti kurang koordinasi atau tidak adanya inovasi yang terjadi di Kota Semarang, tidak terjadi di Kota Malang.





Karena Kota Malang terus melakukan inovasi yang mana fokus dari revitalisasi benar benar tidak sekedar mengubah bangunan gedung, namun juga mengubah mindset pedagang – pedagang yang berdagang di dalam pasar tersebut. Namun memang tak dapat dipungkiri beberapa faktor-faktor penghambat juga muncul ketika Pemkot Malang mampu mensukseskan revitalisasi pasar rakyat antara lain:

1) Keterbatasan Anggaran Pemerintah Daerah

Berdasarkan data Diskopindag, Kota Malang memiliki 28 pasar rakyat yang tersebar di lima kecamatan. Banyaknya jumlah pasar rakyat yang ada ini tidak sebanding dengan ketersediaan anggaran untuk revitalisasi pasar di Kota Malang. Jikalau dianggarkan maka pengimplementasiannya harus bertahap atau dilaksanakan *multi years*. Jika mengharapkan dana dari pemerintah pusatpun juga sangat tidak mungkin. Karena jumlah pasar rakyat di Indonesia jumlahnya juga sangat banyak.

Di Kota Malang untuk 14 pasar telah di revitalisasi dalam kurun waktu 7 tahun sejak tahun 2015 hingga 2022. Awal tahun 2023, Pasar Kotalama menjadi pasar ke-15 yang rampung direvitalisasi dengan menggunakan anggaran Diskopindag tahun 2021. Keterbatasan inilah menyebabkan Pemkot Malang harus bekerjasama dengan pihak ketiga, seperti yang dilakukan terhadap beberapa pasar seperti Pasar Terpadu Dinoyo, Pasar Gadang, Pasar Blimbing dan Pasar Besar. Menggandeng Investor harus menerima konsekwensi perjanjian kerjasama bahwa pengelolaan pasar akan sepenuhnya dikelola selama 30 tahun dan akan dikembalikan sepenuhnya ke Pemkot Malang setelah kurun waktu tersebut habis. Kerjasama Pemkot Malang dengan pihak ketiga inilah yang nantinya akan menjadi sumber permasalahan berikutnya, dikarenakan dalam melakukan kerjasama perlu adanya pihak pihak yang terlibat.

2) Ketidakjelasan kerja sama dengan pihak ketiga

Keterbatasan dana yang dimiliki Pemkot Malang menjadi alasan yang mendasari Pemkot membuka pintu kerja sama dengan investor. Ternyata salah satu yang faktor penghambat revitalisasi pasar di Kota Malang lainnya adalah ketidakjelasan kerja sama dengan pihak ketiga dalam hal ini investor terhadap tiga pasar yang ada di Kota Malang yaitu : Pasar Besar, Pasar Blimbing dan Pasar Gadang. Kerja sama Pemkot dengan

Pihak Investor pembangunan Pasar Blimbing mengalami deadlock sudah masuk tahun ke-13 di tahun 2023. Berdasarkan perjanjian, kerja sama ini dilakukan sampai dengan tahun 2040 namun kesepakatan yang dibuat tidak kunjung final, karena konsep yang ada dari investor tidak bisa diterima oleh pihak pedagang dan banyaknya gangguan non teknis di lapangan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab. Hal ini menyebabkan pembangunan pasar Blimbing seluas kurang lebih 2000 meter kembali mundur dalam waktu yang tak bisa diprediksi. Dampak inilah yang menyebabkan pihak Investor dan Pemkot Malang meminta bantuan dan melakukan koordinasi dan Supervisi kepada pihak Pencegahan Korupsi Terintegrasi (Korsupgah) KPK untuk memperoleh solusi terbaik. Karena pada dasarnya perjanjian ini tidak bisa diputuskan secara sepihak, dan apabila keduanya setuju mengakhiri perjanjian yang dibuat tersebut maka harus ada penguat legalitas hitam di atas putih. Pasar Blimbing masih memiliki tiga poin yang belum terselesaikan yaitu : 1) penataan lokasi pedagang, hal ini dikarenakan belum ditemukan kesepakatan antar pedagang dengan mengenai rancangan penempatan pedagang disesuaikan dengan aturan klasifikasi pasar sehat, 2) relokasi, dan 3) adendum PKS yang belum menemukan titik terangnya. Kasus serupa juga terjadi untuk Pasar Gadang, ketidakjelasan perjanjian kerjasama dari investor membuat Pasar Gadang tidak kunjung diperbaiki , sehingga berdampak pada kekumuhan dan keruwetan yang ada, bahkan pedagang berjualan di luar pasar yang notebene merupakan akses jalan. Kasus terbaru lainnya adalah di Pasar Besar Malang dimana belum turunnya dokumen tertulis atau *legal opinion* di akhir 2022 membuat Pasar Besar Gadang batal di revitalisasi. Kasus lain mengenai ketidakjelasan dengan pihak investor pernah terjadi saat pembangunan Pasar Terpadu Dinoyo ketika selesai direnovasi. Bangunan pasar yang telah di renovasi tidak sesuai dengan Perjanjian Kerja sama yang telah disepakati. Hal ini, dikarenakan tidak terpenuhinya beberapa fasilitas yang seharusnya ada serta beberapa keluhan lainnya seperti : lapak/kios yang terlalu sempit, akses antar kios tidak leluasa sehingga membuat konsumen kesulitan saat akan berbelanja. Atap bangunan yang terlalu rendah sehingga membuat sirkulasi udara menjadi tidak begitu baik.

