

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan politik desentralisasi di Indonesia sejak zaman kolonial Belanda hingga sekarang ini telah membawa pengaruh terhadap tata kelola Pemerintah Daerah. Konsep desentralisasi tersebut telah melahirkan adanya otonomi daerah. Melalui otonomi daerah, Pemerintah Daerah Kabupaten atau Kota dapat mengembangkan terobosan maupun inovasi dalam membuat suatu kebijakan. Upaya otonomi daerah ini dimaksudkan agar setiap daerah di Indonesia dapat mengembangkan kemampuannya dalam mengelola kehidupan masyarakat di masing-masing daerahnya terutama dalam hal pelayanan publik. Pemerintah Daerah Kabupaten atau Kota dianggap paling mengetahui potensi Sumber Daya yang dimiliki daerahnya sehingga dapat dengan mudah menciptakan kebijakan sesuai kebutuhan masyarakatnya.

Dalam upaya negara Indonesia mewujudkan kesejahteraan rakyatnya, pemerintah Indonesia telah melakukan berbagai program yang khususnya menyangkut bidang perekonomian dan perdagangan. Pemerintah pusat melalui pemerintah daerah yang ada di Indonesia memiliki komitmen bersama dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat serta mengurangi angka kemiskinan di Indonesia. Pada era presiden Joko Widodo saat ini, telah menggagas sembilan agenda prioritas yang disebut Nawa Cita. Program tersebut digagas untuk menunjukkan prioritas perubahan menuju Indonesia

yang berdaulat secara politik serta mandiri dalam bidang ekonomi dan berkepribadian dalam kebudayaan. Terkait dengan bidang ekonomi, Presiden Joko Widodo telah meluncurkan Kebijakan Pemerataan Ekonomi (KPE) untuk mengatasi ketimpangan di masyarakat. Salah satu program dari Kebijakan Pemerataan Ekonomi (KPE) adalah mengembangkan daya saing Pasar Tradisional dengan upaya Revitalisasi Pasar Tradisional yang ada di Indonesia.

Tuntutan atas persaingan ekonomi di setiap negara mengharuskan untuk melakukan pembaruan maupun perbaikan sarana dan prasarana sumber pendapatan negara. Hal tersebut dikarenakan adanya pengaruh globalisasi yang mana dalam perkembangannya telah memodernisasikan kehidupan manusia khususnya dalam bidang perekonomian. Masyarakat saat ini diberikan akses dan layanan yang semakin mudah dalam memenuhi kebutuhan hidupnya dengan berkembangnya pasar modern. Gaya hidup masyarakat pun menjadi berubah seiring dengan tuntutan kebutuhan yang semakin meningkat dimana masyarakat yang awalnya menjadikan Pasar Tradisional sebagai penyedia kebutuhan sehari-hari, saat ini banyak dari masyarakat yang lebih memilih Pasar Modern. Maraknya pasar modern di Indonesia yang cukup banyak dibangun dipusat kota hingga daerah dianggap sebagai salah satu penyebab adanya program Revitalisasi Pasar Tradisional. Hal ini diperkuat dengan hasil studi A. C. Nielsen yang menunjukkan bahwa

pasar modern di Indonesia tumbuh 31,4 % per tahun.¹ Penjualan supermarket juga meningkat yang tumbuh rata-rata 15% per tahun, sedangkan penjualan pedagang tradisional turun 2% per tahunnya (Natawidjaja, 2006 dalam SMERU, 2007).² Apabila hal ini dibiarkan, menyebabkan pasar tradisional dapat tenggelam seiring dengan perkembangan dunia ritel yang didominasi oleh pasar modern. Keberadaan pasar modern memang dapat menjadi sumber investasi pemerintah pusat maupun daerah, namun disisi lain hal itu juga dapat mematikan kegiatan perekonomian pada pasar tradisional. Demikian terjadi karena adanya pasar modern dapat menciptakan persaingan dengan pasar tradisional dimana masyarakat saat ini lebih memilih pasar modern dan minat terhadap pasar tradisional menjadi menurun. Masyarakat menilai bahwa pasar modern memiliki sarana dan prasaran yang lebih membuat nyaman daripada pasar tradisional yang seringkali dianggap kotor, kumuh dan kurang tertata walaupun barang yang diperjual belikan hampir sama.

Keberadaan pasar tradisional sejak dari dulu hingga sekarang masih dianggap sebagai tempat yang potensial untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sehari-hari. Demikian, karena pasar menyediakan barang dan jasa yang banyak dibutuhkan oleh masyarakat. Peran pasar tradisional juga sangat penting terkait kontribusinya bagi penerimaan pendapatan Pemerintah Daerah melalui pembayaran retribusi pasar dan pajak. Selain itu, pasar juga dianggap dianggap sebagai sektor informal yang mampu menyerap tenaga kerja cukup banyak melalui pedagang-pedagang yang berjualan di pasar. Secara tidak

¹ Adri Poesoro. 2007. "*Pasar Tradisional Di Era Persaingan Global*". SMERU RESEARCH INSTITUTE No. 22, April-Juni 2007, hlm. 1

² *Ibid*, Hlm. 4

langsung, eksistensi pasar tradisional ini dapat mengurangi pengangguran dan kemiskinan masyarakat di suatu daerah.

Pemerintah Kabupaten Semarang telah memanfaatkan otonomi daerah melalui kebijakan-kebijakan yang dibuat. Dalam beberapa tahun terakhir, Pemerintah Daerah Kabupaten Semarang telah berupaya untuk meningkatkan eksistensi Pasar Tradisional melalui Revitalisasi Pasar Tradisional. Selain itu, juga dalam rangka mengoptimalkan pengelolaan dan penataan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern sehingga diharapkan dapat tercipta keterlibatan, keamanan, kebersihan dan kenyamanan. Keberadaan toko modern di Kabupaten Semarang sendiri mengalami peningkatan setiap tahunnya yang secara tidak langsung dapat mengancam keberadaan Pasar Tradisional Bandarjo. Terdapat data yang menunjukkan peningkatan jumlah toko modern di Kabupaten Semarang pada tahun 2011-2018, sebagai berikut :

Tabel 1.1.
Jumlah Pasar Menurut Jenisnya di Kabupaten Semarang Tahun 2017

Kecamatan	Jenis Pasar					
	Toko Modern	Super market	Pasar Tradisional	Pasar Hewan	Pasar Buah	Pasar Sayur
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
010 Getasan	3	-	2	-	-	-
020 Tengaran	4	-	2	1	-	-
030 Susukan	-	-	1	-	-	-
031 Kaliwungu	-	-	3	1	-	-
040 Suruh	2	-	2	1	-	-
050 Pabelan	2	-	2	-	-	-
060 Tuntang	4	-	2	-	-	-
070 Banyubiru	3	-	3	-	-	-
080 Jambu	1	-	2	-	-	-
090 Sumowono	1	-	1	1	-	-
100 Ambarawa	10	1	2	-	-	-
101 Bandungan	4	-	2	-	-	1
110 Bawen	9	-	-	1	-	-
120 Bringin	3	-	3	1	-	-
121 Bancak	7	-	1	-	-	-
130 Pringapus	13	-	2	-	-	-
140 Bergas	11	1	1	-	-	-
151 Ungaran Barat	15	2	2	-	-	-
152 Ungaran Timur	9	1	-	1	-	-
Jumlah 2017	101	5	33	7	-	1
2016	106	5	33	7	-	1
2015	106	5	33	6	-	1
2014	106	5	33	6	-	1
2013	89	5	33	6	-	1

Sumber: Kabupaten Semarang Dalam Angka 2018

Tabel 1.2.
Jumlah Toko Swalayan Di Kabupaten Semarang Per Oktober 2018

KECAMATAN	JENIS	
	MINIMARKET	SUPERMARKET
(1)	(2)	(3)
Getasan	3	
Tengaran	4	
Susukan		
Kaliwungu	1	
Suruh	2	
Pabelan	2	
Tuntang	4	
Banyubiru	3	
Jambu	1	
Sumowono	1	

KECAMATAN	JENIS	
	MINIMARKET	SUPERMARKET
(1)	(2)	(3)
Ambarawa	10	1
Bandungan	4	
Bawen	9	
Bringin	3	
Bancak	8	
Pringapus	13	
Bergas	11	
Ungaran Barat	15	2
Ungaran Timur	8	1
TOTAL	102	4

Sumber : Data Diolah dari Dinas Koperasi, UMKM, Industri, dan Perdagangan Kabupaten Semarang, Tahun 2018

Dari kedua tabel tersebut terlihat jelas bahwa jumlah toko modern di Kabupaten Semarang meningkat drastis dalam kurun waktu delapan tahun sejak 2013 hingga 2018. Pada tahun 2013, jumlah toko modern masih sebanyak 89 unit hingga pada tahun 2016 meningkat menjadi 106 unit. Jumlah toko modern tersebut lebih banyak dibandingkan jumlah pasar tradisional yang hingga tahun 2018 ini masih sebanyak 33 unit. Hal inilah yang menjadikan Pemerintah Kabupaten Semarang melakukan upaya Revitalisasi Pasar Tradisional agar keberadaannya dapat dipertahankan seiring dengan tuntutan perkembangan pelayanan publik yang semakin modern.

