

**PELAKSANAAN PROGRAM REVITALISASI PASAR TRADISIONAL
BERBASIS EKONOMI KREATIF PADA PASAR PUCANGSAWIT
DI KOTA SURAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Menempuh Ujian Sarjana
Pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya**

**Clara Dilasanti Puri Rinasti
135030101111107**



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ADMINISTRASI PUBLIK
MALANG
2017**

MOTTO

Keyakinan ada pada kata-kataku,

Kebahagiaan ada pada hatiku,

Masa depan ada pada pikiranku,

Keberhasilan ada pada usahaku

-Clara-



TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pelaksanaan Program Revitalisasi Pasar Tradisional Berbasis
Ekonomi Kreatif pada Pasar Pucangsawit di Kota Surakarta

Disusun Oleh : Clara Dilasanti Puri Rinasti

NIM : 135030101111107

Fakultas : Ilmu Administrasi

Jurusan : Ilmu Administrasi Publik

Konsentrasi :-

Malang, 2 Februari 2017

Komisi Pembimbing

Ketua

Anggota



Drs. Heru Ribawanto, MS

NIP.19520911 197903 1 002



M. Chazienul Ulum, S.Sos, MPA

NIP. 19740614 200501 1 001

TANDA PENGESAHAN

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya , pada :

Hari : Selasa
Tanggal : 7 Maret 2017
Jam : 10.00
Skripsi atas nama : Clara Dilasanti Puri Rinasti
Judul : Pelaksanaan Program Revitalisasi Pasar Tradisional Berbasis Ekonomi Kreatif pada Pasar Pucangsawit di Kota Surakarta

Dinyatakan LULUS

MAJELIS PENGUJI

Ketua



Heru Ribawanto Drs, MS
NIP. 19520911 197903 1 002

Anggota



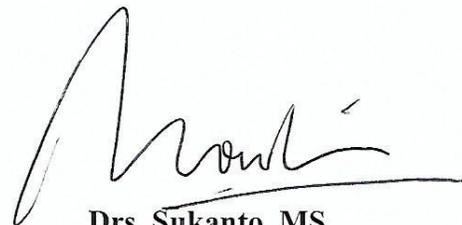
M. Chazienul Ulum S, Sos, MPA
NIP. 19740614 200501 1 001

Anggota



Prof. Dr. Abdul Hakim, M.Si
NIP. 19610202 198503 1 006

Anggota



Drs. Sukanto, MS
NIP. 19591227 198601 1 001

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naska skripsi yang berjudul **“Pelaksanaan Program Revitalisasi Pasar Tradisional Berbasik Ekonomi Kreatif pada Pasar Pucangawit di Kota Surakarta”** tidak terapat 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 naska ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naska 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, 15 Februari 2017



Clara Dilasanti Puri Rinasti

135030101111107

RINGKASAN

Clara Dilasanti Puri Rinasti, 2017, **Pelaksanaan Program Revitalisasi Pasar Tradisional Berbasik Ekonomi Kreatif pada Pasar Pucangsawit di Kota Surakarta**, Pembimbing utama Drs. Heru Ribawanto, MS. dan pembimbing pendamping M. Chazienul Ulum, S.Sos, MPA. 123 hal. + xvi

Pelaksanaan Program Revitalisasi Pasar Tradisional Berbasik Ekonomi Kreatif pada Pasar Pucangsawit di Kota Surakarta merupakan dukungan pemerintah kepada anak muda di Kota Surakarta dalam upaya memanfaatkan ruang milik pemerintah di lantai dua Pasar Pucang sawit sebagai *Cangwit Creative Space*, yaitu ruang yang digunakan untuk berkumpul anak muda kreatif dan pasar dengan produk kreatif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis mengenai 1) Pelaksanaan program revitalisasi Pasar Pucangsawit berbasis ekonomi kreatif. 2) Faktor pendukung dan faktor penghambat yang ditimbulkan dari pelaksanaan program revitalisasi Pasar Pucangsawit berbasis ekonomi kreatif.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan pada dinas pengolaan pasar, kepala pasar, dan kordinator Cangwit. Teknik analisis data menggunakan model interaktif Miles, Huberman dan Saldana (2014) yang terdiri dari pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pelaksanaan Program Revitalisasi Pasar Tradisional Berbasik Ekonomi Kreatif pada Pasar Pucangsawit di Kota Surakarta mendapat dukungan penuh dari Pemerintah Kota Surakarta khususnya Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta yang telah memberi fasilitas berupa lokasi, anggaran untuk renovasi dan perawatan *Cangwit Creative Space*. Peran serta komunitas Solo Muda Berkarya sebagai tim koordinator kreatif di Cangwit yang merupakan wujud partisipasi anak muda dalam upaya membangun daerahnya. Di sisi lain terdapat penghambat pelaksanaan program *Cangwit Creative Space* yaitu kurangnya partisipasi pedagang Cangwit dalam upaya meramaikan Cangwit dan lapak dagangannya. Pedagang Cangwit masih sangat bergantung pada koordinator kreatif.

Saran yang diberikan antara lain, yaitu mengadakan pelatihan *marketing* pada pedagang di *Cangwit Creative Space*, supaya pedagang bisa lebih mandiri dalam menjalankan usahanya kemudian menjalin kerjasama dengan dinas-dinas terkait, sehingga *Cangwit Creative Space* bisa menjadi lokasi alternatif untuk mengadakan kegiatan serta lebih menjadwalkan kegiatan secara teratur, mengikutsertakan pedagang Cangwit dalam merancang kegiatan yang akan dijadwalkan.

Kata kunci: pasar kreatif, revitalisasi, ekonomi kreatif.

SUMMARY

Clara Dilasanti Puri Rinasti, 2017, **The Implementation of the Traditional Market's Revitalization Program Based on Economic Creative in Pucangsawit Market Surakarta**. First advisor Drs. Heru Ribawanto, MS. and second advisor M. Chazienul Ulum, S.Sos, MPA. 123 p. + xvi.

The Implementation of the Traditional Market's Revitalization Program Based on Economic Creative in Pucangsawit Market Surakarta is a governmental support for the youth to utilize the government-owned space on the second floor of the Pucangsawit Market as a Creative Space. The usability of this space is as a meeting point for the Surakarta's creative youth and as a market that provides creative products. The aims of this research are to describe and analyze about: 1) the implementation of Pucangsawit market's revitalization based on economic creative, and 2) the supporting and inhibiting factors caused by the implementation of Pucangsawit market's revitalization based on economic creative.

This research uses a descriptive qualitative method as the research method. Data collected through interviews, observation, and documentation. The interviewees are market's management agencies, the head of the market, and the coordinator of Cangwit. The data were analyzed using an interactive model of Miles, Huberman and Saldana (2014). The analysis' steps are data collection, condensation, data presentation, and conclusion.

The result of this research shows that the government of Surakarta gives full support to the revitalization. As the support given is a provision of available place for Cangwit Creative Space includes the budget for renovation and maintenance. Other result shows that Solo Muda Berkarya Community's participation as the creative coordinator in Cangwit demonstrates the efforts of the youth to build their region. On the other hand, there are some inhibiting factors against the implementation of Cangwit Creative Space program. Those are the lack of the sellers' participation to maximize the effectiveness of Cangwit. Other than that, those sellers are very dependent to the creative coordinator.

There are some advices to overcome those issues above. First, is to giving the procurement of marketing training to the sellers for the purpose of making the sellers more independent. The second advice is to establish cooperation with related agencies in order to make Cangwit Creative Space as the alternative location for scheduled activities and to involve the sellers to every event.

Keyword: creative market, revitalization, economic creative

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Pertama penulis ucapkan puji syukur dan terima kasih yang tiada putusnya kepada Allah SWT, hanya karena limpahan rahmat, taufik, hidayah serta ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah berupa skripsi ini. Kemudian penulis panjatkan shalawat serta salam kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW atas segala keteladanan Beliau.

Selanjutnya, penulis persembahkan karya tertulis ini kepada kedua orang tua penulis, Mama dan Papa tercinta. Terima kasih atas segala waktu, pengorbanan, kesabaran, dukungan, doa restu, dan segala kerendahan hati Mama dan Papa dalam merawat, membina, dan membimbing saya selama ini. Penulis berdoa semoga Allah membalas kebaikan Mama dan Papa dengan kebaikan yang lebih baik lagi. Semoga dengan terselesaikannya skripsi ini dapat memberikan sedikit kebahagiaan kepada Mama dan Papa.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada keluarga besar dari penulis khususnya Kakak tersayang yang setia mendukung penulis selama ini. Kemudian, tidak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Keluarga besar CMS 6/7 Om, Tante, Asti, Mbak Karima, Mechelin, Nana, Dea, Mbak Kiki, Mbak Oik terima kasih atas semua dukungan dan

masukannya terkait skripsi penulis serta waktu yang telah diluangkan untuk menemani penulis.

2. Dosen Pembimbing Skripsi, Pak Heru Ribawanto dan Pak M. Chazienul Ulum, terima kasih atas segala waktu, doa, dan kesabarannya dalam membimbing skripsi sampai terselesaikannya skripsi ini.
3. Sahabat-sahabatku di Fakultas Ilmu Administrasi 2013 Deassy Nandarini S, Priska, Ziah, Syeril, Ayu, Rara, Dian, Diaz, Agus, Agung, Bima, Danan, Gelaskaca, Tiga Segara, dkk. Yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terima kasih telah menemani dan menyemangati penulis selama ini.
4. Sahabat-sahabatku di Iheartgigs.net Mbak Herda, Mas Gaharu, Mas Yahya, Mas Dedi, Mbak Jemila, Mas Yuda, Mas Febri dan The Genduts terima kasih atas dukungan, doa, masukan dan waktu luang yang diberikan untuk menemani penulis selama ini.
5. Seluruh teman-teman seperjuangan FIA UB 2013, staf akademik dan staf jurusan FIA UB, dan seluruh pihak baik yang terlibat langsung maupun tidak langsung, terima kasih atas segala partisipasi dan dukungannya dalam memberikan pelajaran dan menyemangati penulis menyelesaikan skripsi.

Malang, Februari 2017

Penulis

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pelaksanaan Program Revitalisasi Pasar Tradisional Berbasik Ekonomi Kreatif pada Pasar Pucangsawit di Kota Surakarta”**.

Skripsi ini merupakan tugas akhir penulis selama menempuh perkuliahan di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya dan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Administrasi pada Universitas Brawijaya.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Supriyono, M.S., selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi, dan Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Publik Bapak Dr. Choirul Saleh, M.Si., serta Ibu Dr. Lely Indah Mindarti, M.Si selaku Ketua Prodi Ilmu Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
2. Bapak Heru Ribawanto, Drs, MS dan Bapak M. Chazienul Ulum, S.Sos,MPA selaku dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan, dukungan, serta selalu memberikan waktu bimbingan dalam penyelesaian skripsi.

3. Prof. Dr. Abdul Hakim, M.Si dan Drs. Sukanto, MS selaku majelis penguji yang telah memberikan arahan dan kritik beserta sarannya demi perbaikan dan kesempurnaan skripsi penulis.
4. Seluruh Dosen Jurusan Ilmu Administrasi Publik yang telah memberikan ilmunya kepada penulis beserta pegawai Fakultas Ilmu Administrasi yang membantu administrasi akademik dalam pengerjaan skripsi.
5. Kepala Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta beserta staff lainnya dan komunitas Solo Muda Berkarya yang telah memberikan izin penelitian serta arahan dalam proses penyelesaian skripsi.
6. Semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti lain. Akhir kata penulis mengharapkan banyak manfaat dari skripsi ini agar berguna baik untuk sekarang maupun yang akan datang.

Malang, Februari 2017

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

MOTTO	i
TANDA PERSETUJUANSKRIPSI.....	ii
TANDA PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
RINGKASAN	v
SUMMARY	vi
LEMBAR PERSEBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Kontribusi Penelitian.....	10
E. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Administrasi Publik.....	13
B. Manajemen Publik.....	20
1. Pengertian Manajemen Publik.....	20
2. Fungsi Manajemen Publik.....	21
C. Implementasi Program.....	23
1. Pengertian Implementasi.....	23
2. Pengertian Program.....	27
3. Implementasi Program.....	30
D. Pasar	35
1. Pengertian Pasar.....	35
2. Peran dan Fungsi Pasar.....	36
3. Jenis Pasar.....	37
E. Revitalisasi Pasar Tradisional.....	39
F. Ekonomi Kreatif.....	41
1. Pengertian Ekonomi Kreatif.....	41
2. Peran Ekonomi Kreatif	44

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	46
B. Fokus Penelitian.....	47
C. Lokasi dan Situs Penelitian.....	48
D. Sumber Data.....	49
E. Teknik Pengumpulan Data.....	50
F. Instrumen Penelitian.....	52
G. Teknik Analisis Data.....	52

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi dan Situs Penelitian	
1. Gambaran Umum Kota Surakarta.....	55
a. Sejarah Kota Surakarta.....	55
b. Keadaan Administratif Kota Surakarta.....	57
c. Kondisi Geografis.....	60
d. Wilayah Administratif Kota Surakarta.....	62
e. Kependudukan.....	63
f. Potensi Wilayah.....	65
2. Gambaran Umum Pasar Pucangsawit.....	66
a. Sejarah Singkat Pasar Pucangsawit.....	66
b. Struktur Organisasi.....	68
3. Gambaran Umum Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta.....	70
a. Deskripsi Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta.....	70
b. Profil Pegawai Dinas Pengelolaan Pasar.....	74
c. Tugas Jabatan Struktural Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta.....	77
d. Landasan Hukum.....	83
B. Penyajian Data dan Fokus Penilitin	
1. Pelaksanaan Program Revitalisasi Pasar Tradisional Berbasis Ekonomi Kreatif pada Pasar Pucangsawit	84
a. Program Revitalisasi Pasar Tradisional Berbasis Ekonomi Kreatif pada Pasar Pucangsawit.....	84
b. Organisasi Pelaksana Program Revitalisasi Pasar Tradisional Berbasis Ekonomi Kreatif pada Pasar Pucangsawit.....	92
c. Kelompok Sasaran/Pemanfaat Program Revitalisasi Pasar Tradisional Berbasis Ekonomi Kreatif pada Pasar Pucangsawit	94
2. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat dalam Pelaksanaan Program Revitalisasi Pasar Tradisional Berbasis Ekonomi	

Kreatif pada Pasar Pucangsawit di Kota Surakarta.....	97
a. Faktor Pendukung.....	97
b. Faktor Penghambat.....	98
C. Analisis Data dan Pembahasan	
1. Pelaksanaan Program Revitalisasi Pasar Tradisional Berbasis Ekonomi Kreatif pada Pasar Pucangsawit	101
a. Program Revitalisasi Pasar Tradisional Berbasis Ekonomi Kreatif pada Pasar Pucangsawit	101
b. Organisasi Pelaksana Program Revitalisasi Pasar Tradisional Berbasis Ekonomi Kreatif pada Pasar Pucangsawit.....	108
c. Kelompok Sasaran/Pemanfaat Program Revitalisasi Pasar Tradisional Berbasis Ekonomi Kreatif pada Pasar Pucangsawit	111
2. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat dalam Pelaksanaan Program Revitalisasi Pasar Tradisional Berbasis Ekonomi Kreatif pada Pasar Pucangsawit di Kota Surakarta.....	113
a. Faktor Pendukung.....	113
b. Faktor Penghambat.....	115
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	117
B. Saran	118
DAFTAR PUSTAKA.....	120
LAMPIRAN.....	123

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1: Pembagian Wilayah Administrasi Kota Surakarta Menurut Kecamatan, Kelurahan, RW dan RT	62
Tabel 2: Jumlah Pegawai Pasar Pucangsawit Kota Surakarta Tahun 2016	69
Tabel 3: Jumlah Pegawai Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta Tahun 2016	74
Tabel 4: Jumlah Pegawai Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta Berdasarkan Tingkat Pendidikan Tahun 2016	75
Tabel 5: Jumlah Pegawai Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta Berdasarkan Tingkat dan Golongan Tahun 2016	76
Tabel 6: Jumlah Pendapatan Asli Daerah (PAD) pada Pasar Pucangsawit Kota Surakarta	96



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1: Model Kesesuaian Implementasi Program	33
Gambar 2: Model Analisis Data Interaktif	53
Gambar 3: Lambang Kota Surakarta	57
Gambar 4: Peta Administrasi Wilayah Kota Surakarta	61
Gambar 5: Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin di Kota Surakarta Tahun 2010-2015	64
Gambar 6: Tingkat Kepadatan Penduduk Berdasarkan Kecamatan di Kota Surakarta Tahun 2015	65
Gambar 7: Struktur Organisasi Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta	82
Gambar 8: Tarif Retribusi Pasar Pucangsawit	93



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Pedoman Wawancara
- Lampiran 2 Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 3 Dokumentasi



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Berdasarkan undang-undang UU No. 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, pemerintahan daerah adalah penyelenggaraan urusan pemerintahan oleh pemerintah daerah menurut asas otonomi dan tugas pembantuan dengan prinsip otonomi yang seluas-luasnya dalam sistem dan prinsip Negara Kesatuan Republik Indonesia sebagaimana yang dimaksud dalam undang-undang dasar 1945. Otonomi daerah dengan demikian memberi kekuasaan wewenang dan tantangan bagi pemerintah daerah untuk membangun daerahnya secara mandiri dalam mengelola unsur-unsur yang terdapat dalam daerahnya. Pemerintah daerah mempunyai kewenangan yang besar untuk merencanakan, merumuskan, melaksanakan, serta mengevaluasi kebijakan dan program pembangunan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat setempat (Agustino, 2008:1). Pemerintah daerah tidak lagi sekedar pelaksana operasional kebijakan yang telah ditetapkan oleh pusat, tetapi lebih dari itu diharapkan dapat menjadi penggerak pembangunan di daerahnya.

Hal yang tidak kalah penting lainnya dibutuhkan pula kesiapan daerah untuk mengoptimalkan potensi yang dimiliki serta berupaya mengatasi dan memperbaiki kekurangan dan kelemahan penyelenggaraan pemerintahan yang selama ini terjadi. Wujud optimalisasi potensi pemerintah adalah berbagai kewenangan yang dimiliki perlu ditindaklanjuti dengan kebijakan-kebijakan yang strategis yang sesuai dengan

kemampuan daerah dan aspirasi masyarakat. Kebijakan tersebut haruslah memiliki prinsip-prinsip *good governance* yang artinya kebijakan yang dibuat pemerintah untuk memaksimalkan potensi daerahnya haruslah berdasar kepentingan dan aspirasi masyarakat, memiliki pertanggungjawabann yang jelas dan juga transparan dalam proses formulasi sampai evaluasi dan monitoring kebijakan. Kebijakan pemerintah daerah untuk memajukan kesejahteraan masyarakat khususnya pembangunan dalam bidang ekonomi, memberikan ruang untuk pasar tradisional karena posisinya yang strategis dalam perekonomian daerah.

Menurut survei yang dilakukan AC Nielsen tahun 2013 mengenai jumlah pasar tradisional di Indonesia disebutkan bahwa jumlahnya mencapai 1,7 juta atau sekitar 73 persen dari jumlah pasar yang ada. Namun jika melihat dari kontribusi penjualan pasar tradisional berdasarkan data dari survei yang sama menyebutkan bahwa terjadi penurunan sebanyak 5 persen dari tahun 2012 yang angkanya 75 persen menjadi 70 persen. Hal ini disebabkan oleh beberapa hal yang salah satunya adalah tumbuhnya ritel-ritel modern yang semakin menguasai segmen pasar di Indonesia. Selain itu minimnya daya dukung seperti strategi perencanaan yang kurang baik dan akses permodalan yang minim, serta buruknya manajemen didalam pasar menjadi salah satu penyebab mundurnya pasar tradisional.

Lebih jauh lagi Kementerian Perdagangan menyebutkan data mengenai pertumbuhan antara pasar tradisional dengan pasar modern pada tahun 2012. Menurut wakil Menteri Perdagangan saat itu, Bayu Krisnamurthi, disebutkan bahwa pertumbuhan pasar modern meningkat 31,4 persen, hal ini berbanding terbalik dengan pasar tradisional yang malah mencatatkan angka minus 8,1 persen

(finance.detik.com). Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian oleh Eka Yuliasih (2013) menunjukkan bahwa keberadaan pasar modern berdampak negative pada omset (24% dan 16,3%), pendapatan (30% dan 17,5%) dan jumlah pelanggan (32% dan 29%) usaha ritel waserda dan pasar tradisional. Selain itu hal ini semakin diperkuat dengan usaha dari para pedagang kecil untuk mempertahankan eksistensinya masih sangat minim.

Keberadaan pasar modern di Indonesia terus berkembang dari tahun ke tahun. Perkembangan pesat pasar modern ini dapat menekan keberadaan pasar tradisional pada titik terendah. Pemerintah telah membuat kebijakan yang tertuang dalam Peraturan Presiden No.112 Tahun 2007 dan Peraturan Menteri Dalam Negeri No.53 Tahun 2008 yang mengatur tentang pasar modern dan pasar tradisional. Akan tetapi pada kenyataan dilapangan peraturan tersebut tidak diimplementasikan dengan baik. Banyak terjadi pelanggaran peraturan baik dari pendiri pasar modern hingga pihak yang memberi izin pendirian. Jarak pasar modern yang berdekatan dengan pasar tradisional tentu sangat berpengaruh pada omset penjualan pedagang di pasar tradisional terutama pelaku usaha ritel yang menjual barang dagangan yang sama dengan pedagang di pasar modern. Berdasarkan kepada Peraturan Presiden No. 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern serta Peraturan Menteri Perdagangan No.53 Tahun 2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern tersebut dapat diinterpretasikan bahwa pengaturan Zonasi antara Pasar Tradisional dan Pasar Modern, pengaturannya diserahkan kepada Pemda Kabupaten/Kota dalam bentuk Peraturan Daerah atau dalam pengertian lain Pemda

dalam pembuatan rencana tata ruang harus memperhatikan mengenai zonasi pasar tradisional dan pasar modern.

Seiring dengan perkembangan global, maka daerah-daerah di Indonesia khususnya Kota Surakarta dituntut untuk mampu berdiri sendiri dalam penyelenggaraan tugas-tugas pemerintah, pembangunan, dan pelayanan masyarakat. Demikian halnya peran dan fungsi pasar tradisional yang cukup strategis dalam perekonomian daerah. Dapat dilihat dari kontribusi dalam peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan penyerapan tenaga kerja karena menjadi sandaran hidup bagi banyak orang.

Dalam penelitian S.Leksono (2009) menemukan bahwa pasar tradisional sebagai modus interaksi sosial-budaya bahkan pasar juga mengandung fungsi religius sebagai sarana ibadah. Selain itu pasar tradisional dengan harga luncurnya tergantung dengan *transaction cost* dan bahkan *asymmetric information*. Proses tawar-menawar merupakan pengertian dari biaya transaksi yang disepakati oleh pihak penjual dan pembeli melalui komunikasi yang dapat menunjukkan kejelasan tentang karakter obyek barang yang diperjual belikan serta terjadi proses penyesuaian harga maka *asymmetric information*. Proses transaksi mempunyai peluang akan berkelanjutan berdasarkan interaksi sosial yang terjadi.

Berpegangan dengan Peraturan Daerah Kota Surakarta No.1 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Perlindungan Pasar Tradisional, pemerintah melalui Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta (DPP) melakukan upaya penataan pasar tradisional. Peraturan ini dibentuk sebagai acuan pemerintah dalam mengatur keberlangsungan pasar tradisional yang sudah tergeser oleh pasar modern. Program

pembenahan atau revitalisasi merupakan salah satu upaya pemerintah dalam mensejahterakan masyarakat dengan meningkatkan kualitas serta kelayakan pasar tradisional sebagai salah satu penggerak perekonomian masyarakat dari berbagai kalangan di suatu daerah.

Program revitalisasi pasar tradisional tidak hanya dikaitkan dengan perbaikan sarana fisik semata namun revitalisasi ini harus merupakan konsep yang menyeluruh dari semua aspek dalam membenahi pasar tradisional. Faktanya sekarang yang terjadi adalah revitalisasi pasar tradisional hanya berupa rehabilitasi bangunan fisik ataupun merelokasi pasar lama ke lokasi baru. Revitalisasi pasar tradisional harus menjadikannya sebagai pusat ikon perekonomian suatu daerah karena pasar tradisional sebagai simbol kewirausahaan daerah, sebagai indikator ekonomi suatu daerah, dan bahkan menjadi identitas sosial-ekonomi dan budaya bangsa.

Program revitalisasi pasar tradisional juga tertuang pada Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 9 Tahun 2016 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kota Surakarta Tahun 2016-2021. Strategi perencanaan dan pengendalian tata kota menuju kota kreatif ekonomi, sosial, budaya melalui optimalisasi partisipasi masyarakat. Pemerintah mengharapkan agar masyarakat tergerak untuk bersama-sama membangun daerahnya.

Ekonomi kreatif menjadi salah satu alternatif pemerintah untuk mengajak masyarakat berpartisipasi dalam pembangunan. Ekonomi kreatif berperan dalam perekonomian suatu bangsa terutama dalam menghasilkan pendapatan (*income generation*), menciptakan lapangan kerja (*job creation*) dan meningkatkan penerimaan hasil ekspor (*export earning*), meningkatkan teknologi (*technology*)

development), menambah kekayaan intelektual (*intellectual property*), dan peran sosial lainnya. Oleh sebab itu, ekonomi kreatif dapat dipandang sebagai penggerak pertumbuhan dan pembangunan ekonomi suatu bangsa (Suryana, 2013: 36).

Pembangunan Ekonomi suatu bangsa merupakan pilar penting bagi terselenggaranya proses pembangunan di segala bidang. Karena jika pembangunan ekonomi suatu bangsa berhasil, maka bidang-bidang lain seperti bidang hukum, politik, pertanian, dan lain-lain akan sangat terbantu (Mokhamad, 2007). Sektor industri diyakini sebagai sektor yang dapat memimpin sektor-sektor lain dalam sebuah perekonomian menuju kemajuan. Produk-produk industrial selalu memiliki 'dasar tukar' (*term of trade*) yang tinggi atau lebih menguntungkan serta menciptakan nilai tambah yang lebih besar dibandingkan produk-produk sektor lain. Hal ini disebabkan karena sektor industri memiliki variasi produk yang sangat beragam dan mampu memberikan manfaat marginal yang tinggi kepada para pemakainya (Dumairy, 1997).