3) Penolakan oleh para pedagang pasar rakyat
Setiap perubahan akan selalu ada yang pro dan





kontra. Begitu juga dengan pelaksanaan revitalisasi pasar rakyat. Tidak semua pedagang bisa menerima ketika wacana revitalisasi dilontarkan. Walaupun dalam prosesnya, Pemkot Malang sudah melalui proses sosialisasi dan dialog yang panjang pihak terkait terutama pedagang di pasar-pasar yang akan direlokasi. Inilah yang menyebabkan Pemkot Malang tidak bisa segera menuntaskan agenda revitalisasi pasar untuk semua pasar yang ada di kota Malang. Hal ini terjadi pada beberapa pasar seperti : Pasar Blimbing, Pasar Gadang dan Pasar Besar Malang. Berbagai alasan penolakan harus dihadapi, bahkan harus dialami sampai bertahun - tahun. Penolakan pedagang Pasar Blimbing terjadi dikarenakan pedagang merasa bahwa perjanjian kerja sama (PKS) Pemkot Malang dengan investor dianggap merugikan pedagang. Seharusnya pelaksanaan revitalisasi ini difokuskan menggunakan dana APBD seperti pasar rakyat lainnya yang telah lebih dahulu direvitalisasi. Selain permasalahan tersebut, pemilihan lokasi penampungan untuk relokasi pedagang dianggap tidak strategis, dikarenakan tidak memiliki akses jalan dan kendaraan umum yang memadai, sehingga sulit dijangkau oleh masyarakat. Rencana lokasi relokasi pedagang awalnya akan ditempatkan di daerah dekat SMP Negeri 24 di wilayah Pandanwangi yang tempatnya jauh dari akses jalan dan tidak ada angkutan umum, kemudian batal dan lokasi relokasi menjadi eks stadion Blimbing. Pemilihan lokasi relokasi yang kurang tepat akan sangat berdampak pada pendapatan pedagang.

Penolakan oleh Paguyuban Pedagang Pasar Besar Kota Malang juga pernah terjadi pada tahun 2021. Hal ini dikarenakan munculnya kabar di media bahwa Pemkot Malang akan melakukan relokasi tanpa mengajak pedagang duduk bersama, sehingga para pedagang melakukan penolakan dan menyampaikan aspirasinya ke gedung DPRD Kota Malang. Kesimpangsiuran ini terjadi tatkala belum adanya sosialisasi yang intensif dilakukan oleh jajaran Pemkot Malang. Di Akhir 2022, penolakan pedagang bukan lagi karena tidak diajak duduk bersama, namun karena pedagang menolak relokasi, pedagang meminta hanya renovasi atau pembenahan bukan pembongkaran. Padahal Pasar Besar ini sudah terlihat semakin kumuh dan tidak layak dikarenakan telah mengalami tiga kali musibah kebakaran yaitu berturut turut di tahun 2016, 2017 dan 2018.

