ANALISIS REVITALISASI PASAR TRADISIONAL BESUKI BARU KECAMATAN BESUKI KABUPATEN SITUBONDO

Roidatul Alfain

Program Studi Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Abdurachman Saleh, Situbondo

Email: alfainroidatul@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan mengeksplorasi Analisis Revitalisasi Pasar Tradisional Besuki Baru Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo. Pemerintah Daerah diberikan kewenangan oleh Pemerintah Pusat dalam melaksanakan program Revitalisasi supaya dapat mengembangkan keunggulan pasar tradisonal agar berdaya saing dan meningkatkan kesejahteraan para pedagang. Terdapat empat dimensi yang dikembangkan pada kebijakan revitalisasi, yaitu; (a) revitalisasi fisik pasar untuk meningkatkan kenyamanan bertransaksi, (b) revitalisasi ekonomi guna meningkatkan kesejahteraan para pedagang, (c) revitalisasi manajemen bertujuan meningkatkan profesionalisme pedagang, (d) revitalisasi sosial. Metode penelitian yang digunakan deskriptif kualitatif pendekatan fenomenologi. Lokus penelitian pasar tradisional; Besuki Baru. Unit analisis penelitian; (a) Pemerintah Daerah beserta Diskoperindag bidang yang diberi kewenangan merevitalisasi pasar, (b) UPTD pasar tradisional, (c) para pedagang, (d) tokoh masyarakat**.** Dari keempat dimensi yang terintegrasi pada kebijakan revitalisasi tidak semuanya berhasil diterapkan dengan optimal diantaranya; (a) perbaikan fisik bangunan pasar belum sepenuhnya sesuai dengan kebutuhan berjualan, (b) sebagian pedagang belum mampu meningkatkan kesejahteraan ekonominya, (c) manejemen pengelolaan masih terkesan konservatif dan belum mampu berdaya saing, (d) penguatan nilai-nilai sosial tidak sepenuhnya terintegrasi dengan baik di lingkungan pasar.

Kata kunci: Revitalisasi; Pasar Tradisional, Besuki Baru

ABSTRACT

This study aims to analyze and explore the revitalization of the Besuki Baru Traditional Market in Besuki District, Situbondo Regency. The Central Government has authorized the Local Government to implement a revitalization program designed to enhance the strengths and competitiveness of traditional markets and improve the welfare of the traders. Four dimensions were developed within the revitalization policy: (a) physical market revitalization to improve transaction comfort, (b) economic revitalization to boost traders' welfare, (c) management revitalization aimed at increasing traders' professionalism, and (d) social revitalization. The study employs a descriptive qualitative method with a

phenomenological approach. The research site is the Besuki Baru traditional market. The units of analysis include: (a) the Local Government and the relevant division of the Department of Cooperatives, Industry, and Trade (Diskoperindag) authorized to revitalize the market, (b) the Traditional Market Technical Implementation Unit (UPTD), (c) the traders, and (d) community leaders. Of the four integrated dimensions of the revitalization policy, not all were implemented optimally: (a) physical improvements to the market buildings did not fully align with trading needs, (b) some traders were unable to improve their economic well-being, (c) management practices remained conservative and lacked competitiveness, and (d) the strengthening of social values was not fully integrated within the market environment.

Keywords: Revitalization; Traditional Market; Besuki Baru

1. Latar Belakang

Pergeseran sistem nilai telah menyebabkan perubahan gaya hidup berbelanja dan menjadi tuntutan kebutuhan masyarakat. Untuk mencapainya mereka cenderung lebih memilih fasilitas modern, seperti supermarket dan minimarket. Selain itu kedekatan jarak ritel juga menentukan *preferensi* konsumen karena memberikan kemudahan untuk mendapatkan barang sesuai kebutuhan, memberikan lebih banyak kenyamanan dan kebebasan untuk berbelanja (Anggraini, 2013). Penentuan lokasi yang strategis menjadi tujuan berbelanja masyarakat untuk memilih pasar modern dan meninggalkan pasar tradisional (Anggraini; 2013). Pasar tradisional kian hari konsumennya berangsur-angsur menurun. Pasar tradisional yang identik dengan becek, bau, kumuh, kurang tertata rapi, parkir yang tidak teratur menjadi penyebab berkurangnya minat pengunjung. Seperti yang dikutip AC. Nielsen pasar modern di Indonesia tumbuh sebesar 31,4%, pertahun, sedangkan pasar tradisional menurun sebesar 8% pertahun. Jadi keberadaan pasar modern bisa menjadi salah satu kekuatan pendorong ekonomi, tetapi disisi lain pasar modern menjadi ancaman tersendiri terhadap perkembangan pasar tradisional (Suryadarma et al.,2007)

Guna mengatasi masalah persaingan pasar modern dengan pasar tradisional Pemerintah Pusat bekerja sama dengan Pemerintah Daerah melakukan revitalisasi pasar tradisional agar berdaya saing dan dapat meningkatkan kesejahteraan pedagang melalui peningkatan omzet penjualan. Oleh sebab itu Pemerintah Daerah diberi kewenangan kebijakan berdasarkan kearifan lokal untuk merevitalisasi pasar tradisional yang ada. Kabupaten Situbondo juga melaksanakan revitalisasi pasar tradisional secara *massive* dan menyeluruh disetiap Kecamatan sejak tahun 2017 hingga tahun 2020. Program tersebut dilakukan agar percepatan pembangunan dapat terealiasi sesuai dengan target yang telah dijadwalkan.

Upaya yang dilakukan dari program revitalisasi pasar tersebut hal paling utama adalah perbaikan kios dan los pedagang yang sudah dianggap kurang layak pakai. Disamping itu juga ada penambahan kuota los dan kios yang baru, dengan harapan disusul peningkatan jumlah pedagang dan omzet penjualan. Upaya lain dari program revitalisasi adalah perbaikan desain pasar dengan harapan fungsinya dapat bermanfaat sebaik mungkin bagi pedagang dan pengunjung supaya betah beraktifitas di pasar tradisional. Tahapan atau proses dari revitalisasi tersebut tentunya harus menyesuaikan anggaran dari Pemerintah Pusat. Berikut dibawah ini data pasar yang sudah direvitalisasi melalui dinas perindustrian dan perdagangan Kabupaten Situbondo sejak tahun 2017 hingga tahun 2024.

Tabel Data Pasar Tradisional Kabupaten Situbondo

No	Nama Pasar	Jumlah Pedagang (Sebelum Dibangun)			Omzet	Jumlah Pedagang (Sesudah Dibangun)			Omzet	Keterangan
		Los	Kios	Jumlah		Los	Kios	Jumlah		
1.	Pasar Umum Mimbaan	66	120	186	426.000.000	93	139	232	535.500.000	
2.	Pasar Pabrik Asembagus	173	11	184	206.000.000	173	11	184	206.000.000	
3.	Pasar Asembagus	101	125	226	476.000.000	109	173	282	659.400.000	
4.	Pasar Kampung	133	42	175	259.000.000	133	42	175	271.950.000	
5.	Pasar Curahkalak	99	12	111	135.000.000	95	11	106	134.400.000	SNI 2019
6.	Pasar Tekok	3	-	3	3.000.000	3		3	3.150.000	
7.	Pasar Kapongan	39	22	61	105.000.000	43	28	71	133.350.000	SNI 2017
8.	Pasar Mangaran	55	17	72	106.000.000	56	17	73	112.350.000	SNI 2017
9.	Pasar Panji	285	76	361	513.000.000	285	76	361	538.650.000	
10.	Pasar Ardiredjo Pagi	183	51	234	336.000.000	130	53	183	303.450.000	
11.	Pasar Ardiredjo Sore	44	22	66	110.000.000	58	48	106	212.100.000	
12.	Pasar Kalbut	20	9	29	47.000.000	20	7	27	43.050.000	
13.	Pasar Olean	45	9	54	72.000.000	58	2	60	64.000.000	
14.	Pasar Sumberkolak	135	114	249	372.000.000	163	143	306	456.750.000	
15.	Pasar Wringinanom	38	16	54	86.000.000	38	18	56	96.600.000	
16.	Pasar Panarukan	291	92	383	567.000.000	278	77	355	534.450.000	
17.	Pasar Widoropayung	117	81	198	360.000.000	117	81	198	378.000.000	
18.	Pasar Besuki	62	398	460	1.256.000.000	66	393	459	1.307.250.000	
JUMLAH		**1889**	**1182**	**3071**	**5.435.000.000**	**1968**	**1250**	**3218**	**5.990.400.000**	

Sumber: data primer yang oleh 2025

Revitalisasi sendiri diukur berdasarkan aspek; (1) revitalisasi fisik bangunan, (2) revitalisasi ekonomi, dalam perencanaannya meningkatkan pertumbuhan ekonomi lokal, (3) revitalisasi sosial, yang menjadi wadah elemen masyarakat untuk turut aktif berperan dalam proses aktivitas pasar, (4) revitalisasi manajemen dengan praktek pengelolaan pasar yang didasarkan pada produk hukum terkait (Kemendag, 2015).

Seperti halnya revitalisasi pasar tradisional di Pasar Besuki Baru Kabupaten Situbondo. *Pertama,* revitalisasi fisik adalah bagaimana mengubah tampilan pasar menjadi lebih baik dan menarik minat pengunjung. Pemerintah Daerah dapat mendesain fisik bangunan pasar menyesuaikan kebutuhan dan

kearifan lokal daerah masing-masing sebagai penciri khas lokal. Fisik bangunan pasar yang memadai akan mempengaruhi terhadap kenyamanan bertransaksi para pedagang dan antusiasme konsumen untuk berbelanja dipasar tradisional.

Kedua, terkait dengan aspek ekonomi. Mikropositif revitalisasi pasar tradisional yang tepat akan berdampak pada pertumbuahan ekonomi, dimana pasar akan semakin menarik dikunjungi oleh konsumen. Pada kenyataanya belum didukung dengan pertumbuhan omzet dan profit pedagang secara signifikan, sebagian besar diakibatkan revitalisasi fisik yang berpotensi; (1) mendatangkan pedagang baru sehingga menambah tingkat persaingan, (2) kios yang lebih kecil dari sebelumnya mengurangi omzet penjualan dan penyetokan barang dagangan. Sementara dari pihak pengelola pasar omzet pendapatan pasar sudah pasti akan meningkat seiring dengan perluasan pasar tersebut.

Ketiga, aspek sosial, yang menjadi wadah elemen masyarakat untuk turut aktif berperan dalam proses aktivitas pasar. Guna untuk memenuhi fungsi pasar sebagai tempat warga mendapat kebutuhan harga murah, revitalisasi dimaksudkan agar pasar juga menjadi destinasi berkumpul, berwisata bersama keluarga, sehingga di desain menarik dan nyaman dengan ditambah fungsinya menjadi pusat kuliner dan suvenir. Pasar tradisional bukan sekedar pasar untuk memenuhi kebutuhan berbelanja sehari-hari, namun dapat diekstensifikasi sebagai wisata budaya (Cook, 2008), dan kekayaan lokal, bahkan jika mungkin pusat wisata kulinir lokal (Heldke, 2007).

Keempat, aspek manajemen dalam kaitannya sebagai praktek pengelolaan pasar yang didasarkan pada produk hukum terkait. Perda maupun Perbub yang telah diberlakukan harus menopang kepentingan semua kalangan, terutama melindungi masyarakat level bawah yang tidak berdaya. Hanya sedikit pasar tradisional yang dibawa kendali Dinas khusus pengelola pasar tradisional di tingkat Kabupaten/Kota. Hal tersebut mengakibatkan revitalisasi dan pengelolaan pasar terkadang belum fokus. Persoalan mendasar yang harus diperhatikan adalah bahwa upaya revitalisasi merupakan langkah awal dari terciptanya manajemen pengelolaan yang lebih baik, sehingga diperlukan karakteristik kelembagaan pengendali dan pengelola yang lebih kuat.

Menurut Gonzales dan Wasley (2013) pasar yang baik adalah pasar yang dikelola oleh badan/lembaga tertentu baik Pemerintah maupun swasta, sehingga pengawasan pelaksanaan lebih terintegrasi. Selain itu renovasi struktur juga diikuti dengan renovasi infrastruktur yang dapat memberikan ruang spesfik dimana pasar tradisional bisa terimplementasi dengan baik. Dari dampak kebijakan revitalisasi tersebut peran Pemerintah mempunyai tanggung jawab yang sangat besar sebagai regulator kebijakan. Selama ini sebagian besar pedagang merasa dirugikan dengan adanya revitalisasi. Sebab mereka tidak pernah dilibatkan dalam proses perencanaan.

Hal yang sama juga dinyatakan dalam penelitian Prastyawan *et al*, (2015). Bahwa kegiatan revitalisasi pasar harus melibatkan para pedagang sebagai aktor utama yang telah menerima layanan dari Pemerintah. Mereka sebagai pembuat kebijakan harus mempertimbangkan sebagai mitra dalam mengembangkan bisnis pedagang dan meningkatkan pendapatan Daerah. Hal senada juga penelitian yang dilakukan Giantari e*t al*, (2017) bahwa yang mempengaruhi perkembangan pasar tradisional diantaranya adalah regulasi atau peraturan yang dibuat Pemerintah perlu mempertimbangkan aspek *stakeholder* yang lebih *komprehenship*.

Pendekatan kebijakan revitalisasi pasar tradisional hendaknya mampu berdimensi pada pendekatan struktural, dimana pelibatan seluruh komponen penyelenggara Pemerintahan yang memiliki peranan dalam kebijakan revitalisasi mampu melakukan kebijakan pengelolaan yang komprehensip, agar nantinya kebijakan yang dibuat dapat berjalan dengan efektif dan efesien. Pendekatan non struktural sangat penting dilakukan dengan melibatkan masyarakat untuk berpartisipasi penuh dalam proses pengelolaan kebijakan revitalisasi. Dalam dinamika dan prosesnya para pedagang pasar tradisional dan *stakeholder* menjadi aktor penting dalam proses pengelolaan pasar tradisional, oleh karena itu dalam penelitian ini diharapkan mampu mengungkap data dan fakta terkait kebijakan tata kelola pada aspek fisik, aspek manajemen, aspek ekonomi dan aspek sosial kultural pasar tradisional di Kabupaten Situbondo. Berdasarkan penjelasan dari latar belakang dan pengertian di atas rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimanakah kebijakan revitalisasi pasar tradisional Besuki Baru dan faktor apa sajakah yang mendukung dan penghambat kebijakan revitalisasi pasar tradisional Besuki Baru, Kecamatan Besuki, Kabupaten Situbondo?,

2. Metode Penelitian

2.1 Fokus, Lokus, Pendekatan dan Jenis Penelitian

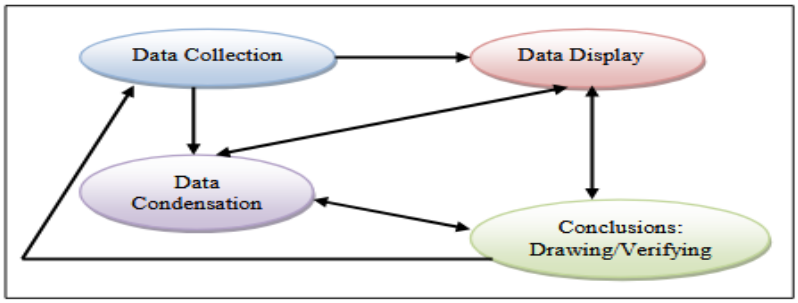
Fokus penelitian ini adalah menganalisis kebijakan revitalisasi pasar tradisional Kabupaten Situbondo. Lokus penelitian dipasar tradisonal Besuki Baru yang merupakan pasar salah satu pasar terbesar di Kabupaten Situbondo. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Menurut Bungin (2012), tahapan penelitian kualitatif melampaui tahapan berpikir kritis ilmiah, artinya seorang peneliti memulai berpikir secara induktif, yaitu menangkap berbagai fakta atau fenomena sosial melalui pengamatan di lapangan, kemudian menganalisisnya dan berupaya melakukan teorisasi berdasarkan apa yang telah diamati. Proses ilmiah atau ilmu pengetahuan itu tidak hanya berpikir rasional atau bahkan hanya merupakan produk-produk empiris. Hal ini karena logika deduktif saja masih belum cukup sehingga diperlukan produk kesimpulan rasional yang *koheren* dengan sistem pengetahuan yang ada, namun juga sesuai dengan fakta yang ada di lapangan.

2.2 Penentuan Informan dan Pengumpulan data

Informan dalam penelitian ini yaitu. Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan (Diskoperindag) Kabupaten Siubondo; (a) Kepala Dinas (c) Unit Pelaksana Teknis Dinas Pasar Tradisional atau UPTD, Tokoh kultural seperti tokoh masyarakat yang mempunyai pengaruh terhadap eksistensi pasar tradisonal, Para pedagang pasar tradisional, yaitu pedagang yang berjualan di pasar tradisional dan terkena dampak revitalisasi di Kabupaten Situbondo. Guna memperoleh data yang akurat dan sesuai dengan yang dibutuhkan dalam penelitian kearifan lokal dan dinamika kebijakan revitalisasi pasar tradisional di Kabupaten Situbondo, peneliti menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut. Observasi Partisiptif. Wawancara Mendalam. Dokumentasi. Studi Pustaka

2.3 Metode Analisis Data

Peneliti dalam menganalisis data kualitatif menggunakan metode analisis interaktif yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman (2007:20). Teknik analisis interaktif menurut Miles dan Huberman ini terdiri atas kegiatan seperti yang tertera dalam gambar dibawah ini;



