

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini memaparkan 5 (lima) penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti tentang revitalisasi pasar tradisional. Berikut ini merupakan penelitian terdahulu yang telah dipublikasikan dalam bentuk jurnal terkait penelitian yang dilakukan;

Penelitian Pertama, Judul Implementasi Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional Sarijadi Kota Bandung. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui implementasi kebijakan revitalisasi pasar tradisional, kendala dan upaya dalam kebijakan revitalisasi pasar tradisional dimaksud. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif dengan strategi studi kasus.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional Sarijadi Kota Bandung. Implementasi Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional Sarijadi Kota Bandung berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 37 Tahun 2017 tentang Pedoman Pembangunan dan Pengelolaan Sarana Perdagangan diukur dengan teori implementasi kebijakan dari Merilee S. Grindle belum sesuai dengan peraturan yang ada. Kebijakan revitalisasi yang dilakukan di Pasar Sarijadi cenderung menekankan aspek fisik, yaitu pembangunan gedung pasar. Sedangkan aspek-aspek nonfisik yang menekankan manajemen, ekonomi dan sosial budaya belum dilakukan secara optimal. Akibatnya revitalisasi pasar tidak menambah baik minat pedagang dan pembeli untuk berniaga di Pasar Sarijadi. Kendala yang dihadapi dalam implementasi kebijakan revitalisasi pasar tradisional Sarijadi Kota Bandung berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 37 Tahun 2017 tentang Pedoman Pembangunan dan Pengelolaan Sarana Perdagangan diukur

dengan teori implementasi kebijakan dari Merilee S. Grindle terletak pada tipe manfaat, derajat perubahan yang diinginkan, dan pelaksana program

dalam dimensi isi kebijakan, sedangkan dalam dimensi konteks implementasi, terletak pada karakteristik lembaga dan rezim yang berkuasa, yaitu belum optimalnya kinerja pengurus Pasar Sarijadi. (Jurnal Governansi, Vol 6, No 1, April 2020, p-ISSN 2442-3971 e-ISSN 2549-7138).

Penelitian Kedua, Judul Analisis Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Persepsi Konsumen dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli dan Kepuasan Konsumen di Kota Medan. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui perbandingan perbedaan persepsi konsumen sebelum dan sesudah revitalisasi pada pasar tradisional dan mengetahui pengaruh persepsi konsumen terhadap minat beli konsumen sebagai dampak revitalisasi pasar tradisional di Kota Medan dan untuk mengetahui pengaruh persepsi konsumen terhadap minat beli konsumen sebagai dampak revitalisasi pasar tradisional di Kota Medan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, teknik pengambilan data menggunakan sampling area.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan Analisis Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Persepsi Konsumen dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli dan Kepuasan Konsumen di Kota Medan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada Pasar Sei Kambing, Pasar Kampung Lalang, dan Pasar Suka Ramai Medan dengan 280 responden yang berbelanja yang berisikan 15 pernyataan masing-masing per-indikator 5 pernyataan yang menyangkut dengan indikator produk, proses, orang, bukti fisik, dan harga dengan nilai persamaan tertinggi yakni pada pasar Kp. Lalang Medan yakni jika persepsi konsumen meningkat sebesar 1 % maka minat masyarakat dalam berbelanja akan meningkat sebesar 0.855 %. Sedangkan untuk pasar Sei Kambing Medan jika persepsi konsumen meningkat sebesar 1 % maka minat beli masyarakat dalam berbelanja akan meningkat sebesar 0.346 %, dan pada pasar Suka Ramai Medan minat beli masyarakat dalam berbelanja akan meningkat jika persepsi konsumen naik sebesar 1%. Dengan melihat

hal tersebut dapat diyakini bahwa program yang dilakukan pemerintah dalam merevitalisasi pasar Kp. Lalang Medan sudah baik. Hal itu dapat dilihat dari Lokasi Pasar yang di bangun sangat strategis, area parkir sepeda motor dan mobil yang tertata dengan rapi. Adanya sarana ibadah, adanya perbedaan kios atas produk yang dijual, transaksi jual beli yang fleksibel. Maka dari itu dengan melihat perubahan yang terjadi dengan sebab revitalisasi pasar tradisional dapat membentuk opini masyarakat yang positif sehingga konsumen tertari untuk melakukan eksploratif sampai hal transaksi, memberikan referensi yang positif terhadap pasar, dan setia menjadi pelanggan pasar tradisional, sehingga tidak kecil kemungkinan konsumen paar modeern pun akan beralih berbelanja pada pasar tradisional. (Jurnal Bisnis Administrasi (BIS-A), Vol 8, No 1, 2019, p-ISSN: 2303-2537 e-ISSN: 2597-4394).