Pasar Pucang sawit merupakan salah satu dari 44 pasar tradisional yang ada di Kota Surakarta. Lokasi Pasar Pucangsawit berada wilayah Surakarta bagian Timur, sehingga bisa dikatakan jauh dari pusat kota. Awal sebelum pembangunannya, Pasar Pucangsawit yang diresmikan pada 25 Februari 2011 oleh Walikota Ir. Joko Widodo yang menjabat saat itu, merupakan pasar buah. Dibangunnya Pasar Pucangsawit sebenarnya sebagai bentuk pemusatan Pedagang Kaki Lima di wilayah Kecamatan Jebres dan sekitarnya. Namun dari program-program relokasi ataupun pendirian pasar-pasar di kota Surakarta tersebut kurang mendapat respon dari berbagai kalangan, mulai dari para pedagangnya sendiri maupun para konsumennya. Para

pedagang beralasan bahwa relokasi tersebut akan mengurangi pendapatan mereka, dimana tempat relokasinya kurang strategis.

Setelah peresmiannya pada tahun 2011, kondisi pada Pasar Pucang sawit lengang dari kegiatan jual beli. Hanya ada beberapa los di bagian depan saja yang diisi oleh pedagang. Dinas Pengelolaan Pasar (DPP) sebagai pihak yang bertanggung jawab atas pengelolaan pasar tradisional sudah berupaya untuk memberi surat peringatan kepada pemilik los dan kios yang tidak digunakan berjualan, tetapi upaya ini juga belum berhasil untuk menarik pedagang untuk menggunakan los/kiosnya.

Dinas Pengelolaan Pasar (DPP) mulai mengkaji masalah yang terjadi pada Pasar Pucangsawit yang setelah 4 tahun pasca peresmiannya masih sepi dari aktifitas perdagangan. Subagiyo menilai banyaknya pedagang enggan berjualan di Pasar Pucangsawit karena berbagai faktor, seperti minimnya pembeli setelah warga bantaran Sungai Bengawan Solo direlokasi ke Mojosongo, Jebres. Selain itu, banyaknya persaingan seperti maraknya toko modern, pedagang bermobil, pedagang keliling, dan pedagang online (www.solopos.com).

Perkembangan Pasar Pucangsawit mulai tumbuh pada tahun 2014 dimulai dari sekelompok anak muda yang menamakan dirinya Solo Muda Berkarya tergerak untuk memanfaatkan ruang Pasar Pucangsawit lantai dua sebagai pasar kreatif tempat berkumpulnya anak muda dan komunitas kreatif. Adanya inisiatif kelompok anak muda yang ingin memanfaatkan lahan di lantai dua Pasar Pucangsawit disambut baik oleh Dinas Pengelolaan Pasar (DPP). Hal tersebut pula memperoleh dukungan pemerintah. Sehingga pemerintah melakukan renovasi Pasar Pucangsawit khususnya

pada lantai dua atau sekarang lebih dikenal dengan *Creative Space Cangwit* yang resmi dibuka pada 21 November 2015.

Creative Space Cangwit didominasi dengan produk-produk kreatif mulai dari kuliner, *fashion*, musik, arsitektur dan lainnya. Kepala Dinas Pengelolaan Pasar (DPP) Surakarta, Subagiyo, mengatakan kedepan lantai dua Pasar Pucangsawit ini akan difokuskan sebagai ruang untuk berkumpulnya berbagai komunitas dan akan menjadi lokasi berkegiatan bagi anak muda Kota Surakarta. (<http://surakarta.go.id/konten/creative-space-di-pasar-pucangsawit>)

Adanya *Creative Space Cangwit* ini merupakan wujud dari program Solo sebagai Kota Kreatif. Ruang kreatif tersebut menjadi nuansa baru bagi masyarakat Kota Surakarta. Kegiatan kreatif ini untuk memanfaatkan pasar yang selama ini belum berjalan secara optimal. Dengan adanya *Creative Space Cangwit* dapat menjadi wadah untuk anak muda dan komunitas kreatif lainnya untuk mengembangkan ilmunya serta memanfaatkan ruang kreatif yang ada.

Setelah kegiatan perekonomian di lantai dua Pasar Pucangsawit berjalan, Dinas Pengelolaan Pasar (DPP) akan kembali membangkitkan perdagangan di lantai dasar untuk komoditas pasar tradisional. Namun usaha menjadikan Pasar Pucangsawit sebagai pasar anak muda yang mengusung tema kreatifitas masih belum optimal untuk menarik pengunjung. Hal ini dapat dilihat dari jumlah pengunjung yang relatif sepi.

Berdasarkan uraian tersebut, hal menarik yang dapat dikaji adalah mengenai implementasi revitalisasi pasar tradisional berbasis potensi ekonomi kreatif di Pasar Pucangsawit. Dengan demikian, penulis tertarik untuk mengangkat kasus ini dalam

tulisan yang berjudul “Pelaksanaan Program Revitalisasi Pasar Tradisional Berbasis Ekonomi Kreatif pada Pasar Pucangsawit di Kota Surakarta”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pelaksanaan program revitalisasi pasar tradisional berbasis ekonomi kreatif pada Pasar Pucangsawit?
2. Apa sajakah faktor pendukung dan faktor penghambat pada pelaksanaan program revitalisasi pasar tradisional berbasis ekonomi kreatif pada Pasar Pucangsawit?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan rumusan masalah diatas, yang menjadi tujuan dalam penulisan penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan pelaksanaan program revitalisasi Pasar Pucangsawit, Jebres, Surakarta berbasis ekonomi kreatif.
2. Mendeskripsikan faktor pendukung dan faktor penghambat yang ditimbulkan dari pelaksanaan program revitalisasi Pasar Pucangsawit berbasis ekonomi kreatif.

D. kontribusi Penelitian

1. Secara Akademis

Hasil Penelitian ini dapat menjadi referensi dalam pengembangan ilmu administrasi publik, khususnya yang berhubungan dengan pelaksanaan revitalisasi pasar tradisional.

- a. Dapat digunakan sebagai sumbangan pemikiran baru dalam perkembangan dunia administrasi publik, khususnya dalam prespektif implementasi revitalisasi pasar tradisional.
- b. Sebagai rujukan bagi penelitian selanjutnya yang meneliti dan mengkaji permasalahan mengenai implementasi pelaksanaan revitalisasi pasar tradisional.

2) Secara Praktis

- a. Memberikan masukan dan pertimbangan bagi pemerintah dalam mengambil langkah-langkah kebijakan dalam bidang pelaksanaan kebijakan revitalisasi pasar tradisional.
- b. Menjadi media informasi kepada seluruh lapisan masyarakat terkait program revitalisasi pasar tradisional.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dibuat agar pembaca mampu dengan mudah memahami maksud dan tujuan dari penyusunan skripsi ini. Adapun sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis akan menguraikan tentang Latar Belakang sesuai dengan judul penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan kontribusi penelitian. Penulis menggambarkan permasalahan dan kondisi pasar

tradisional dengan disertakannya data-data pendukung untuk membantu penulis dalam memperkuat argumentasi penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini penulis menguraikan landasan teori yang berkaitan dengan fokus dan pembahasan penelitian. Dimana diantaranya, adalah Teori Program, Teori Manajemen Publik, Teori Administrasi Publik, Teori Ekonomi Kreatif, Pengertian Pasar dan Pengertian Revitalisasi Pasar Tradisional. Selain itu, dalam bab ini penulis memberikan kesimpulan dengan mengacu kepada beberapa teori dan pendapat para ahli sebagai rekomendasi individu dan pemahaman individu atas sebuah teori.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini penulis menyajikan jenis penelitian, Fokus Penelitian, Lokasi dan Situs Penelitian, Jenis Data dan Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Instrumen Penelitian dan Analisis Data

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan deskripsi wilayah penelitian dengan mengemukakan data yang diperoleh dari lokasi penelitian, penyajian data dan gambaran umum lokasi penelitian data.

BAB V: PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan yang didapatkan dari pembahasan dan hasil dari penelitian. Dalam bab ini diuraikan juga saran-saran yang sesuai dengan kesimpulan.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Administrasi Publik

Administrasi Publik, menurut Chandler dan Plano dalam T.Keban (2008:3), adalah proses di mana sumber daya dan personel publik diorganisir dan dikoordinasikan untuk memformulasikan, mengimplementasikan, dan mengelola (*manage*) keputusan-keputusan dalam kebijakan publik. Administrasi publik merupakan seni dan ilmu yang ditujukan untuk mengatur *public affairs* dan melaksanakan berbagai tugas yang telah ditetapkan. Administrasi publik juga bertujuan untuk memecahkan masalah-masalah publik melalui perbaikan atau penyempurnaan terutama di bidang organisasi, sumber daya manusia dan keuangan.

Administrasi publik dapat dilihat menjadi sebagai proses politik, yaitu sebagai salah satu metode memerintah suatu Negara dan dapat juga dianggap sebagai cara yang prinsipil untuk melakukan berbagai fungsi Negara. Administrasi publik tidak hanya tentang manajerial tetapi juga persoalan politik. Kedua hal ini membuat beberapa menjadi membingungkan, karena definisi administrasi publik termasuk ruang lingkungannya justru menunjukkan administrasi publik dan politik sulit dipisahkan dengan menunjukkan perkembangannya saat ini.

Banyak persepsi orang tentang makna administrasi publik itu sendiri. Beberapa ada yang mengartikan administrasi publik sebagai *administration of public* atau administrasi dari publik. Istilah *administration of public* menunjukkan peran pemerintah sebagai agen tunggal yang berkuasa atau sebagai regulator, yang aktif dan

selalu berinisiatif dalam mengatur atau mengambil langkah dan prakarsa, yang menurut mereka penting atau baik untuk masyarakat karena diasumsikan bahwa masyarakat adalah pihak yang pasif, kurang mampu, harus tunduk dan menerima apa saja yang diatur pemerintah.

Ada istilah lagi tentang administrasi publik yaitu *administration for public* atau administrasi untuk publik menunjukkan konteks yang lebih maju daripada *administration of public*, yaitu pemerintah berperan dalam mengemban misi pemberian pelayanan publik (*service provider*). Pada istilah ini pemerintah diasumsikan lebih *responsive* atau lebih tanggap terhadap apa yang dibutuhkan masyarakat dan lebih mengetahui cara terbaik untuk memberi pelayanan publik kepada masyarakat. Meskipun kebutuhan publik merupakan sasaran utama kegiatan pemerintah namun pemerintah tidak berupaya memperdayakan publik.

Administrasi oleh publik merupakan suatu konsep yang sangat berorientasi kepada pemberdayaan masyarakat, lebih mengutamakan kemandirian dan kemampuan masyarakat karena pemerintah memberikan kesempatan untuk itu. Kegiatan pemerintah mengarah kepada “*empowerment*” yaitu pemerintah berupaya memfasilitasi masyarakat agar mampu mengatur hidupnya tanpa harus sepenuhnya tergantung terus-menerus kepada pemerintah. Akibatnya masyarakat memiliki tingkat partisipasi yang lebih tinggi, mulai dari penentuan kebutuhan sampai pada pelaksanaan dan penilaian hasil, sementara pemerintah lebih memainkan perannya sebagai fasilitator, dan dapat memfokuskan diri pada urusan-urusan kenegaraan yang bersifat strategis (Keban,2008).

Administrasi publik sebagai *the work of government* memiliki peran atau pengaruh yang sangat vital dalam suatu Negara. Karl Polanyi dalam Keban (2008) berpendapat bahwa kondisi ekonomi suatu Negara sangat tergantung kepada dinamika administrasi publik. William Graham Sumner dalam Keban (2008) pelopor Darwinian di Amerika Serikat menggambarkan bahwa dinamika administrasi publik dapat membuat sistem kenegaraan yang ada menjadi lebih buruk. Janet V. Denhardt dan Robert B. Denhardt dalam Keban (2008) yang melihat administrasi publik, melalui pelayan-pelayan publiknya berperan memberikan atau menciptakan demokrasi. Rondinelli dalam Keban (2008) mengungkapkan bahwa kini peran pemerintah harus diarahkan kepada melayani masyarakat agar mencapai *democratic governance*. Dan hal ini harus dilakukan secara efektif melalui inovasi, prinsip-prinsip *good governance*, penguatan institusi-institusi publik, partisipasi, pengembangan kapasitas, desentralisasi pemberian pelayanan, pemberdayaan, dan kemitraan sektor publik dan swasta.

Kegiatan di dunia Administrasi Publik adalah semua kegiatan yang dikerjakan pemerintah dengan jumlah dan jenis yang sangat banyak dan variatif, baik tentang pemberian pelayanan di berbagai bidang kehidupan (*public services*), maupun yang menyangkut dengan mengejar ketertinggalan masyarakat melalui program-program pembangunan. Kegiatan pemberian pelayanan publik dapat diamati dari kegiatan rutin di bidang kesehatan, pendidikan, keamanan dan ketertiban, perijinan, dsb. Kegiatan yang berkenaan dengan pembangunan dapat di amati dari penyediaan barang – barang publik seperti pembangunan ekonomi, sistem sosial budaya, hukum, politik, dan pembangunan kualitas manusia, yang diprogram untuk membantu

ketertinggalan, pengentasan kemiskinan, dan pengurangan pengangguran. Kegiatan administrasi publik adalah kegiatan yang dilakukan baik oleh pejabat struktural atau pemegang eselon yang memimpin suatu unit, maupun oleh pejabat non struktural yang tidak memimpin suatu unit. Kegiatan ini dapat ditangani oleh aparat pemerintahan, atau melibatkan sektor swasta dan masyarakat. Apabila kegiatan ini bersifat kompleks dan pemerintah kurang mampu melaksanakannya, kegiatan tersebut dapat ditawarkan kepada sektor swasta dan masyarakat untuk menanganinya. Secara khusus, kegiatan administrasi publik difokuskan pada aspek manajemen sebagai pelaksanaan dari kebijakan publik. Artinya administrasi publik lebih berkenaan dengan kegiatan pengelolaan pelayanan publik dan penyediaan barang-barang publik. (Keban:2008)

Lemay dalam Keban (2008:5) menjelaskan bahwa tinjauan terhadap beberapa literatur menunjukkan bahwa belum ada kata sepakat tentang batasan atau definisi Administrasi Publik karena administrasi publik merupakan konsep yang kompleks. Fesler dalam Keban (2008:5) juga mengungkapkan bahwa administrasi publik adalah *the administration of governmental affairs*, administrasi publik diartikan sebagai penyusunan dan pelaksanaan kebijakan yang dilakukan oleh birokrasi dalam skala besar dan untuk kepentingan publik. Ada beberapa pendapat yang telah dikutip Stillman II dalam Keban (2008:5) sebagai berikut :

- a. Menurut Dimock, Dimock & Fox administrasi publik merupakan produksi barang dan jasa yang direncanakan untuk melayani kebutuhan masyarakat konsumen. Definisi tersebut melihat administasi publik sebagai kegiatan

ekonomi, atau serupa dengan bisnis tetapi khusus dalam menghasilkan barang dan pelayanan publik.

- b. Barton & Chappel melihat administrasi publik sebagai *the work of government* atau pekerjaan yang dilakukan oleh pemerintah. Definisi ini menekankan aspek keterlibatan personil dalam memberikan pelayanan kepada publik.
- c. Starling melihat administrasi publik sebagai semua yang dicapai pemerintah, atau dilakukan sesuai dengan yang dijanjikan pada waktu kampanye pemilihan. Dengan kata lain batasan tersebut menekankan aspek *the accomplishing side of government* dan seleksi kebijakan publik.
- d. Nigro & Nigro mengemukakan bahwa administrasi publik adalah usaha kerjasama kelompok dalam suatu lingkungan publik, yang mencakup ketiga cabang yaitu yudikatif, legislatif dan eksekutif yang memiliki suatu peranan penting dalam memformulasikan kebijakan publik, sehingga menjadi bagian dari proses politik yang sangat berbeda dengan cara yang ditempuh oleh administrasi swasta yang berkaitan erat dengan kelompok swasta atau individu dalam pemberian pelayanan kepada masyarakat. Definisi ini lebih menekankan proses institusional yaitu bagaimana usaha kerja sama kelompok sebagai kegiatan publik yang benar-benar berbeda dari kegiatan swasta.
- e. Rosenbloom memberikan batasan administrasi publik sebagai pemanfaatan teori-teori dan proses-proses manajemen, politik dan hukum untuk memenuhi mandat pemerintah di bidang legislatif, eksekutif, yudikatif dalam

rangka menjalankan fungsi pengaturan dan pelayanan terhadap masyarakat secara keseluruhan atau sebagian. Definisi ini menekankan aspek proses institutional atau kombinasi ketiga jenis kegiatan pemerintah yaitu legislatif, eksekutif dan yudikatif.

Dengan banyaknya definisi dan batasan – batasan tentang administrasi publik maka yang harus diingat adalah hakekat dari ilmu administrasi publik tersebut, yaitu :

- a. Bidang tersebut lebih berkaitan dengan dunia eksekutif, meskipun juga berkaitan dengan dunia yudikatif, legislatif.
- b. Bidang tersebut berkenaan dengan formulasi dan implementasi kebijakan publik.
- c. Bidang tersebut juga berkaitan dengan berbagai masalah manusiawi dan usaha kerjasama untuk mengemban tugas-tugas pemerintah.
- d. Meskipun bidang tersebut berbeda dengan administrasi swasta tetapi ia overlapping dengan administrasi swasta.
- e. Bidang tersebut diarahkan untuk menghasilkan public goods dan services.
- f. Bidang ini memiliki dimensi teoritis dan praktis.

Shabbir Cheema dalam Keban (2008:37) mengungkapkan empat fase administrasi publik yang menggambarkan perkembangan paradigma administrasi publik. Empat paradigma tersebut yaitu:

- a. *Traditional Public Administration*, yang berorientasi pada hirarki, kontinuitas, ketidakberpihakan, standarisasi, legal-rational, otoritas dan profesionalitas.

- b. *Public Management*, yang memusatkan perhatian pada penerapan prinsip-prinsip manajemen termasuk efisiensi dalam pemakaian sumberdaya, efektivitas, orientasi pada pelanggan, orientasi pada kekuatan pasar, dan lebih sensitif terhadap kepentingan publik. Paradigma ini menyarankan juga peran sektor swasta yang lebih besar, memperkecil ukuran sektor publik, dan memperkecil domain dari *traditional public administration*.
- c. *New Public Management*, yang diarahkan pada prinsip fleksibilitas, pemberdayaan, inovasi dan orientasi pada hasil, out-sourcing, dan contracting out, serta promosi etika profesi dan manajemen anggaran berbasis kerja.
- d. *Governance*, yaitu suatu sistem nilai, kebijakan dan kelembagaan di mana urusan-urusan ekonomi, sosial dan politik dikelola melalui interaksi antara masyarakat, pemerintah dan sektor swasta. Paradigma ini mengutamakan mekanisme dan proses dimana para warga masyarakat dan kelompok dapat mengartikulasikan kepentingannya, memediasi berbagai perbedaan-perbedaannya, dan menjalankan hak dan kewajibannya. Pemerintah diharapkan dapat memainkan perannya dalam menciptakan lingkungan politik dan hukum yang kondusif, sementara sektor swasta memainkan perannya dalam menciptakan lapangan pekerjaan, dan pendapatan, sedangkan masyarakat madani (*civil society*) menyelenggarakan interaksi sosial dan politik secara sehat. Esensi dari paradigma terakhir ini adalah memperkuat interaksi antar ketiga aktor tersebut dalam mempromosikan *people – centered development*.

B. Manajemen Publik

1. Pengertian Manajemen Publik

Manajemen publik atau dapat juga disebut manajemen pemerintah secara umum merupakan suatu upaya pemerintah dalam pemenuhan kebutuhan publik dengan menggunakan sarana dan prasarana yang tersedia. Unsur manajemen saat ini menjadi suatu unsur penting dalam penyelenggaraan organisasi, baik organisasi pada sektor swasta maupun dalam sektor publik seperti organisasi pemerintahan. Manajemen pada sektor publik yang diangkat dari manajemen sektor swasta tidak menjadikan orientasi tujuan dan pelaksanaan pada organisasi sektor publik menjadi sama dengan sektor swasta. Mahmudi (2010:38-40) mengungkapkan ada setidaknya tujuh karakteristik manajemen sektor publik yang membedakannya dengan sektor swasta:

1. Sektor publik tidak mendasarkan keputusan pada pilihan individual dalam pasar, akan tetapi pilihan kolektif dalam pemerintahan dimana tuntutan masyarakat yang sifatnya kolektif (massa) akan disampaikan melalui perwakilannya yang dalam hal ini adalah partai politik atau DPR.
2. Penggerak sektor publik adalah karena adanya kebutuhan sumber daya, seperti air bersih, listrik, kemandirian, kesehatan, pendidikan, transportasi, dan sebagainya yang menjadi alasan utama sektor publik untuk menyediakannya.
3. Dalam organisasi sektor publik, informasi harus diberikan kepada publik seluas mungkin untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas publik, yang artinya sektor publik sifatnya terbuka kepada masyarakat dibandingkan dengan sektor swasta.

4. Organisasi sektor publik berkepentingan untuk menciptakan adanya kesempatan yang sama bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan utama hidupnya, misalnya kebutuhan terhadap kesehatan, pendidikan, transportasi dan sarana-sarana umum lainnya.
5. Sektor publik dihadapkan pada permasalahan keadilan distribusi kesejahteraan sosial, sedangkan sektor swasta tidak dibebani tanggung jawab untuk melakukan keadilan seperti itu.
6. Dalam organisasi sektor publik, kekuasaan tertinggi adalah masyarakat. Dalam hal tertentu masyarakat adalah pelanggan, akan tetapi dalam keadaan tertentu juga masyarakat bukan menjadi pelanggan.
7. Dalam sektor swasta persaingan (kompetisi) merupakan instrument pasar, sedangkan dalam sektor publik tindakan kolektif menjadi instrument pemerintahan. Sangat sulit bagi pemerintah untuk memenuhi keinginan dan kepuasan tiap-tiap orang dan yang mungkin dilakukan adalah pemenuhan keinginan kolektif.

2. Fungsi-fungsi Manajemen

Fungsi manajemen adalah elemen-elemen dasar yang akan selalu ada dan melekat di dalam proses manajemen yang akan dijadikan acuan oleh manajer dalam melaksanakan kegiatan untuk mencapai tujuan. Menurut Goerge R. dalam Hasibuan (2009 : 38) menyebutkan empat fungsi manajemen, yaitu:

- a. *Planning* (perencanaan)
- b. *Organizing* (pengorganisasian)
- c. *Actuating* (pelaksanaan)

d. *Controlling* (pengawasan)

Planning, didalam setiap usaha diperlukan adanya perencanaan, mengingat setiap usaha yang dilakukan tanpa perencanaan tidak akan terarah kepada sasarannya, sehingga akan membawa akibat tujuan yang dikehendaki tidak dapat tercapai.

Organizing, merupakak proses penyusunan bagian-bagian yang terpisah menjadi suatu satuan yang harmonis, sehingga dapat digunakan untuk pelaksanaan kerja dalam mencapai tujuan yang dikehendaki. Dalam *organizing* harus berpedoman kepada *planning* agar supaya ada keselarasan antara orang yang mengerjakan dengan apa yang dikerjakan. Karena apabila *planning* telah selesai dibuat, diperlukannya adanya orang-orang yang melaksanakannya mengingat walaupun telah ada *planning*, tetapi apabila tidak ada orang yang melaksanakan, maka *planning* itu tidak ada artinya sama sekali.

Actuating, artinya mengarahkan orang agar mau bekerja dengan sendirinya atau penuh kesadaran secara bersama-sama untuk mencapai tujuan yang dikehendaki. Dalam penggerakan ini memerlukan kepemimpinan yaitu kemampuan untuk mempengaruhi orang lain agar mau bekerja dengan rasa tanggung jawab, sehingga pekerjaan berjalan dengan lancar dan tujuan dapat tercapai.

Controlling, walaupun *planning* telah dibuat dengan baik, *organizing* telah disusun dengan tepat, serta *actuating* telag dilakukan dengan sebaik-baiknya, tetapi *controlling* tidak berjalan dengan semestinya, maka usaha itu tidak akan berhasil. Oleh karena itu pengawasan sama pentingnya dengan fungsi manajemen lainnya.

Controlling merupakan tindakan yang dilakukan oleh manager untuk mengetahui apakah jalannya pekerjaan dan hasilnya sesuai dengan planning atau tidak.

C. Implementasi Program

1. Pengertian Implementasi

Implementasi menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia adalah sama dengan pelaksanaan. Implementasi menurut Hinggis (1985) dalam Pasolong (2008:57) adalah rangkuman dari berbagai kegiatan yang di dalamnya sumber daya manusia menggunakan sumber daya lain untuk mencapai sasaran strategi.

Dalam Kamus Webster dalam Wahab (1991:50), menjelaskan bahwa *to implement* (mengimplementasikan) berarti *to provide the means for carrying out* (menyediakan sarana untuk melaksanakan sesuatu); *to give practical effect to* (menimbulkan dampak/akibat terhadap sesuatu). Sehingga implementasi kebijaksanaan dapat diartikan sebagai suatu proses melaksanakan keputusan kebijaksanaan (dalam bentuk undang-undang, peraturan pemerintah, keputusan peradilan, perintah eksekutif, atau dekrit presiden (Wahab, 1991:50).

Kemudian, Van Meter dan Van Horn dalam Wahab (1991:51) mengatakan bahwa proses implementasi sebagai *“those actions by public or private individuals (or groups) that are directed at the achievement of objectives set forth in prior policy decisions.”* Selanjutnya, Wahab (1991:51) menyimpulkan bahwa proses implementasi kebijaksanaan itu sesungguhnya tidak hanya menyangkut perilaku badan-badan administratif yang bertanggung jawab untuk melaksanakan program dan menimbulkan ketaatan pada diri kelompok sasaran, melainkan pula menyangkut

jaringan kekuatan-kekuatan politik, ekonomi, dan sosial yang langsung atau tidak langsung dapat mempengaruhi perilaku dari semua pihak yang terlibat, dan yang pada akhirnya berpengaruh terhadap dampak – baik yang diharapkan (*intended*) maupun yang tidak diharapkan (*spillover/negative effects*).

Implementasi kebijakan dalam pelaksanaannya seringkali tidak berhasil karena pengaruh dari kondisi atau lingkungan eksternal. Seperti yang dikatakan oleh Wahab (1991:48) bahwa kebijakan dapat beresiko gagal karena disebabkan oleh: 1) pelaksanaannya jelek (*bad execution*), 2) kebijaksanaannya sendiri memang jelek (*bad policy*), atau 3) kebijaksanaan itu memang bernasib jelek (*bad luck*). Kemudian Wahab (1991:49) juga menjelaskan bahwa dalam implementasi program yang melibatkan banyak organisasi pemerintah dapat dilihat dari 3 (tiga) sudut pandang, yaitu: 1) pembuat kebijaksanaan (*the center*); 2) pejabat-pejabat pelaksana di lapangan (*the periphery*); dan 3) kelompok sasaran (*target group*).

Menurut Abdullah (1988:398) bahwa pengertian dan unsur-unsur pokok dalam proses implementasi sebagai berikut :

1. Proses implementasi program ialah rangkaian kegiatan tindak lanjut yang terdiri atas pengambilan keputusan, langkah-langkah yang strategis maupun operasional yang ditempuh guna mewujudkan suatu program atau kebijaksanaan menjadi kenyataan, guna mencapai sasaran yang ditetapkan semula.
2. Proses implementasi dalam kenyataanya yang sesungguhnya dapat berhasil, kurang berhasil ataupun gagal sama sekali ditinjau dari hasil yang dicapai

“outcomes” unsure yang pengaruhnya dapat bersifat mendukung atau menghambat sasaran program.

3. Dalam proses implementasi sekurang-kurangnya terdapat tiga unsur yang penting dan mutlak yaitu :

- a. Implementasi program atau kebijaksanaan tidak mungkin dilaksanakan dalam ruang hampa. Oleh karena itu faktor lingkungan (fisik, sosial budaya dan politik) akan mempengaruhi proses implementasi program-program pembangunan pada umumnya.
- b. Target grup yaitu kelompok yang menjadi sasaran dan diharapkan akan menerima manfaat program tersebut.
- c. Adanya program kebijaksanaan yang dilaksanakan.
- d. Unsur pelaksanaan atau implementer, baik organisasi atau perorangan yang bertanggung jawab dalam pengelolaan, pelaksanaan dan pengawaasan implementasi tersebut.

Donal P. Wareick dalam Abdullah (1988: 17) mengatakan bahwa dalam tahap implementasi program terapat dua faktor yang mempengaruhi keberhasilan yaitu faktor pendorong dan faktor penghambat.

a. Faktor Pendorong

Yang termasuk kondisi-kondisi atau faktor pedorong adalah:

1) Komitmen Pimpinan Politik

Dalam prakteknya komitmen dari pimpinan pemerintah sangat diperlukan karena pada hakikatnya tercakup dalam pimpinan politik yang berkuasa.

2) Kemampuan Organisasi

Dalam tahapan implementasi program pada hakikatnya dapat diartikan sebagai kemampuan untuk melaksanakan tugas-tugas yang seharusnya, seperti yang telah ditetapkan atau dibebankan pada salah satu unit organisasi. Kemampuan organisasi terdiri dari dua unsur pokok yaitu kemampuan teknis dan kemampuan dalam menjalin hubungan dengan organisasi lain.

3) Komitmen Para Pelaksana

Salah satu asumsi yang sering kali keliru adalah jika pimpinan telah siap untuk bergerak maka bawahan akan segera ikut untuk mengerjakan dan melaksanakan sebuah kebijaksanaan yang telah disetujui amat bervariasi dan dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor budaya, psikologis, dan birokratisme.

b. Faktor Penghambat

Yang termasuk faktor penghambat terdiri dari:

1) Banyaknya Pemain (Aktor) yang Terlibat

Makin banyak pihak yang terlibat dalam mempengaruhi pelaksanaan program, karena komunikasi akan semakin rumit dalam pengambilan keputusan karena rumitnya komunikasi, maka semakin besar kemungkinan terjadinya hambatan dalam proses pelaksanaan.

2) Terdapat Komitmen atau Loyalitas Ganda

Dalam banyak kasus, pihak-pihak yang terlibat dalam menentukan suatu program telah menyetujui suatu program, tetapi dalam pelaksanaannya masih mengalami penundaan karena adanya komitmen terhadap program lain.

3) Kerumitan pada Program itu Sendiri

Sering sebuah program mengalami kesulitan dalam pelaksanaannya karena sifat hakiki dari program itu sendiri. Hambatan yang melekat dapat berupa faktor teknis, faktor ekonomi, dan faktor pelaku pelaksanaan maupun masyarakat.

4) Jenjang Pengambilan Keputusan yang terlalu Banyak

Makin banyak jenjang dan tempat pengambilan keputusan yang persetujuannya diperlukan sebelum rencana program dilakukan berarti makin banyak dibutuhkan untuk persiapan pelaksanaan program.

2. Pengertian Program

Program dalam administrasi pembangunan berfungsi sebagai alat untuk memecahkan berbagai masalah yang ada di dalam pembangunan dan masyarakat.

Mengutip Kunarjo (2002 :86) pengertian program yaitu merupakan perangkat dari kegiatan-kegiatan atau praktek dari kegiatan yang diorganisasikan untuk tujuan pencapaian sasaran yang khusus. Program selain sebagai alat untuk memecahkan masalah (*problem solving*) dapat juga digunakan sebagai motivasi dan inovasi bagi masyarakat terhadap program yang ada. Kelangkaan sumber daya merupakan hal

yang tak terhindarkan dalam mencapai tujuan yang ada, maka diperlukan kemampuan bagi para pengelola pembangunan dalam menyusun skala prioritas sehingga alokasi dan distribusi sumberdaya dapat terlaksana dengan baik.

Program bukan hanya kegiatan tunggal yang dapat diselesaikan dalam waktu singkat, karena merupakan kegiatan yang berkesinambungan untuk melaksanakan suatu kebijakan. Oleh karena itu program dapat berlangsung dalam waktu yang lama . program adalah cara yang dipisahkan untuk mencapai tujuan. Dengan adanya program maka segala bentuk rencana akan lebih terorganisir dan lebih mudah untuk di operaasionalkan. Hal ini mudah dipahami karena program itu sendiri menjadi pedoman dalam rangka pelaksanaan program tersebut.

Program merupakan tahap-tahap dalam menyelesaikan rangkaian kegiatan yang berisi langkah-langkah yang akan dikerjakan untuk mencapai tujuan dan merupakan unsur pertama yang harus ada demi tercapainya kegiatan implementasi. Program akan menunjang implementasi, karena dalam program telah dimuat berbagai aspek menurut Kunarjo (2002) antara lain:

- a. Adanya tujuan yang ingin dicapai.
- b. Adanya kebijakan-kebijakan yang harus diambil dalam pencapaian tujuan.
- c. Adanya aturan yang dipegang dengan prosedur yang harus dilalui.
- d. Adanya perkiraan anggaran yang perlu atau dibutuhkan.
- e. Adanya strategi dalam pelaksanaan.

Unsur kedua yang harus dipenuhi dalam pelaksanaan program adalah adanya kelompok orang yang menguji sasaran program sehingga kelompok orang tersebut

merasa dilibatkan dan membawa hasil program yang dijalankan dan adanya perubahan dan peningkatan dalam kehidupannya. Dapat diambil kesimpulan dari pengertian program tersebut adalah suatu proses dimana adanya tujuan singkat tetapi berkelanjutan dalam suatu kegiatan yang lama dan berkesinambungan. Dan dapat dikatakan juga suatu proses dengan tujuan-tujuan yang dicapai, adanya undang-undang yang harus ditaati dan memberikan manfaat kepada terhadap orang-orang sekitar (*stakeholder*).

Menurut Abdullah (1988) dalam proses pelaksanaan suatu program sekurang-kurangnya ada tiga unsur yang penting dan mutlak ada, antara lain yaitu:

- a. Adanya program (Kebijaksanaan) yang dilaksanakan jadi ada tujuan yang ingin dicapai dari program tersebut sehingga program tersebut berhasil.
- b. *Target group*, yaitu kelompok masyarakat yang menjadi sasaran dan diharapkan akan menerima manfaat dari program tersebut dalam bentuk perubahan dan peningkatan dari pelaksanaan program yang telah dibuat tersebut diharuskan memberikan hasil positif bagi sekelompok masyarakat yang telah menjadi target.
- c. Unsur pelaksana (Implementasi) baik organisasi maupun perorangan yang bertanggungjawab dalam pengelolaan, pelaksanaan dan pengawasan dari proses implementasi tersebut.

3. Implementasi Program

Program merupakan unsur pertama yang harus ada demi terciptanya kegiatan implementasi. Unsur kedua yang harus dipenuhi dalam proses implementasi program yaitu adanya kelompok masyarakat yang menjadi sasaran program, sehingga masyarakat dilibatkan dan membawa hasil dari program yang dijalankan dan adanya perubahan dan peningkatan dalam kehidupannya. Tanpa memberikan manfaat kepada masyarakat maka dikatakan program tersebut telah gagal dilaksanakan. Berhasil atau tidaknya suatu program diimplementasikan tergantung dari unsur pelaksanaannya (eksekutif). Unsur pelaksanaan ini merupakan unsur ketiga. Pelaksanaan penting artinya karena pelaksanaan baik itu organisasi ataupun perorangan bertanggungjawab dalam pengelolaan maupun pengawasan dalam proses implementasi. Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa implementasi program adalah tindakan yang dilaksanakan oleh pejabat atau individu terhadap suatu objek atau sasaran yang diarahkan untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya, melalui adanya organisasi, interpretasi dan penerapan.

Guna mencapai tujuan implementasi program secara efektif, pemerintah harus melakukan aksi atau tindakan yang berupa penghimpunan sumber dana dan pengelolaan sumber daya alam dan manusia. Hasil yang diperoleh dari aksi pertama dapat disebut input kebijakan, sementara aksi yang kedua disebut sebagai proses implementasi program kebijakan (Wibawa, 1994: 4). Untuk mengoperasionalkan implementasi program agar terciptanya suatu tujuan serta terpenuhinya misi program diperlukan kemampuan yang tinggi pada organisasi pelaksanaannya.

Pelaksanaan program bertujuan untuk mencari solusi terhadap permasalahan khusus yang berkembang di masyarakat. Untuk mengetahui berhasil atau tidaknya pelaksanaan suatu program dilakukan dengan cara pengumpulan dan menganalisis data yang langsung dalam *survey*, melalui observasi dan wawancara. Dalam pelaksanaan program membutuhkan biaya yang tidak sedikit, oleh karena itu dari awal diperlukan pemikiran yang matang sebelum memutuskan bahwa program tersebut dapat dilaksanakan. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pelaksanaan program menurut Kunarjo (2002) antara lain:

- a. Menentukan tujuan dan program yang akan dilaksanakan.
- b. Menentukan waktu yang tepat untuk memulai pelaksanaan program.
- c. Menentukan anggaran dan sumber dana.
- d. Menentukan prosedur pelaksanaan.

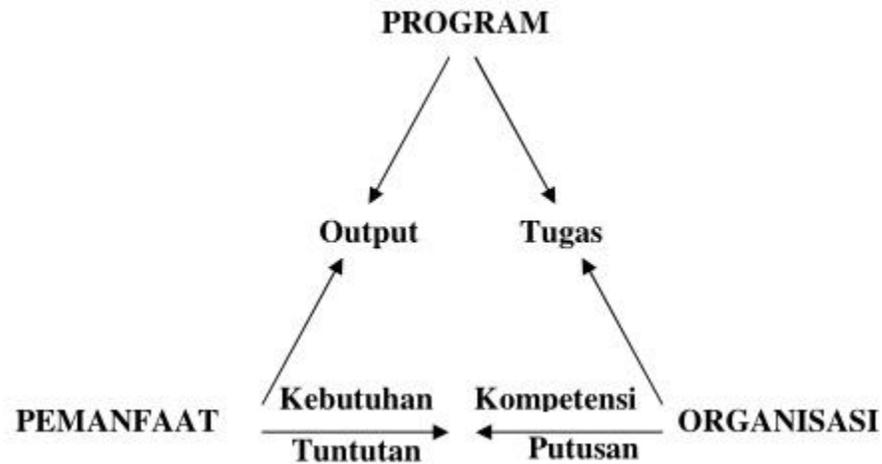
Pelaksanaan program harus diselenggarakan secara menyeluruh mulai dari perencanaan, pelaksanaan, sampai dengan evaluasi yang melibatkan bermacam-macam unsur dan komponen pendukung pelaksanaan program. Dalam pelaksanaan proyek harus ada badan yang mempunyai wewenang mewakili pemilik dalam pelaksanaan program dari awal hingga akhir. Pelaksanaan program harus melalui proses pengendalian waktu, mutu, biaya yang terarah serta melakukan koordinasi dengan berbagai pihak yang terlibat dari pelaksanaan program.

Kegagalan pelaksanaan program disebabkan perencanaan aktifitas dan pengendalian yang kurang efektif, sehingga aktifitas proyek menjadi tidak efisien. Kegagalan pelaksanaan program secara tidak langsung juga dipengaruhi oleh

kurangnya koordinasi pada tahap pelaksanaan program. Hal ini juga akan membawa dampak keterlambatan waktu penyelesaian aktivitas pelaksanaan program. Keterlambatan penyelesaian pelaksanaan program sendiri adalah kondisi yang tidak diinginkan, karena dapat merugikan pelaksana program.

Kunarjo (2002:229) menjelaskan tentang pelaksanaan program, untuk menghasilkan pelaksanaan program dan proyek yang baik, maka program dan proyek harus dipersiapkan lebih matang sebelum dilaksanakan. Tahapan pelaksanaan yang dimaksud adalah mengatur pelaksanaan program agar dalam pelaksanaan program terhindar dari penyimpangan sekecil apapun. Pelaksanaan program perlu dilakukan *planning* (penetapan apa yang harus dilakukan) dan *controlling* (tindakan memastikan bahwa pelaksanaan program sesuai dengan tujuan). Pelaksanaan program memerlukan adanya tanggungjawab, karena fungsi dari pelaksanaan program adalah untuk menentukan dan memilih langkah-langkah kegiatan yang akan datang untuk mencapai tujuan.

Salah satu model implementasi program yakni model yang diungkapkan oleh David C. Korten. Model ini memakai pendekatan proses pembelajaran dan lebih dikenal dengan model kesesuaian implementasi program. Model kesesuaian Korten digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1: Model Kesesuaian Implementasi Program

Sumber: David Korten dalam Haedar Akib dan Antonius Tarigan (2000: 12)

Korten menggambarkan model ini berintikan tiga elemen yang ada dalam pelaksanaan program yaitu program itu sendiri, pelaksanaan program, dan kelompok sasaran program. Korten dalam Tarigan (2000: 12) menyatakan bahwa suatu program akan berhasil dilaksanakan jika terdapat kesesuaian dari tiga unsur implementasi program.

1. Program

Kesesuaian antara program dengan pemanfaat, yaitu kesesuaian antara apa yang ditawarkan oleh program dengan apa yang dibutuhkan oleh kelompok sasaran (pemanfaat).

2. Organisasi

Kesesuaian antara program dengan organisasi pelaksana, yaitu kesesuaian antara tugas yang disyaratkan oleh program dengan kemampuan organisasi pelaksana.

3. Pemanfaat

Kesesuaian antara kelompok pemanfaat dengan organisasi pelaksana, yaitu kesesuaian antara syarat yang diputuskan organisasi untuk dapat memperoleh *output* program dengan apa yang dapat dilakukan oleh kelompok sasaran program.

Berdasarkan pola yang dikembangkan Korten, dapat dipahami bahwa kinerja program tidak akan berhasil sesuai dengan apa yang diharapkan kalau tidak terdapat kesesuaian antara tiga unsur implementasi program. Hal ini disebabkan apabila *output* program tidak sesuai dengan kebutuhan kelompok sasaran, jelas *output* tidak dapat dimanfaatkan. Jika organisasi pelaksana program tidak memiliki kemampuan melaksanakan tugas yang disyaratkan oleh program, maka organisasinya tidak dapat menyampaikan *output* program dengan tepat. Atau, jika syarat yang ditetapkan organisasi pelaksana program tidak dapat dipenuhi oleh kelompok sasaran, maka kelompok sasaran tidak mendapatkan *output* program. Oleh karena itu, kesesuaian antara tiga unsur implementasi kebijakan mutlak diperlukan agar program berjalan sesuai dengan rencana yang telah dibuat. Meskipun demikian, elemen (program, pemanfaat dan organisasi) yang disesuaikan satu sama lain juga sudah termasuk baik dalam dimensi isi kebijakan (program) dan dimensi konteks implementasi (organisasi) maupun dalam *outcomes* (pemanfaat).

D. Pasar

1. Pengertian Pasar

Menurut Peraturan Presiden No. 112 Tahun 2007, pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plasa, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Pasar merupakan tempat dimana orang-orang yang mempunyai keinginan untuk mendapat kepuasan, uang untuk belanja, dan kemauan untuk membelanjakannya. Pengkategorian pasar tradisional dan pasar modern sebenarnya baru muncul belakangan ini ketika mulai bermunculnya pasar swalayan, supermarket, hypermarket dan sebagainya.

Menurut beberapa definisi pasar di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pasar dalam arti sempit adalah tempat permintaan dan penawaran bertemu, dalam hal ini lebih condong ke arah pasar tradisional. Lain dari itu dalam arti luas adalah proses transaksi antara permintaan dan penawaran, dalam hal ini lebih condong ke arah pasar modern.

Secara umum pasar merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli. Di pasar antara penjual dan pembeli akan melakukan transaksi. Transaksi menurut Skousen dan Stice (2004: 71) adalah pertukaran barang dan jasa antara (baik individu, perusahaan-perusahaan dan organisasi lain) kejadian lain yang mempunyai pengaruh ekonomi atas bisnis. Syarat terjadinya transaksi adalah ada barang yang diperjualbelikan, ada pedagang, ada pembeli, ada kesepakatan harga barang, dan tidak ada paksaan dari pihak manapun.

2. Peran dan Fungsi Pasar

Pasar memiliki lima fungsi utama. Dalam Pedoman Umum Manajemen Pasar Profesionalisasi Manajemen Aset Pasar dan Terminal, fungsi-fungsi tersebut sebagai berikut:

- a. Pasar menetapkan nilai (*sets value*). Dalam ekonomi pasar, harga merupakan ukuran nilai. Fungsi ini memecahkan masalah penentuan apa yang harus dihasilkan dari suatu perekonomian. Barang yang relatif lebih tinggi dibandingkan barang yang tidak diinginkan masyarakat. Produsen akan mendapatkan keuntungan yang banyak apa bila menghasilkan barang yang lebih diinginkan masyarakat.
- b. Pasar mengkoordinasi produksi. Dengan adanya harga-harga faktor produksi di pasar, maka akan mendorong produsen untuk memiliki metode produksi yang efisien. Apabila salah satu faktor produksi mengalami kenaikan harga, maka produsen akan mencari faktor produksi pengganti. Fungsi pasar ini menunjukkan bagaimana pasar menghasilkan barang.
- c. Mendistribusikan barang. Kemampuan seseorang untuk membeli suatu barang tergantung kepada tingkat pendapatannya. Pendapatan seseorang tergantung dari jumlah faktor produksi yang dimiliki juga tergantung pada harga dari faktor produksi tersebut. Fungsi ini menjelaskan untuk siapa barang tersebut dihasilkan.
- d. Pasar berfungsi sebagai penyelenggara penjatahan. Dalam jangka waktu tertentu jumlah produksi menjadi terbatas, sehingga untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan barang dilakukan penjatahan. Apabila terdapat barang dengan jumlah yang relatif sedikit maka tingkat harga akan relatif tinggi dan pada akhirnya akan membatasi tingkat konsumsi.

- e. Pasar mempertahankan dan mempersiapkan keperluan masa yang akan datang. Tabungan dan investasi semuanya terjadi di pasar dan keduanya merupakan usaha untuk mempertahankan dan mencapai kemajuan perekonomian.

Sejalan dengan ide dasarnya, peran dan fungsi pasar adalah sebagai lokus transaksi untuk mengurangi ketidaksetaraan informasi, menekan biaya transaksi, dan meningkatkan kepercayaan. Pasar melalui mekanisme harga diharapkan dapat menjadi salah satu cara untuk memecahkan masalah pokok ekonomi yaitu produksi, konsumsi, dan distribusi.

3. Jenis-jenis Pasar

Menurut cara transaksinya, jenis pasar dibedakan menjadi 2, yaitu pasar tradisional dan pasar modern.

1. Pasar Tradisional

Menurut Peraturan Presiden RI No. 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, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil, dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar. Lebih lanjut menurut Perpres tersebut, pasar tradisional boleh berlokasi pada setiap sistem jaringan jalan, termasuk sistem jaringan jalan lokal atau jalan lingkungan pada kawasan pelayanan bagian kota/kabupaten atau lokal atau lingkungan (perumahan) di dalam kota/kabupaten.

Pasar tradisional adalah pasar yang dikelola dengan manajemen yang lebih tradisional dan simpel daripada pasar modern, umumnya pasar tradisional tersebut terdapat di pinggiran perkotaan/jalan atau lingkungan perumahan. Sinaga (2004) dalam makalahnya yang disampaikan pada saat Bahan Pertemuan Nasional Tentang Pengembangan Pasar Tradisional, menyatakan bahwa pasar tradisional di antaranya yaitu warung rumah tangga, warung kios, pedagang kaki lima dan sebagainya. Barang yang dijual di sini hampir sama seperti barang-barang yang dijual di pasar modern dengan variasi jenis yang beragam.

Hal tersebut diatas juga di dukung oleh website (<http://id.wikipedia.org>), yang menyatakan bahwa pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi antara penjual dan pembeli secara langsung di dalam sebuah bangunan yang biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun pengelola pasar. Kebanyakan barang-barang atau produk yang dijual berupa kebutuhan sehari-hari seperti baha makan berupa daging, sayuran, buah kain, pakaian, jasa dan lain-lain.

Pasar tradisional saat ini cenderung menjual barang-barang lokal saja dan jarang ditemui barang impor. Barang yang dijual dalam pasar tradisional cenderung sama dengan pasar modern, maka barang yang dijual pun mempunyai kualitas yang relatif sama terjaminnya dengan barang-barang di pasar modern. Secara kuantitas, pasar tradisional umumnya mempunyai persediaan barang yang jumlahnya sedikit sesuai dengan modal yang dimiliki pemilik atau permintaan dari konsumen. Dari segi harga, pasar tradisional tidak memiliki label harga yang pasti karena harga disesuaikan dengan besarnya keuntungan yang diinginkan oleh setiap pemilik usaha

sendiri-sendiri. Selain itu, harga pasar selalu berubah-ubah, sehingga bila menggunakan label harga lebih repot karena harus mengganti-ganti label harga sesuai dengan perubahan harga yang ada di pasar

2. Pasar Modern

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). Barang yang dijual di pasar modern memiliki variasi jenis yang beragam. Selain menyediakan barang-barang lokal, pasar modern juga menyediakan barang impor. Barang yang dijual mempunyai kualitas yang relatif lebih terjamin karena melalui penyeleksian terlebih dahulu secara ketat sehingga barang yang rijk/tidak memenuhi persyaratan klasifikasi akan ditolak. Secara kuantitas, pasar modern umumnya mempunyai persediaan barang di gudang yang terukur. Dari segi harga, pasar modern memiliki label harga yang pasti (tercantum harga sebelum dan setelah dikenakan pajak).

E. Revitalisasi Pasar Tradisional

Revitalisasi pasar adalah upaya untuk memvitalkan kembali suatu kawasan yang yang dulunya pernah vital akan tetapi mengalami kemunduran karena suatu hal. Proses revitalisasi suatu kawasan mencakup perbaikan aspek fisik, aspek ekonomi, dan aspek soial. Istilah revitalisasi berarti suatu upaya untuk menciptakan eksistensi yang baru bagi keadaan sekarang yang ada. Gerakan revitalisasi secara khusus terjadi dalam kondisi-kondisi ketergantungan atau krisis sosial yang ekstrim, dalam masa

perubahan sosial yang tepat ketika orang-orang terbangun dan mengalami disorientasi dari pola-pola kehidupan tradisional mereka (Sanderson,1993:532)

Revitalisasi sendiri bukan sesuatu yang hanya berorientasi pada penyelesaian keindahan fisik saja, tetapi juga harus dilengkapai dengan peningkatan ekonomi masyarakat serta pengenalan budaya yang ada. Untuk melaksanakan revitalisasi perlu adanya partisipasi masyarakat. Partisipasi yang dimaksud bukan hanya sekedar ikut serta untuk mendukung aspek formalitas tetapi bisa ikut andil didalamnya.

Persamaan fungsi yang dimiliki oleh pusat perbelanjaan modern dan pasar tradisional menimbulkan persaingan antara keduanya dan juga menimbulkan modernisasi dari pasar tradisional ke pusat perbelanjaan modern. Preferensi prioritas faktor internal, faktor eksternal, faktor bertahan, dan daya tarik pusat perbelanjaan modern menyebabkan pasar tradisional mengalami kondisi bertahan, kehancuran, maupun modernisasi. Ketiganya ini dapat menyebabkan sebuah pasar tradisional dapat tetap mempertahankan konsep dan fisik bangunannya sebagai pasar, modernisasi dari pasar tradisional ke pusat perbelanjaan modern, dan menyebabkan suatu pasar tradisional ke arah kehancuran (Andreas Y.C. dan Marinus W., 2006).

Revitalisasi pasar tradisional yang dilakukan oleh pemerintah tidak hanya memerhatikan kondisi pasar, volume perdagangan dalam pasar, ketersediaan lahan yang digunakan untuk perbaikan pasar, dan desain rencana perbaikan pasar, selain itu perlu membatasi pertumbuhan pasar modern merupakan hal pertama yang harus diperhatikan. Revitalisasi pasar tradisional tanpa membatasi pertumbuhan pasar

modern tidak ada akan berpengaruh signifikan apabila program revitalisasi yang dikeluarkan pemerintah hanya dalam bentuk berupa perbaikan fisik tanpa memperbaiki regulasi. Revitalisasi dapat dilaksanakan apabila semua pihak yang terkait saling mendukung, baik pihak pemerintah, pedagang hingga pembeli. Aspek fisik, aspek ekonomi serta aspek sosial menjadi perhatian yang utama dalam melaksanakan revitalisasi. Kenyamanan dalam aktivitas ekonomi merupakan target yang ingin dicapai, sehingga diharapkan akan memberi keuntungan bagi semua pihak yang terlibat. Tujuan akhir yang ingin dicapai dengan adanya revitalisasi adalah mencapai kesejahteraan untuk seluruh masyarakat. Masyarakat harus menyadari bahwa berbelanja di pasar tradisional tidak lagi dianggap ketinggalan zaman. Berbelanja di pasar tradisional merupakan salah satu bentuk penghargaan terhadap produk diri sendiri serta menguji kemampuan berkomunikasi. Keberadaan pasar tradisional sudah saatnya dilestarikan untuk menunjang pembangunan perekonomian dari masing-masing daerah.