Menurut Prof. Danisworo, Revitalisasi adalah upaya untuk memvitalize kembali suatu kawasan atau bagian kawasan yang dulunya pernah vital atau hidup, akan tetapi kemudian mengalami kemunduran atau degradasi.³ Kegiatan revitalisasi perlu melihat potensi-potensi yang ada di

³ I Made Guna Juliarta dan Ida Bagus Darsana. "Analisis Efektivitas Revitalisasi Pasar Tradisional dan Dampaknya Terhadap Pengelolaan Pasar, Jumlah Pengunjung dan Pendapatan Pedagang". *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana* Vol. 5, No. 1 Januari 2015.

suatu daerah tersebut dengan mempertimbangkan aspek ekonomi, aspek sosial dan aspek budaya. Mengingat bahwa pasar tradisional merupakan salah satu peninggalan kebudayaan di masa lalu, maka dalam melakukan revitalisasi pasar tradisional perlu mempertahankan aspek kebudayaan yang masih ada. Menurut Sungkyun Lee (2017), ada dua proyek utama pemerintah untuk merevitalisasi pasar tradisional: modernisasi fasilitas di pasar tradisional dan manajemen yang inovatif dari pasar tradisional.⁴ Dengan adanya program revitalisasi pasar tradisional juga dapat berpengaruh pada pendapatan pedagang yang berjualan di pasar melalui manajemen pasar yang lebih tertata. Dalam hal ini, revitalisasi pasar tradisional bukan hanya berbicara mengenai pembangunan secara fisik melainkan juga memperhatikan sisi sosial dari aktivitas di pasar tradisional.

Pemerintah Daerah harus selalu memperhatikan keberadaan pasar tradisional dengan mengembangkan potensinya dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Hal tersebut akan berpengaruh pada upaya peningkatan pendapatan pemerintah daerah dimana pasar tradisional merupakan salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD). Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah penerimaan yang diperoleh daerah dari sumber-sumber dalam wilayahnya sendiri yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundangan-undangan yang berlaku (Marihhot. P. Siahaan, 2010).⁵

Melalui retribusi pasar yang dibayarkan oleh pedagang, maka akan menambah

⁴ Sungkyun Lee. September 2017. "A Study on Traditional Market Decline and Revitalization in Korea - Improving the Iksan Jungang Traditional Market". *Journal of Asian Architecture and Building Engineering*, hlm. 456

⁵ Marihot P. Siahaan. 2010. *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, hlm. 13

Pendapatan Asli Daerah (PAD). Secara umum, untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) melalui retribusi pasar penting untuk mengoptimalkan jumlah pedagang pasar yang menempati kios-kios yang sudah disediakan. Hal ini berkaitan dengan upaya penataan ulang pasar tradisional agar para pedagang tertarik untuk berjualan di pasar karena akan memperoleh omset cukup banyak dari konsumen.

Pemerintah Daerah Kabupaten Semarang telah merencanakan program revitalisasi dan perbaikan terhadap 10 pasar tradisional pada tahun 2018. Pasar yang akan direvitalisasi tahun 2018 antara lain Pasar Suruh, Pasar Boto Bancak, Pasar Kaliwungu, Pasar Dadapayam Pasar Truko Bringin dan Pasar Jambu. Sedangkan pasar yang diperbaiki dan ditambahkan fasilitasnya antara lain Pasar Sumowono, Pasar Mukiran, Pasar Karangjati, dan Pasar Projo Ambarawa. Program revitalisasi pasar tradisional ini pastinya akan mempengaruhi realisasi pendapatan dari retribusi pasar. Pendapatan retribusi pasar tersebut meliputi retribusi pelayanan pasar, retribusi sampah, parkir khusus di pasar dan pelayanan umum MCK di pasar. Target Pemerintah Daerah Kabupaten Semarang terhadap pendapatan dari retribusi pasar yang ditetapkan pada tahun 2018 sebesar Rp 11.344.734.000.⁶ Kendala untuk mencapai target pendapatan retribusi tersebut yaitu ketika dilakukan revitalisasi tidak ditarik retribusi kepada para pedagang, sehingga akan mempengaruhi jumlah pendapatan dari retribusi pasar.

⁶ “Revitalisasi Pasar Pengaruhi Target Pendapatan” (Wawasan, 17 Januari 2018), Hlm. 4 diakses pada 10 Oktober 2018 pukul 00.38

Program revitalisasi untuk Pasar Bandarjo sendiri telah ditetapkan sejak tahun 2017 sebelum pemerintah Kabupaten Semarang selanjutnya menetapkan revitalisasi 10 pasar tradisional pada tahun 2018. Revitalisasi Pasar Tradisional Bandarjo dibangun dengan biaya Rp 16,4 miliar yang ditetapkan dari anggaran APBD Kabupaten Semarang Tahun 2017.⁷ Revitalisasi pasar ini dimaksudkan untuk meningkatkan mutu pelayanan di pasar tradisional sehingga nantinya akan tercipta suasana pasar tradisional yang bersih dan nyaman serta upaya untuk penataan Pedagang Kaki Lima (PKL). Selain itu, juga sebagai antisipasi untuk menjaga kunjungan warga ke pasar tradisional ditengah maraknya toko modern.

Dalam pelaksanaan Revitalisasi Pasar Tradisional Bandarjo ini, melibatkan berbagai *stakeholder* seperti Dinas Pekerjaan Umum (DPU), Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian dan Perdagangan (Diskumperindag), serta Paguyuban Pedagang Pasar. Peran dari *stakeholder* tersebut membentuk adanya *Linking Social Capital* (Kemitraan). *Linking Social Capital* (Kemitraan) merupakan ikatan hubungan vertikal yang terbentuk antara individu, kelompok, atau institusi yang memiliki perbedaan *power* (kemitraan berbasis kepentingan tanpa mempertimbangkan perbedaan *background*).⁸ Dengan adanya kemitraan tersebut, diharapkan dapat mengatur kembali

⁷ JatengPos.co.id."Pedagang Pertanyakan Plaza Bandarjo Ungaran Tak Kunjung Disosialisasikan". <http://jatengpos.co.id/pedagang-pertanyakan-plaza-bandarjo-ungaran-tak-kunjung-disosialisasikan/>_Diakses pada 26 Juli 2018 pukul 19.13

⁸ Kementerian Pekerjaan Umum (Badan Penelitian Dan Pengembangan Puslitbang Sosial, Ekonomi dan Lingkungan). 2011. "Kajian Modernisasi Pengelolaan Pasar Tradisional Berbasis Modal Sosial", hlm. 39

manajemen pengelolaan pasar yang sebelumnya belum tertata secara maksimal.

Dalam penelitian ini, akan menganalisis kemitraan antara Pemerintah Kabupaten Semarang melalui Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian dan Perdagangan (Diskumperindag) dengan Paguyuban Pedagang Pasar Tradisional Bandarjo terkait dengan manajemen pengelolaan pasar. Peneliti mengambil topik mengenai Revitalisasi Pasar Tradisional karena menarik untuk diteliti dimana saat ini keberadaannya terancam oleh toko ritel modern. Selain itu, Pasar Tradisional Bandarjo sendiri terletak diantara dua toko modern yang cukup besar yaitu Luwes dan Ramai sehingga dalam penelitian ini juga akan melihat apakah dengan adanya Revitalisasi Pasar Tradisional Bandarjo dapat menarik perhatian masyarakat untuk lebih memilih berbelanja di Pasar Tradisional Bandarjo. Tentunya dalam hal ini, juga ada keterkaitannya dengan manajemen pengelolaan pasar yang melibatkan beberapa *stakeholder* tadi. Dalam penelitian terdahulu mengenai Revitalisasi Pasar Tradisional, para peneliti melihat pada aspek implementasi kebijakan, kekuatan modal sosial, perspektif *good governance*. Dalam penelitian ini, lebih melihat kepada analisis evaluasi kebijakan mengenai proses dari program Revitalisasi Pasar Tradisional Bandarjo ini apakah sudah dijalankan sesuai prosedur yang telah ditetapkan. Selain itu, juga sekaligus akan melihat pelaksanaan kemitraan antara Pemerintah Kabupaten Semarang dengan Paguyuban Pasar Tradisional Bandarjo dalam hal manajemen pengelolaan pasar.

1.2. Rumusan Masalah

Berawal dari latar belakang diatas mengenai Revitalisasi Pasar Tradisional Bandarjo sebagai upaya untuk mempertahankan eksistensinya di tengah maraknya toko modern, maka penulis merumuskan masalah yang akan dikaji secara mendalam, yaitu:

- 1.2.1 Bagaimana Revitalisasi Pasar Tradisional Bandarjo dijalankan?
- 1.2.2 Bagaimana proses pelaksanaan kemitraan sebagai sarana Revitalisasi Pasar Tradisional Bandarjo dijalankan?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penelitian ini bertujuan untuk:

- 1.3.1. Untuk menjelaskan proses implementasi Revitalisasi Pasar Tradisional Bandarjo
- 1.3.2. Untuk menganalisis kemitraan dalam pelaksanaan Revitalisasi Pasar Tradisional Bandarjo

1.4. Kegunaan Penelitian

Penelitian mengenai evaluasi revitalisasi Pasar Tradisional Bandarjo yang berbasis kemitraan, memiliki manfaat baik secara akademis maupun manfaat secara praktis yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1.4.1. Kegunaan Akademis

Secara akademis penelitian ini diharapkan mampu memperkaya khasanah ilmu pengetahuan ilmu politik dan pemerintahan khususnya tentang Revitalisasi Pasar Tradisional yang sejak tahun 2007 telah

menjadi agenda pemerintah pusat maupun daerah dalam upaya meningkatkan daya saing ekonomi. Kemudian pada era kepemimpinan presiden Joko Widodo, kebijakan Revitalisasi ini semakin diperkuat kembali untuk mendukung eksistensi pasar tradisional ditengah maraknya pasar modern. Penelitian ini juga dapat dijadikan referensi untuk peneliti yang sedang meneliti mengenai kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional agar dapat menyempurnakannya lagi.

