

# REVITALISASI PASAR RAKYAT DALAM UPAYA PENINGKATAN SOSIAL EKONOMI PEDAGANG DAN EKSISTENSI PASAR DI PASAR MANDALIKA KOTA MATARAM

Oleh:  
M. Arifin<sup>1</sup>

email: arifinlombok23@gmail.com

## **Abstract**

*The purpose of this study is to analyze the extent of market conditions, the responses of traders and consumers and their impact on the socio-economics of traders and the existence of the market after the implementation of market revitalization at the Mandalika Market, Mataram City. This study uses a descriptive qualitative method with a case study approach. The data collection process was carried out by means of observation, in-depth interviews, and documentation studies. The results of the study concluded that the physical condition of the market after the revitalization showed a better improvement even though some market facilities were still incomplete and not in accordance with the requirements, while the management, economic and social revitalization had not been carried out optimally. Traders and consumers responded positively to the market conditions resulting from the revitalization, but some traders responded negatively to the shape and size of the shop which was too small. The social impact of market revitalization on traders has both positive and negative impacts. The positive impact, namely the relationship and interaction between fellow traders in the Mandalika Market is getting better, while the negative impact with traders selling private markets triggers business competition. The resulting economic impact has a negative impact on the decline in the income of market traders, the decreasing number of traders causes the government's income from market levies to also decrease, so that it has the potential to decrease the existence of the market.*

**Keywords:** *Revitalization of People's Market, Socio-Economic Impact, Market Existence.*

## **A. Pendahuluan**

Keberadaan pasar tradisional atau sekarang dikenal juga dengan istilah pasar rakyat dapat dikatakan sebagai salah satu jantung perekonomian daerah karena merupakan media pertemuan antara pembeli dan penjual bagi sebagian besar masyarakat, terutama masyarakat golongan menengah kebawah. Selain sebagai media pertemuan antara penjual dan pembeli, pasar rakyat sekaligus juga berfungsi sebagai media penciptaan lapangan kerja. Selain sebagai penjual berbagai barang dagangan, beberapa lapangan kerja yang terbuka dengan keberadaan pasar rakyat antara lain sebagai pemasok berbagai kebutuhan penduduk, jasa angkutan barang-barang dagangan dan barang-barang belanja (sebagai

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Magister Ilmu Ekonomi Universitas Mataram

buruh), jasa keuangan (bank, koperasi), dan berbagai lapangan kerja lainnya, baik yang bersifat fisik maupun nonfisik.<sup>2</sup>

Meskipun memiliki peranan yang strategis, pasar rakyat juga mempunyai berbagai tantangan dan permasalahan, yaitu menjamurnya pasar modern (supermarket, minimarket, mall, dll.) yang menawarkan tempat berbelanja yang nyaman, aman dan bersih sekaligus menjadi tempat rekreasi bagi masyarakat yang menjadi kompetitor pasar rakyat. Peningkatan selera konsumen yang menginginkan pasar yang bersih, aman dan nyaman merupakan permasalahan yang dihadapi oleh pasar rakyat. Hal ini menyebabkan penurunan omset penjualan di pasar rakyat yang juga berdampak terhadap penurunan kesejahteraan pedagang pasar.<sup>3</sup>

Berdasarkan hasil pengamatan, masih banyak anggota masyarakat yang lebih suka berbelanja di pasar-pasar rakyat, tidak saja mereka yang dari golongan bawah tetapi juga dari golongan menengah bahkan golongan atas. Ada beberapa pertimbangan yang menyebabkan mereka masih menggunakan pasar rakyat sebagai tempat belanja, seperti misalnya harga relatif lebih murah, lebih banyak pilihan, bisa menawar, sarana interaksi sosial budaya masyarakat yang sudah berlangsung sejak lama dan barang yang dicari tidak tersedia di pasar swalayan. Ini merupakan beberapa keunggulan dan kekuatan yang dimiliki oleh pasar rakyat. Akan tetapi sesuai dengan namanya, karena waktu operasinya yang masih tradisional buka hanya pada pagi hingga siang hari dan cara penataannya yang masih sangat tradisional terlihat kotor, berdesak-desakan dan kurang tertata serta perilaku penjualnya yang juga masih tradisional kurang berorientasi kepada pembeli, maka peluang untuk menangkap pembeli seperti di atas menjadi kurang optimal, padahal mereka merupakan sasaran pembeli potensial.

Dalam kondisi krisis pasar tradisional terbukti tetap bertahan dan mampu melayani kebutuhan dan memberikan pelayanan kepada masyarakat luas. Pasar tradisional telah menyumbangkan lapangan kerja dan memberikan kehidupan bagi banyak orang. Dari jumlah seluruh pasar rakyat yang ada di Indonesia tersebut menampung sebanyak 12,6 juta pedagang belum termasuk para pemasok barang serta pengelola pasar. Oleh karena itu, keberadaan pasar tradisional yang kini semakin terhimpit dari pesatnya pertumbuhan pasar

---

<sup>2</sup> Nyoman Suartha, *Revitalisasi Pasar Tradisional Bali Berbasis Pelanggan (Studi Kasus Di Kabupaten Gianyar)*, Kesatu (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016).

<sup>3</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Pemanfaatan Pasar Rakyat* (Jakarta: Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2015).

modern menjadi penting untuk segera diselamatkan. Salah satunya yakni melalui program revitalisasi pasar tradisional.<sup>4</sup>

Kota Mataram sebagai ibukota Provinsi Nusa Tenggara Barat merupakan kota yang memiliki potensi tinggi dalam sektor perdagangan dan jasa. Pertumbuhan pasar modern di kota ini terus meningkat jika dibandingkan dengan pertumbuhan pasar rakyat, seperti dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 1. Jumlah dan Jenis Pasar di Kota Mataram Tahun 2015-2019**

Tahun	Pasar Rakyat (unit)	Pasar Modern (unit)
2015	19	83
2016	19	111
2017	19	119
2018	19	140
2019	19	161

Sumber: Dinas Perdagangan Kota Mataram: diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa laju pertumbuhan pasar modern terus meningkat setiap tahunnya sedangkan jumlah pasar rakyat tetap atau tidak mengalami pertumbuhan. Dari jumlah pasar modern tersebut di Kota Mataram didominasi oleh Indomaret dan Alfamart.

Menurut hasil kajian kapasitas ekonomi masyarakat terkait dengan keberadaan pasar modern di Kota Mataram tahun 2017 oleh Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Mataram<sup>5</sup>, bahwa keberadaan pasar modern secara sosial memberikan dampak positif bagi konsumen dan *supplier*. Secara keseluruhan dampak keberadaan pasar modern adalah positif terhadap perekonomian. Perubahan sosial ekonomi masyarakat di Kota Mataram cenderung mengarah kearah pola hidup yang modern, dan minat masyarakat berbelanja di pasar modern karena dilengkapi berbagai fasilitas modern yang memberikan kenyamanan saat berbelanja, sehingga harus diikuti penambahan pasar modern, kecuali di Kecamatan Mataram dan Kecamatan Cakranegara diberlakukan moratorium, karena tingkat penyebaran pasar modern di dua kecamatan tersebut cukup tinggi yang merupakan pusat perdagangan, pusat pemerintahan dan pusat pertumbuhan hunian yang kepadatan penduduknya relatif lebih tinggi dari kecamatan lainnya. Kajian ini juga menyimpulkan kehadiran pasar modern berimplikasi terhadap penurunan omzet penjualan pasar, namun penurunan omzet tersebut disebabkan oleh persaingan antar pasar rakyat sendiri, antara pasar modern dan pasar rakyat masing-masing memiliki segmen pasar yang jelas.

<sup>4</sup> Kementerian Perdagangan, "Laporan Akhir Analisis Arah Pengembangan Pasar Rakyat," *Pusat Kebijakan Perdagangan Dalam Negeri*, vol. April, 2015.

<sup>5</sup> Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Mataram, "Laporan Akhir Kajian Kapasitas Ekonomi Masyarakat Terkait Keberadaan Pasar Modern Di Kota Mataram" (Mataram, 2017).

Mengingat peran pasar rakyat yang strategis, ditambah dengan permasalahan dan tantangan yang ada, khususnya untuk membantu masyarakat yang menggantungkan usahanya pada pasar rakyat, maka peran pemerintah sangat diharapkan. Artinya perlu dilakukan penataan terhadap pasar-pasar rakyat agar keberadaannya dapat memenuhi harapan masyarakat dengan menggunakan model penataan yang memadukan harapan konsumen dan kemampuan produsen dalam hal ini para pedagang di pasar rakyat.

Pengembangan dan penataan pasar rakyat melalui revitalisasi pasar dengan melakukan perbaikan fisik dalam bentuk renovasi bangunan pasar agar lebih bersih dan nyaman, maupun dalam tataran manajemen pengelolaan dan administratif agar lebih profesional yang dilakukan pemerintah seolah menjadi resep mujarab dalam menghadapi peritel raksasa atau pasar modern. Tanpa dilakukannya revitalisasi, para pedagang merasakan kenyataan pahit betapa pasar mereka kian sepi tergecet persaingan dengan pasar modern.<sup>6</sup>

Dalam beberapa kurun waktu terakhir, Pemerintah Kota Mataram telah melaksanakan program revitalisasi terhadap beberapa pasar rakyat yang ada di Kota Mataram yang dananya bersumber baik dari Pemerintah Pusat melalui APBN maupun Pemerintah Daerah dari dana APBD. Salah satu pasar rakyat di Kota Mataram yang telah dilakukan revitalisasi sejak tahun 2012 sampai tahun 2019 adalah Pasar Mandalika yang terletak di Kelurahan Bertais Kecamatan Sandubaya Kota Mataram yang merupakan pasar terbesar dan pasar induk di Kota Mataram yang sebagian besar sumber dananya berasal dari APBN. Diharapkan dengan revitalisasi, kondisi pasar-pasar tersebut akan lebih mampu meningkatkan perbaikan dalam berbagai hal diantaranya adalah masalah kenyamanan pasar, penguatan ekonomi pedagang dan interaksi hubungan sosial sehingga eksistensi pasar rakyat tersebut tetap terjaga.

Meskipun upaya pengembangan dan penataan pasar rakyat telah banyak dilakukan oleh pemerintah, namun tidak dapat dipungkiri sebagian pasar rakyat setelah dilakukan revitalisasi tidak sesuai dengan harapan atau indikator keberhasilan yang telah ditetapkan. Kondisi pasar pasca revitalisasi seperti yang dilaksanakan di Pasar Mandalika berdasarkan observasi awal masih belum sesuai dengan tujuan yang diharapkan, terjadi penurunan jumlah pedagang dan tingkat keramaian pasar yang tentunya akan berdampak kepada penurunan ekonomi atau pendapatan pedagang pasar. Melihat kondisi ini, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap pelaksanaan revitalisasi Pasar Mandalika Kelurahan Bertais Kecamatan Sandubaya Kota Mataram dan dampaknya terhadap peningkatan sosial

---

<sup>6</sup> Jumanah, Natta Sanjaya, and Ipah Mulyani, "Analisis Dampak Sosial Ekonomi Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional" 3, no. 2 (2019): 54–67, <http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf>.

ekonomi pedagang dan eksistensi pasar serta faktor penyebab hasil revitalisasi pasar tidak sesuai seperti yang diharapkan atau tujuan yang telah ditetapkan.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif (*qualitative research*) menggunakan format desain deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara semi terstruktur, dan studi dokumentasi. Teknik analisa data menggunakan model *Miles and Huberman* dalam Sugiyono, 2017<sup>7</sup> yang terdiri dari reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Teknik keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber data. Proses triangulasi dilakukan secara terus menerus sepanjang proses pengumpulan dan analisis data, sehingga peneliti merasa yakin bahwa sudah tidak ada lagi perbedaan informasi.

## **B. Pembahasan**

Pasar Mandalika dikelilingi oleh deretan pertokoan yang dibangun dan dikembangkan oleh PT. Pade Angen salah satu perusahaan swasta dan pengembang yang cukup terkenal di Kota Mataram. Perusahaan ini juga mengelola pasar rakyat yang terletak di sebelah timur dari pasar sejak pasar di revitalisasi. Berawal dari relokasi pedagang sementara yang lama-kelamaan karena proses revitalisasi terlalu lama akhirnya sebagian pedagang menetap di lokasi relokasi milik perusahaan tersebut, melihat potensi yang cukup ramai dan letak yang strategis akhirnya pihak perusahaan mengembangkan dan mengelola pasar rakyat baru di kawasan tersebut.

### **1. Kondisi Pasar Mandalika Sebelum dan Setelah Revitalisasi**

Kondisi Pasar Mandalika sebelum revitalisasi berdasarkan hasil wawancara dengan informan yang terdiri dari pengelola, pedagang dan pembeli pasar juga berdasarkan observasi dari data dokumentasi yang ada sangat kumuh jauh dari kesan kenyamanan yang disebabkan oleh berbagai persoalan, seperti jumlah pedagang yang terus bertambah sehingga over kapasitas, kondisi bangunan sudah tidak layak dan tempat berjualan sangat memprihatinkan. Sejak pasar didirikan dan beroperasi tahun 1996 belum pernah diperbaiki, selain itu di beberapa bagian pasar terutama belakang pasar, aroma tak sedap dan kotor menghiasi aktivitas para pedagang tiap harinya. Fasilitas atau sarana prasarana penunjang pasar sangat minim hanya ada kantor pasar, los pasar tempat berjualan dari kayu yang sudah mulai rusak dan toilet yang jauh dari kesan bersih.