Penelitian Ketiga, Judul Efektifitas dan Dampak Program Revitalisasi Pasar Tradisional di Pasar Agung Peninjoan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas dan dampak program revitalisasi pasar tradisional terhadap kondisi fisik, tata kelola pasar, dan pendapatan pedagang di Pasar Agung Peninjoan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian data kualitatif yang berupa keterangan tentang lokasi penelitian dan sumber dana revitalisasi pasar dan data kuantitatif yang berupa jumlah pedagang.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan Efektifitas dan Dampak Program Revitalisasi Pasar Tradisional di Pasar Agung Peninjoan. Berdasarkan Tingkat efektivitas pelaksanaan program revitalisasi pasar tradisional di Pasar Agung Peninjoan tergolong cukup efektif berdasarkan perhitungan kumulatif efektivitas yaitu sebesar 71,79 persen. Program revitalisasi pasar tradisional memberikan dampak positif dan signifikan bagi kondisi fisik, tata kelola pasar, peningkatan pendapatan pedagang di Pasar Agung Peninjoan. (E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana, Vol 2, No 5, Mei 2013, ISSN: 2303-0178).

Penelitian Keempat, Judul Revitalisasi Pasar Tradisional dalam Mewujudkan Pengembangan Ekonomi Lokal di Kabupaten Sumenep. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis Revitalisasi Pasar Tradisional dalam Mewujudkan Pengembangan Ekonomi Lokal di Kabupaten Sumenep. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian data kualitatif.