1.4.2. Kegunaan Praktis

Bagi penulis, manfaat praktis yang diharapkan adalah memperoleh wawasan yang lebih luas mengenai Revitalisasi Pasar Tradisional yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Semarang karena penulis dapat secara langsung menggali informasi dan data di lapangan secara empirik.

Bagi pihak-pihak yang berkepentingan, penulis berharap melalui hasil penelitian ini dapat memberikan pengetahuan mengenai kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional yang terus menjadi perhatian dalam upaya meningkatkan mutu pelayanan dan menghadapi persaingan ekonomi. Sehingga, hasil penelitian ini dapat memberikan pandangan kepada semua kalangan masyarakat, bahwa penting untuk mempertahankan eksistensi pasar tradisional di tengah perkembangan jaman yang serba modern.

1.5. Kerangka Pemikiran Teoritis

1.5.1. Penelitian Terdahulu

Tabel 1.3.
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Pengarang dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Fokus Teori	Hasil Penelitian
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1.	Humam Mujahidin Ar Rosyidi, 2016	ANALISIS IMPLEMENTASI REVITALISASI PASAR TRADISIONAL IR. SOEKARNO KABUPATEN SUKOHARJO DALAM RANGKA MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN	Teori Implementasi Kebijakan, Teori Pelayanan Publik	Pelaksanaan revitalisasi pasar tradisional Ir. Soekarno telah berpengaruh terhadap peningkatan pelayanan Pemerintah Daerah Kabupaten Sukoharjo terhadap pelayanan pasar tradisional.
2.	Ella Alfianita, Andy Fefta Wijaya, Siswidiyanto	REVITALISASI PASAR TRADISIONAL DALAM PERSPEKTIF <i>GOOD GOVERNANCE</i> (Studi di Pasar Tumpang Kabupaten Malang)	Teori <i>Good Governance</i> , Teori Administrasi Publik, Teori Administrasi Pembangunan	Pelaksanaan revitalisasi pasar tradisional di Pasar Tumpang sudah berjalan dengan baik. Sesuai dengan perspektif <i>good governance</i> , pernyataan tersebut didasarkan atas upaya kerjasama/sinergi yang baik dari ketiga aktor

No.	Nama Pengarang dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Fokus Teori	Hasil Penelitian
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
3.	I Made Guna Juliarta, Ida Bagus Darsana, 2015	Analisis Efektivitas Revitalisasi Pasar Tradisional dan Dampaknya Terhadap Pengelolaan Pasar, Jumlah Pengunjung dan Pendapatan Pedagang	Teori Efektivitas, Teori Perilaku Konsumen	Tingkat efektivitas pelaksanaan program revitalisasi pasar tradisional di Pasar Nyanggelan Desa Pakraman Panjer tergolong berjalan sangat efektif berdasarkan perhitungan kumulatif efektivitas yaitu sebesar 89,89 %. Hal tersebut juga memberikan Dampak positif Terhadap Pengelolaan Pasar, Jumlah Pengunjung dan Pendapatan Pedagang.
4.	Arnelly Rosiana	PARTISIPASI PEDAGANG DALAM REVITALISASI PASAR TRADISIONAL Studi Kasus: Pasar Karangayu Kota Semarang	Teori Partisipasi Masyarakat, Teori Partisipasi Para Aktor	Partisipasi pedagang terbukti aktif dan mempengaruhi jalannya revitalisasi karena lebih sering berkomunikasi dengan Dinap Pasar atau pihak penyelenggara revitalisasi Pasar Karangayu.

Sumber: Diolah dari berbagai Jurnal

1.5.2. Revitalisasi

Menurut Danisworo (2000) revitalisasi merupakan upaya untuk membangun kembali atau memvitalkan kembali suatu kota yang mengalami kelunturan karena perkembangan jaman.⁹ Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), revitalisasi merupakan proses, cara dan perbuatan memvitalkan (menjadi vital). Sedangkan vital sendiri mempunyai arti penting atau perlu sekali (untuk kehidupan dan sebagainya).¹⁰ Fokus utamanya pada struktur manajemen yang harus dikelola dengan baik oleh aktor yang berkompeten, serta polanya mengikuti perubahan-perubahan, sehingga benar jika konsep revitalisasi mengacu pada program pembangunan.

1.5.3. Pasar

Definisi pasar menurut Sukirno (2003) adalah suatu institusi yang pada umumnya tidak terwujud dalam fisik yang mempertemukan penjual dan pembeli suatu barang. Secara umum pasar dibedakan atas pasar tradisional dan pasar modern.¹¹ Menurut Sudarman (1992) pasar memiliki lima fungsi utama, diantaranya adalah pasar menetapkan nilai (*sets value*), mengorganisasi produksi, mendistribusikan barang, penyelenggara penjatahan, serta dapat mempertahankan dan mempersiapkan keperluan

⁹ Mohammad Danisworo & Widjaja Martokusumo. 2000. "Revitalisasi Kawasan Kota Sebuah Catatan dalam Pengembangan dan Pemanfaatan Kawasan Kota".

¹⁰ <https://kbbi.web.id/revitalisasi.html> diakses pada 23 November 2018 pukul 07.59

¹¹ Sukirno S. 2003. Pengantar Teori Mikro Ekonomi. Jakarta, Raja Grafindo Persada, hlm. 25

masa yang akan datang.¹² Selanjutnya menurut Sukirno (2003) terdapat struktur atau bentuk-bentuk pasar yang dapat dibedakan atas pasar persaingan sempurna (*perfect competition*), pasar monopoli, pasar persaingan monopolistik, pasar oligopoli dan pasar duopoli.¹³ Menurut Kotler (2005), pasar adalah tempat paling potensial untuk tawar-menawar tertentu yang dipengaruhi oleh semua pembeli.¹⁴ Kottler (2002) melihat arti pasar dalam beberapa sisi, antara lain: 1) Dalam pengertian aslinya, pasar adalah tempat bertemu bagi mereka yang ingin menjual dan membeli guna mempertukarkan barang dan jasa, 2) Bagi seorang ekonom, mereka lebih memusatkan perhatian pada perilaku, kinerja serta struktur dari suatu pasar dan semua pihak yang terlibat dalam transaksi tersebut, 3) Bagi seorang pemasar pasar adalah cakupan dari seluruh pihak yang akan menjual ataupun membeli suatu produk.¹⁵

1.5.4. Pasar Tradisional

Menurut Peraturan Presiden RI No. 112 Tahun 2007, pasar tradisional adalah pasar yang didirikan dan pengelolaannya diserahkan kepada swasta, BUMN, pemerintah daerah, BUMD, termasuk kemitraan dengan pihak swasta dalam bentuk tenda, kios, los, dan took yang kepemilikan dan/atau pengelolaannya dibawah oleh pedagang kecil,

¹² Sudarman, A. 1992. Teori Ekonomi Mikro, Edisi Ketiga. Yogyakarta, BPFE, hlm. 16

¹³ Sukirno S. Op.cit., hlm. 227-326

¹⁴ Philip Kotle,. Alih Bahasa: Benyamin Molan. 2005. *Manajemen Pemasaran, Edisi Kesebelas Jilid 1*. Jakarta, PT. Intan Sejati Klaten

¹⁵ Philip Kottler and Gary Amstrong. 2002. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit PT Erlangga

menengah, swadaya masyarakat atau koperasi.¹⁶ Syarat-syarat terbentuknya pasar tradisional menurut Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 tahun 2007, yaitu: (1) Kemudahan akses, (2) Fleksibilitas, (3) Ekologis, (4) Kompatibilitas. Syarat seperti ini sudah seharusnya diikuti apabila pemerintah daerah ingin mendirikan atau membangun pasar tradisional untuk memudahkan pembeli dan penjual mencapai pasar. Pasar tradisional memosisikan dirinya sebagai salah satu potensi sumber pendapatan asli daerah (PAD), sesuai dengan Peraturan Pemerintah No. 66 Tahun 2001, bahwa pasar tradisional merupakan obyek retribusi daerah yang termasuk dalam kelompok jasa umum sehingga masuk sebagai kategori sumber PAD.¹⁷

1.5.5. Kemitraan, Model-Model Kemitraan, dan Pola Kemitraan

Teori kemitraan yang dikembangkan oleh Cheeseman (dalam Ibrahim 2006) menyatakan bahwa Kemitraan atau yang dikenal dengan istilah persekutuan adalah secara sukarela dari dua atau lebih orang untuk bersama-sama dalam kegiatan usaha dan menjadi mitra untuk memperoleh keuntungan. Bentuk-bentuk kemitraan menimbulkan adanya hak dan kewajiban diantara keduanya. Hak dan kewajiban para pihak dinyatakan dalam perjanjian kemitraan ataupun ditentukan oleh undang-undang.¹⁸ Menurut Ambar Teguh Sulistiyani (2004), Kemitraan dilihat dari perspektif etimologis diadaptasi dari kata *partnertship* dan berasal dari

¹⁶ Peraturan Presiden RI Nomor 112 Tahun 2007 *tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern* Pasal 1 ayat (2)

¹⁷ Peraturan Pemerintah Nomor 66 Tahun 2001 *tentang Retribusi Daerah* Pasal 2 ayat (2)

¹⁸ Johannes Ibrahim.(2006). *Hukum Organisasi Perusahaan*. Bandung: PT Refika Aditama, hlm. 26

akar kata *partner*. *Partner* dapat diterjemahkan “pasangan, jodoh, sekutu atau kompanyon”. Sedangkan *partnership* diterjemahkan menjadi persekutuan atau perkongsian. Bertolak dari sini, maka kemitraan dapat dimaknai sebagai suatu bentuk persekutuan antara dua pihak atau lebih yang membentuk suatu ikatan kerjasama atas dasar kesepakatan dan saling membutuhkan dalam rangka meningkatkan kapasitas dan kapabilitas di suatu bidang usaha tertentu, atau tujuan tertentu sehingga dapat memperoleh hasil yang lebih baik. Tujuan terjadinya suatu kemitraan adalah untuk mencapai hasil yang lebih baik dengan saling memberikan manfaat antar pihak yang bermitra.¹⁹

Untuk terjadinya sebuah kemitraan yang kuat dan saling menguntungkan serta memperbesar manfaat memerlukan komitmen yang seimbang antara satu dengan lainnya. Kemitraan dapat dilakukan oleh pihak-pihak baik perseorangan maupun badan hukum, atau kelompok-kelompok. Adapun pihak-pihak yang bermitra tersebut dapat memiliki status yang setara atau subordinate, memiliki kesamaan visi atau misi berbeda tetapi saling mengisi/ melengkapi secara fungsional.

Model-Model Kemitraan

Menurut Ambar Teguh Sulistiyani (2004: 130-131), kemitraan dibedakan menjadi :²⁰

¹⁹ Ambar Teguh Sulistiyani. 2004. *Kemitraan dan Model-Model Pemberdayaan*. Yogyakarta: Gava Media, hlm. 129

²⁰ *Ibid*, hlm. 130-131

1. Kemitraan Semu (*Pseudo Partnership*), merupakan sebuah persekutuan yang terjadi antara dua pihak atau lebih, namun tidak sesungguhnya melakukan kerja sama secara seimbang satu dengan lainnya. Bahkan pada suatu pihak belum tentu memahami secara benar akan makna sebuah persekutuan yang dilakukan, dan untuk tujuan apa itu semua dilakukan dan disepakati. Ada suatu yang unik dalam kemitraan semacam ini, bahwa kedua belah pihak atau lebih sama-sama merasa penting untuk melakukan kerjasama, akan tetapi pihak-pihak yang bermitra belum tentu memahami substansi yang diperjuangkan dan manfaatnya apa.
2. Kemitraan Mutualistik (*Mutualism Partnership*), merupakan persekutuan dua pihak atau lebih yang sama-sama menyadari aspek pentingnya melakukan kemitraan, yaitu untuk saling memberikan manfaat dan mendapatkan manfaat lebih, sehingga akan dapat mencapai tujuan secara lebih optimal. Berangkat dari pemahaman akan nilai pentingnya melakukan kemitraan, dua agen/organisasi atau lebih yang memiliki status sama atau berbeda, melakukan kerjasama. Manfaat saling silang antara pihak-pihak yang bekerjasama dapat diperoleh, sehingga memudahkan masing-masing dalam mewujudkan visi dan misinya, dan sekaligus saling menunjang satu dengan lain. Pemikiran kemitraan demikian ini diadopsi dari pola simbiosis mutualisme yang terjadi antara dua kerbau dan burung dalam kehidupan binatang.

3. Kemitraan melalui Peleburan dan Pengembangan (*Conjugation Partnership*), merupakan kemitraan yang dianalogkan dari kehidupan “paramecium”. Dua paramecium melakukan konjugasi untuk mendapatkan energi dan kemudian terpisah satu sama lain, dan selanjutnya dapat melakukan pembelahan diri. Bertolak dari analogi tersebut, maka organisasi, agen-agen, kelompok-kelompok atau perorangan yang memiliki kelemahan di dalam melakukan usaha atau mencapai tujuan organisasi dapat melakukan kemitraan dengan model ini. Dua pihak atau lebih dapat melakukan konjugasi dalam rangka meningkatkan kemampuan masing-masing.

Model kemitraan yang lain dikembangkan berdasarkan azas kehidupan organisasi pada umumnya. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan atas fenomena-fenomena hubungan kerjasama antar organisasi adalah mencakup :

1. *Subordinate Union of Partnership*, merupakan kemitraan atas dasar penggabungan dua pihak atau lebih yang berhubungan secara subordinatif. Kemitraan semacam ini terjadi antara dua pihak atau lebih yang memiliki status, kemampuan atau kekuatan yang tidak seimbang satu sama lain. Dengan demikian, hubungan yang tercipta tidak berada pada hubungan yang seimbang satu dengan lainnya, melainkan berada pada hubungan atas bawah, kuat-lemah. Oleh karena kondisi demikian ini mengakibatkan tidak ada *sharing* dan peran atau fungsi yang seimbang.

2. *Linear Union of Partnership*, merupakan kemitraan dengan melalui penggabungan pihak-pihak secara linear atau garis lurus. Dengan demikian pihak-pihak yang bergabung untuk melakukan kerjasama adalah organisasi atau para pihak yang memiliki persamaan secara relatif. Kesamaan tersebut dapat berupa tujuan, atau misi, besaran/volume usaha atau organisasi, status atau legalitas.
3. *Linear Collaborative of Partnership*, dalam konteks kemitraan ini tidak membedakan besaran atau volume, status/legalitas, atau kekuatan para pihak yang bermitra. Yang menjadi tekanan utama adalah visi misi yang saling mengisi satu dengan lainnya. Dalam hubungan kemitraan ini terjalin secara linear, yaitu berada pada garis lurus, tidak saling tersubordinasi.

Pola Kemitraan

Menurut Wibisono (2007: 103), kemitraan yang dilakukan antara perusahaan dengan pemerintah maupun masyarakat dapat mengarah pada tiga pola, diantaranya:²¹

1. Pola Kemitraan Kontra Produktif

Pola ini akan terjadi jika perusahaan masih berpijak pada pola konvensional yang hanya bertumpu pada bagaimana perusahaan bisa meraup keuntungan secara maksimal, sementara hubungan dengan pemerintah dan komunitas masyarakat hanya sekedar pemanis belaka.

Perusahaan berjalan dengan targetnya sendiri, pemerintah juga tidak ambil

²¹Yusuf Wibisono. 2007. *Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*. Jakarta: PT Gramedia, hlm. 103

peduli, sedangkan masyarakat tidak memiliki akses apapun kepada perusahaan. Hubungan ini hanya menguntungkan beberapa oknum saja, misalnya oknum aparat pemerintah atau golongan masyarakat tertentu. Biasanya biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan hanya digunakan untuk memelihara orang-orang tertentu saja. Hal ini dipahami, bahwa bagi perusahaan yang penting adalah keamanan dalam jangka pendek.

2. Pola Kemitraan Semiproduktif

Dalam skenario ini, pemerintah dan masyarakat dianggap sebagai objek dan masalah di luar perusahaan. Perusahaan tidak tahu program-program pemerintah, pemerintah juga tidak memberikan iklim yang kondusif kepada dunia usaha dan masyarakat bersifat pasif. Pola kemitraan ini masih mengacu pada kepentingan jangka pendek dan belum atau tidak menimbulkan *sense of belonging* di pihak masyarakat dan *low benefit* di pihak pemerintah. Kerjasama lebih mengedepankan aspek karitatif atau *public relation*, dimana pemerintah dan masyarakat masih lebih dianggap sebagai objek. Dengan kata lain, kemitraan masih belum strategis dan masih mengedepankan kepentingan sendiri (*self interest*) perusahaan, bukan kepentingan bersama (*common interest*) antara perusahaan dengan mitranya.

3. Pola Kemitraan Produktif

Pola kemitraan ini menempatkan mitra sebagai subjek dan dalam paradigma *common interest*. Prinsip simbiosis mutualisme sangat kental pada pola ini. Perusahaan mempunyai kepedulian sosial dan lingkungan

yang tinggi, pemerintah memberikan iklim yang kondusif bagi dunia usaha dan masyarakat memberikan dukungan positif kepada perusahaan. Bahkan bisa jadi mitra dilibatkan pada pola hubungan *resourced based partnership*, dimana mitra diberi kesempatan menjadi bagian dari *shareholders*. Sebagai contoh, mitra memperoleh keuntungan dari objek yang dikelola bersama.