Meskipun kondisi pasar seperti itu tapi aktifitas pasar sangat ramai waktu itu seperti yang disampaikan oleh kepala pasar dan beberapa orang pedagang yang menjadi informan dalam penelitian ini, hal ini karena lokasi pasar yang berada di kawasan perdagangan yang

---

<sup>7</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017).

cukup ramai, bersebelahan dengan Terminal Mandalika, terminal induk tipe A yang cukup ramai, disamping itu Pasar Mandalika juga dikenal sebagai pasar induk dan terlengkap dengan harga lebih murah dibandingkan dengan pasar yang lain, banyak masyarakat dan pedagang yang membeli barang di pasar ini untuk kemudian dijual dipasar yang lain. Pedagang pasar bukan hanya berasal dari Mataram tapi juga berasal dari kabupaten lain di NTB bahkan dari pulau Bali dan Jawa. Setelah revitalisasi dilakukan, kondisi fisik pasar Mandalika berubah menjadi lebih baik, bersih dan nyaman. Bangunan pasar tetap dibuat tidak bertingkat mempertimbangkan untuk kemudahan pengunjung pasar dalam mengakses pasar. Fasilitas atau sarana pasar seperti kantor pasar yang lebih memadai terletak bagian depan pintu masuk utama pasar agar mudah ditemukan oleh pengunjung, toilet/kamar mandi jumlahnya diperbanyak yang sebelumnya kondisinya sangat buruk dan kotor menjadi lebih baik dan bersih. Beberapa fasilitas yang sebelumnya tidak ada sudah dilengkapi seperti mushalla, ruang kesehatan, timbangan tera ulang, ruang menyusui, pos keamanan, papan informasi harga pasar, dan IPAL/sumur resapan.

Penataan bangunan dan ruang los pasar berdasarkan *prototype* yang telah ditentukan dari Kementerian Perdagangan. Los pasar dibuat berdasarkan zonasi atau pengelompokkan sesuai jenis jualan dengan atap yang tinggi sehingga pencahayaan dan sirkulasi udara memadai. Di dalam los terdapat lorong yang menghubungkan pedagang yang satu dengan yang lain yang cukup lebar untuk memudahkan aktifitas pembeli dan pedagang dalam melakukan transaksi. Tong atau meja jualan pedagang dibuat permanen dari keramik dengan bentuk dan ukuran yang sama dan ditata rapi sehingga pedagang tidak bisa lagi menambah atau memajukan barang dagangannya memanfaatkan bahu lorong pasar yang membuat pasar semrawut dan menjadikan akses jalan dalam los pasar menjadi sempit.

Bangunan toko/kios mengelilingi pasar dibuat permanen menggunakan penutup dari *rolling door* di sebelah utara, timur dan sebagian selatan los pasar. Kondisi drainase pasar sudah bagus tidak lagi tersumbat sehingga tidak menimbulkan genangan air. Pasar tidak lagi becek apabila turun hujan karena atap, talang dan sistem jaringan pembuangannya sudah bagus. Begitu pula dengan jaringan listrik yang telah memenuhi standar keamanan. Titik lampu penerangan baik di dalam pasar dan seputaran pasar ditambah dengan jumlah yang memadai agar keamanan pasar lebih terjaga. Untuk mencegah dari kemungkinan bahaya kebakaran terdapat penambahan alat pemadam api ringan (APAR) di pasar, sedangkan hydrant belum ada terpasang di pasar padahal ini juga cukup penting untuk pencegahan bahaya kebakaran disamping berfungsi untuk pembersihan pasar atau penyemprotan saluran drainase yang tersumbat.

Terdapat beberapa kondisi dan fasilitas atau sarana pasar yang belum ada yang menjadi persyaratan pasar percontohan, sebagai berikut:

- a. Ketersediaan ruang parkir yang sangat terbatas yang tidak proporsional dengan luas pasar;
- b. Pos Keamanan masih menempati ruang kantor pengelola pasar;
- c. Pos/Ruang Kesehatan sudah ada tapi belum difungsikan setiap harinya;
- d. Sudah terdapat alat timbangan untuk tera ulang tetapi tidak menempati ruang khusus tersendiri;
- e. Ruang menyusui belum difungsikan karena lokasinya dibelakang dalam pasar;
- f. Tempat dan kegiatan proses pemilahan sampah tidak ada;
- g. Area bongkar muat yang disiapkan khusus belum ada, masih dilakukan di pinggir jalan pasar;
- h. Hidrant yang mempunyai fungsi cukup penting bukan hanya dalam memadamkan kebakaran juga untuk melakukan penyemprotan saluran atau pembersihan pasar tidak ada; dan
- i. Area penghijauan tidak ada karena keterbatasan areal pasar.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pedagang juga menyampaikan hal yang sama terkait kondisi yang lebih baik, bersih dan nyaman setelah direvitalisasi, namun sebagian besar pedagang mengeluhkan kondisi pasar yang semakin sepi setelah pasar direvitalisasi karena adanya pasar swasta yang oleh pihak pengelola pasar PT. Pade Angen dinamakan Pasar Mandalika Baru yang bersebelahan dengan pasar pemerintah yang lebih ramai dan letaknya lebih strategis, serta banyak juga pedagang lama yang pindah dan menetap di pasar swasta tersebut.

## **2. Persepsi Pedagang dan Konsumen Terhadap Revitalisasi Pasar Mandalika**

Untuk mengetahui persepsi atau tanggapan pedagang dan konsumen/pembeli di pasar, peneliti mewawancarai beberapa pedagang pasar di masing-masing blok/los yang ada di pasar dan konsumen pasar yang sudah lama berbelanja di pasar baik sebelum pasar di revitalisasi ataupun setelah pasar direvitalisasi sebagai penerima manfaat dari adanya program revitalisasi yang telah dilaksanakan. Dari hasil wawancara diperoleh kesimpulan secara garis besar pedagang dan masyarakat menanggapi positif adanya revitalisasi atau pembangunan pasar yang dilakukan oleh pemerintah dengan alasan setelah pasar direvitalisasi pasar menjadi lebih nyaman, bersih, aman dan tidak becek lagi seperti sebelum pasar dibangun. Pedagang dan pembeli juga menyatakan bahwa fasilitas pasar lebih lengkap sedangkan pelayanan atau pengelolaan dari petugas pasar cukup baik dibanding dulu sebelum pasar direvitalisasi. Disamping tanggapan positif, pedagang dan

pembeli juga menyampaikan tanggapan negatif terhadap pelaksanaan revitalisasi yang terlalu lama dan kondisi pasar yang semakin sepi, banyak pedagang yang tutup dan pindah berjualan di pasar swasta yang lebih ramai.

### 3. Pelaksanaan Revitalisasi Pasar Mandalika

Pelaksanaan revitalisasi Pasar Mandalika dilakukan secara bertahap dari tahun 2012 sampai dengan 2019, membutuhkan waktu yang cukup lama karena keterbatasan anggaran sedangkan anggaran yang dibutuhkan cukup besar. Sumber dana pelaksanaan revitalisasi Pasar Mandalika berasal dari dana Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) melalui dana tugas pembantuan Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. Disamping itu juga berasal dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) Kota Mataram sebagai dana pendukung. Pihak yang menjalankan yaitu langsung dari pihak Dinas Perdagangan Kota Mataram yang bekerja sama dengan menggandeng pihak kontraktor sebagai pelaksana.

