

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Strategi

1. Pengertian Strategi

Strategi adalah penyesuaian institusi, organisasi, atau badan pemerintahan terhadap adanya perubahan yang terjadi dalam lingkungan eksternal organisasi, seperti perkembangan di dalam masyarakat, tuntutan pasar secara keseluruhan, serta kemajuan teknologi. Sehingga organisasi yang tidak bisa menyesuaikan diri dengan adanya perubahan yang terjadi pada lingkungan eksternalnya akan mengalami kemunduran.¹

Selain itu strategi juga diartikan sebagai sebuah program umum untuk melaksanakan misi organisasi guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Program yang dimaksud adalah suatu peranan aktif, rasional, dan sadar yang dimainkan oleh seorang manajer dalam menyusun strategi suatu organisasi. Strategi tersebut akan memberikan pengarahan secara terpadu bagi organisasi dan bagi tujuan organisasi, serta memberikan sebuah pedoman dalam pemanfaatan sumber daya organisasi yang digunakan dalam mencapai tujuan organisasi.²

2. Perencanaan Strategi

Dalam perencanaan strategi dilakukan proses pemilihan tujuan organisasi, penentuan strategi dan kebijakan, penentuan program-program

¹ Hessel Nogi S. Tangkilisan, *Manajemen Publik*, (Jakarta: Grasindo, 2005), hal. 282.

² T. Hani Handoko, *Manajemen*, (Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta, 2011), hal. 86.

yang diperlukan untuk tujuan tersebut, serta penetapan metode yang dapat menjamin bahwa strategi dan kebijaksanaan tersebut telah dilaksanakan.³

Terdapat tiga alasan yang menunjukkan betapa pentingnya perencanaan strategi yakni sebagai berikut:⁴

- a. Adanya perencanaan akan memberikan sebuah kerangka dasar dalam semua bentuk-bentuk perencanaan yang harus dilaksanakan.
- b. Pemahaman terhadap perencanaan strategi akan memberikan kemudahan pemahaman bentuk-bentuk perencanaan lainnya.
- c. Perencanaan strategi merupakan suatu titik permulaan bagi pemahaman dan penilaian berbagai kegiatan manajer dan organisasi.

Perencanaan strategi juga merupakan proses perencanaan jangka panjang untuk menentukan serta mencapai suatu tujuan organisasi. Perencanaan strategi digunakan untuk menentukan strategi dan mengambil suatu keputusan dalam mengalokasikan sumber dayanya yang termasuk juga sumber daya manusia dan modal. Sehingga dengan adanya perencanaan strategi tersebut akan membuat kejelasan konsepsi dalam sebuah perusahaan atau organisasi yang nantinya juga akan memberikan kemudahan dalam membuat rencana dan akan mengarahkan sumber-sumber daya organisasi secara efektif.⁵

B. Manajemen

³ *Ibid*, hal. 92.

⁴ *Ibid*, hal. 93.

⁵ Sarinah dan Mardalena, *Pengantar Manajemen*, (Yogyakarta: Deepublish, 2017), hal. 32.

1. Pengertian Manajemen

Kata manajemen secara istilah berasal dari kata *to manage* yang berarti *control* yang mempunyai arti mengendalikan, mengelola atau menangani.⁶ Menurut kata benda, kata manajemen mempunyai berbagai arti, yaitu sebagai pengelolaan, penanganan atau pengendalian. Selain itu juga mempunyai arti lain yaitu perlakuan yang secara terampil dalam menangani sesuatu. Kedua pengertian tersebut kemudian digabungkan sehingga mempunyai arti gabungan yakni berkaitan dengan pengelolaan suatu perusahaan, rumah tangga maupun suatu bentuk dari kerja sama untuk mencapai suatu tujuan.⁷

Manajemen tidak hanya sekedar ilmu dan seni, akan tetapi kombinasi antara keduanya, yakni manajemen adalah suatu ilmu dan seni dalam mengatur proses pemanfaatan berbagai sumber daya, yakni sumber daya manusia dan sumber daya lainnya untuk mencapai suatu tujuan tertentu secara efektif dan efisien. Sebagai suatu ilmu pengetahuan, istilah manajemen adalah bersifat sistematis dan universal, yaitu mencakup konsepsi, prinsip-prinsip, dan kaidah-kaidah. Sebagai suatu seni, istilah manajemen mempunyai arti bagaimana cara memimpin suatu tim kerja atau sekelompok orang dalam suatu organisasi. Dimana organisasi tersebut dijadikan sebagai kerangka kerja dari proses manajemen yang menunjukkan terjadinya pembagian tugas atau kerja serta memenuhi persyaratan tertentu yang jelas terhadap setiap anggota dalam melaksanakan pekerjaannya masing-masing.⁸

⁶ Yayat M. Herujito, *Dasar-Dasar Manajemen*, (Jakarta: Grasindo, 2001), hal. 1.

⁷ *Ibid*, hal. 1.

⁸ Tommy Suprpto, *Pengantar Teori & Manajemen Komunikasi*, (Yogyakarta: MedPress, 2009), hal. 124.

2. Karakteristik Manajemen

Adapun karakteristik dari manajemen adalah sebagai berikut:⁹

- a. Manajemen adalah perpaduan dari ilmu dan seni yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan dalam organisasi.
- b. Manajemen merupakan suatu proses sistematis, koordinasi, dan kooperatif dalam usahanya memanfaatkan berbagai sumber daya manusia beserta sumber daya lainnya.
- c. Manajemen mempunyai suatu tujuan tertentu dan berhasil tidaknya tujuan tersebut bergantung kepada kemampuannya dalam mempergunakan berbagai potensi yang ada.
- d. Manajemen merupakan suatu sistem kerjasama secara kooperatif dan rasional.
- e. Manajemen didasarkan pada pembagian tugas, kerja, dan tanggung jawab secara teratur.

3. Tingkatan Manajemen

Dalam sebuah organisasi tingkatan manajemen akan membagi manajer kedalam tiga golongan yaitu:¹⁰

- a. Manajer lini (pertama)

Merupakan suatu tingkatan paling rendah dalam sebuah organisasi yang bertugas memimpin dan mengawasi seluruh tenaga operasional dimana hal tersebut disebut sebagai manajemen lini atau garis pertama

⁹ *Ibid*, hal. 125.

¹⁰ T. Hani Handoko, *Manajemen...*, hal. 17-18.

(*first-line* atau *first-level*). Manajer ini disebut sebagai kepala atau pimpinan (*leader*), penyelia (*supervisors*), dan mandor (*foremen*).

b. Manajer Menengah

Dalam manajemen menengah terdapat beberapa tingkatan dalam suatu organisasi. Para manajer menengah yang disebut dengan manajer departemen, kepala pengawas, dan sebagainya bertugas mengarahkan dan membawahi kegiatan para manajer lainnya dan kadang juga karyawan operasional.

c. Manajer Puncak

Merupakan klasifikasi manajer tertinggi yang terdiri atas sekelompok kecil eksekutif yang disebut sebagai direktur, presiden, kepala divisi, dan sebagainya. Manajemen puncak ini bertanggung jawab terhadap keseluruhan manajemen dalam organisasi.

4. Fungsi Manajemen

Fungsi manajemen adalah elemen-elemen dasar yang ada dalam setiap proses manajemen yang digunakan sebagai patokan bagi seorang manajer untuk dapat melaksanakan tugasnya. Hingga sekarang ini masih belum terdapat kesepakatan diantara berbagai pihak baik para teoritis maupun praktisi mengenai apa saja yang menjadi fungsi manajemen. Adapun menurut pendapat beberapa ahli fungsi manajemen adalah sebagai berikut:¹¹

¹¹ M.Anang Firmansyah dan Budi W. Mahardhika, *Pengantar Manajemen*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), hal. 8

Tabel 2.1**Fungsi-Fungsi Manajemen Menurut Pendapat Para Ahli**

No	Nama	Fungsi Manajemen
1.	Henry Fayol	<i>Planning, Organizing, Commanding, Coordinating, Controlling</i>
2.	George R. Terry	<i>Planning, Organizing, Actuating, Controlling</i>
3.	Louis A. Allen	<i>Leading, Planning, Organizing, Controlling</i>
4.	John Robert Beishline Ph.D	Perencanaan, Organisasi, Komando, Kontrol
5.	Luther Gullich	<i>Planning, Organizing, Staffing, Directing, Coordinating, Reporting, Budgeting</i>
6.	Koontz dan O'Donnel	<i>Organizing, Staffing, Directing, Planning, Controlling</i>
7.	William H. Newman	<i>Planning, Organizing, Assembling, Resources, Directing, Controlling</i>
8.	Lyndal F. Urwick	<i>Forescasting, Planning, Organizing, Commanding, Coordinating, Controlling</i>
9.	Dr. S. P. Siagian. MPA	<i>Planning, Organizing, Motivating, Controlling</i>
10.	Dr. Wahyudi, SE	<i>Planning, Organizing, Coordinating, Actuating, Leading, Communication, Controlling</i>
11.	The Liang Gie	<i>Planning, Decision making, Directing, Coordinating, Controlling, Improving</i>
12.	Willin Spriegel	<i>Planning, Organizing, Controlling</i>

Adapun teori fungsi manajemen menurut George R. Terry terdiri dari *Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling (POAC)*.

a. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan adalah suatu proses serta penetapan suatu keputusan secara matang yang berkenaan dengan apa yang akan dilakukan diwaktu mendatang sebagai rangka untuk perwujudan suatu tujuan. Perencanaan juga merupakan tahap awal ketika melakukan pekerjaan yang dapat berbentuk pemikiran atau kerangka kerja agar apa saja yang menjadi tujuan dapat diwujudkan. Kegiatan yang saling

berkesinambungan dalam setiap perencanaan yakni penyusunan serta pemilihan program untuk pencapaian tujuan, intensifikasi, dan pengarahan.¹²

Dalam kegiatan perencanaan pada umumnya melalui beberapa tahapan yakni:¹³

- 1) Menetapkan tujuan yang ingin dicapai
- 2) Melakukan pemahaman terhadap posisi perusahaan sekarang ini terhadap tujuan yang hendak dicapai atau sumber daya yang tersedia untuk pencapaian suatu tujuan
- 3) Mengidentifikasi segala macam kemudahan dan hambatan yang terdapat dalam organisasi
- 4) Mengembangkan rencana atau berbagai kegiatan untuk mencapai tujuan tersebut.

b. Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengertian dari pengorganisasian adalah keseluruhan dari aktivitas manajemen dalam melakukan pengelompokan orang-orang disertai dengan penetapan tugas, wewenang, fungsi, dan tanggung jawab masing-masing agar terciptanya tujuan yang telah ditetapkan perusahaan.¹⁴

Pengorganisasian juga diartikan sebagai cara manajemen dalam merancang struktur formal yang digunakan untuk penggunaan berbagai

¹² Indah Kusuma Dewi dan Ali Mashar, *Nilai-Nilai Profetik Dalam Kepemimpinan Modern Pada Manajemen Kinerja*, (Yogyakarta: CV. Gre Publishing, 2019), hal. 106.

¹³ T. Hani Handoko, *Manajemen...*, hal. 79.

¹⁴ M. Anang Firmansyah dan Budi W. Mahardhika, *Pengantar Manajemen...*, hal. 11.

macam sumber daya organisasi secara efektif, yakni sumber daya keuangan, fisik, tenaga kerja dan bahan baku organisasi. Sehingga proses pengorganisasian dapat dilaksanakan dengan melalui tiga tahapan sebagai berikut:¹⁵

- 1) Melakukan perincian seluruh pekerjaan yang harus dilakukan untuk mencapai suatu tujuan organisasi.
- 2) Melakukan pembagian terhadap seluruh beban pekerjaan menjadi bentuk kegiatan-kegiatan yang secara logik dapat dilaksanakan oleh satu orang.
- 3) Melakukan pengadaan dan pengembangan mekanisme guna mengkoordinasikan pekerjaan para anggotanya untuk menjadi kesatuan yang harmonis dan terpadu. Sehingga akan membuat para anggota organisasi selalu menjaga perhatian terhadap tujuan organisasi dan mengurangi ketidak efisienan konflik yang dapat merusak tujuan tersebut.

c. Pelaksanaan (*Actuating*)

Actuating atau pelaksanaan merupakan suatu tindakan untuk mengupayakan agar setiap anggota organisasi mampu bekerjasama secara bersinergi dan ikhlas untuk mencapai tujuan yang sesuai dengan perencanaan dan pengorganisasian. Dalam fungsi *actuating* ini terdapat pemberian motif kerja, petunjuk, perintah, dan adanya nasihat yang diberikan kepada bawahan menggunakan komunikasi yang baik

¹⁵ T. Hani Handoko, *Manajemen...*, hal. 168.

sehingga para anggotanya dapat bekerja dengan maksimal untuk mencapai tujuan.¹⁶

d. Pengawasan (*Controlling*)

Merupakan salah satu fungsi manajemen berupa mengadakan penilaian dan sekaligus koreksi terhadap apa yang sedang dilakukan bawahannya sehingga dapat diarahkan ke jalan yang benar agar tercapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam melaksanakan kegiatan pengawasan, atasan akan mengadakan pemeriksaan, melakukan pencocokan serta mengusahakan agar kegiatan yang sedang dilakukan bisa sesuai dengan rencana dan tujuan yang telah ditetapkan.¹⁷

Dalam proses pengawasan terdapat paling sedikit lima langkah yang dilakukan, yakni: melakukan penetapan standar pelaksanaan, menentukan pengukuran pelaksanaan kegiatan, melakukan pengukuran pelaksanaan kegiatan secara nyata, melakukan perbandingan pelaksanaan kegiatan berdasarkan standar dan menganalisa adanya penyimpangan, serta pengambilan suatu tindakan koreksi apabila diperlukan.¹⁸

C. Pasar Tradisional

1. Pengertian Pasar Tradisional

Menurut Hermawan Malano “Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya pedagang dan pembeli, ditandai dengan adanya transaksi secara

¹⁶ Indah Kusuma Dewi dan Ali Mashar, *Nilai-Nilai Profetik Dalam Kepemimpinan Modern Pada Manajemen Kinerja...*, hal. 110

¹⁷ M. Anang Firmansyah dan Budi W. Mahardhika, *Pengantar Manajemen...*, hal. 13.

¹⁸ T. Hani Handoko, *Manajemen...*, hal. 363.

langsung serta terjadi proses tawar-menawar yang terdiri dari kios-kios, los maupun dasaran terbuka yang disediakan oleh penjual sendiri atau pengelola pasar.” Pasar jenis ini banyak menjual kebutuhan sehari-hari, seperti bahan makanan, buah-buahan, sayur, ikan, pakaian, dan sebagainya. Barang-barang yang dijual tersebut tidak ada penyortiran yang ketat dari segi kualitasnya. Sedangkan dari segi kuantitasnya, jumlah barang yang disediakan tidak terlalu banyak. Sehingga apabila barang yang diinginkan tidak ditemukan di kios tertentu, maka pembeli bisa mencarinya di kios yang lainnya.¹⁹

Hingga saat ini pasar tradisional atau biasa disebut dengan pasar rakyat masih dianggap sebagai pondasi dasar perekonomian di setiap wilayah. Pasar ini menjadi sebuah wadah kegiatan masyarakat dalam melakukan kegiatan perdagangan, yakni wadah yang secara langsung dapat dimanfaatkan oleh para petani atau nelayan untuk menjual hasil bumi sehingga secara tidak langsung dapat memaksimalkan potensi di wilayah tersebut. Pasar jenis ini lebih memberikan ruang untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) agar dapat berkembang. Selain itu, pasar ini lebih memiliki nilai sosial budaya dari pada pasar modern dan jenis pasar tradisional juga membuka lapangan pekerjaan yang lebih luas.²⁰

2. Gambaran Umum Pasar Tradisional

Pasar tradisional merupakan surga berbelanja bagi masyarakat secara umum karena berbagai macam kebutuhan pokok ada di pasar tersebut yang

¹⁹ Herman Malano, *Selamatkan Pasar Tradisional*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011), hal. 2.

²⁰ Badan Pusat Statistik, *Katalog BPS: Profil Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern Tahun 2018*, (Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2018), hal. 1.

didukung dengan harga yang lebih murah. Menurut sebagian orang, pasar ini merupakan sebuah pasar yang memiliki bentuk bangunan yang relatif sederhana, suasananya relatif kurang menyenangkan yakni ruang dagang yang sempit, kurangnya kebersihan, penerangan yang kurang baik, dan lahan parkir yang sempit. Barang-barang dagangannya adalah barang kebutuhan sehari-hari yang kualitas barangnya kurang diperhatikan, harga murah, dan terdapat sistem tawar-menawar. Selain itu, para pedagang yang berjualan sebagian besar termasuk dalam golongan ekonomi lemah serta cara jualannya masih kurang profesional. Adapun contohnya adalah Pasar Inpres, pasar lingkungan, dan sebagainya.²¹ Secara umum keadaan pasar tradisional adalah sebagai berikut:²²

- a. Keadaan yang penuh sesak antara pedagang dan pembeli di pasar (penjual daging, sayur, dan sebagainya) yang apabila dibandingkan sama banyaknya.
- b. Bau yang kurang sedap
- c. Becek, baik keadaannya hujan maupun tidak sedang hujan.
- d. Banyak lalat yang berterbangan.

Meskipun demikian, terdapat beberapa kelebihan dari pasar tradisioal yaitu:²³

- a. Barang dagangan yang dijual masih segar, yakni sayuran dan buah-buahan yang didatangkan langsung dari para petani.
- b. Harga relatif murah dan bisa ditawar.

²¹ D. Indriati SCP dan Arif Widiyatmoko, *Pasar Tradisional*, (Semarang: Alpirin, 2008), hal. 16-17.

²² *Ibid*, hal. 17.

²³ *Ibid*, hal. 17.

- c. Para pedagangnya sangat ramah dan dapat menjalin hubungan kekeluargaan dengan para pedagang tersebut.

3. Jenis Pasar Tradisional

Berdasarkan berbagai jenis barang dagangan yang diperjualkan, maka pasar tradisional dapat dibedakan sebagai berikut:²⁴

- a. Pasar buah merupakan pasar yang khusus menjual buah-buahan dan sayuran. Dalam pasar ini banyak sekali macam-macam buah dan sayuran yang dijual, misalnya: pisang, nanas, cabai, bawang merah, bawang putih, dan lain-lain.
- b. Pasar ikan merupakan pasar yang di dalamnya khusus menjual aneka barang dari lautan berupa ikan, udang, cumi-cumi, kepiting, kerang, dan lain-lain.
- c. Pasar loak merupakan pasar yang secara khusus menjual berbagai macam barang bekas. Contohnya baju, barang elektronik, sepeda, onderdil motor, dan lain-lain.
- d. Pasar hewan merupakan pasar yang menjual berbagai jenis hewan yakni sapi, kambing, burung, ayam, dan lain-lain.

D. Manajemen Pasar Tradisional

Pada dasarnya manajemen pasar tradisional meliputi pengelolaan pasar tradisional dan juga pemberdayaan pasar tradisional. Berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional, yaitu pengelolaan pasar

²⁴ *Ibid*, hal. 14.

tradisional adalah penataan pasar tradisional yang meliputi perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian pasar tradisional. Sedangkan pemberdayaan pasar tradisional adalah segala upaya pemerintah daerah dalam melindungi keberadaan pasar tradisional agar mampu berkembang lebih baik untuk dapat bersaing dengan pusat perbelanjaan dan toko modern.²⁵

Adapun tujuan dari pengelolaan dan pemberdayaan pasar tradisional adalah sebagai berikut:²⁶

1. Menciptakan pasar tradisional yang tertib, teratur, aman, bersih dan sehat
2. Meningkatkan pelayanan kepada masyarakat
3. Menjadikan pasar tradisional sebagai penggerak roda perekonomian daerah
4. Menciptakan pasar tradisional yang berdaya saing dengan pusat perbelanjaan dan toko modern.