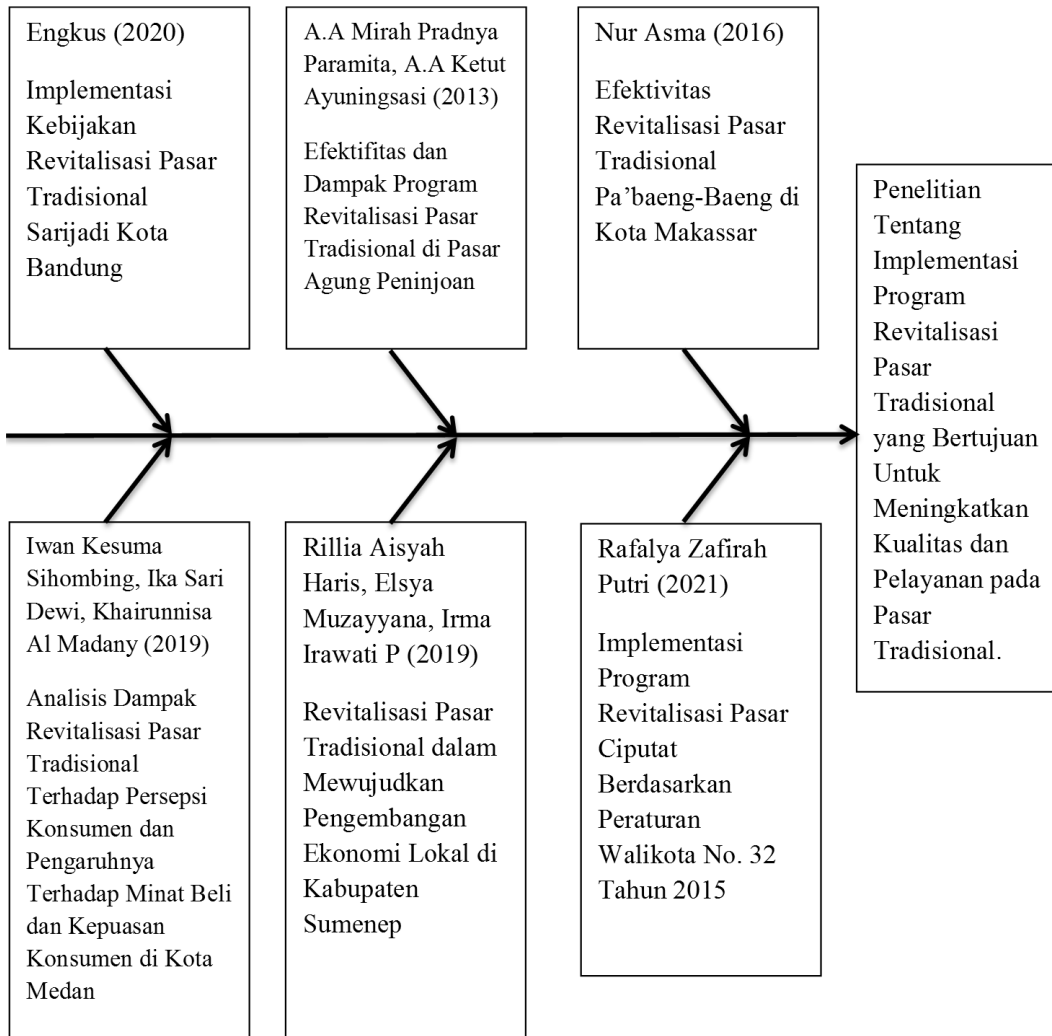
Hasil dari penelitian ini menunjukkan Revitalisasi Pasar Tradisional dalam Mewujudkan Pengembangan Ekonomi Lokal di Kabupaten Sumenep. Berdasarkan penelitian menunjukkan bahwa pemerintah daerah Kabupaten Sumenep telah berperan sebagai koordinator dan fasilitator dalam merevitalisasi pasar tradisional namun belum mampu terlaksana secara optimal yang disebabkan belum adanya payung hukum yang jelas dari kebijakan pembangunan ekonomi lokal melalui revitalisasi pasar tradisional. (Jurnal Ilmu Administrasi Publik, Vol 4, No 2, 2019, p-ISSN: 2541-2515 e-ISSN: 2541-2035).

Penelitian Kelima, Judul Efektivitas Revitalisasi Pasar Tradisional Pa'baeng-Baeng di Kota Makassar. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis Efektivitas Revitalisasi Pasar Tradisional Pa'baeng-Baeng di Kota Makassar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif.

Hasil dari penelitian 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 kios 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. (Jurnal Ilmu Pemerintahan, Vol 9, No 2, Juli 2016, ISSN 1979-5645).

Grafik 1.1 Diagram Fishbone



Berdasarkan kelima penelitian terdahulu yang dijadikan acuan dalam penelitian mengenai “Implementasi Program Revitalisasi Pasar Ciputat Berdasarkan Peraturan Walikota No. 32 Tahun 2015” maka dapat di gambarkan perbedaan dalam penelitian yang akan dilakukan. Perbedaan dalam penelitian ini yaitu lokus penelitian dilakukan di Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Dinas Bangunan dan Penataan Ruang Kota Tangerang Selatan dan Pasar Ciputat untuk memenuhi pendataan ilmiah dengan menggunakan teori Van Meter dan Van Horn.

2.2 Kebijakan Publik

Kebijakan publik secara konseptual dapat di lihat dari kamus administrasi publik Chandler dan Plano (1988) yang mengatakan bahwa kebijakan publik adalah pemanfaatan yang strategis terhadap sumber-sumber daya yang ada untuk memecahkan masalah publik atau pemerintah. Carl J. Federick sebagaimana dikutip Leo Agustino (2008:7) mendefinisikan kebijakan sebagai serangkaian tindakan/kegiatan yang diusulkan seseorang, kelompok, atau pemerintah dalam suatu lingkungan tertentu di mana terdapat hambatan-hambatan (kesulitan-kesulitan) dan kesempatan-kesempatan terhadap pelaksanaan usulan kebijaksanaan tersebut dalam rangka mencapai tujuan tertentu. Pendapat ini juga menunjukkan bahwa ide kebijakan melibatkan perilaku yang memiliki maksud dan tujuan merupakan bagian yang penting dari definisi kebijakan, karena bagaimanapun kebijakan harus menunjukkan apa yang sesungguhnya dikerjakan daripada apa yang diusulkan dalam beberapa kegiatan pada suatu masalah.

