

MODEL KEBIJAKAN PEMERINTAH DAERAH DALAM PENGEMBANGAN PASAR TRADISIONAL UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING TERHADAP PASAR MODERN

Ali Abdul Wakhid¹

UIN Raden Intan Lampung, Indonesia¹
e-mail: aliabdulwakhid@radenintan.ac.id¹

Abd. Qohar²

UIN Raden Intan Lampung, Indonesia²
e-mail: abdulqohar@radenintan.ac.id²

Liky Faizal³

UIN Raden Intan Lampung, Indonesia³
e-mail: likyfaizal@radenintan.ac.id³

Diterima: 14 November 2022

Disetujui: 21 Desember 2022

Dipublikasikan: 26 Desember 2022

Abstract

Competition between modern markets and traditional markets has been getting out of control lately in the city of Bandar Lampung. In the city of Bandar Lampung there are about 14 modern shops whose number increases every year, while the number of traditional markets is 10. This research is field research, which describes and describes the circumstances and phenomena that are clearer about the situation that occurs. This research aims to intensively study local government policies in the development of traditional markets to increase competitiveness against modern markets in the city of Bandar Lampung. The primary data for this study is in the form of data from interviews with employees of the Bandar Lampung City Trade Office. In this study secondary data related to local government policies in the development of traditional markets to increase competitiveness against modern markets in the city of Bandar Lampung. Data analysis by collecting data, data reduction, data presentation, and conclusions. The results of the research are that the City Government of Bandar Lampung has taken various policy models as an effort to develop traditional markets in order to deal with the rise of modern markets. And has also carried out various market development programs that have been implemented such as: revitalizing traditional markets through improving traditional market supporting infrastructure, empowering markets and developing and manufacturing market promotion media. Improvement of market infrastructure, namely carrying out market rehabilitation. Increasing the cleanliness of the Way Halim Market environment, increasing security and order by increasing the frequency of market patrols by security and order officers in collaboration with the police, fostering and empowering traders through increasing the ability of traders in business management, merchandise display, customer service, quality of goods, stock goods and the accuracy of the size / scales.

Keywords: Policy, Modern Market, Traditional Market.

Abstrak

Persaingan antara pasar modern di dengan pasar tradisional semakin tak terkendali akhir-akhir ini di Kota Bandar Lampung. Di Kota Bandar Lampung terdapat sekitar 14 toko modern yang setiap tahunnya jumlahnya meningkat sementara jumlah pasar tradisional sebanyak 10 buah. Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu memaparkan dan menggambarkan keadaan serta fenomena yang lebih jelas mengenai situasi yang terjadi. Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari secara intensif tentang kebijakan pemerintah daerah dalam pengembangan pasar tradisional untuk meningkatkan daya saing terhadap pasar modern di Kota Bandar Lampung. Data primer untuk penelitian ini adalah berupa data dari hasil wawancara dengan pegawai Dinas Perdagangan Kota Bandar Lampung. Dalam penelitian ini data sekunder yang berkaitan kebijakan pemerintah daerah dalam pengembangan pasar tradisional untuk meningkatkan daya saing terhadap pasar modern di Kota Bandar Lampung. Analisis data dengan mengumpulkan data, reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan. Hasil penelitian yaitu Pemerintah Kota Bandar Lampung telah mengambil berbagai model kebijakan sebagai upaya untuk mengembangkan pasar tradisional dalam rangka menghadapi maraknya pasar modern. Dan telah juga melakukan berbagai beberapa program pengembangan pasar telah dilaksanakan seperti: revitalisasi pasar tradisional melalui perbaikan sarana prasarana pendukung pasar tradisional, pemberdayaan pasar dan pengembangan dan pembuatan media promosi pasar. Perbaikan infrastruktur pasar yaitu melakukan rehabilitasi pasar. Peningkatan kebersihan lingkungan Pasar Way Halim, peningkatan pengamanan dan penertiban dengan menambah frekuensi patroli pasar oleh petugas keamanan dan ketertiban yang bekerja sama dengan kepolisian, pembinaan dan pemberdayaan pedagang melalui peningkatan kemampuan pedagang dalam manajemen usaha, display barang dagangan, pelayanan konsumen, kualitas barang, stock barang dan ketepatan ukuran/timbangan.

Kata Kunci: Kebijakan, Pasar Modern, Pasar Tradisional.

A. PENDAHULUAN

Pasar tradisional memiliki berbagai kelemahan yang telah menjadikarakter dasar yang sangat sulit diubah, mulai dari faktor desain, tata ruang, tataletak, dan tampilan yang tidak sebaik pusat perbelanjaan modern, alokasi waktuoperasional yang relatif terbatas, kurangnya teknologi yang digunakan, kualitasbarang yang kurang baik, kurangnya promosi penjualan, rendahnya tingkatkeamanan, kesemerawutan parkir, hingga berbagai isu yang merusak citra pasartradisional seperti maraknya informasi kecurangan-kecurangan dalam aktivitaspenjualan dan perdagangan. Kompleksitas kelemahan pasar tradisional tersebut.Pembenahan pasar tradisional memerlukan upaya pengaturan dan pembinaanpasar tradisional yang bersifat integratif dan kompeherensif. Pembentukan pasartradisional sering kali sebatas pembenahan fisik bangunan pasar denganmerenovasi bangunan pasar atau membangun pasar baru. Pembangunan atau renovasi bangunan pasar tidak serta merta mampu mewujudkan pasar tradisional yang nyaman,

bersih, dan memberi pendapatan yang lebih baik bagi pedagang maupun kenyamanan bagi konsumen untuk berbelanja di pasar tradisional.¹¹

Berdasarkan data yang dikeluarkan Dinas Perdagangan Kota Bandar Lampung dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1.1

Data Pedagang Toko/Kios, Los Amparan, dan Pelataran di Pasar Tradisional di Kota Bandar Lampung.

No	Nama Pasar	Toko/Kios	Los Amparan	Jumlah
1	Tugu	154	110	246
2	Bambu Kuning	237	198	435
3	Kangkung	165	123	288
4	SMEP	176	165	341
5	Bawah	189	187	376
6	Way Halim	186	154	340
7	Pasir Gintung	227	189	416
8	Way Kandis	79	65	158
9	Cimeng	175	87	262
10	Tamin	174	89	263

Sumber : Dinas Perdagangan, Kota Bandar Lampung, 2021

Persaingan antara pasar modern di dengan pasar tradisional semakin tak terkendali akhir-akhir ini di Kota Bandar Lampung. Di Kota Bandar Lampung terdapat sekitar 14 toko modern yang setiap tahunnya jumlahnya meningkat sementara jumlah pasar tradisional sebanyak 10 buah. Dengan munculnya berbagai macam pasar modern di yang telah menjamur di seluruh wilayah Kota Bandar Lampung memberikan berbagai dampak baik positif maupun negatif bagi masyarakat. Dampak positif yang diberikan antara lain mempermudah akses masyarakat mendapatkan barang konsumsi yang mereka butuhkan karena supermarket dan minimarket memiliki kelengkapan barang-barang kebutuhan sehari-hari. Selain itu letaknya yang berada dekat

¹ M. Chatib Basri, *Rumah Ekonomi Rumah Budaya (Membaca Kebijakan Perdagangan Indonesia)*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama 2012), 146.

dengan pemukiman maupun akses jalan membuat supermarket minimarket mudah dijangkau.

Hal lain yang berkaitan dengan dampak positif yang diberikan supermarket dan minimarket adalah fasilitas yang nyaman dan bersih, harga- harga yang terjangkau dan seringnya diskon maupun potongan-potongan harga terhadap produk-produk tertentu berbanding terbalik dengan pasar tradisional ketika momentum hari-hari besar keagamaan ataupun tahun baru pedangang cenderung menaikkan harga ataupun dengan alasan dari distributor atau mengalami gagal panen ds. Dalam hal penciptaan lapangan pekerjaan, minimarket dapat menambah peluang kerja bagi masyarakat yang pada akhirnya mampu meningkatkan penghasilan dan mengurangi pengangguran. Selain dampak-dampak positif yang telah disebutkan di atas, maraknya pasar modern di juga memberikan berbagai dampak negatif bagi masyarakat. Dampak negatif yang utama dengan munculnya ritel modern adalah mematikan pasar dan ritel tradisional. Persaingan keberadaan pasar tradisional maupun toko kebutuhan sehari-hari (toko kelontong) tradisional muncul karena fasilitas, kenyamanan maupun pelayanan dari minimarket yang lebih baik sehingga membuat konsumen lebih memilih ritel modern tersebut. Hal ini jelas dapat mematikan keberadaan pasar dan warung tradisional yang jumlahnya lebih besar dan menyangkut hajat hidup masyarakat yang lebih luas. Penurunan omset yang didapat penjual pasar tradisional akan berkurang jauh lebih sedikit dibandingkan dengan sebelum munculnya supermarket dan minimarket di sekitar mereka.

Walaupun supermarket dan minimarket sering menawarkan potongan harga untuk barang/ produk-produk tertentu namun beberapa harga barang yang lain ternyata lebih mahal dari harga normal di pasaran maupun warung tradisional. Bagi konsumen tertentu yang lebih memilih harga yang murah mungkin akan lebih mempertimbangkan untuk membeli di warung tradisional. Kebanyakan konsumen dari supermarket dan minimarket saat ini adalah masyarakat golongan menengah ke atas. Pemerintah Kota Bandar Lampung tentu saja tidak tinggal diam melihat gejala yang terjadi di masyarakat tersebut. Berbagai kebijakan telah diadopsi dan dalam proses formulasi berkaitan dengan pengelolaan pasar tradisional dan modern. Salah satunya dengan mengeluarkan Peraturan Walikota Bandar Lampung No. 11 Tahun 2012 Tentang Persyaratan Dan Penataan Minimarket.²² Peraturan Walikota ini bertujuan untuk melindungi keberadaan warung maupun pasar tradisional yang telah ada sejak dulu yang merupakan salah satu penggerak utama ekonomi masyarakat. Pemerintah kota tidak melarang pendirian pasar modern di di wilayah kota Bandar Lampung, tetapi lebih berupaya untuk membatasi keberadaannya. Selain Peraturan Walikota

²² Peraturan Walikota Bandar Lampung No. 11 Tahun 2012 Tentang Persyaratan Dan Penataan Minimarket

tersebut, terdapat lagi beberapa kebijakan yang telah ditetapkan oleh Pemerintah Kota Bandar Lampung berkenaan dengan pengelolaan pasar tradisional dan modern. Namun kenyataannya, saat ini pemerintah Kota Bandar Lampung terkesan kurang tegas terhadap keberadaannya pasar tradisional di kota Bandar Lampung. Oleh sebab itu, dalam kajian ilmiah ini untuk menelaah secara intensif tentang kebijakan pemerintah daerah dalam pengembangan pasar tradisional untuk meningkatkan daya saing terhadap pasar modern di Kota Bandar Lampung.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu memaparkan dan menggambarkan keadaan serta fenomena yang lebih jelas mengenai situasi yang terjadi. Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari secara intensif tentang kebijakan pemerintah daerah dalam pengembangan pasar tradisional untuk meningkatkan daya saing terhadap pasar modern di Kota Bandar Lampung. Data primer untuk penelitian ini adalah berupa data dari hasil wawancara dengan pegawai Dinas Perdagangan Kota Bandar Lampung. Dalam penelitian ini data sekunder yang berkaitan kebijakan pemerintah daerah dalam pengembangan pasar tradisional untuk meningkatkan daya saing terhadap pasar modern di Kota Bandar Lampung, diperoleh dari:

- a) Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan
- b) Peraturan Menteri Perdagangan No.23 Tahun 2021 tentang Pedoman Pengembangan, Penataan, dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan
- c) Peraturan Walikota Bandar Lampung No. 11 Tahun 2012 Tentang Persyaratan Dan Penataan Minimarket