Model Analisis Interaktif Miles dan Huberman 2027:20

2.4 Kondensasi, Penyajian dan Penarikan Kesimpulan Data

Untuk dapat mengumpulkan data dan mencarinya saat diperlukan, peneliti mencoba menganalisis, menggolongkan, mengarahkan, dan membuang yang tidak perlu dengan cara sedemikian rupa. Penyajian Data. Menurut Sugiono (2008:249), “Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart,* dan sejenisnya”. Penyajian data dalam bentuk demikian dimaksudkan untuk memudahkan peneliti melihat gambaran secara menyeluruh atau bagian tertentu dalam penelitian. Menurut Miles dan Huberman (2007:17), ”penyajian yang paling sering digunakan pada data kualitatif pada masa yang lalu adalah bentuk teks naratif”. Menarik Kesimpulan/Verifikasi. Tahap ketiga dalam menganalisis data adalah menarik kesimpulan dan verifikasi. Langkah-langkah yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini, *pertama*, peneliti menguraikan garis besar permasalahan, kemudian

memberi ringkasan tentang segala sesuatu yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya. *Kedua*, peneliti menghubungkan setiap kelompok data dengan permasalahan untuk sampai pada kesimpulan tertentu. *Ketiga*, kesimpulan adalah menjelaskan mengenai arti dan akibat-akibat tertentu dari kesimpulan-kesimpulan itu, baik secara teoritik maupun praktis, dengan memberikan saran atau rekomendasi.

3. Pembahasan

Revitalisasi Pasar Tradisional di Pasar Besuki Baru

a. Dimensi Fisik

Hasil temuan peneliti dilapangan menunjukkan banyak para pedagang yang antusias menyambut revitalisasi, akan tetapi sebagian dari mereka yang sudah lama berjualan atau pedagang senior resah dengan adanya revitalisasi bahkan menolak, karena khawatir nantinya mendapatkan jatah kios atau los kurang strategis dan tidak senyaman yang mereka tempati sebelum direvitalisasi, pesimisme sebagian pedagang menganggap revitalisasi merugikan mereka yang sudah nyaman dengan pola lama, bahkan tidak jarang pada pasar tertentu pedagang menentang terhadap rencana Pemerintah Daerah, seringkali cara berpikir pedagang berbeda dengan para pengambil kebijakan. Pedagang lama atau senior sudah terlalu nyaman dizonanya, mereka akan sulit menerima perubahan

Saat ini pasar tradisional dengan segenap kesan negatif yang ada di dalamnya perlu direvitalisasi agar menarik dipandang, dan nyaman untuk tempat berjualan. Sehingga kesan kumuh dan bau tidak ada lagi terhadap citra pasar tradisional. Revitalisasi disini adalah untuk menvitalkan kembali atau membungarkan kembali sesuatu yang sudah ada sebelumnya, diantaranya menata kembali yang kumuh, mengecat kembali yang sudah kusam, menganti kramik yang sudah pecah, dan memperbaiki fasilitas umum yang rusak. Renovasi juga meliputi perbaikan *drainese* yang mampet dan memperindah taman pasar sehingga makin menarik dipandang oleh masyarakat pasar.

Kenyataanya revitalisasi yang sering terjadi adalah untuk membangun kembali dengan cara meruntuhkan kios yang sudah ada, menambah kios-kios baru dan mengubah desain pasar berdasarkan keinginan pengembang. Bisa jadi renovasi dari pengembang bukan menambah daya tarik bagi konsumen untuk meningkatkan pendapatan pedagang, tetapi hanya untuk menambah penghasilan pengembang pasar dan meningkatkan pendapatan retrebusi sebesar-besarnya (Malano;2013).

Pemerintah Daerah Kabupaten Situbondo telah mendukung kebijakan revitalisasi pasar tradisional yang selama ini telah berjalan kurang lebih tujuh 7 tahun. Program revitalisasi pasar tradisional yang sudah berjalan dan hampir selesai pengerjaanya secara fisik ada sekitar 21 pasar tradisional diseluruh

Kabupaten Situbondo dan tentunya revitalisasi tersebut membutuhkan proses waktu yang cukup lama dengan biaya yang sangat besar.

Desain yang dikembangkan oleh Pemerintah Pusat dan Pemerintah Derah tentunya tidak jauh berbeda. Pemerintah Pusat mengembangkan desain pasar tradisional atau infrastrukturnya hampir mirip diseluruh Daerah Kabupaten Situbondo. Karakteristik yang dikembangkan yaitu berupa bangunan yang sangat tinggi dan dalam satu atap terdapat kios dan los dengan jumlah yang tidak sedikit menyesesuaikan rencana dari pihak pengembang yang telah dipertimbangkan sebelumnya. Tentu dari desain tersebut ada kelebihan dan kekurangannya, dari sisi kelebihan bangunan, tempatnya sejuk dan kelihatan rapi membuat nyaman para pedagang berjualan, akan tetapi dari sisi kebermanfaatan tempatnya yang begitu kecil tidak bisa menampung produk berskala besar sesuai kebutuhan pedagang. Keterbatasan tersebut menyulitkan pedagang untuk mengembangkan usahanya. Berbeda dengan sebelum direvitalisasi kiosnya relatif luas, artinya cukup untuk memajang produk yang dibutuhkan oleh pedagang.

