

**STRATEGI PENERAPAN STANDAR NASIONAL
INDONESIA DALAM MENINGKATKAN KUALITAS
PENGELOLAAN PASAR RAKYAT DI KOTA
MALANG
(Studi Pada Pasar Oro-oro Dowo dan Dinas Pasar Kota
Malang)**

SKRIPSI

Diajukan untuk menempuh ujian sarjana
Pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya



RYAN SAMUDRA BIJAKSALEH
NIM. 125030100111027

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ADMINISTRASI PUBLIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI PUBLIK
MALANG
2016**

MOTTO

**MAKA SESUNGGUHNYA
BERSAMA KESULITAN ADA
KEMUDAHAN.
SESUNGGUHNYA BERSAMA
KESULITAN ADA
KEMUDAHAN**

QS. AL-INSYIRAH 5-6

**IT'S NOT HOW
GOOD YOU ARE
IT'S HOW GOOD YOU
WANT TO BE**

PAUL ARDEN

**JANGAN HANYA
INGIN, BERUSAHA
DAN BERDOALAH !**

DEDICATION

**THIS MINOR THESIS IS
DEDICATED TO MY
PARENTS, WHO HAVE BEEN
TAUGHT ME A LOT OF
THINGS SINCE I WAS BORN.
TO MY BROTHER AND MY
FAMILY THAT HAS ALWAYS
BEEN MY MOTIVATION**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Strategi Penerapan Standar Nasional Indonesia Dalam Meningkatkan Kualitas Pengelolaan Pasar Rakyat di Kota Malang (Studi Pada Pasar Oro-oro Dowo dan Dinas Pasar Kota Malang)

Disusun oleh : Ryan Samudra Bijaksaleh

NIM : 125030100111027

Fakultas : Ilmu Administrasi

Jurusan : Administrasi Publik

Malang, 28 Juli 2016

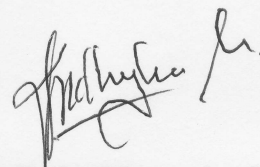
Komisi Pembimbing

Ketua Komisi Pembimbing



Dr. Alfi Haris Wanto, S.AP., M.AP. MMG
NIP. 19810601 200501 1 005

Anggota Komisi Pembimbing



Andhyka Muttaqin, S.AP., M.PA
NIP. 2011078504211001

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

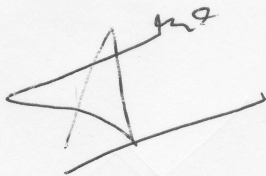
Telah dipertahankan di depan Majelis Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 16 Agustus 2016
Jam : 10.00-11.00
Skripsi atas nama : Ryan Samudra Bijaksaleh
Judul : Strategi Penerapan Standar Nasional Indonesia Dalam Meningkatkan Kualitas Pengelolaan Pasar Rakyat di Kota Malang (Studi Pada Pasar Oro-oro Dowo dan Dinas Pasar Kota Malang)

Dan Dinyatakan LULUS

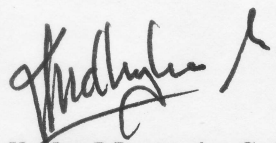
MAJELIS PENGUJI

Ketua



Dr. Alfi Haris Wanto, M.AP. MMG
NIP. 19810601 200501 1 005

Anggota



Andhyka Muttakin, S.AP., M.PA
NIP. 2011078504211001

Penguji I



Dr. Tjahjanulin Domai, MS
NIP. 19531222 198010 1 001

Penguji II



Andy Kurniawan, SAP, MAP
NIP. 2011078603201001

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi yang berjudul **“Strategi Penerapan Standar Nasional Indonesia Dalam Meningkatkan Kualitas Pengelolaan Pasar Rakyat di Kota Malang (Studi Pada Pasar Oro-oro Dowo dan Dinas Pasar Kota Malang)”** tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 28 Juli 2016



Ryan Samudra Bijaksaleh
NIM. 125030100111027

RINGKASAN

Ryan Samudra Bijaksaleh, 2016. **Strategi Penerapan Standar Nasional Indonesia Dalam Meningkatkan Kualitas Pengelolaan Pasar Rakyat di Kota Malang** (Studi Pada Pasar Oro-oro Dowo dan Dinas Pasar Kota Malang). Dr. Alfi Haris Wanto, S.AP., M.AP. MMG dan Andhyka Muttaqin, S.AP., M.PA. 132 Halaman + xv

Permasalahan pasar rakyat di Kota Malang tidak jauh berbeda dengan permasalahan pasar pada umumnya di Indonesia. Permasalahan internal dan eksternal pasar di Kota Malang masih menjadi permasalahan utama yang menyebabkan berkurangnya kualitas pasar rakyat dan berdampak pada berkurangnya minat masyarakat terhadap pasar rakyat. Sebagai solusi dari permasalahan pasar tersebut, Dinas Pasar Kota Malang menyusun strategi untuk menerapkan Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat di Kota Malang. Standar Nasional Indonesia tentang Pasar Rakyat merupakan sebuah standar yang dirumuskan oleh Kementerian Perdagangan beserta dengan Badan Standardisasi Nasional. Di Kota Malang, pasar yang telah mulai untuk menerapkan Standar Nasional Indonesia melalui revitalisasi adalah Pasar Oro-oro Dowo.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, mendeskripsikan, dan menganalisis strategi penerapan Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat beserta dengan faktor-faktor yang mempengaruhi dalam meningkatkan kualitas pengelolaan pasar di Kota Malang dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dipergunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Setelah data terkumpul, data dianalisa menggunakan teknik analisis data model interaktif dan juga teknik analisis SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat di Kota Malang bertujuan agar pasar rakyat di Kota Malang yang pada mulanya identik dengan tempat yang kotor, kumuh, dan tidak teratur dapat menjadi pasar rakyat yang dikemas secara modern tanpa menghilangkan nilai-nilai positif dari ketradisional. Sasaran dari strategi penerapan ini adalah agar pasar rakyat di Kota Malang dapat dibangun berdasarkan Standar Nasional Indonesia. Strategi penerapan ini dilakukan melalui dua cara yaitu (1) Revitalisasi pasar rakyat yang dananya bersumber dari Dana Alokasi Khusus (DAK) (2) Pemeliharaan pasar yang dananya bersumber dari Anggaran Penerimaan dan Belanja Daerah (APBD). Dalam penerapan Standar Nasional Indonesia melalui revitalisasi pasar, Dinas Pasar Kota Malang melakukan koordinasi dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan karena dana bersumber dari pemerintah pusat. Sedangkan pada program pemeliharaan pasar, Dinas Pasar Kota Malang berperan secara mandiri, namun program pemeliharaan pasar belum berdampak besar pada penerapan Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat di Kota Malang.

Kata Kunci : *Strategi, Standar Nasional Indonesia, Pasar Rakyat, Pengelolaan Pasar*

SUMMARY

Ryan Samudra Bijaksaleh, 2016. **Implementation Strategy of the Indonesian National Standard to Improve Quality of Public Market Management in Malang** (Study on Oro-oro Dowo Market and Malang City Market Agency). Dr. Alfi Haris Wanto, S.AP., M.AP. MMG dan Andhyka Muttaqin, S.AP., M.PA. 132 Pages + xv

Public market problems in Malang is not much different from the general market problems in Indonesia. Internal and external problems of the market in Malang is still a major problem which leads to reduced quality of public market and impact on reduced public interest in the public market. As the solution of that market problems, Malang City Market Agency devised a strategy to implement Indonesian National Standard on the public market in Malang. Indonesian National Standard about the People's Market is a standard formulated by the Ministry of Commerce along with the National Standardization Agency. In Malang, the market has started to implement the Indonesian National Standard through revitalization is Oro-oro Dowo Market.

This research aims to determine, describe, and analyze the implementation strategy of the Indonesian National Standard on public market along with the factors that affect in improving the quality of market management in Malang with a qualitative approach. The data collection techniques that was used is interviews, observation, and documentation. Once the data is collected, the data were analyzed using interactive model of data analysis techniques and also an SWOT analysis techniques.

The results showed that the implementation of Indonesian National Standard on the public market in Malang aims to make public market in Malang which are initially identical with a dirty place, slums, and disorganized can be a public market with modern packaging without losing the positive values of traditional market. The objective of the implementation strategy is to make public market in Malang can be built based on the Indonesian National Standard. This implementation strategy is accomplished through two ways (1) Market Revitalization which is funded from the Dana Alokasi Khusus (DAK) (2) Market Maintenance which is funded from the Anggaran Penerimaan dan Belanja Daerah (APBD). In the implementation of Indonesian National Standard by market revitalization, Malang City Market Agency coordinating with Department of Industry and Commerce because the funds come from central government. While in the market maintenance program, Malang City Market Agency acts independently, but the market maintenance program not have a major impact on the implementation of Indonesian National Standard on the public market in Malang.

Keywords : *Strategy, Indonesian National Standart, Public Market, Market Management*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT, atas berkat limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Strategi Penerapan Standar Nasional Indonesia Dalam Meningkatkan Kualitas Pengelolaan Pasar Rakyat di Kota Malang (Studi Pada Pasar Oro-oro Dowo dan Dinas Pasar Kota Malang)”**.

Skripsi ini merupakan tugas akhir program sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Publik Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang diajukan penulis untuk memperoleh gelar sarjana Administrasi Publik. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Supriyono, MS selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi.
2. Bapak Dr. Choirul Saleh, M.Si selaku Ketua Jurusan Administrasi Publik Fakultas Ilmu Administrasi.
3. Ibu Dr. Lely Indah Mindarti, M.Si selaku Ketua Prodi Ilmu Administrasi Publik Fakultas Ilmu Administrasi.
4. Bapak Dr. Alfi Haris Wanto, S.AP., M.AP. MMG selaku ketua komisi pembimbing skripsi saya, yang dengan sabar membimbing, mengarahkan, dan mengajarkan saya terkait penelitian yang saya selesaikan.

5. Bapak Andhyka Muttaqin, S.AP., M.PA selaku anggota komisi pembimbing skripsi saya, yang dengan sabar membimbing, mengarahkan, dan mengajarkan saya terkait penelitian yang saya selesaikan.
6. Ibu Endang Sri Sundari selaku Kepala Pasar Oro-oro Dowo Kota Malang
7. Bapak Drs. Widodo, MM selaku Kepala Bidang Pemeliharaan Dinas Pasar Kota Malang
8. Bapak Sutarto Hartomo, SH selaku Kepala Bidang Pendataan dan Pemungutan Dinas Pasar Kota Malang
9. Untuk Herry Subandi ayah saya dan Tavia Witanti ibu saya yang sangat saya sayangi, serta adik saya Iqra Ilhamsyah yang selalu memberikan dukungan dan dorongan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Yuniar Rahmawati yang secara khusus memberikan dukungan dan dengan sabar selalu mendampingi saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Dan seluruh teman-teman FIA angkatan 2012 yang telah membantu selama proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.

Serta pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu dalam mendukung terselesaikannya skripsi ini. Harapannya, sedikit yang penulis berikan, bisa memberikan manfaat bagi penulis dan juga orang lain.

Malang, 24 Juli 2016

Ryan Samudra Bijaksaleh

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
MOTTO	ii
DEDICATION	iii
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	v
PERNYATAAN ORIGINALITAS SKRIPSI	vi
RINGKASAN	vii
SUMMARY	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	12
E. Sistematika Penulisan.....	12

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Strategi.....	15
1. Pengertian Strategi.....	15
2. Syarat-syarat Strategi.....	18
3. Manfaat Strategi.....	19
4. Tipe-tipe Strategi	20
5. Komponen Strategi	21
B. Pasar	22
1. Pengertian Pasar.....	22
2. Jenis-jenis Pasar.....	23
3. Fungsi dan Peran Pasar	27
4. Pengguna Pasar	29
C. Pengelolaan Pasar	31
1. Pengertian Pengelolaan.....	31
2. Pengelolaan Pasar	32
D. Kebijakan Standar Nasional Indonesia.....	36
1. Pengertian Standar Nasional Indonesia	36
2. Standar Nasional Indonesia mengenai Pasar Rakyat.....	40
E. Analisis SWOT.....	48
1. Pengertian Analisis SWOT.....	48
2. Metode Analisis SWOT.....	49

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	52
B. Fokus Penelitian	53
C. Lokasi dan Situs Penelitian	54
D. Sumber Data dan Jenis Data	55
E. Metode Pengumpulan Data	57
F. Instrumen Penelitian	58
G. Analisis Data	60

BAB IV PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	63
1. Gambaran Umum Kota Malang	63
a. Kondisi Geografis	63
b. Kondisi Administratif	64
c. Kondisi Demografi	65
d. Visi dan Misi Kota Malang	66
2. Gambaran Umum Dinas Pasar Kota Malang	67
a. Sejarah Singkat Terbentuknya Dinas Pasar	67
b. Tujuan dan Sasaran Dinas Pasar	67
c. Visi dan Misi Dinas Pasar	68
d. Klasifikasi Pasar	69
e. Kelembagaan Dinas Pasar	70
1) Struktur Organisasi	70
2) Tugas Pokok dan Fungsi	73
B. Penyajian Data Fokus Penelitian	75
1. Strategi Penerapan SNI 8152:2015 Tentang Pasar Rakyat di Kota Malang	75
a. Tujuan dan Sasaran Penerapan SNI 8152:2015 Tentang Pasar Rakyat di Kota Malang	75
b. Pelaksanaan Strategi Penerapan SNI 8152:2015 Tentang Pasar Rakyat di Kota Malang	80
c. Peran Dinas Pasar Dalam Penerapan SNI 8152:2015 Tentang Pasar Rakyat di Kota Malang	101
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerapan SNI 8152:2015 Tentang Pasar Rakyat di Kota Malang	105
a. Faktor Internal Strategi Penerapan SNI 8152:2015 Tentang Pasar Rakyat di Kota Malang	105
b. Faktor Eksternal Strategi Penerapan SNI 8152:2015 Tentang Pasar Rakyat di Kota Malang	110
C. Pembahasan	113
1. Tujuan dan Sasaran Penerapan SNI 8152:2015 Tentang Pasar Rakyat di Kota Malang	113

2. Pelaksanaan Strategi Penerapan SNI 8152:2015 Tentang Pasar Rakyat di Kota Malang	114
3. Peran Dinas Pasar Dalam Penerapan SNI 8152:2015 Tentang Pasar Rakyat di Kota Malang	119
D. Kerangka Bagan Permasalahan	121
E. Analisis SWOT pada Strategi Penerapan SNI 8152:2015 Tentang Pasar Rakyat di Kota Malang.....	122

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan.....	129
B. Saran.....	130

DAFTAR PUSTAKA



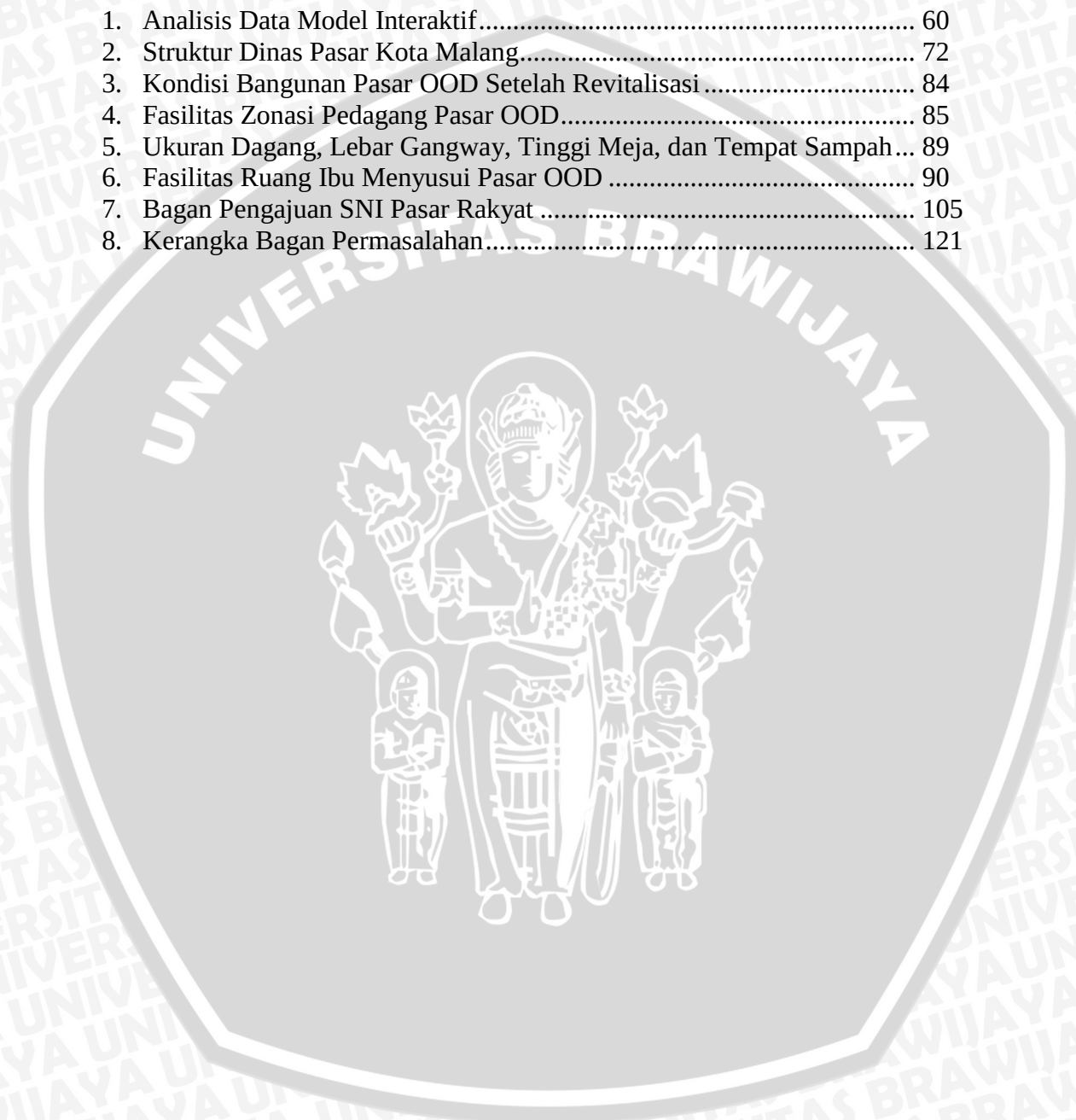
DAFTAR TABEL

1. Jumlah Pasar di Kota Malang Menurut Kelas dan Kecamatan.....	6
2. Klasifikasi Pasar Rakyat Berdasarkan Jumlah Pedagang	40
3. Tabel Persyaratan Teknis SNI Pasar Rakyat.....	43
4. Tabel Persyaratan Pengelolaan SNI Pasar Rakyat	46
5. Tabel Matriks SWOT	50
6. Tabel Pembagian Wilayah Administratif Kota Malang.....	63
7. Kondisi Demografi Kota Malang.....	64
8. Revitalisasi Pasar Kota Malang	81
9. Pemenuhan Persyaratan Teknis SNI pada Pasar Oro-oro Dowo	86
10. Pemenuhan Persyaratan Pengelolaan SNI pada Pasar Oro-oro Dowo....	91
11. Tabel Pemeliharaan Pasar Dinas Pasar Tahun 2015 dan 2016	96
12. Pengadaan dan Penambahan Fasilitas Pasar Tahun 2015 dan 2016	99
13. Analisis SWOT Penerapan SNI Mengenai Pasar Rakyat	124



DAFTAR GAMBAR

1. Analisis Data Model Interaktif.....	60
2. Struktur Dinas Pasar Kota Malang.....	72
3. Kondisi Bangunan Pasar OOD Setelah Revitalisasi.....	84
4. Fasilitas Zonasi Pedagang Pasar OOD.....	85
5. Ukuran Dagang, Lebar Gangway, Tinggi Meja, dan Tempat Sampah...	89
6. Fasilitas Ruang Ibu Menyusui Pasar OOD	90
7. Bagan Pengajuan SNI Pasar Rakyat	105
8. Kerangka Bagan Permasalahan.....	121



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pasar bila didefinisikan secara sempit merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli guna untuk melakukan transaksi jual beli sehingga terjadi permintaan dan penawaran. Secara umum pasar dapat dibedakan menjadi dua jenis yaitu pasar modern dan pasar tradisional yang saat ini diubah penyebutannya menjadi pasar rakyat. Perubahan penyebutan pasar tradisional menurut Badan Standardisasi Nasional (2015) dilatarbelakangi dengan disahkannya Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, maka istilah Pasar Tradisional berubah penyebutannya menjadi Pasar Rakyat. Dengan diubahnya penyebutan menjadi pasar rakyat maka diharapkan pasar di Indonesia dapat meninggalkan konsep pasar tradisional yang terkesan kotor, tidak rapi, dan minim fasilitas menjadi pasar yang berkonsep modern tetapi tidak meninggalkan nilai kerakyatan yang ada. Pasar rakyat adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah yang di dalamnya terjadi proses jual beli dan tawar menawar secara langsung antara penjual dan pembeli. Sedangkan yang dimaksud dengan pasar modern adalah pusat perbelanjaan seperti mall, plaza, supermarket, dan minimarket dimana harga barang yang diperjual belikan tidak dapat ditawar.

Di Indonesia, pasar rakyat memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari sebagian besar masyarakat Indonesia. Harga yang terjangkau menjadi nilai tambah bagi pasar rakyat untuk menarik perhatian masyarakat dalam

memilih tempat memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari. Dengan melakukan transaksi jual beli pada pasar rakyat secara tidak langsung masyarakat juga ikut berperan dalam menumbuhkan ekonomi lokal. Keberadaan pasar rakyat juga dapat menjadi simbol kebudayaan masyarakat Indonesia yang beraneka ragam, dimana berbagai macam suku, ras, agama, dan bahasa berkumpul menjadi satu pada pasar rakyat guna untuk melakukan transaksi jual dan beli. Selain sebagai salah satu simbol kebudayaan, pasar juga merupakan salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD). Menurut Undang-Undang Nomor 23 tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah, maka pasar tidak hanya sebagai unit pelayanan kepada masyarakat, tetapi pasar sudah merupakan unit usaha bagi pemerintah daerah sehingga diharapkan dapat menghasilkan laba retribusi. Melalui retribusi, dapat dikatakan bahwa pasar juga berperan dalam menggerakkan perekonomian daerah.

Keberagaman fungsi dan peran pasar nyatanya belum bisa menjadi perhatian utama dari pemerintah khususnya pemerintah daerah untuk menjadikan pasar rakyat sebagai tempat transaksi jual beli yang aman dan nyaman. Hal tersebut dibuktikan dengan masih adanya permasalahan internal pasar yang menyebabkan semakin punahnya keberadaan pasar rakyat. Menurut berita yang diterbitkan Kemendag.go.id (2015), dari 9550 pasar rakyat di Indonesia, 30 persennya sudah tidak layak dan harus direvitalisasi. Pasar tersebut dianggap tidak layak karena sudah berumur lebih dari 25 tahun dan memiliki kondisi yang kumuh. Menurut jurnal yang ditulis oleh Suryadarma dan Rosfadhila dalam Aryani (2011), supermarket bukanlah penyebab utama kelesuan usaha yang dialami pedagang pasar tradisional. Hampir seluruh pasar tradisional di Indonesia masih bergelut dengan masalah internal pasar seperti buruknya manajemen pasar, sarana dan

prasarana pasar yang sangat minim, pasar tradisional sebagai sapi perah untuk penerimaan retribusi, menjamurnya Pedagang Kaki Lima (PKL) sehingga mengurangi pelanggan pedagang pasar, dan minimnya bantuan permodalan yang tersedia bagi pedagang tradisional. Kondisi pasar yang kumuh dan tidak teratur seakan dapat menggambarkan kondisi pengelolaan pasar rakyat di Indonesia.

Selain permasalahan internal, permasalahan eksternal pasar juga menjadi problem yang perlu diperhatikan. Pada era teknologi saat ini, eksistensi pasar rakyat sudah mulai tergantikan dengan adanya pasar modern yang memiliki fasilitas yang lebih memadai. Masyarakat Indonesia yang sebagian besar melakukan transaksi pada pasar rakyat kini mulai beralih menuju hal yang dianggap lebih modern seperti Mall, Supermarket, dan Minimarket. Pembangunan pasar modern hingga saat ini masih berkembang pesat. Keberadaan supermarket dan minimarket yang mulai menjamur disetiap sudut perkotaan kini seakan menjadi tren yang tidak hanya terjadi pada kota-kota besar saja. Fenomena tersebut juga terjadi pada daerah-daerah lain yang dirasa memiliki potensi yang menjanjikan. Jumlah pertumbuhan pasar modern jauh lebih pesat dan tidak sebanding dengan pertumbuhan pasar rakyat yang berkesan lambat. Pasar modern dibangun dan dikelola dengan fasilitas-fasilitas yang lebih lengkap sehingga mampu memberikan kenyamanan dan suasana pasar yang kondusif. Di sisi lain, pembangunan pasar rakyat berkesan lambat tidak dapat membendung pertumbuhan pasar modern. Hal tersebut juga menyebabkan jumlah pasar rakyat di Indonesia selalu berkurang setiap tahunnya. Menurut survei A.C Nielsen (2005), jumlah pusat perdagangan modern / toko modern di Indonesia seperti *hypermarket*, pusat perkulakan, supermarket, minimarket, hingga *convenient store*, meningkat hampir 7,4 persen selama periode

2003-2005. Dari total 1.752.437 gerai pada tahun 2003 menjadi 1.881.492 gerai di tahun 2005. Hal tersebut justru berbanding terbalik dengan pertumbuhan ritel tradisional yang tumbuh negatif sebesar 8 persen per tahunnya. Kondisi ini seharusnya dapat menjadi desakan bagi pemerintah untuk dapat mengoptimalkan strategi dalam pembangunan pasar rakyat sebagai upaya pemberdayaan dan perlindungan pedagang lokal dari pasar modern.

Salah satu cara yang dapat ditempuh oleh pemerintah untuk mengetasi permasalahan ini adalah dengan menyelesaikan permasalahan internal pasar rakyat. Untuk menyelesaikan permasalahan internal pasar, pemerintah dirasa perlu melakukan pembangunan dan perbaikan pengelolaan terhadap pasar-pasar rakyat yang dianggap memiliki potensi untuk meningkatkan kembali minat masyarakat. Apabila pengelolaan pasar rakyat dilaksanakan dengan sebaik mungkin baik dalam hal fisik maupun manajemennya, maka besar kemungkinan konsumen yang telah beralih kepada pasar modern akan dapat kembali ke pasar rakyat. Hal tersebut dapat diartikan bahwa dengan kuatnya internal pasar, maka pasar akan dapat terlindungi dari permasalahan eksternal. Untuk mencapai tujuan tersebut juga diperlukan adanya dukungan dari masyarakat baik pengguna pasar ataupun pedagang. Menurut jurnal yang ditulis oleh Fatimah dan Afifuddin (2013) persoalan eksistensi pasar tradisional yang semakin tergusur tidak hanya membutuhkan peran pemerintah, tetapi juga partisipasi aktif masyarakat dalam menciptakan pasar tradisional yang memiliki daya saing. Pembangunan dan perbaikan pengelolaan yang dilakukan tentunya harus mendapat dukungan dari masyarakat terutama pedagang dan pengguna pasar sehingga pasar rakyat dapat dikelola secara profesional dan menjadi sarana perdagangan yang kompetitif terhadap pusat perbelanjaan,

pertokoan, *mall*, *plaza*, maupun pusat perdagangan lainnya, yang pada akhirnya akan dapat meningkatkan kualitas dari pasar rakyat itu sendiri. Sebagai salah satu solusinya, pemerintah telah menyusun sebuah Standar Nasional Indonesia mengenai Pasar Rakyat yang dirasa mampu meningkatkan kualitas pengelolaan pasar rakyat.

Standar Nasional Indonesia mengenai Pasar Rakyat dirasa mampu mengarahkan pembangunan pasar rakyat sehingga mengalami peningkatan kualitas, baik dalam hal manajemen pasar maupun fasilitas-fasilitas yang ada. Standar ini disusun dengan tujuan sebagai pedoman dalam mengelola dan membangun pasar rakyat sehingga terciptanya kenyamanan bagi pengunjung pasar, serta memberdayakan komunitas pasar rakyat. Menurut Badan Standardisasi Nasional (2015), Standar Nasional Indonesia mengenai Pasar Rakyat disusun dengan memadukan peraturan-peraturan yang terkait dengan pembangunan maupun pengelolaan Pasar, misalnya Peraturan Presiden (Perpres) No. 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern; Peraturan Menteri Perdagangan No. 48 Tahun 2013 tentang Pedoman Pembangunan dan Pengelolaan Sarana Distribusi Perdagangan; Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 70 Tahun 2013 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern; Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 20 Tahun 2012 tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional.

Standar Nasional Indonesia mengenai Pasar Rakyat tentunya perlu untuk diterapkan secara bertahap kepada pasar rakyat di daerah-daerah Indonesia. Menurut data dari Direktorat Jenderal Standardisasi dan Perlindungan Konsumen

tahun 2015, di Indonesia sudah ada beberapa pasar yang mulai menerapkan Standar Nasional Indonesia tentang Pasar Rakyat. Pasar-pasar tersebut terdapat pada empat daerah yang berbeda, antara lain Bandung (Pasar Balubur dan Pasar Baru), Tangerang (Pasar Modern BSD), Jakarta (Pasar Cijantung, Pasar Gondangdia, Pasar Warungbuncit, dan Pasar Meruya Ilir), dan Depok (Pasar Sukatani). Kebijakan yang dikeluarkan Kementerian Perdagangan yang bekerjasama dengan BSN (Badan Standardisasi Nasional) ini nantinya akan diterapkan secara bertahap kepada pasar-pasar yang ada di daerah-daerah melalui dinas yang terkait di setiap daerah. Salah satu daerah yang hingga saat ini sedang gencar melakukan pembangunan terhadap pasar rakyat adalah Kota Malang.

Kota Malang memiliki 28 pasar rakyat yang dikelola secara langsung oleh Dinas Pasar Kota Malang, dan tiga diantaranya dikelola dengan melibatkan investor, antara lain Pasar Dinoyo, Pasar Blimbing, dan Pasar Induk Gadang (mediacenter.malangkota.go.id). Pasar rakyat di Kota Malang tersebar ke tiap-tiap kecamatan yang ada di Kota Malang dan diklasifikasikan menjadi lima kelas yang berbeda.

Tabel 1 Jumlah Pasar di Kota Malang Menurut Kelas dan Kecamatan

Kecamatan/Districts	Kelas/Class				
	I	II	III	IV	V
Kedungkandang	1	2	3	0	0
Sukun	2	1	0	0	1
Klojen	6	4	1	3	0
Blimbing	2	0	0	0	0
Lowokwaru	2	0	0	0	0
Jumlah/Total	13	7	4	3	1

Sumber: Malang Dalam Angka (2015)

Berdasarkan tabel tersebut, dapat dijelaskan bahwa di Kota Malang terdapat 13 pasar rakyat kelas I, 7 pasar rakyat kelas II, 4 pasar rakyat kelas III, 3 pasar rakyat kelas IV, dan 1 pasar rakyat kelas V. Dan apabila berdasarkan kecamatannya, jumlah pasar rakyat paling banyak terdapat pada Kecamatan Klojen dengan 14 pasar rakyat, dan paling sedikit terdapat pada Kecamatan Blimbing dan Kecamatan Lowokwaru dengan 2 pasar rakyat.