Pihak yang menjadi informan utama dalam penelitian ini adalah pihak-pihak yang terlibat dalam kebijakan pemerintah daerah dalam pengembangan pasar tradisional untuk meningkatkan daya saing terhadap pasar modern di Kota Bandar Lampung, sedangkan pihak-pihak lain yang terkait dengan kebijakan pemerintah daerah dalam pengembangan pasar tradisional untuk meningkatkan daya saing terhadap pasar modern di Kota Bandar Lampung menjadi informan tambahan, antara lain:

- 1) Informan Kunci: 1 orang Kepala Bidang Dinas Perdagangan kota Bandar Lampung,
- 2) Informan Utama: 1 orang Kepala Seksi Dinas Perdagangan kota Bandar Lampung dan berbagai pihak yang terkait.
- 3) Informan Pendukung: 5 orang Pedagang dan 2 orang Masyarakat

Adapun kegiatan pengumpulan data dilakukan setelah penelitian dilakukan atau disusun. Pengumpulan data merupakan salah satu proses dalam penelitian yang dapat membantu memecahkan permasalahan yang sedang diteliti, oleh karena itu data yang dikumpulkan harus cukup Analisis data dengan mengumpulkan data, reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kebijakan Publik

Istilah “kebijakan” atau “policy” dipergunakan untuk menunjuk perilaku seorang aktor (misalnya seorang pejabat, suatu kelompok maupun suatu badan pemerintah) atau sejumlah aktor dalam suatu bidang kegiatan tertentu. Pengertian kebijakan seperti ini dapat kita gunakan dan relatif memadai untuk keperluan pembicaraan-pembicaraan biasa, namun menjadi kurang memadai untuk pembicaraan-pembicaraan yang lebih bersifat ilmiah dan sistematis menyangkut analisis kebijakan publik. Sedangkan kata publik (*public*) sendiri sebagian mengartikan negara. Namun demikian, kebijakan publik (*public policy*) merupakan konsep tersendiri yang mempunyai arti dan definisi khusus. Definisi kebijakan publik menurut para ahli sangat beragam. Salah satu definisi mengenai kebijakan publik diberikan oleh Robert Eyestone. Ia mengatakan bahwa “secara luas” kebijakan publik dapat didefinisikan sebagai “hubungan satu unit pemerintah dengan lingkungannya”. Definisi lain diberikan oleh Thomas R Dye mengatakan “bahwa kebijakan publik adalah apapun yang dipilih oleh pemerintah untuk dilakukan dan tidak dilakukan”. Richard Rose menyarankan bahwa kebijakan publik hendaknya dipahami sebagai “serangkaian kegiatan yang sedikit banyak berhubungan beserta konsekuensinya bagi mereka yang bersangkutan daripada sebagai suatu keputusan sendiri”.³

Kebijakan dapat diwujudkan dengan berbagai cara seperti pembuatan Peraturan Undang-undang, Perencanaan Kegiatan, dan aneka intervensi terhadap ekonomi/sosial masyarakat. Karena kebijakan itu merupakan tindakan dan keputusan pemerintah maka kebijakan tersebut dicirikan dengan kekuasaan yang didominasi oleh pemerintah serta sesuai hukum dan wewenang pemerintah. Selain definisi tersebut, Amara Raksasataya mengemukakan kebijakan sebagai suatu taktik dan strategi yang diarahkan untuk mencapai suatu tujuan. Oleh karena itu suatu kebijakan

³ Budi Winarno, *Teori dan proses Kebijakan Publik*. Yogyakarta, Media Presindo, 2002), 56

memuat tiga elemen yaitu :

- 1) Identifikasi dari tujuan yang ingin dicapai.
- 2) Taktik atau strategi dari berbagai langkah untuk mencapai tujuan yang diinginkan.
- 3) Penyediaan berbagai input untuk memungkinkan pelaksanaan secara nyata dari taktik atau strategi.

Implementasi Kebijakan

Pressman dan Wildavsky (dalam winarno)⁴, mengemukakan bahwa, *implementation is to carry out, accomplish fulfill produce and complete*". Implementasi bermaksud untuk membawa, menyelesaikan, mengisi, menghasilkan dan melengkapi. Jadi secara etimologis implementasi itu dapat dimaksudkan sebagai suatu aktivitas yang bertalian dengan penyelesaian suatu pekerjaan dengan penggunaan sarana (alat) untuk memperoleh hasil. Apabila pengertian implementasi di atas dirangkaikan kebijakan publik, maka kata implementasi kebijakan publik dapat diartikan sebagai aktivitas penyelesaian atau pelaksanaan suatu kebijakan publik yang telah ditetapkan/disetujui dengan penggunaan sarana (alat) untuk mencapai tujuan kebijakan.

Dengan demikian, dalam proses kebijakan publik implementasi kebijakan merupakan tahapan yang bersifat praktis dan dibedakan dari formulasi kebijakan yang dapat dipandang sebagai tahapan yang bersifat teoritis.

Kemudian Edward III (dalam Dunn) mengemukakan bahwa: *"Policy implementation is the stage of policy making between the establishment of a policy...and the consequences of the policy for the people whom it affects"*. Sedangkan Grindle mengemukakan bahwa: *"implementation a general process of administrative action that can be investigated at specific program level"*.

Dari uraian di atas diperoleh suatu gambaran bahwa, implementasi kebijakan publik merupakan proses kegiatan administratif yang dilakukan setelah kebijakan ditetapkan/disetujui. Kegiatan ini terletak di antara perumusan kebijakan dan evaluasi kebijakan. Implementasi kebijakan mengandung logika yang top-down, maksudnya menurunkan/menafsirkan alternatif-alternatif yang masih abstrak atau makro menjadi alternatif yang bersifat konkrit atau mikro. Sedangkan formulasi kebijakan mengandung logika *bottom up*, dalam arti proses ini diawali

⁴ Budi Winarno, *Kebijakan Publik : Teori, Proses dan Studi Kasus*, (Yogyakarta, PT. BukuSeru,2012), 29

dengan pemetaan kebutuhan publik atau pengakomodasian tuntutan lingkungan lalu diikuti dengan pencarian dan pemilihan alternatif cara pemecahannya, kemudian diusulkan untuk ditetapkan.

Implementasi kebijakan adalah hal yang paling berat, karena di sini masalah-masalah yang kadang tidak dijumpai didalam konsep, muncul dilapangan. Selain itu, ancaman utama, adalah konsistensi implementasi. Dibawah ini akan dijelaskan secara singkat beberapa model implementasi kebijakan.⁵

Pasar

Pasar diartikan sebagai suatu tempat terjadinya penawaran dan juga permintaan antara penjual yang ingin menukarkan barang ataupun jasanya dengan uang dan pembeli yang ingin menukarkan uangnya dengan barang ataupun jasa yang dibutuhkannya.⁶ Pada awalnya, istilah pasar menunjukkan tempat dimana penjual dan para pembeli berkumpul untuk melakukan pertukaran barang-barang mereka, misalnya saja di alun-alun.⁷ Dalam ilmu ekonomi, sebuah pasar memiliki arti yang lebih luas daripada hanya diartikan sebagai sebuah tempat pertemuan antara penjual dengan pembeli untuk melakukan sebuah transaksi. Pengertian pasar tidak harus selalu diartikan sebagai suatu tempat yang biasa dinamakan pasar atau yang biasa kita temui dalam kehidupan sehari-hari. Suatu pasar dalam ilmu ekonomi adalah transaksi yang terjadi antara penjual dan pembeli dimanapun tempatnya dan kapanpun waktunya.⁸ Secara fisik pasar merupakan tempat pemusatan pedagang tetap maupun tidak tetap yang berada pada suatu ruangan terbuka atau tertutup atau pada sebagian bahu jalan.⁹ Sedangkan secara sosiologis dan kultural, makna sosiologis pasar tidak hanya sebagai arena jual beli barang maupun jasa saja, namun juga sebagai tempat pertemuan antar warga untuk saling berinteraksi sosial. Pasar merupakan suatu tempat atau keadaan yang mempertemukan antara permintaan (pembeli) dengan penawaran (penjual) pada setiap jenis barang, jasa ataupun sumber daya. Pembeli merupakan konsumen yang membutuhkan barang atau jasa, atau bagi suatu industri membutuhkan tenaga kerja, modal serta barang baku untuk produksi. Sedangkan penjual merupakan industri yang menawarkan hasil produk atau jasa yang diminta atau yang diinginkan oleh pembeli. Seorang pekerja menjual tenaga

⁵ Subarsono, A.G. *Analisis Kebijakan Publik*, (Yogyakarta. Pustaka Pelajar, 2008), 34

⁶ Waluyo Hadi & Dini Hastuti, *Kamus Terbaru Ekonomi & Bisnis*, (Surabaya: Reality Publisher, 2011), 364

⁷ Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2014), 19

⁸ Boediono, *Ekonomi Mikro*, (Yogyakarta: BPFE, 2015), 43

⁹ Rismayani, *Manajemen Pemasaran*, Cet. 6, (Bandung: Mizan, 1999), 61

dan juga keahlian yang dimilikinya, pemilik lahan menjual ataupun menyewakan aset yang mereka miliki, sedangkan sebagai pemilik modal mereka menawarkan kerjasama atau pembagian keuntungan dari bisnis yang mereka lakukan. Secara umum semua orang memiliki peran ganda yakni sebagai penjual dan juga pembeli.¹⁰ Pengunjung pasar terdiri dari pelanggan yang memiliki kebutuhan atau keinginan tertentu, serta mau dan mampu dalam pertukaran untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan tersebut. Sebuah pasar mencakup keseluruhan permintaan dan penawaran, serta seluruh kontak antara penjual dengan pembeli untuk saling bertukar barang maupun jasa.¹¹ Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pasar sekarang ini tidak hanya berupa tempat yang digunakan untuk berjual beli tetapi keadaan dimana saja yang mempertemukan antara pembeli dengan penjual untuk setiap jenis barang, jasa atau sumber daya yang dibutuhkan.

Fungsi pasar yakni sebagai mata rantai yang mempertemukan antara penjual dengan pembeli. Dalam hal ini, penjual dengan pembeli tidak harus melakukan tatap muka, mereka dapat berkomunikasi lewat surat atau telepon, atau dimasa yang canggih seperti sekarang bisa melalui media online, selama kedua pihak bisa saling mengerti keinginan masing-masing. Terdapat dua unsur utama yang menentukan struktur pasar, yakni jumlah pembeli dan juga penjual di pasar, dan tingkat kebakuan produk. Sebaliknya faktor-faktor tersebut dipengaruhi oleh:

- a) Karakteristik produk. Jika produk-produk lain merupakan produk pengganti yang baik dari suatu produk, maka tingkat persaingan di pasar semakin ketat.
- b) Fungsi produk. Industri-industri yang fungsi produksinya menunjukkan keadaan *increasing return scale* yang outputnya relatif besar dibandingkan dengan permintaan totalnya biasanya jumlah produsennya yang lebih sedikit sehingga tingkat persaingan lebih ringan daripada di dalam industri-industri yang fungsi produksinya constant atau *decreasing return to scale* yang masuk ke pasar dengan tingkat output yang relatif kecil dibandingkan dengan permintaan total.
- c) Pengaruh pembeli. Jika hanya ada sedikit pembeli, maka tingkat persaingan lebih rendah daripada jika pembelinya banyak.¹²

Adapun jenis-jenis pasar yang dapat dibedakan menurut beberapa kriteria, yakni:

- a) Menurut manajemennya

¹⁰ Adiwarmar Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, Edisi Kelima, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), 6

¹¹ Rita Hanafie, *Pengantar Ekonomi Pertanian*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), 176

¹² Abdul Aziz, *Ekonomi Islam Analisis Mikro & Makro*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 111

Menurut manajemenya, pasar dapat dibedakan menjadi dua, yakni¹³:

- 1) Pasar rakyat Pasar rakyat merupakan pasar yang bersifat tradisional, dimana antara penjual dan pembeli dapat melakukan tawar-menawar secara langsung untuk memperoleh harga akhir. Barang-barang yang diperjualbelikan di pasar rakyat merupakan barang kebutuhan pokok masyarakat.
- 2) Pasar modern Pasar modern memiliki sifat modern, dimana barang yang diperjualbelikan memiliki harga pas dan sudah tertera pada label, serta pelayanan mandiri (swalayan). Tempat berlangsungnya pasar modern ini adalah mall, hypermarket, plaza, supermarket dan tempat modern lainnya.

b) Menurut strukturnya

- 1) Pasar persaingan sempurna

Pasar persaingan sempurna diartikan dalam dua sifat utama, yaitu:

- a) barang yang dijual bersifat homogen (sama), dan
- b) jumlah pembeli dan penjual banyak, sehingga tidak ada pembeli atau penjual tunggal yang bisa mempengaruhi harga pasar.

- 2) Pasar persaingan tidak sempurna

Dalam pasar persaingan tidak sempurna, penjual dan pembeli memiliki kebebasan untuk menentukan harga dan jumlah barang yang diperjualbelikan. Jenis serta kualitas barang yang diperdagangkan bersifat heterogen. Pasar ini dibedakan menjadi:

- a) Pasar monopoli Pasar monopoli merupakan pasar yang hanya terdiri dari satu penjual saja dan penjual tersebut sebagai penentu harga.
- b) Pasar oligopoli Pasar oligopoli ini merupakan pasar yang terdiri atas beberapa penjual.
- c) Pasar persaingan monopolistik

Pasar persaingan monopolistik merupakan pasar yang terdiri atas banyak penjual akan tetapi masing-masing dari penjual menjual barang yang sedikit berbeda jenisnya.⁸

c) Menurut luas jangkauannya

Jenis pasar menurut jangkauannya dapat dibedakan menjadi¹⁴:

- 1) Pasar daerah

¹³ Ibid

¹⁴ Ibid

- 2) Pasar lokal
 - 3) Pasar nasional, dan
 - 4) Pasar internasional
- d) Menurut wujudnya

Sedangkan pasar menurut wujudnya dapat dibedakan menjadi:

- 1) Pasar konkrit Pasar konkrit merupakan pasar yang dimana barang-barang yang diperdagangkan berada ditempat dan bisa langsung dibeli oleh konsumen. Contohnya seperti pasar rakyat dan pasar modern.
 - 2) Pasar abstrak Pasar abstrak merupakan pasar yang dimana para pedagangnya tidak menawarkan barang yang akan
- e) Menurut waktu penyelenggaraannya, pasar dapat dibagi menjadi:
- 1) Pasar harian
 - 2) Pasar mingguan
 - 3) Pasar bulanan
 - 4) Pasar tahunan, dan
 - 5) Pasar temporer.
- f) Menurut pengelolaannya
- 1) Pasar pemerintah Yakni merupakan pasar yang diselenggarakan oleh Pemerintah Daerah.
 - 2) Pasar Swasta Yakni pasar yang diselenggarakan atau dikelola oleh seorang pribadi atau suatu badan.

Revitalisasi Pasar Traditional

Revitalisasi adalah upaya untuk memvitalkan kembali suatu kawasan atau bagian kota yang dulunya pernah vital/hidup, akan tetapi kemudian mengalami kemunduran/degradasi. Skala revitalisasi ada tingkatan makro dan mikro. Proses revitalisasi sebuah kawasan mencakup perbaikan aspek fisik, ekonomi dan aspek sosial. pendekatan revitalisasi harus mampu mengenali dan memanfaatkan potensi lingkungan.¹⁵ Konsep revitalisasi akan mengacu benar pada program pembangunan apabila fokus utamanya pada struktur manajemen yang dikelola dengan baik oleh

¹⁵ Danisworo, *Pengertian Revitalisasi*, (Jakarta:Erlangga, 2002), 76

aktor yang kompeten,serta polanya mengikuti perubahanperubahan. Revitalisasi pasar tradisional bertujuan untuk meningkatkan pasar tradisional agar tetap bisa bersaing dengan pasar modern.¹⁶ Fungsi revitalisasi pasar tradisional merupakan pelaksanaan dari Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang perdagangan, yang dijelaskan pada pasal 13 yang mengamanatkan bahwa Pemerintah bekerja sama dengan Pemerintah Daerah melakukan pembangunan, pemberdayaan, dan peningkatan kualitas pengelolaan Pasar Rakyat dalam rangka peningkatan daya saing yang dilakukan dalam bentuk:

- a) Pembangunan atau Revitalisasi Pasar Rakyat
- b) Implementasi manajemen pengelolaan yang profesional
- c) Fasilitas akses penyediaan barang dengan mutu yang baik dan harga bersaing
- d) Fasilitas akses pembiayaan kepada pedagang Pasar di Pasar Rakyat

Ketentuan lebih lanjut mengenai pembangunan, pemberdayaan, dan peningkatan kualitas pengelolaan Pasar Rakyat diatur dengan berdasarkan peraturan Presiden.¹⁷ Revitalisasi sendiri bukan sesuatu yang hanya berorientasi pada penyelesaian keindahan fisik saja, tetapi juga harus dilengkapi dengan peningkatan ekonomi masyarakatnya serta pengenalan budaya yang ada. Untuk melaksanakan revitalisasi perlu adanya keterlibatan masyarakat serta pengenalan budaya yang ada. Untuk melaksanakan revitalisasi perlu adanya keterlibatan masyarakat. Keterlibatan yang dimaksud bukan sekedar ikut serta untuk mendukung aspek formalitas yang memerlukan adanya partisipasi masyarakat, selain itu masyarakat yang terlibat tidak hanya masyarakat di lingkungan tersebut saja, tetapi masyarakat dalam arti luas.

Sebagai sebuah kegiatan yang sangat kompleks, revitalisasi pasar terjadi melalui beberapa tahapan dan membutuhkan kurun waktu tertentu serta meliputi hal-hal sebagai berikut:

- a) Intervensi fisik

Mengingat citra kawasan sangat erat kaitannya dengan kondisi visual kawasan khususnya dalam menarik kegiatan dan pengunjung, intervensi fisik ini perlu dilakukan. Intervensi fisik mengawali kegiatan fisik revitalisasi dan dilakukan secara bertahap, meliputi perbaikan dan meningkatkan kualitas dan kondisi fisik bangunan, tata hijau, sistem penghubung, sistem tanda atau reklame dan ruang terbuka kawasan. Isu lingkungan pun menjadi penting, sehingga sudah semestinya memperhatikan konteks lingkungan.

¹⁶ Ella Alfianita., *Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Perspektif Good Governance* (Studi Di Pasar Tumpang Kabupaten Malang). Jurnal Administrasi Publik (JAP),Vol.3,No.5, 760

¹⁷ Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan. Pasal 13 ayat (1),(2),(3)

Perencanaan fisik tetap harus dilandasi pemikiran jangka panjang.

b) Rehabilitas ekonomi

Pembangunan atau revitalisasi perdagangan berupa pasar rakyat melalui revitalisasi ekonomi merupakan upaya perbaikan intermediasi hulu ke hilir pasar rakyat, melalui peningkatan akses terhadap pasokan barang, khususnya terhadap kebutuhan pokok, peningkatan instrumen stabilitas harga, khususnya terhadap kebutuhan pokok. Perbaikan fisik kawasan yang bersifat jangka pendek, diharapkan bisa mengakomodasi kegiatan ekonomi informal dan formal (local economic development), sehingga mampu memberikan nilai tambah bagi kawasan kota.¹⁸ Dalam konteks revitalisasi perlu dikembangkan fungsi campuran yang bisa mendorong terjadinya aktivitas ekonomi dan sosial (vitalitas baru).

c) Rehabilitas Manajemen

Revitalisasi mampu membangun manajemen pengelolaan pasar yang mengatur secara jelas aspek-aspek seperti: hak dan kewajiban pedagang, tata cara penempatan dan pembiayaan, fasilitas-fasilitas yang harus tersedia di pasar standar operasional prosedur dan pelayanan pasar.

d) Revitalisasi sosial/institusional

Revitalisasi sebuah kawasan akan terukur bila mampu menciptakan lingkungan yang menarik, jadi bukan hanya sekedar membuat beautiful place. Kegiatan tersebut harus berdampak positif serta dapat meningkatkan dinamika dan kehidupan sosial masyarakat atau warga. Kegiatan perancangan dan pembangunan kota untuk menciptakan lingkungan sosial yang berjati diri dan hal ini pun selanjutnya perlu didukung oleh suatu pengembangan institusi yang baik. Lokasi pembangunan atau revitalisasi pasar rakyat diprioritaskan atau diutamakan untuk pasar yang telah berumur lebih dari 25 tahun. Pasar yang mengalami bencana kebakaran, pasca bencana alam, dan konflik sosial, daerah teringgal, perbatasan, atau daerah yang minim sarana perdagangan, serta daerah yang memiliki potensi perdagangan besar.

Penyelenggaraan perlindungan, pemberdayaan, pedagang pasar tradisional dan penataan pasar modern, dilaksanakan berdasarkan atas asas Undang-undang Nomor 3 tahun 2008 tentang

¹⁸ P.Hall/U.Pfeiffer, *Revitalisasi Pasar Tradisional dan Membandingkan Pasar Tradisional dan Pasar Modern: terjemahan Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2001), 40

Perlindungan, Pemberdayaan Pedagang Pasar Tradisional dan Penataan Pasar Modern. Pemerintah dan Pemerintah Daerah baik secara sendirisendiri sesuai dengan bidang masing-masing melakukan pembinaan, pemberdayaan, dan pengawasan pasar tradisional, pusat pembelanjaan dan toko modern. Dalam rangka pembinaan dan pemberdayaan pedagang tradisional, pemerintah daerah:¹⁹

- a) Mengupayakan sumber-sumber alternatif pendanaan untuk pemberdayaan pedagang pasar tradisional sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- b) Meningkatkan kompetensi perdagangan dan pengelolaan pasar tradisional
- c) Memprioritaskan kesempatan memperoleh tempat usaha bagi pedagang pasar tradisional yang telah ada sebelum dilaksanakan renovasi atau relokasi pasar tradisional.

Sementara itu, Budiono mengaitkan revitalisasi sebagai rangkaian upaya untuk menata kembali suatu kondisi kawasan maupun bangunan yang memiliki potensi dan nilai strategis dengan mengembalikan vitalitas suatu kawasan yang mengalami penurunan, agar kawasan-kawasan tersebut mendapatkan nilai tambah yang optimal terhadap produktivitas ekonomi, sosial dan budaya kawasan perkotaan.²⁰ Revitalisasi pasar tradisional bertujuan untuk meningkatkan pasar tradisional agar tetap bisa bersaing dengan pasar modern guna dapat meningkatkan pendapatan para pedagang juga pelaku-pelaku ekonomi yang ada di masyarakat. Selain itu juga untuk memudahkan akses transaksi jual beli dengan nyaman. Dalam rangka mewujudkan tujuan tersebut maka revitalisasi pasar rakyat yang dilakukan oleh Kemendag RI juga menganjurkan kepada para pemerintah daerah yang tengah membangun dan merevitalisasi pasar-pasar rakyatnya untuk merujuk pada Standar Nasional Indonesia (SNI) yang telah ditetapkan untuk pasar rakyat. Pemerintah berharap manfaat revitalisasi langsung bisa dirasakan oleh masyarakat luas, terutama guna mendukung basis ekonomi daerah. Maka dari itu, pasar-pasar rakyat yang telah direvitalisasi diharapkan dapat dijadikan model oleh pemerintah daerah dalam pembangunan dan pengembangan pasar rakyat lain dimasa yang akan datang.

Model Kebijakan Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan Pasar Tradisional Untuk Meningkatkan Daya Saing Terhadap Pasar Modern Di Kota Bandar Lampung

1) Pasar Tradisional di Kota Bandar Lampung

¹⁹ Ainur Rofiq Adnan, *Konsep Pengentasan Kemiskinan Dalam Pandangan Yusuf Qardhawi*, (Jurnal Populis, 2007), 72

²⁰ Martokusumo.W, *Revitalisasi Kawasan Kota: Sebuah Catatan Dalam Pengembangan dan Pemanfaatan Kawasan Kota*, (Info URDI, Vol 13, 2008), 33

Pasar modern dikota Bandar Lampung, berupa supermarket dan toko waralaba, jumlahnya semakin pesat saat ini. Bertambahnya jumlah pasar modern diindikasikan karena masyarakat menilai banyak manfaat yang didapatkan dengan keberadaan pasar dan toko modern, yaitu kepastian harga (tidak menawar harga), praktis (dapat mengambil dan memilih sendiri barang yang dibutuhkan), jam buka toko yang panjang (hingga 24 jam) dan kualitas barang yang lebih terjamin. Pertumbuhan pasar modern yang pesat di Kota Bandar Lampung memberikan dampak bagi keberlangsungan pasar tradisional. Meskipun berbagai kebijakan telah ditempuh untuk meningkatkan omzet penjualan di pasar tradisional, namun hasil yang didapatkan belum maksimal. Saat ini terdapat 31 pasar tradisional DI Kota Bandar Lampung dengan kualifikasi pasar kelas I hingga kelas IV. Perbedaan kelas pasar berdasarkan luas lahan dasaran dan fasilitas yang diberikan. Oleh karena itu kelas pasar ditinjau kembali setiap ada perubahan keluasan lahan dasaran dan kelengkapan fasilitas. Adapun kriteri kelas pasar adalah sebagai berikut:

- a) Pasar Kelas I: Pasar Kangkung. Luas lahan dasaran: = 8600 m² dan Pasar Smp Luas Dasaran= 6.675 M². Fasilitas: tempat parkir, tempat bongkar muat, tempat promosi, tempat pelayanan kesehatan, tempat ibadah, kantor pengelola, KM/WC, sarana pengamanan, sarana Pengelolaan Kebersihan, sarana Air Bersih, Instalasi Listrik, Penerangan Umum.
- b) Pasar Kelas II: Pasar Tugu Luas Lahan dasaran; = 1.890 m² . Fasilitas: Tempat parkir, tempat promosi, tempat pelayanan kesehatan, tempat ibadah, kantor pengelola, KM/WC, sarana pengamanan, sarana Pengelolaan Kebersihan, sarana Air Bersih, Instalasi Listrik, Penerangan Umum.
- c) Pasar Kelas III: Pasar Bawah. Luas lahan dasaran : = 1.000 m² . Fasilitas: tempat promosi, tempat pelayanan kesehatan, tempat ibadah, kantor pengelola, KM/WC, sarana pengamanan, sarana Pengelolaan Kebersihan, sarana Air Bersih, Instalasi Listrik, Penerangan Umum.
- d) Pasar Kelas IV: Pasar Tengah dan Bambu Kuning. Luas Lahan dasaran: = 500 m² . Fasilitas: tempat promosi, kantor pengelola, KM/WC, sarana pengamanan, sarana Pengelolaan Kebersihan, sarana Air Bersih, Instalasi Listrik, Penerangan Umum.

2) Pengembangan Pasar Tradisional di Kota Bandar Lampung

Pengelolaan dan pengembangan pasar tradisional di Kota Bandar Lampung dilakukan

oleh Dinas Perdagangan. Dinas inilah yang memiliki kewenangan untuk menata dan mengembangkan keberadaan pasar tradisional di wilayah kota Bandar Lampung. Visi yang diemban oleh Dinas Pengelolaan Pasar Kota Bandar Lampung adalah ““Terwujudnya Peningkatan Pelayanan Terhadap Masyarakat Pedagang dan Pembeli, Pengunjung dan Pengguna Pasar melalui Sistem Pengelolaan Pasar Perpasaran Umumnya Masyarakat Sejahtera”. Dinas Perdagangan mempunyai fungsi pelaksanaan sebagian kewenangan daerah di bidang pengelolaan pasar. Untuk menjalankan fungsi secara optimal maka Dinas Perdagangan mempunyai lima tugas pokok:

- 1) Merumuskan, merencanakan, dan melaksanakan kebijakan di bidang pengelolaan pasar.
- 2) Melaksanakan pembinaan pedagang pasar.
- 3) Melaksanakan pemungutan retribusi sesuai dengan kewenangan yang diberikan.
- 4) Melak pemungutan pendapatan.
- 5) Melaksanakan ketatausahaan dinas. Dinsanakan pengendalian, dan pengawasan operasional pengembangan fasilitas pasar dan as Pengelolaan

Pasar berperan sebagai perpanjangan tangan dari Pemerintah Daerah yang memiliki peran vital untuk memfasilitasi dan menjalankan perencanaan strategis (tugas pokok dan fungsi) yang telah ditetapkan. Kebijakan dan Program kerja yang diimplementasikan oleh Dinas Perdagangan didasarkan pada susunan organisasi Dinas Perdagangan seperti termaktub dalam Peraturan Walikota No. 21 tahun 2018 tentang Pengelolaan Pasar dan Penetapan Tarif Jasa Pengelolaan Pasar.

e) Pemberdayaan Pasar Tradisional

Untuk mewujudkan visi menjadi pusat wisata belanja ada beberapa kebijakan dan program kegiatan yang hingga saat ini terus digalakkan oleh Dinas Perdagangan Kota Bandar Lampung. Pemberdayaan pasar tradisional dilakukan dengan melakukan revitalisasi sarana dan prasarana fisik, peningkatan kualitas barang dagangan dan pemberdayaan pelaku pasar. Pemberdayaan pasar dilakukan dengan meningkatkan kualitas pasar tradisional dan barang yang dijual di pasar tradisional. Kualitas pasar tradisional dari segi fisik saat ini sudah banyak dibenahi. Berbagai program revitalisasi pasar tradisional dilakukan dibawah pengawasan Dinas Perdagangan. Untuk Pasar Way Halim, misalnya, program revitalisasi dilaksanakan melalui berbagai macam cara, yaitu:

- 1) Perbaikan infrastruktur pasar yaitu melakukan rehabilitasi pasar . Peningkatan kebersihan lingkungan Pasar Way Halim
- 2) Peningkatan pengamanan dan penertiban dengan menambah frekuensi patroli pasar oleh petugas keamanan dan ketertiban yang bekerja sama dengan kepolisian
- 3) Pembinaan dan pemberdayaan pedagang melalui peningkatan kemampuan pedagang dalam manajemen usaha, display barang dagangan, pelayanan konsumen, kualitas barang, stock barang dan ketepatan ukuran/timbangan.
- 4) Pengembangan dan promosi pasar.

f) Program Pengembangan Promosi Pasar Tradisional

Berkaitan dengan upaya promosi pasar tradisional di Kota Bandar Lampung, Dinas Perdagangan mengadakan Program Promo Pasar yang dilaksanakan setiap tahun. Program ini memberikan secercah harapan bagi para pedagang untuk meningkatkan omzet penjualan. Selain itu, program ini juga memberi gambaran yang terang bahwa pedagang juga sangat peduli terhadap kemajuan pasarnya sendiri. Tahun 2022, program Promo Pasar juga kembali dilaksanakan. Kegiatan Promo Pasar telah menghabiskan dana cukup besar. Dana penyelenggaraan program tersebut didapatkan dari anggaran pemerintah kota Bandar Lampung dan sponsor.

3) Pengendalian dan Pengawasan Terhadap Perencanaan dan Kebijakan Pemerintah Kota Bandar Lampung

Pengendalian dan pengawasan terhadap perencanaan dan kebijakan yang sedang berlangsung, peran dan perhatian pemerintah kota Bandar Lampung, sangatlah penting. Karena semua pengawasan dipegang dan dikendalikan oleh pemerintah. Pemberian izin oleh pemerintah daerah merupakan titik awal untuk melakukan suatu kegiatan bagi para investor, misalnya dengan mulai mendirikan bangunan. Jika suatu izin telah dikeluarkan maka hendaknya pemerintah harus tetap mengontrol segala aktivitas yang ada di dalamnya, jangan sampai pemberian izin tersebut disalahgunakan oleh pihak-pihak tertentu untuk memperoleh keuntungan yang besar. Lemahnya pengendalian oleh pemerintah kota Bandar Lampung terdahulu hendaknya dijadikan bahan pembelajaran bagi pemerintah saat ini, agar tidak ada lagi penyimpanganpenyimpang yang terjadi.

Hal lain yang perlu dilakukan oleh pemerintah adalah menindak siapapun yang telah melakukan penyimpangan, misalnya pusat-pusat grosir yang sudah tidak sesuai dengan tujuannya, hendaknya ditertibkan, diperingatkan dan ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku. Apabila penataan pasar tradisional dapat memperhatikan hal-hal tersebut besar kemungkinan pasar tradisioanl dapat bertahan dalam menghadapi persaingan dengan pasar modern. Salah satu contoh dari sebuah pasar tradisional yang mampu bertahan meski dikelilingi oleh sedikitnya beberapa peritel modern besar ditemukan di kawasan pasar Bawah yang dikelola oleh pemerintah kota Bandar Lampung. Pasar tersebut mempunyai sarana dan prasarana yang kurang memadai seperti tempat yang bersih, kumuh dan manajemen pengelolaan pasar yang baik.

D. KESIMPULAN

Pemerintah Kota Bandar Lampung telah mengambil berbagai model kebijakan sebagai upaya untuk mengembangkan pasar tradisional dalam rangka menghadapi maraknya pasar modern. Dan telah juga melakukan berbagai beberapa program pengembangan pasar telah dilaksanakan seperti: revitalisasi pasar tradisional melalui perbaikan sarana prasarana pendukung pasar tradisional, pemberdayaan pasar dan pengembangan dan pembuatan media promosi pasar. Oleh pemerintah adalah menindak siapapun yang telah melakukan penyimpangan, misalnya pusat-pusat grosir yang sudah tidak sesuai dengan tujuannya, hendaknya ditertibkan, diperingatkan dan ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku. Apabila penataan pasar tradisional dapat memperhatikan hal-hal tersebut besar kemungkinan pasar tradisioanl dapat bertahan dalam menghadapi persaingan dengan pasar modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin, Francis Tantri, Manajemen Pemasaran, Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2014
- Adnan, Ainur Rofiq, *Konsep Pengentasan Kemiskinan Dalam Pandangan Yusuf Qardhawi*, Jurnal Populis, 2007
- Alfianita, Ella., *Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Perspektif Good Governance* (Studi Di Pasar Tumpang Kabupaten Malang). Jurnal Administrasi Publik (JAP), Vol.3, No.5,
- Aziz, Abdul, *Ekonomi Islam Analisis Mikro & Makro*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008
- Basri, M. Chatib, *Rumah Ekonomi Rumah Budaya* (Membaca Kebijakan Perdagangan

- Indonesia), Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama 2012
- Boediono, *Ekonomi Mikro*, Yogyakarta: BPFE, 2015
- Danisworo, *Pengertian Revitalisasi*, Jakarta:Erlangga, 2002
- G., Subarsono, A., *Analisis Kebijakan Publik*, Yogyakarta. Pustaka Pelajar, 2008
- Hadi, Waluyo & Dini Hastuti, *Kamus Terbaru Ekonomi & Bisnis*, Surabaya: Reality Publisher, 2011
- Hall, P., U.Pfeiffer, *Revitalisasi Pasar Tradisional dan Membandingkan Pasar Tradisional dan Pasar Modern:terjemahan Bahasa Indonesia*, Jakarta: Bumi Aksara, 2001
- Karim, Adiwarmanto, *Ekonomi Mikro Islam*, Edisi Kelima, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007
- Peraturan Walikota Bandar Lampung No. 11 Tahun 2012 Tentang Persyaratan Dan Penataan Minimarket
- Rismayani, *Manajemen Pemasaran*, Cet. 6, Bandung: Mizan, 1999
- Rita Hanafie, *Pengantar Ekonomi Pertanian*, Yogyakarta: Andi Offset, 2010
- Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan. Pasal 13 ayat (1),(2),(3)
- W, Martokusumo., *Revitalisasi Kawasan Kota: Sebuah Catatan Dalam Pengembangan dan Pemanfaatan Kawasan Kota*, Info URDI, Vol 13, 2008
- Winarno, Budi, *Kebijakan Publik : Teori, Proses dan Studi Kasus*, Yogyakarta, PT. Buku Seru,2012
- Winarno, Budi, *Teori dan proses Kebijakan Publik*. Yogyakarta, Media Presindo,2002