Kasus serupa pernah terjadi saat pemindahan pedagang pasar Dinoyo. Para pedagang menolak pindah ke Pasar Terpadu Dinoyo (PTD) karena para pedagang menilai bangunan serta sarana dan prasarana yang ada tidak layak. Kios yang dibangun di PTD jauh lebih kecil dari bangunan sebelumnya ketika belum direnovasi. Namun dengan proses mediasi yang panjang akhirnya permasalahan ini terselesaikan dengan baik. Semua pedagang bersedia kembali ke PTD dan pasar penampungan di Merjosari dilakukan pembongkaran dan saat ini telah menjadi Ruang Terbuka Hijau yang dikenal dengan Taman Bunga Merjosari. Proses penolakan pedagang memang kerap kali terjadi, namun hal itu bisa diselesaikan asalkan Pemkot Malang melakukan komunikasi intens dengan pedagang dengan menggunakan pendekatan politik dan regulasi melalui musyawarah kekeluargaan. Sehingga *win-win solution* bisa tercapai.

1) Permasalahan Manajemen Pengelolaan Pasar

Apabila tiga faktor penghambat yang sudah dibahas sebelumnya, lebih pada proses renovasi fisik dan relokasi pedagang. Faktor penghambat lainnya lebih pada permasalahan mengenai manajemen pengelolaan pasar. Tahun 2023, Pemkot Malang telah berhasil melakukan revitalisasi pasar rakyat sebanyak lima belas pasar. Dalam kurun waktu 7-8 tahun telah memperoleh 50% pencapaian dari dua puluh delapan pasar yang ada di Kota. Berbagai inovasi pun telah dilakukan, tidak hanya pembangunan secara fisik saja namun juga ada beberapa hal yang menjadi keunggulan Pemerintah Kota Malang dalam merevitalisasi pasar rakyat seperti : 1) Sekolah Pasar Rakyat Pedagang Cerdas (Sepasar Pedas), 2) Penerapan inovasi e-retribusi, 3) Pencanaan Pilot Pasar Digital, dan 4) Gerakan ASN Sobo Pasar.

Inovasi yang dijalankan oleh Pemkot Malang tersebut ternyata juga terdapat beberapa catatan permasalahan yang menjadi penghambat bagi kesuksesan revitalisasi pasar rakyat yang ada seperti : a) Beberapa ruangan di lokasi pasar yang tidak berfungsi sebagaimana mestinya, misalnya Ruang Laktasi sering dikeluhkan oleh pengunjung ketika hendak menggunakan ternyata di dalam ruang laktasi tersebut digunakan sebagai gudang bahkan ada yang dijadikan tempat beristirahat serta merokok. b) pelaksanaan e-retribusi mengalami kendala yang tidak sedikit. Pelaksanaan e-retribusi yang seharusnya pembayaran sudah





online, ternyata masih manual. Hal ini dikarenakan beberapa hal yaitu 1) EDC (*electronic data capture*) sebagai alat bantu pembayaran e-retribusi belum terdistribusi merata ke seluruh pasar yang ada di Kota Malang. Beberapa pasar yang belum mendapatkan distribusi EDC yaitu pasar Gadang, Pasar Baru Timur dan barat, dan Pasar Besar. 2) Walaupun sudah terdistribusi, terkadang mesin EDCnya mengalami gangguan/eror/ macet tidak bisa digunakan. Selain itu, mesin EDC juga sering terkendala signal. Seperti di Pasar Besar lantai bawah sehingga pembayaran retribusi dilakukan secara manual kepada petugas yang bertugas. Di sini muncul juga kendala tarif yang dibayarkan kepada petugas bisa berbeda-beda. 3) Keluhan pedagang mengenai e-retribusi pun kerap kali mencuat dikarenakan untuk melakukan pembayaran secara online tersebut harus membuka rekening di bank Jatim dimana ada biaya admin yang harus dibayarkan. c) kesadaran pedagang untuk membayar retribusi masih sangat rendah, bahkan *mindset* pedagang yang salah mengenai lapak/kios yang menjadi gudang dianggap tidak perlu membayar retribusi karena lapak/kios tersebut tidak beroperasi.

Kesimpulan

Kesuksesan Pemkot Malang dalam mendukung program pemerintah pusat untuk merevitalisasi pasar tradisional/pasar rakyat dilakukan dengan beberapa inovasi seperti antara lain adalah 1) Sekolah Pasar Rakyat Pedagang Cerdas (Sepasar Pedas), 2) Penerapan inovasi e-retribusi, 3) Pencanaan Pilot Pasar Digital, dan 4) Gerakan ASN Sobo Pasar. Namun dalam pelaksanaannya, program revitalisasi pasar rakyat tersebut harus dihadapkan dengan beberapa faktor penghambat yaitu adanya keterbatasan anggaran Pemerintah Kota Malang untuk merevitalisasi seluruh pasar rakyat/tradisional yang ada, sehingga membuat Pemkot Malang harus melakukan kerjasama dengan pihak ketiga. Inilah yang menyebabkan ada beberapa Perjanjian Kerjasama (PKS) mengalami ketidakjelasan, sehingga muncul penolakan pada pedagang pasar, karena dianggap kesepakatan yang ada tidak menguntungkan pihak pedagang. Faktor penghambat lainnya adalah terdapat pada pihak manajemen pengelolaan pasar meliputi stok mesin EDC yang belum tersebar merata di semua pasar, pelaksanaan e-retribusi juga terhambat signal jaringan dan mesin EDC yang masih sering eror.