Temuan penelitian dilapangan sebelum direvitalisasi rata-rata pedagang menempati kios dengan ukuran tiga kali enam meter persegi $3x6m^2$ bahkan ada pedagang yang menempati dua kali lipat dari ukuran tersebut, menyesuaikan dengan produk yang dipasarkan, misalnya pedagang pecah belah lebih banyak membutuhkan *space* memajang produk yang dibutuhkan para konsumen. Tetapi kekurungan pasar sebelum direvitalisasi bahan yang digunakan bangunan pasar sangat sederhana, misalnya tembok yang dibangun hanya satu meter dari lantai dengan menggunakan batako dan sisanya adalah kawat jaring pembatas hingga ke atap bangunan. Jika pedagang ingin kiosnya tampak bagus biasanya akan merehab ulang, tetapi resikonya adalah pada saat ada pembangunan pasar maka akan digusur tanpa uang penganti. Kelebihan lain dari sisi kenyamanan berjualan tentu lebih baik sebelum direvitalisasi sebab tempatnya yang luas, volume produk yang dipajang lebih banyak.

b. Dimensi Eonomi

Berdasarkan temuan lapangan dapat disimpulkan bahwa setiap perubahan membawa dampaknya sendiri. Adanya revitalisasi dapat mempengaruhi atau berdampak pada ekonomi pedagang itu sendiri. Revitalisasi tidak hanya membuat perubahan pada pendapatan pedagang, tetapi membuka lapangan pekerjaan bagi orang sekitar, sehingga dapat mengurangi pengangguran. Ada beberapa pedagang yang memakai jasa tenaga kerja orang lain, dan terkadang ada yang memakai jasa tenaga kerja keluarganya sendiri seperti anak, atau bahkan saudaranya.

Pedagang menanggapi dengan perasaan senang tentang kebijakan revitalisasi ini. Pedagang menganggap tepat kebijakan ini karena kondisi pasar lebih aman, nyaman dan terhindar dari becek jika dibandingkan dengan pasar lama. Pedagang merasa pasar yang dulunya kumuh, tidak tertata sekarang menjadi

lebih baik dibandingkan dengan bangunan lama. Perubahan tata letak para pedagang tidak membuat hubungan antar pedagang dan pengelola pasar menjadi berjauhan, melainkan mereka tetap menjalin komunikasi yang sangat baik. Sedangkan pengelola pasar menanggapi bahwa revitalisasi ini perlu terjadi agar tidak kalah saing dan ketinggalan jauh dengan pasar modern.

Adanya revitalisasi pasar menjadi harapan baru bagi pedagang yaitu meningkat atau bertambahnya pembeli dan pelanggan mereka di pasar yang baru di revitalisasi ini. Berikut ini adalah hasil wawancara dengan pembeli yang biasa berbelanja di pasar Besuki Baru: Ibu Nurul salah satu pelanggan setia pasar karena tempat ia mengajar melewati pasar Besuki Baru. Jadi ketika pulang mengajar saya sekaligus melewati pasar beliau memilih berbelanja disini karena sudah mempunyai langganan sendiri. Menurut beliau pasar sekarang menjadi lebih tertata, memudahkan kita untuk mencari barang yang kita butuhkan. Berbelanja di pasar sekarang sudah lebih nyaman, tidak becek lagi dan kebutuhan sehari-hari disini sudah lengkap. Menurutnya kebersihan pasar dan fasilitas pasar masih harus di perhatikan lagi "Kondisi kebersihan saya liat sudah rapi, bersih, fasilitas juga sudah lengkap, hanya saja lantai pada wc umum sangat kotor". Menurutnya pasar Besuki Baru sudah sesuai harapan, karena lapak sudah tertata sesuai jenis dagangannya.

c. Dimensi Manajemen

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan di Pasar Besuki kepada pedagang dan pengunjung pasar. Selanjutnya dilakukan analisis untuk mengetahui dampak revitaliasasi pasar berdasarkan aspek revitalisasi manajemen. Aspek Revitalisasi Manajemen kategori peningkatan profesionalisme pengelolaan Pasar, pemberdayaan pelaku usaha perdagangan, cukup memuaskan bagi pedagang, aksesibilitas pasar perlu dibenahi, Kategori Revitalisasi Manajemen Tidak Ada Perubahan Hasil analisis menunjukkan bahwa aspek manajemen Pasar Besuki Baru setelah revitalisasi belum menunjukkan peningkatan yang signifikan. Tiga dimensi yang dianalisis meliputi peningkatan profesionalisme pengelolaan pasar, pemberdayaan pelaku usaha perdagangan, dan penerapan SOP pengelolaan pasar. Secara keseluruhan, rata-rata melihat faktanya pada aspek manajemen tidak ada perubahan.

Hal ini menandakan bahwa revitalisasi belum memberikan pengaruh yang merata dan optimal terhadap pengelolaan pasar. Pada variabel peningkatan profesionalisme pengelolaan pasar, yang mencakup kualitas pelayanan dan kecepatan respon terhadap keluhan pedagang, tergolong dalam kategori lebih baik. Setelah revitalisasi, pelayanan pengelola pasar dinilai lebih cepat dan terkoordinasi, meskipun masih terdapat kekurangan dalam hal efektivitas dan konsistensi. Sebagian besar keluhan pedagang juga telah direspons dengan cukup cepat dan ditindaklanjuti, namun masih terdapat beberapa kasus yang

membutuhkan waktu tunggu lebih lama. Secara keseluruhan, profesionalisme pengelolaan pasar menunjukkan kemajuan, tetapi masih memerlukan perbaikan agar pelayanan dan penanganan keluhan dapat berjalan lebih responsif dan efektif sesuai dengan harapan pedagang dan pengunjung. Berbeda dengan peningkatan profesionalisme pemberdayaan pelaku usaha perdagangan justru menunjukkan penurunan yang cukup signifikan. Pada aspek fasilitas pelatihan dan bantuan usaha, revitalisasi pasar tidak memberikan dampak positif karena hingga saat ini belum ada program pelatihan atau bantuan yang diberikan langsung oleh pengelola pasar kepada pedagang. Meskipun terdapat upaya untuk memberikan dukungan dalam meningkatkan usaha pedagang, bentuk dukungan tersebut masih sangat terbatas dan belum memberikan hasil yang dirasakan secara signifikan.

