

**ANALISIS EFEKTIVITAS PROGRAM REVITALISASI
PASAR TRADISIONAL DI PASAR BULU KOTA SEMARANG**

Oleh :

Iis Nurlaela , Dyah Hariani

Departemen Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Jalan Profesor Haji Soedarto, Sarjana Hukum Tembalang Semarang Kotak Pos 1269
Telepon (024) 7465407 Faksimile (024) 7465407 Laman : <http://www.fisip.undip.ac.id>
email fisip@undip.ac.id

ABSTRACT

The existence of traditional market be on the skids here with rapid development of modern market. Presence of modern market that managed professionally claimed have been discrediting the presence of traditional market. Revitalization of traditional market is the effort to keep the existence of traditional market and increasing the competitiveness traditional market against modern market. This research is aim to analyze the effectiveness of traditional market revitalization program in Pasar Bulu Semarang City and identifying the barrier factors of effectiveness revitalization program. The research result shows that traditional market's revitalization program in Pasar Bulu Semarang City is not effective because not any change mindset of traders from traditional market to modern traditional market, decline acceptance of retribution in Pasar Bulu, funding revitalization is not allocated efficiently to build complete facilities in accordance with provisions, community dissatisfaction with information service in Pasar Bulu, a decline in the income of traders, not many people community invilvement in express their opinions, traders attitude and visitors can't keep the cleanliness and discipliness of the market, a lot of facilities defect numbers that not repaired soon, and market maintener haven't been able to enforce rules firmly shows with a lot numbers of problem that seems to be left and not followed soon.

Key Word : Effectiveness of the Program, Revitalization, Traditional Market

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pasar tradisional merupakan jantung perekonomian untuk mencapai kesejahteraan rakyat Indonesia melalui berbagai fungsi dan peran strategis yang dimiliki. Pasar tradisional menjadi indikator nasional terkait pergerakan tingkat kestabilan harga kebutuhan bahan pokok. Peran pasar tradisional melalui para pelaku ekonomi mikro tersebut setidaknya telah menjadikan Indonesia memiliki daya tahan yang sangat baik terhadap krisis sehingga terhindar dari krisis ekonomi global yang terjadi pada tahun 2008-2009. Saat ini pasar tradisional menjadi wadah utama penjualan produk-produk kebutuhan pokok yang dihasilkan oleh para pelaku ekonomi berskala menengah, kecil, serta mikro yang sebagian besar merupakan produk hasil pertanian. Selain itu, pasar tradisional mempunyai peran strategis dalam hal penyerapan tenaga kerja. Survey yang dilakukan BPS Indonesia pada tahun 2014 menunjukkan bahwa sektor ritel mampu menyerap 24,8 juta tenaga kerja atau sekitar 21,6% dari total tenaga kerja Indonesia.

Di balik peran-peran strategis pasar tradisional tersebut terdapat berbagai permasalahan yang membutuhkan perhatian Pemerintah. Keberadaan pasar tradisional kini kian menurun seiring dengan pesatnya perkembangan pasar modern. Kehadiran pasar-pasar modern yang dikelola dengan baik dan profesional oleh para investor diklaim telah mendiskreditkan keberadaan pasar tradisional. Sebagian besar pasar tradisional masih terkesan becek, bau, sumpek, pengap, dan kotor. Di Kota Semarang pasar-pasar modern berkembang cukup pesat dan membawa dampak yang kurang menguntungkan bagi pasar tradisional.

Tabel 1.1. Jumlah Pasar Tradisional dan Pasar Modern di Kota Semarang Tahun 2013-2015

No	Pasar	Jumlah		
		Tahun 2013	Tahun 2014	Tahun 2015
1.	Tradisional	70	67	50
	Kota	9	9	16
	Wilayah	21	21	11
	Lingkungan	40	37	23
2.	Modern	467	499	503
	Mall/Plaza	5	5	5
	Supermarket	35	38	42
	Mini Market	427	456	456

Sumber: Dinas Pasar, 2016

Pemerintah Kota Semarang mengeluarkan Peraturan Daerah Nomor 9 Tahun 2013 tentang Pengaturan Pasar

Tradisional sebagai wujud untuk mempertahankan eksistensi pasar tradisional di Kota Semarang. Dalam Pasal 34 Ayat 3 disebutkan bahwa revitalisasi pasar ditujukan untuk menghidupkan atau menggiatkan kembali kegiatan perdagangan yang terdapat di pasar. Salah satu pasar tradisional yang telah direvitalisasi yaitu Pasar Bulu Kota Semarang. Diharapkan dengan revitalisasi Pasar Bulu ini dapat memenuhi kebutuhan masyarakat di wilayah Semarang dengan harga yang relatif lebih terjangkau. Stabilitas harga barang kebutuhan pokok masyarakat dapat terjaga, serta perputaran ekonomi masyarakat Semarang dapat lebih berkembang. Pasar Bulu juga diharapkan ke depannya menjadi ujung tombak penjualan komoditas lokal dan produk-produk dalam negeri.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah pelaksanaan program revitalisasi pasar tradisional di Pasar Bulu Kota Semarang ?
2. Faktor-faktor apa saja yang menghambat efektivitas program revitalisasi pasar tradisional di Pasar Bulu Kota Semarang ?

C. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis efektivitas program revitalisasi pasar tradisional di Pasar Bulu Kota Semarang.
2. Menganalisis faktor-faktor penghambat efektivitas program revitalisasi pasar tradisional di Pasar Bulu Kota Semarang.

D. Kerangka Pemikiran Teoritis

Miller dalam (James L Gibson, 2000:193) mengemukakan efektivitas merupakan tingkat seberapa jauh suatu sistem sosial mencapai tujuannya. Efektivitas ini harus dibedakan dengan efisiensi. Efisiensi mengandung pengertian perbandingan antara biaya dan hasil, sedangkan efektivitas secara langsung berhubungan dengan pencapaian suatu tujuan. Efektivitas merupakan pencapaian tujuan organisasi melalui pemanfaatan sumber daya yang dimiliki secara efisien, ditinjau dari sisi masukan (input), proses, maupun keluaran (output). Dalam hal ini yang dimaksud sumber daya meliputi ketersediaan personil, sarana dan prasarana serta metode dan model yang digunakan. Penyusunan program merupakan suatu langkah dalam upaya pencapaian tujuan organisasi. Dengan adanya suatu program, dapat membantu setiap

anggota organisasi untuk bekerja secara sistematis dan terstruktur dalam mencapai tujuan organisasi. Program harus dibuat dengan memperhatikan capaian dan kondisi organisasi, sehingga ada keberlanjutan program dalam menjawab capaian visi organisasi. Efektivitas suatu program akan sangat mempengaruhi efektivitas sebuah organisasi.

Menurut Budiani dalam (Amelia, 2015) untuk mengukur efektivitas suatu program dapat dilakukan dengan menggunakan variabel-variabel sebagai berikut: 1) Ketepatan Sasaran Program, 2) Sosialisasi Program, 3) Tujuan Program, 4) Pemantuan Program. Menurut pendapat *David Krech, Ricard S. Cruthfied dan Egerton L. Ballachey* yang dikutip Sudarwan Danim (2004:119-120), menyebutkan ukuran efektivitas sebagai berikut : 1) Jumlah hasil yang dapat dikeluarkan, 2) Tingkat kepuasan yang diperoleh, 3) Produk kreatif, 4) Intensitas. *Robert T. Nakamura dan Smallwood* dalam (Handayani, 2015) mengemukakan lima kriteria keberhasilan program, yaitu: 1) Pencapaian Tujuan atau Hasil, 2) Efisiensi, 3) Kepuasan Kelompok Sasaran, 4) Daya Tanggap Klien, 5) Sistem Pemeliharaan.

Di dalam mengukur efektivitas program revitalisasi pasar tradisional di pasar Bulu menggunakan kriteria sebagai berikut: (1) Sosialisasi program, (2) Pencapaian tujuan atau hasil, (3) Efisiensi (4) Kepuasan kelompok sasaran, (5) Daya tanggap klien, (6) Intensitas.

E. Metodologi Penelitian

Penelitian ini bertipe deskriptif kualitatif karena bersifat pengungkapan fenomena-fenomena secara deskriptif tanpa mempertimbangkan kuantitas kemunculan fenomena, tetapi kedalaman informasi pada setiap fenomenanya. Penelitian ini berfokus pada efektivitas program revitalisasi pasar tradisional di Pasar Bulu Kota Semarang. Teknik koleksi data dilakukan dengan *Triangulasi*, dengan cara melakukan wawancara mendalam dengan beberapa informan, observasi, dan dokumentasi.

PEMBAHASAN

A. Analisis Efektivitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional di Pasar Bulu Kota Semarang

1. Sosialisasi Program

a. Materi Sosialisasi

Materi yang disampaikan oleh Dinas Pasar dalam sosialisasi

program revitalisasi meliputi, rencana revitalisasi, penempatan pedagang, dan kepemilikan kios. Materi ini berfokus pada pemahaman revitalisasi secara fisik dan ekonomi. Materi sosialisasi program dinilai kurang menyeluruh sehingga belum mampu menumbuhkan pemahaman pedagang dan masyarakat akan tujuan revitalisasi dari aspek manajemen dan aspek sosial budaya.

b. Metode Sosialisasi

Metode yang dilakukan oleh Dinas Pasar dalam sosialisasi dinilai sudah tepat yaitu dengan menggunakan ketiga pendekatan tersebut. Pendekatan perorangan dilakukan dengan mendatangi pihak-pihak yang belum menyetujui adanya revitalisasi, pendekatan kelompok dengan melakukan mengumpulkan pedagang dan masyarakat pada suatu pertemuan, dan sosialisasi dilakukan dengan menggunakan media seperti poster maupun banner.

2. Pencapaian Tujuan atau Hasil

a. Aksesibilitas di Pasar Bulu

Aksesibilitas pasar Bulu pada kenyataannya belum memperhatikan kebutuhan masyarakat penyandang disabilitas dengan belum adanya fasilitas-fasilitas khusus yang disediakan untuk penyandang disabilitas seperti ramp, lift, toilet, rambu dan marka. Penyandang disabilitas perlu mendapatkan kesempatan dalam memanfaatkan fasilitas umum seperti pasar untuk memenuhi kebutuhannya. Pentingnya aksesibilitas bagi penyandang disabilitas adalah untuk menjamin kemandirian dan partisipasi mereka dalam segala bidang kehidupan di masyarakat. Selain pembangunan fisik pasar yang harus bisa dimanfaatkan oleh penyandang disabilitas, pintu masuk harus memperhatikan arah arus pengunjung. Pintu masuk yang tersedia di Pasar Bulu kurang strategis dan kurang memperhatikan potensi arah arus pengunjung.

b. Berfungsinya Pasar Bulu sebagai Objek Wisata Kota Semarang

Pasar Bulu belum mampu menjadi destinasi wisata bagi para wisatawan. Hal ini dikarenakan belum banyak pedagang yang berjualan oleh-oleh khas Semarang menempati pasar Bulu. Pemerintah belum menertibkan para pedagang di sekitar objek wisata seperti Lawang Sewu dan Wisma Perdamaian masuk ke Pasar Bulu dan PKL yang berada di Jl. Pandanaran. Dengan

berfungsinya pasar Bulu sebagai destinasi wisata akan memberikan ruang bagi masyarakat untuk berkumpul, membentuk sebuah komunitas, sehingga muncul kegiatan-kegiatan baru yang dapat dijadikan sebagai identitas pasar.

c. Peningkatan Penerimaan Retribusi Pasar Bulu

Kurang lebih dua tahun pedagang menempati pasar Bulu penerimaan retribusi masih mengalami penurunan bahkan berbeda jauh sebelum pasar direvitalisasi. Selain mengalami penurunan, penerimaan retribusi juga tidak dapat mencapai target yang telah ditentukan. Dinas

Pasar setiap tahun telah menurunkan target retribusi dengan pertimbangan penerimaan retribusi tahu sebelumnya dan kondisi pasar. Akan tetapi, target penerimaan retribusi belum dapat dicapai.