1.5.6. Modal Sosial dan Bentuk Modal Sosial

Modal Sosial

Coleman (dalam Ahmad Erani Yustika, 2012) mendefinisikan modal sosial berdasarkan fungsinya. Menurutnya, modal sosial bukanlah entitas tunggal (*single entity*), tetapi entitas majemuk yang mengandung dua elemen: (1) modal sosial mencakup beberapa aspek dari struktur sosial; dan (2) modal sosial memfasilitasi tindakan tertentu dari pelaku (aktor) baik individu maupun perusahaan di dalam struktur tersebut (*within the structure*).²² Bourdieu (dalam Ahmad Erani Yustika, 2012), sebagai peletak pondasi konsep modal sosial, mendefinisikan modal sosial sebagai agregat sumber daya aktual ataupun potensial yang diikat untuk mewujudkan jaringan yang awet (*durable*) sehingga menginstitutionalisasi hubungan persahabatan (*acquaintance*) yang saling menguntungkan. Selain definisi oleh para pendiri teori modal sosial, terdapat pula banyak pemikir lainnya yang mencoba mendefinisikan

²² Ahmad Erani Yustika. 2012. *Ekonomi Kelembagaan Paradigma, Teori, dan Kebijakan*. Jakarta: Penerbit Erlangga, hlm. 139

modal sosial menurut versinya masing-masing.²³ Baker (dalam Ahmad Erani Yustika, 2012) misalnya, mendefinisikan modal sosial sebagai sumber daya yang diraih oleh pelakunya melalui struktur sosial yang spesifik dan kemudian digunakan untuk memburu kepentingannya; modal sosial tersebut diciptakan lewat perubahan-perubahan dalam hubungan antar pelakunya.²⁴ Sedangkan Putnam (dalam Ahmad Erani Yustika, 2012) mendefinisikan modal sosial sebagai gambaran organisasi sosial, seperti jaringan, norma, dan kepercayaan sosial yang memfasilitasi koordinasi dan kerjasama yang saling menguntungkan.²⁵

Bentuk Modal Sosial

Menurut Catts (2011), disebutkan adanya bentuk dari modal sosial yaitu (1) *Bonding*, memiliki karakteristik adanya kedekatan yang tinggi antar anggota komunitas, sehingga tercipta suatu kepercayaan dan hubungan timbal balik yang bersifat personal, (2) *Bridging*, memiliki karakteristik terciptanya kepercayaan tidak hanya pada anggota kelompok saja melainkan melibatkan anggota kelompok lain yang berbeda, dan (3) *Linking*, yang melibatkan organisasi dengan kekuatan atau otoritas serta hubungan kepercayaan pada tata kelola pemerintahan.²⁶

²³ *Ibid*

²⁴ *Ibid*

²⁵ *Ibid*, hlm. 140

²⁶Ralph Catts, et.al. 2011. *Vocational Learning: Innovative Theory and Practice*.London: Springer, hlm. 45

Menurut Badan Penelitian dan Pengembangan Kementerian Pekerjaan Umum (2011), disebutkan adanya bentuk dari modal sosial yang diantaranya :²⁷

- a. *Bonding Social Capital* (perpaduan) merupakan ikatan kuat yang bersifat horisontal diantara individu, kelompok, atau institusi yang memiliki karakteristik sama (karakter demografi, latar belakang, identitas diri, maupun norma dan tata nilai)
- b. *Bridging Social Capital* (kolaborasi) merupakan ikatan yang terjadi antar individu, kelompok, atau institusi dengan perbedaan karakteristik (kolaborasi berbasis kepentingan bersama yang menuju pada transformasi norma dan tata sosial)
- c. *Linking Social Capital* (kemitraan) merupakan ikatan hubungan vertikal yang terbentuk antara individu, kelompok, atau institusi yang memiliki perbedaan *power* (kemitraan berbasis kepentingan tanpa mempertimbangkan perbedaan *background*)

1.5.7. Pemberdayaan

Pemberdayaan menurut Eyben (dalam Emilie Combaz dan Claire Mcloughlin, 2014) adalah proses melalui mana individu atau kelompok terorganisir meningkatkan kekuatan dan otonomi mereka untuk mencapai hasil tertentu yang mereka butuhkan dan keinginan.²⁸ Pemberdayaan berfokus pada mendukung orang-orang yang kurang beruntung untuk

²⁷ Kementerian Pekerjaan Umum (Badan Penelitian Dan Pengembangan Puslitbang Sosial, Ekonomi dan Lingkungan). Loc.cit.

²⁸Emilie Combaz dan Claire Mcloughlin. 2014. "Voice, Empowerment and Accountability". International Development Department, College of Social Sciences University of Birmingham, UK, hlm. 4

mendapatkan kekuasaan dan pengaruh yang lebih besar atas mereka yang mengontrol akses ke sumber daya utama (DFID, 2011 dalam Emilie Combaz dan Claire Mcloughlin, 2014).²⁹ Pemberdayaan berhubungan dengan konsep partisipasi masyarakat (*Citizen Partisipation*) dan keterlibatan masyarakat (*Citizen Engagement*). Bagi banyak teoritis demokratis, seperti Mansbridge (1997) dan Pateman (1970) (dalam John Gaventa and Gregory Barrett, 2010: 27), salah satu fungsi penting dari partisipasi warga (*Citizen Partisipation*) adalah bahwa ia berevolusi menjadi pencipta dan memperkuat masyarakat, memecahkan perasaan percekap politik dan pengetahuan politik mereka. Asumsinya adalah warga yang lebih terinformasi akan memperoleh manfaat yang lebih jelas tentang kepentingan dan responnya terhadap tuntutan keadilan dan kekalahan umum.³⁰ Keterlibatan warga (*Citizen Engagement*) tidak terjadi karena orang benar-benar berpengetahuan luas dan sadar, tetapi lebih meliatkan langkah-langkah menuju partisipasi yang berfungsi untuk menciptakan kesadaran yang lebih dalam (John Gaventa and Gregory Barrett, 2010).³¹ Kesadaran ini mungkin merupakan hak dan tanggung jawab seseorang, atau masalah teknis yang penting untuk keterlibatan yang lebih efektif atau alternatif terhadap *status quo* atau memang kombinasi dari ketiganya.

²⁹ *Ibid*

³⁰ John Gaventa and Gregory Barrett. 2010. "So What Difference Does it Make? Mapping the Outcomes of Citizen Engagement". *WORKING PAPER Volume 2010 Number 347*. Institute of Development Studies at the University of Sussex Brighton BN1 9RE, UK, hlm. 27

³¹ *Ibid*, hlm. 28

1.5.8. Paguyuban

Paguyuban menurut Soerjono Soekanto (2013) merupakan bentuk kehidupan bersama dimana anggota-anggotanya diikat oleh hubungan batin yang murni dan bersifat alamiah serta bersifat kekal. Dasar hubungan tersebut adalah rasa cinta dan rasa kesatuan batin yang memang telah dikrodatkan.³² Tonnies (dalam Soerjono Soekanto, 2013), mengatakan bahwa suatu paguyuban (*gemeinschaft*) mempunyai beberapa ciri pokok, yaitu sebagai berikut :³³

1. *Intimate*, yaitu hubungan menyeluruh yang mesra.
2. *Private*, yaitu hubungan yang bersifat pribadi, khusus untuk beberapa orang saja.
3. *Exclusive*, yaitu hubungan tersebut hanyalah untuk “kita” saja dan tidak untuk orang-orang lain di luar “kita”.

Di dalam *gemeinschaft* atau paguyuban terdapat suatu kemauan bersama (*common will*), ada suatu pengertian (*understanding*) serta juga kaidah-kaidah yang timbul dengan sendirinya dari kelompok tersebut. Menurut Ferdinand Tonnies (dalam Soerjono Soekanto, 2013) menyebutkan terdapat 3 (tiga) tipe paguyuban, yaitu sebagai berikut.³⁴

1. Paguyuban karena ikatan darah (*gemeinschaft by blood*), yaitu *gemeinschaft* atau paguyuban yang merupakan ikatan yang

³²Soerjono Soekanto. 2013. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, hlm. 116

³³ *Ibid*, hlm. 118

³⁴ *Ibid*

didasarkan pada ikatan darah atau keturunan, contoh: keluarga, kelompok kekerabatan.

2. Paguyuban karena tempat (*gemeinschaft of place*), yaitu suatu paguyuban yang terdiri dari orang-orang yang berdekatan tempat tinggal sehingga dapat saling tolong-menolong, contoh: rukun tetangga, rukun warga, arisan.
3. Paguyuban karena jiwa-pikiran (*gemeinschaft of mind*), yaitu suatu *gemeinschaft* yang terdiri dari orang-orang yang walaupun tak mempunyai hubungan darah ataupun tempat tinggalnya tidak berdekatan, tetapi mereka mempunyai jiwa dan pikiran yang sama, ideologi yang sama. Paguyuban semacam ini biasanya ikatannya tidaklah sekuat paguyuban karena darah atau keturunan.

1.5.9. Manajemen dan Manajemen Pelayanan

Manajemen

Menurut Stoner (dalam T. Hani Handoko, 2013), manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya-sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.³⁵ Menurut Manullang dan Sragian (dalam Zaenal dan Muhibudin, 2015), manajemen merupakan seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan, dan pengawasan sumber daya manusia (SDM) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan terlebih

³⁵ T. Hani Handoko. 2013. *Manajemen Edisi 2*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, hlm. 8

dahulu. Sementara Gibson, Donelly dan Ivancevich, mendefinisikan manajemen sebagai proses yang dilakukan oleh satu atau lebih individu untuk mengoordinasikan berbagai aktivitas lain untuk mencapai hasil yang tidak bisa dicapai apabila satu individu bertindak sendiri.³⁶ Menurut George Terry (dalam Ladzy Safrony, 2012), maksudnya manajemen adalah suatu proses khusus yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber lainnya. Menurut John D. Miller, manajemen adalah proses kepemimpinan dan pemberian arah terhadap pekerjaan yang terorganisasi dalam kelompok formal untuk mencapai tujuan yang dikehendaki.³⁷ Selanjutnya menurut Harold Koonta dan Cyril O Donnel (dalam Ladzy Safrony, 2012), manajemen adalah penyelesaian pengawas melalui orang lain.³⁸

Manajemen Pelayanan

Menurut Moenir (2010), manajemen pelayanan adalah manajemen proses, yaitu sisi manajemen yang mengatur dan mengendalikan proses layanan, agar mekanisme kegiatan pelayanan dapat berjalan tertib, lancar, tepat mengenai sasaran memuaskan bagi pihak yang harus dilayani.³⁹ Gronroos (dalam Zaenal dan Muhibudin, 2015), menjelaskan bahwa

