

Efektivitas Revitalisasi Pasar Tradisional Pa'baeng-Baeng di Kota Makassar

Nur Asma (Staf Pemerintah Daerah Kabupaten Pinrang)
Email: phamma_niezt86@yahoo.co.id

Abstract

The aim of the research was to analyze the effectiveness of Revitalization of Traditional Market In Makassar City. The research was a qualitative study. The techniques of obtaining the data were observation, interview and documentation study. They were analyzed using descriptive qualitative approach. The results of the research indicate that the variables of the number of result are categorized ineffective since there are works which are not realized and the quantity of the number of built lots cannot accommodate merchants and vendors who sell outside markets. The variable of satisfaction level is ineffective since the size of lots is very narrow and inavailability of adequate facilities. Variables of creative products categorized ineffective since the arrangement of types of merchandises in the markets is irregular and lack of socialization of market management of merchants; therefore, there is no conductive relationship that can lead to creativity merchant. Archieved intensity variable is categorized ineffective since market management does not obey the existing rules. Besides, the merchants have a low awareness in creating competitive market.

Keywords: *baperjakat, promotion, makassar*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas revitalisasi pasar tradisional Pa'baeng-Baeng di Kota Makassar. Jenis penelitian adalah kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara serta telaah dokumentasi. Teknik analisis data dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, dari variabel jumlah hasil dikategorikan tidak efektif, disebabkan karena adanya pekerjaan yang tidak terealisasi dan dari segi kuantitas jumlah lots yang dibangun tidak dapat menampung pedagang dan PKL yang berjualan diluar pasar. Dari variabel tingkat kepuasan yang diperoleh dikategorikan tidak efektif, disebabkan ukuran lots sangat sempit dan belum tersedianya sarana yang memadai. Dari variabel produk kreatif dikategorikan tidak efektif, disebabkan penataan jenis barang jualan pasar yang tidak teratur dan kurangnya sosialisasi pengelola pasar pada pedagang sehingga tidak tercipta hubungan yang kondusif yang bisa menimbulkan kreativitas pedagang. Dari variabel Intensitas yang dicapai dikategorikan tidak efektif, disebabkan pengelola pasar masih kurang mematuhi aturan yang ada mengenai pengelolaan pasar, begitupun dengan pedagang yang memiliki tingkat kesadaran yang rendah dalam hal menciptakan pasar yang berdaya saing.

Kata kunci: *baperjakat, promosi jabatan, makassar*

PENDAHULUAN

Adanya ancaman terhadap eksistensi dan keberadaan pasar tradisional sebagai penggerak perekonomian rakyat yang membumi

dikarenakan legalitas kepemilikan asing terhadap perusahaan ritel serta belum terakomodirnya kepentingan pasar tradisional. Kesamaan fungsi yang dimiliki oleh pusat perbelanjaan modern dan tradisional, telah

menimbulkan persaingan antara keduanya (Ayuningsasi, 2010). Salah satu upaya yang pemerintah lakukan untuk memberikan perlindungan dan pemberdayaan pasar tradisional Pa'baeng-Baeng Kota Makassar adalah dengan melakukan revitalisasi, dalam hal ini pembangunan pasar baru dan pengelolaan pasar. Hal ini tertuang dalam kebijakan pemerintah melalui Pepres, Permendag, dan diikuti dengan Perda. Kebijakan adalah apapun yang dipilih pemerintah untuk dilakukan dan tidak dilakukan (Dye, 2008). Dalam Peraturan Presiden RI No. 112 Tahun 2007 dalam rangka pembinaan pasar tradisional, pemerintah daerah: (a) mengupayakan sumber-sumber alternatif untuk pemberdayaan pasar tradisional sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku, (b) meningkatkan kompetensi pedagang dan pengelola pasar tradisional. Dalam hal pendanaan pemerintah telah melakukan revitalisasi pasar tradisional Pa'baeng-Baeng pada tahun 2009 melalui kementerian perdagangan melalui kegiatan pembangunan sarana distribusi perdagangan meliputi revitalisasi pasar dengan cara pembangunan pasar baru yang dibiayai oleh dana stimulus fiskal sebesar Rp. 12.500.000.000. Pembangunan dilakukan oleh Dinas perindustrian dan perdagangan sedangkan pengelolaan pasar dilakukan oleh PD. Pasar Makassar Raya dan Pasar Pa'baeng-Baeng selaku unit pelaksana teknis.

Program revitalisasi pasar ini ditujukan untuk memberdayakan pasar tradisional dan menciptakan pasar tradisional yang bersih, sehat, aman, tertib, jujur, ramah lingkungan serta dapat meningkatkan daya saing. Indikator pengelolaan pasar yang berhasil menurut Menteri perdagangan RI (2008), yaitu: manajemen transparan, keamanan, sampah, ketertiban, pemeliharaan, pasar sebagai sarana/fungsi interaksi sosial, pemeliharaan pelanggan, produksi pasar cukup tinggi, event promosi dan hari pelanggan.

Efektivitas merupakan keberhasilan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Keberhasilan revitalisasi pasar tradisional Pa'baeng-Baeng dilihat apabila tujuan yang ditetapkan mencapai hasil. Efektivitas merupakan hubungan antara output dan tujuan, semakin besar kontribusi (sumbangan) output terhadap pencapaian tujuan maka semakin efektif organisasi, program atau kegiatan (Mahmudi, 2005). Ada empat pendekatan kriteria keefektifan organisasi, yaitu: pendekatan pencapaian tujuan, pendekatan sistem, pendekatan konstituensi-strategis, dan pendekatan nilai-nilai bersaing (Robbins, 1994). Keempat pendekatan efektivitas organisasi tersebut sejalan dengan pengukuran efektivitas organisasi yang dilakukan melalui tiga pendekatan diantaranya: pendekatan sumber, pendekatan proses dan pendekatan sasaran (Lubis dkk., 1987).

Program revitalisasi pasar tradisional Pa'baeng-Baeng dilakukan dengan cara revitalisasi fisik melalui pembangunan pasar baru dan pengelolaan pasar yang dilakukan oleh pengelola pasar. Revitalisasi merupakan suatu upaya yang dilakukan untuk memvitalkan kembali suatu kawasan atau bagian kota yang dulu pernah hidup, namun mengalami degradasi oleh perkembangan jaman (Danisworo, 2000). Pasar adalah tempat bertemunya pembeli dan penjual, barang atau jasa yang dijual ditempat tersebut dan pergantian kepemilikan terjadi (Machfoeds, 2005). Pasar yang telah dibangun ternyata masih belum bisa menampung semua pedagang-pedagang yang ada disekitar pasar dan hal ini yang menimbulkan masih banyaknya pedagang yang berjualan diluar. Dalam hal pengelolaan pasar, pengelola pasar sudah melakukan langkah-langkah untuk mencapai tujuan revitalisasi pasar. Langkah yang dilakukan diantaranya adalah program pengelolaan pendapatan, kebersihan, keamanan, ketertiban dan meningkatkan keterampilan dari para pengelola pasar. Langkah yang harus dilakukan untuk menjaga keberadaan pasar tradisional adalah perbaikan infrastruktur pasar tradisional, pengorganisasian para PKL dan

pelaksanaan praktik pengelolaan paar yang lebih baik (Suryadarma et al., 2008)

Persoalan yang terlihat pedagang kecil sektor informal dan PKL relatif belum mendapat tempat berjualan yang layak. Terlihat masih banyak pedagang yang masih menjual diluar bangunan pasar dan tampak masih banyak kios dan los yang terdapat didalam bangunan pasar yang tidak terpakai. Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara peneliti, ada perbedaan pendapat yang dikemukakan oleh PD. Pasar Makassar Raya dan Unit Pasar Pa'baeng-Baeng . PD. Pasar Makassar Raya mengatakan masih banyak kios dan los yang kosong dalam pasar sedangkan unit pasar Pa'baeng-Baeng dan pedagang mengatakan bahwa kios dan los dalam pasar Pa'baeng-Baeng semuanya sudah terisi penuh dan ada yang memiliki hak pakai namun para pedagang tersebut lebih memilih untuk berjualan diluar karena sepi pembeli sehingga menyebabkan pendapatan mereka menurun.