3. Efisiensi

a. Serapan Anggaran Revitalisasi Pasar Bulu

Pendanaan untuk revitalisasi pasar Bulu berasal dari dana APBN, APBD Provinsi dan APBD Kota Semarang. Serapan anggaran dalam merevitalisasi pasar Bulu terbilang cukup besar yaitu mencapai 64,5 milyar. Dana tersebut digunakan untuk membangun bangunan fisik pasar dan mewujudkan pasar Bulu sebagai pasar semi modern dan pasar percontohan. Revitalisasi ini meyerap anggaran cukup banyak dikarenakan pembangunan pasar Bulu yang ditargetkan akan selesai selama satu tahun tidak terealisasi. Pemerintah menggunakan sistem multiyears dalam revitalisasi Pasar Bulu.

b. Kelengkapan Fasilitas di Pasar

Bulu

Fasilitas yang belum tersedia di Pasar Bulu seperti ruang serbaguna untuk pembinaan, penitipan dan bermain anak, gudang tempat penyimpanan stok barang, area bongkar muat, area penghijauan, telekomunikasi, sistem informasi harga dan stok serta papan pengumuman informasi harga harian. Akibatnya, terdapat aktivitas yang dilakukan tidak pada tempatnya, misalnya aktivitas bongkar muat dilakukan di area parkir.

4. Kepuasan Kelompok Sasaran

a. Kepuasan Pengunjung terhadap Kejelasan Pelayanan Informasi di Pasar Bulu

Pengelola pasar Bulu belum menyediakan pelayanan informasi mengenai zonasi pasar dan pelayanan informasi harga dan barang secara jelas dan terbuka. Belum adanya pelayanan informasi zonasi pedagang akan menyulitkan pengunjung terutama bagi pengunjung yang baru kali pertama berkunjung ke pasar

Bulu. Selain itu, belum adanya pelayanan informasi tentang harga komoditi yang di perdagangan menyebabkan pengunjung kurang mengetahui kisaran harga bahan pangan. Jika sistem informasi dijalankan dengan baik oleh pengelola pasar, maka fluktuasi harga dan barang yang beredar di pasar bisa dimonitor dengan baik. Sistem informasi ini tidak hanya bermanfaat untuk pengunjung tetapi juga pedagang, yaitu melindungi pedagang dari harga yang ditawarkan oleh pengumpul ataupun saluran distribusi lain sebelum sampai ke tangannya.

b. Peningkatan Pendapatan Pedagang Pasar Bulu

Program revitalisasi pasar Bulu belum dapat memberikan kepuasan terhadap pedagang yang ditunjukkan dengan penurunan pendapatan pedagang yang cukup besar hampir mencapai 50%. Kondisi ini tidak sesuai dengan harapan pedagang yaitu dengan adanya program revitalisasi akan meningkatkan pendapatan mereka. Pedagang

mengharapkan program revitalisasi ini akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi para pedagang sehingga pedagang dapat mengembangkan usaha mereka.

5. Daya Tanggap Kelompok Sasaran

- a. Keterlibatan Masyarakat dalam Menyampaikan Aspirasi terhadap Revitalisasi Pasar Bulu Keberadaan PPJP Pasar Bulu belum optimal sehingga masyarakat tidak mengetahui dimana mereka dapat menyampaikan aspirasi mereka. Seringkali masyarakat hanya menyampaikan aspirasi mereka kepada pedagang. Keterlibatan masyarakat dalam menyampaikan aspirasi terhadap revitalisasi pasar Bulu belum banyak dilakukan karena terbatasnya ruang bagi masyarakat untuk menyampaikan aspirasinya.
- b. Sikap Pedagang dan Pengunjung dalam Menjaga Kebersihan dan Ketertiban Pasar Bulu Di Pasar Bulu pedagang masih bersikap seenaknya sendiri dengan tidak memperhatikan kebersihan limbah dagangan.

Pedagang seringkali membiarkan limbah dagangan dan membuang limbah tidak pada tempatnya. Sampah limbah dagangan juga terlihat menumpuk di tempat berjualan sehingga barang dagangan terlihat kotor. masyarakat yang berkunjung di pasar belum dapat menjaga ketertiban di pasar. Masyarakat banyak yang berbelanja di dalam pasar dengan menggunakan kendaraan bermotor. Selain itu, banyak juga ditemukan kendaraan bermotor yang parkir di dalam pasar.

6. Intensitas

- a. Pemeliharaan Fasilitas/Fisik Pasar Bulu oleh Dinas Pasar Pemeliharaan yang dilakukan Dinas adalah dengan memperbaiki fasilitas maupun infrastruktur yang rusak, menjaga kebersihan serta keamanan pasar. Namun, pernyataan tersebut berbanding terbalik dengan kenyataan yang ada. Banyak ditemukan kerusakan pada fasilitas pasar yang tidak segera mendapatkan perbaikan. Dinas Pasar berdalih

bahwa perbaikan akan dilakukan tetapi harus menunggu anggaran.

b. Penegakan Peraturan oleh Dinas Pasar

Intensitas yang ditunjukkan dengan penegakan peraturan oleh pengelola pasar dapat dikatakan belum efektif karena masih banyak terjadi pelanggaran yang terjadi. Pengelola terkesan membiarkan pelanggaran-pelanggaran tersebut. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya pedagang bahkan gelandangan yang bertempat tinggal di pasar, kios yang tutup lama tetapi belum mendapatkan peringatan, pemindahan kepemilikan tempat berjualan tanpa seijin pengelola yang tidak segera diselesaikan, dan pedagang yang berjualan di luar pasar tidak segera ditertibkan.

B. Faktor Penghambat Efektivitas Revitalisasi Pasar Tradisional di Pasar Bulu Kota Semarang

1. Tidak adanya sosialisasi secara berkelanjutan setelah program revitalisasi sehingga belum ada perubahan perilaku pedagang dan pelayanan yang diberikan kepada

konsumen serta pedagang belum dapat memanfaatkan fasilitas pasar dengan baik.

2. Belum adanya strategi maupun inovasi dari Dinas Pasar untuk meramaikan pasar. Pasar Bulu kini tidak memiliki icon yang dapat dijadikan sebagai daya tarik. Selain itu, tidak adanya kegiatan-kegiatan promosi yang diselenggarakan di pasar Bulu untuk menarik minat pengunjung. Inilah yang menyebabkan pasar Bulu belum mampu menjadi pilihan destinasi wisata Kota Semarang.
3. Adanya sistem pelayanan informasi harga yang terbuka belum dianggap urgen oleh pengelola pasar karena karakteristik pasar tradisional yang bisa tawar menawar harga. Pengunjung bisa mendapatkan kepastian harga setelah adanya tawar menawar.
4. Belum adanya sistem pengelolaan yang baik untuk menampung aspirasi baik kritik, pendapat, keluhan maupun saran dari masyarakat. Masyarakat sebagai konsumen pasar perlu disediakan akses yang mudah untuk mendapatkan kesempatan menyampaikan aspirasi mereka. Apabila aspirasi dari masyarakat ini

dapat dikelola dengan baik akan dapat memberikan masukan baru bagi pasar Bulu sehingga memungkinkan untuk merespon secara cepat dan tanggap terhadap setiap masalah yang timbul.

5. Kurangnya jumlah petugas kebersihan KSM Pasar Bulu dan tenaga kontrak yang mempunyai tanggungjawab dalam menjaga kebersihan pasar. Selain itu, penerimaan pungutan dari para pedagang hanya cukup untuk menutupi biaya operasional KSM sehingga kesejahteraan para petugas KSM masih kurang.
6. Budaya organisasi yang birokratis menyebabkan proses pengambilan keputusan terpusat pada pimpinan. Hal ini menyebabkan terjadi perpanjangan alur dalam mengambil keputusan. Budaya birokratis menjadi organisasi pasar bernuansa status quo, yang pada akhirnya menghambat sebuah kreativitas dan inovasi.

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Efektivitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional di Pasar Bulu Kota Semarang

Program revitalisasi pasar tradisional di Pasar Bulu Kota Semarang dikatakan belum efektif karena belum adanya perubahan mindset pedagang dari pasar tradisional menjadi pasar tradisional modern, terjadi penurunan penerimaan retribusi pasar Bulu, dana revitalisasi tidak dialokasikan secara efisien untuk membangun fasilitas yang lengkap sesuai dengan ketentuan, ketidakpuasan masyarakat akan pelayanan informasi di pasar Bulu, terjadinya penurunan pendapatan pedagang, belum banyak keterlibatan masyarakat dalam menyampaikan aspirasi, sikap pedagang dan pengunjung yang belum mampu menjaga kebersihan dan ketertiban pasar, banyaknya kerusakan fasilitas pasar yang tidak segera mendapatkan perbaikan, dan pengelola pasar belum mampu menegakkan aturan dengan tegas ditunjukkan dengan banyaknya permasalahan yang terkesan dibiarkan dan tidak segera ditindaklanjuti.