Total anggaran pelaksanaan revitalisasi Pasar Mandalika sejak tahap I sampai dengan tahap VI senilai 33 milyar lebih yang bersumber dari APBN senilai 25,8 milyar lebih atau 78,18% sedangkan dari APBD senilai 7,2 milyar lebih atau 21,82%.

**Tabel 4. Jumlah Alokasi dan Sumber Dana Revitalisasi Pasar Mandalika**

No	Tahap/Tahun	Jumlah Dana	Sumber Dana
1	Tahap I/2012	7.500.000.000	APBN
2	Tahap II/2013	5.000.000.000	APBN/APBD
3	Tahap III/2014	5.653.301.372	APBN/APBD
4	Tahap IV/2015	6.000.000.000	APBN/APBD
5	Tahap V/2017	6.000.000.000	APBN
6	Tahap VI/2019	3.000.000.000	APBN
	Jumlah:	33.153.301.372	

Sumber: Bidang PDN Dinas Perdagangan Kota Mataram

Waktu pelaksanaan yang cukup lama ini berdampak kurang baik terhadap perkembangan pasar, antara lain:

- i. Kondisi yang kurang nyaman selama proses pembangunan mempengaruhi kunjungan pembeli ke pasar yang sedang dibangun, sebagian pembeli pindah berbelanja sehingga pedagang kehilangan pelanggan tetapnya;
- ii. Sebagian pedagang pindah bahkan menetap berjualan di lokasi lain selama proses pembangunan berjalan;
- iii. Penataan pasar menjadi kurang optimal karena menunggu sampai terselesaikannya proses keseluruhan pembangunan pasar.



Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi, maka pelaksanaan program revitalisasi Pasar Mandalika yang meliputi revitalisasi fisik, revitalisasi manajemen, revitalisasi ekonomi dan sosial budaya dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

a. Revitalisasi Fisik

Revitalisasi fisik pasar Mandalika dilakukan secara bertahap meliputi tata ruang pasar, kualitas bangunan pasar dan fasilitas umum penunjang pasar. Secara umum kondisi fisik bangunan pasar sesudah pelaksanaan program revitalisasi pasar menunjukkan peningkatan atau kemajuan dengan kondisi tata ruang dan bangunan pasar yang teratur dan kualitas konstruksi bangunan pasar yang baik serta fasilitas umum pasar yang cukup lengkap walaupun masih terdapat beberapa fasilitas penunjang lainnya yang belum ada.

Hasil pembangunan/revitalisasi fisik pasar berupa 8 blok los pasar (Blok A-H) yang bisa menampung pedagang dengan tempat jualan sebanyak 1.163 orang yang sudah dilakukan zonasi atau pengelompokkan pedagang berdasarkan jenis jualan, 148 kios, dan fasilitas umum pasar lainnya sebagai fasilitas penunjang yang dipersyaratkan walaupun belum semuanya terpenuhi.

Waktu pelaksanaan revitalisasi yang terlalu lama mengakibatkan berkembangnya pasar swasta yang merupakan lokasi tempat pemindahan pedagang pasar pada saat proses pembangunan. Lokasi pasar swasta ini bersebelahan dan mengelilingi pasar milik pemerintah yang berkembang menjadi sangat ramai karena lokasinya yang lebih strategis, kelengkapan barang yang dijual, dan harga yang lebih murah karena pedagang pengepul yang menjual barangnya secara grosiran yang dulunya berjualan di pasar lama menetap di pasar swasta ini dan tidak mau pindah ke pasar lama setelah selesai dibangun, karena kondisi pasar lama sepi pembeli sehingga barang dagangan mereka tidak laku disamping itu juga bentuk tong atau meja jualan terlalu kecil tidak sesuai dengan jumlah dan jenis barang yang mereka jual yang banyak dan beragam.

Revitalisasi fisik belum sepenuhnya mengacu pada SNI Pasar Rakyat yang memang penetapan aturan ini pada tahun 2015 setelah proses revitalisasi berjalan sehingga ada beberapa fasilitas atau persyaratan yang belum bisa dipenuhi, seperti: area parkir yang kurang proporsional, toilet/kamar mandi belum terpisah antara laki-laki dan perempuan/belum dilengkapi tanda/symbol, tidak tersedia tempat cuci tangan dengan sabun dan air mengalir; ruang menyusui belum difungsikan, tidak tersedia fasilitas penyimpanan ASI, wastafel; ruang kesehatan belum berfungsi; belum terdapat CCTV, belum ada ruang bersama, area merokok, area penghijauan, area bongkar muat dan

pengelolaan sampah belum dilakukan secara optimal. Desain fisik pasar berdasarkan prototype pasar rakyat yang ditentukan oleh Kementerian Perdagangan dengan penataan sirkulasi yang memudahkan pengunjung bergerak dengan leluasa lebar gang/lorong dalam pasar minimal 1,5 meter, sirkulasi udara dan pencahayaan yang memadai serta penerapan zonasi atau pengelompokkan pedagang sesuai jenis barang yang dijual telah dilaksanakan dengan baik. Tujuan penerapan zonasi sebenarnya adalah untuk memudahkan konsumen/pembeli mencari barang kebutuhan yang akan dibeli di pasar, namun berdasarkan hasil wawancara dengan sebagian pedagang pasar lebih menyukai berjualan dengan sistem menggabungkan beberapa jenis jualan dalam satu tempat berjualan dengan alasan lebih disukai oleh pembeli karena dapat berbelanja berbagai barang kebutuhan dalam satu tempat.

#### b. Revitalisasi Manajemen Pengelolaan

Beberapa upaya perbaikan manajemen pengelolaan pasar rakyat, seperti upaya peningkatan profesionalisme pengelola pasar dan pemberdayaan pelaku usaha/pedagang pasar di Pasar Mandalika telah dilakukan melalui pendidikan dan pelatihan kepada pengelola dan pedagang pasar, tapi kualitas maupun kuantitasnya masih belum optimal. Begitu juga upaya penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) pengelolaan dan pelayanan pasar rakyat belum ada, sedangkan penerapan ketentuan produk yang diperdagangkan harus bebas dari bahan berbahaya sudah cukup baik dilaksanakan dengan dilakukannya pengawasan secara rutin oleh pengelola pasar dan dari unsur terkait yaitu Balai Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) Kota Mataram dan Dinas Kesehatan Kota Mataram. Penyediaan pelayanan informasi harga terkini komoditas pasar sudah dilakukan walaupun masih dengan menggunakan papan informasi harga pasar belum melalui layar monitor di dinding pasar. Program transaksi non tunai pembayaran retribusi pasar oleh pedagang atau digitalisasi pasar rakyat belum bisa terlaksana masih menjajaki kerjasama dengan pihak ketiga.