Revitalisasi tidaklah sekedar merubah bangunan pasar tetapi lebih dari itu. Gagalnya revitalisasi dalam merubah nasib pedagang pasar tradisional menunjukkan lemahnya manajemen pasar tradisional yang disebabkan karena pengelola pasar belum menjalankan fungsinya secara optimal dan tidak didukung dengan standard operation procedure (SOP) yang jelas. Efektivitas program revitalisasi pasar menjadi hal yang penting untuk dikaji bahwa ukuran daripada efektifitas harus adanya suatu perbandingan antara masukan dan keluaran, ukuran daripada efektifitas harus adanya tingkat kepuasan dan adanya penciptaan hubungan kerja yang kondusif serta intensitas yang tinggi, artinya ukuran daripada efektifitas adanya keadaan rasa saling memiliki dengan tingkatan yang tinggi (Danim, 2004). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Efektivitas Revitalisasi Pasar Tradisional Pa'baeng-Baeng Di Kota Makassar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif deskriptif (Moleong, 2004). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara mendalam (indepth interview) dan telaah dokumentasi. Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kualitatif yaitu analisis pernyataan dari hasil wawancara dari informan dengan menggunakan tahapan reduksi data, penyajian data dan verifikasi data dan dengan analisis konteks dari telaah pustaka (Sugiyono, 2012).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program revitalisasi pasar tradisional muncul atas keprihatinan semakin menurunnya jumlah kunjungan masyarakat ke pasar tradisional yang dapat mengancam eksistensi pasar tradisional. Program revitalisasi pasar tradisional dimaksud untuk menjawab permasalahan yang ada dengan menyentuh kondisi fisik dan tata kelola pasar yang nantinya akan meningkatkan kunjungan konsumen sehingga berdampak pada pendapatan pedagang.

Kebijakan pemerintah terkait dengan pasar tradisional dituangkan dalam Peraturan Presiden No. 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Dalam peraturan tersebut disebutkan bahwa pemerintah dan pemerintah daerah baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama sesuai dengan bidang tugas masing-masing melakukan pembinaan terhadap pasar tradisional. Dengan demikian, seluruh kementerian dan lembaga negara dapat melakukan pembinaan terhadap pasar tradisional sesuai dengan tugas dan fungsi masing-masing. Peraturan Presiden tersebut diikuti dengan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 53/M-Dag/Per/12/2008 Tentang Pedoman Penataan Dan Pembinaan Pasar

Tradisional Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern.

Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah, termasuk kerjasama swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar. Pembangunan dan pengelolaan sarana prasarana distribusi perdagangan bertujuan menghasilkan pasar percontohan. Pasar percontohan tersebut dalam hal menciptakan pasar tradisional yang bersih, sehat, aman, nyaman, tertib, jujur dan ramah lingkungan serta meningkatkan daya saing.

Pasar Pa'baeng-Baeng Kota Makassar merupakan salah satu pasar tradisional yang terletak di Kota Makassar. Pasar Pa'baeng-Baeng berdiri sejak tahun 1980 dan telah direvitalisasi pada tahun 2009. Luas Lahan pasar tersebut adalah 21.600 m² dan status kepemilikan lahan adalah tanah pemerintah Kota Makassar.

Langkah yang dilakukan pemerintah dalam hal pendanaan untuk pemberdayaan pasar tradisional adalah dengan adanya dana stimulus fiskal dari kementerian perdagangan RI untuk pembangunan pasar pa'baeng-baeng di Kota Makassar. Jumlah dana pembangunan pasar yang berasal dari dana stimulus fiskal adalah sebesar Rp. 12.500.000.000.

Tahun Anggaran 2009 Kantor Perindustrian Perdagangan Dan Penanaman Modal Kota Makassar mendapat alokasi dana untuk kegiatan Pembangunan Pasar Tradisional Percontohan Pasar Pa'baeng-Baeng Kota Makassar sebesar Rp.12.500.000.000,- (dua belas milyar lima ratus juta rupiah) yang bersumber dari APBN. Setelah selesai pembangunan pasar Pa'baeng-Baeng, maka di Dinas perindustrian perdagangan menyerahkan

bangunan pasar untuk dikelola oleh PD. Pasar Makassar Raya.

Program yang dilakukan oleh PD. Pasar Makassar Raya dalam rangka pengelolaan pasar sekaitan dengan upaya pengelolaan pendapatan, pelayanan kebersihan, pelayanan keamanan dan ketertiban pasar, penyediaan sarana dan prasarana fasilitas pasar, meningkatkan kinerja aparat atau karyawan. Dan sekaitan dengan kedua fungsi yakni mewujudkan dan meningkatkan pelayanan masyarakat dalam penyediaan sarana dan prasarana pasar agar nanti memberikan kontribusi pendapatan asli daerah dalam rangka pengembangan dan pembangunan kota Makassar.

Efektivitas program pasar tradisional ini akan tercapai apabila adanya dukungan dari semua pihak terutama pengelola pasar dan pedagang selaku pemeran di dalam aktivitas ekonomi di pasar. Perbaikan kondisi fisik yang bersih dan nyaman serta manajemen pengelolaan yang baik dan profesional dengan SDM pengelola pasar yang berkualitas dan profesional diharapkan mampu meningkatkan daya saing pasar tradisional, meningkatkan kunjungan konsumen untuk berbelanja di pasar tradisional. Tentu saja hal ini akan berdampak langsung terhadap peningkatan pendapatan pedagang.

Efektivitas merupakan hubungan antara keluaran suatu pusat tanggung jawab dengan sasaran yang mesti dicapai, semakin besar kontribusi daripada keluaran yang dihasilkan terhadap nilai pencapaian sasaran tersebut, maka dapat dikatakan efektif pula unit tersebut.

Penelitian ini menunjukkan bahwa dalam program revitalisasi pasar tradisional Pa'baeng-Baeng tidak efektif. Hasil yang diharapkan yaitu terciptanya pasar tradisional yang bersih,sehat, tertib, aman, jujur, ramah lingkungan serta meningkatkan daya saing sehingga diperlukan penguatan kembali komitmen dari para implementor dan penerima kebijakan untuk pelaksanaan kebijakan

tersebut namun kondisi pasar Pa'baeng-Baeng yang terlihat dilapangan belum mencapai tujuan tersebut. Terlihat masih banyak PKL yang berjualan diluar pasar, sampah masih terlihat dimana-mana, sempitnya lorong pasar yang disebabkan karena banyaknya penjual yang mengambil lorong pasar sebagai tempat jualan menyebabkan ketidaknyamanan bagi pembeli menyebabkan banyak pembeli yang memilih untuk berbelanja diluar pasar, kurangnya pembeli. Melihat kondisi yang ada dipasar, tampak bahwa kurangnya baiknya pengelolaan dari pengelola pasar dan termasuk kurangnya kesadaran dari pedagang dalam mencapai tujuan sehingga diperlukan penguatan kembali komitmen dari para implementor dan penerima kebijakan untuk pelaksanaan kebijakan tersebut.

Untuk mengukur efektivitas maka variabel-variabel dalam mengukur efektivitas berdasarkan teori dari Donald S. David Krech, Ricard S. Cruthfied dan Egerton L. Ballachey dilihat dari : jumlah hasil yang dikeluarkan, tingkat kepuasan yang diperoleh, produk kreatif dan intensitas yang akan dicapai (Danim, 2004).

Hasil dimaksud dalam penelitian ini dapat dilihat dari perbandingan (ratio) antara masukan (input) dengan keluaran (output). Masukan (inputnya) berupa sumber daya finansial yang berasal dari Kementerian Perdagangan dan Perindustrian menggunakan dana anggaran pendapatan dan belanja negara dana stimulus fiskal sebesar Rp. 12.500.000.000, (Dua belas Milyar Lima Ratus Juta Rupiah) yang dikelola oleh Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Makassar dan untuk pengelolaan pasca pembangunan pemegang tanggung jawab adalah PD. Pasar Makassar Raya. Program pembangunan dan pengembangan sarana distribusi melalui revitalisasi pasar Pa'baeng-Baeng ini ditujukan untuk mengembangkan pasar tradisional dengan harapan agar tidak mati dan kalah bersaing. Revitalisasi pasar yang

dilakukan dengan cara membangun bangunan pasar diharapkan mampu meningkatkan daya tarik pasar tradisional agar mampu bersaing secara dinamis. Keluaran (Ouput) yang dihasilkan adalah bangunan pasar Pa'baeng-Baeng dengan kualifikasi yang sudah jadi Luas Lahan: 10.970,59 m², Luas Bangunan: 4.308,77 m² dengan Los Kering: 592 Unit (Ukuran @2m X 2 m), Los Basah:72 Unit (Ukuran @ 0,9 m X 1,2 m), Kios: 39 Unit (Ukuran 4m X 4 m) serta Kios: 28 unit (Ukuran 3m X 4 m). Berdasarkan data yang diperoleh dilapangan Pihak Disperindag Kota Makassar selaku penanggung jawab proyek pembangunan tersebut mengklaim pembangunan pasar sesuai dengan RABnya Dengan demikian bangunan pasar Pa'baeng-Baeng yang baru diharapkan akan dapat meningkatkan aktivitas pasar tradisional dan memperbaiki taraf hidup pedagangnya.

Hasil merupakan perbandingan antara masukan (input) dan keluaran (output), dalam penelitian ini dapat berdasarkan observasi dan hasil wawancara disimpulkan bahwa masukan (input) berupa sumber daya finansial dan non finansial menghasilkan keluaran (output) berupa bangunan Pasar Pabaeng-baeng yang baru sesuai spesifikasi yang telah direncanakan sebelumnya sehingga tujuan revitalisasi pasar Pabaeng-baeng yakni menciptakan lingkungan pasar tradisional yang bersih, sehat, tertib, aman, jujur dan ramah lingkungan serta dapat meningkatkan daya saing dapat diwujudkan. Namun, ternyata jumlah los pasar yang dibangun tidak dapat menampung semua pedagang lama maupun PKL yang berjualan diluar pasar, padahal pihak pengelola pasar dalam hal ini PD. Pasar Makassar Raya pada saat mengajukan proposal pembangunan pasar kepada Kementerian perdagangan telah mendata jumlah pedagang dalam pasar maupun para PKL yang berjualan diluar pasar, namun pada kenyataannya setelah dibangun jumlah los tetap tidak cukup untuk menampung semua pedagang. Berdasarkan observasi dan hasil wawancara

dapat disimpulkan bahwa pada variabel Jumlah Hasil yang dapat dikeluarkan pada program revitalisasi Pasar Pabaeng-baeng ini dikategorikan tidak efektif.

Tingkat kepuasan para pedagang dalam hal ini setelah revitalisasi pasar tradisional di pasar Pa'baeng-Baeng dari segi bangunan, mereka menganggap sangat mengecewakan. Ukuran los yang sangat sempit yaitu berukuran 2m x 2m tidak memungkinkan bagi para pedagang untuk berjualan di los mereka. Ukuran tersebut dianggap sangat tidak adil karena sebelum di revitalisasi mereka ada yang mempunyai los sampai ukuran 5m x 7 m. Namun, pada akhirnya pedagang tetap menerima, dengan menumpuk barang-barang dagangan mereka walaupun dirasakan sangat kurang nyaman. Bagi pedagang yang tidak menerima, mereka lebih memilih berhenti berjualan dan mengosongkan los mereka, ada juga yang berhenti berjualan di dalam pasar dan memilih berjualan diluar pasar yang akhirnya kembali menambah kesemrawutan dan ketidaktertiban pedagang-pedagang pasar.

Produk kreatif, yaitu penciptaan hubungan yang kondisi yang kondusif dengan dunia kerja, yang nantinya dapat menumbuhkan kreatifitas dan kemampuan. Dalam hal ini pengelola pasar melakukan beberapa sosialisasi terhadap para pedagang pasar, hal ini dilakukan dalam upaya meningkatkan daya saing pasar tradisional. Namun, sosialisasi para pegelola pasar kepada para pedagang pasar dapat dikatakan tidak efektif karena perubahan perilaku pedagang pasar tidak berubah, penataan barang dagangan yang tidak teratur, kebersihan pasar yang tidak terawat yang menyebabkan kesan pasar yang tidak tertib dan kotor masih melekat pada pasar tradisional. Data yang didapatkan dilapangan bahwa untuk mendapatkan tempat, baik berupa kios dan los pedagang harus mengeluarkan sejumlah uang yang di berikan kepada pengelola pasar.

Dalam variabel intensitas yang akan dicapai, artinya memiliki ketaatan yang tinggi dalam suatu tingkatan intens sesuatu, dimana adanya rasa saling memiliki dengan kadar yang tinggi. Dari variabel intensitas yang akan dicapai dikategorikan tidak efektif, disebabkan pengelola pasar, begitupun dengan pedagang yang memiliki tingkat kesadaran yang rendah. Masalah pedagang kaki lima yang di berada di luar pasar, diperparah dengan adanya kesan pembiaran oleh pengelola pasar. Setelah dilakukan revitalisasi pasar, omzet pedagang pasar menurun hal ini dipengaruhi oleh faktor lokasi tempat berjualan, sepi pembeli yang masuk ke dalam pasar akhirnya membuat pedagang keluar menjual ke badan pasar. Pengelola pasar dalam hal ini kurang tegas membina disiplin para pedagang, banyaknya los yang kosong dalam pasar dibiarkan saja bahkan terkadang antara pedagang saling melakukan transaksi sewa los antara para pedagang yang lain, meskipun hal itu diketahui oleh pengelola pasar namun tidak ada tindakan yang tegas dari pengelola pasar kepada para pedagang pasar. Dengan demikian tujuan revitalisasi pasar yakni menciptakan lingkungan pasar tradisional yang bersih, sehat, tertib, aman, jujur dan ramah lingkungan serta dapat meningkatkan daya saing masih jauh dari harapan.

Tujuan pemerintah dalam merevitalisasi pasar Pa'baeng-Baeng ditujukan untuk mengembangkan pasar tradisional dengan harapan agar tidak mati dan kalah bersaing. Namun, tujuan revitalisasi Pasar Pa'baeng-Baeng, tidak mencapai hasil yang diharapkan. Meskipun banyak pasar tradisional dibangun kembali, upaya revitalisasi ini belum menunjukkan keberhasilan secara signifikan. Hal ini ditandai dengan tidak bertambah ramainya pasar tradisional. Beberapa pasar tradisional yang direvitalisasi justru menunjukkan okupansi pemanfaatan ruang di bawah 50%, yang justru menambah citra kekumuhan pasar tradisional. Kekurangberhasilan revitalisasi pasar tradisional ini pada beberapa ka-

sus akibat kegagalan dari perancangan bangunan.

KESIMPULAN

Efektivitas program revitalisasi pasar tradisional ini akan tercapai apabila adanya dukungan dari semua pihak terutama pengelola pasar dan pedagang selaku pemeran di dalam aktivitas ekonomi di pasar. Hasil penelitian efektivitas revitalisasi pasar tradisional Pa'baeng-Baeng Kota Makassar ini menunjukkan bahwa revitalisasi pasar tradisional tidak efektif, hal ini diukur dari variabel jumlah hasil dikategorikan tidak efektif, disebabkan karena adanya pekerjaan yang tidak terealisasi dan dari segi kuantitas jumlah kios yang dibangun tidak dapat menampung pedagang dan PKL yang berjualan diluar pasar. Dari variabel tingkat kepuasan yang diperoleh dikategorikan tidak efektif, disebabkan ukuran los sangat sempit dan belum tersedianya sarana yang memadai. Dari variabel produk kreatif dikategorikan tidak efektif, disebabkan penataan jenis barang jualan pasar yang tidak teratur dan kurangnya sosialisasi pengelola pasar pada pedagang sehingga tidak tercipta hubungan yang kondusif yang bisa menimbulkan kreativitas pedagang. Dari variabel intensitas yang dicapai dikategorikan tidak efektif, disebabkan pengelola pasar masih kurang mematuhi aturan yang ada mengenai pengelolaan pasar, begitupun dengan pedagang yang memiliki tingkat kesadaran yang rendah dalam hal menciptakan pasar yang berdaya saing. Saran kepada pemerintah yaitu pemerintah haruslah proaktif untuk menghidupkan kembali pasar tradisional begitu juga dengan para pedagang dan pengelola pasar harus konsisten untuk menjaga eksistensi pasar tradisional untuk kebersihan pasar pasca revitalisasi tetap terjaga disertai juga dengan tata kelola pasar yang profesional. Program revitalisasi ini butuh keseriusan dan komitmen vi-

si untuk pengembangan ekonomi yang berpihak pada masyarakat banyak.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayuningsasi, A. A. (2010). *Analisis Pendapatan pedagang Sebelum dan Sesudah Program Revitalisasi Pasar Tradisional di Kota Denpasar (Studi Kasus Pasar Sudha Merta Desa Sidakarya)*. Jurnal Piramida: 7 (1). Available at : ejournal.unud.ac.id/
- Danim, S. (2004). *Motivasi Kepemimpinan dan Efektivitas Kelompok*. Bengkulu: Rineka Cipta.
- Danisworo, M. dan W. Martokusumo. (2000). *Revitalisasi Kawasan Kota Sebuah Catatan dalam Pengembangan dan Pemanfaatan Kawasan Kota*. Diakses dari www.urdi.org (urban and regional development institute, 2000. Diunduh tanggal 22 Maret 2012.
- Dye, T. R. (2008). *Understanding Public Policy*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Lubis, H. & M. Husaini. (1987). *Teori Organisasi (Suatu Pendekatan Makro)*. PAU Ilmu Sosial UI.
- Machfoedz, M. (2005). *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Mahmudi. (2005). *Manajemen Kinerja Sektor Publik*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Menteri Perdagangan Republik Indonesia. (2008). *Pasar Tradisional Yang Modern Dalam Rangka Peningkatan Daya Saing Pasar Tradisional*. Jakarta: Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.
- Moleong, L. J. (2004). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Robbins, S. P. (1994). *Teori Organisasi: Struktur, Desain, dan Aplikasi*. Jakarta: Arcan.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suryadarma, D. (2008). *Dampak Supermarket Terhadap Pasar dan Pedagang Ritel Di Indonesia*. Jakarta: Lembaga Penelitian Semeru.