F. Ekonomi Kreatif

1. Pengertian Ekonomi Kreatif

Negara-negara maju mulai menyadari bahwa saat ini mereka tidak bisa hanya mengandalkan bidang industri sebagai sumber ekonomi di negaranya tetapi mereka harus lebih mengandalkan Sumber Daya Manusia yang kreatif karena kreativitas manusia itu berasal dari daya pikirnya yang menjadi modal dasar untuk menciptakan inovasi dalam menghadapi daya saing atau kompetisi pasar yang semakin besar. Sehingga pada tahun 1990-an dimulailah era ekonomi baru yang

mengutamakan informasi dan kreativitas dan populer dengan sebutan Ekonomi Kreatif yang digerakkan oleh sektor industri yang disebut Industri Kreatif.

Ekonomi kreatif adalah pemanfaatan cadangan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tak terbatas, yaitu ide, gagasan, bakat atau talenta dan kreativitas. Nilai ekonomi dari suatu produk atau jasa di era kreatif tidak lagi ditentukan oleh bahan baku atau sistem produksi seperti pada era industri, tetapi lebih kepada pemanfaatan kreativitas dan penciptaan inovasi melalui perkembangan teknologi yang semakin maju. Industri tidak dapat lagi bersaing di pasar global dengan hanya mengandalkan harga atau kualitas produk saja, tetapi harus bersaing berbasiskan inovasi, kreativitas dan imajinasi. Menurut Departemen Perdagangan, (2007) ada beberapa arah dari pengembangan industri kreatif ini, seperti pengembangan yang lebih menitikberatkan pada industri berbasis: (1) lapangan usaha kreatif dan budaya (*creative cultural industry*); (2) lapangan usaha kreatif (*creative industry*), atau (3) Hak Kekayaan Intelektual seperti hak cipta (*copyright industry*). Ekonomi kreatif terbukti berpengaruh positif dalam membangun negara-negara di seluruh benua untuk menggali dan mengembangkan potensi kreativitas yang dimilikinya. Ekonomi kreatif dapat dipandang sebagai penggerak pertumbuhan dan pembangunan ekonomi suatu bangsa (Suryana 2013:36). Negara-negara membangun potensi ekonomi kreatif dengan caranya masing-masing sesuai dengan kemampuan yang dimiliki negara tersebut. Indonesia juga menyadari bahwa industri kreatif merupakan sumber ekonomi baru yang wajib dikembangkan lebih lanjut di dalam perekonomian nasional. Departemen Perdagangan mendaftarkan

14 sektor yang masuk kategori industri kreatif yaitu jasa periklanan, arsitektur, pasar barang seni, kerajinan, desain, fesyen, film, video & fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan & percetakan, layanan komputer & piranti lunak, televisi & radio serta riset & pengembangan.

Ekonomi kreatif merupakan suatu bentuk kehidupan ekonomi yang dimotori oleh berbagai ide kreatif dan diwujudkan dalam bentuk barang atau jasa yang memiliki nilai tambah dalam ekonomi. Ekonomi kreatif sarat akan inovasi dan padat akan idea tau gagasan dimana menguatamakan aspek kreativitas dan rasio manusia dalam menjalankan aktivitas ekonomi. Perekonomian ini bermuara pada penghasilan produk-produk kreatif yang menghasilkan nilai ekonomi sekaligus nilai sosial, sebagai hasil dari penciptaan nilai bersama dan kreatif dalam rantai nilai inovasi. Inovasi-inovasi tersebut merupakan generator dari nafas perekonomian ini. Sejalan dengan hal tersebut, Menurut Howkins (2001:9) dalam bukunya *The Creative Economy : How People Makes Money From Ideas* menyatakan, bahwa kreativitas muncul apabila seseorang berkata, mengerjakan, dan membuat sesuatu yang baru, baik dalam pengertian menciptakan sesuatu dari yang tadinya tidak ada maupun dalam pengertian memberikan karakter baru pada sesuatu.

2. Peran Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif berperan penting dalam perekonomian nasional maupun lobal karena memberikan kontribusi terhadap aspek kehidupan baik secara ekonomi maupun nonekonomi. Secara ekonomi, industri kreatif berperan dalam menciptakan iklim bisnis, pencapaian lapangan kerja, menumbuhkan inovasi dan kreativitas,

pencipta sumber daya yang terbarukan, dan berkontribusi positif terhadap pendapatan nasional bruto (Gross National Product-GNP).

Berdasarkan laporan ekonomi kreatif (2008: 2), dari Departemen Perdagangan RI, kontribusi ekonomi kreatif dapat dilihat dari beberapa indikator baik secara ekonomi maupun non ekonomi sebagai berikut:

1. Dampak Terhadap Aspek Sosial, selain berkontribusi terhadap perekonomian, industri kreatif berkontribusi terhadap sosial ekonomi lainnya. Misalnya, terhadap peningkatan kualitas hidup, peningkatan toleransi sosial, bahkan peningkatan citra dan identitas bangsa.
2. Dampak Terhadap Pelestarian Budaya, peran penting nonekonomi dari industri kreatif adalah berperan dalam membangun budaya, warisan budaya, dan nilai-nilai lokal. Industri kreatif yang berbasis budaya menciptakan landasan karakter budaya lokal yang kuat. Industri kreatif mampu memperjuangkan hak kekayaan intelektual (HAKI) bagi warisan budaya, dan kearifan budaya. Jamu-jamuan, makanan tradisional, obat-obatan tradisional, seni tradisional, dan pakaian tradisional adalah warisan budaya yang dapat dilindungi HAKI-nya. Di bidang teknologi sangat beragam, seperti irigasi subak, sistem pelestarian hutan suku pedalaman dan warisan budaya kerajinan lainnya, semua warisan budaya tersebut memiliki potensi pasar dan merupakan produk industri kreatif bangsa.
3. Tingkat Pendidikan, tentunya tingkat pendidikan sangat diperlukan dalam daya saing, untuk melakukan suatu inovasi tentunya digunakan pemikiran yang sangat kreatif sehingga dapat memunculkan ide-ide yang cemerlang sehingga dapat bersaing dengan yang lainnya. Partisipasi masyarakat dalam mengenyam

pendidikan SD tercatat sebesar 94,7%, SMP sebesar 66,5%, serta melek huruf sebesar 99,4%.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian yang dimaksud adalah untuk mengumpulkan informasi status atau gejala yang ada yaitu keadaan menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan. Suatu penelitian harus menggunakan metode penelitian yang sesuai dengan pokok-pokok perumusan masalah yang akan diteliti agar dapat memperoleh data yang relevan dengan permasalahan yang ada. Penggolongan jenis penelitian akan sangat bergantung dari sudut mana suatu penelitian itu akan ditinjau. Berdasarkan fokus dan tujuan penelitian maka dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

Menurut Sugiyono (2012:13) penelitian deskriptif yaitu, penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain. Sedangkan Bogdan dan Taylor dalam Moleong (2007:4) mendefinisikan metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Dengan kata lain pendekatan kualitatif yang dilakukan merupakan sebuah instrumen yang digunakan untuk menggambarkan kejadian baik secara tertulis maupun lisan

dari orang-orang dan perilaku yang diamati pada saat penelitian dilakukan untuk kemudian dianalisis dan diinterpretasikan. Dengan demikian peneliti berupaya untuk mendeskripsikan, menguraikan permasalahan serta kemudian mengambil kesimpulan dari permasalahan terkait implementasi program revitalisasi pasar tradisional berbasis ekonomi kreatif pada Pasar Pucangsawit di Kota Surakarta.

B. Fokus Penelitian

Menurut Bungin (2003:41), fokus penelitian mengandung penjelasan mengenai dimensi-dimensi apa yang menjadi pusat perhatian serta kelak dibahas secara mendalam dan tuntas. Fokus penelitian di maksudkan untuk membatasi penelitian guna memilih mana data yang relevan dan yang tidak relevan, agar tidak di masukkan ke dalam sejumlah data yang sedang di kumpulkan, walaupun data itu menarik (Moloeng, 2000). Adapun yang menjadi fokus penelitian dalam tulisan ini antara lain:

1. Pelaksanaan Program Revitalisasi Pasar Tradisional Berbasis Ekonomi Kreatif pada Pasar Pucangsawit
 - a. Program Revitalisasi Pasar Tradisional Berbasis Ekonomi Kreatif pada Pasar Pucangsawit
 - b. Organisasi Pelaksana Program Revitalisasi Pasar Tradisional Berbasis Ekonomi Kreatif pada Pasar Pucangsawit
 - c. Kelompok Sasaran/Pemanfaat Program Revitalisasi Pasar Tradisional Berbasis Ekonomi Kreatif pada Pasar Pucangsawit

2. Faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi Dinas Pengelola Pasar Kota Surakarta (DPP) dalam pelaksanaan program revitalisasi pasar tradisional berbasis ekonomi kreatif pada Pasar Pucangsawit.
 - a. Faktor Pendukung
 - b. Faktor Penghambat

C. Lokasi dan Situs Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian dilakukan. Dalam penelitian ini, peneliti akan mengambil lokasi di Kota Surakarta, yang difokuskan pada Pasar Pucangsawit Kota Surakarta. Peneliti memilih lokasi penelitian dikarenakan Pasar Pucangsawit merupakan pasar hasil revitalisasi berbasis ekonomi kreatif pertama di Kota Surakarta. Selain itu faktor keunikan seperti adanya *creative space* bagi anak muda dan banyaknya inovasi dagangan yang ditawarkan pada pasar ini menjadikan alasan peneliti untuk memilih lokasi tersebut. Pemilihan lokasi ini juga mempertimbangkan ketersediaan data yang dapat memberikan kemudahan peneliti dalam menggali, memproses, dan mengungkapkan data lapangan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya dari objek yang akan diteliti.

Sedangkan yang dimaksud dengan situs penelitian adalah tempat untuk memperoleh data dan informasi yang digunakan untuk menjawab permasalahan sesuai dengan fokus penelitian yang diteliti. Sehingga peneliti memilih situs penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah Dinas Pengelola Pasar Kota Surakarta dan Pasar Pucangsawit, Kecamatan Jebres, Surakarta.

D. Sumber Data

Dalam proses pengumpulan data di lapangan, peneliti berusaha memperoleh data yang sebenarnya dari narasumber yang tepat dan dapat menjadi pegangan akan keakuratan dan hasil penelitian. Sumber data penelitian dapat dibedakan menjadi dua jenis, menurut Sugiyono (2009: 225) sumber data dapat diklarifikasi sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan informasi data kepada pengumpul data. Dengan demikian, sumber data dalam penelitian ini adalah informan, yaitu orang-orang yang diamati dan memberikan data berupa kata-kata atau tindakan yang berkaitan serta mengetahui dan mengerti masalah yang sedang diteliti. Data ini didapat dari hasil wawancara peneliti dengan pihak-pihak terkait seperti Dinas Pengelola Pasar Kota Surakarta (DPP), Komunitas Solo Muda Berkarya, serta masyarakat Pasar Pucangsawit itu sendiri.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu sumber data yang tidak secara langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam hal ini, data sekunder berupa data yang sudah diolah dalam bentuk naskah tertulis atau dokumen dan arsip di lapangan yang relevan dengan masalah dan fokus sehingga dapat digunakan sebagai pendukung dalam

penelitian, yang berhubungan dengan implementasi program revitalisasi pasar tradisional berbasis ekonomi kreatif pada Pasar Pucangsawit di Kota Surakarta.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara peneliti untuk mendapatkan dan mengumpulkan berbagai informasi serta data yang sesuai untuk mendukung teori dalam ruang lingkup penelitian dan dapat digunakan dalam pembahasan masalah penelitian dan pengolahan data. Didukung Sugiyono (2009:225) bahwa tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Maka dari itu, untuk memperoleh data yang valid dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi

Menurut Sutrisno Hadi dalam Prastowo (2010:27) mengartikan observasi adalah sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap suatu gejala yang tampak pada objek penelitian. Dalam penelitian, observasi dikenal sebagai salah satu teknik pengumpulan data yang tidak hanya mengukur sikap dari responden (wawancara dan angket) namun juga dapat digunakan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi (situasi, kondisi). Teknik ini digunakan bila penelitian ditujukan untuk mempelajari perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala lingkungan dan umumnya dilakukan pada responden yang tidak terlalu besar.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik *Participant Observation* artinya, bahwa peneliti secara langsung terlibat dalam proses pengamatan secara langsung terhadap objek yang diamati sebagai sumber data. Alasan penulis menggunakan jenis teknik observasi ini karena, penulis merasa perlu melibatkan diri secara langsung atas pengamatan kepada objek penelitian, sehingga validitas data akan lebih dapat dipertanggungjawabkan. Dalam observasi penelitian ini, alat yang digunakan ini antara lain : lembar cek list, buku catatan, kamera foto, alat perekam.

2. Wawancara

Wawancara merupakan proses terjadinya interaksi dan tanya jawab antara narasumber dan penulis. Dalam hal ini, penulis dapat menyajikan pertanyaan baik yang terstruktur ataupun secara tidak terstruktur. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan (Sugiyono, 2009: 233)

Pada dasarnya teknik wawancara dilakukan dalam upaya pengumpulan data dan merupakan salah satu cara memahami persepsi dari informan. Metode wawancara ini dilakukan kepada Dinas Pengelola Pasar Kota Surakarta (DPP), Komunitas Solo Muda Berkarya, serta masyarakat Pasar Pucangsawit secara langsung untuk memperoleh informasi yang sesuai dengan kebutuhan penelitian.

3. Dokumentasi

Menurut Hamidi (2004: 72), Metode dokumentasi adalah informasi yang berasal dari catatan penting baik dari lembaga atau organisasi maupun dari

perorangan. Dokumentasi penelitian ini merupakan pengambilan gambar oleh peneliti untuk memperkuat hasil penelitian. Dengan kata lain dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan menggunakan data dari sejumlah arsip atau dokumen resmi yang ada pada lokasi penelitian yang dianggap penting dan mempunyai relevansi dengan masalah yang diteliti, sehingga dapat mempermudah penulis dalam memetakan fokus dalam penelitian ini.

F. Instrumen Penelitian

Instumen penelitian yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini, meliputi:

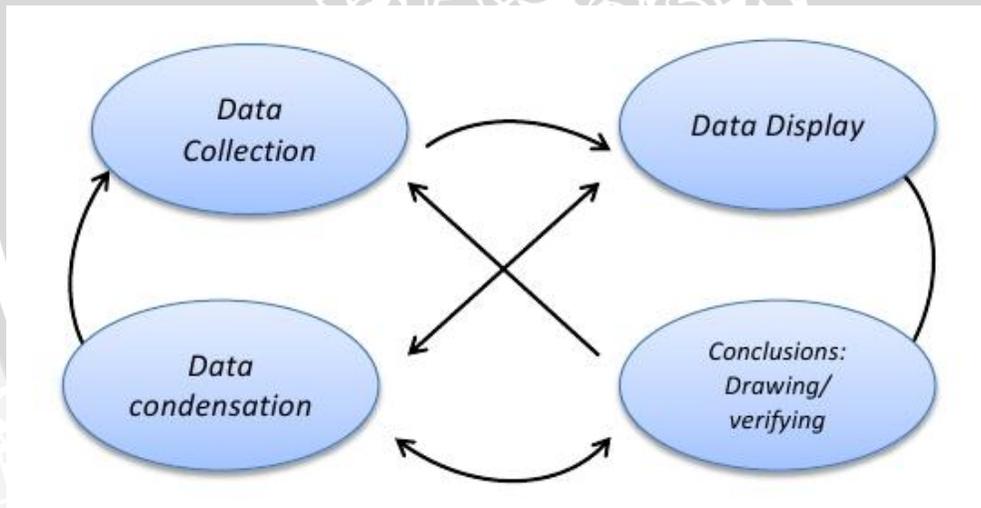
1. Catatan lapangan, merupakan pendokumentasian secara tertulis oleh peneliti dalam menjelaskan dan menerjemahkan peristiwa yang terjadi dalam ruang lingkup penelitian.
2. Pedoman wawancara, yaitu beberapa daftar pertanyaan yang diajukan kepada informan. Hal ini dilakukan dengan tujuan mengarahkan peneliti dalam mengumpulkan data terutama dalam wawancara.
3. Perangkat penunjang yang digunakan berupa alat bantu *tape recorder*, kamera, buku pedoman dan material lainnya. Guna menangkap momen penting serta memberikan penjelasan tambahan mengenai masalah yang diteliti.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu proses untuk mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, katagori, dan satuan uraian dasar.

Menurut Moleong (2004: 280-281), Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan tempat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data interaktif oleh Miles, Huberman, dan Saldana. Aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara terus-menerus sampai tuntas, sehingga datanya jenuh. Dalam model interaktif, tiga jenis kegiatan analisis seperti kondensasi data, penyajian data, dan verifikasi merupakan proses siklus dan interaktif. Sehingga membuat penulis harus bergerak aktif untuk mendapatkan data dan penarikan kesimpulan selama penelitian.



Gambar 1: Model Analisis Data Interaktif
 Sumber : Miles, Huberman dan Saldana (2014:10)

1. *Data Collection*

Pengumpulan data, yaitu mengumpulkan data di lokasi penelitian dengan melakukan observasi, wawancara, serta dokumentasi dengan menentukan strategi pengumpulan data yang dipandang tepat dalam menentukan fokus serta pendalaman data pada proses pengumpulan data berikutnya.

2. *Data Condensation*

Data kondensasi mengacu pada proses pemilihan, fokus, menyederhanakan, dan mengubah data yang muncul dalam sumber di lapangan, pedoman wawancara, dokumentasi, dan bahan empiris lainnya. Sehingga dengan kondensasi, kita mendapatkan data yang lebih akurat.

3. *Data Display*

Penyajian data merupakan proses pengumpulan informasi yang disusun berdasarkan kategori yang diperlukan pengambilan kesimpulan dan tindakan selanjutnya yang akan dilakukan dalam penelitian.

4. *Drawing and Verifying Conclusions*

Penarikan kesimpulan merupakan proses perumusan makna dari hasil penelitian yang diungkapkan dengan kalimat yang singkat dan mudah dipahami yang dilakukan secara berulang-ulang saat melakukan peninjauan mengenai kebenaran dari penyimpulan tersebut, sehingga mencapai data yang valid sesuai dengan fokus penelitian dan menjawab permasalahan pada penelitian

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

D. Gambaran Umum Lokasi dan Situs Penelitian

1. Gambaran Umum Kota Surakarta

a. Sejarah Kota Surakarta

Kota Surakarta didirikan tahun 1745, yang ditandai dengan dimulainya pembangunan Keraton Kasunanan sebagai ganti keraton di Kartasura yang hancur akibat pemberontakan Mas Gerendi (Sunan Kuning) yang didukung orang-orang Tionghoa guna melawan kekuasaan Pakubuwono (PB) II yang bertahta di Kartasura tahun 1742. Sunan Kuning juga dibantu oleh kerabat-kerabat Keraton yang tidak setuju dengan sikap Paku Buwono II yang mengadakan kerjasama dengan Belanda. Salah satu pendukung pemberontakan tersebut adalah Pangeran Sambernyowo (RM Said) yang merasa kecewa karena daerah Sukowati yang dulu diberikan oleh Keraton Kartosuro kepada ayahandanya dipangkas. Akibat dari pemberontakan ini Raja Paku Buwono II terdesak mundur hingga ke Jawa Timur tepatnya di wilayah Ponorogo.

Paku Buwono II meminta bantuan Belanda yang diwakili oleh VOC untuk menumpas pemberontakan ini. Dengan bantuan pasukan Kompeni di bawah pimpinan Mayor Baron Van Hogendrof serta Adipati Bagus Suroto dari Ponorogo pemberontakan berhasil dipadamkan, dan Kartasura bisa direbut kembali namun keraton sudah hancur dan dianggap "tercemar". Raja

Sunan Pakubuwono II memerintahkan Tumenggung Honggowongso dan Tumenggung Mangkuyudo dengan dibantu pasukan Belanda J.A.B. Van Hogendorf berusaha untuk mencari lokasi ibu kota kerajaan yang baru.

Pada tahun 1745, dengan berbagai pertimbangan fisik dan supranatural, Paku Buwono II memilih Desa Sala – sebuah desa di tepi sungai Bengawan Solo sebagai daerah yang terasa tepat untuk membangun istana yang baru. Sejak saat itulah, desa Sala segera berubah menjadi Surakarta Hadiningrat. Pembangunan kraton baru ini menurut catatan menggunakan bahan kayu jati dari kawasan Alas Donoloyo, hutan di daerah Wonogiri dan kayunya dihanyutkan melalui sungai. Secara resmi, keraton mulai ditempati tanggal 17 Februari 1745 (atau Rabu Pahing 14 Sura 1670 Penanggalan Jawa, Wuku Landep, Windu Sancaya).

Secara yuridis Kota Surakarta terbentuk berdasarkan penetapan Pemerintah Tahun 1946 Nomor 16/SD, yang diumumkan pada tanggal 15 Juli 1946 dengan berbagai pertimbangan faktor-faktor historis sebelumnya, kemudian ditetapkanlah tanggal 16 Juni 1946 sebagai hari jadi Pemerintah Daerah Kota Surakarta. Secara de facto sejak tanggal 16 Juni 1946 tersebut Pemerintah Daerah Kota Surakarta berhak mengatur dan mengurus rumah tangga sendiri, sekaligus menghapus kekuasaan kerajaan Kasunanan dan Mangkunegaran.

b. Lambang dan Visi, Misi Kota Surakarta

Lambang Kota Surakarta:



Gambar 3: Lambang Kota Surakarta

Sumber: <http://www.surakarta.go.id/> Tahun 2016

Warna hijau berarti hidup, warna-warna putih, kuning, merah, dan hitam melukiskan nafsu diantara beberapa nafsu manusia. Semuanya berarti hidup harus dapat menguasai nafsunya.

Makna dari lukisan :

1. Perisai mewujudkan lambang perjuangan dan perlindungan.
2. Tugu lilin menyala melukiskan kebangunan dan kesatuan kebangsaan.
3. Keris melambangkan kejayaan dan kebudayaan.
4. Panah berarti selalu waspada.
5. Jalur mendatar berombak berarti Bengawan Sala.
6. Bintang kanan kiri melukiskan bintang dilangit dan berarti kesejahteraan.

7. Bambu runcing menggambarkan perjuangan rakyat.
8. Kapas dan padi melukiskan pakaian dan makanan yang berarti : Do'a kearah kemakmuran
9. Jumlah 6 dari daun, bunga dan buah kapas berarti bulan 6, jumlah 16 dari buah padi berarti tanggal 16
10. Kain adalah hasil kerajinan terpenting dari Kota Besar Surakarta dan Sidomukti mengandung arti do'a keluhuran

Lukisan yang terdapat dalam lingkaran jorong merupakan surya sangkala memet:

1. Anak panah diatas busur dengan bergerak, berarti " rinaras" dan berwatak enam.
2. Air berarti "waudadi" atau "dadi" dan berwatak empat
3. Mulai pangkal panah sampai ujung tugu merupakan bentuk lurus berarti " terus " dan berwatak sembilan
4. Tugu lilin berarti "manunggal" dan berwatak satu

Secara lengkap berbunyi : "RINARAS DADI TERUS
MANUNGGAL" yang berarti tahun 1946

Visi :

“TERWUJUDNYA SURAKARTA SEBAGAI KOTA BUDAYA,
MANDIRI, MAJU, DAN SEJAHTERA”

Misi :

1. Waras:

Mewujudkan masyarakat yang sehat jasmani, dan rohani, dan sosial dalam lingkungan hidup yang sehat menuju masyarakat produktif, kreatif dan sejahtera serta membudayakan perilaku hidup bersih dan sehat

2. Wasis:

Mewujudkan masyarakat yang cerdas, terampil, berbudi pekerti luhur, berkarakter dan berkontribusi kemajuan daya saing kota

3. Wareg:

Mewujudkan masyarakat kota yang produktif mampu memenuhi kebutuhan dasar jasmani dan rohani menuju masyarakat mandiri dan partisipatif membangun kesejahteraan kota

4. Mapan:

Mewujudkan masyarakat yang tertib, aman, damai, berkeadilan, berkarakter dan berdaya saing melalui pembangunan daerah yang akuntabel (sektoral, kewilayahan, dan kependudukan) dan tata kelola pemerintahan yang efektif, bersih, responsif dan melayani

5. Papan:

Mewujudkan keseimbangan kebutuhan papan serta daya dukung dan daya tampung lingkungan dengan dinamika kebutuhan pertumbuhan penduduk menuju kota berwawasan pembangunan berkelanjutan.

c. Kondisi Geografis

Kota Surakarta secara geografis berada pada jalur strategis lalu lintas ekonomi perdagangan maupun kepariwisataan di antara Yogyakarta - Solo (Surakarta) - Semarang (Joglo Semar) - Surabaya - Bali. Dengan luas wilayah administratif sebesar 4.404,06 ha, terbagi ke dalam 5 wilayah kecamatan dan 51 wilayah kelurahan, yang secara keseluruhan telah menjadi wilayah perkotaan.

Secara regional Kota Surakarta merupakan kota metropolitan yang didukung oleh 6 (enam) wilayah hinterland yang dikenal dengan nama Kawasan Soloraya atau Kawasan SUBOSUKAWONOSRATEN (Kota Surakarta, Kab. Boyolali, Kab. Sukoharjo, Kab. Karanganyar, Kab. Wonogiri, Kab. Sragen, dan Kab. Klaten). Dalam area kerjasama antar 7 kabupaten/kota ini, Kota Surakarta menjadi hub bagi daerah hinterland-nya. Kota Surakarta juga sering disebut sebagai pusat pertumbuhan untuk wilayah Jawa Tengah bagian selatan, yang memiliki potensi ekonomi yang sangat tinggi, khususnya di bidang industri, perdagangan, pariwisata, dan jasa lainnya.