Pelaksanaan tugas pengelolaan Pasar Mandalika yang meliputi pengelolaan kebersihan, keamanan dan penagihan retribusi secara umum tidak ada perubahan yang cukup signifikan dibandingkan dengan kondisi sebelum pasar di revitalisasi, petugas kebersihan melakukan pembersihan setelah pedagang selesai berjualan tidak dilakukan atau dikontrol pada saat aktivitas pasar, begitu juga dengan petugas keamanan pasar hanya bertugas pada malam hari sedangkan yang bertugas pada siang hari pada saat jam operasional pasar tidak ada. Tetapi sebagian besar pedagang mengaku kalo kondisi keamanan pasar lebih aman apabila dibandingkan dengan kondisi sebelum revitalisasi. Manajemen pengaturan pedagang dan pengawasan masih kurang baik dalam

pelaksanaannya, hasil pengamatan yang dilakukan masih ada sebagian pedagang yang dibiarkan berjualan bukan pada tempatnya seperti di depan area kantor pasar, dipinggir jalan utama dan jalan lingkungan dalam pasar, begitu juga dengan kondisi pasar yang sepi pasca revitalisasi karena banyaknya pedagang yang pindah ke lokasi pasar swasta yang menjadi keluhan pedagang dan sebagian pembeli mengindikasikan kurangnya upaya atau ketegasan pengelola pasar dan pihak dinas untuk memberikan sanksi kepada pedagang yang pindah dan tidak mau menempati los jualannya kembali.

Manajemen pemeliharaan bangunan dan fasilitas pasar juga masih kurang baik pelaksanaannya, ini bisa dilihat dari kurang terawatnya bangunan dan fasilitas pasar yang ada. Menurut Kepala Pasar Mandalika hal ini disebabkan oleh tidak adanya anggaran pemeliharaan yang disediakan atau diberikan dari Dinas Perdagangan Kota Mataram untuk biaya pemeliharaan atau perawatan bangunan dan fasilitas tersebut.

### c. Revitalisasi Ekonomi

Revitalisasi ekonomi menjadi hal pokok yang sangat penting bagi para pedagang. Revitalisasi ekonomi berhubungan langsung dengan tingkat pendapatan pedagang. Program revitalisasi pasar rakyat diharapkan bisa memberikan dampak positif bagi pendapatan pedagang pasar yang diharapkan dapat meningkat setelah revitalisasi dilaksanakan karena kondisi pasar yang lebih nyaman, aman dan bersih, tidak becek, kumuh dan semrawut sehingga lebih menarik untuk dikunjungi oleh masyarakat pembeli. Namun seringkali di beberapa pasar setelah di revitalisasi kondisi ekonomi atau pendapatan pedagang malah terjadi penurunan yang disebabkan oleh banyak faktor, seperti pedagang banyak yang kehilangan pelanggan tetapnya, lokasi jualan pedagang yang berubah setelah revitalisasi, kesalahan perencanaan tata ruang pasar, sampai dengan permasalahan pada tahap pelaksanaannya.

Beberapa upaya yang telah dilakukan untuk meningkatkan ekonomi pedagang pasar seperti ketentuan produk yang diperdagangkan harus bebas dari bahan berbahaya sudah cukup baik dilaksanakan dengan dilakukannya pengawasan secara rutin oleh pengelola pasar dan dari unsur terkait yaitu Balai Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) Kota Mataram dan Dinas Kesehatan Kota Mataram, peningkatan instrument stabilisasi harga khususnya terhadap barang kebutuhan pokok dengan memantau secara rutin harga-harga barang yang berlaku dipasar dan diinformasikan melalui papan informasi harga yang ada di pasar yang bertujuan untuk melindungi para pedagang agar tercipta transaksi perdagangan yang nyaman dan sehat di pasar.

Kasus yang terjadi di Pasar Mandalika setelah pelaksanaan revitalisasi yang cukup lama kondisi pasar menjadi lebih sepi daripada kondisi sebelum direvitalisasi, banyak

pedagang yang pindah dan menetap berjualan di lokasi pasar swasta yang lokasinya bersebelahan, begitu juga pembeli lebih banyak yang berbelanja di pasar swasta tersebut karena harga yang lebih murah walaupun kondisi pasar swasta tersebut tidak nyaman dengan kondisi infrastruktur yang tidak baik. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pedagang yang menjadi informan dalam penelitian ini hampir semuanya menyatakan kondisi pasar sepi setelah pelaksanaan revitalisasi pasar sehingga mengakibatkan penurunan jumlah pendapatan mereka. Ada juga sebagian kecil pedagang yang tingkat pendapatannya tetap dan meningkat karena lokasi jualan yang strategis di depan pasar. Hampir semua pedagang terutama yang berjualan dalam pasar menyampaikan pendapatan mereka menurun setelah revitalisasi pasar yang disebabkan oleh berkembangnya pasar swasta.

#### d. Revitalisasi Sosial Budaya

Nilai sosial budaya yang dimiliki oleh masyarakat setempat merupakan salah satu kekuatan yang dapat menjaga keberadaan pasar rakyat. Nilai-nilai yang diyakini harus dapat dikemas dalam bentuk yang modern sehingga dapat diciptakan sebuah pasar rakyat yang tetap menjaga keluhuran nilai sosial dan budaya setempat tetapi dapat menjawab tantangan perubahan jaman. Kebiasaan pedagang dan pembeli di setiap daerah berbeda, dan dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi pasar rakyat.

Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan, revitalisasi sosial budaya melalui upaya perbaikan dan peningkatan sistem interaksi sosial budaya antar pemangku kepentingan pasar rakyat belum terlaksana dengan baik di Pasar Mandalika, penyediaan ruang terbuka atau ruang bersama untuk interaksi sosial belum ada, begitu juga belum ada program yang dilaksanakan untuk menjadikan pasar rakyat sebagai etalase produk lokal serta pemanfaatan pasar rakyat Mandalika sebagai tempat pertunjukkan budaya juga belum pernah dilakukan.

### **4. Dampak Revitalisasi Pasar Mandalika Terhadap Sosial dan Ekonomi Pedagang Pasar**

Berdasarkan hasil penelitian dan observasi di lapangan, dapat diketahui dampak-dampak yang muncul dari adanya pelaksanaan revitalisasi Pasar Mandalika sebagai berikut:

#### a. Dampak Sosial

- 1) Dampak Positif: Dari hasil wawancara dan pengamatan penelitian, diketahui hubungan sosial pedagang setelah revitalisasi menjadi lebih baik karena penataan ruang los pasar yang semakin terbuka lebih memudahkan pedagang untuk

berinteraksi dan saling tolong menolong apabila ada keperluan dengan pedagang yang lain.

- 2) Dampak Negatif: Sebagian pedagang merasakan hubungan sosial mereka semakin menurun atau berkurang dengan para pedagang yang pindah berjualan di pasar swasta, pasar semakin sepi dengan berkurangnya jumlah pedagang, banyak lapak los maupun kios yang tutup tidak dipakai oleh pedagang untuk berjualan.

Berkembangnya pasar swasta sejak pasar direvitalisasi secara tidak langsung menimbulkan terjadinya persaingan usaha dengan pedagang di pasar swasta tersebut. Keunggulan dari pasar swasta tersebut adalah disamping lokasinya yang lebih strategis juga harga lebih murah karena kebanyakan pedagang yang berjualan disana adalah pedagang partai besar secara grosiran dan eceran yang pindah dari pasar milik pemerintah, disamping itu juga barang yang dijual lebih lengkap, sehingga banyak konsumen atau pembeli lebih memilih berbelanja di pasar swasta tersebut terutama konsumen yang berbelanja untuk dijual kembali di tempat atau pasar lain.

#### b. Dampak Ekonomi

Dampak revitalisasi Pasar Mandalika terhadap perekonomian atau pendapatan pedagang pasar adalah berdampak negatif pasca revitalisasi, yaitu:

- 1) Tingkat pendapatan pedagang pasar menurun

Hasil wawancara yang dilakukan kepada pedagang Pasar Mandalika menyatakan bahwa pendapatan mereka setelah adanya program revitalisasi pasar tidak memberikan perubahan yang lebih baik bahkan terjadi penurunan yang disebabkan karena adanya persaingan dengan pasar swasta yang bersebelahan dengan Pasar Mandalika, walaupun ada sebagian kecil pedagang yang tingkat pendapatannya tetap dan lebih baik dari sebelumnya, ini dialami oleh pedagang yang mendapat tempat jualan yang strategis depan pasar yang banyak dilalui oleh konsumen dengan jenis jualan yang berbeda dengan yang ada di pasar swasta selebihnya sebagian besar pedagang menyatakan pendapatannya menurun.

Kondisi fisik pasar setelah revitalisasi yang lebih bersih, rapi dan nyaman tidak terlalu berpengaruh untuk meningkatkan pendapatan para pedagang, pembeli lebih memilih berbelanja di pasar swasta karena faktor harga yang lebih murah dan lengkap disamping faktor lokasi pasar swasta yang lebih strategis. Pasar setelah revitalisasi menjadi lebih sepi dibandingkan sebelum dilakukan revitalisasi apalagi sejak adanya pandemi Covid-19.

- 2) Jumlah pedagang pasar dan penerimaan retribusi pasar yang semakin berkurang

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan di lapangan keadaan jumlah tempat jualan dalam los yang luas tersebut hanya diisi sekitar 60% jumlah pedagang dari kapasitas tempat jualan (lapak) yang tersedia. Begitu juga dengan keadaan kios yang berada depan los pasar banyak yang tutup.

**Tabel 2. Jumlah Pedagang Pasar Mandalika Tahun 2011-2020**

No	Tahun	Pedagang Los	Kios	Total
1	2011	1.350	102	1.452
2	2012	1.375	102	1.477
3	2013	1.765	102	1.867
4	2014	1.667	102	1.769
5	2015	1.351	102	1.453
6	2016	1.486	102	1.588
7	2017	1.143	102	1.245
8	2018	993	128	1.121
9	2019	993	128	1.121
10	2020	622	128	756

*Sumber: UPTD Pasar Dinas Perdagangan Kota Mataram*

Berdasarkan tabel tersebut diatas jumlah pedagang Pasar Mandalika dalam rentang waktu setelah pelaksanaan proses revitalisasi yang dimulai pada tahun 2012-2019 mengalami penurunan. Kondisi terakhir jumlah pedagang pada tahun 2020 berkurang sekitar 40% lebih dibanding dengan jumlah pedagang sebelum dan pada awal pelaksanaan revitalisasi. Dari hasil observasi banyak kios maupun tempat jualan dalam los yang tutup, pedagang lebih memilih berjualan di pasar swasta sedangkan tempat jualan atau kios mereka yang ada di pasar pemerintah tidak dipakai untuk berjualan. Ada juga sebagian pedagang yang menyewakan lapak/kiosnya kepada pedagang lain dan ada juga sebagian pedagang yang oleh keluarganya membantu untuk berjualan di lapak/kiosnya tersebut. Tapi menurut pengakuan mereka karena kondisi pasar sepi akhirnya tutup juga.

Dalam posisi ini Dinas Perdagangan belum bisa berbuat banyak karena sebagian pedagang menggunakan lapak yang ditinggalkan tersebut untuk menyimpan sebagian barang dagangannya. Selain itu sebagian besar pedagang sudah membayar retribusi ruang pasar untuk lapak tersebut tiap bulan bahkan ada yang membayar satu tahun. Sementara dalam surat izin penempatan yang diberikan kepada pedagang menyebutkan apabila mereka tidak menempati lapak dan kios tersebut selama dua bulan berturut-turut maka akan ditarik oleh pemerintah yang akan diperuntukkan bagi pedagang yang mau menempati terutama untuk pedagang yang saat ini masih berjualan di pinggir jalan/lorong atau los.

**Tabel 3. Jumlah Retribusi Pasar Mandalika Tahun 2011-2020**

No	Tahun	Target	Realisasi	Prosentase
1	2011	882.800.000,00	869.571.000,00	98,50
2	2012	891.717.171,72	803.950.000,00	90,16
3	2013	891.717.171,72	786.741.000,00	88,23
4	2014	748.400.000,00	678.437.000,00	90,65
5	2015	710.620.000,00	734.710.000,00	103,39
6	2016	546.000.000,00	479.012.000,00	87,73
7	2017	570.000.000,00	523.948.000,00	91,92
8	2018	570.000.000,00	583.346.000,00	102,34
9	2019	570.000.000,00	615.820.000,00	108,04
10	2020	678.351.579,00	477.132.000,00	70,34

Sumber: UPTD Pasar Dinas Perdagangan Kota Mataram

Dari tabel tersebut diatas menunjukkan penurunan jumlah penerimaan retribusi Pasar Mandalika yang diterima UPTD Pasar Dinas Perdagangan sekitar 40% lebih dibandingkan sebelum dan pada awal pelaksanaan revitalisasi, padahal jumlah atau nilai tarif retribusi pasar yang dipungut kepada para pedagang telah mengalami kenaikan beberapa kali dalam rentang waktu tahun 2011 sampai dengan tahun 2020.

### 5. Dampak Revitalisasi Pasar Mandalika Terhadap Eksistensi Pasar

Kebijakan revitalisasi pasar rakyat merupakan salah satu upaya pemerintah untuk melindungi dan menjaga keberadaan atau eksistensi pasar rakyat ditengah maraknya persaingan dengan pasar modern dalam rangka memperkuat perekonomian kerakyatan. Upaya lain yang telah dilakukan oleh Pemerintah Kota Mataram untuk melindungi eksistensi pasar rakyat yang ada di Kota Mataram adalah dengan mengeluarkan moratorium pembatasan berdirinya toko modern Alfamart dan Indomaret di setiap kecamatan dan melarang pendiriannya pada akses jalan yang berada dalam lingkungan serta pengaturan jarak antara toko modern minimal 100 meter dari pasar rakyat.