Pasar tradisional dapat dikelola oleh Koperasi, Badan Usaha Milik Daerah (BUMD), Badan Usaha Milik Negara (BUMN), dan swasta. Dalam hal ini para Bupati/Walikota, Gubernur, dan Menteri baik secara sendiri maupun secara bersama-sama melakukan kegiatan pemberdayaan terhadap pengelolaan pasar tradisional dengan tujuan untuk meningkatkan daya saing. Adapun dalam hal ini dapat dilakukan dalam berbagai bentuk yakni:²⁷

1. Revitalisasi bangunan pasar tradisional.
2. Melakukan penerapan manajemen pengelolaan pasar yang profesional.

²⁵ Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012 tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional

²⁶ *Ibid*

²⁷ Peraturan Menteri Perdagangan RI No: 70/M-DAG/PER/12/2013, tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern

3. Menyediakan barang-barang dagangan dengan mutu atau kualitas yang baik serta harga yang bersaing.
4. Memfasilitasi proses pembiayaan kepada pedagang-pedagang di pasar untuk modal kerja dan mengkredit kepemilikan tempat usaha.

E. Revitalisasi Pasar Tradisional

Revitalisasi merupakan suatu proses, cara, atau perbuatan untuk menghidupkan atau menggiatkan kembali berbagai program kegiatan apapun. Secara umum pengertian revitalisasi adalah usaha-usaha untuk menjadikan sesuatu menjadi penting dan perlu sekali. Proses revitalisasi terjadi melalui berbagai tahapan sehingga membutuhkan kurun waktu tertentu, yakni perencanaan fisik, rehabilitas ekonomi, dan revitalisasi sosial atau institusional dimana proses tersebut disebut sebagai sebuah kegiatan yang sangat kompleks.²⁸

Revitalisasi pasar tradisional adalah suatu upaya mensinergikan sumber daya yang ada di pasar tradisional secara terintegrasi dan komprehensif agar dapat meningkatkan daya saing pasar tradisional dengan tetap mempertahankan ciri khas atau keunggulan dari pasar tersebut. Revitalisasi pasar tradisional digunakan sebagai salah satu upaya untuk melindungi keberadaan pasar tradisional.²⁹

Tujuan dilakukannya revitalisasi pasar tradisional yaitu untuk mengangkat kembali peran pasar tradisional atau pasar rakyat yang dijadikan sebagai pondasi dasar perekonomian suatu wilayah. Selain itu, pasar tradisional

²⁸ Andreina Putri Anggraeni, "Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Pemberdayaan Pedagang Pasar Panjerejo Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung," *Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik* Vol. 6 No.2 Mei-Agustus 2018, hal. 4.

²⁹ Mufna Mubdiatun Nida, "Evaluasi Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional di Kota Surakarta", *Jurnal Pembangunan Wilayah dan Kota* Vol. 10 (2) Juni 2014, hal. 171.

juga diharapkan dapat bersaing atau berkompetisi dengan pasar modern karena memiliki daya saing yang lebih kuat.³⁰

Adapun kriteria pasar tradisional yang dapat dilakukan revitalisasi adalah sebagai berikut:³¹

1. Pasar yang usianya ≥ 25 tahun
2. Pasar yang mengalami pasca bencana alam dan pasca konflik sosial
3. Pasar yang merupakan pusat atau jalur distribusi
4. Pasar sabuk niaga
5. Pasar komoditi spesifik
6. Pasar yang belum memiliki bangunan utama (masih darurat).

Sedangkan untuk dampak dilakukannya revitalisasi pasar tradisional yaitu dapat meningkatkan pendapatan pedagang, meningkatkan jumlah pengunjung, dan meningkatkan pengelolaan pasar.³²

F. Revitalisasi Manajemen Pasar Tradisional

Revitalisasi manajemen pengelolaan pasar tradisional merupakan suatu upaya dalam memperbaiki manajemen pengelolaan pasar tradisional setelah dilaksanakan kegiatan revitalisasi pasar. Sehingga pengelolaan pasar tradisional menjadi lebih baik lagi, terarah, sesuai dengan prosedur yang berlaku serta bisa mencapai tujuan dilaksanakannya revitalisasi pasar.

³⁰ Badan Pusat Statistik, *Katalog BPS: Profil Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern Tahun 2018...*, hal. 11.

³¹ *Ibid*, hal. 11.

³² I Made Guna Juliarta dan Ida Bagus Darsana, "Analisis Efektivitas Revitalisasi Pasar Tradisional dan Dampaknya Terhadap Pengelolaan Pasar, Jumlah Pengunjung dan Pendapatan Pedagang", *E-Jurnal EP Unud*, 5(1), hal. 162.

Oleh karena itu, revitalisasi manajemen sangat dibutuhkan pihak pengelola pasar dalam menjaga keberlangsungan kegiatan pengelolaan di pasar. Berhasil atau tidaknya program revitalisasi pasar tradisional dapat dilihat dari manajemen pengelolaan pasar tradisional yang dilakukan petugas pasar. Gagalnya program revitalisasi pasar yang dilakukan menunjukkan lemahnya manajemen pasar tradisional yang dilakukan petugas pengelola pasar. Hal tersebut dikarenakan pihak pengelola pasar masih belum menjalankan fungsinya secara optimal.