Secara astronomis Kota Surakarta (Sala) terletak antara $110^{\circ} 45' 15''$ s/d $110^{\circ} 45' 35''$ Bujur Timur dan antara $7^{\circ} 36' 00''$ s/d $7^{\circ} 56' 00''$ Lintang Selatan, dengan luas kurang lebih 4.404,0593 Ha. Secara geografis Kota Surakarta terletak di antara Gunung Lawu di sebelah timur dan Gunung

Merapi di sebelah barat serta dilintasi oleh Sungai Bengawan Sala. Peta wilayah Kota Surakarta, selengkapnya dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 4: Peta Administrasi Wilayah Kota Surakarta
Sumber: Surakarta dalam angka (2015)

Kota Surakarta (Sala) memiliki topografi relatif datar serta memiliki ketinggian dari permukaan air laut ± 92 m dan di tengah-tengah kota melintasi Sungai Pepe, Jenes, Premulung dan Sungai Anyar. Kota Surakarta memiliki suhu rata-rata $21,9^{\circ}\text{C}$ - $32,5^{\circ}\text{C}$, dengan rata-rata tekanan udara sekitar 1.010,9 MBS, kelembaban udara rata-rata antara 71%, kecepatan angin sekitar 4 knot dan arah angin 240° , serta curah hujan terbesar sebesar 595 mm jatuh pada bulan Februari, dan curah hujan terendah pada bulan Oktober mencapai 31,6 mm per hari.

d. Wilayah Administratif Kota Surakarta

Batas administrasi wilayah Kota Surakarta, seperti yang dapat dilihat dari Gambar 2.1, dikelilingi oleh 3 (tiga) kabupaten, yaitu: (i) Sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Karanganyar dan Boyolali; (ii) Sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Sukoharjo dan Karanganyar; (iii) Sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Sukoharjo; dan (iv) Sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Sukoharjo dan Karanganyar. Panjang maksimal dari utara ke selatan adalah 10,30 km dan Lebar maksimal dari barat sampai ke timur adalah 7,50 km.

Wilayah administrasi Kota Surakarta terdiri 5 kecamatan dan 51 kelurahan, dengan dibantu oleh masyarakat dalam bentuk organisasi Rukun Warga sebanyak 604 Rukun Warga (RW) dan sejumlah 2.714 Rukun Tetangga (RT). Gambaran selengkapnya dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 1: Pembagian Wilayah Administrasi Kota Surakarta Menurut Kecamatan, Kelurahan, RW dan RT

Kecamatan	Kelurahan	RW	RT
Laweyan	11	105	457
Serengan	7	72	312
Pasar Kliwon	9	100	422
Jebres	11	151	646
Banjarsari	13	176	877
Kota Surakarta	51	604	2.714

Sumber: Sekretriati Daerah Kota Surakarta, 2016

e. Kependudukan

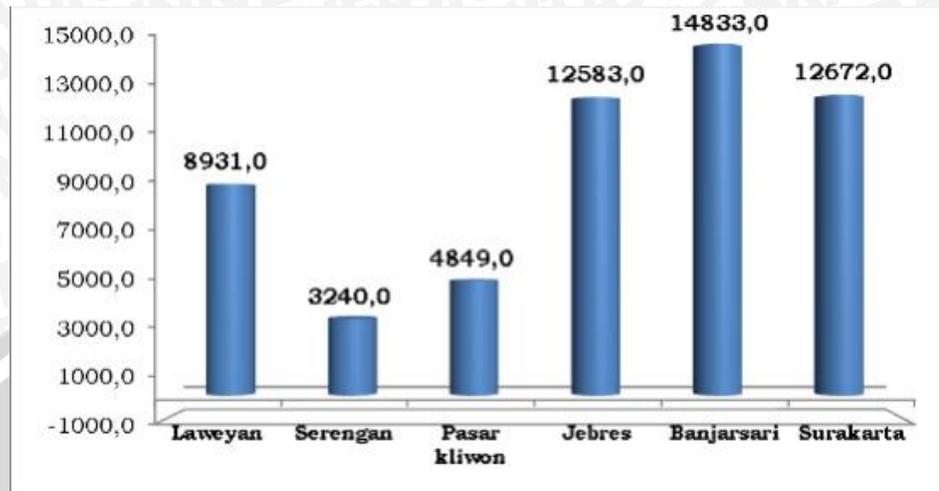
Jumlah penduduk Kota Surakarta pada tahun 2015 berdasarkan data Dispendukcapil berjumlah 557.606 jiwa. Dari jumlah tersebut penduduk laki-laki jumlahnya lebih rendah dibandingkan penduduk perempuan. Jumlah penduduk laki-laki sebanyak 275.266 jiwa, sedangkan penduduk perempuan sejumlah 282.340 jiwa. Dengan porsi tersebut maka sex rasio penduduk di Kota Surakarta adalah 97,49 atau dapat diartikan bahwa di setiap 100 penduduk perempuan terdapat 97 penduduk laki-laki. Persebaran penduduk di Kota Surakarta tidak merata. Kecamatan yang memiliki jumlah penduduk terbesar adalah Kecamatan Banjarsari. Pada tahun 2015 jumlah penduduk Kecamatan Banjarsari sebesar 175.648 jiwa, dengan jumlah penduduk laki-laki sebesar 86.540 jiwa dan perempuan sebesar 89.108 jiwa. Kecamatan yang memiliki jumlah penduduk terkecil adalah Kecamatan Serengan. Jumlah penduduk Kecamatan Serengan sebesar 53.974 jiwa dengan jumlah penduduk laki-laki sebesar 26.440 jiwa dan perempuan sebesar 27.534 jiwa.



Gambar 5: Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin di Kota Surakarta Tahun 2010-2015

Sumber : Badan Pusat Statistik dan Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Surakarta (2016)

Jumlah penduduk Kota Surakarta pada tahun 2010 sebesar 532.439 jiwa mengalami peningkatan tertinggi di tahun 2014 sebesar 653.659 jiwa. Sehubungan dengan kebijakan Pusat dalam hal ini Kementerian Dalam Negeri yang dilaksanakan oleh Direktorat Administrasi Kependudukan dilaksanakan pembersihan data ganda dari aplikasi SIAK dan dapat diperoleh data sisiran dimaksud dengan jumlah 557.606 jiwa di tahun 2015. Kota Surakarta menjadi salah satu kota dengan tingkat kepadatan penduduk yang tinggi di Indonesia. Tingkat kepadatan penduduk pada tahun 2015 sebesar 12.672 jiwa/km². Kecamatan dengan tingkat kepadatan penduduk tertinggi yaitu Kecamatan Banjarsari, sedangkan kepadatan terendah di Kecamatan Serengan. Berikut ini adalah grafik kepadatan penduduk di wilayah Kota Surakarta.



Gambar 6: Tingkat Kepadatan Penduduk Berdasarkan Kecamatan di Kota Surakarta Tahun 2015

Sumber: Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Surakarta, 2015

Laju pertumbuhan penduduk di Kota Surakarta pada tahun 2015 berada di angka 0,36; angka tersebut jika dibandingkan capaian tahun 2014 mengalami peningkatan karena pada tahun 2014 terjadi perlambatan laju pertumbuhan penduduk (-0,02). Dilihat dari komposisi penduduk menurut usia, diketahui bahwa jumlah usia produktif di Kota Surakarta tahun 2015 sebanyak 394.425 jiwa, sedangkan usia non produktif sebanyak 163.181 jiwa.

f. Potensi Wilayah

Kota Surakarta merupakan kota budaya di Jawa Tengah dengan mengusung slogan “Solo The Spirit Of Java” yang menjadi *trend setter* kota/kabupaten lain terutama di bidang ekonomi dan budaya. Meskipun luas wilayahnya tidak begitu besar dan Sumber Daya Alam (SDA) tidak

melimpah, namun Kota Surakarta mempunyai potensi yang luar biasa. Dengan memanfaatkan semua kelebihan yang ada, Kota Surakarta mampu menyerap perhatian daerah lain bahkan mancanegara.

Keraton, batik dan Pasar Klewer merupakan simbol identitas Kota Surakarta. Eksistensi Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat dan Pura Mangkunegaran menjadikan Kota Solo sebagai poros , sejarah, seni, dan budaya yang memiliki harga jual tersendiri. Seni dan pematikan Solo menjadi pusat batik di Indonesia. Apalagi setelah resmi dibukanya Kampung Batik Laweyan menjadi ikon area penuh dengan wisata batik dari proses pembuatan sampai penjualannya. Pariwisata dan perdagangan tidak bisa dipisahkan, keduanya saling mendukung dalam peningkatan sektor ekonomi.

Berbeda dengan kegiatan perdagangan, sektor pertanian kurang bisa diandalkan, kebutuhan pokok seperti sayuran dan bahan dasar protein harus bergantung pada daerah lain karena keterbatasan lahan. Secara kumulatif, sektor tersier yang terdiri dari usaha perdagangan, hotel, dan restoran, angkutan, dan komunikasi serta jasa. Terdapat beberapa industri pengolahan yang didominasi oleh industri rumah tangga, kebanyakan industri bergerak dalam bidang pembuatan batik dan pakaian yang hasilnya mencapai pasar internasional.

2. Gambaran Umum Pasar Pucangsawit

a. Sejarah Singkat Pasar Pucangsawit

Pasar Pucangsawit Kota Surakarta merupakan salah satu pasar tradisional yang di kelola oleh Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta

bersam 44 pasar tradisional lainnya. Sebeumnya Pasar Pucangsawit merupakan tempat berjualan bagi penjual buah semangka, yang pada akhirnya pada tahun 2009 dibangun selama dua tahap dan diresmikan pada tahun 2011. Pasar Pucangsawit memiliki dua lantai dengan total kios sebanyak 53 buah dan los sebanyak 127 buah. Lantai satu terdapat 53 kios dan 36 los, sedangkan lantai dua terdapat 91 los .

Pasar Pucangsawit merupakan jawaban pemerintah dari permintaan masyarakat sekitar yang menginginkan dibangunnya pasar tradisional di daerah tersebut dan sebagai tempat untuk merelokasi PKL di sekitar jalan Ir. Juanda agar mendapatkan tempat berdagang yang nyaman dan representatif.

Setelah peresmiannya pada tahun 2011, kondisi pada Pasar Pucangsawit lengang dari kegiatan jual beli. Hanya ada beberapa los di bagian depan saja yang diisi oleh pedagang. Dinas Pengelolaan Pasar (DPP) sebagai pihak yang bertanggung jawab atas pengelolaan pasar tradisional sudah berupaya untuk memberi surat peringatan kepada pemilik los dan kios yang tidak digunakan berjualan, tetapi upaya ini juga belum berhasil untuk menarik pedagang untuk menggunakan los/kiosya.

Dinas Pengelolaan Pasar (DPP) mulai mengkaji masalah yang terjadi pada Pasar Pucangsawit yang setelah 4 tahun pasca peresmiannya masih sepi dari aktifitas perdagangan. Subagiyo menilai banyaknya pedagang enggan berjualan di Pasar Pucangsawit karena berbagai faktor, seperti minimnya pembeli setelah warga bantaran Sungai Bengawan Solo direlokasi

ke Mojosoongo, Jebres. Selain itu, banyaknya persaingan seperti maraknya toko modern, pedagang bermobil, pedagang keliling, dan pedagang online

Perkembangan Pasar Pucangsawit mulai tumbuh pada tahun 2014 dimulai dari sekelompok anak muda yang menamakan dirinya Solo Muda Berkarya tergerak untuk memanfaatkan ruang Pasar Pucangsawit lantai dua sebagai pasar kreatif tempat berkumpulnya anak muda dan komunitas kreatif. Adanya inisiatif kelompok anak muda yang ingin memanfaatkan lahan di lantai dua Pasar Pucangsawit disambut baik oleh Dinas Pengelolaan Pasar (DPP). Hal tersebut pula memperoleh dukungan pemerintah. Sehingga pemerintah melakukan renovasi Pasar Pucangsawit khususnya pada lantai dua atau sekarang lebih dikenal dengan *Creative Space Cangwit* yang resmi dibuka pada 21 November 2015.

Creative Space Cangwit didominasi dengan produk-produk kreatif mulai dari kuliner, *fashion*, musik, arsitektur dan lainnya. Kepala Dinas Pengelolaan Pasar (DPP) Surakarta, Subagiyo, mengatakan kedepan lantai dua Pasar Pucangsawit ini akan difokuskan sebagai ruang untuk berkumpulnya berbagai komunitas dan akan menjadi lokasi berkegiatan bagi anak muda Kota Surakarta.

b. Struktur Organisasi Pasar Pucangsawit

Untuk jumlah pegawai yang bekerja di Pasar Pucangsawit Kota Surakarta dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2 : Jumlah Pegawai Pasar Pucangsawit Kota Surakarta
Tahun 2016

No	Jabatan	Jumlah
1	Kepala Pasar	1
2	Staff	1
3	Tenaga Keamanan	3
4	Tenaga Kebersihan dan Teknisi	2
Jumlah		7

Sumber: *Arsip Pasar Pucangsawit Tahun 2016*

Dari tabel diatas diketahui bahwa pegawai yang bekerja di Pasar Pucangsawit berjumlah 7 orang yakni terdiri dari seorang Kepala Pasar atau Lurah Pasar, seorang Staff Pasar, tiga orang tenaga keamanan dan dua tenaga teknisi sekaligus menjadi tenaga kebersihan.

Berdasarkan tabel 4, berikut tugas yang dilaksanakan oleh masing-masing pegawai pada Pasar Pucangsawit Kota Surakarta:

1. Tugas Kepala Pasar, sebagai pimpinan pusat di dalam satu organisasi adalah sebagai pelaksana teknis di lapangan yang bertugas memimpin segala kegiatan pengelolaan pasar, dalam rangka menjalankan kebijakan-kebijakan pemerintah Kota melalui Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta
2. Tugas Staff, membantu kelancaran pelaksanaan administrasi pasar, khususnya penerimaan retribusi dan menyetorkan hasil pungutan retribusi tersebut pada pemerintah melalui kas daerah.

3. Tugas Bagian Keamanan, membantu Kepala Pasar dalam rangka mewujudkan pasar yang tertib, aman, dan nyaman dari gangguan keamanan dan ketertiban masyarakat.
4. Tugas Teknisi Listrik adalah membantu kepala pasar dalam pemantauan instalansi listrik, mengadakan perbaikan-perbaikan dan pelaporan-pelaporan agar selalu terjaga dari bahaya konsleting listrik. Teknisi pada Pasar Pucangsawit juga bertugas sebagai Petugas Kebersihan, tugasnya untuk membantu kepala pasar dalam rangka mewujudkan pasar yang berseri dan nyaman.

3. Gambaran Umum Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta

a. Deskripsi Dinas Pengelolan Pasar Kota Surakarta

Dinas Pengelolaan Pasar dalam melaksanakan tugas dipimpin oleh seorang Kepala Dinas yang berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada Walikota melalui Sekretaris Daerah. Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Surakarta (Perda) Nomor 14 Tahun 2011 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 6 Tahun 2008 tentang Organisasi dan Tata Kerja Perangkat Daerah Kota Surakarta Pasal 30 ayat 2, Dinas Pengelolaan Pasar mempunyai tugas menyelenggarakan urusan pemerintah di bidang pengelolaan pasar.

Untuk melaksanakan tugas pokoknya dalam Peraturan daerah Kota Surakarta Nomor 14 Tahun 2011 ayat 3 disebutkan bahwa Dinas Pengelolaan Pasar menyelenggarakan fungsi:

- 1) Penyelenggaraan kesekretariatan dinas
- 2) Penyusunan rencana program, pengendalian, evaluasi, dan pelaporan
- 3) Pengelolaan pendapatan pasar
- 4) Pengelolaan kebersihan dan pemeliharaan pasar
- 5) Pengawasan dan pembinaan pedagang pasar dan pedagang kaki lima
- 6) Pengaturan los dan kios pasar
- 7) Penyelenggaraan keamanan dan ketertiban pasar, pedagang kaki lima
- 8) Penyelenggaraan sosialisasi
- 9) Pembinaan jabatan fungsional

Selain itu sebagai pelaksana di bidang pengelolaan pasar, Dinas Pengelolaan Pasar juga mempunyai visi, misi, tujuan, sasaran, strategi dan kebijakan yang tertuang dalam Rancangan Strategis Dinas Pengelolaan Pasar. Berikut penjabaran ari hal tersebut

- a) Visi Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta :

Terwujudnya citra pasar yang bersih, tertib dan aman bertumpu pada perekonomian kota.

b) Misi dari Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta :

i. Meningkatkan kesempatan bekerja dan berusaha

Tujuan : Memberikan kemudahan dalam pelayanan kepada pedagang dan masyarakat.

Sasaran : Tersedianya lahan usaha bagi pedagang atau pengusaha dalam meningkatkan kesejahteraannya.

ii. Meningkatkan ketertiban dan keamanan pasar

Tujuan : Menciptakan kondisi dan situasi pasar yang bersih, tertib, aman, dan nyaman bagi pengguna pasar.

Sasaran : Terciptanya situasi dan kondisi pasar yang bersih, tertib, aman, dan nyaman.

iii. Meningkatkan pelayanan kepada pedagang

Tujuan : Menyediakan sarana, prasarana, dan fasilitas pasar yang memadai.

Sasaran : Tersedianya sarana, prasarana, dan fasilitas pasar yang memadai.

iv. Meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) Tujuan :

Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan petugas dalam rangka meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM).

Sasaran : Tersedianya Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas dalam penyediaan data yang lebih akurat, tertib dalam administrasi, pengelolaan retribusi maupun perijinan usaha perdagangan.

Untuk mewujudkan visi, misi, serta tujuan dan sasaran tersebut, Dinas Pengelolaan Pasar menetapkan kebijakan dan strategi diantaranya adalah :

c) Kebijakannya dari Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta

Menumbuhkembangkan dan memberdayakan perekonomian masyarakat melalui peningkatan pelayanan, sarana prasarana dan fasilitas pasar yang cukup memadai guna menciptakan kondisi pasar yang bersih, tertib, aman, dan nyaman serta mengoptimalkan kontribusi pasar guna mendukung kelancaran pembangunan Pemerintah Daerah.

d) Strateginya dari Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta

Dalam melaksanakan urusan pemerintah di bidang pengelolaan pasar, Dinas Pengelolaan selalu berusaha memberikan pelayanan yang maksimal pada pedagang dan masyarakat dengan:

- 1) Meningkatkan pemeliharaan bangunan gedung seluruh pasar
- 2) Meningkatkan kualitas dan kuantitas, sarana dan prasarana kebersihan pasar
- 3) Meningkatkan fasilitas pasar termasuk pemeliharaan jaringan listrik, elektrikal dan mekanikal pasar
- 4) Meningkatkan keamanan dan ketertiban pasar
- 5) Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan Sumber Daya Manusia (SDM) dengan penyelenggaraan bimbingan teknis dan pelatihan-pelatihan

- 6) Meningkatkan kualitas pelayanan kepada pedagang dan masyarakat

b. Profil Pegawai Dinas Pengelolaan Pasar

Pegawai yang bekerja di Dinas Pengelolaan Pasar kota Surakarta terdiri dari Pegawai Negeri Sipil (PNS), tenaga Honorer (THL), Outsourcig, Tenaga Kebershan dan Petugas Keamanan. Jumlah keseluruhan pegawai di Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta 630 orang.

Jumlah pegawai Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 3: Jumlah Pegawai Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta Tahun 2016

No	Pegawai	Jumlah (orang)
1	PNS (Pegawai Negeri Sipil)	313
2	THL (Tenaga Harian Lepas)	44
Jumlah		357

Sumber : Arsip Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta Tahun 2016

Dari table diatas diketahui pegawai Dinas pengelolaan Pasar Kota Surakarta yang termasuk Pegawai Negeri Sipil (PNS) berjumlah 313 orang dan Tenaga Harian Lepas (THL) berjumlah 44 orang. Sehingga pegawai Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta berjumlah 357 orang.

Berdasarkan tingkat pendidikan, jumlah pegawai Dinas Pengelolaan Pasar ota Surakarta dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 4: Jumlah Pegawai Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta Berdasarkan Tingkat Pendidikan Tahun 2016

No	Pegawai	SD	SMP	SMA	D3	S1	S2	Jumlah (orang)
1	PNS (Pegawai Negeri Sipil)	23	60	175	6	34	15	313
2	THL (Tenaga Harian Lepas)	44						44
Jumlah								357

Sumber: Arsip Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta Tahun 2016

Berdasarkan table diatas, diketahui jumlah pegawai yang bekerja di Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta ada sebanyak 357 orang. Pegawai tersebut dari Pegawai Negeri Sipil (PNS) dan Tenaga Harian Lepas (THL). Tingkat pendidikan Pegawai Negeri Sipil (PNS) yag paling banyak ialah tigtat SMA yakni sebanyak 175 orang dan paling sedikit pada tingkat pendidikan D3 yakni hanya 6 orang. Sedangkan Pegawai Honorer (THL) keseluruhannya memiliki tingkat pendidikan SD yakni sbanyak 44 orang.

Berdasarkan pangkat dan golongan Pegawai negeri Sipil (PNS), jumlah pegawai Dinas Pengelolaan Pasar kota Surakarta adalah 313 orang. Adapun rinciannya dapat dilihat padah tabel berikut:

Tabel 5: Jumlah Pegawai Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta Berdasarkan Tingkat dan Golongan Tahun 2016

No	Pangkat dan Golongan	I	II	III	Iva	IVb	IVc	Jumlah
1	Pembina Utama Muda						1	1
2	Pembina Tingkat I					1		1
3	Pembina				8			8
4	Penata Tingkat I/IIIId			7				7
5	Penata / IIIc			12				12
6	Penata Muda Tk.I/IIIb			28				28
7	Penata Muda / IIIa			2				2
8	Pengatur Tk.I/Iid		2					2
9	Pengatur /Iic		62					62
10	Pengatur Muda Tk.I/IIb		88					88
11	Pengatur Muda / Iia		41					41
12	Juru Tk.I/Id	13						13
13	Juru /Ic	39						39
14	Juru Muda Tk.I/Ib	6						6
15	Juru Muda/Ia	3						3
Jumlah		61	193	49	8	1	1	313

Sumber: Arsip Dinas Pengelolaan Pasar kota Surakarta Tahun 2016

Dari tabel diatas diketahui jumlah pegawai berdasarkan pangkat dan golongan adalah 313 orang yang terdiri dari : Pegawai dengan golongan I berjumlah 61, golongan II berjumlah 193, golongan III berjumlah 49 orang, dan golongan IV berjumlah 10 orang. Jumlah pegawai terbanyak ialah golongan IIb yakni berjumlah 88 orang dan paling sedikit yaitu golongan IVb dan IVc yang masing-masing jumlahnya 1 orang.

c. Tugas Jabatan Struktural Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta

Tugas pokok dan struktur organisasi Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta tercantum dalam Peraturan Daerah Kota Surakarta (Perda) Nomor 14 Tahun 2011 tentang Organisasi dan Tata Kerja Perangkat Daerah kota Surakarta. Peraturan Daerah Surakarta (Perda) Nomor 14 Tahun 2011 tersebut diperjelas dengan adanya Peraturan Walikota (Perwali) Surakarta nomor 33 Tahun 2012 tentang Pedoman Uraian Tugas Jabatan Struktural Pada Dinas Pengelolaan Pasar. Dalam Perwali nomor 33 tahun 2012 pasal 2 dijelaskan susunan organisasi Dinas Pengelolaan Pasar sebagai berikut:

1. Kepala Dinas, Membawahkan:
 - a. Sekretariat
 - b. Bidang Pendapatan Pasar
 - c. Bidang Kesehatan dan Peeliharaan Pasar
 - d. Bidang Pengawasan dan Pembinaan Pasar
 - e. Bidang Pengelolaan Pedagang kaki Lima
 - f. Kelompok Jabatan Fungsional
2. Sekretaris, membawahkan:
 - a. Sub Bagian Perencanaan, Evaluasi dan Pelaporan
 - b. Sub Bagian Umum dan Kepegawaian
3. Bidang Pendapatan Pasar
 - a. Seksi Pendapatan dan Penetapan
 - b. Seksi Penagihan dan Penerimaan
 - c. Seksi Pembukuan

4. Bidang Kebersihan dan Pemeliharaan Pasar, membawahkan:
 - a. Seksi Peralatan dan Kebersihan
 - b. Seksi Pemeliharaan Fasilitas Pasar
 - c. Seksi Pemeliharaan Bangunan Pasar
5. Bidang Pengawasan dan Pembinaan, membawahkan :
 - a. Seksi Pemberdayaan dan Pembinaan Pedagang
 - b. Seksi Keamanan dan Penertiban
 - c. Seksi Pengawasan Pedagang
6. Bidang Pengelolaan Pedagang Kaki Lima, membawahkan :
 - a. Seksi Penataan dan Pembinaan Pedagang Kaki Lima
 - b. Seksi Pengendalian Pedagang Kaki Lima
7. Kelompok Jabatan Fungsional

Dalam pasal 3 disebutkan Uraian tugas Jabatan Struktural Pada Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta ialah:

1. Kepala Dinas

Kepala Dinas Pengelolaan Pasar mempunyai tugas pokok untuk menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang pengelolaan dan perlindungan pasar tradisional. Uraian tugas dimaksud, sebagai berikut :

- a. Menyusun rencana strategis dan rencana kerja Dinas.
- b. Memberikan petunjuk, arahan dan mendistribusikan tugas kepada bawahan.

- c. Mempelajari, menelaah peraturan perundang-undangan, keputusan, petunjuk pelaksanaan dan petunjuk teknis program kegiatan Dinas sesuai dengan bidang tugas.
- d. Menyelenggarakan sistem pengendalian interen pelaksanaan kegiatan agar efektif dan efisien sesuai peraturan perundangan yang berlaku.
- e. Menerapkan Standar Pelayanan Minimal.
- f. Menyelenggarakan pengelolaan Kesekretariatan : Perencanaan, Evaluasi, Pelaporan, Keuangan, Umum dan Kepegawaian.
- g. Menyusun rencana operasional dan pengembangan di bidang pendapatan pasar, bidang kebersihan dan pemeliharaan pasar, bidang pengawasan dan pembinaan pedagang pasar dan bidang pengelolaan PKL.
- h. Menyusun kebijakan teknis di bidang pendapatan pasar, kebersihan dan pemeliharaan pasar, pengawasan dan pembinaan pedagang pasar dan pengelolaan PKL.
- i. Menyusun kebijakan teknis pemberian bimbingan dan pembinaan terhadap urusan pengelolaan pasar dan PKL.
- j. Menyelenggarakan urusan pemerintahan dan pelayanan umum dan/atau perizinan di bidang pengelolaan pasar.
- k. Menyelenggarakan sosialisasi di bidang pengelolaan pasar.
- l. Menyusun indikator dan pengukuran kinerja di bidang pengelolaan pasar.

- m. Menyusun laporan hasil pelaksanaan rencana strategis, rencana kerja, LAKIP, LKPI, LPPD dan EKPPD Dinas.
 - n. Menyelenggarakan pembinaan kelompok jabatan fungsional.
 - o. Menyelenggarakan pembinaan Penyidik Pegawai Negeri Sipil (PPNS) Dinas.
 - p. Melaksanakan koordinasi dengan instansi terkait.
 - q. Memeriksa dan menilai hasil kerja bawahan secara periodik.
 - r. Memberikan usul dan saran kepada atasan.
 - s. Melaporkan hasil pelaksanaan tugas kepada atasan sebagai pertanggungjawaban pelaksanaan tugas.
 - t. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan.
2. Sekretariat

Sekretariat dipimpin oleh seorang Sekretaris. Sekretaris mempunyai tugas melaksanakan penyiapan perumusan kebijakan teknis, pembinaan, pengkoordinasian penyelenggaraan tugas secara terpadu, pelayanan administrasi, dan pelaksanaan di bidang perencanaan, evaluasi dan pelaporan, keuangan, umum dan kepegawaian sesuai kebijakan teknis yang ditetapkan oleh Kepala Dinas.

3. Bidang Pendapatan Pasar

Kepala Bidang Pendapatan Pasar mempunyai tugas melakukan penyiapan perumusan kebijakan teknis di bidang pendataan dan penetapan, penagihan dan penerimaan serta pembukuan.

4. Bidang Kebersihan dan Pemeliharaan Pasar

Kepala Bidang Kebersihan dan Pemeliharaan Pasar mempunyai tugas melakukan penyiapan perumusan kebijakan teknis di bidang peralatan dan kebersihan, pemeliharaan fasilitas pasar dan pemeliharaan bangunan pasar.

5. Bidang Pengawasan dan Pembinaan

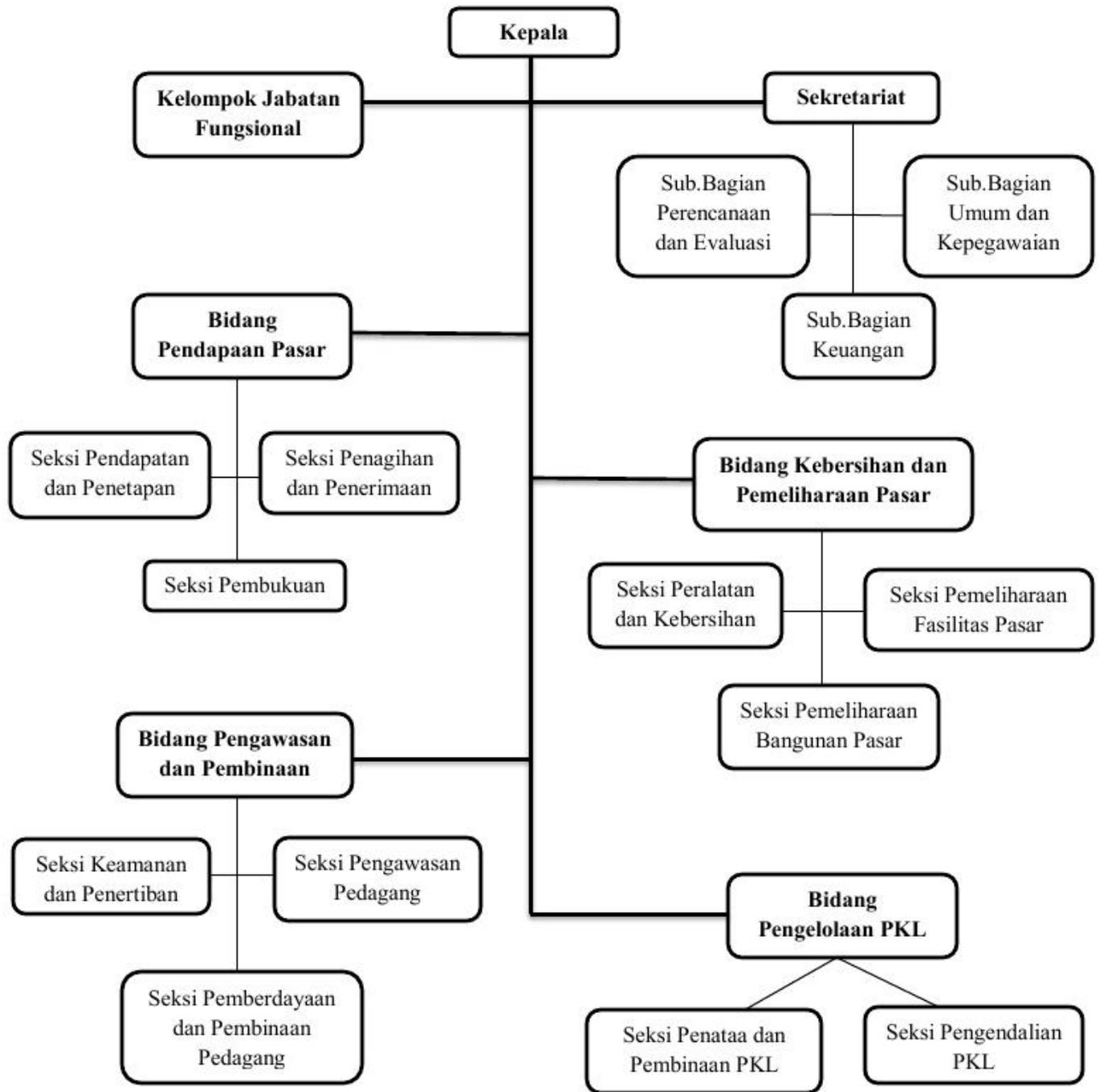
Kepala Bidang Pengawasan dan Pembinaan mempunyai tugas melakukan penyiapan perumusan kebijakan teknis di bidang pemberdayaan dan pembinaan pedagang, keamanan dan ketertiban serta pengawasan pedagang.

6. Bidang Pengelolaan Pedagang Kaki Lima

Kepala Bidang Pengelolaan Pedagang Kaki Lima mempunyai tugas melakukan penyiapan perumusan kebijakan teknis di bidang penataan dan pembinaan pedagang kaki lima serta pengendalian pedagang kaki lima.

7. Kelompok Jabatan Fungsional

Kelompok Jabatan Fungsional adalah tenaga-tenaga fungsional yang dibutuhkan untuk melaksanakan tugas fungsional tertentu sesuai bidang ketrampilan dan keahliannya. Kelompok Jabatan Fungsional dipimpin oleh seorang Tenaga Fungsional Senior sebagai Ketua Kelompok.



Gambar 7: Struktur Organisasi Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta
 Sumber: Arsip Dinas Pengelolan Pasar Kota Surakarta, 2016

d. Landasan Hukum

Landasan hukum pelaksanaan tugas Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta meliputi :

- 1) Undang-Undang No. 16 Tahun 1950 tentang Pembentukan Daerah-Daerah Kota Besar dalam Lingkungan Propinsi Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat, dan Daerah Istimewa Yogyakarta.
- 2) Undang-Undang No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah.
- 3) Peraturan Pemerintah No. 25 Tahun 2000 tentang Kewenangan Pemerintah dan Kewenangan Propinsi Daerah Otonom
- 4) Peraturan Pemerintah No. 84 Tahun 2000 tentang Pedoman Organisasi Perangkat Daerah
- 5) Peraturan Daerah Kota Surakarta No. 6 Tahun 2001 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Perangkat Daerah Kota Surakarta
- 6) Peraturan Daerah Kotamadya Daerah Tingkat II Surakarta No. 3 Tahun 1993 tentang Pasar
- 7) Peraturan Daerah Kota Surakarta No. 8 Tahun 1999 tentang Retribusi Pasar
- 8) Peraturan Daerah Kota Surakarta No. 4 Tahun 2001 tentang Retribusi Kebersihan atau Persampahan yang diubah menjadi

Peraturan Daerah Kota Surakarta No. 11 Tahun 2003 tentang Retribusi Pelayanan Persampahan atau Kebersihan

9) Keputusan Walikota Surakarta No. 511.2/085-A/2001 tentang Penetapan Kelas Pasar dan Taksiran Nilai Tempat Dasar

10) Keputusan Walikota Surakarta No. 28 Tahun 2001 tentang Pedoman Uraian Tugas Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta

11) Keputusan Walikota Surakarta No. 12 Tahun 2002 tentang Penetapan Tarif Pengganti Biaya Pembayaran Listrik dan Kompleks Pasar di Kota Surakarta

12) Surat Keputusan Walikota Surakarta No. 821.2/0277/2002 tentang Pengangkatan Kepala Pasar di Lingkungan Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta

B. Penyajian Data dan Fokus Peneliti

1. Pelaksanaan Program Revitalisasi Pasar Tradisional Berbasis Ekonomi Kreatif pada Pasar Pucangsawit

a. Program Revitalisasi Pasar Tradisional Berbasis Ekonomi Kreatif pada Pasar Pucangsawit

Pembangunan nasional yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan hidup dan pembangunan dapat memberikan tingkat perubahan dalam struktur masyarakat terhadap kehidupan ekonomi. Usaha tersebut ditandai dengan adanya perubahan bentuk fisik suatu sarana prasarana ekonomi yang dekat dengan

keberadaan masyarakat. Salah satu sarana prasarana ekonomi tersebut adalah pasar tradisional. Pembinaan pasar tradisional baik secara fisik maupun non fisik harus diperhatikan supaya tidak kalah saing dengan pasar modern yang semakin menjamur.

Salah satu cara yang digunakan oleh pemerintah adalah dengan melaksanakan revitalisasi pasar tradisional. Menurut Sanderson (1994:532) istilah revitalisasi berarti suatu upaya untuk menciptakan eksistensi yang baru bagi keadaan sekarang yang ada. Pasar Pucangsawit merupakan salah satu dari 44 pasar tradisional yang ada di Kota Surakarta dan dikelola oleh Dinas Pengelolaan Pasar. Pasar Pucangsawit mulai dibangun pada tahun 2009 selama dua tahap dan diresmikan pada tahun 2011. Lokasi Pasar Pucangsawit berada wilayah Surakarta bagian Timur, sehingga bisa dikatakan jauh dari pusat kota. Pasar Pucangsawit merupakan jawaban masyarakat sekitar yang menginginkan dibangunnya pasar tradisional di daerah tersebut serta sebagai bentuk pemusatan Pedagang Kaki Lima di wilayah Kecamatan Jebres dan sekitarnya.

Pasar Pucangsawit memiliki dua lantai dengan total kios sebanyak 53 buah dan los sebanyak 127 buah. Lantai satu terdapat 53 kios dan 36 los, sedangkan lantai dua terdapat 91 los. Sampai saat ini jumlah pedagang yang membuka dagangannya ada 15 pedagang dan 6 Pedagang Kaki Lima (PKL) semua berada di lantai satu karena lantai dua digunakan untuk *Cangwit Creative Space* sedangkan pedagang lainnya masih enggan berjualan dengan alasan menunggu

pasar supaya ramai terlebih dahulu. Hal ini sesuai dengan pernyataan Bapak Ali selaku Kepala Pasar Pucangsawit Kota Surakarta dalam wawancara:

“Pasar Pucangsawit memiliki 53 kios dan 127 los, di lantai dasar ada 53 kios dan 36 los terus di lantai atas ada 91 los yang sudah dijadikan 18 kios untuk pedagang di Cangwit Creative Space. Pemilik kios dan los yang belum mengfungsikan lapak dagangannya kebanyakan menunggu pasar ramai dulu baru mau berjualan.” (wawancara pada tanggal 18 Desember 2016)

Kondisi Pasar Pucangsawit dari pertma diresmikan pada tahun 2011 hingga saat ini belum seperti yang diharapkan. Awalnya kondisi pasar sudah cukup ramai namun setelah adanya relokasi warga bantaran sungai Bengawan Solo antara tahun 2012 hingga 2013 di daerah Pucangsawit membuat Pasar Pucagsawit kehilangan para pengunjungnya sehingga membuat pasar menjadi sepi dan ditinggalkan oleh para pedagang. Hal ini sesuai dengan pernyataan Bapak Ali Muhlison selaku Kepala Pasar Pucangsawit Kota Surakarta pada wawancara tanggal 18 Desember 2016. Menyatakan bahwa benar dengan adanya relokasi warga bantaran sungai Bengawan Solo mejadi salah satu peyebab sepiya aktifitas di Pasar Pucangsawit.

Jumlah pedagang di Pasar Pucangsawit yang membuka lapak dagangan terhitung sangat sedikit yakni kurang lebih sekitar 21 pedagang dilantai satu. Meskipun hanya sedikit barang yang dijual terbilang sudah cukup lengkap. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Ari selaku Staff Pasar Pucangsawit pada wawancara yang dilakukan pada bulan Desember di ruang kerja beliau:

“Walaupun kalau dilihat hanya sedikit pedagang yang berjualan di lantai bawah, namun barang yang dijual belikan beraneka ragam dan bisa dibilang lengkap seperti sayur, daging, toko klontong, makanan, *service* dinamo,

pebayaran PDAM dan lainnya. Jadi sebenarnya di Pasar Pucangsawit menyediakan kebutuhan sehari-hari masyarakat.” (wawancara pd tanggal 22 Desember 2016)

Perkembangan Pasar Pucangsawit mulai tumbuh pada tahun 2014 dimulai dari sekelompok anak muda yang menamakan dirinya Solo Muda Berkarya tergerak untuk memanfaatkan ruang Pasar Pucangsawit lantai dua sebagai pasar kreatif tempat berkumpulnya anak muda dan komunitas kreatif di Kota Surakarta. Dipilihnya Pasar Pucangsawit sebagai *Creative Space* karena kondisi pasar yang tidak terlalu banyak pedagang dan lokasinya yang berdekatan dengan kampus, seperti Universitas Sebelas Maret (UNS), Institut Seni Indonesia (ISI) dan kampus lainnya. Tidak hanya tempat untuk berkumpul komunitas tetapi di *Creative Space Cangwit* juga menyuguhkan pasar kreatif yang menampung Usaha-usaha *Start-Up* anak muda dengan produk yang kreatif. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Mas Miftah selaku Koordinator *Creative Space Cangwit* sebagai berikut:

“Dulu aku sama teman-teman kepikiran pengen punya tempat yang anak muda banget gitu, yang bisa buat kumpul sama berbagi ilmu. Terus nyari-nyari tempat ada beberapa pilihan tempat, tapi yang paling enak di Pasar Pucangsawit ini selain dekat sama kampus pedagangnya juga tidak terlalu ramai, soalnya kami sungkan sama pedagang lama takut mengganggu juga. Karena tempat kita di pasar jadi kami tidak ingin menghilangkan fungsi pasar sebagai tempat untuk jual-beli makanya kita juga menghadirkan teman-teman yang punya produk kreatif untuk bisa dijual belikan di *Creative Space Cangwit*.” (waawancara pada tanggal 23 Desember 2016)

Adanya inisiatif kelompok anak muda yang ingin memanfaatkan lahan di lantai dua Pasar Pucangsawit disambut baik oleh Pemkot dan Dinas Pengelolaan Pasar (DPP). Hal ini dianggap akan menghidupkan kembali Pasar Pucangsawit

dengan konsep kreatif yang ditawarkan. Setelah menyetujui proposal dari Solo Muda Berkarya pihak Dinas Pengelolaan Pasar mulai melakukan renovasi Pasar Pucangsawit khususnya pada lantai dua atau sekarang lebih dikenal dengan *Creative Space Cangwit*. Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta memberikan sosialisasi kepada pedagang pasar di lantai satu terkait akan diadakannya renovasi pada lantai dua Pasar pucangsawit. Hal ini sejalan dengan pernyataan Ibu Susi selaku Kepala Sub. Bagian Perencanaan dan Evaluasi Dinas Pengelolaan Pasar (DPP) Kota Surakarta, sebagai berikut:

“DPP mendukung dengan adanya ide dari anak muda yang berkegiatan positif apalagi dengan adanya *Creatif Space Cangwit* yang mengfungsikan lahan di lantai dua Pasar Pucangsawit otomatis akan meramaikan Pasar Pucangsawit. DPP mendukung dengan memfasilitasi tempat dan merenovasi los-los dilantai dua menjadi kios yang nantinya ditempati pedagang produk-produk kreatif. Sebelum direnovasi kami sudah menyosialisasikan akan adanya pasar kreatif di lantai dua kepada pedagang pasar Pucangsawit dan tanggapannya positif semua.” (wawancara pada 3 Januari 2017)

Creative Space Cangwit resmi dibuka pada 21 November 2015. Beroperasi di malam hari kecuali hari kamis libur, Pasar Kreatif Cangwit didominasi dengan produk-produk kreatif mulai dari kuliner, *fashion*, musik, arsitektur dan lainnya. Dari semua kios yang disiapkan oleh Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta pada *Creative Space Cangwit* semuanya terisi pedagang. Sebelum berdagang di *Creative Space Cangwit* para pedagang menempuh seleksi yang diadakan oleh Solo Muda Berkarya. Seleksi dilihat dari produk yang ditawarkan dan hasil *interview* yang dijalani. Hal ini sejalan dengan yang disampaikan Mas Mifta selaku Koordinator *Creative Space Cangwit* sebagai berikut:

“Sebelum resmi menjadi pedagang di Cangwit para pedagang melewati seleksi dan interview sama kita. Ini dilakukan supaya produk yang di jual bisa bermacam-macam, tidak sejenis dan kami memberikan pengertian paa saat interview kalo Cangwit merupakan milik bersama supaya ada rasa memiliki.” (wawancara pada tanggal 23 Desember 2016)

Munculnya *Creative Space Cangwit* menjadikannya tempat tujuan komunitas-komunitas di Kota Surakarta khususnya untuk sekedar berkumpul ataupun menyelenggarakan sebuah acara. Sebagai koordinator Cangwit, pihak Solo Muda Berkarya telah menjadwalkan kegiatan rutin mingguan yang diisi dari berbagai komunitas secara bergantian. Dengan terjadwalnya acara Cangwit menjadi ramai, selain mengikuti acara pengunjung juga disuguhi dengan dagangan kreatif yang telah di siapkan pedagang Cangwit. Hal ini sejalan dengan yang disampaikan oleh Mas Miftah sebagai koordinator *Creative Space Cangwit* sebagai berikut:

“Kami menggandeng teman-teman komunitas di Solo untuk ikut meramaikan Cangwit. Kami mempersilahkan teman-teman komunitas untuk berkegiatan di Cangwit. Teman-teman komunitas juga sangat antusias karena merasa diwadahi di Cangwit. Akhirnya kita menjadwalkan acara secara mingguan dengan pengsi acara dari teman-teman komunitas secara bergiliran. Dengan begitu Cangwit menjadi ramai dan pedangan di Cangwit senang karena banyak pembeli.” (wawancara pada tanggal 23 Desember 2016)

Kegiatan yang diada di Cangwit memang menjadi daya tarik tersendiri. Dengan adanya kegiatan, banyak pengunjung yang datang ke Cangwit. Pedagang Cangwit sendiri secara efektif belum bisa mengikat pelanggan setianya untuk datang lagi secara berkala. Sehingga pedagang merasa jika Cangwit sepi itu karena tidak d kegiatan di Cangwit. Hal ini sesuai dengan pendapat Bapak Ali selaku Kepala Pasar Pucangsawit Kota Surakarta sebagai berikut:

“Menurut saya sih Cangwit itu sepi karena sedang tidak ada acara atau kegiatan saja. Tapi kalo pas ada acara pasti rame, parkirannya di samping dan depan pintu masuk pasar penuh. Jadi ya kalo nggak ada kegiatan lumayan sepi. Dan mulai munculnya tempat-tempat berkonsep menyerupai Cangwit yang letaknya ditengah kota menjadikan pengunjung lebih memilih yang dekat dengan kota.” (wawancara pada tanggal 18 Desember 2016)

Ramainya Cangwit disaat dilaksanakan kegiatan memang benar adanya. Dari awal penyeleksian pedagang Cangwit dalam materi interview Solo Muda Berkarya sudah berbicara mengenai tujuannya mendirikan *Creative Space Cangwit* sebagai wadah untuk anak muda berkumpul dan berkegiatan. Pihak koordinator kreatif sudah berupaya menjadwalkan kegiatan untuk meramaikan cangwit secara tidak langsung mendatangkan pembeli untuk pedagang Cangwit. Hal ini tidak diimbangi oleh pedagang Cangwit untuk mengajak pembelinya kembali datang meskipun tidak ada acara di Cangwit. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Mas Mifta sebagai Koordinator Kreatif Pasar Pucangsawit dalam wawancara sebagai berikut:

“Kami sudah memantik keramaian di Cangwit dengan berbagai acara, tapi kita bukan menejemen mall yang berkewajiban mendatangkan pembeli bagi pedagang, karena kami disini tidak memungut biaya apapun *pure* kerja kolektif. Malah teman-teman yang berjualan di sini kami upayakan bebas sewa tempat selama satu tahun kepada pihak DPP, hanya bayar retribusi listrik dan kebersihan yang terhitung murah. Semua itu sudah kami sampaikan saat kami mengadakan interview sebelum pedagang kami loloskan menjadi pedagang di Cangwit.” (wawancara pada 23 Desember 2016)

Pelaksanaan program ravitalisasi pasar tradisional berbasis ekonomi kreatif pada Pasar Pucangsawit merupakan wujud dukungan Pemerintah Kota, khususnya Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta dalam menerjemahkan ide dan gagasan dari generasi muda Kota Surakarta untuk mengfungsikan tempat di lantai dua

Pasar Pucangsawit sebagai tempat berkumpul dan berkegiatan bagi anak muda Kota Surakarta. Hal ini sesuai Perda No.1 Tahun 2010 Tentang Pengelolaan dan Perlindungan Pasar Tradisional. Dengan adanya *Creative Space Cangwit* Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta bertujuan supaya Cangwit dimaksimalkan fungsinya sebagai wadah bagi komunitas kreatif dan pengusaha muda yang masih merintis usaha kreatifnya untuk melakukan kegiatan yang positif, sehingga adanya Cangwit bisa menjadi daya tarik tersendiri Pasar Pucangsawit hingga diminati banyak pengunjung. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Ibu Susi selaku Kepala Sub. Bagian Perencanaan dan Evaluasi, sebagai berikut:

“DPP mendukung adanya Cangwit selama ini, karna ada Perda No.1 Tahun 2010 Tentang Pengelolaan dan Perlindungan Pasar Tradisional yang salah satu pasalnya berisi terbuka dengan ide atau gagasan dari masyarakat, selagi ide itu baik kami akan mendukung apalagi ini yang mengusulnya generasi muda dan jelas apa tujuan program yang mereka ajukan yaitu untuk memberikan tempat anak muda untuk berkumpul dan menjalankan bisnis start-up di ruang yang sama, jadi nggak menghilangkan fungsi pasar itu sendiri. Pasar Pucangsawit juga ramai setelah adanya Cangwit.” (wawancara pada 3 Januari 2017)

b. Organisasi Pelaksana Program Revitalisasi Pasar Tradisional Berbasis Ekonomi Kreatif pada Pasar Pucangsawit

Pelaksanaan program revitalisasi pasar tradisional berbasis ekonomi kreatif pada Pasar Pucangsawit di Kota Surakarta tidak bisa terlepas dari koordinasi antara pihak yang terlibat dalam pelaksanaan program tersebut. Dalam pelaksanaan program ini ada tiga pihak yang terlibat langsung dalam pelaksanaan program itu sendiri yaitu Dinas Pengelolaan Pasar kota Surakarta, Kepala pasar

Pucangsawit, dan Komunitas Solo Muda Berkarya. Peran Dinas Pengelolaan Pasar kota Surakarta disini bertindak sebagai fasilitator *Creative Space Cangwit*, Dinas Pengelolaan Pasar menyediakan tempat, pemeliharaan tempat, serta memberi kebebasan biaya sewa kios bagi pedagang Cangwit selama satu tahun terhitung dari peresmiannya. Lebih jelasnya Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta membagi tugas dalam pelaksanaan program, untuk renovasi dan pemeliharaan kebersihan sarana prasarana *Creative Space Cangwit* diserahkan pada Bisang Kebersihan dan Pemeliharaan Pasar DPP Kota Surakarta. Pengkajian perencanaan program dilakukan oleh Sub. Bagian Perencanaan dan Evaluasi. Kebijakan pembebasan uang sewa tempat selama setahun ini sebagai bentuk dukungan Dinas Pengelola Pasar Kota Surakarta kepada generasi muda yang menghasilkan produk kreatif dan berani untuk membangun usahanya sendiri. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Ibu Susi selaku Kepala Sub. Bagian Perencanaan dan Evaluasi, sebagai berikut:

“Peran DPP disini sebagai fasilitator saja, sebagai pihak pemilik tempat yang kebetulan tepatnya tidak digunakan kemudian dialih fungsikan sebagai *Creative Space Cangwit*. Kami bertanggung jawab atas tempat serta pemeliharanya karena bertempat di daerah teritorial tanggungjawab DPP. Kepala Pasar Pucangsawit tetap bertanggungjawab atas pengelolaan pedagang dan mengurus retribusi pedagang. Jadi Mas Mifta sebagai Koordinator kreatif di Cangwit yang bertanggungjawab atas kegiatan di Cangwit.” (wawancara pada 3 Januari 2017)

Tugas Kepala Pasar Pucangsawit sendiri sebagai pengelola pedagang selain itu Kepala Pasar memberikan sosialisasi terkait adanya Cangwit dan bertugas untuk menarik retribusi harian berupa retribusi listrik dan kebersihan bagi pedagang Cangwit. Solo Muda Berkarya sebagai inisiator sekaligus koordinator

Creative Space Cangwit. Solo Muda Berkarya berkontribusi dalam ide dan pelaksana kegiatan di Cangwit. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Mas Mifta selaku Koordinator Cangwit, hasilnya sebagai berikut:

“Kami disini sebagai inisiator dan koordinator *Creative Space Cangwit*, ide tempat, konsep, kriteria pedagang, kegiatan yang dilaksanakan semua kami yang urus kecuali penarikan biaya apapun, karna kami mendirikan Cangwit tidak sebagai bisnis melainkan kolektif bersama teman-teman Solo Muda Berkarya yang lain. Biaya yang dikeluarkan pedagang Cangwit hanya berupa retribusi haran listrik dan kebersihan yang ditarik oleh Pak Ali selaku Kepala Pasar Pucangsawit yang berkewajiban mengelola pedagang.” (wawancara pada 23 Desember 2016)

DINAS PENGELOLAAN PASAR KOTA SURAKARTA	
BAYARLAH RETRIBUSI SESUAI PERDA	
BESARAN TARIF :	
- RETRIBUSI PLATARAN	Rp 300,-/m2/hari
- RETRIBUSI KEBERSIHAN (RPP)	Rp 100,-/m2/hari
- RETRIBUSI LISTRIK	Rp 300,-/watt/bulan
	- Perda No. 1 Th. 2010
	- Perda No. 5 Th. 2016
	- Perwali No. 14 Th. 2016
	- Perda PKL
	- SK Listrik
	- SK Angsuran Kios
PASAR PUCANGSAWIT KLAS : II A	

Gambar 8: Tarif Retribusi Pasar Pucangsawit

Sumber: Dokumen Pribadi, 2016

Sesuai dengan gambar diatas, besarnya tarif retribusi bagi pedagang Cangwit sudah diatur dalam Peaturan Daerah yang telah tercantum. Karena biaya sewa digratiskan, pedagang Cangwit hanya membayar biaya retribusi listrik dan retribusi kebersihan saja. Dengan demikian pedagang Cangwit tidak terlalu terbebani karena nominal yang ditanggung tidak terlalu banyak. Adanya penarikan retribusi kebersihan dan retribusi listrik turut membantu menambah Pendapatan Asli Daerah (PAD) Pasar Pucangsawit.

c. **Kelompok Sasaran/Pemanfaat Program Revitalisasi Pasar Tradisional Berbasis Ekonomi Kreatif pada Pasar Pucangsawit**

Seluruh instansi pemerintahan pasti memperhitungkan *output* atau hasil akhir yang harus dicapai pada pelaksanaan program yang telah dijalankan. Begitu juga dengan Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta yang memberi dukungan penuh pada *Creative Space Cangwit*. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Susi selaku Kepala Sub. Bagian Perencanaan dan Evaluasi Dinas Pengelolaan Pasar (DPP) Kota Surakarta, sebagai berikut:

“Dengan adanya *Creative Space Cangwit* di Pasar Pucangsawit yang pasti bisa menyumbang sedikit nominal pada PAD (Pendapatan Asli Daerah) Kota Surakarta melalui retribusi listrik dan retribusi kebersihan dan bisa dijadikan tempat alternatif berkumpulnya anak muda di Kota Surakarta.” (wawancara pada 3 Januari 2017)

Pernyataan tersebut diperkuat oleh Bapak Ari selaku Staff Pasar Pucangsawit, sebagai berikut:

“Adanya penambahan pedagang setelah adanya Cangwit ikut menambah hasil retribusi harian Pasar Pucangsawit, ya karena pedagang cangwit tidak dibebani sewa tempat hanya retribusi kebersihan dan listrik saja tiap harinya. Walaupun begitu dilihat dari PAD Pasar Pucangsawit tahun 2015 dan 2016 ada peningkatannya meski hanya sedikit. Adanya kegiatan di Cangwit sendiri juga menguntungkan bagi Karangtaruna setempat karena setiap ada acara di Cangwit yang mengelola parkirnya adalah karangtaruna. (wawancara pada 22 Desember 2016)

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa output yang ada pada pelaksanaan program *Creative Space Cangwit* ini adalah meningkatkan kontribusi Penghasilan Asli Daerah (PAD) Kota Surakarta melalui retribusi Pasar Pucangsawit. Dengan diresmikannya Cangwit sendiri sekarang komunitas dan

anak muda kreatif yang ingin berkumpul dan berkegiatan memiliki ruangnya sendiri, pedagang pemula dengan produk kreatifpun memiliki tempat untuk memasarkan dagangannya tanpa harus membayar sewa tempat dan hanya membayar retribusi kebersihan dan listrik saja yang terbilang murah. Kegiatan yang diadakan Cangwit juga menguntungkan bagi warga sekitar pasar khususnya Karangtaruna yang mendapat kepercayaan dari Pasar Pucangsawit untuk mengelola parkir saat diadakannya kegiatan di Cangwit.