Masalah internal pasar yang terjadi di Kota Malang salah satunya timbul pada pembangunan pasar rakyat yang melibatkan investor. Menurut jurnal yang ditulis oleh Mufaroha (2014) Kerjasama Pemerintah-Swasta (KPS) antara pemerintah Kota Malang dengan investor yang pada mulanya bertujuan untuk meningkatkan kualitas pasar rakyat berbalik menjadi boomerang bagi pemerintah dan menimbulkan konflik baru. Namun hal ini sudah menjadi konsekuensi apabila melihat bahwa para investor yang mengutamakan keuntungan dari kerjasama tersebut. Para investor lebih mengharapkan pendapatan besar dari penjualan kios di pasar kepada pedagang besar. Hal tersebut mengindikasikan bahwa permasalahan internal pasar di Kota Malang perlu mendapatkan perhatian dari Pemerintah Kota Malang.

Selain pada kerjasama dengan investor, permasalahan yang terjadi pada pasar rakyat juga terjadi dalam pengelolaan dan fasilitas pasar. Hal ini tidak jauh berbeda dengan permasalahan pasar pada umumnya. Hasil dari penelitian Aryani (2011) menyatakan bahwa kondisi pasar tradisional di Kota Malang yang kotor, becek jika hujan dan gelap, tidak tertata dengan baik (penjual yang sejenis tidak ditempatkan dalam satu lokasi yang berdekatan), hal itu dapat membuat jera konsumennya. Ketidaknyamanan masyarakat terhadap kondisi pasar rakyat saat ini

menjadi penyebab utama perlunya penerapan Standar Nasional Indonesia tentang Pasar Rakyat. Apabila permasalahan ini terus berlanjut, maka besar kemungkinan masyarakat Kota Malang akan beralih pada pasar modern.

Berkembangnya pasar modern yang mampu menarik minat masyarakat menjadi masalah eksternal pasar rakyat baik pada lingkup nasional maupun pada Kota Malang sendiri. Di Kota Malang terdapat beberapa pasar modern yang di dalamnya terdapat ritel-ritel modern yang dikelola secara modern antara lain Malang Town Square (MATOS), Malang Olympic Garden (MOG), MX Mall, dan Malang City Point. Selain semakin bertambahnya jumlah pasar modern, ritel-ritel modern seperti Indomaret dan Alfamart juga semakin menjamur di Kota Malang. Dikutip dari berita yang diterbitkan oleh Radarmalang.co.id, jumlah ritel modern seperti Indomaret dan Alfamart di Kota Malang sudah mencapai 223 unit. Hal tersebut dapat mengancam keberadaan pasar rakyat apabila tidak ada solusi dari Pemerintah Kota Malang.

Jumlah pasar rakyat di Kota Malang terbesar mengumpul di Kecamatan Klojen yang merupakan pusat kegiatan ekonomi di Kota Malang sebanyak 14 pasar rakyat. Yang lainnya tersebar di masing-masing kecamatan (BPS Kota Malang, 2015). Salah satu pasar yang terletak di Kecamatan Klojen dan pembangunannya sudah mengacu pada Standar Nasional Indonesia adalah Pasar Oro-oro Dowo (Sumber: Wawancara Pra-Riset). Saat ini pasar Oro-oro Dowo menjadi pasar percontohan bagi 27 pasar lain yang berada di Kota Malang. Dengan adanya revitalisasi maka fasilitas yang dimiliki pasar Oro-oro Dowo juga ikut bertambah. Selain fasilitasnya keunggulan dari pasar Oro-oro Dowo adalah tingkat

kebersihannya yang selalu terjaga, sehingga dapat menimbulkan rasa nyaman bagi pengunjung yang akan berbelanja di pasar (www.malangkota.go.id).

Untuk meminimalisir konflik yang sama pada pembangunan pasar rakyat berikutnya dan agar minat masyarakat terhadap pasar rakyat dapat kembali meningkat, Standar Nasional Indonesia tentang Pasar Rakyat seharusnya mampu menjadi solusi sekaligus acuan pembangunan pasar rakyat di Kota Malang, apabila melihat bahwa belum adanya konflik yang timbul setelah pembangunan pasar rakyat didasarkan pada Standar Nasional Indonesia seperti pada Pasar Oro-oro Dowo. Untuk menerapkan Standar Nasional Indonesia tentang Pasar Rakyat pada pasar-pasar di Kota Malang diperlukan adanya strategi yang tepat sehingga pembangunan pasar dapat benar-benar meningkatkan kualitas pasar baik dalam manajemen pasar ataupun fasilitas dan infrastruktur pasar.

Sesuai dengan tujuanya " Terwujudnya peningkatan pengelolaan pasar dan penataan PKL yang lebih profesional ", Dinas Pasar Kota Malang memiliki peran dalam penerapan Standar Nasional Indonesia tentang Pasar Rakyat pada pasar-pasar di Kota Malang. Sebagai salah satu bentuk pelayanan kepada masyarakat, penerapan standar ini harus dibarengi strategi yang matang dari Dinas Pasar Kota Malang. Pengelolaan dan pembangunan pasar rakyat yang selama ini hanya didasarkan pada ketentuan dalam peraturan daerah, kini akan didasarkan juga pada Standar Nasional Indonesia, dengan harapan permasalahan internal dan eksternal pasar di Kota Malang dapat terselesaikan sehingga mampu meningkatkan kembali minat masyarakat terhadap pasar rakyat.

Mendasarkan pada uraian yang telah dipaparkan diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai hal ini. Penelitian dimaksudkan untuk mengetahui lebih lanjut mengenai strategi yang di ambil oleh Dinas Pasar Kota Malang dalam menerapkan Standar Nasional Indonesia tentang Pasar Rakyat pada pasar-pasar di kota Malang dan untuk mengetahui bagaimana kondisi Pasar Oro-oro Dowo Kota Malang setelah secara bertahap menerapkan Standar Nasional Indonesia tentang Pasar Rakyat, untuk kemudian dituangkan dalam skripsi dengan judul **“STRATEGI PENERAPAN STANDAR NASIONAL INDONESIA DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PENGELOLAAN PASAR RAKYAT KOTA MALANG (Studi Pada Pasar Oro-oro Dowo dan Dinas Pasar Kota Malang)”**



B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi dari Dinas Pasar Kota Malang dalam menerapkan Standar Nasional Indonesia mengenai Pasar Rakyat/Tradisional di Kota Malang ?
2. Faktor apa saja yang mempengaruhi strategi penerapan Standar Nasional Indonesia mengenai Pasar Rakyat/Tradisional pada Pasar Oro-oro Dowo Kota Malang ?

C. Tujuan Penelitian

Penulisan ini memiliki suatu tujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis antara lain yaitu:

1. Mengetahui, mendeskripsikan, dan menganalisis strategi Dinas Pasar Kota Malang dalam menerapkan Standar Nasional Indonesia mengenai Pasar Rakyat/Tradisional di Kota Malang secara detail.
2. Mengetahui, mendeskripsikan, dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi strategi penerapan Standar Nasional Indonesia mengenai Pasar Rakyat/Tradisional Pasar Oro-oro Dowo Kota Malang.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademisi

Penulisan ini secara akademisi diharapkan dapat menambah wacana ilmiah mengenai kondisi pasar rakyat saat ini dan upaya pemerintah dalam meningkatkan kualitas pasar rakyat melalui penerapan Standar Nasional Indonesia mengenai Pasar Rakyat. Serta dapat digunakan sebagai acuan untuk penelitian yang selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Penulisan ini secara praktis dapat dijadikan sebagai evaluasi, dan juga rekomendasi untuk pemerintah dalam meningkatkan kualitas pasar rakyat melalui penerapan Standar Nasional Indonesia mengenai Pasar Rakyat dalam bentuk kebijakan yang tepat.

E. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam mengikuti uraian yang termuat dalam skripsi ini, maka penulis akan menyajikan sistematika penulisan secara garis besar. Secara garis besar penulisan ini dibagi dalam lima bab, disusun sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai Latar Belakang Penelitian, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kontribusi Penelitian, dan Sistematika Penulisan. Pada latar belakang dijelaskan sekilas tentang permasalahan

pembangunan pasar yang ada di Kota Malang. Dari latar belakang tersebut maka dapat dilakukan perumusan masalah penelitian. Selanjutnya dibahas mengenai tujuan penelitian, kontribusi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini dijelaskan tentang teori-teori yang mendukung dan berkaitan dengan pokok permasalahan. Teori-teori tersebut diperoleh studi kepustakaan dari sumber-sumber bacaan yang berkaitan dengan pokok permasalahan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Bab ini mencakup beberapa sub bab yang terdiri dari Jenis Penelitian, Fokus Penelitian, Lokasi dan Situs Penelitian, Instrumen Penelitian, Analisis Data, dan Keabsahan Data. Jenis penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Lokasi penelitian yang dipilih adalah kota Malang dengan situs penelitian di Dinas Pasar Kota Malang.

BAB IV : PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi tentang uraian hasil penelitian atau data yang telah diperoleh dari situs dalam penelitian yang telah dilakukan, kemudian dilakukan analisa dan

interpretasi data dengan menggunakan teori yang telah ada pada bab sebelumnya. Sehingga hasil penelitian akan dapat menjawab rumusan masalah yang ditetapkan sebelumnya.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini menyajikan kesimpulan dan saran. Kesimpulan pada bab ini merupakan garis besar dari hasil pembahasan dan merupakan jawaban dari fokus penelitian, sedangkan saran merupakan sumbangan pemikiran penulis yang diberikan sebagai masukan bagi pihak-pihak yang terkait.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Strategi

1. Pengertian Strategi

Istilah *strategy* berasal dari kata Yunani *strategos*, atau *strategus* dengan kata jamak *strategi*. *Strategos* berarti jenderal, namun dalam bahasa Yunani Kuno sering berarti perwira negara (*state officer*) dengan fungsi yang luas (Salusu 2003). Sedangkan pengertian strategi menurut Coulter (2002) dalam Mudrajat Kuncoro (2006) adalah sejumlah keputusan dan aksi yang ditujukan untuk mencapai tujuan dan menyesuaikan sumber daya organisasi dengan peluang dan tantangan yang dihadapi dalam lingkungan organisasinya. Selain definisi tersebut, menurut pendapat McNichols dalam J. Salusu (2006) “Strategi ialah suatu seni menggunakan kecakapan dan sumber daya suatu organisasi untuk mencapai sasarannya melalui hubungannya yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling menguntungkan”. Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa salah satu komponen yang berpengaruh terhadap sebuah strategi ialah ruang lingkup.

Selain definisi-definisi strategi diatas, definisi strategi menurut para ahli yang lainnya adalah cara untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi bisnis bisa berupa perluasan geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, rasionalisasi karyawan divestasi, likuidasi dan *joint venture* (David, 2004). Strategi juga dapat diartikan atau didefinisikan secara umum dan khusus, seperti sebagai berikut :

1. Pengertian umum

Strategi adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.

2. Pengertian khusus

Strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi.

Selain perlunya mengetahui pengertian strategi, Ada tiga hal yang tidak boleh dilupakan dan harus menjadi perhatian dalam merumuskan suatu strategi secara efektif, yaitu: (Bintoro, 1984)

1. Mandat

Mandat merupakan suatu keharusan yang memiliki landasan hukum yang secara formal yuridis harus dilaksanakan sesuai dengan aspirasi dan kebutuhan masyarakat. Secara organisatoris mandat meliputi berbagai kewajiban, tugas atau fungsi yang harus dilakukan oleh organisasi yang menjadi titik tolak untuk menilai kesiapan organisasi dalam merealisasi visi yang ada.

2. Visi

Visi adalah gambaran kondisi masa depan yang masih abstrak, tetapi merupakan konsepsi yang dapat dibaca oleh setiap orang. Berarti visi merupakan suatu pikiran yang melampaui realita sekarang, sesuatu atau keadaan yang diciptakan yang belum pernah ada sebelumnya dan akan diwujudkan oleh seluruh anggota organisasi. Visi memberi gambaran kondisi yang akan dicapai oleh organisasi dimasa yang akan datang.

3. Misi

Misi adalah sesuatu yang harus dilaksanakan oleh suatu institusi atau organisasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan atau

ditetapkan. Misi menyatakan pernyataan tentang tujuan organisasi yang optimal untuk memenuhi tuntutan, kebutuhan dan keinginan masyarakat yang ada.

Pada dasarnya strategi merupakan cara untuk mencapai tujuan, dan dalam pencapaian tujuan tersebut diperlukan adanya pengambilan keputusan. Keputusan dibuat untuk mempercepat tindakan perubahan maka dari itu, pengumpulan keputusan hendaknya dipahami dalam dua pengertian, yaitu (1) penetapan tujuan yang merupakan terjemahan dari cita-cita, aspirasi, dan (2) pencapaian tujuan melalui implementasinya (Inbar dalam J.Salusu, 2006).

“Keputusan strategik berarti pilihan strategik. Pilihan dari beberapa alternatif strategik. Pilihan itu berupa ketetapan mengenai aspirasi-aspirasi strategik yang realistik, yaitu keinginan yang masuk akal dan dapat direalisasikan. Pilihan itu sekaligus merupakan pilihan strategi (Ansoff). Keputusan strategik antara lain harus dapat menentukan bagaimana hubungan lembaga dengan lingkungan yaitu hubungan yang harus saling mempengaruhi satu dengan yang lain, serta memberi arah bagi semua kegiatan administratif dan operasional organisasi (Cope). Di samping tujuan, sasaran, dan ruang lingkup yang harus diperhitungkan dalam pembuatan keputusan strategik, perlu pula dipertimbangkan unsur keuangan, frekuensi pembuatannya, serta jangka waktu” (J.Salusu, 2006)

Dari berbagai definisi strategi tersebut penulis dapat menyimpulkan bahwa strategi merupakan serangkaian tindakan yang akan atau sedang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan dan dalam mencapai tujuan tersebut diperlukan suatu langkah-langkah (kebijaksanaan-kebijaksanaan) tertentu agar permasalahan yang ada dapat terpecahkan. Terdapat tiga komponen penting dalam sebuah strategi yaitu tujuan, sasaran, dan ruang lingkup. Menurut penulis dibuatnya strategi bertujuan agar pencapaian tujuan dan sasan dapat dicapai dengan lebih efektif dan efisien. Dengan memperhitungkan kemungkinan-kemungkinan yang terjadi, strategi disusun dengan meminimalisir masalah sekecil dan sesedikit mungkin. Pada tema yang penulis angkat, strategi yang disusun memiliki tujuan yang berhubungan

dengan penerapan Standar Nasional Indonesia sehingga terjadi peningkatan kualitas pengelolaan pasar rakyat.

2. Syarat-Syarat Strategi

Orientasi strategi adalah tumpuan pada implikasinya didalam kehidupan sehari-hari. Agar penyusunan strategi dapat berjalan dengan tepat sasaran dan dapat diimplementasikan secara efektif. Siagian (2002) menjelaskan ada tiga hal yang perlu diperhatikan dalam menyusun strategi, yaitu :

1. Strategi yang dirumuskan harus mampu disatu pihak memperoleh manfaat dari berbagai peluang yang diperkirakan akan timbul dan pihak lain memperkecil dampak berbagai faktor yang sifatnya negatif atau bahkan berupa ancaman bagi organisasi dan kelangsungannya.
2. Strategi harus memperhitungkan secara realistis kemampuan suatu organisasi dalam menyediakan berbagai daya, sarana, prasarana, dan dana yang diperlukan untuk mengoperasikan strategi tersebut.
3. Strategi yang telah ditentukan dioperasikan secara teliti. Tolak ukur tepat tidaknya suatu strategi bukan terlihat pada proses perumusannya saja, akan tetapi juga mencakup pada operasional atau pelaksanaannya.

Dari persyaratan strategi yang dijabarkan oleh Siagian, penulis dapat memberikan ringkasan bahwa untuk mencapai sasaran strategi secara efektif diperlukan syarat-syarat penerapan. Pada penerapan Standar Nasional Indonesia mengenai pasar rakyat, Dinas Pasar Kota Malang harus mampu menerapkan dengan baik dengan memperhatikan peluang yang ada dan memperhitungkan kemampuan sumber daya manusianya. Dan untuk menerapkan Standar Nasional Indonesia secara efektif perlu memperhatikan proses pelaksanaan strateginya.

3. Manfaat Strategi

Strategi ditetapkan suatu organisasi sebagai kelanjutan dari perencanaan kegiatan yang akan dilakukan. Penentuan strategi ini tentunya tidak terlepas dari rantai kegiatan yang akan dicapai pada masa yang akan datang. Secara implisit Siagian (2002) menjelaskan manfaat dari penetapan strategi pada organisasi, antara lain :

1. Menjelaskan makna dan hakikat suatu perencanaan melalui identifikasi rinian yang lebih spesifik tentang bagaimana organisasi harus mengelola bidang-bidang yang ada di masa yang akan datang.
2. Merupakan langkah-langkah atau cara yang efektif untuk mengimplementasi kegiatan dalam rangka pencapaian sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan.
3. Sebagai penuntun atau rambu-rambu dan arah pelaksanaan kegiatan diberbagai bidang.
4. Dapat mengetahui secara konkrit dan jelas tentang berbagai cara untuk mencapai sasaran atau tujuan serta prioritas pembangunan pada bidang-bidang tersebut berdasarkan kemampuan yang dimiliki.
5. Sebagai rangkaian dari proses pengambilan keputusan dalam menyelesaikan berbagai macam permasalahan.
6. Mempermudah koordinasi bagi semua pihak agar mempunyai partisipasi dan persepsi yang sama tentang bentuk serta sifat interaksi, interdependensi dan interelasi yang harus tetap tumbuh dan terpelihara dalam mengelola jalannya roda organisasi, sehingga akan mengurangi atau bahkan menghilangkan kemungkinan timbulnya konflik antara berbagai pihak terkait. Dengan demikian strategi dapat berjalan sesuai dengan yang telah diharapkan.

Dengan adanya teori mengenai manfaat strategi maka dapat diketahui manfaat yang didapatkan apabila tujuan dari strategi tersebut tercapai. Disusnya strategi untuk menerapkan Standar Nasional Indonesia agar mempermudah Dinas Pasar dalam menangkap peluang-peluang yang dapat mendukung terwujudnya penerapan Standar Nasional Indonesia tentang pasar rakyat. Selain itu strategi penerapan Standar Nasional Indonesia tentang pasar rakyat bermanfaat untuk

memperjelas tindakan-tindakan yang harus dilakukan Dinas Pasar dalam menerapkan Standar Nasional Indonesia. Dan dengan adanya startegi penerapan ini, koordinasi pada penerapan Standar Nasional Indonesia akan dapat dilaksanakan dengan mudah.

4. Tipe-Tipe Strategi

Strategi merupakan langka awal untuk memperoleh perubahan menjadi lebih baik dengan cara membuat konsep atau rencana tersebut, Kooten dalam Salusu (1996) membedakan tipe-tipe strategi menjadi empat jenis, yaitu :

1. *Corporate Strategy* (Strategi organisasi), strategi berkaitan dengan perumusan, misi, tujuan, nilai-nilai, dan inisiatif yang strategic baru. Pembahasan yang diperlukan, yaitu apa yang dilakukan dan untuk siapa.
2. *Program Strategy* (Strategi Program), strategi ini lebih memberikan perhatian pada implikasi-implikasi strategic dari suatu program tertentu. Apa kira-kira dampaknya apabila suatu program tertentu diperkenalkan, apa dampaknya bagi sasaran organisasi.
3. *Resource Strategy* (Strategi pendukung sumber daya), strategi sumber daya memusatkan perhatian pada memaksimalkan pemanfaatan sumber daya esensial yang tersedia guna meningkatkan kualitas kinerja organisasi. Sumberdaya itu dapat berupa tenaga kuangan teknologi dan sebagainya.
4. *Institusional strategy* (Strategi kelembagaan), fokus dari strategi institusional adalah mengembangkan kemampuan organisasi untuk melaksanakan inisiatif-inisitif strategik.

Berdasarkan tipe-tipe strategi yang dikemukakan Koteen (1991) tersebut, maka dapat diambil kesimpulan bahwa strategi dalam organisasi tidak hanya ada satu. Di sisi lain, tiap-tiap strategi tersebut saling menopang sehingga merupakan satu kesatuan yang mampu menjadikan sebuah organisasi sebagai suatu lembaga yang kokoh dan mampu bertahan dalam kondisi lingkungan yang tidak menentu. Pada strategi penerapan Standar Nasional Indonesia tentang pasar rakyat, termasuk

dalam *Program Strategy*, dimana strategi ini lebih meperhatikan pada proses pelaksanaanya dan bagaimana dampaknya kelak setelah strategi tersebut dilaksanakan.

5. Komponen Strategi

Secara teoritis, Salusu (1996) menyatakan bahwa konsep strategi berkaitan dengan komponen atau detrminan sebagai berikut:

- a. Tujuan dan sasaran: tujuan orang merupakan keinginan yang secara umum hendak dicapai pada waktu yang akan datang. Sedangkan sasaran orang adalah pernyataan yang secara operasional mengarahkan kita pada pencapaian tujuan dalam waktu tertentu, secara periodik bulanan atau tahunan dan terperinci secara jelas.
- b. Lingkungan: tidak dapat disangkal antara orang dengan lingkungan merupakan simbiosis mutualisme, yang berarti keduanya terjaid interaksi yang saling mempengaruhi dan menguntungkan.
- c. Kemampuan internal: kemampuan organisasi untuk melaksanakan rencana kerjanya bertolak dengan tersedianya sumber daya.
- d. Kompetisi: yaitu suasana persaingan yang menyebabkan orang harus mengukur kemampuan internal dengan melihat tantangan dan peluang yang mungkin diraih.
- e. Pembuat strategi: ini juga penting karena menunjuk siapa yang kompeten membuat strategi.
- f. Komunikasi: penyusunan strategi jelas harus dikomunikasikan karena komunikasi akan banyak memberikan informasi mengenai tuntutan lingkungan (internal maupun eksternal) yang tidak kita ketahui dan tidak pernah diramalkan.

Berdasarkan pada uraian di atas dapat disimpulkan bahwa strategi dapat berjalan dengan lancar jika didukung oleh komponen-komponen yang sesuai dan terstruktur. Dalam komponen strategi dijelaskan bagian-bagian yang menopang adanya strategi. Secara rinci strategi penerapan Standar Nasional Indonesia mengenai pasar rakyat terdiri dari tujuan strategi, lingkungan, dan pembuat strategi. Dimana komponen yang satu dengan komponen lainnya saling berkaitan, dan kemudian dapat dijelaskan secara rinci sebagai bagian dari adanya strategi tersebut.

Dari berbagai sumber diatas, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa strategi merupakan cara yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Cara yang digunakan untuk mencapai tujuan tidak hanya satu, melainkan banyak cara yang disusun sedemikian rupa sehingga menjadi rangkaian strategi dan dianggap mampu untuk menyelesaikan masalah ataupun mencapai tujuan tertentu. Dalam kaitanya dengan penerapan Standar Nasional Indonesia, adanya strategi sangatlah penting untuk disusun dan dilaksanakan guna untuk merealisasikan penerapan Standar Nasional Indonesia mengenai Pasar Rakyat. Lembaga yang bertanggung jawab untuk menerapkan Standar Nasional Indonesia mengenai Pasar Rakyat haruslah memiliki strategi yang matang sehingga penerapan yang dilakukan tidak menimbulkan konflik atau masalah di kemudian hari. Dengan adanya strategi penerapan yang baik maka Standar Nasional Indonesia mengenai Pasar Rakyat akan mampu memberikan solusi bagi berbagai masalah pengelolaan pasar.

B. Pasar

1. Pengertian Pasar

Pasar menurut Azimah, Martini, dan Manar (2013) adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu pihak yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plasa, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Menurut Andriani dan Mohammad Mukti dalam Fitria (2014), pasar merupakan salah satu kegiatan perdagangan yang tidak bisa terlepas dari kegiatan sehari-hari manusia. Dengan semakin pesatnya perkembangan penduduk maka semakin besar pula tuntutan kebutuhan akan pasar baik secara kuantitas maupun kualitas. Pasar pada umumnya dibedakan menjadi dua, pertama adalah pasar

tradisional, dimana aktivitas jual beli masih sederhana, terjadi tawar-menawar dengan alat pembayaran berupa uang. Kedua adalah pasar modern, aktivitas jual beli di pasar modern sudah lebih maju, tidak ada tawar-menawar karena harga sudah ditetapkan, alat pembayaran tidak hanya berupa uang tapi juga kartu kredit maupun alat pembayaran yang lain. Pasar mengatur kehidupan sosial, termasuk ekonomi, secara otomatis.

“Dalam teori ekonomi, pasar adalah suatu institusi, yang pada umumnya tidak berwujud secara fisik, yang mempertemukan penjual dan pembeli suatu barang” (Sadono Sukirno, 2003). Sedangkan yang dimaksud dengan pasar menurut Undang-Undang No 7 Tahun 2014 pasal 1 adalah lembaga ekonomi tempat bertemunya pembeli dan penjual, baik secara langsung maupun tidak langsung, untuk melakukan transaksi Perdagangan.

Sesuai dengan pengertian para ahli, pasar dapat diartikan sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli dengan tujuan untuk melakukan transaksi jual dan beli. Namun demikian ada juga yang datang ke pasar dengan tujuan lain dan biasa disebut dengan pengunjung. Apabila dikaitkan dengan tema yang diangkat oleh penulis, pengertian pasar menjadi sangat penting adanya agar pasar dapat didefinisikan sesuai dengan fungsi dan perannya dalam masyarakat.

2. Jenis-jenis Pasar Menurut Sistem Pengelolaan

Secara umum, pasar merupakan suatu tempat bertemunya penjual dan pembeli yang melakukan proses transaksi jual-beli, dan pasar dapat dikategorikan menjadi dua jenis pasar bila didasarkan pada sistem pengelolaannya, yaitu pasar tradisional dan pasar modern.

a. Pasar Tradisional

Menurut Peraturan Presiden RI Nomor 112 tahun 2007, 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, modal kecil, dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi jual-beli secara langsung, dan biasanya terjadi proses tawar menawar. Secara fisik, pasar tradisional terdiri dari kios-kios atau gerai, los, dan desaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Barang yang diperjual belikan pada pasar tradisional berupa barang kebutuhan pangan sehari-hari seperti sayur-sayuran, beras, buah-buahan, telur, daging, dan tidak menutup kemungkinan barang-barang bukan kebutuhan pangan juga diperjual belikan pada pasar tradisional. Umumnya lokasi pasar berada di dekat kawasan perumahan atau kawasan yang padat penduduk agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar.

Berdasarkan *Urban Sector Development Reform Project* (USDRP), pasar tradisional memiliki beberapa fungsi penting dan tidak dapat digantikan oleh pasar modern. Terdapat empat fungsi ekonomi yang sejauh ini hanya dapat diperankan oleh pasar tradisional, yaitu:

- 1) Pertama, pasar tradisional merupakan tempat dimana masyarakat dari berbagai lapisan memperoleh barang yang terjangkau dari segi harga,

karena perbedaan harga pada pasar modern yang sering kali jauh lebih mahal dibandingkan pasar tradisional. Dan dapat dikatakan bahwa pasar tradisional merupakan pilar penyangga ekonomi masyarakat kecil.

- 2) Kedua, pasar tradisional merupakan salah satu sarana pelaku usaha dengan modal kecil, seperti pedagang-pedagang kecil. Hal tersebut dikarenakan harga sewa di pasar tradisional jauh lebih terjangkau dibandingkan dengan harga sewa tempat di pasar modern.
- 3) Ketiga, melalui retribusi yang ditarik dari pedagang, pasar tradisional menjadi salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD)
- 4) Keempat, akumulasi aktivitas pada pasar tradisional menjadi salah satu faktor penting dalam perhitungan tingkat pertumbuhan ekonomi dalam skala lokal, regional, maupun nasional

b. Pasar Modern

Pasar modern biasanya merupakan pusat belanja seperti plaza, mall, department store, dan sejenisnya yang pengelolaannya dengan menggunakan metode manajemen modern, yang didukung dengan teknologi modern, serta mengutamakan pelayanan kenyamanan berbelanja, space atau ruangan tempat berjualan disewakan berdasarkan kotrak atau dijual kepada pihak lain sebagai tempat usaha dengan manajemen pengelolaan gedung tetap berada di satu tangan dan bermodal relatif kuat (Hadiparmono, 2006). Sedangkan menurut Sinaga dalam Sarwoko (2008) pasar modern adalah pasar yang dikelola dengan manajemen modern, umumnya terdapat di kawasan perkotaan, sebagai penyedia barang dan

jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen (umumnya anggota masyarakat kelas menengah ke atas).

Pasar modern merupakan pasar yang dikelola secara modern dengan menggunakan teknologi modern yang mendukung. Secara fisik, pasar modern berupa bangunan yang kokoh dengan desain yang modern. Dimana barang-barang yang diperjual belikan memiliki harga yang pas sehingga tidak terjadi proses tawar menawar antara penjual dan pembeli. Pasar modern tidak banyak berbeda dengan pasar tradisional, namun pada pasar modern, penjual dan pembeli tidak banyak berinteraksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum pada barang. Contoh dari pasar modern adalah swalayan, supermarket, minimarket, mall, dan plaza.

“Pasar modern banyak berkembang di perkotaan yang ditandai dengan sifat yang impersonal dan harga barang-barang yang dijual ditentukan dengan sistem bandrol. Harga tidak ditentukan atas dasar tawar-menawar antara penjual dengan calon pembeli, tetapi harga ditetapkan secara pasti oleh penjualnya. Dalam pasar modern, hubungan antara penjual dan calon pembeli bersifat kontraktual. Harga yang terjadi bukan berdasarkan interaksi yang erat antara penjual dengan pembeli. Harga yang terjadi tidak dipengaruhi oleh hubungan sosial antara penjual dan pembeli” (Narwoko, 2004).

Berdasarkan teori yang membedakan pasar berdasarkan sistem pengelolaannya, pasar dibedakan menjadi dua jenis yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Untuk di Indonesia saat ini pasar tradisional diubah penyebutannya menjadi pasar rakyat. Dengan adanya teori ini maka akan dapat dibedakan bagaimana pasar yang dikelola secara modern dengan pasar yang dikelola secara tradisional. Dan saat ini telah muncul berbagai konsep mengenai pasar tradisional yang dikelola secara modern, sehingga perlu dibedakan antara penyebutan pasar tradisional dengan pasar yang benar-benar dikelola secara tradisional.

3. Fungsi dan Peran Pasar

Keberadaan pasar di suatu wilayah atau daerah tertentu pasti terdapat fungsi dan perannya, sehingga perlu adanya suatu usaha dalam memberdayakannya. Fungsi pasar rakyat yang pertama adalah sebagai pusat pengembangan ekonomi rakyat. Fungsi yang kedua yaitu sebagai sumber retribusi daerah. Ketiga sebagai tempat pertukaran barang. Dan yang keempat adalah sebagai tempat perputaran uang daerah. Kelima, pasar rakyat sebagai lapangan pekerjaan (Emiliana Sadila dkk, 2011). Pasar memang memiliki banyak fungsi seperti yang disebutkan bahwa sebagian masyarakat yang perekonomiannya berada di posisi menengah kebawah sangat mengandalkan keberadaan pasar rakyat khususnya sebagai tempat untuk mencari kebutuhan dan tempat untuk menjalankan perekonomian kehidupannya. Pasar rakyat juga berperan sebagai tempat yang memiliki daya tarik dalam menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat, terutama masyarakat di sekitar pasar.

Secara garis besar pasar memiliki lima fungsi utama, kelima fungsi utama ini menunjukkan pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab oleh sistem ekonomi (Sudarman dalam Raharjo, 2001). Fungsi-fungsi tersebut sebagai berikut:

1. Pasar menetapkan nilai (sets value). Dalam ekonomi pasar, harga merupakan ukuran nilai. Fungsi ini memecahkan masalah penentuan apa yang harus dihasilkan oleh suatu perekonomian. Barang yang relatif lebih diinginkan oleh masyarakat mempunyai tingkat harga yang relatif lebih tinggi dibandingkan dengan barang yang tidak diinginkan oleh

masyarakat. Produsen menghasilkan barang yang lebih diinginkan oleh masyarakat sehingga menghasilkan keuntungan yang lebih besar.

2. Pasar mengorganisasi produksi. Dengan adanya harga-harga faktor produksi di pasar, maka akan mendorong produsen untuk memilih metode produksi yang paling efisien. Dalam ilmu ekonomi dianggap bahwa antara faktor-faktor produksi selalu mempunyai kemungkinan substitusi. Apabila salah satu faktor produksi mengalami peningkatan harga, maka produsen akan berusaha untuk mencari faktor produksi pengganti. Fungsi pasar ini menunjukkan bagaimana cara untuk menghasilkan barang.
3. Pasar mendistribusikan barang. Kemampuan seseorang untuk membeli suatu barang tergantung pada tingkat pendapatannya. Pendapatan seseorang selain tergantung pada jumlah faktor produksi, juga tergantung pada harga faktor produksi tersebut. Fungsi ketiga ini menjelaskan untuk siapa barang tersebut dihasilkan.
4. Pasar berfungsi sebagai penyelenggara penjatahan. Dalam jangka waktu tertentu jumlah faktor produksi akan terbatas, sehingga untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan barang dilakukanlah penjatahan. Apabila terdapat barang dengan jumlah relatif kecil maka tingkat harganya relatif tinggi dan diharapkan dapat membatasi jumlah konsumsi.
5. Pasar mempersiapkan dan mempertahankan keperluan masa yang akan datang. Tabungan dan investasi terjadi di pasar dan keduanya merupakan usaha untuk mempertahankan dan mencapai kemajuan perekonomian.

Dari berbagai fungsi pasar yang sudah terpaparkan diatas, maka dapat dikatakan perlu adanya usaha dalam menjaga keberadaan pasar rakyat di daerah, hal ini disebabkan karena setiap pasar rakyat yang berada di daerah pasti memiliki kondisi yang berbeda-beda mulai dari letak, fasilitas, dan kualitas manajemen pasar. Hal tersebutlah yang menjadi dasar perlunya adanya strategi untuk menerapkan Standar Nasional Indonesia demi menjaga eksistensi pasar rakyat. Teori mengenai berbagai fungsi pasar ini tentunya menjadi salah satu alasan perlu adanya upaya pemberdayaan pasar rakyat melalui penerapan Standar Nasional Indonesia.

4. Pengguna Pasar

Pasar merupakan tempat dimana transaksi jual-beli dan tawar menawar berlangsung. Keberlangsungan kegiatan tersebut tentunya dilakukan oleh pelaku-pelaku yang secara langsung berperan terhadap terciptanya kegiatan yang ada di dalam pasar. Pelaku yang disebut sebagai pengguna pasar secara umum adalah pembeli sebagai konsumen dan pedagang sebagai produsen atau penyedia barang. Menurut Damsar (1997) pembeli dan penjual dapat dibagi menjadi beberapa klasifikasi, yaitu:

1. Pembeli merupakan salah satu aktor yang berperan dalam pasar dan terjadinya kegiatan tawar menawar dan kegiatan lainnya di dalam pasar. Berikut beberapa tipe pembeli menurut Damsar :
 - a. Pengunjung
Yaitu mereka yang datang ke lokasi pasar tanpa mempunyai tujuan untuk melakukan pembelian terhadap suatu barang atau jasa. Mereka hanya menghabiskan waktu luangnya di lokasi pasar.
 - b. Pembeli
Yang dimaksud pembeli yaitu mereka yang datang ke lokasi pasar dengan maksud untuk membeli suatu barang atau jasa, tetapi tidak mempunyai tujuan ke (di) mana akan membeli.
 - c. Pelanggan

Yaitu mereka yang datang ke lokasi pasar dengan maksud membeli suatu barang atau jasa dan punya arah tujuan yang pasti ke (di) mana akan membeli. Seseorang yang menjadi pembeli tetap dari seorang penjual tidak terjadi secara kebetulan, tetapi melalui proses interaksi sosial.

2. Pedagang adalah orang atau institusi yang menjual belikan produk atau barang., kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung. Pedagang dalam ekonomi di bedakan menurut jalur distribusi yang dilakukan yaitu:
 - a. *Pedagang Distributor (tunggal)* yaitu pedagang yang memegang hak distribusi satu produk dari perusahaan tertentu.
 - b. *Pedagang (partai)* besar yaitu pedagang yang membeli suatu produk dalam jumlah besar yang dimaksudkan untuk dijual kepada pedagang lain.
 - c. *Pedagang eceran* yaitu pedagang yang menjual produk langsung kepada konsumen. (Damsar, 1997)

Mengacu kepada pemaparan teori pasar diatas, penulis dapat memberikan kesimpulan bahwa pasar memiliki peran dan fungsi yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Pada dasarnya pasar dapat dibedakan menjadi dua jenis pasar, yakni pasar tradisional dan pasar modern. Pasar menyediakan beragam kebutuhan masyarakat dalam hal pangan dan sandang. Dalam penelitian kali ini penulis menggunakan teori pasar sebagai acuan dalam menggambarkan kondisi pasar di Indonesia, terutama pasar Oro-oro Dowo dan pasar lainnya di Kota Malang. Dengan mengacu pada teori tentang pasar maka kondisi pasar saat ini akan dapat terdeskripsikan dengan jelas. Teori pasar dirasa cocok dipergunakan dalam penelitian kali ini, karena pada dasarnya untuk menyusun strategi penerapan Standar Nasional Indonesia mengenai Pasar Rakyat diperlukan adanya gambaran kondisi pasar saat ini. Dari gambaran kondisi tersebut maka akan dapat diketahui bagaimana pengelolaan pasar yang professional dengan pengelolaan pasar yang belum professional.

C. Pengelolaan Pasar

1. Pengertian Pengelolaan

Pegelolaan dapat diartikan sebagai manajemen, hal ini dikarenakan pengelolaan maupun manajemen memiliki kesamaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pengelolaan menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) merupakan sebuah proses cara kegiatan mengelola, dalam pengelolaanya sendiri dapat terjadi apabila adanya sebuah kerjasama antara seorang individu dan sebuah kelompok, karena berhubungan dengan kerjasama maka dibutuhkan koordinasi dan integrasi antara keduanya untuk mencapai sebuah pengelolaan yang telah ditentukan. Menurut Robert T. Kiyosaki & Sharon L dalam (Lepank, 2012) pengelolaan adalah sebuah kata yang besar sekali, yang mencakup pengelolaan uang, waktu, orang, sumber daya, dan terutama pengelolaan informasi. Maka dari definisi diatas dalam sebuah pengelolaan berisi sebuah cara atau tindakan dengan menitikberatkan dalam koordinasi dan integrasi dalam sasaran pelaksanaan pada seorang individu dan kelompok untuk mencapai sebuah tujuan dalam sebuah organisasi dengan meliputi pengelolaan uang, waktu, orang, sumber daya, dan terutama pengelolaan informasi.

Pada tema yang diangkat oleh penulis terdapat perbedaan antara pengelolaan dalam arti luas dengan pengelolaan dalam arti sempit. Yang dimaksud pengelolaan dalam arti sempit adalah pengelolaan yang berada pada pasar rakyat itu sendiri, dimana pengelolaan ini berkaitan dengan manajemen pasar yang dilakukan oleh pengelola pasar itu sendiri. Sedangkan pengelolaan dalam arti luas dilakukan untuk mengelola pasar secara keseluruhan mulai dari fasilitas dan

pengelola itu sendiri. Untuk hal ini, pengelolaan dalam arti luas dilaksanakan oleh Dinas Pasar Kota Malang.

2. Pengelolaan Pasar

Sebagai tempat berlangsungnya proses perekonomian masyarakat dari berbagai kelas, pasar menjadi sangatlah perlu untuk dikelola dengan baik. Dengan pengelolaan yang baik maka pasar akan dapat menjalankan peran dan fungsinya dengan lebih optimal. Pengelolaan pasar khususnya pada pasar tradisional dapat diwujudkan dengan perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian. Hal tersebut diatur dalam Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 20 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional.

Adapun beberapa langkah yang dapat dilakukan dalam pengelolaan pasar tradisional agar konsumen dapat bertahan untuk berbelanja di pasar tradisional menurut Sutyanto dalam (Juliadi Dede, 2012), yaitu:

1. Pengelolaan harus lebih profesional
2. Harus mampu mengubah pola pikir pedagang
3. Mampu memenuhi keinginan konsumen dengan baik
4. Sarana dan prasarana yang nyaman parkir, gang, penerangan, sirkulasi udara, keamanan, dan kebersihan
5. Citra pasar tradisional harus diperbaiki
6. Secara fisik tradisional harus mampu menarik konsumen untuk berbelanja
7. Harus mampu meningkatkan laba usaha yang berada di pasar tradisional
8. Kemampuan untuk memuaskan semua pihak yang terkait dengan pasar tradisional.

Berbagai langkah diatas dilakukan dengan harapan dapat meningkatkan eksistensi pasar tradisional terhadap pengguna pasar dan juga terhadap persaingan dengan pasar modern di sekitar pasar tradisional. Dengan melakukan pengelolaan yang profesional yang memfokuskan pada kondisi fisik dan non fisik pasar,

diharapkan akan dapat mempertahankan keberadaan pasar tradisional pada daerah dan juga menjaga eksistensi dari pasar tradisional dimata para pengguna pasar.

Sedangkan menurut Suhendro (2008) maksud dari pengelolaan pasar tradisional yakni agar pasar tradisional menjadi lebih professional (efektif).

Tujuannya yakni :

- a. Menjadikan pasar tradisional menjadi lebih bersih, nyaman, dan aman.
- b. Menjadikan pasar tradisional sebagai urat nadi perekonomian daerah.
- c. Meningkatkan kesejahteraan pedagang.

Sedangkan 4 aspek pengelolaan pasar tradisional meliputi: organisasi dan sumber daya manusia, alat produksi dan pemasaran, pembangunan dan perawatan, dan keuangan. Organisasi yang dimaksud yakni organisasi yang mempunyai kewenangan untuk mengelola pasar tradisional dan memiliki badan hukum. Sumber daya manusia yang dimaksud yakni personal dan struktur organisasi yang mempunyai ketentuan-ketentuan pegawai yang dibutuhkan dalam mengelola pasar. Alat produksi dan pemasaran meliputi tempat usaha, tempat pemasangan reklame, dan pelataran pasar. Dan keuangan merupakan aspek yang terpenting demi terselenggaranya pengelolaan pasar yang lebih professional.

Menurut Suhendro (2008) apabila manajemen pengelolaan pasar dilakukan dengan benar, masa depan pasar tradisional dapat digambarkan sebagai berikut:

- a. Pasar nyaman sebagai tempat berbelanja
- b. Sarana dan prasarana pasar memadai
- c. Bersih dan aman
- d. Produk yang diperdagangkan fresh dan aman dikonsumsi
- e. Pasar memperhatikan kesehatan lingkungan
- f. Manajemen pengelolaan sampah
- g. Ada jaminan bagi konsumen

- h. Pengelolaan yang menguntungkan
- i. Memberikan kepuasan pada semua pihak
- j. Citra pasar meningkat

Untuk meningkatkan potensi pasar tradisional, pemerintah mengeluarkan Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern, yang meliputi berbagai aspek sebagai berikut:

a. Fasilitas

Salah satu ketentuan fasilitas yang harus dimiliki oleh setiap pasar tradisional adalah wajib menyediakan area parkir sebuah kendaraan roda empat untuk setiap 100 m² lantai penjualan. Dan secara umum, setiap pasar harus menyediakan fasilitas yang terjaga kebersihannya, aman, sehat, dan nyaman.

b. Lokasi dan Perizinan

Pasar tradisional maupun pasar modern, lokasi pendiriannya harus mengacu pada rencana tata ruang wilayah kabupaten/kota, rencana detail tata ruang kabupaten/kota, termasuk zonasinya. Pasar tradisional wajib memiliki Ijin Usaha Pengelolaan Pasar Tradisional (IUP2T).

c. Sistem Penjualan

Sebagai bentuk perlindungan terhadap pasar tradisional maka ditetapkan sistem penjualan sebagai berikut: perkulakan menjual barang secara grosir barang konsumsi; *minimarket*, *supermarket*, dan *hypermarket* menjual secara eceran barang konsumsi terutama produk makanan dan produk rumah tangga lainnya; *department store* menjual secara eceran barang konsumsi utamanya produk sandang dan

perlengkapannya dengan penataan barang berdasarkan jenis kelamin dan/atau tingkat usia konsumen.

d. Kemitraan dengan Pemasok

Sebagai upaya untuk mempercepat pertumbuhan perekonomian nasional yang mandiri dan handal dalam usaha bersama atas asas kekeluargaan, diperlukan upaya-upaya yang lebih nyata untuk menciptakan iklim yang mampu memicu terselenggaranya kemitraan usaha yang lebih kokoh diantara semua pelaku kehidupan ekonomi berdasarkan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan.

Apabila disimpulkan berdasarkan pernyataan diatas strategi pengelolaan pasar merupakan sebuah rencana jangka panjang yang dibuat untuk mempersiapkan pengelolaan pasar dengan mengacu kepada perencanaan, pengendalian, dan pengawasan. Dan apabila dipersempit pengertiannya, strategi pengelolaan pasar merupakan sebuah rangkaian tindakan yang direncanakan untuk jangka panjang melalui kerjasama individu dan kelompok dengan melakukan perencanaan, pengendalian, dan pengawasan dalam mengelola pasar tradisional, dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas baik secara fisik maupun non fisik. Dari pengertian tersebut tentunya dapat dilihat bahwa strategi pengelolaan pasar memiliki tujuan.

Menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 20 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional, tujuan dari adanya pengelolaan dan pemberdayaan pasar tradisional yaitu:

- a. Menciptakan pasar tradisional yang tertib, teratur, aman, bersih, dan sehat
- b. Meningkatkan pelayanan kepada masyarakat

- c. Menjadikan pasar tradisional sebagai penggerak roda perekonomian daerah
- d. Menciptakan pasar tradisional yang berdaya saing dengan pusat pembelian dan toko modern.

Dengan adanya pemaparan tentang teori pengelolaan pasar diatas, penulis dapat mengetahui apa yang dimaksud dengan pengelolaan pasar. Selain itu, penulis juga dapat mengetahui bagaimana bentuk pengelolaan pasar yang baik. Dari pemaparan teori diatas dapat diketahui bahwa pengelolaan pasar yang baik sudah tercantum pada Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 20 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional. Pengelolaan pasar tradisional tentunya berbeda dengan pengelolaan pasar modern, perbedaan tersebut juga akan diketahui dengan adanya teori pengelolaan pasar ini. Teori pengelolaan pasar sangatlah berkaitan dengan tema penelitian kali ini, dengan adanya teori pengelolaan pasar penulis akan dapat mengetahui dan mendeskripsikan secara rinci bagaimana kualitas dari pengelolaan pasar pada Pasar Oro-oro Dowo dan pasar rakyat lainnya di Kota Malang. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa teori pengelolaan pasar sangat tepat apabila dipergunakan pada penelitian kali ini.

D. Kebijakan Standar Nasional Indonesia

1. Pengertian Standar Nasional Indonesia

Standar Nasional Indonesia (SNI) adalah satu-satunya standar yang dimiliki oleh Indonesia. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 102 Tahun 2000 tentang Standardisasi Nasional terdapat penjelasan tentang standardisasi nasional. Pada pasal 1 ayat 1 dijelaskan bahwa: "Standar adalah

spesifikasi teknis atau sesuatu yang dibakukan termasuk tata cara dan metode yang disusun berdasarkan konsensus semua pihak yang terkait dengan memperhatikan syarat-syarat keselamatan, keamanan, kesehatan, lingkungan hidup, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, serta pengalaman, perkembangan masa kini dan masa yang akan datang untuk memperoleh manfaat yang sebesar-besarnya"

Pengertian standardisasi pada PP No. 102 Tahun 2000 Pasal 1 Ayat 2 mengacu kepada proses merumuskan, menetapkan, menerapkan dan merevisi standar, yang dilaksanakan secara tertib dan bekerjasama dengan semua pihak. Kegiatan standardisasi tersebut dilakukan oleh Badan Standardisasi Nasional (BSN). Badan Standardisasi Nasional (BSN) adalah badan yang membantu Presiden dalam menyelenggarakan pengembangan dan pembinaan dibidang standardisasi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (PP No. 102 Tahun 2000).

Standar Nasional Indonesia (SNI) adalah standar yang ditetapkan oleh Badan Standardisasi Nasional dan berlaku secara nasional. Penerapan SNI adalah kegiatan menggunakan SNI oleh pelaku usaha. "Tanda SNI adalah tanda sertifikasi yang dihubungkan pada barang atau kemasan atau label yang menyatakan telah terpenuhinya persyaratan SNI melalui sertifikasi yang dikeluarkan oleh lembaga sertifikasi (PP No. 102 Tahun 2000). Sertifikasi tersebut dilakukan oleh lembaga/laboratorium yang telah diakreditasi untuk menyatakan bahwa barang, jasa, proses, sistem atau personel telah memenuhi standar yang dipersyaratkan.

Lembaga laboratoritun tersebut adalah lembaga/laboratorium yang telah memenuhi persyaratan Komite Akreditasi Nasional (KAN) untuk melakukan

kegiatan sertifikasi tertentu. SNI adalah dokumen yang disusun secara konsensus oleh Panitia Teknis (PT) atau SPT, ditetapkan oleh BSN, berisikan persyaratan teknis, aturan, pedoman, atau sifat untuk suatu produk atau proses dan metode produksi dari suatu objek pengukuran/penilaian, utk dipakai umum, untuk digunakan berulang-ulang, dan bukan sekali pakai (PP No. 102 Tahun 2000).

Standardisasi Nasional berdasarkan PP No. 102 Tahun 2000 bertujuan untuk:

- a. Meningkatkan perlindungan kepada konsumen, pelaku usaha, tenaga kerja, dan masyarakat lainnya baik: untuk keselamatan, keamanan, kesehatan maupun pelestarian fungsi lingkungan hidup
- b. Membantu kelancaran perdagangan
- c. Mewujudkan persaingan usaha yang sehat dalam perdagangan.

SNI berdasarkan PP No. 102 Tahun 2000 Bab VI dinyatakan berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia. SNI bersifat sukarela untuk diterapkan oleh pelaku usaha. SNI yang berkaitan dengan kepentingan keselamatan, keamanan, kesehatan masyarakat atau pelestarian fungsi lingkungan hidup dan atau pertimbangan ekonomis, instansi teknis dapat memberlakukan secara wajib sebagian atau keseluruhan spesifikasi teknis dan atau parameter dalam SNI.

SNI ditandai dengan pemberian sertifikat yang dikeluarkan oleh lembaga sertifikasi dan atau dibubuhi tanda SNI. Tanda SNI yang dimaksud harus sesuai dengan lampiran yang terdapat pada PP No. 102 Tahun 2000. Standar harus selalu mengikuti perkembangan IPTEK terbaru dan harus secara berkala dikaji ulang. Hasilnya adalah dilakukan revisi, abolisi atau tidak berubah. Pemeliharaan SNI

dilakukan oleh PT/SPT, dengan jangka waktu minimal 5 tahun sekali (www.bsn.go.id).

Pengajuan SNI dapat diusulkan oleh pengguna ke BSN atau PT. Standar dan liabilitas SNI mengacu kepada 2 hal yaitu mengikuti standar dan liabilitas tata cara perumusan yang disepakati secara internasional dalam maupun TBT WTO, dan melakukan kaji ulang untuk mengikuti perkembangan IPTEK terkini (*state of the art*). Jika terjadi sesuatu dengan pengguna barang yang distandarkan, harus ada pembuktian terbalik (www.bsn.go.id).

Pelaku usaha atau badan yang telah memiliki sertifikat dan atau tanda SNI bila melakukan pelanggaran dengan memproduksi barang dan atau jasa tidak sesuai standar akan dikenakan sanksi. Berdasarkan PP No. 102 Tahun 2000 Pasal 24, sanksi bagi pelaku usaha yang melakukan pelanggaran adalah sanksi administratif dan atau sanksi pidana. Sanksi administratif berupa pencabutan sertifikat produk dan atau pencabutan hak penggunaan tanda SNI, pencabutan ijin usaha, dan atau penarikan barang dari peredaran. Sanksi pidana yang dimaksud adalah sanksi pidana sesuai pemndang-undangan yang berlaku.

Dari teori tentang Standar Nasional Indonesia, maka dapat diketahui pengertian dan konsep Standar Nasional Indonesia secara umum. Secara umum Standar Nasional Indonesia merupakan standar yang dirumuskan dan diterbitkan oleh BSN (Badan Standardisasi Nasional) dengan lembaga terkait, dengan tujuan untuk mengatur persyaratan minimum yang harus dipenuhi oleh objek dari standar tersebut agar mendapatkan jaminan mutu dari BSN (Badan Standardisasi Nasional) atau lembaga terkait. Yang menjadi objek dari Standar Nasional Indonesia pada

penelitian ini secara umum adalah semua pasar rakyat di Kota Malang. Namun untuk lebih keefektifan dan keefisienan penelitian, penulis memilih Pasar Oro-oro Dowo sebagai sampel objek.

2. Standar Nasional Indonesia Tentang Pasar Rakyat

Berdasarkan pada ruang lingkupnya standar ini menetapkan ketentuan dari persyaratan umum, persyaratan teknis dan persyaratan pengelolaan yang harus dimiliki oleh pasar rakyat. Pasar yang memperdagangkan komoditi khusus (pasar tematik), seperti pasar hewan, pasar bunga, dan lain-lain) tidak termasuk dalam cakupan standar ini. Standar ini meliputi istilah dan definisi, klasifikasi pasar rakyat, persyaratan pasar rakyat, dan penerapan persyaratan pada klasifikasi pasar rakyat (Badan Standardisasi Nasional, 2015)

Menurut Standar Nasional Indonesia 8152:2015, pasar rakyat dapat diklasifikasikan menjadi empat tipe berdasarkan jumlah pedagang yang beroperasi di pasar. Klasifikasi tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 2 Klasifikasi Pasar Rakyat Berdasarkan Jumlah Pedagang

Tipe I	Tipe II	Tipe III	Tipe IV
> 750 pedagang	501-750 pedagang	250-500 pedagang	<250 pedagang

Sumber: Badan Standardisasi Nasional (2015)

Melalui tabel diatas dapat disimpulkan bahwa berdasarkan jumlah pedagang yang beroperasi, pasar rakyat diklasifikasikan menjadi empat tipe yaitu Tipe I, Tipe II, Tipe III, dan Tipe IV. Pasar rakyat yang memilki jumlah pedagang lebih dari 750 orang pedagang maka akan diklasifikasikan dalam pasar rakyat Tipe I.

Kemudian pasar rakyat dengan jumlah pedagang antara 501 sampai dengan 750 pedagang maka akan diklasifikasikan ke dalam pasar rakyat Tipe II. Pasar rakyat yang memiliki jumlah pedagang 250 sampai dengan 500 orang diklasifikasikan ke dalam pasar rakyat Tipe III. Dan yang terakhir pasar rakyat dengan jumlah pedagang kurang dari 250 orang maka akan diklasifikasikan ke dalam pasar rakyat Tipe IV.

Menurut Badan Standardisasi Nasional (2015) persyaratan yang menjadi standar bagi pasar rakyat terbagi menjadi tiga bagian persyaratan yaitu persyaratan umum, persyaratan teknis, dan persyaratan pengelolaan. Untuk mendapatkan predikat sebagai pasar ber-SNI, berikut penjelasan secara rinci dari ketiga persyaratan yang harus dipenuhi tersebut:

1. Persyaratan Umum

Persyaratan umum meliputi hal-hal yang berkaitan dengan pasar secara umum seperti lokasi pasar, kebersihan, kesehatan, keamanan, dan kenyamanan. Syarat-syarat tersebut tentunya menjadi prioritas utama bagi pengguna pasar dalam memberi penilaian terhadap kualitas pasar rakyat yang ada. Persyaratan umum juga menjadi dasar untuk menentukan pengembangan dan pembangunan pasar yang berikutnya sehingga dapat dikatakan persyaratan ini adalah persyaratan utama yang harus dipenuhi oleh pasar. Bila dijabarkan, persyaratan umum dari SNI Pasar Rakyat dapat dibagi menjadi beberapa poin, antara lain:

1. Lokasi pasar

Lokasi pasar harus memenuhi persyaratan sebagai berikut:

- a) Setiap lokasi pasar harus mempunyai bukti dokumen kepemilikan yang sah.
- b) Lokasi pasar sesuai dengan rencana tata ruang wilayah setempat.

- c) Untuk pembangunan pasar di lokasi yang baru, terdapat persyaratan lokasi yang harus dipenuhi yaitu:
 - 1) Jalan menuju pasar mudah diakses dan didukung dengan transportasi umum sehingga menjamin kelancaran kegiatan bongkar muat dan distribusi.
 - 2) Terletak di daerah yang aman dari banjir dan longsor.
 - 3) Jauh dari fasilitas yang berpotensi membahayakan, seperti pabrik atau gudang bahan kimia berbahaya, Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) atau tempat pembuangan sampah/limbah kimia dengan jarak minimal 10 m.
 - 4) Tidak terletak pada bekas tempat pembuangan sampah atau bekas pabrik bahan kimia.
2. Kebersihan dan Kesehatan
Kebersihan dan kesehatan yang ada di pasar rakyat harus memenuhi persyaratan sebagai berikut:
 - a) Fasilitas pasar harus memenuhi ketentuan kebersihan yaitu bebas dari binatang penular penyakit dan tempat perindukannya (tempat berkembang biak) seperti: lalat, kecoa, tikus, dan nyamuk.
 - b) Fasilitas dan peralatan ruang dagang harus memenuhi ketentuan kesehatan antara lain:
 - 1) Tempat penjualan makanan siap saji harus menyajikan makanan secara tertutup.
 - 2) Tersedia tempat penyimpanan bahan pangan basah bersuhu rendah ($4 - 10$) °C, khusus untuk ruang dagang bahan pangan basah.
 - 3) Penyajian karkas daging harus digantung.
 - 4) Penggunaan alas pemotong (talenan) yang, tidak mengandung bahan beracun, kedap air dan mudah dibersihkan, dibedakan untuk bahan mentah dan matang
 - 5) Pisau untuk memotong bahan mentah dan matang harus berbeda dan tidak berkarat.
 - 6) Tersedia tempat untuk pencucian bahan pangan dan peralatan.
 - 7) Tersedia tempat cuci tangan dilengkapi dengan sabun dan air yang mengalir, khususnya di tempat penjualan bahan pangan basah.
 - 8) Tersedia ruang disinfektan.
3. Keamanan dan Kenyamanan
Keamanan dan kenyamanan yang ada di pasar rakyat harus memenuhi persyaratan sebagai berikut:
 - a) Penataan sirkulasi yang memudahkan pengunjung dapat bergerak dengan leluasa.
 - b) Bahan bangunan hendaknya berupa bahan yang memudahkan perawatan.

2. Persyaratan Teknis

Persyaratan teknis dari standar pasar rakyat meliputi ketersediaan fasilitas bagi pengguna pasar. Pengguna pasar yang dimaksud adalah pengunjung dan pedagang yang berjualan di pasar. Persyaratan teknis dapat dikatakan berkaitan dengan fasilitas dan infrastruktur pasar. Sama halnya dengan persyaratan yang lainnya, persyaratan ini memiliki kriteria yang berbeda berdasarkan tipe pasar. Sebagai contohnya kriteria pada tipe IV akan berbeda dengan kriteria pada tipe III. Untuk lebih lengkapnya, persyaratan teknis dari SNI pasar rakyat dapat dilihat dalam tabel di bawah ini.