Kondisi ini menyebabkan persepsi pedagang terhadap pemberdayaan menjadi negatif. Oleh karena itu, diperlukan upaya yang nyata dan berkelanjutan dari pengelola pasar untuk memberikan dukungan aktif dan program pemberdayaan yang benar-benar menyentuh kebutuhan pedagang agar daya saing dan keberlanjutan usaha mereka dapat meningkat. Selanjutnya, pada penerapan SOP pengelolaan pasar, yang mencakup konsistensi aturan dan efektivitas dalam menjaga ketertiban, termasuk dalam kategori sedikit lebih baik. Revitalisasi berdampak positif pada kejelasan peraturan, di mana sebagian besar pedagang dan pengunjung mulai menerapkannya secara konsisten. Pasar juga dinilai lebih tertib dibandingkan sebelumnya, meskipun masih ada sebagian kecil pelanggaran yang terjadi. Namun demikian, perbaikan masih diperlukan, terutama dalam hal konsistensi pelaksanaan dan pengawasan aturan, agar agar seluruh aturan dapat dijalankan secara optimal serta ketertiban pasar dapat terjaga dengan lebih baik. Secara keseluruhan, revitalisasi pada aspek manajemen belum menunjukkan peningkatan yang signifikan.

Meskipun kualitas pelayanan dan penerapan SOP meningkat, pemberdayaan pedagang mengalami penurunan drastis. Pedagang merasa kurang mendapat dukungan dalam bentuk pelatihan atau bantuan usaha, sehingga keberlanjutan usaha mereka tidak terjamin. Penurunan ini mengindikasikan bahwa revitalisasi lebih terfokus pada pembangunan fisik, sementara aspek pengelolaan sumber daya manusia terabaikan. Menurut Biswan (2024), kegagalan dalam pemberdayaan seringkali menyebabkan revitalisasi tidak memberikan dampak ekonomi yang signifikan, karena pedagang tidak memiliki kapasitas untuk memanfaatkan fasilitas baru secara optimal.

d. Dimensi Sosial Kultural

Pasar yang dibangun mengambarkan ciri khas potensi kekayaan lokal yang dimiliki Kabupaten Situbondo, misalnya Selain itu yang menjadi penciri khas Kabupaten Situbondo adalah sebagian besar ornamen bangunan pemerintah daerah berbentuk perahu layar. Setidaknya tampak depan bangunan ada nuansa

arsitektur perahu layar, entah itu berupa tugu layar atau hiasan lampu yang menyerupai layar, oleh karena itu tokoh agama juga menyarankan agar tampak depan pasar tradisional dibangun tugu perahu layar seperti halnya pasar Panarukan. Dimana hal tersebut mencirikhaskan mata pencaharian masyarakat pesisir Situbondo yang terkenal dengan perahu layar sebagai fasilitas alat menangkap ikan dipantai pesisir utara. Walaupun sifatnya adalah cara-cara tradisional tetapi hal tersebut tidak merusak dan mengeksploetasi sumberdaya alam yang ada, sehingga kelestarian ekosistem tetap terjaga dengan baik.

Posisi pasar tradisional tidak lagi sekedar tempat terjadinya transaksi jual beli tapi menjadi tempat interaksi sosial dan diskusi informal masyarakat. Pasar tradisional bersentuhan langsung dengan sistem ekonomi yang berbasis pada kekuatan rakyat, yang dapat dilakukan tanpa modal besar, walaupun bertumpu pada mekanisme pasar persaingan sehat, bersifat mandiri dengan menjamin kesempatan yang sama dalam berusaha, tidak ada hierarki yang mencolok seperti atasan dan bawahan, tetapi ada nilai tambah yang tidak semata-mata mengejar keuntungan, melainkan memperhatikan kepentingan sosial dan merefleksikan budaya setempat.

Ruang publik harus memiliki sifat responsif, domokratis atau dapat digunakan oleh semua kalangan, serta memiliki kaitan antara manusia, ruang dan lingkungan baik fisik maupun sosial. Jadi ruang publik menjadi sangat bermanfaat jika ada keterbuakaan akses dan menjadi multi fungsi yang bisa digunakan oleh masyarakat setempat. Tokoh agama disini tidak semata-mata mengorientasikan *public space* sebagai ajang ritual *sholawat nariayah* dan pengajian, tetapi memberikan kesempatan kepada publik untuk memfungsikan berbagai kepentingan publik.

Kabupaten Situbondo dimana pada saat ini lebih dikenal dengan istilah bumi *sholawat nariyah* menunjukkan bahwa disetiap acara keagaman harus disisipkan ritual *sholwat nariyah*. Bahkan ritual tersebut tidak hanya berlaku pada setiap kegiatan formal instansi yang bernaung dibawah pemerintah daerah. Begitu juga Pada beberapa pasar tradisional kawasan padat penduduk difasilitasi kegiatan ritual *sholawat nariyah*. Dari sisi spiritual hal tersebut dilakukan agar masyarakat pasar lebih mendekatkan diri kepada yang maha kuasa agar diberi keberkahan kesalamatan dan kelancaran rezeki dalam menjalakan bisnisnya, dan dijauhkan dari mara bahaya. Disamping itu juga jika pasarnya ramai pengunjung tentu *income* retrebusi yang didapat daerah akan mengalami peningkatan juga, dan hal tersebut sama-sama menguntungkan kedua belah pihak.

Selain penguatan karakter spritual dari kegiatan rutin disini juga tertanam nilai-nilai keagamaan yang kuat dan membangun solidaristas kebersamaan antara tokoh kultural dengan masyarakat, dan juga pada lingkup relasi masyarakat itu sendiri. Hal tersebut selaras dengan apa yang diungkapkan Jhonson (1994:181)

bahwa solidaritas menunjuk kepada suatu keadaan hubungan antara individu dan atau kelompok yang didasarkan pada keadaan moral dan kepercayaan yang dianut bersama yang diperkuat dengan emosional yang sama. Ikatan ini lebih mendasar dari pada hubungan kontraktual yang dibuat atas persetujuan rasional, karena hubungan-hubungan serupa itu mengandaikan sekurang-kurangnya satu tingkat/derajat consesus terhadap prinsip-prinsip moral yang menjadi dasar kontrak itu.

Mengacu pada peraturan mentri perdagangan No.48/M-DAG/PER/8/2013 bahwa bangunan pasar harus memenuhi sarat pendukung diantaranya adalah tempat ibadah, baik pasar tipe A, B, C maupun D. Pada pasar tradisional yang ada di Kabupaten Situbondo tempat ibadah disini selain difungsikan untuk sholat, juga sebagai tempat ritual lain. Bagi pasar tradisional yang tidak melaksanakan rutinitas kegiatan *sholawat nariyah* akan diganti dengan acara ritual *khataman al-quran* yang juga diadakan setiap satu bulan sekali pada hari jum'at legi atau *jum'at manis*. Kegiatan tersebut biasanya menggunakan jasa para santri yang memang mempunyai kompetensi dibidangnya. Tujuannya sama dengan ritual lain tersebut diatas yaitu agar terhindar dari segala macam bahaya, dipermudah rezekinya dan memperoleh keberkahan hidup. Dari serangkain kegiatan-kegiatan tersebut mendapatkan dukungan penuh dari pemerintah daerah dan Diskoperindag, baik dari penyedian fasilitas maupun pendanaan, dan untuk pedagang secara sukarela menyumbang dana dengan inisiatif sendiri tanpa adanya tekanan dan paksaan yang dikoordinir oleh pedagang itu sendiri.

Kegiatan keagamaan lain yang dilakukan dipasar tradisional adalah *maulid nabi*, dimana pelaksanaan kegiatan tersebut dilakukan setiap tahun sekali. Kegiatan rutin tersebut melibatkan pihak UPTD pasar, paguyaban dan para pedagang, serta masyarakat sekitar pasar. Antusiasme pedagang menyambut acara ritual *maulid nabi* dipasar tradisional sangat kompak. Kearifan lokal lain adalah pasar ramadhan yang diadakan pada bulan suci ramadhan. Tradisi pasar ramadhan sebenarnya tidak hanya di Kabupaten Situbondo. Dibeberapa daerah lain juga ada yang namanya pasar ramadhan dan biasanya berlokasi di pusat perkotaan yang notabene adalah pusat keramain. Di Kabupaten Situbondo pasar ramadhan bertempat di beberapa pasar tradisional, salah satunya pada pasar mimbaan. Aktifitas pasar biasanya dimulai pada sore sampai malam hari.

Tujuan pasar ramadhan adalah memeriahkan atau menyemarakkan datangnya bulan ramadhan dengan pertunjukan seni yang bersifat religi, disamping itu sarana bagi masyarakat khususnya ummat muslim yang sedang melaksanakan ibadah puasa agar tidak kesulitan mencari menu berbuka. Disisi lain adalah memfasilitasi pedagang atau pelaku usaha kecil menengah UMKM yang berada diwilayah tersebut agar memiliki tempat yang layak, mudah dijangkau dan masyarakat nyaman berbelanja. Sehingga dengan datangnya bulan

ramadhan UMKM dapat menerima manfaat dengan mendapatkan penghasilan tambahan dari diadakannya pasar ramadhan.

4. Kesimpulan Dan Saran

a. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa revitalisasi pasar tradisional Besuki baru pada aspek (a) perbaikan fisik bangunan pasar sudah dilaksanajan dengan baik dan tampak lebih bagus tetapi belum sepenuhnya sesuai dengan kebutuhan berjualan, (b) pada aspek ekonomi beberapa pedagang mengalami peningkatan walaupu tidak terlalu signifikan, tetapi sebagian pedagang belum mampu meningkatkan kesejahteraan ekonominya, (c) manejemen pengelolaan masih terkesan konservatif dan belum mampu berdaya saing, (d) penguatan nilai-nilai sosial tidak sepenuhnya terintegrasi dengan baik di lingkungan pasar.

b. Saran

a) Fisik pasar harus bertransformasi dari persepsi "kumuh dan becek" menjadi ruang publik yang bersih, aman, dan nyaman tanpa mengorbankan karakteristik transaksi khas pasar tradisional.
b) Aspek ekonomi: penguatan daya saing dan digitalisasi kebijakan ekonomi harus mendorong peningkatan volume penjualan pedagang kecil serta memperkuat rantai pasok lokal.
c) Aspek manajemen: profesionalisme dan tata kelola keberlanjutan pasar pascarevitalisasi sangat bergantung pada kapasitas pengelola dalam menjalankan operasional harian. kelembagaan pengelola yang professional, standar operasional prosedur (sop) ketat peningkatan kapasitas pedagang: pengawasan dan evaluasi berkala,
d) Aspek sosial: inklusivitas dan pelestarian interaksi, pasar tradisional berfungsi sebagai ruang interaksi sosial warga. revitalisasi tidak boleh meminggirkan pedagang lama atau menghilangkan kehangatan sosial yang ada.

Daftar Pustaka

Anggraini, P. 2013. *Pengaruh Sebaran Lokasi Minimarket Terhadap Jangkauan Pelayanan Pasar Tradisional Di Kecamatan Banyumanik.* Jurnal Pembangunan Wilayah Kota 9(1): 97–109.

Badan Pusat Setatistik 2017. https://www.bps.go.id/statictable/2009/04/16/970/penduduk-15-tahun-ke-atas-yang-bekerja menurut-lapangan-pekerjaan-utama-1986---2017.html

Bungin. B. 2012. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Raja Grafindo Persada. Jakarta

Choerudin A., S. N. Dewi., A. T. Haryanto dan I. Latifah 2018. *Model Pengelolaan Pasar Tradisional Berbasis Partisipasi Masyarakat: Studi Empiris Di Indonesia*. Prosiding SENDI_U 2018 ISBN: 978-979-3649-99-3https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/sendi_u/article/view/6028.

Danisworo, M. 2000. *Revitalisasi Kawasan Kota Sebuah Catatan dalam Pengembangan dan Pemanfaatan Kawasan Kota*. www.urdi.org (urban and regional development institute, 2000).Dunn, W. N. 2000. *Pengantar Analisis Kebijakan Publik*. Yogyakarta: Gajah Mada University

Dunn. W. N. 1999. *Analisis Kebijakan Publik. Yogyakarta*: Gadjah Mada University Suryadarma, D., A. Poesoro., S. Budiyati., Akhmadi., dan M. Rosfadhila, 2007. *Impact of supermarkets on traditional markets and retailers in Indonesia's urban center* (Research report). Jakarta, Indonesia: Semeru Riset Institute

Dye, T. R. (1987) *Understanding Public Policy*. Prentice- Hall, INC., Englewood Cliffs, NJ. USA.

Devi, L. V. R.. 2012. Revitalis*asi Pasar Tradisional pada Masyarakat Modern*. Dikutip dari sosiologi. fisip. uns. ac. Id /.../ uploads/2012/04/Pasar-Tradisional. Pdf. diakses pada tanggal 28 Mei 2018

Estu, S. 2017. Berapa Pasar Tradisional Yang Sudah Dibenahi Pemerintah Pada2016?.Downloaded December.2017. https://ekonomi.kompas.com/read /2017/01/05/074400126/ beberapa.pasar.tradisionl

Gonzalez, S and P. Waley. 2013. *Traditional Retail Markets*: The New Gentrification Frontier? Antipode: a radical journal of geography, 45 (4). 965 - 983. ISSN 0066-4812

Geertz, C. 1978. *The Bazaar Economy: Information and Search in Peasant Marketing.* The American Economic Review, Volume 68, Issue 2, Papers and Proceedings of the 19th Annual Meeting of the American Economic Association (May 1978), pp. 28-32.

Giantari, I. A. *at.all*.2018 *Development and Revitalization Strategies for Traditional Markets in Bali.* International Journal of Social Economics. www.emeraldinsight.com

Harold D. L. and A. Kaplan. 1970. *Power and Society*, New Haven: Yale University Press

Islamy, I. M 2004. *Prinsip-prinsip Perumusan Kebijakan Negara*. Jakarta: Bumi Aksara Islamy, I. M. 1997. *Prinsip-Prinsip Perumusan Kebijakan Negara*. Jakarta: Bumi Aksara

Jones, O. C. 1996. *Pengantar Kebijakan Publik (Public Policy)*. Terjemahan Rick Ismanto, Jakarta: Penerbit PT RajaGrafindo Persada

Kementrian Perdagangan. 2016. *Konsep Revitalisasi Pasar Rakyat*. https://ews.kemendag.go.id/revitalisasi/KonsepRevitalisasi.aspx

Kjellberg, H., *et al*. 2015. *Market Innovation Processes: Balancing Stability and Change. Industrial Marketing Management*, Volume 44, Pages 4-12.

Kurniasih D. S. dan P. S. S. Wijaya 2017. *Public Policy And Delibelirative Process: Managing Traditional Market In Indonesia.* Medwell Journals. The Social Sciences. 12 (12) 2352-2359,2017. Depertemen of Public Administrtion, Jendral Soedirman University. Purwokerto, Indonesia. Departemen of Public Administration, Nahdlatul Ulama University, Purwokerto, Indonesia.

Listiani,W. 2009. *Fleksibilitas Pasar Tradisional.* Bandung: [http://www. scribd. com].

Laretna, A. 2002. *Revitalisasi Bukan Sekedar "Beautification*. Urdi Vol.13, www.urdi.org (Urban and Regional Development Institute).

Mangeswuri dkk, 2010 *Revitalisasi Pasar Tradisional di Indonesia : Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, Vol 2 No 1 Desember

Mursid, M. 1997. *Manajemen Pcmasaran.* Bekerja Sama dengan Pusat Antar Universitas Studi Ekonomi. Universitas Indonesia. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Miles, M. B. and A. Huberman. 2007. *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber tentang Metode-Metode Baru*. Terjemahan Tjetjep Rohendi Rohisi. Jakarta: Universitas Indonesia.

Moleong, J. L. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Penerbit PT Remaja Rosdakarya Offset, Bandung

Moeliono, A. M. 2007. *Kamus Besar Bahasa Indonesia,* Jakarta: Balai Pustaka.

Nida. M. M. 2014 *Evaluasi Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional di Kota Surakarta*. *Jurnal Pembangunan Wilayah & Kota*, vol. 10, no. 2, pp. 166-174, Jun. 2014. https://doi.org/10.14710/pwk.v10i2.17644

Peraturan Presiden. 2007. No.112. *Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.* Jakarta: Peraturan Presiden Republik Indonesia.

Peraturan Menteri.2008.No.53/M-DAG/PER/12. *Pedoman Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan dan* Toko *Modern.Jakarta:* Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia.

Prabowo, E., S. Madi. Safri., dan P. Lustrilanang. Existence and Revitalization of Traditional Markets against Modern Markets Development. *J. Basic. Appl. Sci. Res., 7(1)1-16, 2017. Journal of Basic and Applied Scientific Research. ISSN 2090-4304. www.textroad.com*

Prastyawan, A., A. Suryono, M. S., Soeaidy, dan K. Muluk, 2015. *Revitalization of Traditional Markets into a Modern Market in the Perspective of Local Governance Theory IOSR.* Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS) Volume 20, Issue 9, Ver. IV (Sep. 2015), PP 01-06 e-ISSN: 2279-0837, p-ISSN: 2279-0845. www.iosrjournals.org

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* Bandung: AlfabetaSudarsono (1995). Pengantar Ekonomi Mikro.LP3ES

Sukmariningsih R.M., N. A. Rahab. 2017. *Regulation Model of Traditional and Modern Markets for Competition Fairness.* International Journal of Economic Research.ISSN: 0972-9380. available at http: www.serialsjournals.com

Suharto, Edi 2008. *Kebijakan Sosial Sebagai Sebagai Kebijakan Publik.* Bandung.Alfabeta.

Tanguilisan, H. N. S. (2004). *Teori dan Konsep Kebijakan Publik*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media

Wahab, S. A. 2004. *Analisis Kebijaksanaan dari Formulasi Ke Implementasi Kebijaksanaan Negara,* EdisiKedua. Jakarta: BumiAksara