Revitalisasi Pasar Mandalika yang dilakukan oleh pemerintah, dari hasil penelitian ini belum berdampak terhadap peningkatan eksistensi pasar, malah sebaliknya terjadi penurunan dilihat dari beberapa indikator yang menjadi kajian dalam penelitian ini, sebagai berikut:

#### a. Karakteristik Pasar

Kondisi fisik Pasar Mandalika lebih baik dibanding sebelum revitalisasi dengan sarana dan prasarana cukup lengkap, tetapi yang menjadi titik lemah adalah bentuk dan ukuran lapak/tempat jualan pedagang yang terlalu kecil tidak sesuai dengan keinginan para pedagang yang merupakan sebagian besar pedagang kulakan yang membutuhkan lapak jualan yang cukup luas karena karakteristik pasar Mandalika merupakan pasar induk.

#### b. Persepsi Konsumen

Persepsi positif konsumen terhadap Pasar Mandalika cukup bagus dengan kondisi pasar yang nyaman, aman dan bersih, tetapi persepsi negatif konsumen juga terkait harga barang yang lebih mahal dibandingkan dengan pasar swasta dan kondisi aktivitas pasar yang lebih sepi karena banyak pedagang yang tidak berjualan atau menutup usahanya. Dari sisi lokasi atau kemudahan pencapaian Pasar Mandalika letaknya lebih dalam dibanding pasar swasta atau dengan kata lain pasar swasta lebih mudah dicapai oleh konsumen.

#### c. Persepsi Pedagang

Persepsi pedagang yang menyatakan kondisi pasar yang sepi, pembeli lebih banyak dan lebih ramai berbelanja di pasar swasta sehingga pendapatan atau omset mereka terjadi penurunan. Hal ini diperkuat juga dengan data jumlah pedagang pasar dan jumlah penerimaan retribusi pasar oleh dinas yang mengalami penurunan.

#### d. Preferensi Konsumen dan Pedagang

Sebagian besar konsumen dan pedagang Pasar Mandalika mengusulkan pasar swasta ditutup operasionalnya atau dipindah oleh pemerintah, karena membuat pasar sepi banyak pedagang yang menutup lapaknya dan beralih berjualan di pasar swasta yang lebih ramai.

Harapan setelah pasar di revitalisasi dengan kondisi pasar yang lebih nyaman, aman dan bersih akan meningkatkan kunjungan masyarakat untuk berbelanja di pasar sehingga pendapatan pedagang pasar naik dan eksistensi pasar tetap terjaga tidak tercapai, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain:

- a. Kurangnya perencanaan revitalisasi pasar terkait dengan karakteristik pasar sebagai pasar induk dengan karakteristik aktivitas pedagang kulakan dengan penjualan secara grosiran yang membutuhkan tempat jualan atau lapak yang cukup luas yang bisa diatur sesuai kebutuhan pedagang sedangkan lapak yang dibangun permanen dengan ukuran yang lebih kecil mengikuti persyaratan sebagai pasar percontohan dari kementerian kurang cocok untuk pedagang partai besar atau kulakan dan karakteristik konsumen yang sebagian besar sebagai pedagang yang berbelanja untuk dijual di pasar atau tempat lain yang biasanya berbelanja dalam partai besar atau grosiran.
- b. Waktu atau tahapan pelaksanaan revitalisasi yang terlalu lama sekitar delapan tahun dari tahun 2012 sampai terakhir tahun 2019 karena keterbatasan dana revitalisasi yang membutuhkan anggaran cukup besar, yang mengakibatkan kondisi pasar selama proses pembangunan kurang nyaman yang berpengaruh terhadap tingkatan kunjungan



- pembeli ke pasar dan banyak pedagang yang pindah dan menetap berjualan di lokasi lain.
- c. Penempatan relokasi pedagang pada lahan milik swasta yang berada di seputaran pasar yang berkembang menjadi pasar saingan yang lebih ramai dan ketidaktegasan pemerintah menutup operasional pasar swasta tersebut walaupun belum memiliki izin usaha pengelolaan pasar rakyat sesuai ketentuan yang berlaku.
  - d. Kurang tegasnya pemerintah dalam menetapkan atau menerapkan ketentuan pembatasan jarak antara pasar pemerintah yaitu Pasar Mandalika dan pasar swasta Pasar Mandalika Baru.

Keberadaan toko-toko yang dikelola oleh pihak swasta yang berada di seputaran pasar menurut sebagian besar pedagang tidak terlalu berpengaruh terhadap usaha yang mereka jalankan, melainkan yang mereka rasakan paling berpengaruh adalah keberadaan Pasar Mandalika Baru milik swasta yang ada di seputaran pasar yang tentunya akan berdampak terhadap eksistensi Pasar Mandalika. Walaupun kondisi pasar setelah revitalisasi lebih bagus dan nyaman tidak terlalu berpengaruh terhadap peningkatan kunjungan masyarakat untuk berbelanja yang terlihat dari kondisi pasar yang sepi dan keluhan dari pedagang yang pendapatannya menurun hingga dibawah 50 pesen, jumlah pedagang juga terjadi penurunan karena beralih berjualan di pasar swasta tersebut yang lebih ramai dan lokasinya yang lebih strategis.

Kelebihan pasar swasta tersebut dibandingkan Pasar Mandalika sehingga bisa menjadi lebih ramai dan masyarakat lebih memilih untuk berbelanja disana disebabkan oleh:

- a. Harga barang di pasar swasta lebih murah dari pada di pasar pemerintah;.
- b. Letak pasar swasta yang lebih strategis berada lebih luar lebih dekat dengan akses jalan.
- c. Luas dan model lapak jualan lebih disukai oleh pedagang karena ukuran lebih luas.

Sesuai dengan Peraturan Daerah Kota Mataram Nomor 9 Tahun 2015 tentang Pasar Rakyat, Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan pada pasal 56 mengamanatkan setiap pelaku usaha yang melakukan kegiatan usaha di bidang Pasar Rakyat wajib memiliki Izin Usaha Pengelolaan Pasar Rakyat (IUPPR) dari Walikota melalui Kepala Dinas , namun kenyataannya sampai saat ini belum ada izin yang diberikan untuk usaha pengelolaan Pasar Mandalika Baru tersebut. Menurut keterangan dari Kepala Pasar Mandalika Baru, pihak manajemen perusahaan sebenarnya telah mengajukan izin tersebut kepada Walikota

Mataram melalui Dinas Perdagangan Kota Mataram sudah cukup lama pada tahun 2017 tetapi sampai sekarang belum ada izin pengelolaan yang diberikan.

Hasil wawancara dengan Kepala Bidang Pengembangan Perdagangan Dalam Negeri membenarkan hal tersebut, izin belum dikeluarkan oleh pemerintah karena ada sebagian persyaratan yang belum lengkap dalam pengajuan izin pengelolaan usaha pasar rakyat tersebut oleh pihak PT. Pade Angen yaitu rekomendasi analisis mengenai dampak lingkungan berupa Upaya Pengelolaan Lingkungan Hidup (UPL) dari Dinas Lingkungan Hidup serta adanya perubahan sistem perizinan yang baru dari pemerintah pusat yang mewajibkan dilakukan secara online melalui Online Single Submission (OSS) dan izin usaha pengelolaan pasar rakyat belum ada termuat pada sistem tersebut, sehingga sampai sekarang izin usaha pengelolaan Pasar Mandalika Baru oleh PT. Pade Angen tersebut belum bisa diterbitkan atau dikeluarkan oleh Pemerintah Kota Mataram.