2. Faktor Penghambat Efektivitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional di Pasar Bulu Kota Semarang

- a. Dinas Pasar tidak memberikan sosialisasi secara berkelanjutan setelah program revitalisasi baik secara langsung maupun secara tidak langsung yaitu melalui media.
- b. Belum adanya strategi maupun inovasi dari Dinas Pasar untuk meramaikan pasar. Pasar Bulu kini tidak memiliki icon yang dapat dijadikan sebagai daya tarik.
- c. Pembangunan pasar Bulu hanya berfokus untuk membangun gedung yang mewah dan megah tanpa memperhatikan fasilitas yang ada di dalamnya. Pasar Bulu kini terlihat jika dilihat dari luar tetapi fasilitas yang ada di dalamnya tidak sebanding dengan bangunan mewah tersebut.
- d. Belum adanya bantuan permodalan bagi para pedagang di pasar Bulu. Tersedianya Koperasi Pasar yang dikelola oleh pemerintah belum sepenuhnya dimanfaatkan oleh para pedagang karena prosedur yang ditetapkan pada kurang menguntungkan pedagang. Sebagian besar pedagang justru memanfaatkan jasa keuangan lain yang dianggap prosedurnya lebih mudah meskipun bunga yang ditetapkan lebih tinggi.
- e. Belum adanya sistem pengelolaan yang baik untuk menampung aspirasi baik kritik, pendapat, keluhan maupun saran dari masyarakat.
- f. Kurangnya koordinasi dan ketegasan Dinas Pasar kepada petugas parkir sehingga membiarkan pengunjung masuk menggunakan sepeda motor.
- g. Kurangnya jumlah petugas kebersihan KSM Pasar Bulu dan tenaga kontrak
- h. Budaya organisasi yang birokratis menyebabkan proses pengambilan keputusan terpusat pada pimpinan.

B. Saran

1. Sosialisasi Program

- a. Perlu adanya sosialisasi yang dilakukan secara berkelanjutan dan komprehensif dengan melibatkan berbagai pihak yang berkompeten sehingga mampu menumbuhkan pemahaman kepada pedagang dan seluruh elemen yang ada di Pasar Bulu

tentang tujuan revitalisasi. Perlu adanya penyuluhan, pembinaan dan pelatihan kepada pedagang Pasar Bulu secara terpadu seperti pelatihan perilaku hidup bersih dan sehat, pelatihan strategi penjualan, dan pelatihan pemanfaatan fasilitas pasar dengan baik dan benar.

2. Pencapaian Tujuan atau Hasil

a. Perlunya memaksimalkan pendapatan pasar dengan menggali pendapatan dari berbagai sumber. Memaksimalkan sumber pendapatan pasar Bulu dapat dilakukan dengan cara memaksimalkan waktu operasional pasar misalnya pada pagi hari hingga sore hari pasar Bulu digunakan untuk perdagangan barang kebutuhan harian pada kios dan lapak yang ada di bangunan pasar. Pada malam hari pasar Bulu dijadikan sebagai pusat kuliner yang menawarkan berbagai jenis makanan dan masakan yang tersedia di luar bangunan pasar. Bangunan luar pasar Bulu di desain untuk dapat digunakan sebagai space iklan bagi berbagai

produk dengan ketentuan melarang menempelkan berbagai jenis iklan produk pada dinding bangunan, sehingga kondisi dalam bangunan pasar bersih dari berbagai iklan produk dalam bentuk apapun.

b. Menjadikan Pasar Bulu sebagai pusat grosir sehingga akan menarik minat masyarakat tidak hanya dari wilayah Kota Semarang tetapi juga masyarakat di luar kota Semarang. Dengan menjadikan pasar Bulu sebagai pusat grosir akan mendorong berkembangnya usaha kecil menengah di Kota Semarang.

3. Efisiensi

Mengaktifkan kembali Paguyuban Pedagang dan Jasa Pasar Bulu dalam rangka menjaring aspirasi pedagang, seperti pemberian masukan terhadap pembangunan, penataan, dan pengendalian pasar. Dinas pasar perlu melibatkan PPJP dalam setiap proses pengambilan keputusan termasuk proses pembangunan pasar karena pedagang merupakan pihak yang memahami kondisi pasar sehingga pembangunan fasilitas pasar akan lebih tepat fungsi.

4. Kepuasan Kelompok Sasaran

- a. Menumbuhkan kepercayaan kepada masyarakat terhadap pasar Bulu dengan menjamin perlindungan kepada konsumen mengenai kepastian informasi harga, kualitas produk yang diperdagangkan, dan tertib ukur.
- b. Perlunya kegiatan yang dilakukan oleh komunitas di pasar Bulu untuk mengaktifkan kembali kegiatan perekonomian pasar dan dapat menarik kembali minat kunjungan konsumen/pelanggan di pasar Bulu seperti pelaksanaan event-event promosi pemasaran yang menarik dan interaktif, serta penetapan hari pelanggan dimana dalam satu waktu/hari melakukan kegiatan yang unik seperti berpakaian unik dan mengadakan kegiatan yang menarik lainnya.
- c. Perlu adanya kemudahan bantuan permodalan bagi pedagang dengan sistem yang lebih mudah dan suku bunga yang rendah sehingga pedagang mampu untuk mengembangkan usaha mereka.

5. Daya Tanggap Kelompok Sasaran

- a. Perlunya adanya unit pelayanan informasi dan keluhan untuk menampung informasi dan

keluhan seputar pasar Bulu. Masyarakat dapat dengan mudah menyampaikan aspirasi, pengaduan atau keluhan, sebaliknya pengelola pasar juga dapat menerima masukan dan kritik yang membangun untuk meningkatkan pelayanan.

- b. Perlunya penegakan aturan dan sanksi yang tegas di pasar Bulu pada setiap pelanggaran yang terjadi namun tidak diskriminatif dan harus konsisten dalam menjalankannya. Pasar Bulu akan terjaga ketertibannya apabila semua elemen di dalamnya dapat menataati peraturan dengan baik dan konsekuen.

6. Intensitas

- a. Perlunya menjalin kerjasama dengan pihak lain dalam pengelolaan pasar Bulu misalnya dalam pengelolaan kebersihan dan perawatan serta perbaikan bangunan fisik pasar. Dengan adanya kerjasama maka perbaikan sarana dan prasarana pasar akan lebih cepat. Dinas Pasar juga perlu menambah petugas kebersihan serta memperhatikan kesejahteraan mereka. Kesejahteraan yang didapatkan

akan mempengaruhi peningkatan kinerja para petugas kebersihan.

- b. Perlunya meningkatkan komitmen pengelola pasar dengan melakukan pembinaan berupa kegiatan peningkatan *capacity building* kepada aparatur maupun pengelola pasar terkait manajemen pengelolaan pasar yang profesional.
- c. Perlunya menciptakan budaya organisasi yang terbuka, inovatif dan kreatif serta menjalin komunikasi dengan pedagang secara terus menerus untuk mengetahui berbagai permasalahan yang dihadapi dan menemukan solusi terhadap permasalahan yang terjadi.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. 2012. *Edisi Kedua Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Creswell, John W. 2014. *Research Design (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed)*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Danim, Sudarwan. (2004). *Motivasi Kepemimpinan dan Efektivitas Kelompok*. Bengkulu: PT Rineka Cipta.
- Darmadi & Sukidin. 2011. *Administrasi Publik*. Yogyakarta: Laksbang Press Indo
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Gibson, James L. 2000. *Organisasi, Perilaku, Struktur dan Proses Edisi ke-5. Cetakan ke-3*. Jakarta: Erlangga.
- Keban, Yeremias. 2014. *Enam Dimensi Strategis Administrasi Publik Konsep, Teori dan Isu Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Gava Media
- Moenir, H.A.S. 2006. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta : PT. Bumi Aksara
- Moleong, Lexy J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya Offset