Pedagang yang berada pada lantai dasar mendapatkan sedikit keuntungan dengan adanya *Creative Space Cangwit* dilantai dua. Pedagang Cangwit tidak jarang membeli bahan dasar seperti tepung terigu, minyak, penyedap rasa, telur dan sebagainya dari pedagang tradisional di lantai dasar. Karena kebanyakan pedagang Cangwit menjual makanan olahan yang membutuhkan bahan dasar yang kebanyakan disediakan oleh pedagang tradisional lantai dasar. Hal ini sesuai dengan pernyataan Bapak Ali selaku Kepala Pasar Pucangsawit Kota Surakarta dalam wawancara sebagai berikut:

“Ada yang jual makanan di cangwit, biasanya kalo mereka siap-siap dari siang atau nggak sore biasanya membeli bahan-bahan kayak bumbu, minyak dan lain-lain di pedagang tradisional lantai dasar. Memang dari koordinator kreatif juga harapanya bisa begitu, ada timbal balik antar pedagang lantai dasar dan lantai dua.” (wawancara pada 18 Desember 2016)

Tabel 6: Jumlah Pendapatan Asli Daerah (PAD) pada Pasar Pucangsawit Kota Surakarta

No	Tahun	Target APBD	Realisasi
1	2015	897.451.000	37.511.400
2	2016	869.333.600	39.408.250

Sumber : Arsip Pasar Pucangsawit Kota Surakarta, 2016

Dari tabel terlihat bahwa ada peningkatan pendapatan dari 2015 ke 2016. Meskipun peningkatannya hanya sedikit yaitu pada 2015 realisasi dari target Rp 897.451.000 adalah Rp 37.511.400 pada tahun 2016 realisasi dari target Rp 869.333.600 adalah Rp 39.408.250 jumlah pendapatan pasar Pucangsawit mengalami sedikit peningkatan. Hasil retribusi harian pedagang sangat mempengaruhi pendapatan Pasar Pucangsawit.

2. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat dalam Pelaksanaan Program Revitalisasi Pasar Tradisional Berbasis Ekonomi Kreatif pada Pasar Pucangsawit

Sebuah program pasti terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pelaksanaannya, baik faktor pendukung ataupun faktor penghambat program itu sendiri. Faktor-faktor itulah yang nantinya memperlihatkan bagaimana kerja keras pihak terkait dalam melaksanakan kegiatan tersebut.

a. Faktor Pendukung

Pada hasil penelitian dilapangan, diemuan beberapa faktor pendukung pada program ini diantaranya :

1. Dukungan penuh Pemerintah Kota Surakarta

Walikota Surakarta mendukung penuh berdirinya *Creative Space Cangwit* yang merupakan wadah berkumpul dan sebagai ruang ekspresi anak muda di Surakarta pada khususnya. Respon yang baik oleh Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta yang bertanggung jawab atas renovasi, pemeliharaan *Creative Space Cangwit* dan membebaskan sewa tempat bagi pedagang di Cangwit dengan pertimbangan usaha yang dijalankan kebanyakan milik mahasiswa dan masi tergolong usaha baru. Dinas Pengelolaan Pasar juga menyediakan anggaran yang dibutuhkan untuk merenovasi sarana prasarana di *Creative Space Cangwit* seperti, kios semi permanen, *public space*, jaringan internet dan lainnya untuk menjalankan program ini. Hal ini sesuai dengan wawancara dengan Bapak Ali selaku Kepala Pasar Pucangsawit Kota Surakarta, beliau mengatakan:

“Cangwit ini didukung penuh oleh Pemkot Surakarta terutama Bapak FX Rudi sebagai Walikota Surakarta, tidak jarang beliau memberi bantuan langsung ke Cangwit untuk oprasional cangwit. Untuk renovasi dan pemeliharaan diurus pihak DPP karena lokasi cangwit berada di pasar yang merupakan tanggungjawab DPP. Cangwit juga sudah dilengkapi dengan Wifi yang dibiayai DPP dengan harapan pengunjung bisa nyaman dan betah untuk mengerjakan tugas atau apapun di Cangwit. Adanya kegiatan dari komunitas juga menjadikan Cangwit ramai sehingga parkir kami serahkan kepada pihak Karangtaruna setempat untuk dikelola. Selain itu juga pedagang di Cangwit dibebaskan sewa kios selama satu tahun terhitung saat peresmian Cangwit. Bentuk dukungan pemerintah kepada Cangwit cukup besar karena Cangwit muncul dari gagasan dan ide dari generasi-generasi muda yang

ikut berpartisipasi dalam pembangunan daerahnya.”
(wawancara pada 18 Desember 2016)

2. Antusiasme masyarakat dalam memanfaatkan bangunan milik pemerintah khususnya pasar.

Melihat kurangnya ruang publik berkonsep ekonomi kreatif di Kota Solo, melatar belakangi komunitas Solo Muda Berkarya menggagas berdirinya *Creative Space Cangwit* yang menggunakan ruang di lantai dua Pasar Pucangsawit. *Creative Space Cangwit* merupakan tempat publik dengan konsep ekonomi kreatif, dimana banyak komunitas yang berkumpul untuk mengadakan kegiatan tanpa ada beban biaya sewa dan tempat berdagang bagi pengusaha muda dengan ragam produk kreatif. Hal tersebut berdasarkan hasil wawancara dengan Mas Mifta selaku Koordinator *Creative Space Cangwit*, sebagai berikut:

“Dulu aku sama teman-teman kepikiran pengen punya tempat yang anak muda banget gitu, yang bisa buat kumpul sama berbagi ilmu. Terus nyari-nyari tempat ada beberapa pilihan tempat, tapi yang paling enak di Pasar Pucangsawit ini selain dekat sama kampus pedagangnya juga tidak terlalu ramai, soalnya kami sungkan sama pedagang lama takut mengganggu juga. Karena tempat kita di pasar jadi kami tidak ingin menghilangkan fungsi pasar sebagai tempat untuk jual-beli makanya kita juga menghadirkan teman-teman yang punya produk kreatif untuk bisa dijual belikan di *Creative Space Cangwit*.” (wawancara pada tanggal 23 Desember 2016)

b. Faktor Penghambat

Selain faktor pendukung ada juga faktor penghambat dalam pelaksanaan program itu sendiri. Pada hasil penelitian di lapangan, ditemukan beberapa faktor penghambat di antaranya:

1. Kurangnya partisipasi pedagang Cangwit dalam upaya meramaikan Cangwit.

Kurangnya kontribusi pedagang Cangwit untuk meramaikan kedainya sendiri. Dengan kata lain pedagang Cangwit masih bergantung dengan program kegiatan yang dijadwalkan oleh pihak koordinator kreatif. Pihak koordinator sendiri sudah memberi sosialisasi kepada pedagang Cangwit terkait konsep kolektif pada *Creative Space Cangwit*, sehingga diharapkan pedagang Cangwit ikut andil dalam meramaikan atau mempromosikan Cangwit. Hal tersebut berdasarkan hasil wawancara dengan Mas Mifta selaku Koordinator *Creative Space Cangwit*, sebagai berikut:

“Kami sudah memantik keramaian di Cangwit dengan berbagai acara, tapi kita bukan menejemen *mall* yang berkewajiban mendatangkan pembeli bagi pedagang, karena kami disini tidak memungut biaya apapun *pure* kerja kolektif. Malah teman-teman yang berjualan di sini kami upayakan bebas sewa kios selama satu tahun kepada pihak DPP, hanya bayar retribusi listrik dan kebersihan yang terhitung murah. Semua itu sudah kami sampaikan saat kami mengadakan *interview* sebelum pedagang kami loloskan menjadi pedagang di Cangwit. Sekarang di Solo juga sudah banyak tempat-tempat yang konsepnya mirip dengan

Cangwit yang lokasinya juga lebih mudah diakses sehingga pengunjung Cangwit kemungkinan lebih memilih tempat itu.” (wawancara pada 23 Desember 2016)

2. Lokasi *Creative Space Cangwit* yang dirasa kurang strategis.

Karena letaknya berada di sebelah timur Kota Surakarta, yang terbilang jauh dari pusat kota. Menjadi salah satu alasan mengapa terjadi penurunan pengunjung di Cangwit. Lokasi Cangwit yang kurang strategis, karena berada di ujung timur Surakarta. Meskipun dekat dengan kampus tetapi pengunjung Cangwit bukan hanya dari kelompok mahasiswa saja. Selain itu akses kendaraan umum yang tersedia sangat terbatas, sampai saat ini hanya ada 1 angkutan yang melewati Pasar Pucangsawit. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara oleh Bapak Ali selaku Kepala Pasar Pucangsawit, sebagai berikut:

“Kalo menurut pribadi saya ya mbak, lokasi Pasar Pucangsawit sendiri kurang strategis jauh dari kota. Angkutan umum saja Cuma ada satu yang lewat di depan pasar itupun nunggunya lumayan lama. Kalo dari kampus sih deket, tapikan pengunjung nggak cuma dari kalangan mahasiswa tok, mereka juga rumahnya nggak didaerah sini semua ya jadi mending sekalian ke kota.” (wawancara pada 18 Desember 2016)

C. Analisis Data dan Pembahasan

1. Pelaksanaan Program Revitalisasi Pasar Tradisional Berbasis Ekonomi

Kreatif pada Pasar Pucangsawit

a. Program Revitalisasi Pasar Tradisional Berbasis Ekonomi Kreatif pada Pasar Pucangsawit

Pasar tradisional sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya yaitu tempat bertemunya penjual dan pembeli yang ditandai dengan adanya transaksi penjual dan pembeli secara langsung, yang mana bangunan pasar tersebut terdiri atas kios-kios, los, dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual ataupun pengelola dari pasar itu sendiri (<http://id.wikipedia.org>). Untuk memajukan pasar tradisional agar tidak kalah saing dengan pasar modern yang semakin lama semakin menjamur keberadaannya, maka dilakukanlah revitalisasi pasar. Revitalisasi pasar yang dilakukan tidak hanya sekedar perbaikan fisik bangunan dari pasar tradisional itu sendiri tetapi juga dari segi pengelolaannya, baik dari pemerintah maupun pihak-pihak yang terkait.

Bertolak pada Peraturan Daerah Kota Surakarta No.1 Tahun 2010 Tentang Pengelolaan dan Perlindungan Pasar Tradisional yang menjadi landasan Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta melakukan revitalisasi dari aspek fisik bangunan maupun pengelolaan pasar tradisional. Dilaksanakannya revitalisasi bukan semata-mata hanya kepetingan pemerintah, akan tetapi merupakan tindakan yang harus dilaksanakan untuk memelihara barang publik (*public good*). Dalam

hal ini yang menjadi objeknya adalah ruang di lantai dua pada pasar pucangsawit Kota Suakarta.

Untuk mewujudkan pasar tradisional yang bisa bersaing dengan pasar modern, dan mampu mendorong kegiatan perekonomian masyarakat setempat. Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta yang bekerjasama dengan Komunitas Solo Muda Berkarya sebagai inisiator program revitalisasi pasar tradisional berbasis ekonomi kreatif yang dilaksanakan pada area lantai dua pasar pucangsawit.

Rondinelli dalam Keban (2008) juga mengungkapkan bahwa saat ini peran pemerintah harus diarahkan kepada melayani masyarakat agar mencapai *democratic governance*. Hal ini harus dilakukan secara efektif melalui inovasi, prinsip-prinsip *good governance*, penguatan institusi-institusi publik, partisipasi, pengembangan kapasitas, desentralisasi pemberian pelayanan, pemberdayaan, dan kemitraan sektor publik dan swasta. Kegiatan di dunia Administrasi Publik adalah semua kegiatan yang dikerjakan pemerintah dengan jumlah dan jenis yang sangat banyak dan variatif, baik tentang pemberian pelayanan di berbagai bidang kehidupan (*public services*), maupun yang menyangkut dengan mengejar ketertinggalan masyarakat melalui program-program pembangunan. Secara khusus, kegiatan administrasi publik difokuskan pada aspek manajemen sebagai pelaksanaan dari kebijakan publik. Artinya administrasi publik lebih berkenaan dengan kegiatan pengelolaan pelayanan publik.

Sesuai dengan pernyataan Korten dalam Tarigan (2000:12) program merupakan elemen yang pertama dari tiga elemen penting dalam pelaksanaan program itu sendiri. Salah satu cara yang digunakan oleh pemerintah adalah dengan melaksanakan program revitalisasi Pasar Pucangsawit baik dari sarana prasarana dan pengelolaan pasar. Dengan harapan dibangunnya *Creative Space Cangwit* bisa menjadi wadah berkreasi anak muda di Kota Surakarta dan tempat pengusaha muda dengan produk kreatif yang diperdagangkan. Hal ini sesuai dengan Sanderson (1994:532) istilah revitalisasi berarti suatu upaya untuk menciptakan eksistensi yang baru bagi keadaan sekarang yang ada.

Sesuai dengan temuan dilapangan Pasar Pucangsawit merupakan salah satu dari 44 pasar tradisional yang ada di Kota Surakarta dan dikelola oleh Dinas Pengelolaan Pasar. Pasar Pucangsawit mulai dibangun pada tahun 2009 selama dua tahap dan diresmikan pada tahun 2011. Lokasi Pasar Pucangsawit berada wilayah Surakarta bagian Timur, sehingga bisa dikatakan jauh dari pusat kota. Pasar Pucangsawit merupakan jawaban masyarakat sekitar yang menginginkan dibangunnya pasar tradisional di daerah tersebut serta sebagai bentuk pemusatan Pedagang Kaki Lima di wilayah Kecamatan Jebres dan sekitarnya.

Kondisi Pasar Pucangsawit dari pertama diresmikan pada tahun 2011 hingga saat ini belum seperti yang diharapkan. Menurut wawancara yang telah dilakukan dengan Kepala Pasar Pucangsawit awalnya kondisi pasar sudah cukup ramai namun setelah adanya relokasi warga bantaran sungai Bengawan Solo antara tahun 2012 hingga 2013 di daerah Pucangsawit membuat Pasar Pucangsawit

kehilangan para pengunjungnya sehingga membuat pasar menjadi sepi dan ditinggalkan oleh para pedagang. Perkembangan Pasar Pucangsawit mulai tumbuh pada tahun 2014 dimulai dari sekelompok anak muda yang menamakan dirinya Solo Muda Berkarya tergerak untuk memanfaatkan ruang Pasar Pucangsawit lantai dua sebagai pasar kreatif tempat berkumpulnya anak muda dan komunitas kreatif di Kota Surakarta. Dipilihnya Pasar Pucangsawit sebagai *Creative Space* karena kondisi pasar yang tidak terlalu banyak pedagang dan lokasinya yang berdekatan dengan kampus, seperti Universitas Sebelas Maret (UNS), Institut Seni Indonesia (ISI) dan kampus lainnya. Tidak hanya tempat untuk berkumpul komunitas tetapi di *Creative Space Cangwit* juga menyuguhkan pasar kreatif yang menampung Usaha-usaha *Start-Up* anak muda dengan produk yang kreatif. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan pihak koordinator kreatif.

Diambilnya konsep ekonomi kreatif pada *Creative Space Cangwit* sangat beralasan karena ekonomi kreatif berpengaruh positif dalam membangun negara-negara di seluruh benua untuk menggali dan mengembangkan potensi kreativitas yang dimilikinya. Sejalan dengan Suryana (2013:36) ekonomi kreatif dapat dipandang sebagai penggerak pertumbuhan dan pembangunan ekonomi suatu bangsa. Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta juga menyadari bahwa industri kreatif merupakan sumber ekonomi baru yang wajib dikembangkan lebih lanjut di dalam perekonomian daerah, khususnya Kota Surakarta.

Menurut Abdullah (1988) dalam proses pelaksanaan suatu program sekurang-kurangnya ada tiga unsur yang penting dan mutlak ada, antara lain yaitu:

- a. Adanya program (Kebijaksanaan) yang dilaksanakan jadi ada tujuan yang ingin dicapai dari program tersebut sehingga program tersebut berhasil. Pelaksanaan program ravitalisasi pasar tradisional berbasis ekonomi kreatif pada Pasar Pucangsawit merupakan wujud dukungan Pemerintah Kota, khususnya Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta dalam menerjemahkan ide dan gagasan dari generasi muda Kota Surakarta untuk mengfungsikan tempat di lantai dua Pasar Pucangsawit sebagai tempat berkumpul dan berkegiatan bagi anak muda Kota Surakarta. Hal ini sesuai Perda No.1 Tahun 2010 Tentang Pegelolaan dan Perlindungan Pasar Tradisional. Dengan adanya *Creative Space Cangwit* Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta bertujuan supaya Cangwit dimaksimalkan fungsinya sebagai wadah bagi komunitas kreatif dan pengusaha muda yang masih merintis usaha kreatifnya untuk melakukan kegiatan yang positif, sehingga adanya Cangwit bisa menjadi daya tarik tersendiri Pasar Pucangsawit untuk mengundang pengunjung. Dipilihnya Pasar Pucangsawit sebagai *Creative Space Cangwit* karena kondisi pasar yang tidak terlalu banyak pedagang dan lokasinya yang berdekatan dengan kampus, seperti Universitas Sebelas Maret (UNS), Institut Seni Indonesia (ISI) dan kampus lainnya. Tidak hanya tempat untuk berkumpul komunitas tetapi di *Creative Space*

Cangwit juga menyuguhkan pasar kreatif yang menampung Usaha-usaha *Start-Up* anak muda dengan produk yang kreatif. Karena Adanya inisiatif kelompok anak muda yang ingin memanfaatkan lahan di lantai dua Pasar Pucangsawit disambut baik oleh Pemkot dan Dinas Pengelolaan Pasar (DPP). Hal ini dianggap akan menghidupkan kembali Pasar Pucangsawit dengan konsep kreatif yang ditawarkan. Setelah menyetujui proposal dari Solo Muda Berkarya pihak Dinas Pengelolaan Pasar mulai melakukan renovasi Pasar Pucangsawit khususnya pada lantai dua atau sekarang lebih dikenal dengan *Creative Space Cangwit*. Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta memberikan sosialisasi kepada pedagang pasar di lantai satu terkait akan diadakannya renovasi pada lantai dua Pasar pucangsawit.

- b. *Target group*, yaitu kelompok masyarakat yang menjadi sasaran dan diharapkan akan menerima manfaat dari program tersebut dalam bentuk perubahan dan peningkatan dari pelaksanaan program yang telah dibuat tersebut diharuskan memberikan hasil positif bagi sekelompok masyarakat yang telah menjadi target. *Targer group* Cangwit sendiri adalah anak muda atau komuitas yang membutuhkan ruang untuk melakukan berbagai kegiatan kreatif dan mengajak pengusaha muda yang memiliki produk kreatif untuk berdagang, mengenalkan produk kreatifnya kepada publik melalui *Creative Space Cangwit*. Dengan demikian pengusaha muda pemula memiliki wadah untuk berjualan tanpa dibebani uang sewa kios dalam satu tahun. Kehadiran Cangwit juga membantu pemasukan retribusi

Pasar Pucangsawit sehingga mendambah Pendapatan Asli Daerah Kota Surakarta (PAD).

- c. Unsur pelaksana (Implementasi) baik organisasi maupun perorangan yang bertanggungjawab dalam pengelolaan, pelaksanaan dan pengawasan dari proses implementasi tersebut. Dalam hal ini Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta menjadi fasilitator dan sebagai pengawas berjalannya program *Creative Space Cangwit* karena ruang yang digunakan merupakan tanggung jawab Dinas Pengelolaan Pasar. Dari renovasi yang dilakukan sampai pemeliharannya dilakukan oleh Dinas Pengelolaan Pasar. Sedangkan koordinator pelaksanaan *Creative Space Cangwit* diserahkan sepenuhnya oleh komunitas Solo Muda Berkarya sebagai inisiator program *Creative Space Cangwit*, bertanggung jawab dengan berjalannya Cangwit.

Sesuai dengan fungsi-fungsi manajemen menurut George Tery dalam Hasibuan (2008:38) Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta sudah menerapkan empat fungsi manajemen itu sendiri. Mulai dari perencanaan program dan renovasi yang telah disepakati dengan komunitas Solo Muda Berkarya. Kemudian pembagian tugas terkait pelaksanaan *Creative Space Cangwit* sehingga mempermudah dalam pelaksanaannya. Telah ditentukannya bagian-bagian yang sudah disesuaikan dengan kemampuannya akan lebih memudahkan pelaksananya. Dinas Pengelola Pasar Kota Surakarta pada akhirnya yang bertanggungjawab atas pengawasan pada pelaksanaan Cangwit.

Sesuai dengan pengamatan di lapangan terlihat perbedaan antara sebelum dan sesudah adanya *Creative Space Cangwit*. Pertama, dari jam operasi Pasar Pucangsawit yang sebelumnya beroperasi dari pagi hingga siang hari, setelah adanya Cangwit jam operasi Pasar Pucangsawit berlangsung hingga malam hari. Kedua, karena Cangwit mengusung konsep pasar kreatif yang terhitung baru di Kota Surakarta menjadi daya tarik tersendiri bagi anak muda untuk berkunjung. Ketiga, dengan banyaknya kegiatan yang dilaksanakan di Cangwit membuka peluang bagi Karangtaruna setempat untuk mengelola lahan parkir dengan persetujuan Kepala Pasar Pucangsawit. Keempat, banyaknya pedagang makanan olahan di Cangwit menjadi keuntungan bagi pedagang bahan mentah pada lantai dasar.

b. Organisasi Pelaksana Program Revitalisasi Pasar Tradisional Berbasis Ekonomi Kreatif pada Pasar Pucangsawit

Implementasi dalam sistem yang berhubungan dengan kebijakan publik umumnya adalah sesuatu yang memiliki ciri khas sendiri, sehingga memiliki beberapa ciri-ciri yang agaknya tidak dimiliki oleh kebijakan jenis lain. Ciri-ciri khusus yang melekat pada kebijakan-kebijakan publik yang bersumber pada kenyataan bahwa kebijakan itu lazimnya dipikirkan, didesain, dirumuskan, dan diputuskan oleh mereka oleh David Easton (1953:1965) disebut sebagai orang-orang yang memiliki otoritas (*public authorities*) dalam sistem politik. Penelitian ini mengidentifikasi ada kepala Dinas Pengelolaan Pasar (DPP) Kota Surakarta sebagai pengelola pasar di Kota Surakarta dibantu oleh pemegang kebijakan lain

seperti Kepala Bidang Kebersihan dan Pemeliharaan Pasar DPP Kota Surakarta, Kepala Sub.Bagian Perencanaan dan Evaluasi DPP Kota Surakarta dan Kepala Pasar Pucangsawit. Mereka inilah, masih menurut pendapat Easton, yang merupakan orang-orang yang dalam kesehariannya terlibat langsung dalam urusan-urusan politik dari sistem politik, dan dianggap sebagai pihak yang mempunyai kapasitas dan bertanggung jawab atau urusan-urusan.