Tabel 3 Tabel Persyaratan Teknis SNI Pasar Rakyat

Kriteria	Tipe I	Tipe II	Tipe III	Tipe IV
Ukuran Luas Dagang	Minimal 2 m ²	Minimal 1 2 m ²	Minimal 2 m ²	Minimal 1 m ²
Jumlah Pos Ukur Ulang	Minimal 2 Pos	Minimal 2 Pos	Minimal 2 Pos	Minimal 1 Pos
Zonasi	- Pangan basah - Pangan kering - Siap saji - Non pangan - Tempat pemotongan unggas hidup	- Pangan basah - Pangan kering - Siap saji - Non pangan - Tempat pemotongan unggas hidup	- Pangan basah - Pangan kering - Siap saji - Non pangan - Tempat pemotongan unggas hidup	- Pangan basah - Pangan kering - Siap saji - Non pangan - Tempat pemotongan unggas hidup
Area parkir	Proporsional dengan luas lahan pasar	Proporsional dengan luas lahan pasar	Proporsional dengan luas lahan pasar	Proporsional dengan luas lahan pasar
Area bongkar muat barang	Tersedia khusus	Tersedia khusus	ada	ada

Akses untuk masuk dan keluar kendaraan	Terpisah	Terpisah	ada	ada
Lebar koridor/ gangway	Minimal 1,8 m	Minimal 1,8 m	Minimal 1,5 m	Minimal 1,2 m
Kantor pengelola	di dalam lokasi pasar	di dalam lokasi pasar	di dalam lokasi pasar	ada
Lokasi toilet dan Kamar mandi (terpisah antara pria dan wanita)	Minimal berada pada 4 lokasi yang berbeda	Minimal berada pada 3 lokasi yang berbeda	Minimal berada pada 2 lokasi yang berbeda	Minimal berada pada 1 lokasi
Jumlah toilet pada satu lokasi	Minimal 4 toilet pria dan 4 toilet wanita	Minimal 3 toilet pria dan 3 toilet wanita	Minimal 2 toilet pria dan 2 toilet wanita	Minimal 1 toilet pria dan 1 toilet wanita
Tempat penyimpanan bahan pangan basah bersuhu rendah / lemari pendingin	ada	ada	--	--
Tempat cuci tangan	Minimal berada pada 4 lokasi yang berbeda	Minimal berada pada 3 lokasi yang berbeda	Minimal berada pada 2 lokasi yang berbeda	Minimal berada pada 1 lokasi
Ruang Menyusui	Minimal 2 ruang	Minimal 1 ruang	ada	ada
CCTV	Minimal berada pada 2 lokasi yang berbeda	Minimal berada pada 2 lokasi yang berbeda	Minimal berada pada 1 lokasi	--
Ruang peribadatan	Minimal 2 ruang	Minimal 2 ruang	Minimal 1 ruang	ada
Ruang bersama	ada	ada	ada	--
Pos kesehatan	ada	ada	ada	ada
Pos keamanan	ada	ada	ada	ada
Area merokok	ada	ada	ada	ada
Ruang disinfektan	ada	ada	ada	--

Area penghijauan	ada	ada	ada	ada
Tinggi anak tangga (untuk pasar dengan 2 lantai)	Maksimal 18 cm	Maksimal 18 cm	Maksimal 18 cm	Maksimal 18 cm
Tinggi meja tempat penjualan dari lantai, di zona pangan	Minimal 60 cm	Minimal 60 cm	Minimal 60 cm	Minimal 60 cm
Akses untuk kursi roda	ada	ada	--	--
Jalur evakuasi	ada	ada	ada	ada
Tabung pemadam kebakaran	ada	ada	ada	ada
Hidran air	ada	ada	--	--
Pengujian kualitas air bersih	Setiap 6 bulan	Setiap 6 bulan	Setiap 1 tahun	Setiap 1 tahun
Pengujian limbah cair	Setiap 6 bulan	Setiap 6 bulan	Setiap 1 tahun	Setiap 1 tahun
Ketersediaan tempat sampah	• setiap toko/kios/los/jongko/konter/ pelataran • setiap fasilitas pasar	• setiap toko/kios/los/jongko/konter/ pelataran • setiap fasilitas pasar	• setiap toko/kios/los/jongko/konter/ pelataran • setiap fasilitas pasar	• setiap toko/kios/los/jongko/konter/ pelataran • setiap fasilitas pasar
Alat angkut sampah	ada	ada	ada	ada
Tempat pembuangan sampah sementara	ada	ada	ada	ada
Pengelolaan sampah berdasarkan 3R	ada	ada	ada	ada
Sarana telekomunikasi	ada	ada	ada	ada

Sumber: Badan Standardisasi Nasional (2015)

3. Persyaratan Pengelolaan

Setiap pasar rakyat pasti memiliki sistem pengelolaan dan struktur pengelola pasar yang berbeda-beda. Namun, dalam standar ini setiap pengelola pasar harus mengacu pada persyaratan-persyaratan pengelolaan pasar. Persyaratan pengelolaan pasar meliputi hal-hal yang berkaitan dengan sistem manajemen pasar. Lebih jelasnya, persyaratan pengelolaan yang tercantum dalam SNI tentang Pasar Rakyat dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4 Tabel Persyaratan Pengelolaan SNI Pasar Rakyat

Kriteria	Tipe I	Tipe II	Tipe III	Tipe IV
Informasi identitas pedagang	ada	ada	ada	ada
Informasi kisaran harga	ada	ada	ada	ada
Informasi zonasi pasar	ada	ada	ada	ada
Prosedur Kerja /SOP	ada	ada	ada	ada
Struktur Pengelola	• Kepala Pasar, • Bidang Administrasi dan Keuangan, • Bidang Ketertiban dan Keamanan, • Bidang Pemeliharaan dan Kebersihan, • Bidang Pelayanan Pelanggan dan Pengembangan Komunitas.	• Kepala Pasar • Bidang Administrasi, Keuangan, Pelayanan Pelanggan dan Pengembangan Komunitas • Bidang Ketertiban dan Keamanan; • Bidang Pemeliharaan dan Kebersihan.	• Kepala Pasar • Bidang Administrasi, Keuangan, Pelayanan Pelanggan dan Pengembangan Komunitas • Bidang Ketertiban, Keamanan, Pemeliharaan, dan Kebersihan.	• Kepala Pasar, • Bidang Administrasi, Keuangan, Pelayanan Pelanggan dan Pengembangan Komunitas • Bidang Ketertiban, Keamanan, Pemeliharaan, dan Kebersihan.
Jumlah pengelola	Minimal 5 orang	Minimal 4 orang	Minimal 3 orang	Minimal 2 orang

Pelaksanaan sidang tera/tera ulang	Minimal 1 kali dalam 1 tahun	Minimal 1 kali dalam 1 tahun	Minimal 1 kali dalam 1 tahun	Minimal 1 kali dalam 1 tahun
Program pengembangan dan aktivasi pasar	ada	ada	ada	ada
Program pemberdayaan komunitas pasar	ada	ada	ada	ada

Sumber: Badan Standardisasi Nasional (2015)

Dapat disimpulkan bahwa Standar Nasional Indonesia tentang Pasar Rakyat merupakan satu-satunya standar yang mengatur mengenai pasar tradisional/rakyat. Standar ini mengatur bagaimana persyaratan minimum yang harus dipenuhi oleh setiap pasar rakyat di Indonesia. Persyaratan tersebut meliputi persyaratan umum, persyaratan teknis dan persyaratan pengelolaan. Dengan demikian peningkatan kualitas pasar tidak hanya meliputi satu bagian dari persyaratan tersebut, tetapi perlu adanya pemenuhan dalam ketiga aspek persyaratan tersebut sehingga pasar rakyat dapat dikatakan berkualitas.

Dengan adanya teori tentang Standar Nasional Indonesia penulis dapat mengetahui gambaran singkat mengenai bagaimana bentuk Standar Nasional Indonesia mengenai Pasar Rakyat. Dapat dikatakan bahwa teori ini merupakan bentuk dari kebijakan pengelolaan pasar rakyat dengan skala nasional. Teori Standar Nasional Indonesia mengenai Pasar Rakyat mencakup bagaimana persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi setiap pasar rakyat di Indonesia sehingga kualitas pengelolaan pasar rakyat dapat meningkat. Hal tersebut sangat sesuai dengan tema penelitian kali ini, dengan diterapkannya Standar Nasional

Indonesia pada pasar rakyat maka akan diketahui bagaimana peningkatan kualitas pengelolaan yang terjadi sebagai dampak positif dari penerapan standar ini.

E. Analisis SWOT

1. Pengertian Analisis SWOT

Sebagai pisau analisis, penulis melakukan analisa terhadap data-data yang telah diperoleh dengan metode analisis SWOT. Menurut Rangkuti (2015) analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strength) dan peluang (Opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weakness) dan ancaman (Threath).

Berikut ini merupakan penjelasan dari SWOT secara detail (David, Fred R., 2006) yaitu :

1. Kekuatan (Strenghts) Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan yang diharapkan dapat dilayani. Kekuatan adalah kompetisi kusus yang memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan di pasar.
2. Kelemahan (Weakness) Kelemahan keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. Keterbatasan tersebut dapat berupa fasilitas, sumber daya keuangan, kemampuan, dan keterampilan pemasaran dapat merupakan sumber dari kelemahan.

3. Peluang (Opportunities) Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kecenderungan-kecenderungan penting merupakan salah satu sumber peluang, seperti perubahan teknologi dan meningkatnya hubungan antara perusahaan dengan pembeli atau pemasok merupakan gambaran peluang bagi perusahaan.
4. Ancaman (Threats) Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Adanya peraturan-peraturan pemerintah yang baru atau yang direvisi dapat merupakan ancaman bagi kesuksesan perusahaan.

2. Metode Analisis SWOT

Tahap pengumpulan data pada dasarnya bukan hanya sekedar kegiatan pengumpulan data saja, tetapi juga merupakan suatu kegiatan pengklarifikasian dan pra-analisis. Pada dasarnya analisis SWOT memanfaatkan semua informasi yang didapat guna untuk perumusan strategi. Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matriks TOWS. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis. Hal tersebut dapat dijelaskan lebih detail dalam tabel matriks SWOT berikut.

Tabel 5 Matriks TOWS

Faktor Internal Faktor Eksternal	STRENGTHS (S) (Faktor Kekuatan Internal)	WEAKNESSES (W) (Faktor Kelemahan Internal)
	Strategi SO Strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO Strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
	Strategi ST Strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT Strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti (2015)

Berdasarkan matriks TOWS diatas, dapat diidentifikasi 4 (empat) strategi, yaitu:

1. Strategi SO, merupakan strategi yang dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
2. Strategi ST, merupakan strategi yang mengupayakan seluruh kekuatan perusahaan untuk mengatasi ancaman.
3. Strategi WO, merupakan strategi yang diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
4. Strategi WT, merupakan strategi yang didasarkan pada kegiatan bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Penggunaan metode analisis SWOT bertujuan agar penulis dapat menganalisa strategi yang dirumuskan oleh Dinas Pasar Kota Malang melalui

faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi pelaksanaan strategi. Dari analisis SWOT inilah akan diketahui strategi terbaik untuk menerapkan Standar Nasional Indonesia sehingga penulis dapat memberikan saran kepada strategi yang disusun oleh Dinas Pasar Kota Malang. Analisis SWOT dilakukan dengan menjabarkan faktor kekuatan internal, faktor kelemahan internal, faktor peluang eksternal, dan faktor ancaman eksternal dari strategi penerapan Standar Nasional Indonesia tentang pasar rakyat di Kota Malang.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Secara umum, penelitian kualitatif digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen utama. Teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, dan hasil dari penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Menurut Surachman Winarno dalam Narbuko dan Abu (2012), penelitian deskriptif yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data, jadi ia juga menyajikan data, menganalisis dan menginterpretasi. Ia juga bersifat komperatif dan korelatif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk pemecahan masalah secara sistematis dan faktual mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi.

Sedangkan menurut Moelong (2011) “Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah”. Tujuan dari deskriptif ini adalah untuk membuat gambaran secara sistematis mengenai strategi Dinas Pasar Kota Malang dalam menerapkan Standar Nasional

Indonesia tentang Pasar Rakyat beserta dengan faktor-faktor yang memengaruhi strategi tersebut.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian merupakan salah satu instrumen penting pada suatu penelitian karena dengan ditetapkannya sebuah fokus penelitian maka suatu permasalahan yang akan diteliti tidak akan melebar terlalu jauh dari fokus penelitian. Dengan ditentukannya fokus penelitian maka akan terlihat pula batasan-batasan dari masalah yang akan diteliti, sehingga penelitian yang dilakukan akan lebih terarah sesuai dengan rumusan masalah yang telah ditentukan.

Berdasarkan pada rumusan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya, maka fokus dari penelitian ini adalah :

1. Strategi Dinas Pasar Kota Malang dalam menerapkan Standar Nasional Indonesia 8152:2015 tentang Pasar Rakyat.
 - a. Tujuan dan sasaran dari penerapan Standar Nasional Indonesia 8152:2015 tentang Pasar Rakyat.
 - b. Pelaksanaan strategi Dinas Pasar Kota Malang dalam menerapkan Standar Nasional Indonesia 8152:2015 tentang Pasar Rakyat
 1. Revitalisasi Pasar sebagai upaya penerapan Standar Nasional Indonesia 8152:2015 tentang Pasar Rakyat
 2. Pemeliharaan Pasar sebagai upaya penerapan Standar Nasional Indonesia 8152:2015 tentang Pasar Rakyat

- c. Peran Dinas Pasar Kota Malang dalam penerapan Standar Nasional Indonesia 8152:2015 tentang Pasar Rakyat
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi strategi penerapan Standar Nasional Indonesia 8152:2015 tentang Pasar Rakyat di Kota Malang.
 - a. Faktor Internal
 1. Faktor Kekuatan Internal
 2. Faktor Kelemahan Internal
 - b. Faktor Eksternal
 1. Faktor Peluang Eksternal
 2. Faktor Ancaman Eksternal

C. Lokasi dan Situs Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat atau lokasi yang dipilih oleh peneliti dalam melakukan penelitian. Lokasi untuk penelitian ini adalah di Kota Malang. Alasan dipilihnya Kota Malang sebagai lokasi penelitian adalah karena Kota Malang adalah kota terbesar kedua di Jawa Timur setelah Kota Surabaya. Sebagai salah satu kota yang sedang berkembang, Kota Malang saat ini sedang gencar melakukan pembangunan yang salah satunya adalah pembangunan terhadap pasar rakyat. Sebagai bentuk penerapan Standar Nasional Indonesia, pembangunan pasar rakyat di Kota Malang dilakukan dalam bentuk revitalisasi pasar, relokasi pasar, hingga pembangunan dengan Kerjasama Pemerintah-Swasta (KPS).

Situs penelitian merupakan letak yang sebenarnya dari penelitian yang dilakukan. Pada situs penelitian, peneliti dapat mengetahui fakta-fakta dari objek

yang akan diteliti sebagai data-data yang valid dan akurat. Situs penelitian untuk penelitian ini yaitu:

1. Dinas Pasar Kota Malang
2. Kantor Pasar Oro-oro Dowo Kota Malang

D. Sumber Data dan Jenis Data

1. Jenis Data

Dalam penelitian ini data yang diperlukan dibagi menjadi dua jenis yaitu :

1. Data Primer

Data yang diperoleh langsung dari sumbernya atau responden dan dicatat untuk pertama kalinya. Data ini diperoleh melalui proses wawancara yang digunakan untuk menambah dan menjelaskan permasalahan. Selain melalui proses wawancara, data primer juga didapatkan melalui observasi terhadap gejala dan proses yang menjadi kajian dalam penelitian ini. Data primer tersebut diperoleh melalui:

- a. Kepala Bidang Pemeliharaan Dinas Pasar Kota Malang
- b. Kepala Bidang Pendataan dan Pemungutan Dinas Pasar Kota Malang
- c. Kepala Pasar Oro-oro Dowo Kota Malang
- d. Pedagang dan pengunjung Pasar Oro-oro Dowo Kota Malang

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya yang dapat berupa dokumen-dokumen, laporan-laporan,

artikel-artikel yang ada kaitanya dengan permasalahan yang diangkat pada penelitian. Pada penelitian ini data sekunder dapat diperoleh dari data-data arsip dan dokumen dari Dinas Pasar Kota Malang. Selain itu, data sekunder dapat diambil dari surat kabar, jurnal, dan internet dengan sumber yang jelas dan terpercaya.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian kualitatif menurut Lotland dan Lofland dalam Moleong (2006) ialah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.

Sumber data pada penelitian ini adalah berupa observasi kejadian, data sekunder yang berupa dokumen baik dalam bentuk arsip dan *soft file*, dan hasil dari wawancara seseorang untuk memperoleh data-data maupun informasi yang diperlukan sesuai dengan fokus penelitian yang telah ditetapkan. Sumber data pada penelitian ini adalah:

1. Peristiwa-peristiwa yang terjadi dalam penerapan Standar Nasional Indonesia mengenai Pasar Rakyat pada Dinas Pasar dan Pasar Oro-oro Dowo Kota Malang.
2. Dokumen dalam bentuk arsip maupun data *soft file* yang berupa data yang diperlukan selama jalannya penelitian yang berada di Dinas Pasar dan Pasar Oro-oro Dowo Kota Malang yang sesuai kebutuhan penelitian.

3. Subyek yang terkait didalam penerapan Standar Nasional Indonesia mengenai Pasar Rakyat baik secara individu maupun secara kelompok.

E. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan teknik yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data yang diperlukan. Dalam penelitian kualitatif, kualitas penelitian sangat dipengaruhi oleh kualitas dan kelengkapan data. Kelengkapan dalam pengumpulan data juga harus memperhatikan 5W+1H atau apa, siapa, dimana, kapan, dan bagaimana. Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini ada tiga yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi.

1. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab secara langsung sesuai dengan pedoman wawancara. Pertanyaan yang diajukan pada saat wawancara mengacu pada data yang ingin diperoleh sehingga wawancara yang dilakukan akan tetap berada pada lingkup fokus penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi narasumber wawancara adalah:

- a. Bapak Drs. Widodo, MM selaku Kepala Bidang Pemeliharaan Dinas Pasar Kota Malang
- b. Bapak Sutarto Hartomo, SH selaku Kepala Bidang Pendataan dan Pemungutan Dinas Pasar Kota Malang
- c. Ibu Endang Sri Sundari selaku Kepala Pasar Oro-oro Dowo Kota Malang

- d. Bapak BN selaku salah satu pedagang Pasar Oro-oro Dowo Kota Malang
- e. Ibu WD selaku salah satu pengunjung Pasar Oro-oro Dowo Kota Malang.

2. Observasi

Observasi dalam penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran langsung mengenai objek penelitian. Observasi dimaksudkan untuk mengetahui kondisi sebenarnya yang terjadi tanpa dimanipulasi yang kemudian dicatat untuk dijadikan sumber data (Arikunto, 1992). Pada penelitian ini peneliti melakukan observasi pada Dinas Pasar Kota Malang dan Pasar Oro-oro Dowo Kota Malang. Sehingga akan diketahui kondisi lapangan yang sebenarnya.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data dengan cara mengumpulkan dokumen-dokumen atau arsip-arsip yang berkaitan dengan objek penelitian. Dokumen-dokumen ini diperoleh dari majalah, koran, jurnal, maupun arsip atau dokumen yang dimiliki instansi yang bersangkutan. Pada penelitian ini dokumen di dapatkan dari Kantor Pasar Oro-oro Dowo dan Dinas Pasar Kota Malang.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam pengumpulan data agar pekerjaannya lebih mudah. Dalam suatu penelitian, alat pengambilan data atau instrumen menentukan kualitas data yang diperoleh.

Dan kualitas dari data akan memengaruhi kualitas dari penelitiannya. Dengan demikian pemilihan instrumen penelitian harus dilakukan dengan tepat. Pada penelitian ini instrumen yang digunakan terdiri dari :

1. Peneliti

Pada penelitian kualitatif, peran peneliti diperlukan sebagai instrumen penelitian. Hal ini dikarenakan penelitian kualitatif merupakan penelitian yang ilmiah, sehingga peneliti sendiri yang melakukan pengamatan dan wawancara terhadap objek dari penelitian.

2. Pedoman Wawancara

Pada proses wawancara diperlukan sebuah pedoman wawancara sehingga pertanyaan yang ditanyakan ketika melakukan wawancara tidak meluas dan keluar dari lingkup wawancara. Pada pedoman wawancara sudah tertulis pertanyaan-pertanyaan yang akan ditanyakan kepada informan.

3. Catatan Lapangan

Ketika melakukan pengumpulan data, diperlukan catatan lapangan guna untuk mencatat data yang diperoleh dari fakta-fakta yang terjadi di lapangan.

4. Perangkat Penunjang

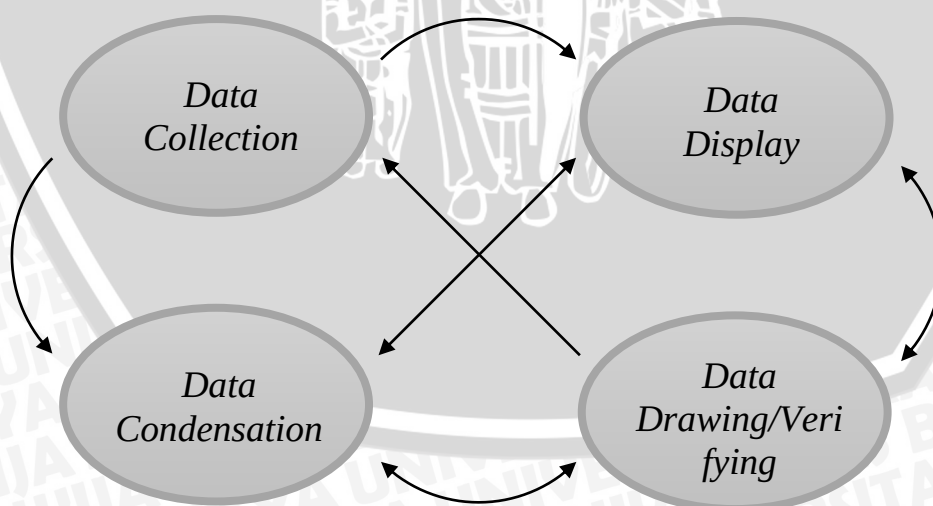
Perangkat penunjang meliputi peralatan yang digunakan untuk menunjang penelitian seperti kertas, alat tulis, kamera, video, rekaman suara, dan sebagainya.

G. Analisis Data

Di dalam sebuah penelitian, analisis data merupakan model pengolahan data yang digunakan dalam memproses data secara sistematis. Menurut Bogdan dalam (Sugiyono, 2013), analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Dalam penelitian kali ini, peneliti menggunakan analisis data kualitatif bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh dan kemudian dikembangkan pola hubungan tertentu atau menjadi hipotesis.

Secara teknis, analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis data dari Miles, Huberman, dan Saldana (2014) dapat melalui alur kegiatan yang meliputi *data collection*, *data condensation*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*.

Gambar 1 Analisis Data Model Interaktif



Sumber: Miles, Huberman, dan Saldana (2014)

Berdasarkan gambar diatas, maka dapat dijelaskan mengenai analisis data model interaktif sebagai berikut:

1. *Data Collection* (Pengumpulan Data)

Pengumpulan data yang dilakukan sesuai dengan metode pengumpulan data yang sudah dijelaskan sebelumnya. Teknik pengumpulan data pada penelitian kali ini dilakukan dengan wawancara pada narasumber yang berkaitan dengan penerapan Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat di Kota Malang. Peneliti juga melakukan observasi secara langsung pada Pasar Oro-oro Dowo Kota Malang. Selain data primer, diperoleh juga data sekunder yang bersumber dari kantor Pasar Oro-oro Dowo yang berupa dokumentasi revitalisasi pasar dan dari Dinas Pasar Kota Malang berupa data pemeliharaan pasar.

2. *Data Condensation* (Kondensasi Data)

Kondensasi data merupakan proses penyaringan, pemilihan, penyederhanaan, dan transformasi data mentah yang didapat dari lapangan dalam bentuk catatan, transkrip wawancara, dokumen, dan bahan-bahan empiris lainnya. Pada penelitian ini kondensasi data dilakukan dengan menyusun transkrip wawancara, merubah data wawancara menjadi tabel, dan menyusun hasil observasi menjadi tabel berdasarkan pada teori Standar Nasional Indonesia. Dari proses tersebut peneliti menggunakan triangulasi agar data yang disajikan dapat divaliditaskan.

3. *Data Display* (Penyajian Data)

Penyajian data dapat diartikan sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Pada penyajian data, penulis melakukan penyusunan data berdasarkan fokus penelitian. Selain penyajian data wawancara, peneliti juga memberikan tabel-tabel yang telah disusun untuk memperjelas penyajian data. Dan yang terakhir penulis memberikan data dokumentasi revitalisasi Pasar Oro-oro Dowo sebagai data sekunder sebagai salah satu bentuk validitas data.

4. *Conclusion Drawing/Verification* (Menarik Kesimpulan/Verifikasi)

Setelah adanya data yang tersaji, peneliti melakukan analisis dengan menggunakan teori-teori yang dipilih. Setelah adanya analisis pada pembahasan, selanjutnya penulis melakukan penarikan kesimpulan mengenai penerapan Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat di Kota Malang sebagai hasil dari penelitian yang dilakukan.

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Gambaran Umum Kota Malang

a. Kondisi Geografis

Kota Malang yang terletak pada ketinggian antara 440 – 667 meter diatas permukaan air laut, merupakan salah satu kota tujuan wisata di Jawa Timur karena potensi alam dan iklim yang dimiliki. Memiliki hawa yang sejuk serta dikelilingi oleh pegunungan antara lain Gunung Arjuno di sebelah utara, Gunung Semeru di sebelah timur, Gunung Kawi dan Panderman di sebelah barat, Gunung Kelud di sebelah barat. Lokasi Kota Malang berada 90 km di sebelah selatan Ibu Kota Provinsi Jawa Timur, Kota Surabaya. Apabila dilihat dari perkembangannya dalam berbagai aspek, Kota Malang merupakan kota kedua terbesar di Jawa Timur setelah Kota Surabaya. Tidak heran apabila Kota Malang menjadi salah satu destinasi wisata favorit di Jawa Timur.

Kota Malang yang berada ditengah-tengah wilayah Kabupaten Malang secara astronomis terletak $112,06^{\circ}$ – $112,07^{\circ}$ Bujur Timur dan $7,06^{\circ}$ – $8,02^{\circ}$ Lintang Selatan. Bersama-sama dengan Kabupaten Malang dan Kota Batu, Kota Malang membentuk kesatuan wilayah yang biasa disebut dengan Malang Raya. Selain dikelilingi oleh pegunungan yang indah, kondisi geografis Kota Malang juga dialiri beberapa sungai seperti Sungai Amprong, Sungai Bango, Sungai Brantas, dan Sungai Metro.

b. Kondisi Administratif

Kota Malang memiliki batas wilayah administratif dengan Kecamatan Singosari dan Kecamatan Karang Ploso Kabupaten Malang di sebelah utara, Kecamatan Pakis dan Kecamatan Tumpang Kabupaten Malang di sebelah timur, Kecamatan Tajinan dan Kecamatan Pakisaji Kabupaten Malang di sebelah selatan, Kecamatan Wagir dan Kecamatan Dau Kabupaten Malang di sebelah barat. Kota Malang memiliki total luas wilayah sebesar 110,06 km² yang secara administratif dibagi menjadi 5 kecamatan, yaitu:

1. Kecamatan Klojen
2. Kecamatan Blimbing
3. Kecamatan Sukun
4. Kecamatan Lowokwaru
5. Kecamatan Kedungkandang.

Tabel 6 Pembagian Wilayah Administratif Kota Malang

Kecamatan	Luas Kecamatan	Persentase Terhadap Luas Kota
Kedungkandang	39,89	36,24
Sukun	20,97	19,05
Klojen	8,83	8,02
Blimbing	17,77	16,15
Lowokwaru	22,60	20,53
Jumlah	110,06	100,00

Sumber: Kota Malang Dalam Angka (2015)

c. Kondisi Demografi

Menurut hasil Proyeksi Penduduk Sensus Penduduk 2010 jumlah penduduk Kota Malang tahun 2014 sebanyak 845.973 jiwa yang terdiri dari penduduk laki-laki sebanyak 416.982 jiwa dan penduduk perempuan sebanyak 428.991 jiwa. Dengan demikian rasio jenis kelamin penduduk Kota Malang sebesar 97,2. Ini artinya bahwa setiap 100 penduduk perempuan terdapat 97-98 penduduk laki-laki. Berdasarkan hasil Sensus Penduduk 2010, pada periode 2010–2014 rata-rata laju pertumbuhan penduduk setiap tahunnya adalah 0,31 %.

Tabel 7 Kondisi Demografi Kota Malang

Kecamatan	Banyak Penduduk			Rasio Jenis Kelamin	Tingkat Kepadatan Penduduk
	Laki-laki	Perempuan	Total		
Kedungkandang	91,474	92,453	183,927	98.9	4,611
Sukun	93,632	94,913	188,545	98.7	8,991
Klojen	49,779	54,811	104,590	90.8	11,845
Blimbing	87,581	89,264	176,845	98.1	9,952
Lowokwaru	94,516	97,550	192,066	96.9	8,498
Jumlah	416,982	428,991	845,973	97.2	7,686

Sumber: Kota Malang Dalam Angka (2015)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa Kecamatan Lowokwaru memiliki penduduk terbanyak yaitu sebesar 192.066 jiwa, kemudian diikuti oleh kecamatan Sukun (188.545 jiwa), Kecamatan Kedungkandang (183.927 jiwa), Kecamatan Blimbing (176.845 jiwa) dan Kecamatan Klojen (104.590 jiwa). Sedangkan wilayah dengan kepadatan penduduk tertinggi terjadi di wilayah Kecamatan Klojen yaitu mencapai 11.845 jiwa per km², sedangkan terendah di wilayah Kecamatan Kedungkandang sebesar 4.611 jiwa per km².

d. Visi dan Misi Kota Malang

Berdasarkan pada Rencana Pembangunan Jangka Menengah Kota Malang 2013-2018, maka dapat diketahui Visi dan Misi dari Pemerintah Kota Malang. Visi dari Kota Malang adalah **“Terwujudnya Kota Malang sebagai kota BERMARTABAT (bersih, makmur, adil, religius/toleran, terkemuka, aman, berbudaya, asri, dan terdidik)”**, sedangkan Misi dari Kota Malang antara lain:

1. Menciptakan masyarakat yang makmur, berbudaya dan terdidik berdasarkan nilai spiritual yang agamis, toleran dan setara.
2. Meningkatkan kualitas pelayanan publik yang adil, terukur dan akuntabel.
3. Mengembangkan potensi daerah yang berwawasan lingkungan yg berkesinambungan, adil, dan ekonomis.
4. Meningkatkan kualitas Pendidikan masyarakat Kota Malang sehingga bisa bersaing di era global.
5. Meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat baik fisik, maupun mental untuk menjadi masyarakat produktif.
6. Membangun Kota Malang sebagai kota tujuan wisata yang aman, nyaman, dan berbudaya.
7. Mendorong pelaku ekonomi sektor informal dan UKM agar lebih produktif dan kompetitif.
8. Mendorong Produktivitas Industri dan Ekonomi skala besar yang berdaya saing, etis dan berwawasan lingkungan.
9. Mengembangkan sistem transportasi terpadu dan infrastruktur yang nyaman untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat.

2. Gambaran Umum Dinas Pasar Kota Malang

a. Sejarah Singkat Terbentuknya Dinas Pasar

Berdasarkan keputusan Walikotamadya Daerah Tingkat II Malang Nomor 45 Tahun 1973 Tanggal 31 Maret 1973 dan Peraturan Daerah Kotamadya Daerah Tingkat II Malang Nomor 6 Tahun 1979, Pasar sebagai Unit Pelaksana Teknis Pendapatan Kotamadya Daerah Tingkat II Malang.

Berdasarkan Peraturan Daerah Kotamadya Daerah Tingkat II Malang Nomor 10 Tahun 1987, maka pengelolaan pasar dari Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD) Dinas Pendapatan Kotamadya Daerah Tingkat II Malang menjadi Dinas Pasar Kotamadya Daerah Tingkat II Malang. Selanjutnya diperbaharui dengan Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 5 Tahun 2004 tentang Pembentukan, Kedudukan, Tugas Pokok, Fungsi dan Struktur Organisasi Dinas Daerah sebagai unsur pelaksana Pemerintah Kota Malang. Sedangkan dalam memberikan kewenangan berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 38 Tahun 2007 tentang Pembagian Urusan Pemerintahan Antara Pemerintah, Pemerintah Daerah Provinsi dan Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota dan Peraturan Pemerintah Nomor 41 Tahun 2007 tentang Organisasi Perangkat Daerah, telah ditetapkan Peraturan Walikota Malang Nomor 50 Tahun 2012 tentang Uraian Tugas Pokok, Fungsi dan Tata Kerja Dinas Pasar.

b. Tujuan dan Sasaran Dinas Pasar

Dalam upaya mendukung pencapaian visi dan misi Dinas Pasar Kota Malang, maka dirumuskan suatu tujuan yang merupakan gambaran tentang keadaan yang diinginkan oleh Dinas Pasar Kota Malang.