Menurut Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 37/M-DAG/PER/5/2017 Tentang Pedoman Pembangunan dan Pengelolaan Sarana Perdagangan Pasal 22 menyatakan bahwa pembangunan atau revitalisasi sarana perdagangan berupa pasar rakyat dilakukan melalui revitalisasi manajemen. Hal tersebut merupakan upaya perbaikan manajemen pengelolaan pasar rakyat dengan berpedoman kepada:³³

1. SNI Pasar Rakyat atau perubahannya

Standar Nasional Indonesia (SNI) Pasar Rakyat adalah suatu ketentuan dari persyaratan umum, persyaratan teknis dan persyaratan pengelolaan yang harus dimiliki oleh pasar rakyat. Adapun Tujuan dari Standar Nasional Indonesia (SNI) 8152:2015 Pasar Rakyat adalah sebagai pedoman dalam mengelola dan membangun pasar rakyat serta memberdayakan komunitas pasar rakyat. Sehingga apabila pasar rakyat dikelola berdasarkan pedoman SNI pasar rakyat ini diharapkan produk-

³³ Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 37/M-DAG/PER/5/2017 Tentang Pedoman Pembangunan dan Pengelolaan Sarana Perdagangan.

produk yang beredar dalam pasar bisa sesuai dengan ketentuan yang pada akhirnya dapat meningkatkan perlindungan terhadap konsumen. Selain itu juga diharapkan pasar rakyat dapat dikelola lebih profesional dan menjadi sarana perdagangan yang kompetitif terhadap pusat perbelanjaan, mall, plasa, pertokoan, ataupun pusat perdagangan lainnya.³⁴

2. Upaya Peningkatan Profesionalisme Pengelola Pasar Rakyat

Dalam hal ini pihak pengelola pasar tradisional harus meningkatkan profesionalisme kinerjanya agar bisa lebih baik lagi dalam pengelolaan pasarnya agar dapat tercapai tujuan yang telah direncanakan. Upaya peningkatan profesionalisme pengelola pasar dapat dilakukan dengan mengikuti prosedur kerja atau *Standard Operating Procedures* (SOP). dalam pengelolaan pasar yang meliputi:³⁵

- a. Pengeanaan retribusi dan pajak pasar
- b. Keamanan dan ketertiban
- c. Kebersihan dan penanganan sampah
- d. Pemeliharaan sarana pasar
- e. Penataan pedagang pasar
- f. Penanggulangan kebakaran
- g. Penataan parkir di area pasar
- h. Penataan reklame di area pasar
- i. Mekanisme pengaduan pengelolaan pasar
- j. Pemakaian ruang dagang

³⁴ Standar Nasional Indonesia (SNI) Pasar Rakyat 8152:2015

³⁵ *Ibid*

k. Sanksi dan peringatan

- l. Pengawasan untuk memastikan tersedianya barang dagangan yang aman, sehat, bebas dari bahan bahaya, dan memenuhi ketentuan yang berlaku.

Selain itu, upaya lain yang dapat dilakukan petugas pengelola pasar agar bisa meningkatkan profesionalisme pengelola pasarnya juga dilakukan dengan melaksanakan tugas pokok pengelola pasar sesuai dengan SNI pasar rakyat yaitu:³⁶

- a. Melaksanakan tugas rutin dalam pendataan pedagang, pendaftaran wajib retribusi pasar, penagihan retribusi pasar, potensi pendapatan, pembukuan, dan pelaporan pendapatan pasar.
- b. Memberikan pelayanan informasi kepada konsumen, misalnya nama pedagang, jenis komoditi yang dijual di pasar, dan nomor serta letak kios atau los.
- c. Menyediakan informasi tentang zonasi pasar dan kisaran harga komoditas tertentu yang dipampang secara jelas serta terbuka.
- d. Menyelenggarakan program pengembangan dan aktivasi pasar melalui diversifikasi kegiatan pasar, misalnya penambahan jam buka dengan aktivitas baru, festival pasar, dan promosi.
- e. Menyelenggarakan program pemberdayaan dan pembinaan pedagang dan komunitas pasar.

³⁶ Standar Nasional Indonesia (SNI) Pasar Rakyat 8152:2015

- f. Melakukan pengawasan terhadap produk-produk yang dijual sesuai ketentuan dan berkoordinasi dengan instansi terkait.
 - g. Melaksanakan sidang tera dan tera ulang minimal 1 kali dalam setahun dan berkoordinasi dengan instansi terkait.
3. Upaya Pemberdayaan Pelaku Usaha Perdagangan; Upaya Penerapan Standar Operasional Prosedur Pengelolaan dan Pelayanan Pasar Rakyat

Dalam hal upaya pemberdayaan pelaku usaha perdagangan di pasar dapat dilakukan dengan mengikuti prosedur sesuai dengan SNI pasar rakyat. Oleh karena itu, pihak pengelola pasar dapat menerapkan SOP pengelolaan pasar dalam melakukan pemberdayaan para pedagang dan meningkatkan pelayanan di pasar. Adapun berbagai prosedur yang dapat dilakukan sebagai berikut:³⁷

- a. Mengupayakan sumber alternatif untuk permodalan pedagang di pasar
- b. Peningkatan pengetahuan, kompetensi, dan kapasitas pelayanan untuk pedagang pasar.
- c. Mengupayakan sumber pasokan barang dan ketersediaan barang untuk menjaga stabilitas harga barang.
- d. Memprioritaskan kesempatan untuk memperoleh ruang dagang bagi pedagang pasar *existing* apabila dilakukan revitalisasi atau relokasi.
- e. Melakukan kegiatan memperkuat relasi sosial berdasarkan gotong royong dan kepercayaan.