David Easton (1988 : 129) sebagai “*the authoritative allocation of values for the whole society*”, pengertian ini mengandung makna pengalokasian nilai-nilai secara paksa (sah) kepada seluruh anggota masyarakat. Laswell dan Kaplan juga mengartikan kebijakan publik sebagai *projected program of goal, value, and practice* atau sesuatu program pencapaian tujuan, nilai-nilai dalam praktekpraktek yang terarah. Pressman dan Widavsky dalam (Winarno, 2002: 17) mendefinisikan kebijakan publik sebagai hipotesis yang mengandung kondisi-kondisi awal dan akibat-akibat yang bisa diramalkan. Kebijakan publik itu harus dibedakan dengan bentuk-bentuk kebijakan yang lain misalnya kebijakan swasta. Hal ini dipengaruhi oleh keterlibatan faktor-faktor bukan pemerintah. Eyestone sebagaimana dikutip Agustino (2008:6) mendefinisikan kebijakan publik sebagai hubungan antara unit pemerintah dengan lingkungannya. Banyak pihak beranggapan bahwa definisi tersebut masih terlalu luas untuk dipahami,

karena apa yang dimaksud dengan kebijakan publik dapat mencakup banyak hal. Menurut Nugroho, ada dua karakteristik dari kebijakan publik, yaitu:

1. Kebijakan publik merupakan sesuatu yang mudah untuk dipahami, karena maknanya adalah hal-hal yang dikerjakan untuk mencapai tujuan nasional
2. Kebijakan publik merupakan sesuatu yang mudah diukur, karena ukurannya jelas yakni sejauh mana kemajuan pencapaian cita-cita sudah ditempuh Woll sebagaimana dikutip Tangkilisan (2003:2) menyebutkan bahwa kebijakan publik ialah sejumlah aktivitas pemerintah untuk memecahkan masalah di tengah masyarakat, baik secara langsung maupun melalui berbagai lembaga yang mempengaruhi kehidupan masyarakat.

Anderson dalam (Islamy, 2009: 17) mendefinisikan bahwa kebijakan adalah *“a purposive course of action followed by an actor or set of actors in dealing with a problem or matter of concern”* (Serangkaian tindakan yang mempunyai tujuan tertentu yang diikuti dan dilaksanakan oleh seorang pelaku atau sekelompok pelaku guna memecahkan suatu masalah tertentu). Dari definisi para ahli di atas maka dapat dirangkum bahwa kebijakan publik adalah: “Serangkaian keputusan kebijaksanaan yang diambil seorang atau sekelompok orang untuk mewujudkan tujuan-tujuan tertentu di dalam masyarakat”.

2.3 Implementasi Kebijakan

2.2.1 2.3.1 Model Merilee S. Grindle

Grindle (1980) mengemukakan bahwa keberhasilan implementasi kebijakan publik dipengaruhi dua variabel yang fundamental, yakni isi kebijakan (*content of policy*) dan konteks implementasi (*context of implementation*). Variabel isi kebijakan (*content of policy*) yang diungkapkan Grindle mencakup hal-hal sebagai berikut (1) sejauh mana kepentingan kelompok sasaran atau target groups termuat dalam isi

kebijakan public; (2) jenis manfaat yang diterima oleh target groups; (3) sejauh mana perubahan yang diinginkan oleh kebijakan; (4) apakah letak sebuah program sudah tepat; (5) apakah sebuah kebijakan telah menyebutkan implementornya dengan rinci; (6) sumber daya yang disebutkan apakah sebuah program didukung oleh sumber daya yang memadai.

Variabel konteks implementasi (*context of implementation*) mencakup hal-hal sebagai berikut (1) seberapa besar kekuasaan, kepentingan, dan strategi yang dimiliki oleh para aktor yang terlibat dalam implementasi kebijakan; (2) karakteristik institusi dan rezim yang sedang berkuasa; (3) tingkat kepatuhan dan responsivitas kelompok sasaran.

2.2.2 2.3.2 Model Van Meter dan Van Horn

Van Meter dan Van Horn (1975) mengemukakan bahwa implementasi kebijakan sebagai: “Tindakan-tindakan yang dilakukan baik oleh individu-individu atau pejabat-pejabat atau kelompok-kelompok pemerintah atau swasta yang diarahkan pada tercapainya tujuan-tujuan yang telah digariskan dalam keputusan kebijaksanaan.” Ada enam variabel, menurut Van Metter & Van Horn dalam (Agustino, 2016) yang mempengaruhi kinerja implementasi kebijakan publik:

1. Tujuan dan Ukuran Kebijakan. Kinerja implementasi kebijakan publik dapat diukur tingkat keberhasilannya jika dan hanya jika ukuran dan tujuan dari kebijakan memang realistis dengan sosio-kultur yang mengada di tingkat pelaksana kebijakan. Ketika ukuran kebijakan atau tujuan kebijakan terlalu ideal (bahkan terlalu utopis) untuk dilaksanakan ditingkat warga, maka akan sulit merealisasikan kebijakan publik hingga titik yang dapat dikatakan berhasil.
2. Sumber daya. Keberhasilan proses implementasi kebijakan sangat tergantung dari kemampuan memanfaatkan sumber daya yang tersedia. Manusia merupakan sumber daya yang terpenting dalam

menentukan suatu keberhasilan proses implementasi. Tahap-tahap tertentu dari keseluruhan proses implementasi menuntut adanya sumber daya manusia yang berkualitas sesuai dengan pekerjaan yang diisyaratkan oleh kebijakan yang telah ditetapkan secara apolitik. Tetapi ketika kompetensi dan kapabilitas dari sumber-sumber daya itu nihil, maka kinerja kebijakan publik sangat sulit untuk diharapkan. Tetapi diluar sumber daya manusia, sumber-sumber daya lain yang perlu diperhitungkan juga ialah sumber daya finansial dan waktu. Ini karena mau tidak mau ketika sumber daya manusia yang kompeten dan kapabel telah tersedia, maka akan timbul masalah untuk merealisasikan apa yang hendak dituju oleh tujuan kebijakan. Demikian pula halnya dengan sumber daya waktu. Saat sumber daya manusia giat bekerja dan kucuran dana berjalan dengan baik, tetapi terbentur dengan masalah waktu yang berlalu ketat, maka hal ini pun dapat menjadi penyebab ketidakberhasilan suatu implementasi kebijakan publik.

3. Karakteristik Agen Pelaksana. Pusat perhatian pada agen pelaksana meliputi organisasi formal dan organisasi informal yang akan terlibat pengimplementasian kebijakan publik. Hal ini sangat penting karena kinerja implementasi kebijakan (publik) akan sangat banyak dipengaruhi oleh ciri-ciri yang tepat serta cocok dengan para agen pelaksananya. Selain itu cakupan atau luas wilayah implementasi kebijakan perlu diperhitungkan manakala hendak menentukan agen pelaksana. Semakin luas cakupan implementasi kebijakan, maka seharusnya semakin besar pula agen dilibatkan.
4. Sikap Para Pelaksana. Sikap penerima atau penolakan dari (agen) pelaksana akan sangat banyak mempengaruhi keberhasilan atau tidaknya kinerja implementasi kebijakan publik. Hal ini sangat mungkin terjadi oleh karena kebijakan yang dilaksanakan bukanlah hasil formulasi warga setempat yang mengenal betul persoalan dan permasalahan yang mereka rasakan. Tetapi kebijakan yang akan

implementor laksanakan adalah kebijakan adalah kebijakan 'dari atas' (*top down*) yang sangat mungkin para pengambil keputusannya tidak pernah mengetahui (bahkan tidak mampu menyentuh) kebutuhan, keinginan atau permasalahan yang warga ingin selesaikan.

5. Komunikasi Antar Organisasi. Koordinasi merupakan mekanisme sekaligus syarat utama dalam menentukan keberhasilan pelaksana kebijakan. Semakin baik koordinasi dan komunikasi di antara pihak-pihak yang terlibat dalam suatu proses implementasi maka asumsinya kesalahan-kesalahan akan sangat kecil terjadi dan begitu pula sebaliknya.
6. Lingkungan Ekonomi, Sosial, dan Politik Hal terakhir yang perlu juga diperhatikan guna menilai kinerja implementasi publik dalam perspektif yang ditawarkan oleh Van Metter & Van Horn adalah sejauh mana lingkungan eksternal turut mendorong keberhasilan kebijakan publik yang telah ditetapkan. Lingkungan yang dimaksud termasuk lingkungan sosial, ekonomi dan politik. Dan lingkungan yang tidak kondusif dapat menjadi biang keladi dari kegagalan kinerja implementasi kebijakan. Oleh sebab itu, upaya untuk mengimplementasikan kebijakan harus pula memperhatikan kekondusifan kondisi lingkungan eksternal.

1.4 Program

Program merupakan perangkat data/ perencanaan yang dirumuskan dalam bentuk perencanaan-perencanaan. Sedangkan Menurut Hans Hochholzer dalam E Hetzer (1983 : 11), Program merupakan kumpulan kegiatan nyata, sistematis, dan terpadu yang dilaksanakan oleh suatu atau beberapa instansi pemerintah dalam rangka kerjasama dengan swasta dan masyarakat guna mencapai tujuan dan sarana yang ditetapkan, suatu program disusun berdasarkan tujuan ataupun target yang ingin dicapai, sedangkan Susunan perencanaan program - program tersebut disebut

sebagai program kerja. Adapun kerangka penyusunan program kerja menurut Andilie Under (1991:25) mencakup beberapa aspek sebagai berikut :

1. Perencanaan seorang pimpinan harus bisa memilih program kerja yang menjadi prioritas utama dalam sebuah organisasi yang menguntungkan, menentukan sebuah kepanitiaan dan menentukan bidang-bidang yang dibutuhkan, menentukan garis-garis besar dan tata cara pelaksanaan program kerja dari tiap-tiap bidang, mengalokasikan sumberdaya dan mengontrol jalannya pelaksanaan.
2. Program kerja prioritas “Nama Program Kerja” yang menjadi prioritas.
3. Tujuan mengapa punya program kerja? untuk Mendidik/ membangun sekelompok (siapa) agar dapat membuat / mengembangkan (apa) dengan waktu (berapa lama) dengan harapan terbentuk menjadi (bagaimana) dengan segala keterbatasan yang ada. Program kerja dapat mengurangi apa? Apa hasilnya untuk organisasi? Apa kelanjutan dari program kerja (terobosan)?.
4. Isu (analisis sistem) kenapa program kerja ini sampai diajukan? kelemahan, kekuatan dari organisasi (dari dalam), dan peluang, ancaman dari organisasi (dari luar).
5. Cakupan untuk siapa dan area cakupan seberapa besar? diperuntukkan kepada siapa? seberapa besar daerah cakupannya?
6. Waktu, butuh berapa tahap? Tiap tahun butuh berapa lama?

2.5 Pasar

Pengertian pasar menurut Peraturan Menteri Perdagangan No. 53 Tahun 2008 yaitu pasar merupakan area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007

yaitu pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan 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 dandengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar. Disempurnakan dalam penjelasan Pasal 12 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, terminologi “Pasar Tradisional” beralih menjadi “Pasar Rakyat”.

Sedangkan definisi pasar menurut Sukirno (2003:25) dalam (Alfianita, 2015) adalah suatu institusi yang pada umumnya tidak terwujud dalam fisik yang mempertemukan penjual dan pembeli suatu barang. Secara umum pasar dibedakan atas pasar tradisional dan pasar modern. Menurut Sudarman (1992:16) pasar memiliki lima fungsi utama, diantaranya adalah pasar menetapkan nilai (*sets value*), mengorganisasi produksi, mendistribusikan barang, penyelenggara penjatahan, serta dapat mempertahankan dan mempersiapkan keperluan masa yang akan datang. Dilihat dari keberadaanya pasar terbagi menjadi dua; (1) Pasar Nisakala, adalah yang abstrak dimana barang yang diperdagangkan tidak sampai ke pasar dan proses jual beli hanya didasarkan pada contoh barang saja; (2) Pasar Nyata, adalah proses yang jual belinya terjadi secara langsung dimana penjual dan pembeli bertemu dalam suatu tempat untuk melakukan proses tukar-menukar atau berjual beli barang dagangan.

2.2.3 2.4.1 Karakteristik Pasar

Karakteristik pasar menurut Narwoko dan Bagoeng (2011:300) terbagi menjadi dua, yaitu:

1. Pasar Modern, ditandai dengan sifatnya impersonal dan harga barang-barang yang dijual ditentukan dengan sistem bandrol, harga tidak ditentukan oleh tawar menawar antara penjual

dengan pembeli tetapi harga telah ditetapkan secara pasti oleh penjualnya. Dalam pasar ini hubungan antara penjual dan pembeli bersifat kontraktual. Harga yang terjadi bukan didasarkan pada interaksi yang erat antara penjual dan pembeli. Harga yang terjadi tidak dipengaruhi oleh hubungan social antara penjual dan pembeli.

2. Pasar Tradisional, menurut Alice Dewey dalam Narwoko dan Bagoeng (2011:300-301) mengatakan bahwa dalam kehidupan pedagang dan segala aktivitas pasar tradisional disamping adanya hubungan ekonomis dan jalinan perdagangan antara pasar dan petani ternyata pola hubungan sosial pedagang dan manusia-manusia yang terlibat adalah suatu hal yang tidak kalah pentingnya. Dalam pasar tradisional mengandalkan sistem harga luncur dimana pedagang tidak memasang dan menentukan harga barang-barang yang diperdagangkan secara pasti seperti halnya dipasar modern. Harga ditentukan dengan proses tawar menawar antara penjual dengan calon pembelinya. Oleh Karena itu, dalam pasar tradisional harga sering sekali diengaruhi juga oleh interaksi antara penjual dan pembeli. Harga ditentukan oleh sampai sejauhmana keakraban antara penjual dan pembeli.

2.2.4 2.4.2 Elemen-Elemen Pasar

Elemen-elemen pasar menurut Jumanah (2019) terdiri dari dua jenis, yaitu penjual dan pembeli. Oleh karena itu dapat dirinci keberadaan penjual dan pembeli, adapun elemen yang pertama adalah penjual yang terbagi menjadi beberapa jenis, yaitu :

1. Pedagang Professional, adalah pedagang yang menganggap pendapatannya merupakan sumber utama dan satu-satunya bagi ekonomi keluarga.

2. Pedagang Semi Professional, merupakan yang mengakui bahwa aktivitas jual belinya untuk memperoleh uang, hanya saja uang dari jasa berdagang bukanlah sumber utama atau satu-satunya pendapatan mereka atau dalam istilah merupakan pendapatan sampingan.
3. Pedagang Semu, merupakan pedagang yang melakukan aktivitas perdagangan Karena hobi, maka keuntungan yang merupakan hasil aktivitas perdagangannya bukanlah tujuan utama. Bisa saja pedagang semu merugi atas barang yang dijualnya tetapi dengan tujuan dapat berinteraksi dengan orang lain dan memberikan kepuasan terhadap orang lain adalah tujuan.

Sedangkan elemen yang kedua adalah pembeli yang terbagi menjadi beberapa jenis, yaitu :

1. Pengunjung, adalah orang yang datang ke pasar baik tradisional maupun modern tidak memiliki tujuan untuk melakukan pembelian terhadap barang atau jasa yang ada dipasar yang bersangkutan. Tetapi pengunjung ini hanya sekedar jalan-jalan dan menghabiskan waktu luang.
2. Pembeli, adalah orang-orang yang datang kepasar dengan tujuan untuk membeli barang atau jasa, tetapi belum memiliki kepastian dimana atau mau kemana harus membelinya. Biasanya orang-orang semacam ini datang di pasar-pasar kemudian melihat-lihat dan membanding-bandingkan barang ditempat dan mencari harga dan kualitas paling murah.
3. Pelanggan, adalah calon pembeli yang datang kepasar dengan maksud membeli barang atau jasa disini lain sudah memiliki kepastian diman harus membelinya. Interaksi yang terjadi didasari rasa saling percaya, oleh karena itu penjual tidak segan-segan memberi kelonggaran kepada pelanggannya kepada pelanggannya baik dari segi harga yang murah.