³⁶Zaenal Mukarom dan Muhibudin Wijaya. 2015. *Manajemen Pelayanan Publik*. Bandung: CV Pustaka Setia, hlm. 80

³⁷Ladzi Safroni. 2012. *Manajemen dan Reformasi Pelayanan Publik Dalam Konteks Birokrasi Indonesia (Teori, Kebijakan, dan Implementasi)*. Yogyakarta: Aditya Media Publishing, hlm. 43

³⁸*Ibid*, hlm. 44

³⁹Moenir. 2010. *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara, hlm. 186

pelayanan adalah aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan. Dari pengertian pelayanan tersebut, Zaenal dan Muhibudin (2015: 80), mendefinisikan manajemen pelayanan sebagai proses penerapan ilmu dan seni untuk menyusun rencana, mengimplementasikan rencana, mengoordinasikan dan menyelesaikan aktivitas-aktivitas pelayanan demi tercapainya tujuan pelayanan.⁴⁰ Terdapat arti pentingnya Manajemen Pelayanan, diantaranya :

- a. Dengan berlakunya UU No. 22/ 1999 tentang Pemda dan UU No. 25/ 1995 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemda dan Pemerintah Pusat, semakin banyak aktivitas pelayanan yang harus ditangani oleh daerah sehingga aparat di daerah dituntut untuk dapat memahami dan mempraktikkan ilmu manajemen pelayanan.
- b. Meskipun kedua UU tersebut direvisi dengan UU No. 32/ 2004 dan UU No. 33/2004, tetap akan mengakibatkan interaksi aparat daerah dan masyarakat menjadi lebih intens. Ditambah dengan semakin kuat tuntutan demokratisasi dan oengakuan akan HAM melahirkan kuatnya tuntutan terhadap manajemen pelayanan yang berkualitas.
- c. Globalisasi dan berlakunya era perdagangan bebas mengakibatkan batas-batas antar negara menjadi kabur dan kompetisi menjadi sangat

⁴⁰ Zaenal Mukarom dan Muhibudin Wijaya. Loc.cit.

ketat. Hal ini menuntut kemampuan manajemen pelayanan yang sangat tinggi untuk dapat tetap eksis dan mampu bersaing.

1.5.10. Pendapatan Asli Daerah (PAD)

Menurut Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999, Pendapatan Asli Daerah (PAD), yaitu penerimaan yang diperoleh daerah dari sumber-sumber dalam wilayahnya sendiri yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, meliputi:⁴¹

- a) hasil pajak daerah;
- b) hasil retribusi daerah;
- c) hasil perusahaan milik daerah dan hasil pengelolaan kekayaan daerah lainnya yang dipisahkan, antara lain bagian laba, dividen, dan penjualan saham milik daerah; serta
- d) lain-lain pendapatan asli daerah yang sah, antara lain hasil penjualan aset tetap daerah dan jasa giro.

1.5.11. Retribusi Daerah

Menurut Marihot P. Siahaan (2010), retribusi adalah pembayaran wajib dari penduduk kepada negara karena adanya jasa tertentu yang diberikan oleh negara bagi penduduknya secara perorangan. Jasa tersebut dapat dikatakan bersifat langsung, yaitu hanya yang membayar retribusi yang menikmati balas jasa dari negara. Beberapa ciri yang melekat pada

⁴¹ Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 *tentang Pemerintahan Daerah* Pasal 79

retribusi daerah yang saat ini dipungut di Indonesia adalah sebagai berikut (Marihhot P. Siahaan, 2010).⁴²

- a. Retribusi merupakan pungutan yang dipungut berdasarkan undang-undang dan peraturan daerah yang berkenaan.
- b. Hasil penerimaan retribusi masuk ke kas pemerintah daerah.
- c. Pihak yang membayar retribusi mendapatkan kontra prestasi (balas jasa) secara langsung dari pemerintah daerah atas pembayaran yang dilakukannya.
- d. Retribusi terutang apabila ada jasa yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah yang dinikmati oleh orang atau badan.
- e. Sanksi yang dikenakan pada retribusi adalah sanksi secara ekonomis, yaitu jika tidak membayar retribusi, tidak akan memperoleh jasa yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah.

1.5.12. Evaluasi Kebijakan, Fungsi Evaluasi Kebijakan, Pendekatan

Evaluasi Kebijakan, dan Evaluasi Proses

Evaluasi Kebijakan

Menurut Byant & White (dalam Muhammad Ridha Suaib, 2016), mendefinisikan evaluasi sebagai upaya untuk mendokumentasi apa yang terjadi dan juga mengapa hal itu terjadi. Idealnya suatu proyek dirancang untuk menentukan hubungan sebab-akibat itu, dan dengan demikian pemikiran ke depan mengenai evaluasi merupakan upaya mengetahui

⁴² *Ibid*, hlm. 6

apakah kaitan itu sungguh-sungguh ada.⁴³ Menurut Lester & Stewart (dalam Leo Agustino, 2016: 163), evaluasi kebijakan berusaha untuk menilai konsekuensi kebijakan yang ditunjukkan oleh dampak-dampaknya dan menilai berhasil atau tidaknya suatu kebijakan berdasar pada kriteria dan standar yang dibuat.⁴⁴ Menurut Dye (dalam Leo Agustino, 2016), evaluasi kebijakan publik merupakan pembelajaran tentang konsekuensi dari kebijakan publik. Dalam konteks ini adalah penilaian secara menyeluruh melalui pemeriksaan yang objektif, sistematis, dan empiris tentang efek dari kebijakan dan program publik terhadap targetnya dari tujuan yang diinginkannya. Dengan demikian, evaluasi berkenaan dengan tujuan kebijakan meskipun tidak selalu diketahui tujuan-tujuan kebijakan tertentu atau beberapa program yang saling bertentangan tujuannya.⁴⁵

Fungsi Evaluasi Kebijakan

Dunn dan Ripley (dalam Muhammad Ridha Suaib, 2016), menyatakan bahwa fungsi dari evaluasi kebijakan terdiri dari :⁴⁶

- a. *Ekzplanasi*. Melalui evaluasi kebijakan maka dapat dipotret realitas pelaksanaan program dan dapat dibuat suatu generalisasi tentang pola-pola hubungan antar berbagai dimensi realitas;

⁴³ Muhammad Ridha Suaib. 2016. *Pengantar Kebijakan Publik*. Yogyakarta: Calpulis, hlm. 108

⁴⁴ Leo Agustino. 2016. *Dasar-Dasar Kebijakan Publik (Edisi Revisi)*. Bandung: Penerbit Alfabeta, hlm. 163

⁴⁵ *Ibid*, hlm. 169

⁴⁶ Muhammad Ridha Suaib. *Op.cit.*, hlm. 110

- b. *Kepatuhan*. Melalui evaluasi kebijakan maka dapat diketahui apakah tindakan yang dilakukan oleh para pelaku baik birokrasi maupun pelakulain sesuai dengan standar maupun prosedur yang telah ditetapkan;
- c. *Auditing*. Melalui evaluasi kebijakan maka dapat diketahui apakah output benar-benar telah sampai pada kelompok sasaran maupun penerima lain;
- d. *Akunting*. Melalui evaluasi kebijakan maka dapat diketahui apakah sosial ekonomi dari kebijakan tersebut meningkat atau tidak.

Disisi lain, Dunn (dalam Muhammad Ridha Suaib, 2016), mengatakan bahwa fungsi dari evaluasi kebijakan publik pada dasarnya ada 3 (tiga) hal pokok, yaitu :⁴⁷

1. Memberi informasi yang valid tentang kinerja kebijakan. Pada fungsi ini, evaluasi kebijakan publik akan lebih banyak meneliti pada aspek instrumental dari kebijakan publik yang ada.
2. Menilai kepatantasan tujuan atau target dengan masalah yang dihadapi. Pada fungsi ini, evaluasi kebijakan publik lebih memfokuskan pada substansi dari kebijakan publik yang ada.
3. Memberi sumbangan pada kebijakan lain terutama dari segi metodologinya. Pada fungsi ini, evaluasi kebijakan publik akan lebih diupayakan untuk menghasilkan rekomendasi dari penilaian yang dilakukannya atas kebijakan yang dievaluasi.

⁴⁷ *Ibid*

Pendekatan Evaluasi Kebijakan

Ada tiga jenis pendekatan terhadap evaluasi sebagaimana yang dijelaskan oleh Dunn (dalam Subarsono, 2013), yakni :⁴⁸

1. Evaluasi Semu (*Pseudo Evaluation*) adalah pendekatan evaluasi yang menggunakan metode deskriptif untuk menghasilkan informasi yang terpercaya dan valid mengenai hasil-hasil kebijakan, tanpa menanyakan manfaat atau nilai dari hasil kebijakan tersebut pada individu, kelompok, atau masyarakat. Asumsi yang digunakan adalah bahwa ukuran tentang manfaat atau nilai merupakan sesuatu yang terbukti dengan sendirinya (*self evident*) atau tidak kontroversial.
2. Evaluasi Formal (*Formal Evaluation*) adalah pendekatan evaluasi yang menggunakan metode deskriptif untuk menghasilkan informasi yang terpercaya dan valid mengenai hasil-hasil kebijakan berdasarkan sasaran program kebijakan yang telah ditetapkan secara formal oleh pembuat kebijakan. Asumsi yang digunakan adalah bahwa sasaran dan target yang ditetapkan secara formal adalah merupakan ukuran yang tepat untuk melihat manfaat atau nilai dari program dan kebijakan.
3. Evaluasi Proses Keputusan Teoretis (*Decision Theoretic Evaluation*) adalah pendekatan evaluasi yang menggunakan metode deskriptif untuk menghasilkan informasi yang dapat dipercaya dan valid mengenai hasil-hasil kebijakan yang secara eksplisit diinginkan oleh berbagai *stakeholder*.