³⁷ Standar Nasional Indonesia (SNI) Pasar Rakyat 8152:2015

4. Upaya Penerapan Ketentuan Produk yang Diperdagangkan Harus Bebas dari Bahan Berbahaya.

Dalam hal ini pihak pengelola pasar melaksanakan kegiatan pengawasan terhadap produk-produk yang diperdagangkan di pasar sesuai dengan ketentuan. Kemudian pihak pengelola pasar juga berkoordinasi dengan instansi terkait dalam melaksanakan pengawasan tersebut.

G. Hasil Penelitian Terdahulu

Pembahasan mengenai manajemen pengelolaan pasar tradisional dan revitalisasi pasar telah banyak dilakukan oleh para akademisi dan telah dipublikasikan dalam berbagai karya, seperti jurnal maupun skripsi. Adapun karya-karya tersebut dihasilkan oleh para peneliti seperti Indah Superti, Irawan, Veka Ferliana, Andreina Putri Anggreini, I Made Guna Juliarta dan Ida Bagus Darsana. Berikut ini adalah beberapa karya yang peneliti jadikan bahan acuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Penelitian dari Indah Superti yang berjudul “Analisis Manajemen Pengelolaan Pasar Tradisional Guna Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kecil Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pasar Simpang Agung, Desa Simpang Agung, Lampung Tengah)”³⁸ Hasil dari penelitian ini adalah Pengelolaan manajemen di Pasar Simpang Lampung masih belum maksimal dan belum sesuai dengan prinsip ekonomi Islam. Manajemen pengelolaan pasar tersebut tergolong kurang baik jika dilihat dari aspek penyediaan infrastruktur, perbaikan sarana dan prasarana. Sehingga hal tersebut menimbulkan pengaruh

³⁸Indah Superti, *Analisis Manajemen Pengelolaan Pasar Tradisional Guna Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kecil Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pasar Simpang Agung, Desa Simpang Agung, Lampung Tengah)*, Skripsi Tidak diterbitkan, 2017, hal. 80

terhadap pendapatan pedagang kecil dalam hal yang negatif. Selain itu, dalam pandangan ekonomi Islam manajemen pengelolaan pasarnya masih belum berjalan dengan anjuran ekonomi Islam dikarenakan belum memiliki prinsip-prinsip seperti kejujuran, persaingan yang sehat, dan keterbukaan.³⁹

Penelitian dari Irawan yang berjudul “Analisis Manajemen Pengelolaan Pasar Tradisional Sebagai Sumber Pendapatan Daerah Di Pasar Jelojok Desa Kopang, Kec. Kopang, Kab. Lombok Tengah Dalam Perspektif Manajemen Syariah.”⁴⁰ Hasil dari penelitian ini adalah Masih terdapat kurang disiplinnya pedagang dalam menerapkan aturan pasar sehingga Pasar Jelojok belum layak dikatakan sebagai sumber pendapatan daerah. Selain itu, pengelolaan pasar sebagai sumber pendapatan daerah masih belum baik dan optimal karena banyak pedagang yang mengeluh tentang pengelolaan pasar saat ini.⁴¹

Penelitian dari Veka Ferliana yang berjudul “Analisis Pengaruh Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pasar Tugu Bandar Lampung).”⁴² Hasil dari penelitian ini adalah Program revitalisasi pasar tradisional yang dilakukan oleh pemerintah di Pasar Tugu merupakan langkah yang tepat akan tetapi dalam pengelolaan manajemen pasarnya masih belum berjalan dengan baik sehingga pelaksanaan revitalisasi yang telah dilakukan dianggap kurang tepat dan kondisi

³⁹ *Ibid*

⁴⁰ Irawan, *Analisis Manajemen Pengelolaan Pasar Tradisional Sebagai Sumber Pendapatan Daerah Di Pasar Jelojok Desa Kopang, Kec. Kopang, Kab. Lombok Tengah Dalam Perspektif Manajemen Syariah*, Skripsi Tidak diterbitkan, 2018, hal. 60.