Berdasarkan peraturan daerah tersebut juga diatur bahwa ketentuan pendirian dan pembangunan pasar rakyat, pusat perbelanjaan dan toko swalayan dalam pasal 9 ayat (3) wajib memenuhi ketentuan memperhatikan jumlah pasar rakyat, pusat perbelanjaan dan toko swalayan serta jarak antara pusat perbelanjaan dan toko swalayan dengan pasar pasar rakyat atau toko eceran paling dekat 100 m (seratus meter). Sedangkan lokasi pasar swasta tersebut hampir tidak berjarak dan menyatu dengan Pasar Mandalika milik pemerintah.

Pemerintah Kota Mataram dalam hal ini Dinas Perdagangan melalui UPTD Pasar bersama Kepala Pasar melihat kondisi ini telah melakukan berbagai upaya untuk meramaikan kembali Pasar Mandalika, seperti memberikan keringanan pembayaran retribusi beberapa bulan kepada pedagang agar mau menempati lapak yang ditinggalkan, memberikan teguran dan sampai memberikan sanksi pencabutan ijin penempatan pedagang tetapi belum membuahkan hasil sesuai dengan yang diharapkan, sebagian pedagang tersebut tetap lebih memilih berjualan di lokasi Pasar Mandalika Baru dengan alasan lebih ramai sedangkan kondisi di pasar lama sepi sehingga sering barang dagangan mereka tidak laku. Kondisi seperti ini kalau dibiarkan terus menerus akan berpengaruh kepada kelangsungan keberadaan atau eksistensi Pasar Mandalika yang semakin ditinggalkan oleh pembeli dan pedagang, perlu upaya khusus dan intensif dari pemerintah dalam hal ini Dinas Perdagangan sebagai stake holder yang berwenang dalam pengelolaan pasar rakyat melalui UPTD Pasar dan Kepala Pasar serta stake holder terkait lainnya dalam pengelolaan pasar rakyat agar Pasar Rakyat Mandalika tetap terjaga eksistensinya sehingga dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk meningkatkan perekonomian masyarakat khususnya masyarakat pedagang yang menggantungkan hidupnya di pasar tersebut.

### C. Penutup

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi Pasar Mandalika Kota Mataram setelah dilaksanakan revitalisasi yang meliputi: revitalisasi fisik menunjukkan peningkatan yang lebih baik walaupun sebagian fasilitas pasar masih belum lengkap dan belum sesuai dengan persyaratan; sedangkan revitalisasi manajemen, ekonomi dan sosial budaya belum dilaksanakan secara optimal di Pasar Mandalika Kota Mataram. Persepsi pedagang dan konsumen terhadap revitalisasi Pasar Mandalika Kota Mataram pada umumnya menanggapi positif dengan kondisi pasar yang menjadi lebih baik dan nyaman setelah revitalisasi namun sebagian pedagang menanggapi negatif terhadap luas lapak/tempat jualan yang semakin kecil dan model atau bentuk lapak yang kurang sesuai dengan karakteristik pedagang pengepul (partai besar) serta kondisi pasar yang semakin sepi setelah pasar direvitalisasi karena beroperasionalnya pasar swasta di seputaran pasar.

Sedangkan tanggapan negatif dari konsumen yaitu kondisi pasar yang semakin sepi banyak pedagang yang menutup usahanya atau pindah berjualan ke lokasi pasar swasta. Dampak revitalisasi Pasar Mandalika terhadap sosial pedagang menimbulkan dampak positif dan negatif. Dampak positif, yaitu relasi dan interaksi antar sesama pedagang yang ada di Pasar Mandalika semakin lebih baik karena penataan ruang los pasar yang semakin terbuka lebih memudahkan pedagang untuk berinteraksi dengan pedagang yang lain, sedangkan dampak negatif yang muncul karena adanya pasar swasta yang menimbulkan hubungan sosial mereka dengan pedagang yang beralih berjualan di pasar swasta tersebut menjadi berkurang bahkan memicu timbulnya persaingan usaha. Dampak ekonomi yang ditimbulkan setelah revitalisasi pasar adalah berdampak negatif terhadap pendapatan pedagang pasar. Terjadinya penurunan pendapatan pedagang ini disebabkan adanya pasar swasta yang berkembang setelah pasar direvitalisasi yang lebih ramai dan letaknya lebih strategis. Disamping itu juga berdampak kepada jumlah pedagang yang semakin berkurang karena banyak yang beralih ke pasar swasta tersebut sehingga pendapatan pemerintah dari retribusi pasar juga mengalami penurunan. Hal ini berpotensi mengancam kelangsungan keberadaan (eksistensi) Pasar Mandalika Kota Mataram apabila pemerintah tidak segera mencari solusi dan mengambil langkah kongkrit dan tegas untuk menyelesaikan permasalahan tersebut.

### Daftar Pustaka

- Bisnis.com. “Pedagang Pasar Di Mandalika Minta Penutupan Pasar Swasta.” 2017.  
Indonesia, Pemerintah Republik. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (2014).  
Jumanah, Natta Sanjaya, and Ipah Mulyani. “Analisis Dampak Sosial Ekonomi Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional” 3, no. 2 (2019): 54–67.  
<http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf>.

- Liputan 6.com. “Kemendag Yakin Revitalisasi 5.000 Pasar Rakyat Tercapai Di Tahun 2019.” 2019.
- Mataram, Badan Penelitian dan Pengembangan Kota. “Laporan Akhir Kajian Kapasitas Ekonomi Masyarakat Terkait Keberadaan Pasar Modern Di Kota Mataram.” Mataram, 2017.
- Mataram, Bappeda Kota. Peraturan Daerah Kota Mataram Nomor 10 Tahun 2016 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kota Mataram Tahun 2016-2021 (2016).
- Mataram, Pemerintah Kota. Peraturan Daerah Kota Mataram Nomor 9 Tahun 2015 tentang Pasar Rakyat, Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan (2015).
- Mataram, UPTD Pasar Dinas Perdagangan Kota. *Profil Pasar Rakyat Mataram*. Mataram, 2017.
- Penyusun, Tim. *Pedoman Pemanfaatan Pasar Rakyat*. Jakarta: Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2015.
- Perdagangan, Kementerian. “Laporan Akhir Analisis Arah Pengembangan Pasar Rakyat.” *Pusat Kebijakan Perdagangan Dalam Negeri*. Vol. April, 2015.
- Suartha, Nyoman. *Revitalisasi Pasar Tradisional Bali Berbasis Pelanggan (Studi Kasus Di Kabupaten Gianyar)*. Kesatu. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.