- Oliver, Sandra. 2006. *Strategi Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Pasolong, Harbani. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Steers, Richard. 1985. *Efektivitas Organisasi*. Jakarta: Erlangga
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Tangkilisan, Hessel Nogi S. 2005. *Manajemen Publik*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia
- Uha, Ismail Nawawi. 2013. *Budaya Organisasi Kepemimpinan dan Kinerja*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Sumber lain :**
- Amelia, Rizcah. 2015. *Efektivitas Pelaksanaan Program Penanganan Anak Jalanan Di Dinas Sosial Kota Makassar*. Tesis. Ilmu Administrasi Universitas Hasanuddin Makassar diunduh pada 13 Juni 2016
- Asma, Nur. 2015. *Efektivitas Revitalisasi Pasar Tradisional Pa'baeng-Baeng Di Kota Makassar*. Tesis. Administrasi Pembangunan. Universitas Hasanuddin Makassar diunduh pada 15 Juni 2016
- Far Far, Risyart A. 2014. *Respon Petani terhadap Penerapan Metode Penyuluhan Pertanian di Kota Ambon Provinsi Maluku*. Jurnal Budidaya Pertanian. Universitas Pattimura Vol. 10 No. 1. Diunduh pada 5 Maret 2017
- Febriyanti, Dessy. 2013. *Model of Role Strengthening of Traditional Market Based on Social Capital in Indonesia: Study Case Beringharjo Market, Yogyakarta*. Journal. Ministry of Public Work, Indonesia. Vol 4 No.5 ISSN 2222-1700. Diunduh pada 2 Maret 2017
- Gammahendra, Fianda dan Djamhur Hamid. 2014. *Pengaruh Struktur Organisasi terhadap Efektivitas Organisasi*. Jurnal. Administrasi Bisnis. Universitas Brawijaya. Vol. 7 No. 2. Diunduh pada 4 Juni 2016
- Kim, Jiyeon, Minkweon Lee, Minsun Yeom. 2014. *Revitalization Of The Gil-Dong Market in Korea*. Journal of Marketing Thought. Sungkyunkwan University. Vol. 1 No. 2. Diunduh pada 2 Maret 2017
- Masitoh, Eis Al. 2013. *Upaya Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional: Studi Revitalisasi Pasar Piyungan Bantul*. Jurnal. PMI Vol.X. No. 2. Diunduh pada 21 Juli 2016
- Nuryani, Evi. 2014. *Hubungan Intensitas Mengakses Facebook dengan Motivasi Belajar Siswa SMA Negeri 2 Tenggara Seberang*. Jurnal Ilmu Komunikasi. Universitas Mulawarman. Vol. 2 No.3. Diunduh pada 6 Maret 2017
- Paramita, Mirah Pradnya. 2013. *Efektivitas dan Dampak Program Revitalisasi Pasar Tradisional di Pasar Agung Peninjoan*. Jurnal. Ekonomi

Pembangunan. Universitas
Udayana Vol. 2 No. 5 ISSN:
2303-0178. Diunduh 3 Juli 2016

Prastyawan, Agus, Agus Suryono, dkk.
2015. *Revitalization of
Traditional Market into a
Modern Market in the
Perspective of Local
Governance Theory*. Journal.
Administrative Science Faculty.
Brawijaya University. Vol 20
Issue 9 e-ISSN: 2279-0837.
Diunduh pada 2 Maret 2017

Risdiyanto, Agus Transivo. *Efektivitas
Program Revitalisasi Pasar
Kliwon di Kecamatan Pasar
Kliwon Kota Surakarta*. Skripsi.
Administrasi Negara.
Universitas Sebelas Maret.
Diunduh pada 3 Juli 2016

Yulianti, Devi. 2012. *Efektivitas
Program PTPN 7 Peduli di
PTPN VII (Persero) Lampung
(Suatu Evaluasi atas Program
CSR)*. Tesis. Administrasi
Kebijakan Publik. Universitas
Indonesia. Diunduh pada 4 Juni
2016

Undang-Undang Nomor 7
Tahun 2014 tentang
Perdagangan

Perpres RI Nomor 112 Tahun 2007
tentang Penataan dan Pembinaan
Pasar Tradisional, Pusat
Perbelanjaan, dan Toko Modern

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor
70/ M-Dag/Per/12/2013 tentang
Pedoman Penataan dan
Pembinaan Pasar Tradisional,
Pusat Perbelanjaan, dan Toko
Modern

Peraturan Menteri Perdagangan
No.48/M-DAG/PER/8/2013

Pedoman dan Pengelolaan
Sarana Distribusi Perdagangan

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor
61/M-DAG/PER/8/2015 tentang
Pedoman Pembangunan dan
Pengelolaan Sarana Distribusi
Perdagangan

Standar Nasional Indonesia 8152 Tahun
2015 tentang Pasar Rakyat

Kota Semarang Dalam Angka 2016
diunduh dari
www.semarangkota.bps.go.id