⁴¹ *Ibid*

⁴² Veka Ferliana, *Analisis Pengaruh Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pasar Tugu Bandar Lampung)*, Skripsi Tidak diterbitkan, 2018, hal 99.

pasar yang semakin memburuk. Hal tersebut juga mempengaruhi pendapatan pedagang dimana ada pendapatan yang cenderung menurun, ada yang meningkat, dan tetap. Dalam perspektif ekonomi Islam revitalisasi yang dilakukan merupakan hal positif tetapi dalam pengelolaan manajemen berdampak negatif karena tidak sesuai dengan tuntunan syariat Islam⁴³

Penelitian dari Andreina Putri Anggreini yang berjudul “Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Pemberdayaan Pedagang Pasar Panjerejo Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung.”⁴⁴ Hasil dari penelitian ini adalah kenaikan omset pedagang setelah diadakannya revitalisasi pasar. Dimana hal tersebut didukung oleh sumber daya yang apik dari sisi materi maupun SDM di sekitar pasar, komunikasi yang baik antara pihak pedagang dan pengelola pasar, struktur birokrasi yang baik, dan adanya dukungan target dari masyarakat desa Panjerejo yang sangat mendukung adanya pembaharuan pasar tradisional yang biasa mereka kunjungi.⁴⁵

Penelitian dari I Made Guna Juliarta dan Ida Bagus Darsana yang berjudul “Analisis Efektivitas Revitalisasi Pasar Tradisional dan Dampaknya Terhadap Pengelolaan Pasar, Jumlah Pengunjung, dan Pendapatan Pedagang.”⁴⁶ Hasil dari penelitian ini adalah setelah dilakukannya revitalisasi pasar memberikan dampak positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan

⁴³ *Ibid*

⁴⁴ Andreina Putri Anggreini, *Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Pemberdayaan Pedagang Pasar Panjerejo Kecamatan Rejotangan, Kabupaten Tulungagung*, Skripsi Tidak diterbitkan, hal. 13.

⁴⁵ *Ibid*

⁴⁶ I Made Guna Juliarta dan Ida Bagus Darsana, “Analisis Efektivitas Revitalisasi Pasar Tradisional dan Dampaknya Terhadap Pengelolaan Pasar, Jumlah Pengunjung dan Pendapatan Pedagang”, *E-Jurnal EP Unud*, 5(1), hal. 162.

pedagang, peningkatan jumlah pengunjung, dan peningkatan pengelolaan pasar di Pasar Nyanggelan, Desa Pakraman Panjer.⁴⁷

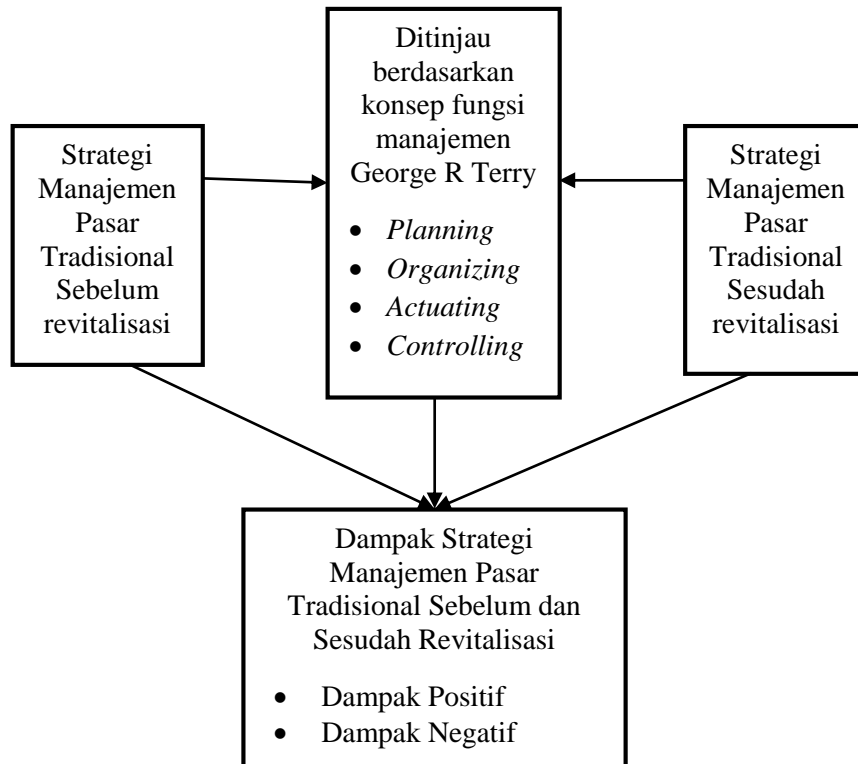
Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang manajemen pengelolaan pasar dan revitalisasi pasar. Sedangkan untuk perbedaannya, dalam penelitian ini lebih memfokuskan pada perbandingan strategi manajemen pasar tradisional yang telah dilakukan sebelum dan sesudah revitalisasi di Pasar Ngantru serta dampak dari strategi manajemen pasar tradisional dari sebelum dan sesudah revitalisasi di Pasar Ngantru.

⁴⁷ *Ibid*

H. Kerangka Konseptual

Gambar 2.1

Kerangka Konseptual



Keterangan: dari kerangka teori di atas dapat mengetahui bagaimana strategi manajemen pasar tradisional yang telah dilakukan petugas pengelola di Pasar Ngantru dari sebelum dan sesudah pasar di revitalisasi. Strategi manajemen pasar yang telah dilakukan tersebut ditinjau berdasarkan teori fungsi manajemen menurut George R Terry yang terdiri dari: *Planning*, *Organizing*, *Actuating*, *Controlling*. Strategi manajemen pasar tradisional yang telah dilakukan petugas dari sebelum dan sesudah revitalisasi juga menimbulkan dampak berupa dampak positif maupun dampak negatif.