Organisasi pelaksana dalam suatu program merupakan elemen penting kedua menurut Korten dalam Tarigan (2000:12). Kesesuaian antara program dengan organisasi pelaksana, yaitu kesesuaian antara tugas yang disyaratkan oleh program dengan kemampuan organisasi pelaksana. Jika organisasi pelaksana program tidak memiliki kemampuan melaksanakan tugas yang disyaratkan oleh program, maka organisasi tersebut tidak dapat menyampaikan *output* program dengan tepat.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, diketahui bahwa dalam pelaksanaan program *Creative Space Cangwit* ada pembagian dalam tugas pelaksanaannya. Dinas Pengelola Pasar Kota Surakarta bertindak sebagai fasilitator yang menyediakan anggaran dana, renovasi dan pemeliharaan Cangwit. Tugas renovasi dan pemeliharaan diserahkan kepada Bidang Kebersihan dan Pemeliharaan Pasar DPP Kota Surakarta. Perencanaan anggaran sampai perencanaan renovasi dilakukan oleh Sub.Bagian Perencanaan dan Evaluasi DPP Kota Surakarta. Penarikan retribusi pedagang Cangwit dilakukan oleh Kepala Pasar Pucangsawit, tidak hanya penarikan retribusi Kepala Pasar

juga memberikan sosialisasi kepada pedagang di lantai satu Pasar Pucangsawit karena masih dalam wilayah tanggungjawabnya. *Creative Space Cangwit* sendiri dikendalikan oleh koordinator kreatif dari komunitas Solo Muda Berkarya. Hal ini sesuai dengan kebijakan yang dikeluarkan oleh Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta terkait pembagian tugas.

Sesuai dengan hasil wawancara dengan koordinator kreatif, peran koordinator kreatif disini sangat penting, karena tugas koordinator kreatif sendiri adalah untuk menjalankan kegiatan-kegiatan di Cangwit. Koordinator kreatif mengadakan seleksi sebelum menentukan pedagang yang bisa berjualan di Cangwit. Diadakannya seleksi pedagang Cangwit karena banyaknya minat pedagang untuk membuka lapak di Cangwit yang bebas uang sewa tempat selama satu tahun. Seleksi pedagang juga bertujuan untuk memilih produk kreatif yang merupakan hasil dari pengusaha pemula yang tergolong anak muda. Dalam seleksi, pedagang juga mendapatkan sosialisasi mengenai latar belakang berdirinya Cangwit, hal ini dilakukan supaya pedagang Cangwit merasa memiliki Cangwit sehingga bisa berkontribusi secara kolektif. Kontribusi kolektif yang diharapkan dari pedagang Cangwit seperti kemandirian dalam mempromosikan produknya, sehingga tidak bergantung dengan koordinator untuk selalu mengadakan kegiatan di *Creative Space Cangwit*.

c. Kelompok Sasaran/Pemanfaat Program Revitalisasi Pasar Tradisional Berbasis Ekonomi Kreatif pada Pasar Pucangsawit

Wahab (1991:49) juga menjelaskan bahwa dalam implementasi program yang melibatkan banyak organisasi pemerintah dapat dilihat dari 3 (tiga) sudut pandang, yaitu: 1) pembuat kebijaksanaan (*the center*); 2) pejabat-pejabat pelaksana di lapangan (*the periphery*); dan 3) kelompok sasaran (*target group*). Berdasarkan teori tersebut, maka dapat digarisbawahi bahwa kelompok sasaran yang diberikan keuntungan dalam pelaksanaan program *Creative Space Cangwit* adalah masyarakat pasar. Sehingga kelompok sasaran yang dimaksud dalam penelitian ini adalah meliputi komunitas kreatif, pengusaha muda dengan produksi kreatif.

Kelompok sasaran dalam suatu program merupakan elemen terakhir yang penting menurut Korten dalam Tarigan (2000:12). Kesesuaian antara kelompok pemanfaat dengan organisasi pelaksana, yaitu kesesuaian antara syarat yang diputuskan organisasi untuk dapat memperoleh *output* program dengan apa yang dapat dilakukan oleh kelompok sasaran program. Hal ini disebabkan apabila *output* program tidak sesuai dengan kebutuhan kelompok sasaran, jelas *output* tidak dapat dimanfaatkan.

Melalui temuan dilapangan fungsi *Creative Space Cangwit* sendiri sudah sesuai dengan kebijakan yang telah dikeluarkan Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta, Cangwit sebagai tempat berkumpul dan melakukan kegiatan positif

serta menjadi tempat untuk pengusaha muda yang sedang memulai usaha kreatifnya sendiri atas inisiatif Solo Muda Berkarya. Dengan adanya *Creative Space Cangwit* Pasar Pucangsawit sendiri mendapatkan keuntungan dari retribusi yang dibebankan oleh pedagang Cangwit. Retribusi yang diwajibkan oleh Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta adalah retribusi kebersihan dan retribusi listrik yang besarnya sudah diatur dalam Peraturan daerah kota Surakarta. Retribusi yang telah ditetapkan sesuai dengan Peraturan Daerah Kota Surakarta melalui Peraturan Daerah No.1 tahun 2010, Peraturan Daerah No.5 tahun 2016, Peraturan Walikota No.14 Tahun 2016, Perda PKL, dan SK Listrik. Dengan adanya retribusi yang diberikan pedagang Cangwit kepada Kepala Pasar Pucangsawit hasilnya terlihat pada Pendapatan Asli Daerah Pasar Pucangsawit yang meningkat pada tahun 2016 dibandingkan 2015.

Melalui pengamatan dilapangan, dengan adanya *Creative Space Cangwit* menjadi daya tarik tersendiri bagi Pasar Pucangsawit. Terbukti dari banyaknya kegiatan dari komunitas kampus maupun umum untuk melakukan acara atau kegiatan di Cangwit. Antara lain komunitas film komunitas barang antic, komunitas fotografi dan sebagainya. Kegiatan yang dilakukan di Cangwit otomatis mengundang banyaknya pengunjung untuk datang dan mengikuti kegiatan yang dilaksana. Pengunjung yang datang tidak semua tertarik dengan kegiatan yang diadakan tetapi karena adanya pedagang produk kreatif yang ada di *Creative Space Cangwit* seperti, makanan olahan yang sudah dimodifikasi, prooduk digital dan lain sebagainya. Sejalan dengan Howkins (2001:9)

keaktivitas dapat dikatakan memberikan karakter baru pada sesuatu. Sehingga dengan adanya ide kreatif dalam memodifikasi sesuatu dapat menjadikan nilai tambah tersendiri bagi hasil modifikasi itu.

2. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat dalam Pelaksanaan Program

Revitalisasi Pasar Tradisional Berbasis Ekonomi Kreatif pada Pasar

Pucangsawit

Faktor pendukung dan faktor penghambat dalam pelaksanaan program revitalisasi pasar tradisional berbasis ekonomi kreatif dapat menjadi tolak ukur kelancaran program tersebut. Bila memang terdapat faktor penghambat dalam pelaksanaan program tersebut diharapkan pihak-pihak terkait mampu menemukan solusi dari masalah tersebut, agar nantinya hasil yang didapatkan menjadi lebih baik.

a. Faktor Pendukung

Faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan program dapat menjadi tolak ukur keberhasilan suatu program, seperti yang dikemukakan oleh Donal P. Wareick dalam Abdullah (1988:17). Faktor pendukung dalam pelaksanaan program revitalisasi pasar tradisional berbasis ekonomi kreatif pada Pasar Pucangsawit di Kota Surakarta yaitu sebagai berikut:

1. Dukungan dari Pemerintah Kota Surakarta

Dukungan diberikan pemerintah Kota Surakarta berupa kemudahan izin dalam membangun ruang berkumpul anak muda dengan mengungkap konsep ekonomi kreatif sehingga tidak menghilangkan fungsi pasar sebagai tempat untuk berdagang karena ikut mengundang pengusaha muda yang

memiliki produk kreatif untuk di perdagangkan, sehingga tidak menghilangkan arti dari pasar itu sendiri. Dinas Pengelola Pasar Kota Surakarta yang merupakan pihak yang bertanggungjawab atas pasar di Kota Surakarta juga ikut andil dalam pelaksanaan Creative Space Cangwit dengan menyiapkan anggaran untung merenovasi dan perawatan di Cangwit itu sendiri. Walikota Surakarta juga secara berkala membantu finansial pada *Creative Space Cangwit*. Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta juga membebaskan uang sewa kios untuk pedagang Cangwit selama satu tahun terhitung sejak peresmiannya yaitu 21 November 2015, Pedagang Cangwit hanya dibebani biaya retribusi listrik dan retribusi kebersihan.

2. Antusiasme masyarakat dalam memanfaatkan bangunan milik pemerintah, khususnya pasar.

Kesadaran anak muda Kota Surakarta dengan kurangnya ruang berkreasi bagi komunitas atau masyarakat umum. Melahirkan gagasan untuk menciptakan ruang terbuka dengan konsep ekonomi kreatif dengan harapan bisa menjadi tempat berkumpulnya komunitas kreatif untuk melakukan kegiatan yang positif. Bertempat pada lantai dua Pasar Pucangsawit bukan tanpa alasan, karena pihak Solo Muda Berkarya telah melakukan survey lokasi dan dirasa lantai dua Pasar Pucangsawit yang paling pas. Lokasi yang dekat dengan beberapa kampus dan sepinya pasar dari kegiatan menjadikan salah satu pertimbangan dipilihnya Pasar Pucangsawit. Dengan mengusung konsep ekonomi kreatif pemanfaatan ruang di lantai dua Pasar Pucangsawit tidak menghilangkan arti pasar

sebagai tempat jual beli yang sesuai dengan Peraturan Presiden No.112 Tahun 2007 yang mengatur tentang pasar modern dan pasar tradisional. Tidak hanya untuk berkumpul tetapi *Creative Space Cangwit* turut mengundang pengusaha muda Kota Surakarta pada khususnya yang memiliki produk kreatif untuk dijual belikan di Cangwit.

b. Faktor Penghambat

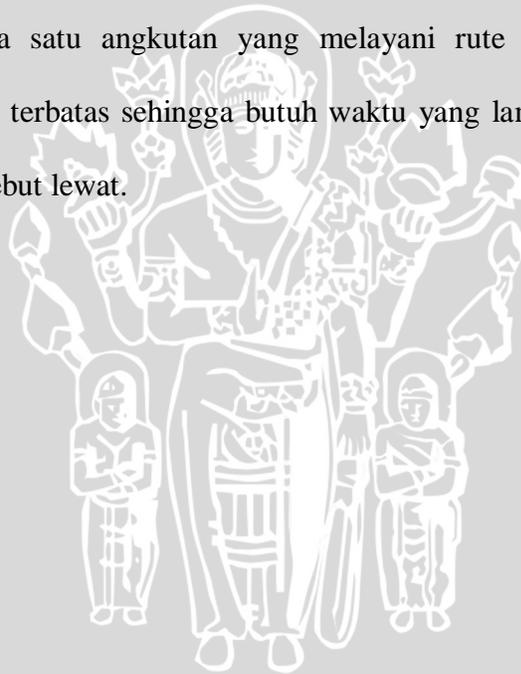
1. Kurangnya partisipasi pedagang Cangwit dalam upaya meramaikan Cangwit.

Menurut Soetrisno (1995:207), partisipasi adalah kerja sama antara rakyat dan pemerintah dalam merencanakan, melaksanakan, melestarikan, dan mengembangkan hasil pembangunan. Cangwit merupakan kerja kolektif antara pemerintah dan komunitas Solo Muda Berkarya dalam memfungsikan ruang yang tidak digunakan pada lantai dua Pasar Pucangsawit. Sebelumnya pedagang Cangwit sudah mendapat pengarahan dari koordinator Cangwit untuk ikut serta dalam upaya meramaikan Cangwit. Pedagang Cangwit masih sangat bergantung dengan kegiatan yang diadakan atau yang telah dijadwalkan oleh pihak koordinator Cangwit. Pasifnya pedagang Cangwit dalam promosi produknya sendiri juga menjadi hambatan pelaksanaan program yang mengakibatkan *Creative Space Cangwit* sepi pengunjung ketika tidak ada kegiatan.

2. Lokasi *Creative Space Cangwit* yang dirasa kurang strategis.

Letak *Creative Space Cangwit* yang berada di sebelah timur Kota Surakarta dengan kata lain terbilang jauh dari pusat kota. Sesuai dengan

hasil pengamatan di lapangan dan wawancara yang telah dilakukan, lokasi Cangwit yang jauh dari pusat kota Surakarta menjadi salah satu alasan mengapa terjadi penurunan pengunjung di Cangwit. Lokasi Cangwit yang kurang strategis, karena berada di ujung timur Surakarta. Meskipun Cangwit dekat dengan beberapa kampus besar di Kota Solo tetapi perlu diingat bahwa pengunjung Cangwit bukan hanya dari kelompok mahasiswa saja. Minimnya kendaraan umum yang melewati Pasar Pucangsawit juga menjadi salah satu alasannya. Menurut pengamatan dilapangan sampai saat ini hanya ada satu angkutan yang melayani rute Pasar Pucangsawit, jumlahnya pun terbatas sehingga butuh waktu yang lama untuk menunggu angkutan tersebut lewat.



BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian dalam skripsi ini, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pelaksanaan program revitalisasi pasar tradisional berbasis ekonomi kreatif pada Pasar Pucangsawit bertujuan untuk mengfungisikan area lantai dua pada Pasar Pucangsawit sebagai tempat berkumpul baik dari komunitas atau umum dengan melakukan kegiatan positif dan sebagai wadah bagi pengusaha muda yang sedang merintis usaha kreatifnya.
2. Peran Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta sebagai fasilitator dan pemilik tempat memudahkan pelaksanaan program revitalisasi pasar tradisional berbasis ekonomi kreatif pada Pasar Pucangsawit. Koordinator kreatif diserahkan sepenuhnya kepada pihak Solo Muda Berkarya sebagai bentuk kepercayaan pemerintah kepada anak muda dalam rangka berpartisipasi dalam pembangunan daerahnya. *Creative Space Cangwit* merupakan hasil ide kreatif dari komunitas anak muda yang menamakan dirinya Solo Muda Berkarya. Dengan latar belakang kurangnya ruang publik bagi anak muda untuk melakukan kegiatan kreatif.
3. Faktor pendukung pada pelaksanaan program revitalisasi pasar tradisional berbasis ekonomi kreatif pada Pasar Pucangsawit ini adalah dukungan penuh dari Walikota Surakarta. Adanya respon positif oleh Dinas

4. Pengelola Pasar dalam penyediaan anggaran untuk merenovasi sarana prasarana dan pemeliharaan *Creative Space Cangwit*. Partisipasi melalui komunitas Solo Muda Berkarya dalam upaya memanfaatkan fungsi ruang milik pemerintah.
5. Faktor penghambat pada pelaksanaan program revitalisasi pasar tradisional berbasis ekonomi kreatif pada Pasar Pucangsawit ini adalah kurangnya kesadaran pedagang Cangwit dalam upaya meramaikan dan mempromosikan Cangwit terlepas adanya kegiatan yang diselenggarakan oleh koordinator Cangwit, sehingga membuat pedagang Cangwit kurang mandiri dalam mempromosikan produk dagangannya. Kurang strategisnya lokasi yang berada jauh dari pusat kota menjadi salah satu alasan Cangwit sepi pengunjung jika tidak ada kegiatan.

B. SARAN

Berdasarkan penyajian data, pembahasan hingga kesimpulan diatas. Peneliti akan memberikan beberapa saran yang diharapkan bisa menjadi pertimbangan dalam pelaksanaan program revitalisasi pasar tradisional berbasis ekonomi kreatif pada Pasar Pucangsawit , sebagai berikut :

1. Mengadakan pelatihan bagi pedagang Cangwit terkait teknik promosi atau pemasaran produk. Sehingga pedagang Cangwit paham mengenai promosi seperti apa cocok digunakan untuk jenis produk yang dijual.
2. Keikutsertaan pedagang *Creative Space Cangwit* dalam upaya meramaikan dan mempromosikan Cangwit ketika koordinator tidak

menjadwalkan kegiatan. Sehingga pedagang Cangwit bisa lebih mandiri dalam menjalankan usahanya, tidak bergantung pada pihak lain.

3. Menjalin kerjasama dengan Dinas Pariwisata atau sejenisnya, supaya memasukkan *Creative Space Cangwit* sebagai salah satu tujuan wisata di Kota Surakarta. Adanya kerjasama dengan beberapa Dinas terkait bisa menjadikan Cangwit sebagai tempat alternatif dalam menyelenggarakan kegiatan yang dilakukan oleh dinas tersebut.
4. Adanya penambahan kendaraan umum yang memasukkan Pasar Pucangsawit sebagai rute yang dilewati.
5. Terjadwalnya kegiatan rutin pada *Creative Space Cangwit* supaya menarik pengunjung. Dengan cara membuat event tematik yang diadakan setiap 2 kali dalam seminggu yang ikut melibatkan pedagang Cangwit dan pengunjung dalam menentukan jenis kegiatannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Syukur, 1988. *Laporan Temu Kajian Posisi dan Peran Ilmu Administrasi Negara dan Manajemen*. Jakarta: Lembaga Administrasi Negara Republik Indonesia dan Asia Foundation.
- Agustino, Leo. 2008. *Dasar-Dasar kebijakan Publik*. Bandung : Alfabeta.
- Akib, Haedar dan Tarigan, Antonius. 2008. *Artikulasi Konsep Implementasi Kebijakan: Perspektif, Model Dan Kriteria Pengukurannya*, Jurnal Kebijakan Publik. Diakses melalui <https://www.scribd.com/doc/50865843/artikulasi-konsep-implementasi-kebijakan-jurnal-baca-agustus-20081>(8November 2016)
- Andi Prastowo. 2010. *Menguasai Teknik-teknik Koleksi Data Penelitian Kualitatif*. Jogjakarta: DIVA Press
- Andreas Yuniman Tjandra dan Marinus Wahjudi. 2006. *Analisa Perkembangan Pasar Tradisional Studi Komparatif Terhadap Pengguna Ruang Komersial di Pasar Atum, Pasar Turi, dan Pasar Wonokromo*. URL: www.bibsonomy.org.(25 September 2016)
- Anwar, Mokhamad, dkk. 2007. *Identifikasi Sektor Industri dan Peranannya dalam Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Garut*. Diakses melalui pustaka.unpad.ac.id/wpcontent/uploads/2011/08/Identifikasi_Sektor_Industri.doc (28 September 2016)
- Arikunto, Suharsim & Cepi Safruddin Abdul Jabar. 2007. *Evaluasi Program Pendidikan Pedoman Teoritis Praktis Bagi Praktisi Pendidikan*. Jakarta: Bumi aksara
- Bungin, Burhan. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Departemen Perdagangan Republik Indonesia, 2008. *Program Kerja Pengembangan industri Kreatif Nasional 2009-2015*, Departemen Perdagangan RI, Jakarta.
- Dumairy. 1997. *Perekonomian Indonesia*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Earl K. Stice, James D. Stice dan K. Fred Skousen. 2004. *Akuntansi Intermediate, Edisi Lima Belas, Buku 1*, Alih Bahasa oleh Salemba Empat, Salemba Empat, Jakarta
- Hasibuan, Malayu S.P.2009. *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah Edisi Revisi*. Jakarta : Bumi Aksara
- Hamidi. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif: Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal dan Laporan Penelitian*. Malang: UMM Press.

- Howkins, J. 2001. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Penguins Books, London.
- Keban, Yeremias T. 2008. *Enam Dimensi Strategis Administrasi Publik Konsep, Teori dan Isu*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media
- Kunarjo. 2002. *Perencanaan dan Pengendalian Program Pembangunan*. Jakarta: Universitas Indonesia Press
- Leksono. S., 2009. *Runtuhnya Modal Sosial pasar Tradisional*. CV. Citra. Malang
- Loekman Soetrisno, 1995. *Menuju Masyarakat Partisipatif*. Kanisius. Yogyakarta
- Mahmudi. 2010, *Manajemen Kinerja Sektor Publik*, UPP STIM YKPN, Yogyakarta.
- Miles, Matthew B, A. Michael Huberman, Johnny Saldana. 2014. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. Arizona State University - Third Edition.
- Maleong, Lexy J. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- _____. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- _____. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- _____. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Pasolong, Harbani. 2008. *Teori Administrasi Publik*. Bandung: Alfabeta.
- Sanderson, Stephen K. 1993. *Sosiologi Makro: Sebuah Pendekatan terhadap Realitas Sosial*/ Penerjemah Farid Wajidi, S. Menno. Jakarta: Rajawali Pers
- Samodra Wibawa. 1994. *Evaluasi Kebijakan Publik*. PT Raja Grafindo Persada
- Sinaga, P. 2004. *Makalah Pasar Moder vs Pasar Tradisional*. Kementrian Koperasi dan UKM. Jakarta: Tidak Diterbitkan
- Soenarko, H, SD.2005. *Public Policy: Pengertian Pokok untuk Memahami dan Analisa Kebijakan Pemerintah*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- _____. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Wahab, Solichin Abdul, MA, 1991. *Analisis Kebijakan: Dari Formulasi Ke Implementasi Kebijakan Negara*. Jakarta: Bumi Aksara

Waluyo, S.Sos, M.Si. 2007. *Manajemen Publik (Konsep, Aplikasi, dan Impelementasinya dalam Pelaksanaan Otonomi Daerah)*. Bandung: Mandar Maju.

Peraturan Presiden No.112 Tahun 2007 dan Peraturan Menteri Dalam Negeri No.53 Tahun 2008 yang mengatur tentang pasar modern dan pasar tradisional

Peraturan Daerah Kota Surakarta No.1 Tahun 2010 tentang pengelolaan dan perlindungan pasar tradisional

Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 9 Tahun 2016 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kota Surakarta Tahun 2016-2021

Pasal 1 ayat 2 undang-undang No.32 Tahun 2004 tentang pemerintah daerah

<http://www.solopos.com/2016/06/10/pasar-tradisional-solo-pasar-pucangsawit-akan-jadi-pasar-khusus-seperti-apa-727771> (16 oktober 2016)



Pedoman wawancara

Wawancara dengan pihak Dinas Pengelola Pasar Kota Surakarta

1. Tanggapan mengenai program revitalisasi pasar tradisional pada pasar pucangsawit dengan potensi ekonomi kreatif dan apa dasar hukum yang terkait?
2. Bagaimana peran Dinas Pengelola Pasar Kota Surakarta dalam pelaksanaan program revitalisasi pasar berbasis ekonomi kreatif?
3. Kenapa DPP/Pemerintah setuju dengan inisiatif komunitas Solo Muda Berkarya mengenai penggunaan lantai dua pasar pucangsawit sebagai *Creative Space Cangwit* ?
4. Bagaimana sejarah singkat berdirinya pasar pucangsawit hingga adanya program revitalisasi pasar berbasis ekonomo kreatif?
5. Bagaimana respon masyarakat pasar terkait pelaksanaan program revitalisasi pasar tradisional menurut kacamata DPP?
6. Tanggapan DPP terhadap *Creative Space Cangwit* setelah kurang lebih setahun berjalan?
7. Keputusan untuk menjadikan pasar pucangsawit sebagai pasar kreatif bersumber dari mana? Apakah ada pembicaraan dengan pihak lain?
8. Kesulitan yang dihadapi DPP dalam pelaksanaan program revitalisasi pasar pucangsawit hingga adanya *Creative Space Cangwit* ?
9. Apa isi program revitalisasi pasar?
10. Apakah pemerintah memberikan pilihan atau tawaran untuk masyarakat terkait dengan program revitalisasi yang dilaksanakan pemerintah?
11. Apakah terdapat dokumentasi dari pendirian pasar pucangsawit, hingga tahap revitalisasi?
12. Apa upaya yang dilakukan pemerintah (DPP) dalam proses revitalisasi supaya berjalan sesuai dengan tujuan?
13. Pihak yang bertanggungjawab terhadap pengelolaan *Creative Space Cangwit* ?

Pedoman wawancara

Wawancara dengan Komunitas Solo Muda Berkarya

1. Mengapa yang dipilih Pasar Pucangsawit untuk dijadikan *Creative Space*?
2. Bagaimana proses terciptanya *Creative Space Cangwit*?
3. Kesulitan apa yang dihadapi dalam proses berdirinya *Creative Space Cangwit*?
4. Bagaimana cara perekrutan pedagang di lantai dua? Apakah ada campur tangan pemerintah(DPP)?
5. Apa upaya kedepan untuk meramaikan pasar pucangsawit khususnya *Creative Space Cangwit*?



Lampiran 2



**PEMERINTAH KOTA SURAKARTA
DINAS PENGELOLAAN PASAR**

Jl. Jendral Sudirman No. 2 Telp./Fax. (0271) 638738 SURAKARTA 57111

SURAT KETERANGAN

NO : 423.4 / 2708 / XII / 2016

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Drs. SUPRAPTO, MM**
 NIP : 19610902 199303 1 001
 Pangkat/GoI : Pembina Tk. I (IV/b)
 Jabatan : Sekretaris Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta

Dengan ini menerangkan bahwa :

NO	NAMA	NIM	FAKULTAS/UNIVERSITAS
1	CLARA DILASANTI PUTRI RINASTI	135030101111107	Fakultas Ilmu Administrasi / Universitas Brawijaya Malang

Yang bersangkutan adalah Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang

Akan Mengadakan : Penelitian/Survey/Research/Pendataan/Observasi/Wawancara
 Judul Skripsi : Pelaksanaan Program Revitalisasi Pasar Tradisional Berbasis
 Ekonomi Kreatif pada Pasar Pucangsawit di Kota Surakarta
 Dari tanggal : 21 Desember 2016 s/d 21 Januari 2017
 Di Lokasi : Bidang Kebersihan dan Pemeliharaan, Sub. Bag Perencanaan dan
 Evaluasi, Pasar Pucangsawit DPP Kota Surakarta

Demikian surat keterangan ini agar digunakan sebagaimana perlunya.

Surakarta, 21 Desember 2016

**An. KEPALA DINAS PENGELOLAAN PASAR
KOTA SURAKARTA**
Sekretaris

Drs. SUPRAPTO, MM
Pembina Tk. I
NIP. 19610902 199303 1 001

Tembusan :

1. Kepala Bidang Kebersihan dan Pemeliharaan Pasar DPP Kota Surakarta.
2. Kepala Sub. Bagian Perencanaan dan Evaluasi DPP Kota Surakarta.
3. Kepala Pasar Pucangsawit DPP Kota Surakarta.
4. Arsip.

Lampiran 3



Area *Public Space* pada Cangwit yang menyediakan bangku untuk menikmati makanan.



Area *Public Space* pada Cangwit yang digunakan untuk kegiatan komunitas dan lainnya.



Kios pedagang Cangwit yang menjual makanan



Kios pedagang Cangwit



Nampak depan Pasar Pucangsawit, lantai satu digunakan untuk pasar tradisional dan lantai dua digunakan untuk pasar Cangwit



Salah satu poster kegiatan Cangwit yang disebarluaskan melalui media sosial