DAFTAR PUSTAKA

- Fadjarwati, N., Midiyanti, R., Sastrawan, J., & Wulandari, D. (2021). Analisis Kinerja Aset Pasar Rakyat Kabupaten Bandung Berdasarkan SNI (Studi Kasus Pasar Rakyat Ciwidey). *Jurnal Manajemen Aset Infrastruktur & Fasilitas*, 5(1).
- Firdausi, A. C. 2019. "Inovasi Sepasar Pedas Kota Malang Masuk Top 25 Inovasi Pelayanan Publik Jatim, Seperti Apa Sih?" <https://www.malangtimes.com/baca/47609/20191230/195000/inovasi-sepasar-pedas-kota-malang-masuk-top-25-inovasi-pelayanan-publik-jatim-seperti-apa-sih>. Diakses 10 Oktober 2022
- Humam. 2016. *Analisis Implementasi Revitalisasi Pasar Tradisional Ir. Soekarno Kabupaten Sukoharjo Dalam Rangka Meningkatkan Kualitas Pelayanan*. Semarang. Jurnal. Jurusan Ilmu Pemerintahan. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik.
- Kurniawan, Frendy. 2019. *Revitalisasi Pasar Tradisional. Studi Pada Pasar Rakyat Tani Kota Bandar Lampung*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik.
- Larasati, D. F. 2021. *Inovasi Layanan Sepasar Pedas (Sekolah Pasar Rakyat Pedagang Cerdas) Dalam Meningkatkan Eksistensi Pasar Tradisional Di Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang*. E-Journal Administrasi Publik. Universitas Negeri Surabaya
- Kemendag RI. 2016. "Pemberdayaan Manajemen". <https://ews.kemendag.go.id/revitalisasi/Pemberdayaan.aspx>. Diakses 10 Oktober 2022
- Kemendag RI. 2016. "Konsep Revitalisasi Pasar Rakyat". <https://ews.kemendag.go.id/revitalisasi/KonsepRevitalisasi.aspx> Diakses 10 Oktober 2022
- Kemendag RI. 2016. "Progres Pembangunan". <https://ews.kemendag.go.id/revitalisasi/ProgresPembangunan.aspx> . Diakses pada tgl 21 September 2022.
- Maharani, WM (2019). *Regulasi Penataan Pasar Modern dan Revitalisasi Pasar Tradisional di Kota Blitar*. Translitera: Jurnal Kajian Komunikasi dan Studi Media , 8 (01), 27-34.
- Malano, Herman. 2011. *Selamatkan Pasar Tradisional*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.





- Mangeswuri, DR, & Purwanto, NP (2010). *Revitalisasi Pasar Tradisional Di Indonesia. Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik*, 1 (2), 313-335.
- Moleong, Lexy J. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mukarom, Zaenal & Muhibudin Wijaya Laksana. 2018. *Manajemen Pelayanan Publik*. Bandung: Cv Pustaka Setia
- Nugroho, B. A. A., & Nurcahyanto, H. (2016). Strategi Pengembangan Pasar Tradisional di Kota Semarang. *Journal of Public Policy and Management Review*, 5(1), 187-198.
- Nurlaela, I., & Hariani, D. (2017). *Analisis Efektivitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional Di Pasar Bulu Kota Semarang*. *Journal of Public Policy and Management Review*, 6(2), 515-531.
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 37 Tahun 2017 Tentang Pengertian Pasar Rakyat
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Pembangunan, penataan, dan pembinaan Pasar Tradisional
- Peraturan Walikota Malang Nomor 15 Tahun 2016 Tentang Perubahan atas Peraturan Walikota Malang Nomor 51, Tahun 2012 Tentang Uraian Tugas Pokok, fungsi dan Tata Kerja Dinas Perindustrian dan Perdagangan
- Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2014 Tentang Pedoman Inovasi Pelayanan Publik.
- Sugiyono, 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & B*. Bandung: Alfabeta
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik

