

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Pada sub bab ini penulis ingin menampilkan beberapa tinjauan penelitian terdahulu yang memiliki relevansi terhadap penelitian yang tengah dibahas oleh penulis saat ini, Tujuannya, guna memperkuat hasil dari penelitian yang disusun oleh penulis, selain itu juga bertujuan sebagai bahan perbandingan dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya. Selanjutnya, berikut penulis melampirkan beberapa penelitian terdahulu yang telah dikaji dan ditelaah dengan baik:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Hidayat pada tahun (2018) dengan Judul “Evaluasi Program Revitalisasi Pasar Tradisional di Pasar Sentiong Balaraja Mas Baru Kabupaten Tangerang”.⁶ Kemudian Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan evaluasi program revitalisasi pasar tradisional di Pasar Sentiong Balaraja. Dalam riset tersebut juga menampilkan tinjauan dari berbagai aspek dalam hal revitalisasi pasar meliputi aspek fisik, aspek manajemen atau tata kelola pasar, aspek ekonomi atau pendapatan serta aspek sosial masyarakat.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode deskriptif dengan pendekatan penelitian kualitatif. Sementara itu, untuk evaluasi program dilakukan dengan penilaian melalui Teori dari Stufflebeam dengan model indikator *Context, Input, Process, dan Product*.

⁶ Hidayat. “Evaluasi Program Revitalisasi Pasar Tradisional di Pasar Sentiong Balaraja Mas Baru Kabupaten Tangerang”, Skripsi Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Tahun 2018. Hal 24.

Dalam Hasil Penelitian dijelaskan bahwa program revitalisasi di Pasar Sentong Balaraja Mas Baru masih belum optimal. Hal ini terlihat dari tata kelola atau pengelolaan pasar yang belum menunjukkan perbaikan setelah adanya program revitalisasi. Permasalahan seperti penertiban terhadap PKL yang belum diterapkan secara tegas serta aturan zonasi pedagang yang belum maksimal menjadi potret dari belum idealnya tata kelola pasar.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Lintang Ayu, dan Mitha Ranjani pada tahun (2017) dalam jurnal yang Berjudul "Implementasi Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional (Studi Kasus di BSD Serpong dan Pasar Manis Purwokerto)" Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan dari program revitalisasi pasar tradisional di Pasar BSD serpong Kota Tangerang Selatan dan Pasar Manis di Purwokerto. Selanjutnya, tinjauan dalam penelitian ini lebih melihat kepada aspek pengembangan pasar tradisional pada umumnya.⁷

Metode yang digunakan yakni melalui pendekatan kualitatif dengan bentuk studi kasus. Dalam hal pengukuran pelaksanaan atau implementasi program revitalisasi dilakukan menggunakan teori implementasi menurut Ripley dan franklin dengan pendekatan fokus terhadap kepatuhan dan pendekatan secara induktif dan empiris.

Hasil dan pembahasan dari penelitian pada jurnal ini menyebutkan bahwa pelaksanaan program revitalisasi yang dilakukan di kedua pasar telah berfokus

⁷ Ayu Lintang, Ranjani. "Implementasi Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional (Studi Kasus di BSD Serpong dan Pasar Manis Purwokerto)". Jurnal Ilmu Administasi Negara Vol 9, No 1. Tahun 2018 Hal 57.

kepada modernisasi fisik dan non fisik. Dijelaskan, bahwasannya setelah dilakukan tahapan revitalisasi menjadikan pengembangan pasar tradisional dilakukan secara berkelanjutan dalam meningkatkan kapasitas manajemen pedagang. Sementara itu, dijelaskan juga faktor keterbatasan anggaran serta belum adanya *policy guidelines* dalam kebijakan revitalisasi pasar tradisional yang dapat membimbing implementor dapat mempengaruhi keberhasilan pelaksanaan revitalisasi.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Karisma Yopi pada tahun (2020) dengan Judul “Efektivitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang (Studi Kasus Pasar Setono Betek Kota Kediri)” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui program revitalisasi pasar tradisional dalam meningkatkan pendapatan pedagang di Pasar Setono Betek Kota Kediri dan Untuk mengetahui efektivitas program revitalisasi pasar tradisional dalam meningkatkan pendapatan pedagang di Pasar Setono Betek Kota Kediri.⁸ Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian terkait efektivitas program revitalisasi mencoba memperdalam dampak dari adanya program terhadap pendapatan pedagang yang terdampak.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa efektivitas revitalisasi pasar dapat dilihat dari segi pendapatan pedagang, Dari Intensitas yang dicapai dikategorikan berjalan efektif, disebabkan karena pengelola pasar masih sangat

⁸ Karisma Yopi. “Efektivitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang (Studi Kasus Pasar Setono Betek Kota Kediri)” Skripsi Program Studi Ekonomi Syaria, Fakultas Ekonomi Bisnis, IAIN Kediri. Tahun 2020. Hal 10.

mematuhi aturan yang ada mengenai pengelolaan pasar, sebagaimana juga dengan pedagang sebagai pelaku usaha yang berperan yang memiliki tingkat kesadaran yang tinggi dalam hal menciptakan pasar yang memiliki daya saing. Dapat dikatakan bahwa keadaan pasar menjadi lebih baik setelah dilakukannya revitalisasi. Tidak hanya berdampak pada perbaikan fisik akan tetapi tata kelola menjadi cakupan penting dalam upaya revitalisasi pasar.

Tabel 2.1
Perbandingan Penelitian Terdahulu

No	Nama (Tahun)	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1	Ahmad Hidayat (2018)	“Evaluasi Program Revitalisasi Pasar Tradisional di Pasar Sentiong Balaraja Mas Baru Kabupaten Tangerang”.	Dijelaskan bahwa program revitalisasi di Pasar Sentong Balaraja Mas Baru masih menunjukkan hasil yang belum optimal. Hal ini terlihat dari tata kelola atau pengelolaan pasar yang belum menunjukkan perbaikan setelah adanya program revitalisasi. Permasalahan seperti penertiban terhadap PKL yang belum diterapkan secara tegas serta aturan zonasi pedagang yang belum maksimal menjadi potret dari belum idealnya tata kelola pasar.	Persamaan terhadap penelitian penulis yakni berupa adanya persamaan tentang penelitian terhadap program Revitalisasi Pasar Tradisional. Kemudian Penelitian sama-sama menggunakan Pendekatan Kualitatif, sementara Perbedaan terletak pada penggunaan variabel dan dimensi penelitian dalam mendalami sebuah kajian terkait program revitalisasi.
2	Lintang Ayu dan Mitha Ranjani (2017)	”Implementasi Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional (Studi Kasus di BSD Serpong dan Pasar Manis Purwokerto)”	Hasil dan pembahasan dari penelitian pada jurnal ini menyebutkan bahwa dalam hal pelaksanaannya program revitalisasi yang dilakukan di kedua pasar telah berfokus kepada	Persamaan terhadap penelitian yakni berupa adanya persamaan tentang Penelitian yakni terhadap Program Revitalisasi Pasar Tradisional.

			<p>meodernisasi fisik dan non fisik. Dijelaskan, bahwasannya setelah dilakukan tahapan revitalisasi menjadikan pengembangan pasar tradisional dilakukan secara berkelanjutan dalam meningkatkan kapasitas manajemen pedagang. Sementara itu, dijelaskan juga faktor keterbatasan anggaran serta belum adanya <i>policy guidelines</i> dalam kebijakan revitalisasi pasar tradisional yang dapat mengarahkan secara langsung implementor dapat mempengaruhi keberhasilan pelaksanaan revitalisasi.</p>	<p>Kemudian Penelitian sama-sama menggunakan Pendekatan Kualitatif, sementara Perbedaan terletak pada penggunaan variabel dan dimensi penelitian dalam mendalami pembahasan terkait program revitalisasi.</p>
3	Karisma Yopi (2020)	Efektivitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang (Studi Kasus Pasar Setono Betek Kota Kediri)”	<p>Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Efektivitas revitalisasi pasar dapat dilihat dari segi pendapatan pedagang, juga Dari Intensitas yang dicapai dikategorikan cukup berjalan efektif, hal itu disebabkan karena pengelola pasar masih sangat disiplin dalam mematuhi aturan mengenai pengelolaan pasar, begitupun juga dengan para pedagang sebagai pelaku usaha yang memiliki tingkat kesadaran yang cukup tinggi dalam hal menciptakan pasar yang memiliki daya saing. Dapat dikatakan bahwa</p>	<p>Persamaan terhadap penelitian yakni berupa adanya persamaan terhadap Penelitian yakni tentang program revitalisasi Pasar Tradisional. Kemudian Penelitian sama-sama menggunakan Pendekatan Kualitatif, sementara Perbedaan terletak pada penggunaan variabel dan dimensi penelitian dalam mendalami kajian terkait sebuah program revitalisasi</p>

			keadaan pasar menjadi lebih baik pasca adanya revitalisasi. Tidak hanya berdampak pada perbaikan fisik, akan tetapi aspek tata kelola menjadi domain penting dalam upaya revitalisasi.	
--	--	--	--	--

2.2 Kerangka Teori

2.2.1 Pasar

Dalam kehidupan sehari-hari tentunya sudah tidak asing dengan istilah pasar, demikian juga dengan masyarakat luas ketika membutuhkan sesuatu dalam hal bahan pokok makanan maka semua bisa didapatkan secara mudah di pasar. Selanjutnya, pasar memiliki arti sebagai sebuah mekanisme yang dapat mempertemukan antara dua pihak yakni pihak penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi atas barang dan jasa, baik dalam bentuk produksi maupun penentuan harga. Kemudian, syarat utama terbentuknya pasar ialah adanya pertemuan antara pihak penjual dan pembeli baik dalam satu tempat ataupun dalam tempat yang berbeda. Pasar juga merupakan elemen ekonomi yang dapat mewujudkan kemaslahatan dan kesejahteraan hidup masyarakat utamanya bagi pedagang pasar itu sendiri. Alasannya yakni karena secara langsung keperluan akan kebutuhan pokok juga bisa tersedia dengan adanya pasar.⁹

Pasar merupakan sebuah tempat yang didalamnya terjadi proses interaksi antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) dari suatu barang atau jasa

⁹ Firly Razy.2021. “Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Di Kab. Aceh”. Uin Ar-raniry Banda Aceh. Hal 14.

tertentu, sehingga akhirnya dapat menetapkan kesepakatan harga keseimbangan (harga pasar) dan jumlah yang diperdagangkan. Pasar merupakan sekumpulan pembeli dan penjual yang melalui interaksi aktual atau potensi mereka menentukan harga suatu produk atau serangkaian produk. Semula pasar berarti suatu tempat dimana pada hari tertentu para penjual dan para pembeli dapat bertemu untuk jual beli barang. Demikian juga dengan adanya interaksi penjual dan pembeli, pasar secara otomatis menentukan tingkat harga suatu barang dan jumlah barang yang akan diperdagangkan. Dalam ilmu ekonomi pasar biasanya terdapat beberapa aspek:

1. Terjadinya suatu pertemuan dan interaksi.
2. Ada Orang yang menjual.
3. Ada Orang yang membeli.
4. Terdapat Suatu barang atau jasa tertentu dengan harga tertentu.

2.2.1.1 Fungsi Pasar

Dalam perkembangannya pasar dianggap sebagai tempat yang memiliki peran strategis serta menguntungkan antara penjual maupun pembeli yang saling terlibat dalam proses transaksi. Lebih lanjut pasar juga memiliki fungsi sebagai tempat distribusi untuk menyalurkan barang yang diperdagangkan dalam memberikan manfaat bagi produsen maupun konsumen, yaitu dalam hal ini produsen akan mendapatkan keuntungan melalui penjualan barang, sedangkan dari segi konsumen akan merasa puas

ketika mendapatkan barang yang dibutuhkan. Kemudian, menurut Ayoga (2015), Dalam skala besar pasar memiliki tiga fungsi utama yakni:¹⁰

1. Fungsi Distribusi

Sebagai fungsi distribusi, pasar dijadikan wadah sebagai proses penyaluran barang-barang hasil produksi untuk diperdagangkan kepada tiap-tiap konsumen melalui sebuah mekanisme yang dinamakan transaksi jual beli. Dalam hal ini pihak produsen dapat untuk memasarkan secara langsung ataupun tidak langsung kepada tiap-tiap konsumen atau kepada pedagang melalui perantara lainnya. Melalui proses transaksi jual beli, menjadikan konsumen untuk dapat memperoleh barang dan jasa yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan hariannya.

2. Fungsi Pembentukan Harga

Sebagai fungsi pembentukan harga, dapat dimaknai bahwa sebelum melakukan transaksi antara penjual dan pembeli, terlebih dahulu dilakukan proses tawar-menawar atas harga barang atau jasa untuk mencapai kesepakatan harga antara penjual dan pembeli, proses tawar-menawar tersebut dilakukan untuk menyatukan keinginan kedua belah pihak untuk mencapai kesepakatan harga yang secara lazim disebut dengan harga pasar.

¹⁰ *Ibid.* Hal 21

3. Fungsi Pemasaran atau Promosi

Sebagai Fungsi Promosi, Pasar memiliki fungsi sebagai tempat yang ideal untuk melakukan promosi barang-barang hasil produksi, hal ini dikarenakan dengan melihat banyaknya konsumen yang berkunjung ke pasar sehingga dianggap mampu untuk menciptakan peluang dengan banyak menarik konsumen. Adapun, berbagai cara promosi yang dapat dilakukan seperti dengan pemasangan iklan, membagikan brosur kepada pengunjung pasar serta memberikan sampel atau contoh produk kepada para calon pembeli serta berbagai cara lainnya yang dapat dilakukan produsen dalam hal meningkatkan promosi sehingga menarik minat untuk membeli produk.

2.2.2 Klasifikasi Pasar

Secara tata kelola atau jika ditinjau dari aspek manajemen, pasar dapat dikelompokkan menjadi dua jenis, yakni:

1. Pasar Tradisional

Tulus Tambunan (2020) menjelaskan bahwa Pasar Tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli di mana terjadi aktivitas transaksi jual beli serta terjadinya tawar-menawar harga atas barang-barang yang diperjualkan yang biasanya merupakan bahan untuk kebutuhan sehari-hari juga hasil pertanian. Selanjutnya, menurut Badan Pusat Statistik memberikan definisi terhadap pasar tradisional yakni pasar yang dibangun dan dikelola oleh berbagai pihak, baik pemerintah pusat, daerah, swasta, Badan Usaha Milik Negara atau Badan Usaha Mlik Daerah, baik yang pengelolaan tersebut

dilakukan secara mandiri ataupun melalui kerja sama dengan pihak-pihak lainnya. Sementara itu, menurut Rahmad Widiyanto (2009) menjelaskan definisi dari pasar tradisional yakni sebagai pasar yang berkembang di masyarakat dengan keberadaan pedagang-pedagang asli pribumi. Pasar Tradisional umumnya muncul dari kesadaran akan perlunya pemenuhan atas kebutuhan masyarakat umum. Dengan adanya pasar tradisional menjadikan sebagai wadah bagi para pedagang dan konsumen dalam melakukan transaksi jual beli atau juga tawar menawar atas komoditi yang diperdagangkan. Secara Lebih lanjut, adapun pengertian dari. Pemerintah melalui salah satu kebijakan mendefinisikan pasar tradisional sebagai pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah pusat atau daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk dengan hubungan kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah, juga swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil, dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar harga atas barang.¹¹ Menurut Menteri Perdagangan Republik Indonesia, pasar tradisional merupakan wadah utama penjualan produk-produk kebutuhan pokok yang dihasilkan oleh para pelaku ekonomi skala kecil serta mikro. Salah satu pelaku di pasar tradisional yakni meliputi para petani, nelayan, pengrajin dan *home industry*.

¹¹ Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.

Berdasarkan beberapa pemaparan para ahli mengenai teori tentang pasar tradisional dapat dimaknai bahwa definisi pasar tradisional ialah sebagai pasar yang dibangun serta dikelola baik oleh pusat atau daerah, swasta, BUMN, BUMD baik yang pengelolaan tersebut dilakukan secara mandiri ataupun melalui kerja sama dengan pihak-pihak lainnya. Selanjutnya, sistem yang terdapat pada pasar tradisional yakni proses transaksi berupa pedagang yang melayani pembeli yang datang mengunjungi tempat usaha mereka dan melakukan tawar-menawar harga atas barang untuk menentukan kesepakatan harga.

2. Pasar Modern

Pada dasarnya, pasar modern merupakan jenis pasar yang mana produknya bisa untuk dijual dengan harga yang pas, sehingga di dalamnya tidak akan ada kegiatan semacam tawar-menawar pada harga barang. Jika ditinjau melalui beberapa aspek, konsep yang ada pada pasar modern tidak memiliki perbedaan yang jauh dengan pasar-pasar tradisional, namun ada beberapa hal yang sedikit membedakan antara keduanya karena hanya ada penjual dan pembeli yang tidak melakukan transaksi secara langsung akan tetapi pembeli melihat harga produk yang sudah ditetapkan melalui label yang telah dipasang oleh penjual. Keunggulan pada pasar modern yaitu produk yang dipasarkan adalah produk yang sudah teruji kualitasnya dan harganya juga sudah ditetapkan. Kemudian secara geografis lokasi pasar modern ini, biasanya berada di suatu perkotaan dengan kondisi lingkungan yang bersih, nyaman dan tertata sehingga sangat ramah untuk konsumen. Di dalam pasar

modern, ada banyak sekali produk yang dijual, mulai dari kebutuhan sandang, pangan, hingga papan. Hal inilah perbedaan yang dihadirkan oleh pasar modern, berbeda dengan pasar tradisional yang identik dengan lingkungannya yang kotor dan bahkan kurang teratur, sedangkan pasar modern justru kebalikannya. Oleh karena itu, dengan mengedepankan kualitas dan pelayanan menyebabkan masyarakat cenderung untuk memilih pasar modern sebagai tempat berbelanja guna memenuhi kebutuhan sehari-hari dibandingkan dengan pasar tradisional.

2.2.3 Konsep Revitalisasi

Revitalisasi adalah proses atau upaya dalam menghidupkan kembali kawasan yang telah menurun termasuk aspek sosial budaya dan ekonomi di dalamnya, hal tersebut dilakukan melalui intervensi-intervensi fisik maupun non-fisik dalam mengakomodasi kebutuhan dan tantangan-tantangan baru. Selaras dengan hal tersebut, menurut Gusti Ngurah Agung (2020), menjelaskan revitalisasi ialah suatu metode untuk meningkatkan nilai dan menghidupkan kembali peran suatu wilayah atau kawasan yang mengalami penurunan eksistensi akibat perkembangan zaman. Dalam makna lainnya, revitalisasi yakni langkah usaha untuk menghidupkan kembali suatu kawasan atau bagian wilayah yang dahulunya pernah berdaya, akan tetapi kemudian mengalami proses degradasi.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia atau KBBI, istilah revitalisasi bermakna sebagai suatu proses, cara serta upaya perbuatan dalam menghidupkan kembali sesuatu hal yang sebelumnya belum terperdaya secara maksimal.

Melalui Revitalisasi mampu untuk menjadikan sesuatu atau perbuatan untuk memaksimalkan. Secara umum, revitalisasi dapat dimaknai sebagai usaha-usaha dalam menjadikan sesuatu menjadi hidup dan penting.

Adanya sebuah program revitalisasi hanya dapat untuk dilaksanakan apabila unsur-unsur atau pihak-pihak yang berkaitan saling berkonsolidasi, baik dari pihak pemerintah, hingga masyarakat. Dalam sebuah revitalisasi perbaikan tidak hanya dilakukan dengan menasar kepada aspek fisik saja, akan tetapi lebih dari itu revitalisasi juga menaruh perhatian kepada aspek sosial dan ekonomi.¹² Karena, keberhasilan dengan meningkatnya aktivitas ekonomi merupakan salah satu target yang hendak dicapai. Sehingga kemudian diharapkan akan memberikan dampak keuntungan positif bagi setiap pihak yang berperan. Sebagaimana mestinya kebijakan pemerintah lainnya, tujuan program revitalisasi ialah bagaimana mewujudkan kesejahteraan bagi masyarakat.

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

1. *Intervensi Fisik*, langkah secara fisik ini dilakukan mengingat citra kawasan sangat erat kaitannya dengan kondisi visual kawasan khususnya dalam menarik kegiatan dari pengunjung, intervensi fisik ini perlu dilakukan. Intervensi fisik mengawali kegiatan fisik revitalisasi dan dilakukan secara bertahap, meliputi perbaikan dan peningkatan kualitas serta kondisi fisik

¹² Pramono Edy, "Revitalisasi Pasar dan Dampak Sosial Ekonomi Terhadap Pedagang", Skripsi. Yogyakarta: Prodi Kesejahteraan Sosial, UIN Sunan Kalijaga, hal 14

bangunan, tata hijau, sistem penghubung, sistem tanda atau reklame dan ruang terbuka kawasan (urban realm).

2. *Rehabilitasi Ekonomi*, Perbaiki 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. Revitalisasi yang diawali dengan proses peremajaan pada wujud dan fungsi dari suatu bangunan mampu dalam mendukung proses rehabilitasi dalam kegiatan ekonomi.

3. *Revitalisasi Sosial dan Institusional* Revitalisasi sebuah kawasan akan terukur bila mampu menciptakan lingkungan yang menarik (*interesting*), jadi bukan sekedar membuat tempat yang indah dan nyaman. Kegiatan tersebut harus berdampak kepada sebuah hasil yang positif serta dapat meningkatkan dinamika dan kehidupan sosial masyarakat atau warga (*public realms*) karena dalam perjalanannya revitalisasi diharapkan mampu meningkatkan ruang interaksi yang timbul antar kelompok masyarakat.

2.2.3.1 Indikator Revitalisasi

Menurut Danisworo dalam Gede Pradipta (2016) Revitalisasi ialah suatu usaha dalam menghidupkan kembali kawasan atau suatu bagian wilayah yang dahulunya pernah hidup, akan tetapi saat ini keadaanya justru mengalami kemunduran. Proses revitalisasi sebuah kawasan atau tempat dilakukan secara komprehensif dengan mencakup perbaikan secara aspek fisik dan juga aspek non fisik. Sehingga pendekatan dalam revitalisasi harus mampu untuk mengenali dan memanfaatkan potensi lingkungan yang

bersangkutan. Upaya yang dilakukan dalam revitalisasi lebih kepada usaha eksplorasi dalam meningkatkan kualitas suatu kawasan. Lebih lanjut dalam mengukur suatu upaya revitalisasi suatu objek kawasan ditetapkanlah beberapa Indikator di bawah ini:¹³

1. Pendapatan

Melalui Indikator pendapatan setidaknya menjadi indikator cukup penting dalam mengukur keberhasilan revitalisasi melalui gambaran roda perekonomian suatu lokasi. Diketahui bahwa tujuan revitalisasi berusaha untuk menghidupkan kembali suatu objek yakni menjadikan agar objek yang direvitalisasi memiliki kemampuan daya saing lebih. Kemudian, melalui Indikator pendapatan ini juga mencoba memberikan pemahaman bahwa pada dasarnya revitalisasi dalam pelaksanaannya diharapkan untuk bisa mengakomodasi kegiatan ekonomi masyarakat terdampak. Kehadiran Revitalisasi dianggap mampu memberikan kontribusi bagi aktivitas ekonomi dengan tergeraknya roda perekonomian. Secara konkrit, bisa juga dilihat nantinya dalam perjalanannya bagaimana revitalisasi yang telah dilakukan mampu untuk memberi perubahan dengan meningkatnya pendapatan secara berkelanjutan.

¹³ Gede Pradipta. “Pengaruh Revitalisasi Pasar Tradisional dan Sumber daya Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Di Kota Denpasar”. dalam Jurnal Ekonomi Universitas Udayana, Vol 5, No 4. Hal 463

2. Perbaikan Kondisi Fisik

Di dalam indikator ini dijelaskan bahwa konsep revitalisasi berupaya dalam mewujudkan perbaikan dan peningkatan kualitas serta kondisi fisik bangunan. Sehingga adanya revitalisasi mampu memperbaiki citra dan memberikan kesan tersendiri dari suatu objek wilayah yang direvitalisasi tersebut menjadi lebih baik daripada masa sebelumnya. kemudian lebih lanjut, perbaikan fisik dilakukan guna meningkatkan kualitas dari pembangunan serta terpenuhinya aspek sarana serta prasarana pendukung di suatu wilayah yang dijadikan objek revitalisasi.

3. Tata Kelola

Indikator Revitalisasi pada hal tata kelola, yaitu terjadinya revitalisasi pasar harus mampu membangun manajemen tata kelola pasar yang baik dan profesional juga bisa mengatur secara jelas pengelolaan di lapangan. perhatian khusus lebih kepada bagaimana revitalisasi pada akhirnya mampu berperan mempengaruhi terhadap segala aspek yang berkaitan dengan pengelolaan pasar dalam hal ini seperti hak dan kewajiban pedagang, tata cara penempatan, pembiayaan, dan, serta standar operasional prosedur pelayanan pasar yang ditetapkan bisa untuk diterapkan dengan baik.

Maka dengan hal ini penulis menggunakan Indikator tersebut dalam melakukan kajian terhadap bahasan Revitalisasi Pasar Tradisional Ciputat Melalui Konsep Pasar Rakyat Di Wilayah Perkotaan Tahun 2022.

2.2.4 Konsep Pasar Rakyat

Direktorat Jenderal Perdagangan Kementerian Perdagangan Republik Indonesia menjelaskan bahwasannya melalui Konsep Pasar Rakyat dapat membantu dalam berperan sebagai penggerak ekonomi masyarakat yang memiliki fungsi cukup strategis serta memiliki kedekatan dalam hal aspek sosial dan budaya masyarakat. Oleh karena itu, dalam penerapan Konsep Pasar Rakyat yang unik ini membutuhkan *treatment* khusus dalam hal pengelolaan, pengembangan juga pelestariannya.¹⁴

Selanjutnya, Konsep pasar rakyat menjadi hal penting untuk diwujudkan dalam sistem perdagangan nasional. Sejalan dengan itu, sebenarnya konsep ini menjadi acuan dalam proyek pembangunan terhadap pasar-pasar tradisional di seluruh Indonesia. Pemerintah melalui Kementerian Perdagangan telah menargetkan 5.000 unit pasar tradisional ter-revitalisasi dalam jangka 4 tahun kerja. Adanya program revitalisasi diharapkan dapat dijadikan sebagai usaha dalam mengangkat citra dan merawat eksistensi pasar, sehingga kehadiran pasar bagi masyarakat memiliki kesan yang positif. Lebih jauh lagi, dengan kehadiran konsep ini menjadikan pasar tradisional agar memiliki daya saing dan mampu bertahan dalam era bertumbuh pesatnya pusat perbelanjaan modern lainnya. Harmonisasi terus dilakukan antara strategi dan pelaksanaan program ini diupayakan untuk terus diperkuat sehingga lebih bisa mengoptimalkan kinerja pasar dan bermanfaat bagi perekonomian rakyat.

¹⁴ www.Ditjenpdn.Kemendag.go.id, Akses pada 26 Maret 2023

Pasar Tradisional dalam pandangan konsep pasar rakyat memiliki fungsi ganda, yang pertama sebagai fungsi penggerak perekonomian masyarakat di daerah tersebut dan yang kedua yakni sebagai wahana interaksi dalam kaitannya dengan aspek sosial dan budaya masyarakat daerah. Untuk itu, dianggap sangat penting jika kita menimbang terkait urgensi pembangunan terhadap fasilitas publik yakni salah satunya pasar tradisional. Kemudian, pembangunan pasar juga mengacu pada ketentuan yang termuat dalam Standar Nasional Indonesia “Pasar Rakyat” SNI 8152:2021, standar tersebut dikehendaki sebagai rujukan menuju tata kelola pasar yang profesional dan kompetitif atau berdaya saing. Selain pembangunan yang dilakukan secara fisik, sebagaimana instruksi Presiden Jokowi, Kementerian Perdagangan RI juga melakukan pembenahan dari berbagai aspek lainnya yaitu dengan melakukan evaluasi dan perbaikan terus menerus dalam pelaksanaannya.

2.2.5 Prinsip-Prinsip Revitalisasi Melalui Konsep Pasar Rakyat



Gambar 2.1 Prinsip Revitalisasi Pasar
 Sumber: www.ditjenpdn.kemendag.go.id

Sebagai suatu program yang mengedepankan konsep perbaikan pada suatu Pasar Tradisional, Pemerintah Pusat melalui Kementerian Perdagangan Republik Indonesia menyatakan bahwa ada empat hal pokok yang harus ditegakkan dalam melakukan usaha pencapaian keberhasilan program revitalisasi terhadap pasar tradisional. Adapun keempat hal tersebut harus diperhatikan dalam pelaksanaannya yakni meliputi:

1. Revitalisasi Manajemen, yaitu pasar harus mampu membangun manajemen pengelolaan atau tata kelola pasar yang baik dan juga bisa mengatur secara jelas terhadap segala aspek yang berkaitan dengan pengelolaan pasar dalam hal ini seperti hak dan kewajiban pedagang, tata cara penempatan, pembiayaan, dan fasilitas-fasilitas yang harus tersedia di pasar, serta standar operasional prosedur pelayanan pasar.
2. Revitalisasi Fisik, meliputi upaya dalam perbaikan dan peningkatan kualitas dan kondisi fisik bangunan, tata hijau, adanya sistem penghubung, sistem tanda atau reklame dan ruang terbuka Kawasan. Sehingga adanya revitalisasi mampu memperbaiki citra dari suatu Kawasan tersebut menjadi lebih baik daripada masa sebelumnya.
3. Revitalisasi ekonomi, yakni perbaikan fisik yang telah dilakukan pada suatu kawasan pasar tradisional yang bersifat jangka pendek pada dasarnya diharapkan untuk bisa mengakomodasi kegiatan ekonomi secara informal dan formal.

4. Revitalisasi sosial, yakni dengan mampu menciptakan lingkungan yang menarik dan berdampak positif sehingga dapat untuk meningkatkan dinamika dan kehidupan sosial masyarakat atau warga.

2.2.6 Wilayah Perkotaan

Istilah Perkotaan atau dalam istilah asing disebut sebagai *urban* mempunyai arti yang lebih luas dengan menunjukkan ciri, karakteristik serta sifat ke-kotaan.¹⁵ Kemudian, istilah Perkotaan memiliki makna dalam bahasa latin yaitu “*Urbanus*” yang berarti karakteristik, atau berkaitan dengan kota. Maka, jika merujuk dari arti tersebut pemaknaan perkotaan menjadi lebih luas cakupannya, tidak hanya terbatas sebagai wadah (kota) akan tetapi lebih daripada itu, perkotaan bermakna sebagai ruang beserta kompleksitas dan dinamika yang ada didalamnya. Kemudian, wilayah Perkotaan dapat dimaknai sebagai suatu pemukiman yang meliputi kota induk dan daerah pengaruh di luar batas administratif yang berupa daerah sekitarnya bisa disebut *sub-urban*. Sementara, yang dimaksud dengan sifat kekotaan yaitu aglomerasi kota (otonom) dengan kota-kota fungsional di wilayah sekitarnya. Sifat ke-kotaan juga dapat melebihi batas wilayah administrasi dari suatu wilayah kota yang bersangkutan. Menurut Undang-Undang Nomor 24 Tahun 1992 tentang Penataan Ruang mendefinisikan kawasan perkotaan sebagai suatu wilayah yang karakteristik utamanya yakni bukan berupa aktivitas pertanian melainkan

¹⁵ Iwan Kustiwan. 2012. “*Modul Perencanaan Kota: Pengertian Wilayah, Daerah, Kota, Perkotaan dan Perencanaan*”. Jakarta: Pustaka Universitas Terbuka. Hal 6

memiliki karakteristik utama dimana terdapat susunan fungsi kawasan sebagai tempat pemukiman perkotaan, distribusi pelayanan jasa pemerintahan, pemusatan, dan adanya aktivitas perekonomian di daerah tersebut.¹⁶

Pada dasarnya antara wilayah Perkotaan dan Pedesaan mempunyai kesamaan dalam fungsi sebagai tempat permukiman, akan tetapi, juga terdapat perbedaan antara permukiman perkotaan dengan pedesaan. Kondisi permukiman di wilayah perkotaan relatif lebih padat jika dibandingkan dengan kondisi di wilayah pedesaan. Keberadaan wilayah Perkotaan sendiri menjadi kawasan strategis dari suatu daerah yang mana fokus penataan ruang sangat diprioritaskan. Hal itu, didasarkan kepada kemampuan wilayah perkotaan dianggap memiliki peran sangat vital terhadap keberlangsungan ekonomi, sosial, budaya dan lingkungan yang bersangkutan.

Selanjutnya, perkotaan juga bermakna sebagai kumpulan pusat-pusat permukiman yang memiliki pengaruh dan peran di dalam suatu wilayah pengembangan juga wilayah nasional sebagai simpul terjalannya kegiatan pelayanan. Menurut Badan Pusat Statistik, wilayah perkotaan merupakan wilayah administratif yang memenuhi syarat dan ketentuan tertentu. Lebih lanjut, Badan Pusat Statistik menjelaskan bahwa syarat dan ketentuan tersebut meliputi beberapa hal seperti dalam hal kepadatan penduduk, presentase rumah tangga pertanian, dan tersedianya fasilitas perkotaan, sarana kesehatan umum dan lain sebagainya.¹⁷ Secara sederhana, yang dimaksud dari perkotaan yaitu

¹⁶ Undang-Undang Nomor 24 Tahun 1992 tentang Penataan Ruang

¹⁷ www.bps.go.id, akses pada 5 April 2023

bentuk wilayah dengan batas-batas tertentu yang masyarakatnya mempunyai kegiatan utama di bidang industri, jasa, perdagangan, atau bukan pertanian.¹⁸

2.2.6.1 Karakteristik Wilayah Perkotaan

Jika ditinjau berdasarkan aspek fisik, maka wilayah perkotaan memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Tempat permukiman penduduk memiliki kepadatan bangunan yang relatif lebih tinggi dibandingkan dengan wilayah sekitarnya.
2. Proporsi bangunan permanen cenderung lebih besar pada kawasan tersebut dibandingkan daerah-daerah sekitarnya.
3. Fasilitas sosial ekonomi yang lebih lengkap dan memadai kebutuhan masyarakat daerah.

Sementara itu, jika dilihat dari aspek sosial ekonomi wilayah perkotaan memiliki karakteristik sebagai berikut:¹⁹

1. Mempunyai penduduk yang relatif lebih besar sekurang-kurangnya 20.000 orang;
2. Memiliki prosentase kepadatan penduduk yang relatif lebih tinggi bila dibandingkan dengan wilayah-wilayah lainnya seperti pedesaan;
3. Mempunyai proporsi penduduk yang bekerja di sektor non pertanian lebih tinggi;
4. Merupakan sebagai pusat dari kegiatan perekonomian yang menghubungkan langsung antara kegiatan pertanian dengan wilayah-

¹⁸ Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2022 Tentang Perkotaan

¹⁹ Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 2 Tahun 1987 terkait Pedoman Penyusunan Perencanaan Kota.

wilayah sekitarnya dan tempat pemasaran dan produksi bagi kegiatan industri.

Kemudian, lebih lanjut Macionis dan Vincent Parillo dalam Sulaiman (2018) menyebutkan bahwa terdapat 4 (empat) kriteria untuk menentukan suatu daerah dikategorikan sebagai wilayah perkotaan, adapun kriteria yang dimaksud sebagai berikut:²⁰

1. Fungsi Administratif

Melalui kriteria Fungsi administratif menekankan bahwa suatu daerah perkotaan merupakan modal utama suatu kawasan dalam konteks pembangunan, dengan hal ini daerah perkotaan sering dijadikan barometer dari keberhasilan suatu negara selain itu juga menjadi mesin pertumbuhan nasional.

2. Karakteristik Ekonomi

Dalam kriteria karakteristik ekonomi dijelaskan bahwa lebih dari separuh penduduk yang menghuni wilayah perkotaan tidak berprofesi di bidang pertanian, hal ini bisa dipahami mengingat terjadinya proses industrialisasi di daerah perkotaan.

3. Sifat Fungsional

Secara sifat fungsional suatu daerah dapat termasuk dalam kriteria perkotaan apabila suatu daerah yang bersangkutan dilengkapi dengan kemapanan secara infrastruktur seperti jalan beraspal, lancarnya pasokan

²⁰ Angga Sulaiman. "Kebijakan dan Strategi Pembangunan Perkotaan Nasional di Indonesia" Jurnal Ilmu dan Budaya, Vol 41 No 59. (2018). Hal 6855.

air, saluran air limbah dan tersedianya sistem kelistrikan yang mana merupakan berbagai unsur yang sering dianggap menjadi pembeda dengan kondisi yang ada di daerah pedesaan.

4. Kepadatan Populasi

Kepadatan populasi merupakan kriteria yang bisa menjadi acuan utama yang digunakan untuk menentukan daerah perkotaan yang mana relatif lebih tinggi tingkat kepadatan populasinya jika dibandingkan daerah-daerah semisal pedesaan.

2.2.7 Pasar di Wilayah Perkotaan

Sebagai salah satu komponen struktur dalam perkotaan, pasar sebagai salah satu fasilitas publik selalu menjadi bagian yang secara pasti masuk ke dalam misi terkait penataan kota. Seiring berkembangnya kota, daerah tersebut mempunyai fungsi ekonomi dalam rangka peranannya sebagai titik simpul distribusi. Pasar menjadi simpul dalam aktivitas perniagaan melalui adanya interaksi dagang yang berlangsung dalam hal ini pada wilayah perkotaan. Pada kota-kota besar pasar tradisional khususnya bahkan menjadi daya tarik sendiri. Keunikan yang ditampilkan menjadi ciri khas tersendiri dengan keberadaan pasar tradisional.

Di dalam lingkup perkotaan sendiri pasar memiliki fungsi strategis mulai dari sebagai sarana distribusi, organisir produk, penetapan nilai, dan sebagai fungsi pembentuk harga. Selain beberapa fungsi tersebut, pasar tradisional memiliki peran cukup besar sebagai ruang bagi pedagang-pedagang kecil. Selanjutnya, Pasar juga tidak hanya sebagai ruang jual beli semata, akan tetapi

keberadaannya bisa menjadi pusat pertemuan, pusat bertukar informasi dan pusat aktivitas masyarakat pada lingkup wilayah setempat bahkan cakupannya bisa lebih luas. Hal ini disebabkan karena ketika pasar memiliki lokasi yang strategis akan menarik masyarakat untuk berkunjung datang, sehingga tidak menutup kemungkinan pengunjung yang datang bisa berasal dari luar wilayah setempat.

Dalam suatu kota pasar mempunyai keterkaitan secara langsung dengan aspek ekonomi. Pada lingkup perkotaan Pasar di dorong untuk maju dan berkembang sehingga daya saing antar pasar menjadi lebih kompetitif. Untuk mempertahankan hal-hal tersebut, pada wilayah perkotaan konsep perencanaan, pengelolaan dan penataan terhadap pasar secara cermat diperhatikan. Hal tersebut bukan tanpa sebab, dengan adanya upaya kearah penataan dan pengembangan pasar yang lebih modern tentu akan menarik minat para pelaku pasar baik yakni pedagang ataupun pengunjung untuk melakukan aktivitasnya. Dengan adanya Pasar yang lebih baik selayaknya mengakomodasi kebutuhan-kebutuhan masyarakat.

Secara sistem pengelolaan, banyak pasar di wilayah perkotaan dikelola oleh pihak swasta yang bekerja sama dengan pemerintah. Adapun juga yang memang pengelolaanya hanya dilakukan pemerintah kota setempat. Dewasa ini, pengelolaan pasar yang professional menjadi agenda yang dijalankan. Pasar di Proyeksikan menjadi pembangkit perekonomian lokal atau daerah. Misalnya, dalam hal ini terkait kontribusi yang diharapkan melalui retribusi yang diperoleh secara resmi dari para pedagang yang menikmati fasilitas yang sudah disediakan. Dengan aktivitas ekonomi yang terjadi di pasar dapat menjadikan sebuah

gambaran terhadap bagaimana kondisi pergerakan roda perekonomian wilayah tersebut. Hal ini juga kembali lagi untuk melihat sejauhmana daya saing dengan unsur-unsur lainnya di wilayah perkotaan.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran ialah berupa desain konseptual mengenai bagaimana suatu teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah teridentifikasi sebelumnya oleh penulis sebagai sebuah masalah. Pada dasarnya penelitian ini dirancang guna mengkaji secara utuh terkait dengan bagaimana Revitalisasi Pasar Tradisional Ciputat Kota Tangerang Selatan.

Permasalahan dan juga kendala yang tampak di permukaan sudah seharusnya dijadikan perhatian khusus bagi semua pihak karena menyangkut keberlangsungan aktivitas bagi para pelaku usaha dan pelayanan kepada pengunjung pasar. Hal itu yang juga menarik atensi dari penulis untuk mengangkat tema tentang revitalisasi pasar tradisional. Kemudian untuk menjawab permasalahan dalam penelitian yang dirancang penulis, maka penulis menggunakan teori Revitalisasi oleh Danisworo dalam Gede Pradipta (2016) yang meliputi tiga indikator penting yakni Pendapatan, Perbaikan Kondisi Fisik, dan Tata Kelola. Penggunaan teori ini diharapkan mampu memberi gambaran secara komprehensif terkait penelitian ini yang bertajuk Revitalisasi Pasar Tradisional Ciputat Kota Melalui Konsep Pasar Rakyat di Wilayah Perkotaan Tahun 2022. Adapun penulis menjabarkan kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar2.2 Kerangka Pemikiran
Sumber: Olahan Penulis