Tujuan Dinas Pasar Kota Malang adalah: " Terwujudnya Peningkatan Pengelolaan Pasar dan Penataan PKL yang lebih profesional ". Berdasarkan tujuan yang telah ditetapkan tersebut, maka sasaran yang akan dicapai selama tahun 2014-2018 adalah sebagai berikut:

1. Revitalisasi pasar
2. Survei Kepuasan Masyarakat (SKM) terhadap Dinas Pasar
3. Meningkatnya penataan dan pemberdayaan PKL.

c. Visi dan Misi Dinas Pasar

Penyelenggaraan fungsi-fungsi pemerintahan pada dasarnya dilaksanakan oleh instansi pemerintah. Oleh karenanya, setiap instansi pemerintah wajib mempertanggungjawabkan pelaksanaan tugas pokok dan fungsinya dengan memberdayakan sumber daya yang ada dan kebijakan yang dipercayakan kepadanya, berdasarkan Rencana Strategik (Renstra) yang telah dirumuskan sebelumnya. Kewajiban penyusunan Renstra ini didasarkan pada Pasal 33 Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional, mengamanatkan bahwa Pimpinan Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) menyelenggarakan perencanaan pembangunan Daerah sesuai dengan tugas dan kewenangan.

Sehubungan dengan hal tersebut, Dinas Pasar sebagai salah satu Satuan Kerja Perangkat Daerah Pemerintah Kota Malang sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya berperan memberikan dukungan dalam peningkatan potensi perdagangan.

Dalam mewujudkan Visi dan Misi Kota Malang sebagaimana tercantum dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kota Malang Tahun 2014-2018, yang tertuang dalam Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 6 Tahun 2010, maka Dinas Pasar Kota Malar memiliki Visi yaitu: **"Terwujudnya Pelayanan dan Pengelolaan Pasar yang Profesional"**. Untuk pencapaian visi sebagaimana diatas, maka disusun misi Dinas Pasar, yaitu sebagai berikut: **"Terwujudnya Peningkatan Pengelolaan Pasar dan Penataan yang Lebih Profesional "**.

d. Klasifikasi Pasar

Klasifikasi pasar di Kota Malang didasarkan atas letak pasar, nilai jual obyek pajak, jumlah pedagang, komoditas pedagang, dan potensi pedagang. Berdasarkan hal tersebut maka Kota Malang memiliki pasar dengan beberapa kelas dengan kriteria sebagai berikut:

1. Pasar Kelas I adalah pasar yang retribusinya menyumbang/mendukung Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang cukup tinggi
2. Pasar Kelas II adalah pasar yang retribusinya menyumbang/mendukung Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang cukup/sedang
3. Pasar Kelas III adalah pasar yang retribusinya menyumbang/mendukung Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang cukup rendah
4. Pasar Kelas IV adalah pasar yang retribusinya menyumbang/mendukung Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang sangat rendah
5. Pasar Kelas V adalah pasar yang retribusinya menyumbang/mendukung Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang bersifat isidentil.

e. Kelembagaan Dinas Pasar

1) Struktur Organisasi

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 6 Tahun 2008 tentang Pembentukan, Kedudukan, Tugas Pokok, Fungsi Dan Struktur Organisasi Dinas Pemerintah Kota Malang, maka Dinas Pasar memiliki struktur organisasi yang terdiri dari :

1. Kepala Dinas
2. Sekretariat, terdiri dari :
 - a. Subbagian Penyusunan Program
 - b. Subbagian Keuangan
 - c. Subbagian Umum.
3. Bidang Pendataan dan Pemungutan, terdiri dari :
 - a. Seksi Pendataan
 - b. Seksi Pemungutan
4. Bidang Pengawasan dan Penertiban, terdiri dari :
 - a. Seksi Pengawasan
 - b. Seksi Penertiban
5. Bidang Pemeliharaan, terdiri dari :
 - a. Seksi Kebersihan
 - b. Seksi Sarana dan Prasarana

6. Bidang Pemberdayaan Pedagang Kaki Lima (PKL), terdiri dari :

- a. Seksi Pemberdayaan
- b. Seksi Pengendalian
- c. Seksi Penertiban

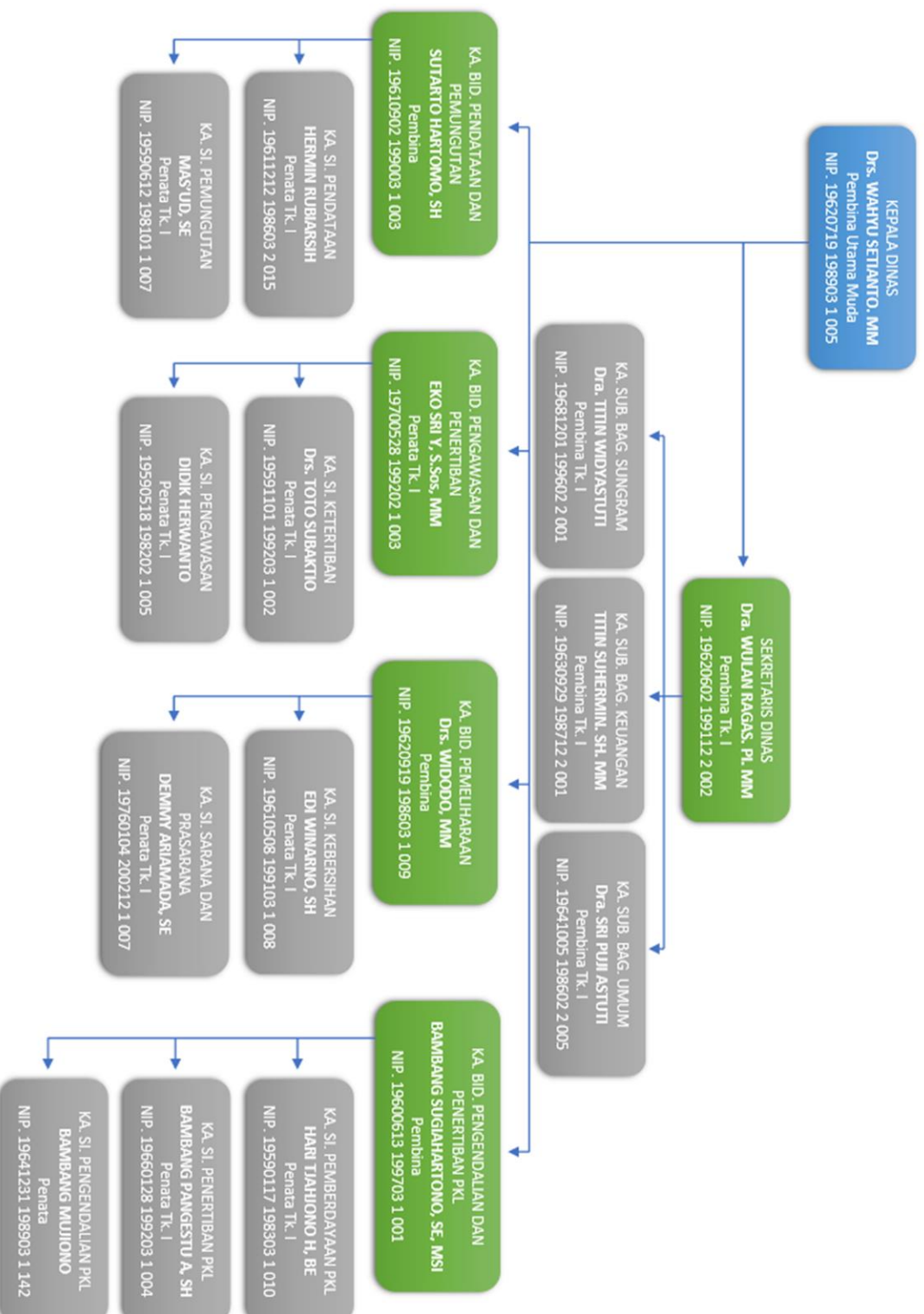
7. UPT, terdiri dari :

- a. UPT Pasar Besar
- b. UPT Pasar Dinoyo
- c. UPT Pasar Blimbing
- d. UPT Pasar Klojen
- e. UPT Pasar Gadang

8. Kelompok Jabatan Fungsional.

Struktur organisasi merupakan komponen yang harus dimiliki oleh setiap organisasi dengan tujuan agar tujuan dari organisasi dapat tercapai dengan lebih efektif dan efisien. Seperti dinas yang lainnya di Kota Malang, Dinas Pasar Kota Malang memiliki struktur organisasi untuk menjalankan kinerjanya sebagai upaya untuk mencapai tujuan berdirinya Dinas Pasar Kota Malang. Apabila dipetakan berdasarkan fungsi dan jabatan, maka struktur organisasi Dinas Pasar Kota Malang dapat digambarkan secara rinci pada gambar/bagan dibawah ini :

Gambar 2 Struktur Dinas Pasar Kota Malang



Sumber: Olahan Penulis (2016)

Dalam melaksanakan tugas pokok fungsi Dinas Pasar Kota Malang didukung oleh sejumlah 354 orang yang terdiri dari PNS sejumlah 271 orang dan PTT sejumlah 83 orang dengan komposisi aparatur berdasarkan tugas adalah sebagai berikut :

1. Kepala Dinas
2. Kabag Tata Usaha
3. Kepala Bidang
4. Kepala Seksi
5. Kepala Pasar
6. Staf PNS
7. Petugas Juru Pungut
8. Petugas Administrasi
9. Pasukan Kuning
10. Sopir dan Armada

2) Tugas Pokok dan Fungsi

Ditetapkan dengan Peraturan Walikota Malang Nomor 50 Tahun 2012 tentang Uraian Tugas Pokok, Fungsi, dan Tata Kerja Dinas Pasar. Tugas Pokok Dinas Pasar Kota Malang, yaitu: " **Penyusunan dan Pelaksanaan Kebijakan Urusan Pemerintah Daerah di Bidang Pengelolaan Pasar**". Sedangkan Fungsi Dinas Pasar Kota Malang, yaitu:

1. Perumusan dan pelaksanaan kebijakan teknis di bidang pengelolaan pasar
2. Penyusunan perencanaan dan pelaksanaan program di bidang pengelolaan pasar
3. Pengaturan, penertiban, pemeliharaan, dan pengawasan pasar
4. Penataan, pembinaan, dan pengawasan Pedagang Kaki Lima (PKL)
5. Pengelolaan parkir di lingkungan pasar milik daerah
6. Pengelolaan kebersihan di lingkungan pasar milik daerah
7. Pemberian pertimbangan teknis perijinan di lingkungan pasar milik daerah
8. Pemberian dan pencabutan perijinan di lingkungan pasar milik daerah yang menjadi kewenangannya
9. Pelaksanaan penyidikan tindak pidana pelanggaran di bidang pengelolaan pasar sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan
10. Pelaksanaan pembelian/pengadaan atau pembangunan aset tetap berwujud yang akan digunakan dalam rangka penyelenggaraan tugas pokok dan fungsi
11. Pelaksanaan pemeliharaan barang milik daerah yang digunakan dalam rangka penyelenggaraan tugas pokok dan fungsi
12. Pelaksanaan kebijakan pengelolaan barang milik daerah yang berada dalam penguasaannya
13. Pelaksanaan pendataan potensi retribusi daerah
14. Pelaksanaan pemungutan penerimaan bukan pajak daerah
15. Pengelolaan administrasi umum meliputi penyusunan program ketatalaksanaan, ketatausahaan, keuangan, kepegawaian rumah tangga, perlengkapan, kehumasan, keputakaan dan kearsipan

16. Pelaksanaan Standar Pelayanan Minimal (SPM)
17. Penyusunan dan pelaksanaan Standar Pelayanan Publik (SPP) dan Standar Operasional Prosedur (SOP)
18. Pelaksanaan pengukuran Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) dan/atau pelaksanaan pengumpulan pendapat pelanggan secara periodik yang bertujuan untuk memperbaiki kualitas layanan
19. Pengelolaan pengaduan masyarakat di bidang pasar
20. Penyampaian data hasil pembangunan dan informasi lainnya terkait layanan publik secara berkala melalui website Pemerintah Daerah
21. Pemberdayaan dan pembinaan jabatan fungsional
22. Penyelenggaraan UPT dan jabatan fungsional
23. Pengevaluasian dan pelaporan pelaksanaan tugas dan fungsi
24. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Walikota sesuai dengan tugas pokoknya.

B. Penyajian Data Fokus Penelitian

1. Strategi Penerapan Standar Nasional Indonesia

a. Tujuan dan Sasaran Penerapan Standar Nasional Indonesia

8152:2015 Tentang Pasar Rakyat di Kota Malang

Mengacu kepada teori strategi, tujuan dan sasaran strategi merupakan komponen yang utama dalam menyusun sebuah strategi. Dengan adanya tujuan yang jelas, strategi akan dapat terfokus dan sejalan dengan sasaran strategi tersebut. Begitu pula pada strategi penerapan Standar Nasional Indonesia mengenai pasar

rakyat di Kota Malang. Terdapat tujuan dan sasaran yang ingin dicapai oleh Dinas Pasar Kota Malang. Untuk mencapai tujuan dan sasaran tersebut, tentunya diperlukan kerjasama dengan para pengelola pasar dan juga dukungan dari pedagang dan pengunjung pasar agar pelaksanaan penerapan Standar Nasional Indonesia tentang pasar rakyat mampu memberikan peningkatan kualitas dari pasar rakyat.

Tujuan dari penerapan Standar Nasional Indonesia di Kota Malang secara umum adalah agar pasar-pasar rakyat di Kota Malang yang pada mulanya identik dengan tempat yang kotor, kumuh, dan tidak teratur dapat menjadi pasar rakyat yang dikemas secara modern tanpa menghilangkan nilai-nilai positif dari ketradisional. Hal tersebut dibarengi dengan adanya perubahan penyebutan pasar tradisional menjadi pasar rakyat. Pengemasan pasar rakyat yang secara modern dilakukan melalui pemenuhan dan perbaikan fasilitas-fasilitas yang sesuai dengan persyaratan Standar Nasional Indonesia. Selain fasilitasnya, pengelolaannya juga perlu disesuaikan dengan yang ada pada Standar Nasional Indonesia. Dan dengan demikian peningkatan kualitas pengelolaan pasar mampu memberikan rasa nyaman kepada pedagang, pengunjung, dan pembeli. Pernyataan tersebut dijelaskan dalam wawancara dengan Kepala Pasar Oro-oro Dowo Kota Malang berikut.

“Minimal pasar-pasar di Kota Malang bisa mendekati mall-mall, karena sampai saat ini pasar tradisional itu kesannya jorok. Namun pada era sekarang ini ketradisional yang jorok tadi kita tinggalkan dan diganti namanya menjadi pasar rakyat. Pada dasarnya kita tetap tradisional namun dikemas secara modern dan dikelola secara modern. Sehingga pasar rakyat akan dapat tertata rapi dan bersih sesuai SNI” (Wawancara dengan Bu Endang pada Rabu, 11 Mei 2016)

Hal tersebut diperkuat dengan pernyataan pada wawancara dengan Pak Hartomo selaku Kepala Bidang Pendataan dan Pemungutan Dinas Pasar Kota Malang pada Senin, 6 Juni 2016

“Tujuan adanya penerapan SNI pada pasar-pasar di Kota Malang adalah karena selama ini image pasar tradisional, baik di Kota Malang ataupun di luar Malang selalu dikaitkan dengan image yang kumuh, becek, dan tidak rapi. Dan image itu juga yang ingin kami hilangkan dari pasar rakyat melalui penerapan SNI. Tentunya penerapan ini dilaksanakan secara bertahap. Kalau SNI sudah diterapkan secara utuh, maka baik itu pedagang maupun pengunjung dan pembeli, itu bisa merasa nyaman, dan tidak dijadikan bahwa pasar tradisional erat kaitanya dengan yang itu tadi. Becek, kumuh, dan tidak rapi”.

Dari pernyataan-pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa penerapan Standar Nasional Indonesia mengenai pasar rakyat di Kota Malang dilakukan agar pasar rakyat mampu bersaing dengan pasar modern. Kedua pernyataan tersebut menitik beratkan pada pembangunan pasar di Kota Malang yang sudah mulai disesuaikan dengan Standar Nasional Indonesia memiliki tujuan agar pasar rakyat dapat meninggalkan kesan negatif seperti kotor, tidak rapi, dan kumuh melalui pemenuhan persyaratan yang terdapat dalam Standar Nasional Indonesia. Dengan hilangnya kesan negatif tersebut maka diterapkannya Standar Nasional Indonesia diharapkan dapat berdampak pada kembalinya minat masyarakat terhadap pasar rakyat sehingga jumlah pengunjung pasar juga bertambah.

Selain adanya tujuan, dalam sebuah strategi terdapat sasaran yang ingin dicapai. Sasaran merupakan cara-cara yang dilakukan agar tujuan dari strategi dapat terwujud. Sehingga dapat dikatakan bahwa sasaran dari penerapan Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat di Kota Malang berkaitan erat dengan proses pencapaian tujuan diterapkannya Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat di Kota Malang. Seiring dengan diterapkannya Standar Nasional Indonesia secara

bertahap, Dinas Pasar Kota Malang juga memiliki sasaran dari penerapan ini. Penerapan ini memiliki sasaran agar pembangunan dan pengelolaan pasar di Kota Malang dapat terarah sesuai dengan persyaratan Standar Nasional Indonesia. Dengan terarahnya pembangunan semua pasar di Kota Malang sesuai dengan Standar Nasional Indonesia diharapkan tujuan adanya penerapan Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat di Kota Malang dapat tercapai. Hal tersebut disampaikan dalam wawancara dengan Kepala Bidang Pendataan dan Pemungutan Dinas Pasar Kota Malang berikut.

“Untuk sasarnya, pasar tradisional di Kota Malang dapat dibangun dan dikelola sesuai dengan persyaratan yang ada pada SNI. Nah, dengan adanya penerapan SNI pasar ini, kami dari Dinas Pasar memiliki sasaran untuk mengarahkan pembangunan dan pemeliharaan pasar di Kota Malang ini agar bisa sesuai dengan SNI. Kita juga perlu bekerjasama dengan pihak pengelola pasar untuk mengarahkan pengelolaan biar bisa sesuai SNI. Kalau sudah sesuai dengan SNI, fasilitas dan kualitas pasar nantinya bisa meningkat. Meskipun peningkatan itu tidak langsung banyak melainkan secara bertahap sesuai kemampuan pendanaan, setidaknya seperti itulah yang kita kehendaki” (Wawancara dengan Pak Hartomo pada Senin, 6 Juni 2016)

Penjelasan mengenai sasaran diterapkannya Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat di Kota Malang tersebut diperkuat dengan pernyataan dalam wawancara dengan Bu Endang selaku Kepala Pasar Oro-oro Dowo Kota Malang pada Rabu, 11 Mei 2016 “Sasaran penerapan ini, untuk saat ini pasar rakyat di Kota Malang setidaknya sudah berpedoman pada SNI untuk pembangunannya, meskipun belum bisa secara menyeluruh, jadi untuk kedepannya akan lebih mudah untuk menerapkan SNI ini”. Dari kedua penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa untuk mencapai tujuan utama dari penerapan Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat di Kota Malang, Dinas Pasar Kota Malang perlu mendasarkan pembangunan dan

pengelolaan pasar rakyat pada Standar Nasional Indonesia, baik melalui program revitalisasi pasar maupun melalui program pemeliharaan pasar.

Selain sasaran tersebut, Dinas Pasar Kota Malang juga memiliki target dari strategi ini agar seluruh pasar rakyat di Kota Malang dapat sesuai dengan ketentuan Standar Nasional Indonesia. Untuk mencapai target tersebut tentunya diperlukan waktu yang panjang, sehingga setidaknya pembangunan pasar rakyat yang ada di Kota Malang sudah mengacu pada Standar Nasional Indonesia. Hal tersebut dijelaskan dalam wawancara dengan Kepala Bidang Pemeliharaan Dinas Pasar Kota Malang berikut.

“Terus sasaran lainnya dari strategi yang kami susun adalah agar supaya pasar-pasar di Kota Malang ini bisa sesuai dengan SNI semua, meskipun tidak total semuanya, paling tidak yaa pembangunan pasar sudah mengarah dan berpedoman ke apa yang ada dalam SNI itu, paling tidak pada tahun 2017 nanti ada 3 pasar yang sudah siap mendapatkan sertifikat SNI setelah adanya revitalisasi dan penambahan beberapa fasilitas baru” (Wawancara dengan Pak Widodo pada Senin, 6 Juni 2016).

Dan pada tahun 2017, Dinas Pasar Kota Malang menargetkan 3 pasar rakyat sudah akan berlabel Standar Nasional Indonesia setelah adanya revitalisasi dan penambahan beberapa fasilitas.

Adapun untuk mencapai tujuan dan sasaran tersebut Dinas Pasar Kota Malang menyusun strategi salah satunya dengan melalui revitalisasi pasar. Dinas Pasar Kota Malang meyakini bahwa dengan adanya penerapan Standar Nasional Indonesia melalui revitalisasi pasar, maka penerepan Standar Nasional Indonesia akan dapat segera terwujud dan mampu mengembalikan minat masyarakat terhadap pasar rakyat. Hal tersebut dijelaskan dalam wawancara dengan Bu Endang selaku Kepala Pasar Oro-oro Dowo Kota Malang pada Rabu, 11 Mei 2016 “Pemerintah

Kota Malang secara bertahap menerapkan Standar Nasional Indonesia agar pasar rakyat tidak ditinggal oleh pengunjung-pengunjung dan agar pasar rakyat tidak kalah dengan mall-mall dan sejenisnya. Nah, SNI tadi diterapkan salah satunya melalui revitalisasi-revitalisasi pasar agar bagus penataannya, fasilitas juga ditambah” Dari keseluruhan tujuan dan sasaran yang telah disajikan, dapat diketahui bahwa sejalan dengan adanya penerapan Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat di Kota Malang, Dinas Pasar Kota Malang menghendaki adanya peningkatan kualitas pembangunan dan pengelolaan pasar dari pemenuhan persyaratan yang ada pada Standar Nasional Indonesia.

b. Pelaksanaan Strategi Penerapan Standar Nasional Indonesia

8152:2015 Tentang Pasar Rakyat

1. Revitalisasi Pasar Rakyat Sebagai Upaya Pemenuhan Standar Nasional Indonesia

Revitalisasi pasar merupakan upaya untuk memvitalkan kembali suatu pasar yang dulunya pernah hidup akan tetapi mengalami kemuduran dan degradasi. Di Kota Malang, istilah revitalisasi pasar sudah tidak asing bagi sebagian besar masyarakat Kota Malang. Beberapa revitalisasi pasar yang sempat menjadi perbincangan masyarakat adalah revitalisasi Pasar Blimbing, Pasar Dinoyo, dan Pasar Induk Gadang. Banyak permasalahan yang sudah menjadi rahasia publik terkait pembangunan ketiga pasar tersebut. Namun saat ini di Kota Malang, revitalisasi menjadi salah satu upaya pemerintah Kota Malang dalam menerapkan Standar Nasional Indonesia tentang pasar rakyat. Hal tersebut disampaikan dalam wawancara dengan Pak Hartomo selaku Kepala Bidang Pendataan dan Pemungutan Dinas Pasar Kota Malang pada Senin, 6 Juni 2016 “Untuk menerapkan SNI, kita

dari tahun 2015 kita melakukan beberapa revitalisasi. Contohnya pada tahun 2015 adalah Pasar Oro-oro Dowo, selanjutnya pada tahun 2016 ini dilakukan revitalisasi juga pada Pasar Bareng dan Pasar Mergan, dan untuk tahun depan akan menyusul Pasar Tawangmangu”. Berdasarkan pada data yang diperoleh melalui wawancara tersebut, penulis dapat memberikan gambaran revitalisasi pasar di Kota Malang tahun 2015-2017 dalam tabel berikut.

Tabel 8 Revitalisasi Pasar Kota Malang 2015-2017

No	Revitalisasi Pasar	Sumber Dana	Tahun Revitalisasi
1	Pasar Oro-oro Dowo	DAK	2015
2	Pasar Bareng	DAK	2016
3	Pasar Mergan	DAK	2016
4	Pasar Tawangmangu	DAK	2017

Sumber: Olahan Penulis (2016)

Dari tabel tersebut penulis dapat menyampaikan bahwa pada tahun 2015 hingga tahun 2017 terdapat empat pasar yang telah, sedang, dan akan direvitaliasi. Pasar yang telah rampung revitalisasinya adalah Pasar Oro-oro Dowo. Revitalisasi Pasar Oro-oro Dowo berlangsung pada tahun 2015 dengan dana yang bersumber dari APBN (Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara).

Apabila didasarkan kepada teori Standar Nasional Indonesia tentang Pasar Rakyat, Pasar Oro-oro dowo dapat dikategorikan ke dalam pasar rakyat tipe IV, dengan jumlah pedagang kurang dari 250 pedagang. Pedagang pada Pasar Oro-oro Dowo berjumlah sebanyak 180 orang. Jumlah tersebut berbeda dengan pada saat sebelum adanya revitalisasi pada Pasar Oro-oro Dowo. Dari yang semula berjumlah 174 orang pedagang, saat ini bertambah 6 orang pedagang baru sehingga menjadi 180 orang pedagang. Dengan dikategorikannya Pasar Oro-oro Dowo ke dalam pasar

rakyat tipe IV, maka persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi Pasar Oro-oro Dowo untuk memenuhi Standar Nasional Indonesia disesuaikan dengan Persyaratan Standar Nasional Indonesia pada Pasar Rakyat Tipe IV.

Bila ditinjau berdasarkan lokasinya, Pasar Oro-oro Dowo memiliki lokasi yang cukup strategis, berada didekat pusat Kota Malang dan bersebelahan dengan hutan Kota Malabar. Secara administratif, pasar Oro-oro Dowo terletak pada kecamatan Klojen dan kelurahan Oro-oro Dowo Kota Malang. Pasar Oro-oro Dowo memiliki luas lahan sebesar 3.407 m², dengan kepemilikan tanah dan bangunan pada Pasar Oro-oro Dowo adalah milik pemerintah Kota Malang. Hal tersebut dijelaskan melalui wawancara oleh Bu Endang selaku Kepala Pasar Oro-oro Dowo Kota Malang pada Rabu, 11 Mei 2016 “Tanah yang ditempati disini luasnya sekitar 3.407 m² dengan jumlah unit sebanyak 250 unit, dengan ketentuan tanah dan bangunan pada Pasar Oro-oro Dowo ini milik pemerintah kota, dan pedagang hanya mempunyai hak pakai saja”.

Mengacu pada persyaratan kebersihan dan kesehatan, Pasar Oro-oro Dowo sudah memenuhi persyaratan pada Standar Nasional Indonesia. Kebersihan pada pasar Oro-oro Dowo dikelola secara langsung oleh Kantor Pasar Oro-oro Dowo, dengan sumber daya manusia tambahan dari Dinas Pasar Kota Malang. Selain itu Pasar Oro-oro Dowo juga sudah mendapatkan predikat sebagai pasar sehat. Hal ini dijelaskan dalam wawancara dengan Bu Endang selaku Kepala Pasar Oro-oro Dowo Kota Malang pada Rabu, 11 Mei 2016 “Untuk permasalahan kebersihan dan kesehatan, sebelum adanya revitalisasi Pasar Oro-oro Dowo sudah mendapatkan predikat sebagai pasar sehat. Kebersihan disini menjadi tanggung jawab pedagang

dan pengelola. Karena itu setiap ada pertemuan pedagang saya selalu mengingatkan masalah kebersihan dan kesehatan”

Bangunan Pasar Oro-oro Dowo merupakan salah satu bangunan bersejarah di Kota Malang, sehingga menjadi wajar apabila pemerintah Kota Malang melestarikannya. Pada bangunan lama Pasar Oro-oro Dowo terdapat 20 bedak yang belum pernah direvitalisasi, melainkan hanya dirawat secara berkala agar terjamin keamanan dan kenyamanannya. Hal tersebut disampaikan dalam wawancara dengan Kepala Pasar Oro-oro Dowo Kota Malang berikut.

“Pasar Oro-oro Dowo berdiri pada tahun 1920, pada mulanya Pasar Oro-oro Dowo adalah bangunan bersejarah jaman Belanda. Bangunan bagian depan sebanyak 20 bedak dan sampai saat ini masih berdiri dan dipergunakan, seiring berjalanya waktu ditambahkan bangunan baru dari pemerintah kota pada bagian belakangnya. Selama ini bangunan bagian depan Pasar Oro-oro Dowo belum pernah direvitalisasi melainkan hanya perawatan-perawatan biasa demi keamanan dan kenyamanan pengunjung maupun pedagang”. (Wawancara dengan Bu Endang pada Rabu, 11 Mei 2016).

Setelah adanya revitalisasi pada tahun 2015, bangunan utama Pasar Oro-oro Dowo yang berada di belakang bangunan lama dibangun ulang dengan menggunakan bahan yang mudah perawatannya. Sebelum direvitalisasi, pedagang pada Pasar Oro-oro Dowo membuat sendiri meja-meja untuk berdagang, namun setelah adanya revitalisasi, meja pedagang dibangun secara permanen dengan lebih kokoh menggunakan bahan yang tahan lama. Hal tersebut dijelaskan melalui wawancara dengan Bu Endang selaku Kepala Pasar Oro-oro Dowo Kota Malang pada Rabu, 11 Mei 2016 “Sebelum adanya revitalisasi, pedagang disini membuat sendiri lincak-lincak atau meja-meja yang ada, jadi dulu meja-meja tidak rapi, dengan adanya revitalisasi dan pendanaan dari pemerintah, meja pedagang dibuat secara permanen sehingga lebih rapi dan semua fasilitas tersebut dipinjamkan kepada

pedagang secara gratis”. Kondisi bangunan utama Pasar Oro-oro Dowo yang rapi dan telah memenuhi persyaratan keamanan dan kenyamanan Standar Nasional Indonesia dapat ditunjukkan dalam gambar dokumentasi berikut ini.

**Gambar 3 Kondisi Bangunan Pasar Oro-oro Dowo Setelah Revitalisasi
Sesuai Persyaratan Keamanan dan Kenyamanan**



Sumber: Dokumentasi Dinas Pasar (2016)

Kemudian untuk kenyamanan pengunjung dan pedagang, penataan pedagang pada Pasar Oro-oro Dowo diklasifikasikan berdasarkan pada komoditasnya. Diberlakukannya zonasi pasar ini akan mempermudah pengunjung untuk mencari barang atau makanan yang akan dibeli. Selain hal tersebut, zonasi pasar akan menimbulkan persaingan harga yang sehat diantara pedagang. Dengan adanya persaingan harga yang sehat, maka akan dapat berdampak pada rasa nyaman dari pengunjung dan pembeli pasar. Fasilitas zonasi pedagang yang sesuai persyaratan teknis Standar Nasional Indonesia pada Pasar Oro-oro Dowo dapat dilihat dalam gambar dokumentasi berikut ini.

Gambar 4 Fasilitas Zonasi Pedagang Pasar Oro-oro Dowo



Sumber: Dokumentasi Dinas Pasar (2016)

Zonasi pasar yang diadopsi dari pasar modern ini didukung dengan adanya fasilitas tambahan berupa troli. Penggunaan fasilitas troli sangat membantu pengunjung untuk membawa barang belanjaan yang telah dibeli. Selain itu jarak antara pedagang yang menjadi jalan bagi pengunjung untuk berbelanja cukup lebar, sehingga pengunjung dapat dengan aman dan nyaman untuk bergerak tanpa berdesakan.

Selain persyaratan umum, dalam Standar Nasional Indonesia mengenai pasar rakyat juga terdapat persyaratan teknis yang harus dipenuhi. Dalam persyaratan teknis terdapat 34 poin kriteria yang harus dipenuhi, namun dikarenakan Pasar Oro-oro Dowo diklasifikasikan ke dalam pasar rakyat tipe IV, maka untuk memenuhi persyaratan teknis, Pasar Oro-oro Dowo hanya perlu memenuhi 29 poin pada kriteria persyaratan teknis. Berikut ini merupakan tabel pemenuhan kriteria persyaratan teknis Standar Nasional Indonesia pada Pasar Oro-

oro Dowo setelah adanya revitalisasi yang penulis olah melalui wawancara dan observasi secara langsung.

Tabel 9 Pemenuhan Persyaratan Teknis SNI pada Pasar Oro-oro Dowo

Kriteria Standar Nasional Indonesia	Persyaratan Minimum (Pasar Rakyat Tipe IV)	Pasar Oro-oro Dowo
Ukuran Luas Dagang	Minimal 1 m ²	Memenuhi kriteria, 2 m ²
Jumlah Pos Ukur Ulang	Minimal 1 Pos	Ada, berjumlah 1 pos
Zonasi	• Pangan basah • Pangan kering • Siap saji • Non pangan • Tempat pemotongan unggas hidup	• Pangan basah • Pangan kering • Siap saji • Non pangan • Tempat pemotongan unggas hidup
Area parkir	Proporsional dengan luas lahan pasar	Ada, berada di depan dan samping pasar
Area bongkar muat barang	Ada	Belum ada
Akses untuk masuk dan keluar kendaraan	Ada	Belum ada
Lebar koridor/ gangway	Minimal 1,2 m	Memenuhi kriteria, dengan lebar 1,5 m
Kantor pengelola	Ada	Ada
Lokasi toilet dan Kamar mandi (terpisah antara pria dan wanita)	Minimal berada pada 1 lokasi	Ada, berada pada 1 lokasi
Jumlah toilet pada satu lokasi	Minimal 1 toilet pria dan 1 toilet wanita	Memenuhi kriteria, 1 toilet pria dan 1 toilet wanita
Tempat penyimpanan bahan pangan basah bersuhu rendah / lemari pendingin	--	--
Tempat cuci tangan	Minimal berada pada 1 lokasi	Ada, berada pada 2 lokasi
Ruang Menyusui	Ada	Ada

CCTV	--	--
Ruang peribadatan	Ada	Ada
Ruang bersama	--	--
Pos kesehatan	Ada	Belum ada
Pos keamanan	Ada	Belum ada
Area merokok	Ada	Belum ada
Ruang disinfektan	--	--
Area penghijauan	Ada	Ada
Tinggi anak tangga (untuk pasar dengan 2 lantai)	Maksimal 18 cm	Oro-oro Dowo Hanya 1 lantai pasar
Tinggi meja tempat penjualan dari lantai, di zona pangan	Minimal 60 cm	Memenuhi kriteria, dengan tinggi 1 meter
Akses untuk kursi roda	--	--
Jalur evakuasi	Ada	Belum Ada
Tabung pemadam kebakaran	Ada	Ada
Hidran air	--	--
Pengujian kualitas air bersih	Setiap 1 tahun	Memenuhi kriteria, setiap bulan
Pengujian limbah cair	Setiap 1 tahun	Memenuhi kriteria, setiap tahun
Ketersediaan tempat sampah	• setiap toko/kios/ los/jongko/ konter/ pelataran • setiap fasilitas pasar	• Ada pada setiap kios dan fasilitas pasar
Alat angkut sampah	Ada	Ada
Tempat pembuangan sampah sementara	Ada	Ada
Pengelolaan sampah berdasarkan 3R	Ada	Ada

Sarana telekomunikasi	Ada	Ada, berupa HT
-----------------------	-----	----------------

Sumber: Olahan Penulis (2016)

Dari tabel tersebut dapat penulis jelaskan bahwa dari 29 poin kriteria persyaratan teknis yang harus dipenuhi, Pasar Oro-oro Dowo sudah memenuhi 24 kriteria persyaratan teknis. Dan terdapat 5 poin kriteria persyaratan teknis yang belum dipenuhi. Persyaratan yang belum terpenuhi tersebut adalah fasilitas area bongkar muat barang, akses untuk masuk dan keluar kendaraan, pos kesehatan, pos keamanan, area merokok, dan jalur evakuasi. Jumlah fasilitas yang dimiliki Pasar Oro-oro Dowo sudah banyak bertambah, melihat bahwa sebelum adanya revitalisasi, Pasar Oro-Oro Dowo hanya memiliki sebagian kecil fasilitas yang menjadi persyaratan Standar Nasional Indonesia. Beberapa persyaratan teknis telah dipenuhi oleh Pasar Oro-oro Dowo setelah adanya revitalisasi seperti ukuran luas dagang yang memudahkan pedagang untuk menata barang dagangan, lebar gangway yang telah sesuai dengan lebar minimal pada persyaratan Standar Nasional Indonesia sehingga dapat memberikan kenyamanan pengunjung untuk berjalan dengan leluasa, tinggi meja yang sudah sesuai dengan tinggi minimal pada persyaratan Standar Nasional Indonesia sehingga memberi kemudahan bagi pengunjung untuk melihat barang dagangan. Kemudian sudah ditambahkan juga fasilitas tempat sampah beserta dengan alat pengangkut sampah di setiap sudut, kios, dan fasilitas pasar untuk menjaga kondisi Pasar Oro-oro Dowo selalu bersih. Dan pada dasarnya fasilitas-fasilitas tersebut ditambahkan pada Pasar Oro-oro Dowo agar pedagang, pengunjung, dan pembeli dapat merasa nyaman. Beberapa fasilitas yang telah dipenuhi oleh Pasar Oro-oro Dowo tersebut telah ditambahkan dan dapat dilihat dalam gambar dokumentasi berikut ini.

Gambar 5 Ukuran Dagang, Lebar Gangway, Tinggi Meja, dan Ketersediaan Tempat Sampah yang Sudah Sesuai Persyaratan SNI



Sumber: Dokumentasi Dinas Pasar (2016)

Pada revitalisasi tahun 2015 ditambahkan juga fasilitas ruang ibu menyusui, tempat cuci tangan, tempat pertemuan pedagang, kantor pengelola, toilet bersih, zonasi pasar, dan meja pedagang yang permanen. Penambahan fasilitas tersebut juga didasarkan pada persyaratan teknis yang tercantum dalam Standar Nasional Indonesia. Hal tersebut dijelaskan dalam wawancara dengan Kepala Pasar Oro-oro Dowo Kota Malang berikut.

“Sebelum adanya revitalisasi, Pasar Oro-oro Dowo cuman memiliki sebagian kecil fasilitas yang menjadi persyaratan Standar Nasional Indonesia. Dan setelah adanya revitalisasi, kita menambahkan fasilitas-fasilitas baru yang sesuai dengan persyaratan Standar Nasional Indonesia, seperti antara lain ruang ibu menyusui, tempat cuci tangan, rest area, tempat pertemuan pedagang, penambahan jumlah toilet, kantor pengelola, kemudian penataan pedagang yang rapi sesuai dengan zonasinya, meja pedagang yang sesuai dengan standar” (Wawancara dengan Bu Endang pada Rabu, 11 Mei 2016).

Salah satu fasilitas yang telah sesuai dengan persyaratan teknis Standar Nasional Indonesia adalah fasilitas ruang ibu menyusui yang dapat dilihat pada gambar dokumentasi berikut ini.

Gambar 6 Fasilitas Ruang Ibu Menyusui Pasar Oro-oro Dowo



Sumber: Dokumentasi Dinas Pasar (2016)

Persyaratan teknis yang telah dipenuhi Pasar Oro-oro Dowo tentunya bertujuan agar kualitas pengelolaan pasar meningkat. Dengan revitalisasi pada tahun 2015, pengelola Pasar Oro-oro Dowo bersama dengan Dinas Pasar Kota Malang hanya perlu menambahkan beberapa fasilitas agar persyaratan teknis Standar Nasional Indonesia terpenuhi.

Kategori yang terakhir pada persyaratan Standar Nasional Indonesia mengenai pasar rakyat adalah persyaratan pengelolaan. Persyaratan pengelolaan sangat berkaitan dengan sumber daya manusia (pedagang dan pengelola pasar) dan sistem pengelolaan pasar (manajemen pasar). Dalam persyaratan pengelolaan terdapat 9 poin kriteria yang harus dipenuhi oleh Pasar Oro-oro Dowo. Berikut ini

merupakan tabel pemenuhan kriteria persyaratan pengelolaan Standar Nasional Indonesia pada Pasar Oro-oro Dowo setelah adanya revitalisasi yang penulis olah melalui wawancara dan observasi secara langsung.

Tabel 10 Pemenuhan Persyaratan Pengelolaan SNI pada Pasar Oro-oro

Dowo

Kriteria Standar Nasional Indonesia	Persyaratan Minimum (Pasar Rakyat Tipe IV)	Pasar Oro-oro Dowo
Informasi identitas pedagang	Ada	Ada
Informasi kisaran harga	Ada	Belum Ada
Informasi zonasi pasar	Ada	Ada
Prosedur Kerja /SOP	Ada	Ada
Struktur Pengelola	• Kepala Pasar, Administrasi, Keuangan, Pelayanan Pelanggan dan Pengembangan Komunitas • Bidang Ketertiban, Keamanan, Pemeliharaan, dan Kebersihan.	• Kepala Pasar, Administrasi, Keuangan, Pelayanan Pelanggan dan Pengembangan Komunitas • Bidang Ketertiban, Keamanan, Pemeliharaan, dan Kebersihan.
Jumlah pengelola	Minimal 2 orang	Berjumlah 4 orang
Pelaksanaan sidang tera/ tera ulang	Minimal 1 kali dalam 1 tahun	Memenuhi kriteria, setahun lebih dari 1 kali
Program pengembangan dan aktivasi pasar	Ada	Belum Ada
Program pemberdayaan komunitas pasar	Ada	Belum Ada

Sumber: Olahan Penulis (2016)

Berdasarkan pada tabel diatas penulis dapat memaparkan dari 9 poin kriteria pada persyaratan pengelolaan Standar Nasional Indonesia, Pasar Oro-oro Dowo

sudah memenuhi 6 diantaranya. Kriteria yang belum dipenuhi oleh Pasar Oro-oro Dowo antara lain adalah informasi kisaran harga, program pengembangan dan aktivasi pasar, dan program pemberdayaan komunitas pasar. Untuk meningkatkan kualitas pengelolaan pasar, diperlukan adanya sinergitas antara pengelola dengan pedagang pasar. Oleh sebab itu, pengelola Pasar Oro-oro Dowo selalu mengadakan pertemuan pedagang yang dilaksanakan setiap 3 bulan sekali secara rutin. Hal tersebut dijelaskan melalui wawancara dengan Bu Endang selaku Kepala Pasar Oro-oro Dowo Kota Malang pada Rabu, 11 Mei 2016 “Setiap 3 bulan sekali ada pertemuan pedagang yang rutin dilakukan. Jadi kalau ada perintah atau pesan dari pak kepala dinas selalu saya sampaikan dalam pertemuan pedagang”. Hal tersebut juga dijelaskan dalam wawancara dengan Pak BN selaku Pedagang Pasar Oro-oro Dowo pada Sabtu, 4 Juni 2016 “Disini ada paguyuban pedagang mas, ketua paguyuban juga dari pedagang disini, jadi tiap 3 bulan sekali saya dan pedagang lainnya mengadakan pertemuan di atas”

Untuk permasalahan prosedur kerja, setiap pengelola Pasar Oro-oro Dowo harus mengacu pada SOP (Standar Operasional Prosedur). Namun demikian, setiap pengelola pasar pada Pasar Oro-oro Dowo diharuskan untuk mampu melaksanakan tugas pada segala bidang dengan tetap mengacu pada SOP. Hal tersebut diterapkan oleh Kepala Pasar Oro-oro Dowo dengan tujuan agar terjadi efisiensi kerja dan pemadatan jam bekerja para pengelola pasar. Hal tersebut dijelaskan dalam wawancara dengan Kepala Pasar Oro-oro Dowo Kota Malang berikut.

“Pada era Jokowi ini PNS sudah mengacu pada ASN (Aparatur Sipil Negara), jadi semua pengelola pasar harus bisa bekerja secara fleksibel, dalam artian harus mampu mengerjakan semuanya. Kalau dulu, juru pungut tugasnya ya hanya kusus juru pungut, kebersihan yaa kebersihan,, dan administrasi tugasnya ya administrasi, tapi untuk ASN

ini petugas saya 3 orang ditambah saya 4 orang harus bisa semua. Itu saya terapkan agar terjadi efisiensi kerja dan pemadatan jam kerja. Sehingga jam istirahat betul-betul digunakan untuk istirahat dan jam kerja betul-betul digunakan untuk bekerja” (Wawancara dengan Bu Endang Rabu, 11 Mei 2016)

Penerapan Standar Nasional Indonesia pada Pasar Oro-oro Dowo melalui revitalisasi juga mendapatkan *feedback* positif dari pedagang dan pengunjung pasar. Pedagang pada Pasar Oro-oro Dowo merasa senang dengan adanya revitalisasi pasar. Kondisi pasar yang rapi menjadi salah satu alasan senangnya pedagang dengan revitalisasi Pasar Oro-oro Dowo. Selain hal tersebut, perubahan fasilitas juga dijelaskan oleh pedagang. Penggunaan meja yang permanen, fasilitas tempat cuci tangan, ketersediaan tong sampah, dan juga fasilitas tambahan berupa troli untuk berbelanja. Hal tersebut dijelaskan dalam wawancara dengan Pedagang Pasar Oro-oro Dowo Kota Malang berikut.

“Kalau saya sendiri sebagai pedagang disini merasa senang ada pembangunan pasar. Setelah dibangun kondisi pasar Oro-oro Dowo jadi rapi. Bangunannya jadi seperti lebih luas mas, mungkin karena atapnya lebih tinggi juga. Seperti meja yang saya gunakan ini sekarang lebih bagus, kalau dulu kan cuma meja kayu biasa, sekarang sudah dipermanenkan. Terus ada wastafel juga sekarang buat cuci tangan, tong sampah juga banyak tersedia. Dan yang saya lihat sering digunakan pengunjung disini itu troli. Jadi sekarang pengunjung bisa menggunakan troli buat belanja” (Wawancara dengan Pak BN pada Sabtu, 4 Juni 2016)

Adanya penerapan Standar Nasional Indonesia melalui revitalisasi pasar juga berdampak pada bertambahnya jumlah pengunjung dan pembeli. Hal tersebut dijelaskan dalam wawancara dengan Pak BN selaku Pedagang Pasar Oro-oro Dowo Kota Malang pada Sabtu, 4 Juni 2016 “Jumlah pengunjung pasti bertambah mas, dulu disini nggak seramai sekarang ini. Apalagi kalau hari sabtu seperti sekarang, pasti ramai”. Dengan adanya *feedback* positif tersebut maka akan dapat menjadi

dukungan untuk Penerapan Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat di Kota Malang selanjutnya.

Selain *feedback* positif dari pedagang pasar, penerapan Standar Nasional Indonesia pada Pasar Oro-oro Dowo juga mendapatkan *feedback* positif dari pengunjung pasar. Pengunjung merasa kondisi Pasar Oro-oro Dowo menjadi lebih bersih. Dengan kondisi yang bersih pengunjung menjadi merasa nyaman untuk berbelanja. Hal ini dijelaskan dalam wawancara dengan Bu WD selaku Pengunjung Pasar Oro-oro Dowo Kota Malang pada Sabtu, 4 Juni 2016 “Sebenarnya saya dulu jarang ke pasar tradisional, mungkin cuma dua kali sebulan. Setelah pasar Oro-oro Dowo ini direvitalisasi tahun lalu, ternyata kondisinya jadi jauh lebih bagus dan juga lebih bersih. Saya pribadi merasa lebih nyaman buat belanja sehari-hari”. Pengunjung juga merasa fasilitas yang ditambahkan setelah adanya revitalisasi sangat bermanfaat. Fasilitas yang paling bermanfaat bagi pengunjung adalah tempat cuci tangan, fasilitas zonasi pasar, dan fasilitas tambahan berupa troli. Hal tersebut dijelaskan dalam wawancara dengan Pengunjung Pasar Oro-oro Dowo Kota Malang berikut.

“Fasilitas yang bertambah disini sangat bermanfaat, sekarang ada tempat cuci tangan, ini yang selalu saya gunakan setelah belanja. Kemudian ada fasilitas troli juga yang saya gunakan sekarang ini, seperti di mall mall, ruang ibu menyusui, sekarang pedagang disini juga dipisah-pisah ada zonanya sendiri-sendiri. Saya juga lebih mudah kalau mau nyari barang, kalau cari daging tinggal ke zona daging. Ada kursi juga di depan pasar jadi seperti sekarang ini suami saya nunggu di sana, kalau dulu belum ada kursi di depan”. (Wawancara dengan Bu WD pada Sabtu, 4 Juni 2016)

Dengan adanya perubahan positif pada Pasar Oro-oro Dowo Kota Malang, pengunjung pasar juga berharap pasar rakyat di Kota Malang dapat direvitalisasi seperti halnya pada Pasar Oro-oro Dowo. Pengunjung merasa penerapan Standar

Nasional Indonesia melalui revitalisasi pada Pasar Oro-oro Dowo dapat memberikan rasa nyaman kepada pengunjung untuk berbelanja. Hal tersebut akan berdampak pada meningkatnya jumlah pengunjung pasar rakyat di Kota Malang. Hal ini disampaikan dalam wawancara dengan Bu WD selaku Pengunjung Pasar Oro-oro Dowo Kota Malang pada Sabtu, 4 Juni 2016 “Saya berharapnya semua pasar di bangun seperti pasar Oro-oro Dowo ini. Kalau kondisi semua pasar seperti ini saya yakin pengunjung akan senang. Seperti saya ini, jadi nggak males buat ke pasar”. Hal ini tentunya akan menjadi dukungan serta motivasi bagi Dinas Pasar Kota Malang untuk penerapan Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat di Kota Malang selanjutnya.

2. Pemeliharaan Pasar Rakyat Sebagai Upaya Pemenuhan Standar Nasional Indonesia

Selain melalui revitalisasi pasar, strategi yang digunakan Dinas Pasar Kota Malang dalam menerapkan Standar Nasional Indonesia adalah dengan melalui pemeliharaan pasar. Apabila revitalisasi pasar merupakan perbaikan pasar secara total, pemeliharaan pasar merupakan perbaikan pasar dalam skala kecil dan menengah. Pemeliharaan pasar dapat berupa penambahan fasilitas pasar ataupun perbaikan fasilitas pasar. Berbeda dengan revitalisasi pasar yang dananya bersumber dari pusat yaitu DAK (Dana Alokasi Khusus), pemeliharaan pasar memiliki dana yang bersumber dari APBD (Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah). Berikut ini merupakan tabel yang mencakup keseluruhan kegiatan pemeliharaan pasar yang dilakukan oleh Dinas Pasar Kota Malang pada tahun 2015 hingga tahun 2016.

Tabel 11 Tabel Pemeliharaan Pasar Dinas Pasar Tahun 2015 dan 2016

Tahun 2015			
No	Nama Pasar	Jenis Pemeliharaan	Dana APBD
1	Pasar Bunul	• Perbaikan Atap Galvalum • Perbaikan Talang Datar dan Tegak • Perbaikan Kantor • Perbaikan Saluran • Perbaikan Talang	Rp. 500.000.000,00
2	Pasar Sawojajar	• Perbaikan Atap Pasar • Perbaikan Kantor • Perbaikan Saluran Air • Perbaikan Talang	Rp. 1.300.000.000,00
3	Pasar Besar	• Perbaikan Atap Pasar • Perbaikan Kantor • Perbaikan Kanopy dan Bedak	Rp. 500.000.000,00
4	Pasar Velodrom	• Pemasangan Paving Jalan Depan • Perbaikan Saluran Air	Rp. 100.500.000,00
5	Pasar Kotalama	• Perbaikan Kantor • Perbaikan Kanopy dan Bedak • Perbaikan Rabat Cor dan Paving	Rp. 100.000.000,00
6	Pasar Kasin	• Perbaikan Talang Datar dan Tegak • Perbaikan Plafon	Rp. 100.000.000,00
7	Pasar Gadang Lama	• Perbaikan Atap Pasar • Perbaikan Kantor • Perbaikan Saluran Air • Perbaikan Talang	Rp. 100.000.000,00
8	Pasar Madyopuro	• Perbaikan Atap Pasar dan Bedak • Perbaikan Kantor • Perbaikan Saluran • Perbaikan Bedak	Rp. 400.000.000,00

9	Pasar Pandanwangi	- Perbaikan Pagar Dinding Pembatas - Perbaikan Rabat Beton	Rp. 175.000.000,00
10	Pasar Bareng	- Perbaikan Atap Pasar - Perbaikan Kantor Pasar - Perbaikan Bedak dan Los	Rp. 100.000.000,00
11	Pasar Kedungkandang	- Perbaikan Atap Pasar - Perbaikan Rabat Cor dan Paving	Rp. 100.000.000,00
12	Pasar Kebalen	- Perbaikan Atap Pasar - Perbaikan Gudang - Perbaikan Pagar Depan - Perbaikan Keramik	Rp. 100.000.000,00
Tahun 2016			
No	Nama Pasar	Jenis Pemeliharaan	Dana APBD
1	Pasar Bunga Burung	- Perbaikan Atap Los - Perbaikan Pagar Pembatas - Perbaikan Bedak - Perbaikan Talang Kantor	Rp. 144.796.000,00
2	Pasar Buku Wilis	- Perbaikan Rangka Atap Galvalum - Perbaikan Kantor - Perbaikan Talang Datar - Penambahan Dinding	Rp. 189.861.000,00
3	Pasar Lesanpuro	- Perbaikan Gudang - Perbaikan Pagar Depan - Perbaikan Keramik - Perbaikan Asbes Gelombang - Pengecatan Besi	Rp. 179.841.000,00
4	Pasar Nusakambangan	- Perbaikan Kantor - Pemasangan Paving Jalan Depan - Perbaikan Saluran Air - Perbaikan Talang - Perbaikan Seng Gelombang	Rp. 104.861.000,00

5	Pasar Pandanwangi	• Perbaikan Pagar Dinding Pembatas • Perbaikan Rabat Beton	Rp. 188.332.000,00
6	Pasar Talun	• Perbaikan Atap Asbes Gelombang • Perbaikan Kantor • Perbaikan Saluran • Perbaikan Talang • Perbaikan Lisplang 2x20	Rp. 85.276.000,00
7	Pasar Bunul	• Perbaikan Atap Galvalum • Perbaikan Talang Datar dan Tegak	Rp. 141.646.000,00
8	Pasar Kasin	• Perbaikan Talang Datar dan Tegak • Perbaikan Plafon	Rp. 48.255.000,00
9	Pasar Kotalama	• Perbaikan Kantor • Perbaikan Kanopy dan Bedak • Perbaikan Rabat Cor dan Paving	Rp. 160.686.000,00
10	Pasar Sukun	• Perbaikan Kantor • Perbaikan Atap Galvalum • Perbaikan Lantai Tegel Abu-abu • Perbaikan Talang • Perbaikan Plafon Teras Depan	Rp. 148.332.000,00

Sumber: Dinas Pasar Kota Malang (2016)

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa terdapat 22 kegiatan pemeliharaan pasar di Kota Malang pada tahun 2015-2016. Keseluruhan kegiatan perbaikan pasar dari tahun 2015-2016 hanya mengacu pada persyaratan umum Standar Nasional Indonesia mengenai pasar rakyat. Dimana persyaratan umum tersebut meliputi persyaratan keamanan dan kenyamanan. Dalam perbaikan yang dilaksanakan oleh Dinas Pasar Kota Malang, dapat disimpulkan bahwa perbaikan pasar di Kota Malang masih belum berdampak besar terhadap pemenuhan persyaratan Standar Nasional Indonesia, namun hal ini tetap perlu dilakukan secara rutin melihat bahwa

belum semua pasar di Kota Malang ter-revitalisasi. Selain adanya perbaikan, pemeliharaan pasar oleh Dinas Pasar Kota Malang juga dilakukan dengan menambahkan fasilitas yang ada. Penambahan fasilitas disesuaikan dengan kebutuhan dan persyaratan pada Standar Nasional Indonesia. Berikut ini merupakan tabel dari kegiatan penambahan fasilitas pasar yang dilakukan oleh Dinas Pasar Kota Malang pada tahun 2015 dan 2016.

**Tabel 12 Tabel Penambahan dan Pengadaan Fasilitas Pasar Dinas Pasar
Tahun 2015 dan 2016**

No	Fasilitas	Keterangan	Dana APBD
1	Gedung Kantor	Kantor Dinas Pasar	Rp. 195.000.000
2	Peralatan Kantor	Kantor Dinas Pasar	Rp. 10.000.000
3	Gerobak Sampah	20 Unit	Rp. 90.000.000
4	Kendaraan Pengangkut Sampah	4 Unit	Rp. 1.370.000.000
5	Peralatan Kebersihan	Untuk 28 Pasar	Rp. 170.000.000
6	Tabung Pemadam Kebakaran	28 Unit	Rp. 84.000.000
7	Servis dan Suku Cadang	Untuk 28 Pasar	Rp. 400.000.000
8	Survey Tim Teknis	Untuk 28 Pasar	Rp. 15.000.000
9	Monitoring Pasar	Untuk 28 Pasar	Rp. 15.000.000

Sumber: Dinas Pasar Kota Malang (2016)

Mengacu pada keseluruhan program pemeliharaan pasar di Kota Malang, terdapat dua jenis pemeliharaan pasar. Pertama adalah perbaikan fasilitas pasar, yang sebagian besar merupakan perbaikan atap pasar dan bangunan pasar. Perbaikan ini mencakup pada persyaratan umum Standar Nasional Indonesia tentang keamanan dan kenyamanan pasar. Sesuai dengan teori Standar Nasional

Indonesia mengenai Pasar Rakyat, persyaratan ini mengharuskan pasar memiliki sirkulasi yang baik agar pengunjung dapat leluasa bergerak dan bahan bangunan yang digunakan hendaknya memudahkan perawatan. Hal tersebut dilaksanakan oleh Dinas Pasar Kota Malang melalui pemasangan paving dan perbaikan atap pasar agar memberikan rasa nyaman kepada pengunjung pasar. Kedua adalah penambahan fasilitas pasar yang sesuai dengan persyaratan Standar Nasional Indonesia. Penambahan fasilitas yang dilakukan oleh Dinas Pasar Kota Malang mencakup pada persyaratan teknis Standar Nasional Indonesia mengenai Pasar Rakyat. Fasilitas yang ditambahkan oleh Dinas Pasar pada pasar rakyat di Kota Malang untuk memenuhi Standar Nasional Indonesia meliputi alat pengangkut sampah (Truk dan Gerobak), alat kebersihan, dan tabung pemadam kebakaran. Dari hal tersebut dapat diketahui bahwa pemeliharaan pasar yang dilakukan Dinas Pasar Kota Malang masih belum berdampak besar pada penerapan Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat di Kota Malang. Hal tersebut dijelaskan dalam wawancara dengan Kepala Bidang Pemeliharaan Dinas Pasar Kota Malang berikut.

“Secara umum, pasar-pasar tradisional di Kota Malang, kurang lebih sebanyak 28 pasar, itu semuanya memang sudah waktunya perbaikan total kecuali Pasar OOD, karena itu sudah direvitalisasi, ya intinya seharusnya perbaikan total seperti Pasar OOD, nah selama ini hanya perbaikan-perbaikan yang sifatnya kecil dan hanya mencakup sebagian kecil persyaratan SNI. Dan sebenarnya perbaikan yang sifatnya kecil ini kurang berdampak positif. Kembali lagi pada pendanaan yang sangat terbatas, fasilitas yang ditambah dan diperbaiki hanya beberapa saja. Dan untuk perbaikan kebanyakan hanya perbaikan-perbaikan yang sifatnya tambal sulam” (Wawancara dengan Pak Widodo pada Senin, 6 Juni 2016)

Hal tersebut diperkuat dengan pernyataan dalam wawancara dengan Pak Hartomo selaku Kepala Bidang Pendataan dan Pemungutan Dinas Pasar Kota Malang pada Senin, 6 Juni 2016 “Seluruh pasar di Kota Malang ini sebenarnya sudah perlu

direvitalisasi, kalau Pasar Oro-oro Dowo kamren kan sudah, Pasar Bareng dan Mergan tahun 2016 ini juga direvitalisasi, tapi karna dana yang ada ini kurang yaa kami dari Dinas Pasar hanya mampu untuk melakukan perbaikan yang skalanya kecil saja”. Sebanyak 27 pasar rakyat di Kota Malang membutuhkan perbaikan total agar dapat memenuhi persyaratan Standar Nasional Indonesia. Untuk mencakup keseluruhan pasar di Kota Malang dibutuhkan pendanaan yang besar. Melihat bahwa dana pemeliharaan pasar bersumber dari APBD, maka wajar jika pemeliharaan pasar hanya memberikan dampak kecil pada pemenuhan Standar Nasional Indonesia. Keterbatasan dana yang dimiliki oleh pemerintah Kota Malang menyebabkan perlu adanya penyesuaian antara program pemeliharaan pasar dengan dana yang dimiliki oleh Dinas Pasar Kota Malang. Hal tersebut dapat dilakukan dengan memprioritaskan dana pada fasilitas-fasilitas yang benar benar dibutuhkan oleh pasar rakyat.

c. Peran Dinas Pasar Kota Malang Dalam Menerapkan Standar Nasional Indonesia 8152:2015 Tentang Pasar Rakyat

Pembuat strategi merupakan salah satu komponen strategi yang perlu untuk diketahui peranya dalam pelaksanaan strategi yang dirumuskan. Strategi penerapan Standar Nasional Indonesia mengenai pasar rakyat di Kota Malang dibuat dan dirumuskan oleh Dinas Pasar Kota Malang. Pada pelaksaannya strategi, Dinas Pasar akan dapat menilai bagaimana keefektifan dari strategi yang telah disusun sebelumnya. Maka dari itu untuk mengetahui bentuk dari strategi penerapan Standar Nasional Indonesia tentang pasar rakyat diperlukan juga untuk mengetahui bagaimana peran dari pembuat strategi dalam melaksanakan strategi tersebut.

Dalam upaya penerapan Standar Nasional Indonesia melalui pemeliharaan pasar, Dinas Pasar Kota Malang memiliki peran penuh sebagai pelaksana tunggal. Dinas Pasar Kota Malang melakukan perumusan strategi sekaligus melaksanakan strategi berkoordinasi dengan pengelola pasar, agar Dinas Pasar mengetahui fasilitas apa saja yang perlu untuk ditambahkan ataupun diperbaiki. Hal ini dijelaskan dalam wawancara dengan Pak Widodo selaku Kepala Bidang Pemeliharaan Dinas Pasar Kota Malang pada Senin, 6 Juni 2016 “Kalau penerapan SNI yang melalui pemeliharaan kami berperan penuh. Baik dalam pengelolaan dana ataupun pelaksana lapangan. Untuk itu kami tetap melakukan koordinasi-koordinasi dengan pengelola pasar, jadi pengelola pasar juga perlu menyampaikan fasilitas apa yang perlu ditambah atau diperbaiki”. Hal ini juga dijelaskan dalam wawancara dengan Pak Hartomo selaku Kepala Bidang Pendataan dan Pemungutan Dinas Pasar Kota Malang pada Senin, 6 Juni 2016 “Peran kami di penerapan ini sebagai pelaksana, karna SNI kan dibuat oleh pemerintah pusat mas, jadi kami menerapkannya salah satunya melalui pemeliharaan, dan kami sebagai pelaksana berperan penuh yang turun ke lapangan”.

Pada upaya penerapan Standar Nasional Indonesia mengenai pasar rakyat melalui revitalisasi, Dinas Pasar Kota Malang berperan sebagai pelaksana teknis revitalisasi. Pelaksanaan teknis meliputi pada pengawasan dan pelaksanaan revitalisasi. Dikarenakan dana untuk revitalisasi pasar di Kota Malang tahun 2015 sampai dengan 2017 bersumber dari APBN, maka Dinas Pasar Kota Malang harus bekerjasama dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang pada pelaksanaannya. Dinas Perindustrian dan Perdagangan bertindak sebagai pengelola dana revitalisasi. Dan pada pelaksan teknisnya dilakukan oleh Dinas Pasar beserta

dengan pengelola pasar terkait. Hal ini berbeda dengan kota lain yang tidak memiliki Dinas Pasar, melainkan menjadi satu dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan. Pernyataan tersebut dijelaskan dalam wawancara dengan Kepala Pasar Oro-oro Dowo Kota Malang berikut.

“Untuk peranya saat revitalisasi, Dinas Pasar sebagai pelaksana teknis. Dikarenakan Dinas Pasar Kota Malang Tidak memiliki kementerian, Dinas Pasar masuk ke dalam struktur Dinas Perindustrian dan Perdagangan dengan tanggung jawab dari Kementerian Perdagangan. Berbeda dengan kota lain yang Dinas Pasarnya memang menjadi satu dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan, di Kota Malang Dinas Pasar berdiri sendiri. Apabila ada pendanaan dari pusat, Dinas Pasar Kota Malang harus bekerjasama dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang” (Wawancara dengan Bu Endang Rabu, 11 Mei 2016)

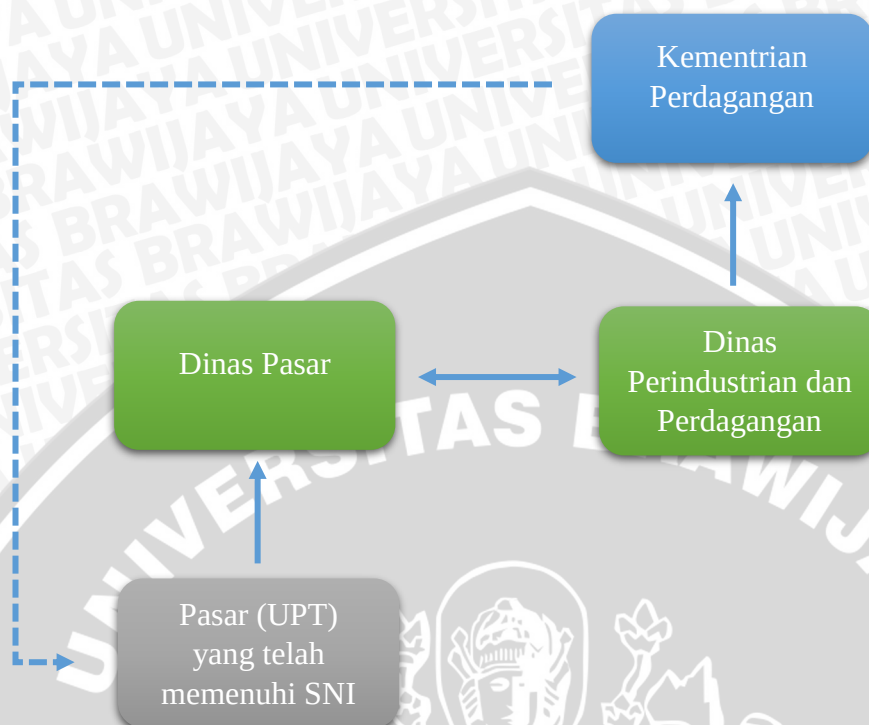
Hal ini juga dijelaskan dalam wawancara dengan Pak Hartomo selaku Kepala Bidang Pendataan dan Pemungutan Dinas Pasar Kota Malang pada Senin, 6 Juni 2016 “Kalau untuk yang revitalisasi kita beda peranya, karna saat revitalisasi kita Dinas Pasar perlu untuk berkoordinasi dengan Disperindag, jadi kami hanya sebagai pelaksana teknis, sedangkan Disperindag yang mengelola dana dari pusat”. Peran Dinas Pasar Kota Malang yang kedua adalah sebagai lembaga yang berwenang untuk memberikan rekomendasi kepada Kementerian Perdagangan terhadap pasar rakyat yang telah memenuhi persyaratan Standar Nasional Indonesia. Namun, untuk mengajukan rekomendasi kepada Kementerian Perdagangan, Dinas Pasar Kota Malang perlu untuk berkoordinasi terlebih dahulu dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan. Setelah adanya koordinasi dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan rekomendasi akan diajukan kepada Kementerian Perdagangan. Kemudian Kementerian Perdagangan akan mengkaji ulang rekomendasi yang diajukan oleh Dinas Pasar Kota Malang, dan bersamaan dengan hal tersebut Kementerian Perdagangan akan mengirim tim penilai untuk

menilai kelayakan dari pasar yang direkomendasikan oleh Dinas Pasar Kota Malang. Apabila Kementrian Sudah memberikan penilaian layak, maka sertifikat Standar Nasional Indonesia akan langsung diberikan kepada pasar yang direkomendasikan tersebut. Pemberian sertifikat akan diberikan secara langsung oleh Kementrian Perdagangan kepada pasar yang telah memenuhi Standar Nasional Indonesia tersebut. Hal tersebut dijelaskan dalam wawancara dengan Kepala Pasar Oro-oro Dowo Kota Malang berikut.

“Pasar yang memenuhi standar SNI akan mendapatkan sertifikat SNI. Jadi untuk pembangunan pasar yang selanjutnya akan terus disesuaikan dengan Standar Nasional Indonesia agar semua persyaratan SNI terpenuhi. Untuk mendapatkan sertifikat SNI, kita melalui Dinas Pasar dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan mengajukan permohonan sertifikat SNI kepada Kementrian Perdagangan. Setelah itu akan ada tim dari kementrian yang datang untuk menilai kelayakan dari pasar yang mengajukan SNI. Apakah sudah layak mendapatkan sertifikat ataukah masih perlu adanya penambahan fasilitas. Jadi Dinas Pasar lah yang memberikan usulan kepada kementrian” (Wawancara dengan Bu Endang pada Rabu, 11 Mei 2016)

Hal tersebut juga dijelaskan dalam wawancara dengan Pak Widodo selaku Kepala Bidang Pemeliharaan Dinas Pasar Kota Malang pada Senin, 6 Juni 2016 “ Saat sudah ada pasar yang memenuhi Standar Nasional Indonesia, kami Dinas Pasar, memberikan rekomendasi kepada Kementrian Perdagangan, tapi sebelumnya kami harus berkoordinasi terlebih dulu dengan Disperindag Kota Malang, dan baru nanti Kementrian sendiri yang akan menilai kelayakan pasar tersebut, kalau pasar tersebut layak, sertifikat SNI akan diberikan”. Dari berbagai penjelasan mengenai alur pangajuan Standar Nasional Indonesia diatas penulis dapat menggambarkan alur tersebut dalam sebuah bagan. Berikut merupakan bagan alur pangajuan Standar Nasional Indonesia yang telah diolah oleh penulis berdasarkan data wawancara yang telah diperoleh.

Gambar 7 Bagan Pengajuan Standar Nasional Indonesia



Sumber: Olahan Penulis (2016)

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Strategi Penerapan Standar Nasional Indonesia 8152:2015 Tentang Pasar Rakyat

a. Faktor Internal Strategi Penerapan Standar Nasional Indonesia 8152:2015 Tentang Pasar Rakyat

1. Kelemahan

Salah satu faktor yang menghambat pemenuhan persyaratan Standar Nasional Indonesia pada pasar-pasar di Kota Malang adalah dana. Anggaran yang diajukan oleh Dinas Pasar Kota Malang kepada pemerintah Kota Malang tidak sepenuhnya terealisasi, sehingga Dinas Pasar Kota Marang harus menyesuaikan kembali strategi yang telah disusun dengan anggaran yang ada. Hal ini berdampak pada pengurangan kualitas perbaikan fasilitas pasar dan berkurangnya jumlah

fasilitas yang ditambahkan pada pasar rakyat di Kota Malang. Dan hal ini juga akan memperlambat pemenuhan Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat di Kota Malang. Hal tersebut dijelaskan dalam wawancara dengan Kepala Bidang Pemeliharaan Kota Malang berikut.

“Permasalahan anggaran sih ya, kita dalam setiap tahunnya kan mengajukan juga. Tapi karena seperti pemerintah Kota Malang yang diurus kan bukan hanya cuman pasar saja, banyak yang lainnya. Dari anggaran yang ada itu kan dibagi-bagi. Pasar yang misalkan membutuhkan beberapa puluh milyar untuk pemeliharanya, hanya dapat jatah 5 milyar. Nah, yaitu yang ada kita pergunakan untuk pemeliharaan” (Wawancara dengan Pak Widodo pada Senin, 6 Juni 2016)

Keterbatasan dana tersebut juga berdampak pada pasar Oro-oro Dowo yang hanya membutuhkan beberapa fasilitas tambahan untuk memenuhi keseluruhan persyaratan Standar Nasional Indonesia. Untuk memenuhi persyaratan Standar Nasional Indonesia, pasar Oro-oro Dowo perlu untuk membangun tempat pengolahan limbah dan beberapa fasilitas yang belum dimiliki Pasar Oro-oro Dowo dengan perkiraan anggaran dana yang besar. Hal tersebut dijelaskan dalam wawancara dengan Bu Endang selaku Kepala Pasar Oro-oro Dowo Kota Malang pada Sabtu, 4 Juni 2016 “Untuk melengkapi fasilitas pasar sesuai dengan yang ada di SNI pasar rakyat masih diperlukan biaya yang banyak. Biaya banyak karena akan dipergunakan untuk pembenahan dan penambahan fasilitas seperti tempat pengolahan limbah, dan penambahan fasilitas lainya sesuai dengan SNI”

Selain permasalahan dana, terdapat faktor penghambat lain yaitu permasalahan kerjasama antara pemerintah dan swasta. Kerjasama yang dilakukan pemerintah dengan swasta ini dilatarbelakangi oleh kurangnya anggaran pemerintah untuk mengelola pasar secara mandiri. Dari kurangnya dana tersebut

pemerintah Kota Malang menjalin kerjasama dengan investor dengan tujuan agar pasar rakyat dapat dikelola secara profesional. Yang menjadi permasalahan adalah kerjasama tersebut memberikan hak kepada investor untuk membengun pasar sesuai dengan keinginan investor, sehingga pembangunan pasar tidak mengarah pada pemenuhan Standar Nasional Indonesia. Hal tersebut dijelaskan dalam wawancara dengan Kepala Bidang Pemeliharaan Dinas Pasar Kota Malang berikut.

“Jadi intinya terkendala oleh dana, kendala lainya juga ada yang dikarenakan pasar dipihak ketigakan. Gak Cuma di Malang saja, di daerah-daerah lainpun juga sama bermasalah. Yang saya maksud dengan bekerjasama dengan pihak investor contohnya anda tau lah seperti pasar Blimbing. Istilahnya BOT (*Build, Operate, Trade*), jadi pasar disewakan selama 30 tahun kepada investor. Karena ya itu tadi, dana dari pemerintah sangatlah terbatas dan akhirnya menggandeng pihak swasta. Pihak swasta yang menjadi investor menguasai dan mengelola selama 30 tahun. Menguasai dalam artian memiliki hak untuk membangun fasilitas pasar dan swasta juga ikut mengatur jumlah retribusi dengan catatan pemerintah tetap mendapatkan sumbangan retribusi. Jadi namanya bukan retribusi lagi, tapi kontribusi” (Wawancara dengan Pak Widodo pada Senin, 6 Juni 2016)

Hal tersebut diperkuat dengan pernyataan dalam wawancara dengan Pak Hartomo selaku Kepala Bidang Pendataan dan Pemungutan Dinas Pasar Kota Malang pada Senin, 6 Juni 2016 “ Selain kurangnya dana untuk penerapan SNI, di Malang ini ada beberapa pasar yang di pegang oleh swasta, jadi intinya pemerintah kerjasama dengan swasta. Yang jadi permasalahan adalah mereka (swasta) memiliki hak untuk membangun dan mengelola dalam jangka waktu yang lama, jadi mau tidak mau yaaa SNI tidak bisa diterapkan pada beberapa pasar tersebut”. Selain tidak mengarah pada persyaratan Standar Nasional Indonesia, durasi kerjasama yang dilakukan juga terbilang lama. Kerjasama antara pemerintah dengan swasta untuk mengelola pasar di Kota Malang memiliki durasi selama ± 30 tahun dan selama itu

pula beberapa pasar di Kota Malang akan dibangun tanpa berpedoman pada Standar Nasional Indonesia mengenai pasar rakyat.

2. Kekuatan

Faktor yang mendukung strategi penerapan Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat di Kota Malang adalah adanya dukungan dari pedagang untuk melaksanakan penerapan Standar Nasional Indonesia. Seperti yang terjadi pada Pasar Oro-oro Dowo, bentuk dukungan yang dilakukan pedagang ditunjukkan dengan tidak adanya komplain selama proses berlangsungnya revitalisasi Pasar Oro-oro Dowo. Hal ini berbanding terbalik dengan pembangunan pasar yang bekerjasama dengan pihak swasta. Revitalisasi pasar yang melibatkan swasta sering menuai protes dari pihak pedagang dengan berbagai alasan. Namun pada revitalisasi yang dilaksanakan oleh pemerintah secara mandiri dan berpedoman pada Standar Nasional Indonesia mendapatkan dukungan penuh dari pedagang. Hal tersebut dijelaskan dalam wawancara dengan Kepala Pasar Oro-oro Dowo Kota Malang berikut.

“Penerapan SNI di Kota Malang ini sangat didukung oleh pedagang pasar. Sebagai contohnya pedagang di Pasar OOD ini sangat antusias saat mau ada revitalisasi kemarin. Berbeda dengan revitalisasi pasar pada pasar lainnya, revitalisasi pasar yang kemarin ini tidak melibatkan swasta, melainkan berpedoman pada SNI. Karna tidak melibatkan swasta jadi pedagang sangat mendukung, dan sekarang pun pedagang merasa puas dengan adanya penerapan SNI dikarenakan pengunjung yang bertambah dan Pasar OOD jadi lebih bagus, yaa intinya pedagang memberikan dukungan lah” (Wawancara dengan Bu Endang pada Sabtu, 4 Juni 2016)

Salah satu alasan pedagang sangat mendukung penerapan ini karena tidak adanya kenaikan retribusi. Hal tersebut diperkuat dengan pernyataan dalam wawancara dengan Pedagang Pasar Oro-oro Dowo Kota Malang berikut.

“Saya dan semua pedagang disini awalnya agak takut mas, waktu itu rapat paguyuban pedagang disini dijelaskan sama bu kepala mau ada revitalisasi. Saya mikirnya ya mau dipindah pasarnya, tapi setelah dijelaskan sama bu kepala pasar, saya sendiri jadi mendukung revitalisasi. Terus kami juga dikasih tahu kalo tidak ada kenaikan retribusi karena dikelola oleh pemerintah bukan swasta. Akhirnya ya kondisinya seperti ini, Pasar Oro-oro Dowo jadi rapi terus pembeli juga bertambah” (Wawancara dengan Pak BN pada Sabtu, 4 Juni 2016)

Dukungan dan peran serta masyarakat juga berpengaruh besar terhadap penerapan Standar Nasional Indonesia di Kota Malang. Masyarakat yang dimaksud adalah pedagang, pengelola, maupun pengunjung pasar. Dengan adanya dukungan dari pedagang pasar pemenuhan persyaratan Standar Nasional Indonesia melalui revitalisasi pasar maupun pengelolaan pasar akan dapat berlangsung dengan efektif dan efisien.

Selain kekuatan tersebut, kekuatan internal juga berasal dari konsep pasar ber-SNI itu sendiri. Pasar yang telah memiliki Sertifikat Standar Nasional akan tetap mengutamakan nilai-nilai kerakyatan seperti harga yang murah dan masih adanya proses tawar menawar. Kelebihan ini mampu memberikan daya tarik tersendiri kepada masyarakat untuk lebih memilih pasar rakyat dibandingkan dengan pasar modern. Hal tersebut dijelaskan dalam wawancara dengan Kepala Bidang Pendataan dan Pemungutan Dinas Pasar Kota Malang berikut.

“Karena pasar rakyat baik yang SNI ataupun tidak akan tetap memiliki harga yang merakyat dan menganut sistem sosialisasi yang tetap berlangsung, kemudian diantaranya seperti tawar-menawar, kemudian etika budayanya juga masih tetap dipertahankan. Misalnya saya kenal dengan Bu A, dan saya percaya bahwa yang bersangkutan barang-barangnya lebih dari yang lain, maka dari itu saya beli dari Bu yang A tadi. Sosialisasi yang utama disini, interaksi antara pedagang dan pembeli, kalau di pasar modern kan sudah tidak ada, harga ini ya ini, mau beli atau tidak ya terserah pembeli. Nah, dari sini akan muncul sifat sosial yang tinggi” (Wawancara dengan Pak Hartomo pada Senin, 6 Juni 2016)

Pada dasarnya kelebihan ini didasarkan pada proses interaksi antara penjual dan pembeli yang masih terjalin. Dari interaksi tersebut harga yang didapat oleh pembeli juga berbeda-beda sesuai dengan hubungan antara penjual dan pembeli. Berbeda dengan pasar modern yang minim akan interaksi antara penjual dan pembeli.

b. Faktor Eksternal Strategi Penerapan Standar Nasional

Indonesia 8152:2015 Tentang Pasar Rakyat

1. Peluang

Penerapan Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat tidak hanya dilakukan oleh pemerintah daerah saja, melainkan juga menjadi program dari pemerintah pusat mulai pada tahun 2015. Pemerintah pusat melaksanakan penerapan Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat melalui pemberian bantuan dana untuk revitalisasi pasar di Indonesia. Pada tahun 2015, Kementerian Perdagangan memberikan bantuan dana kepada Pasar Oro-oro Dowo Kota Malang untuk menerapkan Standar Nasional Indonesia melalui revitalisasi pasar. Dan pada tahun berikutnya Kementerian Perdagangan akan memberikan bantuan dana pada Pasar Bareng dan Pasar Mergan untuk menerapkan Standar Nasional Indonesia melalui revitalisasi pasar. Hal ini menjadi peluang bagi Dinas Pasar dalam menerapkan Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat di Kota Malang. Pernyataan tersebut dijelaskan dalam wawancara dengan Kepala Pasar Oro-oro Dowo Kota Malang berikut.

“Revitalisasi pada tahun 2015 kemarin sangat bermanfaat dalam pemanuan SNI pasar di Kota Malang. Hal tersebut bisa terwujud karena adanya program dari pemerintah pusat untuk menerapkan SNI melalui revitalisasi pasar-pasar di Indonesia, dan salah satunya di Kota

Malang ini. Pada tahun 2015 kemarin kementerian mendanai 52 pasar di Jawa Timur untuk direvitalisasi, dan dari 52 pasar tersebut, Pasar OOD lah yang paling berhasil revitalisasinya” (Wawancara dengan Bu Endang pada Sabtu, 4 Juni 2016)

Pemerintah pusat memiliki program untuk menerapkan Standar Nasional Indonesia mengenai pasar rakyat pada 13 provinsi di Indonesia. Dengan adanya pendanaan dari Kementerian Perdagangan tersebut Dinas Pasar akan dapat terbantu dalam menerapkan Standar Nasional Indonesia mengenai pasar rakyat di Kota Malang. Hal ini juga dijelaskan dalam wawancara dengan Pak Widodo selaku Kepala Bidang Pemeliharaan Dinas Pasar Kota Malang pada Senin, 6 Juni 2016.

“Dari awal tahun 2015 kemarin ada program dari pemerintah pusat untuk menerapkan SNI Pasar Rakyat pada 13 provinsi di Indonesia. Seperti revitalisasi yang sekarang sedang dilakukan yaitu Pasar Bareng itu mendapat dana dari pusat, begitu juga dengan Pasar Mergan yang dananya tidak bersumber dari APBD melainkan dari pemerintah pusat. Sehingga dengan adanya program pemerintah pusat ini, pendanaan dan revitalisasi pasar bisa maksimal. Dampaknya ya cukup besar untuk pemenuhan persyaratan SNI” (Wawancara dengan Pak Widodo pada Senin, 6 Juni 2016)

Kebutuhan dana yang besar untuk menerapkan Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat di Kota Malang seharusnya dapat diantisipasi Dinas Pasar Kota Malang dengan adanya bantuan dana dari Kementerian Perdagangan. Sehingga dengan adanya bantuan dana revitalisasi ini, penerapan Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat di Kota Malang akan dapat segera terwujud dalam waktu yang lebih singkat.

2. Ancaman

Terdapat beberapa ancaman eksternal yang dapat menghambat penerapan Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat di Kota Malang. Salah satunya adalah belum adanya regulasi yang mengatur agar pasar rakyat di Kota Malang

menerapkan Standar Nasional Indonesia. Belum adanya regulasi terkait, akan dapat menyebabkan kurang seriusnya dinas terkait untuk menangani penerapan ini atau bahkan tidak menerapkan Standar Nasional Indonesia mengenai Pasar Rakyat. Hal tersebut dijelaskan dalam wawancara dengan Kepala Bidang Pemeliharaan Dinas Pasar Kota Malang berikut.

“Salah satu hambatan yaitu saat ini pemerintah baik pusat maupun daerah belum mengeluarkan peraturan resmi untuk mewajibkan setiap pasar agar menerapkan SNI, dan sampai saat ini penerapan SNI masih bersifat sukarela, jadi kalau Dinas Pasar Kota Malang tidak menyetujui penerapan SNI dengan alasan yang kuat maka SNI di Kota Malang tidak akan diterapkan. Tapi untuk mengantisipasi hal itu, Kementerian Perdagangan sering mengadakan sosialisasi maupun diskusi tentang SNI ini dengan dinas-dinas terkait” (Wawancara dengan Pak Widodo pada Senin, 6 Juni 2016)

Hal tersebut diperkuat dengan pernyataan dalam wawancara dengan Pak Hartomo selaku kepala Bidang Pendataan dan Pemungutan Dinas Pasar Kota Malang pada Senin, 6 Juni 2016

“Faktor yang menghambat penerapan SNI di Malang ini karena belum ada peraturan resmi untuk menerapkan SNI, jadi selama ini penerapan SNI masih bersifat sukarela, kalau ada pasar yang tidak mau menerapkan yaa kembali lagi ke kebijakan pengelola. Tapi Alhamdulillah Kementerian sering mengadakan diskusi dengan beberapa kepala pasar di Kota Malang. Jadi sampai saat ini belum ada penolakan untuk SNI ini”.

Sebagai antisipasi hal tersebut, Kementerian Perdagangan sering mengadakan sosialisasi dan diskusi mengenai penerapan Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat dengan dinas terkait dan juga dengan kepala pasar sebagai pengelola pasar. Sehingga dengan demikian pengelola pasar akan lebih mengerti bagaimana pentingnya dan manfaat dari penerapan Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat di Kota Malang.

Selain belum adanya regulasi yang mengatur penerapan Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat, keberadaan pasar modern juga dapat mengancam keberhasilan pasar rakyat untuk mencapai sasaran penerapan Standar Nasional Indonesia. Dengan terus bertambahnya jumlah pasar modern dengan strategi marketing yang dimiliki akan dapat menarik perhatian pengunjung pasar rakyat untuk beralih pada pasar modern. Hal tersebut disampaikan dalam wawancara dengan Bu Endang selaku Kepala Pasar Oro-oro Dowo Kota Malang pada Sabtu, 4 Juni 2016 “Kalau hambatan untuk pencapaian tujuan, secara tidak langsung kita kan bersaing dengan pasar modern. Apalagi jumlah pasar modern terus bertambah di Kota Malang. Yang bisa kita unggulkan yaa harga barang yang murah dan masih adanya tawar menawar”

C. Pembahasan

1. Tujuan dan Sasaran Penerapan SNI 8152:2015 Tentang Pasar Rakyat di Kota Malang

Sesuai dengan teori dari Salusu (1996) yang menyatakan bahwa salah satu komponen penting dari sebuah strategi adalah tujuan dan sasaran. Tujuan orang merupakan keinginan yang secara umum hendak dicapai pada waktu yang akan datang. Sedangkan sasaran orang adalah pernyataan yang secara operasional mengarahkan kita pada pencapaian tujuan dalam waktu tertentu, secara periodik bulanan atau tahunan dan terperinci secara jelas. Tujuan dari strategi penerapan Standar Nasional Indonesia pada Pasar Rakyat di Kota Malang adalah agar pasar rakyat di Kota Malang mampu meninggalkan kesan kumuh, kotor, dan tidak rapi menjadi pasar yang bersih, rapi, dan berfasilitas. Tujuan dari strategi ini juga telah sejalan dengan tujuan dari adanya pengelolaan dan pemberdayaan pasar rakyat

menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 20 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional. Dalam Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 20 Tahun 2012, tujuan dari adanya pengelolaan dan pemberdayaan pasar rakyat salah satunya adalah untuk menciptakan pasar tradisional yang tertib, teratur, aman, bersih, dan sehat. Tujuan tersebut sudah tercakup dalam tujuan dari strategi penerapan Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat di Kota Malang.

Selain tujuan, sasaran strategi penerapan Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat di Kota Malang adalah agar pasar rakyat di Kota Malang pembangunannya mengarah dan sesuai dengan Standar Nasional Indonesia. Untuk mencapai tujuan dan sasaran tersebut Dinas Pasar Kota Malang menerapkan Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat melalui revitalisasi dan pemeliharaan pasar. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa tujuan dan sasaran dari Strategi Penerapan Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat di Kota Malang dapat berlangsung sejalan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Sejalanya tujuan penerapan Standar Nasional Indonesia dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku akan dapat memperlancar pelaksanaan pencapaian tujuan dan sasaran.

2. Pelaksanaan Strategi Penerapan SNI 8152:2015 Tentang Pasar Rakyat di Kota Malang

Sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas pengelolaan pasar rakyat di Kota Malang, penerapan Standar Nasional Indonesia 8152:2015 tentang Pasar Rakyat dianggap mampu menjadi solusinya. Pasar Oro-oro Dowo merupakan pasar yang telah mulai menerapkan Standar Nasional Indonesia melalui revitalisasi pasar.

Dengan adanya penerapan tersebut, kualitas pengelolaan Pasar Oro-oro Dowo juga akan meningkat. Apabila dikaitkan dengan teori dari Suhendro (2008) terdapat beberapa indikator bahwa pengelolaan pasar dikatakan berkualitas:

1. Pasar nyaman sebagai tempat berbelanja. Hal ini telah diatur dalam persyaratan Standar Nasional Indonesia salah satunya adalah dalam persyaratan keamanan dan kenyamanan. Pada penerapannya, Standar Nasional Indonesia dapat menjadikan Pasar Oro-oro Dowo menjadi tempat yang nyaman untuk berbelanja. Salah satunya dengan atap pasar yang berbahan kokoh dan tinggi dapat membuat sirkulasi udara berjalan lancar. Selain itu lebar gangway sudah diperlebar sehingga pengunjung akan dapat berjalan dengan leluasa tanpa berdesakan dengan pengunjung lainnya. Kemudian penataan pedagang yang rapi dan sesuai zonasi juga telah dapat meningkatkan rasa nyaman bagi pengunjung untuk dapat berbelanja pada pasar rakyat.
2. Sarana dan prasarana yang memadai. Hal ini telah diatur dalam persyaratan teknis Standar Nasional Indonesia tentang Pasar Rakyat. Meskipun Pasar Oro-oro Dowo belum sepenuhnya memenuhi persyaratan tersebut, Pasar Oro-oro Dowo telah memiliki fasilitas yang memadai seperti toilet yang dibagi berdasarkan gender, musola, tempat cuci tangan, dan ruang ibu menyusui. Jumlah fasilitas yang dimiliki Pasar Oro-oro Dowo sudah dapat dikatakan memadai apabila dibandingkan dengan sebelum diterapkannya Standar Nasional Indonesia pada Pasar Oro-oro Dowo.

3. Bersih dan aman. Persyaratan kebersihan dan keamanan juga telah diatur dalam Standar Nasional Indonesia tentang Pasar Rakyat. Persyaratan tersebut masuk kedalam persyaratan umum dengan ketentuan fasilitas pasar bebas dari binatang penular penyakit dan tempat perindukanya. Dan Pasar Oro-oro Dowo Kota Malang telah memenuhi persyaratan tersebut. Sebelum adanya revitalisasi, Pasar Oro-oro Dowo telah mendapatkan predikat pasar sehat. Pada Pasar Oro-oro Dowo kebersihan menjadi tanggung jawab pedagang dan pengelola, sehingga selalu diadakan pengecekan kebersihan setiap diadakannya pertemuan pedagang.
4. Produk yang diperdagangkan fresh dan aman untuk dikonsumsi. Hal ini diatur dalam persyaratan kesehatan Standar Nasional Indonesia tentang Pasar Rakyat. Pasar Oro-oro Dowo telah memenuhi persyaratan tersebut dengan ketentuan tempat penjualan makanan siap saji harus menyajikan makanan secara tertutup, penyajian karkas daging yang digantung, penggunaan alas pemotong yang tidak mengandung bahan beracun, dan ketersediaan tempat pencucian bahan pangan dan peralatan. Dengan demikian produk yang diperdagangkan pada Pasar Oro-oro Dowo dapat terjamin kesegaran dan keamanannya untuk dikonsumsi.
5. Pasar memperhatikan kesehatan lingkungan. Kesehatan lingkungan telah diatur dalam persyaratan teknis Standar Nasional Indonesia tentang pasar rakyat. Dalam persyaratan teknis dicantumkan bahwa pasar rakyat diharuskan memiliki area penghijauan. Pasar Oro-oro

Dowo telah memenuhi persyaratan tersebut dengan memiliki area penghijauan di sekitar area pasar.

6. Manajemen pengelolaan sampah. Hal ini juga telah diatur dalam persyaratan teknis penerapan Standar Nasional Indonesia tentang Pasar Rakyat. Pengelolaan sampah Pada Pasar Oro-oro Dowo sudah sesuai dengan apa yang ada di dalam persyaratan teknis Standar Nasional Indonesia tentang Pasar Rakyat. Pengelolaan sampah tersebut meliputi ketersediaan tempat sampah pada setiap bedak dan fasilitas pasar, adanya alat pengangkut sampah, tersedianya tempat pembuangan sampah sementara, dan pengelolaan sampah yang berdasarkan 3R. Berdasarkan hal tersebut, dapat dikatakan Pasar Oro-oro Dowo telah memiliki manajemen pengelolaan sampah yang baik.
7. Adanya jaminan bagi konsumen. Jaminan yang diberikan kepada konsumen menjadi kebijakan dari pedagang pasar. Hal ini belum diatur dalam Standar Nasional Indonesia tentang Pasar Rakyat. Pemberian jaminan masih didasarkan pada interaksi antara penjual dan pembeli, seperti konsep pasar rakyat pada umumnya. Begitu pula pada pasar Oro-oro Dowo, pemberian jaminan belum diatur dalam aturan tertulis, namun tidak menutup kemungkinan penjual akan memberikan jaminan kepada pembeli melalui interaksi atau tawar menawar dan kesepakatan bersama.
8. Pengelolan yang menguntungkan. Pengelolaan pasar yang didasarkan pada Standar Nasional Indonesia tentang Pasar Rakyat dapat dikatakan menguntungkan. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya jumlah

pengunjung dan pembeli pada pasar Oro-oro Dowo Kota Malang. Bertambahnya jumlah pembeli tentunya berdampak pada bertambahnya jumlah pendapatan dari para pedagang seperti yang telah dijelaskan sebelumnya. Hal tersebut dapat menjadi indikator bahwa pengelolaan Pasar Oro-oro Dowo yang telah berdasarkan pada Standar Nasional Indonesia merupakan pengelolaan yang menguntungkan.

9. Memberikan kepuasan pada semua pihak. Diterapkannya Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat mampu memberikan kepuasan pada semua pihak. Hal ini dapat dibuktikan dengan pernyataan dari pedagang dan pengunjung Pasar Oro-oro Dowo yang merasa senang dengan adanya penerapan Standar Nasional Indonesia. Rasa puas tersebut juga dapat dibuktikan dari pemanfaatan fasilitas baru yang digunakan oleh pedagang dan pengunjung. Sebagai contohnya fasilitas tempat cuci tangan yang selalu dipergunakan pengunjung setelah berbelanja dan fasilitas ruang ibu menyusui yang kerap kali dipergunakan oleh pengunjung.
10. Citra pasar meningkat. Hal ini hampir sama dengan poin kesembilan. Dengan adanya rasa puas dari pembeli dan pengunjung maka citra pasar juga akan dapat meningkat bersamaan dengan diterapkannya Standar Nasional Indonesia. Seperti halnya pada pasar Oro-oro Dowo Kota Malang. Meskipun belum sepenuhnya memenuhi persyaratan yang ada pada Standar Nasional Indonesia, Pasar Oro-oro Dowo telah dapat mendapatkan kesan positif dari masyarakat Kota Malang secara umum.

Hal ini merupakan dampak dari diterapkannya Standar Nasional Indonesia pada Pasar Oro-oro Dowo Kota Malang.

Dari pembahasan diatas, dapat disimpulkan bahwa Standar Nasional Indonesia 8152:2015 tentang Pasar Rakyat sudah menggambarkan bagaimana pengelolaan pasar yang berkualitas. Persyaratan yang terdapat pada Standar Nasional Indonesia tentang Pasar Rakyat sudah mencakup keseluruhan indikator pengelolaan pasar yang baik. Dengan demikian dapat dikatakan penerapan Standar Nasional Indonesia tentang Pasar Rakyat sangatlah perlu untuk diterapkan pada seluruh pasar rakyat di Kota Malang. Sebagai contohnya adalah Pasar Oro-oro Dowo Kota Malang, meskipun masih memenuhi sebagian besar persyaratan Standar Nasional Indonesia tentang Pasar Rakyat, kualitas pengelolaan Pasar Oro-oro Dowo telah jauh meningkat apabila dibandingkan dengan sebelum adanya penerapan Standar Nasional Indonesia tentang Pasar Rakyat seperti yang telah dipaparkan pada penyajian data sebelumnya.

3. Peran Dinas Pasar Dalam Penerapan SNI 8152:2015 Tentang Pasar Rakyat di Kota Malang

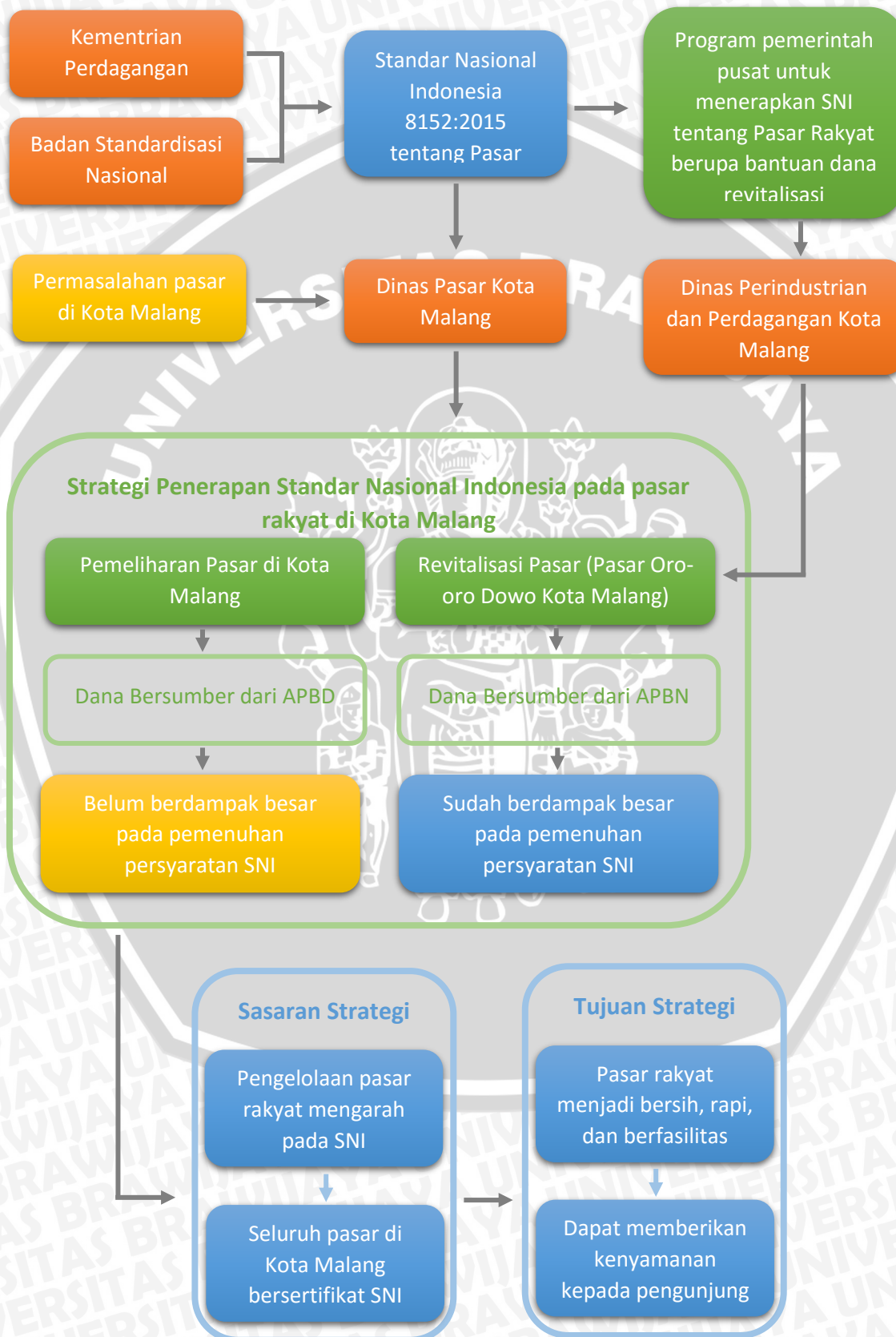
Berdasarkan pada teori dari Kooten dalam Salusu (1996) strategi penerapan Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat di Kota Malang termasuk dalam strategi program (*Program Strategy*) dimana strategi ini lebih memberikan perhatian pada implikasi-implikasi strategis dari suatu program tertentu. Pada setiap strategi program terdapat penyusun dan pelaksana program. Dalam strategi penerapan Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat di Kota Malang yang menjadi penyusun dan pelaksana program adalah Dinas Pasar Kota Malang. Dinas

Pasar Kota Malang melaksanakan strategi penerapan Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat di Kota Malang melalui revitalisasi dan pemeliharaan pasar. Dalam penerapan melalui revitalisasi pasar, Dinas Pasar Kota Malang berkoordinasi dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang untuk permasalahan dana. Hal tersebut dikarenakan dana yang didapat untuk revitalisasi pasar bersumber dari Kementerian Perdagangan. Pada penerapan melalui pemeliharaan pasar, Dinas Pasar berperan sebagai pelaksana tunggal, dikarenakan dana yang didapat bersumber dari Anggaran Penerimaan dan Belanja Daerah (APBD).

Dengan diketahuinya peran Dinas Pasar Kota Malang, maka dapat digambarkan ruang lingkup dari strategi penerapan Standar Nasional Indonesia. Menurut teori dari McNichols dalam J. Salusu (2006) ruang lingkup dari strategi akan dapat mempengaruhi proses berlangsungnya strategi tersebut. Ruang lingkup yang mampu memperlancar pencapaian tujuan dan sasaran strategi adalah ruang lingkup strategi dengan hubungan yang efektif dan dalam kondisi yang paling menguntungkan. Pada penerapan Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat di Kota Malang, Dinas Pasar Kota Malang melakukan koordinasi dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan dalam masalah dana revitalisasi. Hal ini dapat menyebabkan kurang efektifnya pencapaian sasaran dari strategi penerapan Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat di Kota Malang. Karena pada dasarnya pengelolaan pasar di Kota Malang menjadi kewenangan Dinas Pasar Kota Malang.

D. Kerangka Bagan Permasalahan

Gambar 8 Kerangka Bagan Permasalahan Penerapan SNI di Kota Malang



Sumber: Olahan Penulis (2016)

Dari kerangka bagan diatas penulis dapat memberikan gambaran secara singkat temuan dan permasalahan yang ada pada penelitian kali ini. Gambaran permasalahan yang ada pada kerangka bagan menjelaskan bagaimana berlangsungnya penerpan Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat di Kota Malang. Dari kerangka tersebut dapat diketahui tujuan dan sasaran strategi, ruang lingkup dari strategi, dan bentuk strategi penerapan Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat di Kota Malang.

E. Analisis SWOT pada Strategi Penerapan SNI 8152:2015 Tentang Pasar Rakyat di Kota Malang

Berdasarkan pada faktor internal dan faktor eksternal yang telah dipaparkan sebelumnya, maka penulis dapat melakukan analisis SWOT pada Strategi Penerapan Standar Nasional Indonesia mengenai Pasar Rakyat yang dilakukan oleh Dinas Pasar Kota Malang. Pada penerapan Standar Nasional Indonesia mengenai pasar rakyat terdapat empat faktor sebagai pilar untuk melakukan analisis, empat faktor tersebut antara lain:

1. *Strength* (Kekuatan Internal)

Kekuatan internal merupakan kekuatan yang dimiliki Dinas Pasar untuk menerapkan Standar Nasional Indonesia mengenai Pasar Rakyat. Dalam penerapan ini yang menjadi kekuatan Dinas Pasar Kota Malang antara lain:

- a. Adanya dukungan dari pedagang pasar, sehingga proses penerapan Standar Nasional Indonesia dapat berlangsung dengan lancar.

- b. Harga pada pasar rakyat yang tetap murah sehingga akan menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat Kota Malang.

2. *Weakness* (Kelemahan Internal)

Kelemahan internal merupakan kelemahan yang menghambat Dinas Pasar untuk menerapkan Standar Nasional Indonesia mengenai Pasar Rakyat. Dalam penerapan ini yang menjadi kelemahan Dinas Pasar Kota Malang antara lain:

- a. Dana APBD yang sangat kurang untuk penerapan Standar Nasional Indonesia mengenai Pasar Rakyat.
- b. Program pemeliharaan pasar yang belum dapat mencakup sebagian besar persyaratan Standar Nasional Indonesia.

3. *Opportunities* (Peluang Eksternal)

Peluang Eksternal merupakan peluang yang dapat diraih Dinas Pasar untuk menerapkan Standar Nasional Indonesia mengenai Pasar Rakyat. Dalam penerapan ini yang menjadi peluang Dinas Pasar Kota Malang antara lain:

- a. Adanya program dari pemerintah pusat untuk menerapkan Standar Nasional Indonesia mengenai Pasar Rakyat pada 13 provinsi di Indonesia.

4. *Threat* (Ancaman Eksternal)

Ancaman Eksternal merupakan ancaman yang dapat menghambat Dinas Pasar untuk menerapkan Standar Nasional Indonesia mengenai Pasar Rakyat. Dalam penerapan ini yang menjadi ancaman Dinas Pasar Kota Malang antara lain:

- a. Keberadaan pasar modern yang mengancam minat masyarakat terhadap pasar rakyat. Hal ini dapat menghambat pencapaian sasaran diterapkannya Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat di Kota Malang.
- b. Belum adanya regulasi yang mewajibkan pasar rakyat untuk menerapkan Standar Nasional Indonesia.

Dari pemaparan *Strength*, *Weakness*, *Opportunities*, dan *Threat* di atas, penulis dapat menggambarkan analisis SWOT mengenai Strategi Penerapan Standar Nasional Indonesia mengenai Pasar Rakyat yang dilakukan oleh Dinas Pasar Kota Malang dalam tabel berikut.

Tabel 13 Analisis SWOT Penerapan SNI Mengenai Pasar Rakyat

Faktor Internal	STRENGTHS (S) (Faktor Kekuatan Internal) 1. Dukungan dari pedagang pasar di Kota Malang 2. Harga barang pada pasar rakyat yang tetap ekonomis	WEAKNESSES (W) (Faktor Kelemahan Internal) 1. Kurangnya dana dari pemerintah Kota Malang 2. Program pemeliharaan pasar yang belum berdampak pada penerapan SNI
Faktor Eksternal	Strategi SO Membentuk sebuah asosiasi/perkumpulan pedagang pasar pada tingkat nasional kusus untuk penerapan SNI (S1, O1)	Strategi WO Dinas Pasar Kota Malang dapat memanfaatkan bantuan dana dari Pemerintah Pusat untuk menutupi kekurangan dana dari pemerintah Kota Malang. (W1,O1) Menyesuaikan program pemeliharaan pasar dengan bantuan dana revitalisasi pemerintah pusat (W2,O1)
OPPORTUNITIES (O) (Faktor Peluang Eksternal) 1. Dukungan pemerintah pusat yang berupa bantuan dana untuk penerapan SNI mengenai Pasar Rakyat		

THREATS (T) (Faktor Ancaman Eksternal) 1. Belum adanya regulasi yang mewajibkan penerapan SNI pada pasar rakyat 2. Keberadaan pasar modern yang menarik perhatian pengunjung pasar rakyat	Strategi ST Membentuk asosiasi/perkumpulan pedagang pada lingkup daerah, untuk membahas penerapan SNI(S1, T1) Membuat informasi daftar kisaran harga pada bagian depan pasar, maupun website resmi Dinas Pasar (S2, T2)	Strategi WT Dinas Pasar Kota Malang dapat menyusun ulang program pemeliharaan pasar yang lebih efektif (W1, T2) Mengajukan permohonan dana tambahan pada pemerintah daerah (W1, T1)
--	---	---

Sumber: Olahan Penulis (2016)

Berdasarkan matriks analisis SWOT diatas dapat diketahui empat strategi baru yang dapat dilakukan untuk menerapkan Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat di Kota Malang. Keempat strategi tersebut dijelaskan dalam empat poin berikut:

1. Strategi SO

Strategi ini merupakan strategi yang dibuat dengan memanfaatkan semua kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang yang ada sebesar-besarnya. Pada penelitian ini, strategi SO didasarkan pada pemanfaatan kekuatan internal yang dimiliki Dinas Pasar Kota Malang untuk menerapkan Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat di Kota Malang untuk memanfaatkan peluang yang dapat mendukung penerapan Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat di Kota Malang. Strategi ini dapat dilakukan dengan membentuk asosiasi pedagang pasar pada tingkat nasional yang dikususkan untuk penerapan Standar Nasional Indonesia. Dukungan dari pedagang tentunya dapat memperlancar proses berlangsungnya revitalisasi pasar di Kota Malang. Melihat bahwa pada beberapa revitalisasi pasar dengan

melibatkan investor yang sebelumnya dilakukan di Kota Malang mendapatkan hambatan dari pedagang pasar itu sendiri.

2. Strategi WO

Strategi ini merupakan strategi yang dibuat untuk memanfaatkan peluang yang ada dengan cara meminimalisir kelemahan internal yang ada. Pada penelitian ini, strategi WO didasarkan pada pemanfaatan peluang yang mendukung Dinas Pasar Kota Malang untuk menerapkan Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat di Kota Malang dengan cara meminimalisir kelemahan internal yang menghambat penerapan Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat di Kota Malang. Kurangnya dana dari pemerintah Kota Malang tentunya dapat diminimalisir dengan cara merubah program pemeliharaan pasar rakyat yang dimiliki Dinas Pasar Kota Malang. Program pemeliharaan dapat lebih difokuskan untuk pemenuhan syarat Standar Nasional Indonesia secara bertahap. Sebagai contohnya setiap setahun sekali terdapat pasar yang dibangun atapnya sesuai dengan persyaratan Standar Nasional Indonesia. Sehingga dana dari pemerintah Kota Malang dapat dimanfaatkan untuk penerapan Standar Nasional Indonesia dengan lebih efisien dan efektif. Hal tersebut juga akan meminimalisir adanya kerusakan-kerusakan berikutnya karena pada dasarnya Standar Nasional Indonesia memberikan persyaratan penggunaan bahan bangunan yang mudah untuk perawatannya. Dengan penggunaan dana dari pemerintah Kota Malang yang lebih efektif dan efisien, maka dana dari Kementerian Perdagangan akan dapat dimanfaatkan secara optimal untuk

penerapan Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat di Kota Malang melalui revitalisasi pasar.

3. Strategi ST

Strategi ini adalah strategi yang mengupayakan seluruh kekuatan internal untuk mengatasi ancaman eksternal. Pada penelitian ini, strategi ST didasarkan pada pengupayaan seluruh kekuatan internal Dinas Pasar kota Malang untuk mengatasi ancaman yang menghambat penerapan Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat di Kota Malang. Belum adanya regulasi yang mewajibkan pasar rakyat untuk menerapkan Standar Nasional Indonesia tentunya akan dapat diantisipasi dengan membentuk asosiasi pedagang untuk menerapkan Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat di Kota Malang. Dukungan dari pedagang tentunya akan mampu menjadi pertimbangan agar Dinas Pasar Kota Malang lebih serius dalam melaksanakan penerapan Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat. Selain hal tersebut, keberadaan pasar modern dengan strategi marketingnya yang dapat menjadi salah satu ancaman beralihnya pengunjung pasar rakyat kepada pasar modern yang ada di Kota Malang. Karena untuk mencapai tujuan dari diterapkannya Standar Nasional Indonesia tentang pasar rakyat dibutuhkan dukungan dari masyarakat (pengunjung). Apabila jumlah pengunjung berkurang maka akan berdampak juga pada perekonomian daerah dan pendanaan untuk pemeliharaan pasar juga akan berkurang. Namun hal tersebut dapat diatasi dengan membuat informasi kisaran harga pada pasar rakyat. Informasi kisaran harga dapat di buat pada bagian depan

pasar maupun pada website resmi Dinas Pasar kota Malang. Dengan informasi kisaran harga, maka murah nya harga pada pasar rakyat akan dapat menarik perhatian masyarakat. Hal ini seharusnya dapat menimbulkan rasa optimis kepada pemerintah akan keberhasilan penerapan Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat.

4. Strategi WT

Strategi ini adalah strategi yang dilakukan dengan cara meminimalisir kelemahan internal yang ada dan menghindari ancaman. Pada penelitian ini, strategi WT didasarkan pada kemampuan Dinas Pasar Kota Malang untuk meminimalisir kekurangan internal dan menghindari ancaman yang menghambat penerapan Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat di Kota Malang. Dinas Pasar Kota Malang dapat mengajukan permohonan dana tambahan yang dikususkan untuk penerapan Standar Nasional Indonesia kepada pemerintah daerah.. Hal ini juga akan dapat mengantisipasi kelemahan pada program pemeliharaan yang masaih belum berdampak besar pada penerapan Standar Nasional Indonesia akibat kurangnya dana. Dan keberadaan pasar modern yang dapat mengancam keberadaan pasar rakyat dapat diatasi apabila Dinas Pasar Kota Malang segera menerapkan Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat di Kota Malang dengan memperbaiki program pemeliharaan pasar.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Strategi yang baik berfokus pada tujuan jangka panjang, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Dari hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, penulis dapat menyimpulkan beberapa hal :

1. Strategi penerapan Standar Nasional Indonesia (SNI) 8152:2015 tentang Pasar Rakyat disusun oleh Dinas Pasar Kota Malang dengan tujuan untuk menerapkan Standar Nasional Indonesia pada seluruh pasar rakyat yang ada di Kota Malang sehingga pasar rakyat yang sebelumnya kotor, kurang rapi, dan minim akan fasilitas dapat menjadi tempat belanja yang nyaman dan ekonomis. Sasaran dari strategi ini adalah agar dengan meningkatnya kualitas dari pasar rakyat akan mampu meningkatkan minat masyarakat untuk memilih pasar rakyat sebagai tempat berbelanja yang ekonomis. Dengan demikian jumlah pengunjung dari pasar rakyat akan bertambah seiring dengan dipenuhinya Standar Nasional Indonesia
2. Berdasarkan pada pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya dapat diketahui bahwa dengan adanya penerapan Standar Nasional Indonesia tentang Pasar Rakyat, kualitas pengelolaan pasar pada Pasar Oro-oro Dowo dapat meningkat sesuai dengan jumlah persyaratan yang telah dipenuhi oleh Pasar Oro-oro Dowo. Dengan peningkatan kualitas tersebut, maka dapat

disimpulkan bahwa Standar Nasional Indonesia perlu untuk diterapkan secara merata pada pasar rakyat di Kota Malang.

3. Penerapan Standar Nasional Indonesia di Kota Malang dilaksanakan melalui dua cara. Pertama, penerapan SNI dilakukan melalui revitalisasi pasar. Dana revitalisasi pasar bersumber dari Dana Alokasi Kusus (DAK) dan Dinas Pasar Kota Malang bekerjasama dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang untuk mengelola dana revitalisasi tersebut. Kedua, dilakukan melalui pemeliharaan pasar. Dana pemeliharaan pasar bersumber dari APBD, sehingga dana yang diberikan hanya mampu mencakup beberapa persyaratan Standar Nasional Indonesia saja. Dalam penerapan ini, revitalisasi pasar lebih memberikan dampak yang besar dibandingkan dengan pemeliharaan pasar.

5.2 Saran

Sejalan dengan tujuan dan sasaran diterapkannya Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat di Kota Malang dan dari hasil penelitian yang tertulis dalam kesimpulan di atas, maka ada beberapa saran yang dapat diberikan oleh penulis. Saran yang diberikan diharapkan mampu menjadi pertimbangan bagi Pemerintah Kota Malang, dalam hal ini Dinas Pasar Kota Malang sebagai pelaksana teknis dalam penerapan Standar Nasional Indonesia pada Pasar Rakyat di Kota Malang. Saran-saran tersebut dapat dilihat dalam beberapa poin berikut:

1. Sebagai solusi untuk masalah dana, Dinas Pasar Kota Malang dapat memadatkan dana pada beberapa fasilitas saja. Sebagai contohnya untuk

mengganti atap utama pasar dengan bahan yang lebih kokoh dan mudah perawatanya. Perbaikan atap secara total membutuhkan dana yang banyak, namun dengan perbaikan total maka bagian atap pasar akan dapat bertahan lama tanpa adanya kerusakan yang terus terjadi. Dan untuk pasar-pasar yang membutuhkan perbaikan kecil dapat dianggarkan melalui paguyuban pedagang masing-masing pasar, baik dengan pungutan perbaikan pasar ataupun dengan gotong royong. Karena pada dasarnya kondisi pasar juga menjadi tanggung jawab pedagang dan akan berdampak pada pedagang pula. Mindset ini juga dapat ditanamkan kepada pedagang melalui pelatihan pedagang pasar.

2. Pemerintah Kota Malang dapat mencontoh kota-kota lain dalam hal kelembagaan Dinas Pasar dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan agar pengelolaan dan pembangunan pasar dapat dilaksanakan dengan optimal. Penulis menyimpulkan akan lebih efisien apabila Dinas Pasar Kota Malang dilebur menjadi satu dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan. Dinas Pasar dapat dilebur dengan menambahkan bidang baru, misalnya Bidang Pasar. Sehingga dana dari Kementerian Perdagangan akan dapat dikelola langsung oleh Bidang Pasar sebagai pelaksana teknis penerapan Standar Nasional Indonesia mengenai Pasar Rakyat di Kota Malang.
3. Agar penerapan Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat di Kota Malang dapat diterapkan secara merata, penulis menyarankan Dinas Pasar Kota Malang untuk memberikan target pemerataan pada penerapan ini. Misalnya pada tahun 2019 ditargetkan setiap kecamatan di Kota Malang sudah ada satu pasar yang bersertifikat Standar Nasional Indonesia. Dengan

demikian penerapan Standar Nasional Indonesia pada pasar rakyat di Kota Malang dapat merata. Dan hal ini juga akan dapat menarik minat masyarakat Kota Malang terhadap pasar rakyat secara merata.

4. Berdasarkan faktor internal dan eksternal yang telah dipaparkan sebelumnya dan juga analisis SWOT yang telah dijelaskan sebelumnya, penulis memberikan saran strategi yang paling efektif dan efisien untuk menerapkan Standar Nasional Indonesia mengenai Pasar Rakyat di Kota Malang adalah strategi WO. Strategi ini dilakukan dengan cara mengantisipasi kurangnya dana APBD dan memaksimalkan anggaran dana dari Kementerian Perdagangan sebagai peluang untuk menerapkan Standar Nasional Indonesia mengenai Pasar Rakyat. Dengan demikian perbaikan dan penambahan fasilitas pada pasar rakyat di Kota Malang akan dapat segera memenuhi persyaratan Standar Nasional Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- A.C. Nielsen. 2005. *Asia Pacific Retail and Shopper Trends 2005*. Diakses pada tanggal 22 Februari 2016
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Aryani, Dwinita. 2011. *Efek Pendapatan Pedagang Tradisional Dari Ramainya Kemunculan Minimarket di Kota Malang*. Diakses pada tanggal 4 Maret 2016
- Azimah, Dewi., Rina Martini, dan Dzunuwanus Ghulam Manar. 2013. *Kontribusi Pasar Tradisional dan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Semarang Tahun 2011 (Studi Kasus di Wilayah Kecamatan Banyumanik)*. Jurnal Ilmu Pemerintah Vol.2 No.2 Tahun 2013.
- Badan Standardisasi Nasional. 2015. *Standar Nasional Indonesia 8152:2015 tentang Pasar Rakyat*
- Bidang Informasi Publik. 2016. *Pasar Oro-oro Dowo Akan Jadi Percontohan*. <http://malangkota.go.id/2016/01/23/pasar-oro-oro-dowo-akan-jadi-percontohan/>. Diakses 20 Februari 2016
- David, Fred R. 2004. *Manajemen Strategis*. Klaten: Konse. Seventh Edition. PT. Intan Sejati.
- Damsar. 1997. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Emilia Sadilah, dkk. 2011. *Eksistensi Pasar Tradisional: Relasi dan Jaringan Pasar Tradisional di Kota Semarang, Jawa Tengah*. Yogyakarta: Balai Pelestarian Sejarah dan Nilai Tradisional.
- Fatimah, Mira, dan Mohammad Afifuddin. 2013. *Modal Sosial Pedagang Dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar Tradisional*. Diakses pada tanggal 2 Februari 2016
- Fitria, Rahmadina, dkk. 2014. *Scennario Planning Proses Relokasi Terkait Pembangunan Pasar Tradisional Menjadi Pasar Modern*. Jurnal Administrasi Publik (JAP), Vol.2, No.4. Diakses 4 Maret 2016
- Juliadi, D. 2012. *Manajemen Strategi Pengelolaan Ketertiban Pasar Baru Kota Cilegon*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
- Kemendag. 2015. *SNI Bakal Diterapkan Untuk Pasar Rakyat*. <http://www.kemendag.go.id/id/news/2015/12/17/sni-bakal-diterapkan-untuk-pasar-rakyat>. Diakses 2 Juli 2016
- Miles, Huberman, dan Saldana. 2014. *Qualitative Data Analysis 3rd ed*. California: SAGE Publication Inc.

- Moleong, Lexy. J. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya
- _____. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya
- Narbuko, Cholid dan Abu Achmadi. 2012. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara
- Narwoko, J. Dwi, dan Bagong Suyanto. 2004. *Sosiologi Teks Pengantar dan Terapan*. Jakarta: Prenada Media.
- Radarmalang. 2015. *Jumlah Minimarket Overload*.
<http://radarmalang.co.id/jumlah-minimarket-overload-14786.htm>. Diakses 2 Juli 2016
- Rangkuti, Freddy. 2004. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia.
- Republik Indonesia. 2007. *Peraturan Presiden RI Nomor 112 tahun 2007*
- _____. 2007. *Peraturan Menteri Dalam Negri No. 20 Tahun 2012*
- _____. 2000. *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 102 Tahun 2000*
- _____. 2014. *Undang-Undang Nomor 23 tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah*
- Salusu, J. 1996. *Pengambilan Keputusan Strategik untuk Organisasi Publik dan Organisasi Non Profit*. Jakarta: Grasindo Gramedia Widia Sarana Indonesia.
- _____. 2006. *Pengambilan Keputusan Strategik untuk Organisasi Publik dan Organisasi Non Profit*. Jakarta: Grasindo Gramedia Widia Sarana Indonesia.
- Sarwoko, Endi. 2008. *Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional di Wilayah Kabupaten Malang*. Diakses pada tanggal 4 Maret 2016
- Siagian, Sondang P. 2002. *Manajemen Strategik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sudarman, Ari. 1992. *Teori Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: BPFE
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV. Cetakan ke 19, 2013
- Suhendro. 2008. *Manajemen Pengelolaan Pasar Tradisional*. Jakarta: Asosiasi Pengelola Pasar Indonesia. Diakses pada tanggal 2 Februari 2016
- Sukirno, Sadono. 2003. *Pengantar Teori Mikroekonomi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Sumintarsih, dkk. 2011. *Eksistensi Pasar Tradisional: Relasi dan Jaringan Pasar Tradisional di Kota Surabaya, Jawa Timur*. Yogyakarta: Balai Pelestarian Sejarah dan Nilai Tradisional.

Syaiful, Achmad. 2012. *Tahun 2013, Dinas Pasar Kelola 5 Pasar Tradisional Lagi*. <http://mediacenter.malangkota.go.id/2012/08/tahun-2013-dinas-pasar-kelola-5-pasar-tradisional-lagi/>. Diakses 1 Februari 2016