Dalam hal ini, evaluasi keputusan teoritik berusaha untuk menentukan

⁴⁸ Subarsono. 2013. *Analisis Kebijakan Publik Konsep, Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, hlm. 124

sasaran dan tujuan yang tersembunyi dan dinyatakan oleh para *stakeholder*.

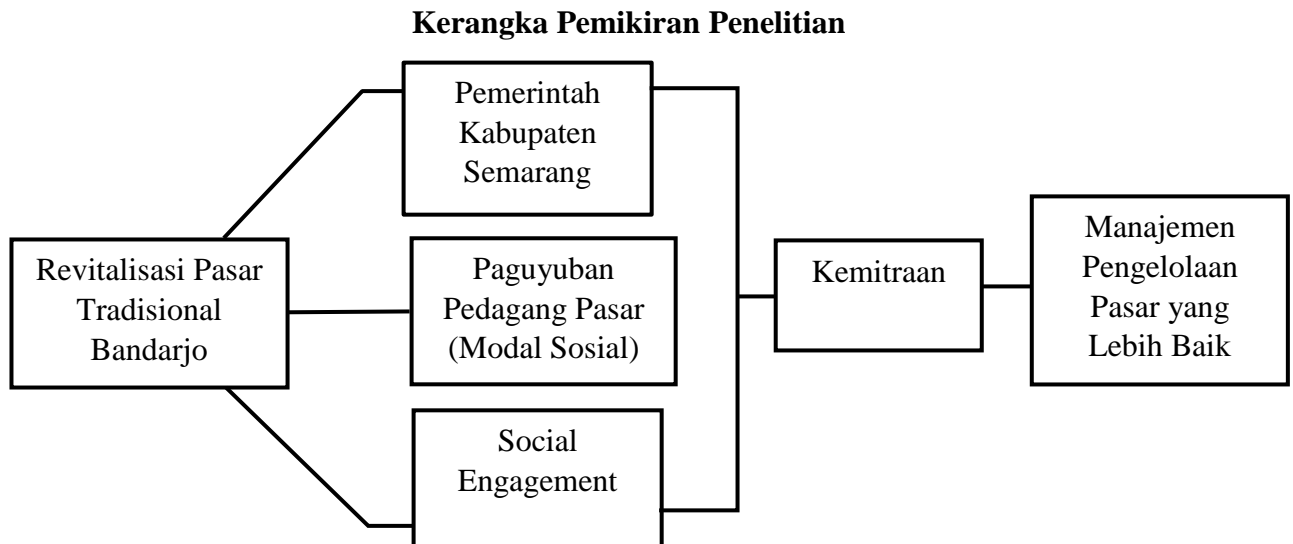
Evaluasi Proses

Menurut Ripley (1985), terdapat dua perspektif atau dua fokus dalam penelitian evaluasi. Pertama, Perspektif *Compliance* merupakan perspektif dengan tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimana tingkat kepatuhan, bagaimana prosedur yang berlangsung dan sebagainya. Perspektif *Compliance* berkaitan dengan kepatuhan kaitannya dengan kegiatan membina atau bekerja berdasarkan pada preferensi sumber daya birokrasi atau implementer. Dengan demikian, fokus perspektif ini berkaitan dengan Sumber Daya Manusia (SDM). Kedua, Perspektif *What's Happening* dengan tujuan penelitian untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mendorong keberhasilan suatu program. Fokus dari perspektif *What's Happening* dapat berkaitan dengan birokrasi dan modal sosial dalam masyarakat.⁴⁹

⁴⁹ Randall B. Ripley. 1985. *Policy Analysis in Political Science*. Chicago: North Canal Street

1.5.13. Kerangka Berpikir

Gambar 1.1



1.6. Operasionalisasi Konsep

Penelitian yang mengambil topik mengenai Revitalisasi Pasar Tradisional ini akan melihat pada sudut pandang Evaluasi Kebijakan. Evaluasi Kebijakan merupakan kegiatan atau proses untuk menilai pelaksanaan dari sebuah kebijakan atau program apakah sudah sesuai dengan tupoksi dan tujuan yang diharapkan. Dalam hal ini, Revitalisasi Pasar Tradisional Bandarjo dianalisis melalui evaluasi proses yaitu melihat apakah program dijalankan sesuai dengan aktifitas yang dikehendaki. Evaluasi proses dalam penelitian ini akan dilihat melalui perspektif *What's Happening* dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang mendorong keberhasilan suatu program. Perspektif *What's Happening* ini berfokus pada modal sosial dalam paguyuban pedagang pasar tradisional Bandarjo. Paguyuban merupakan sekumpulan orang-orang yang terikat satu sama

lain karena adanya hubungan batin yang kuat dengan tujuan tertentu. Paguyuban pedagang Pasar Tradisional Bandarjo ini dapat terbentuk karena mereka terikat pada tempat yang sama yaitu Pasar sebagai sarana untuk melaksanakan aktivitas perekonomian mereka. Dengan adanya paguyuban ini menciptakan modal sosial yang kuat diantara pedagang pasar dimana mereka dilibatkan Pemerintah Kabupaten Semarang dalam manajemen pengelolaan pasar. Modal Sosial merupakan ikatan yang kuat diantara individu, kelompok, maupun institusi yang membentuk suatu jaringan sosial yang dapat menjadi sumber daya yang kuat. Evaluasi kebijakan dari Revitalisasi Pasar Tradisional Bandarjo akan dianalisis melalui kemitraan yang terjadi antara Pemerintah Kabupaten Semarang melalui Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian dan Perdagangan dengan Paguyuban Pedagang Pasar Tradisional Bandarjo (Persada). Hal tersebut melahirkan konsep dari bentuk modal sosial yaitu *Linking Social Capital* (kemitraan) untuk menganalisis hubungan vertikal yang terbentuk antara Paguyuban Pedagang Pasar Tradisional Bandarjo dengan Pemerintah Kabupaten Semarang dalam pelaksanaan manajemen pengelolaan pasar.

1.7. Metode Penelitian

Dalam bukunya, John Creswell (2016) menyebutkan bahwa metode penelitian melibatkan berbagai macam teknik pengumpulan, analisis, serta interpretasi data yang dikemukakan peneliti dalam kerja penelitiannya.⁵⁰

Metode penelitian dikelompokkan menjadi tiga, yaitu metode penelitian

⁵⁰ John W. Creswell, 2016, *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran Edisi IV*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, hlm. 332

kualitatif, kuantitatif, dan *mix-methods*. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian berupa :

1.7.1. Desain Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif untuk mempermudah proses penelitian peneliti dalam mengumpulkan data yang ada di lapangan. Menurut Lexy J. Moleong (2017), penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan,dll., secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.⁵¹ Penelitian ini akan mengkaji secara mendalam mengenai Revitalisasi Pasar Tradisional Bandarjo yang dalam pengelolaannya melibatkan paguyuban pasar sebagai bentuk kemitraan dengan Pemerintah Kabupaten Semarang agar dapat ditemukan fakta sebenarnya di lapangan.

1.7.2. Situs Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Semarang. Lokasi tersebut dipilih peneliti karena dapat memberikan data secara mendalam mengenai program Revitalisasi Pasar Tradisional Bandarjo. Selain itu, Kabupaten Semarang juga merupakan salah satu pemerintah daerah yang

⁵¹ Lexy Moleong. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, hlm. 6

melaksanakan program Revitalisasi Pasar Tradisional yang menjadi objek penelitian.

1.7.3. Subjek Penelitian

Subjek penelitian menurut Amirin (dalam Muhammad Idrus, 2009) merupakan seseorang atau sesuatu yang mengenainya ingin diperoleh keterangan. Sedangkan Suharsimi Arikunto (dalam Muhammad Idrus, 2009) memberi batasan subjek penelitian sebagai benda, hal atau orang tempat data untuk variabel penelitian melekat, dan yang dipermasalahkan.⁵² Subjek dalam penelitian ini dibagi kedalam dua jenis yaitu Informan Kunci (*Key Informant*) dan Informan Triangulasi (*Triangulation Informant*). Informan Kunci atau subjek utama dalam penelitian ini terdiri dari :

a. Kepala Dinas Pekerjaan Umum Kabupaten Semarang

Informasi yang diteliti mengenai bagaimana proses perencanaan Revitalisasi Pasar Bandarjo dapat dilaksanakan. Dinas Pekerjaan Umum dalam ini bertindak sebagai perencana fisik bangunan Pasar Tradisional sekaligus sebagai pihak yang mengadakan pelelangan barang dan jasa.

b. Kepala Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian, dan Perdagangan Kabupaten Semarang

Informasi yang akan diteliti terkait dengan manajemen pengelolaan Pasar Tradisional Bandarjo maupun data-data yang

⁵² Muhammad Idrus. 2009. *Metode Ilmu Sosial*. Yogyakarta: PT Gelora Aksara Pratama, hlm. 91

mendukung seperti perolehan pendapatan retribusi pasar. Dalam hal ini juga akan dimintai informasi mengenai proses pengawasan dalam pelaksanaan Revitalisasi Pasar Bandarjo dan keterlibatan paguyuban pasar dalam manajemen pengelolaan pasar.

c. Kepala Biro Pasar pada Diskumperindag Kabupaten Semarang

Informasi mengenai bagaimana pelaksanaan manajemen pengelolaan pasar dijalankan hingga perawatan aset Pasar Tradisional Bandarjo pasca di Revitalisasi. Selanjutnya apakah dengan adanya Revitalisasi Pasar Tradisional Bandarjo dapat meningkatkan pendapatan retribusi pasar yang akan berpengaruh Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Semarang dan dapatkah bersaing dengan Toko Modern maupun swalayan yang jumlahnya semakin meningkat.

d. Pengurus Paguyuban Pedagang Pasar Tradisional Bandarjo (PERSADA)

Informasi yang akan diteliti terkait dengan keterlibatan paguyuban pedagang Pasar Tradisional Bandarjo dalam manajemen pengelolaan pasar seperti dalam hal keamanan, ketertiban dan kebersihan.

e. Lurah Pasar Tradisional Bandarjo

Informasi yang akan diminta terkait dengan peran Lurah Pasar dalam mengatur pedagang pasar, PKL, petugas parkir,

petugas keamanan serta petugas kebersihan sebagai pihak-piha yang dilibatkan dalam manajemen pengelolaan pasar.