2.6 Kerangka Berpikir

Pembahasan mengenai Implementasi Program Revitalisasi Pasar Ciputat berdasarkan Peraturan Walikota Tangerang Selatan Nomor 32 Tahun 2015 tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional, penelitian ini menggunakan model teori implementasi menurut Van Meter dan Van Horn sebagai berikut :

1. Tujuan dan Ukuran
 - a. Tujuan Program Revitalisasi Pasar Ciputat :
 - i. Penataan pasar dan lingkungan Pasar Ciputat yang lebih rapih.
 - ii. Mampu berdaya saing dengan pusat perbelanjaan modern.
 - iii. Mewujudkan Pasar Ciputat yang bermanajemen modern, bersih, sehat, aman, nyaman dan kondusif.
 - iv. Peningkatan pendapatan pedagang Pasar Ciputat.
 - v. Penataan kios di Pasar Ciputat lebih teratur.
 - b. Ukuran keberhasilan Program Revitalisasi Pasar Ciputat :
Keberhasilan Revitalisasi Pasar Ciputat dapat diukur dari Standar Operasional Prosedur (SOP) Visi dan Misi.
2. Sumber Daya
 - a. Sumber Daya Manusia yang dibutuhkan dalam Implementasi Program Revitalisasi Pasar Ciputat.
 - b. Sumber Daya Non-Manusia yang dibutuhkan dalam Implementasi Program Revitalisasi Pasar Ciputat berupa waktu dan finansial.
3. Karakteristik Agen Pelaksana : Keberpihakan Dinas Perindustrian dan Perdagangan dan Dinas Bangunan dan Penataan Ruang kepada pedagang kecil/UMKM.
4. Para Pelaksana :

- i. Pemahaman Dinas Perindustrian dan Perdagangan dan Dinas Bangunan dan Penataan Ruang terhadap Peraturan Walikota Tangerang Selatan No 32 Tahun 2015 tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional.
 - ii. Ketanggapan Dinas Perindustrian dan Perdagangan dan Dinas Bangunan dan Penataan Ruang terhadap permasalahan pedagang Pasar Ciputat.
 - iii. Keterampilan atau kecakapan Dinas Perindustrian dan Perdagangan dan Dinas Bangunan dan Penataan Ruang dalam menyelesaikan Revitalisasi Pasar Ciputat.
 - iv. Partisipasi atau keterlibatan Dinas Perindustrian dan Perdagangan dan Dinas Bangunan dan Penataan Ruang dalam Revitalisasi Pasar Ciputat.
 - v. Konsistensi Dinas Perindustrian dan Perdagangan dan Dinas Bangunan Penataan Ruang terhadap perintah yang diberikan haruslah jelas untuk dapat diterapkan dan dijalankan.
5. Komunikasi Antar Organisasi : Komunikasi yang terjalin antara Dinas Perindustrian dan Perdagangan dengan Dinas Bangunan dan Penataan Ruang, Pedagang Pasar Ciputat, Camat Ciputat dan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) dalam Implementasi Program Revitalisasi Pasar Ciputat.
6. Lingkungan Ekonomi, Sosial dan Politik :
- a. Ekonomi :
 - i. Pengaruh minimarket dan supermarket disekitar lingkungan Pasar Ciputat
 - ii. Pendapatan pedagang selama pelaksanaan revitalisasi Pasar Ciputat
 - b. Sosial : Budaya masyarakat setempat yang terkadang mempersulit pelaksanaan Revitalisasi Pasar Ciputat.

- c. Politik : Adanya dukungan dari berbagai pihak seperti Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD), Walikota dan Tokoh Masyarakat dalam Impementasi Program Revitalisasi Pasar Ciputat.

Gambar 1.2 Kerangka Berpikir