Sedangkan untuk Informan Triangulasi dari penelitian ini terdiri dari:

a. Pedagang Pasar Tradisional Bandarjo

Informasi terkait dengan peran pedagang pasar dalam manajemen pengelolaan Pasar Tradisional Bandarjo dengan Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian, dan Perdagangan.

b. Masyarakat Kabupaten Semarang

Masyarakat akan dimintai informasi mengenai pandangan mereka terhadap adanya Revitalisasi Pasar Tradisional Bandarjo dan apa perbedaan yang mereka rasakan ketika berbelanja di Pasar Tradisional Bandarjo pada saat sebelum dan sesudah ada revitalisasi.

1.7.4. Jenis Data

Jenis Data yang digunakan yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data Kualitatif, yaitu data yang disajikan dalam bentuk kata verbal bukan dalam bentuk angka (Noeng Muhadjir, 1966).⁵³ Penelitian kualitatif ini juga menggunakan data berupa teks, kata-kata tertulis yang merepresentasikan orang-orang, tindakan-tindakan dan peristiwa-peristiwa dalam kehidupan sosial.

⁵³ Noeng Muhadjir. 1966. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta : Rakesarasin

1.7.5. Sumber Data

Menurut Lofland dan Lofland (Lexy J. Moleong, 2017), sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.⁵⁴ Terdapat sumber data yang mendukung penelitian ini dapat dibagi menjadi:

1. Data Primer

Data Primer ialah data yang berasal dari sumber asli atau pertama. Data ini tidak tersedia dalam bentuk terkompilasi ataupun dalam bentuk file-file. Data ini harus dicari melalui narasumber atau dalam istilah teknisnya responden, yaitu orang yang dijadikan objek penelitian atau orang yang dijadikan sebagai sarana mendapatkan informasi ataupun data. Dalam penelitian ini, untuk mendapatkan data primer dilakukan dengan cara wawancara. Wawancara secara mendalam ini dimaksudkan untuk mendapatkan informasi secara langsung dari objek penelitian.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Data sekunder merupakan semua data yang diperoleh melalui sumber sekunder seperti studi kepustakaan yaitu pengumpulan data dari buku referensi, jurnal, dan studi literatur lainnya. Data sekunder dari penelitian ini berasal dari

⁵⁴ Lexy Moleong. Op.cit., hlm. 157

buku-buku literatur, laporan, dokumen-dokumen yang berkaitan dengan Revitalisasi Pasar Tradisional Bandarjo.

1.7.6. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2004), bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan *interview* (wawancara), *kuesioner* (angket), *observasi* (pengamatan), dan gabungan ketiganya.⁵⁵ Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1.7.6.1. Wawancara

Menurut Lexy J. Moleong (2017), wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Maksud mengadakan wawancara, seperti yang ditegaskan oleh Lincoln dan Guba (dalam Lexy J. Moleong, 2017), antara lain: mengonstruksi mengenai orang, kejadian, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian, dan lain-lain kebulatan; merekonstruksi kebulatan-kebulatan demikian sebagai yang dialami masa lalu; memproyeksikan kebulatan-kebulatan sebagai yang diarpakan untuk dialami pada masa yang akan datang; memverifikasi, mengubah, dan memperluas informasi yang diperoleh dari orang lain, baik manusia maupun bukan manusia (triangulasi); dan memverifikasi, mengubah dan memperluas kontruksi

⁵⁵ Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta, hlm. 129

yang dikembangkan oleh peneliti sebagai pengecekan anggota.⁵⁶ Menurut John C. Creswell (2016), dalam wawancara kualitatif, peneliti dapat melakukan *face to face interview* (wawancara berhadap-hadapan) dengan partisipan, mewawancarai mereka dengan telepon, atau terlibat dalam *focus group interview* (wawancara dalam kelompok tertentu) yang terdiri dari enam sampai delapan partisipan per kelompok.⁵⁷ Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan untuk mendapatkan data primer dari objek penelitian agar dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.

1.7.6.2. Dokumentasi

Menurut John W. Creswell (2016), dokumen kualitatif adalah dokumen publik (semisal surat kabar, arsip pertemuan, laporan resmi), atau dokumen pribadi (misalnya: jurnal dan diari pribadi, surat, serta email).⁵⁸ Dokumen yang dibutuhkan dalam penelitian ini berupa arsip data yang dimiliki oleh Pemerintah Kabupaten Semarang maupun Dinas yang terkait dalam pelaksanaan Revitalisasi Pasar Tradisional Bandarjo. Dokumen ini dapat berupa tulisan maupun foto yang menggambarkan proses implementasi program Revitalisasi Pasar Tradisioanl Bandarjo Kabupaten Semarang.

1.7.7. Analisis Data dan Interpretasi Data

Menurut Lexy J. Moleong (2017), proses analisis data kualitatif dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber,

⁵⁶ Lexy Moleong. Op.cit., hlm. 186

⁵⁷ John W. Creswell, Op.cit., hlm. 254

⁵⁸ *Ibid*, hlm. 329

yaitu wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar foto dan sebagainya. Setelah ditelaah, langkah selanjutnya adalah reduksi data, penyusunan satuan, kategorisasi dan yang terakhir adalah penafsiran data. Sedangkan interpretasi dalam penelitian kualitatif menurut Lexy J. Moleong (2017) berarti bahwa peneliti dapat menarik makna dari hasil analisis data.⁵⁹ Makna ini bisa berupa pelajaran atau informasi untuk melakukan perbandingan dengan penelitian lain dan pengalaman pribadi. Untuk lebih jelasnya, dalam penelitian ini terdapat proses analisis data kualitatif yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1.7.7.1. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Reduksi data bisa dilakukan dengan jalan melakukan abstraksi. Abstraksi merupakan usaha membuat rangkuman yang inti, proses dan pernyataan-pernyataan yang perlu dijaga sehingga tetap berada dalam data penelitian. Dengan kata lain proses reduksi data ini dilakukan oleh peneliti secara terus menerus saat melakukan penelitian untuk menghasilkan catatan-catatan inti dari data yang diperoleh dari hasil penggalian data.

Dengan demikian, tujuan dari reduksi data ini adalah untuk menyederhanakan data yang diperoleh selama penggalian data dilapangan.

⁵⁹ Lexy Moleong. Op.cit., hlm. 247 dan 326

Data yang diperoleh dalam penggalian data sudah barang tentu merupakan data yang sangat rumit dan juga sering dijumpai data yang tidak ada kaitannya dengan tema penelitian tetapi data tersebut bercampur baur dengan data yang ada kaitannya dengan penelitian. Maka dengan kondisi data seperti, maka peneliti perlu menyederhanakan data dan membuang data yang tidak ada kaitannya dengan tema penelitian. Sehingga tujuan penelitian tidak hanya untuk menyederhanakan data tetapi juga memastikan data yang diolah itu merupakan data yang tercakup dalam scope penelitian.

1.7.7.2. Penyajian Data

Penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Langkah ini dilakukan dengan menyajikan sekumpulan informasi yang tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Hal ini dilakukan dengan alasan data-data yang diperoleh selama proses penelitian kualitatif biasanya berbentuk naratif, sehingga memerlukan penyederhanaan tanpa mengurangi isinya.

Penyajian data dilakukan untuk dapat melihat gambaran keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari gambaran keseluruhan. Pada tahap ini peneliti berupaya mengklasifikasikan dan penyajian data sesuai dengan pokok permasalahan yang diawali dengan pengkodean pada setiap subpokok permasalahan.

1.7.7.3. Kesimpulan atau Verifikasi

Kesimpulan atau verifikasi adalah tahap akhir dalam proses analisa data. Pada bagian ini peneliti mengutarakan kesimpulan dari data-data yang telah diperoleh. Kegiatan ini dimaksudkan untuk mencari makna data yang dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan, atau perbedaan. Penarikan kesimpulan bisa dilakukan dengan jalan membandingkan kesesuaian pernyataan dari subyek penelitian dengan makna yang terkandung dengan konsep-konsep dasar dalam penelitian tersebut.

1.7.8. Kualitas Data

Pengujian kualitas data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi. Sugiyono (2015) menyebutkan bahwa dalam teknik penumpulan data dengan triangulasi merupakan pengumpulan data dan sumber data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada.⁶⁰ Uji kualitas data menggabungkan triangulasi bertujuan agar data yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan kredibilitasnya. Dalam penelitian kualitatif ini, diharapkan data yang diperoleh dapat mendukung hasil penelitian secara akurat dan mendalam.

⁶⁰ Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian pendidikan pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta