

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pelayanan publik memiliki manfaat dan tujuan bagi masyarakat yaitu untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Salah satu contoh pelayanan publik adalah pasar tradisional yang memiliki peran menjadi pusat transaksi dan distribusi barang atau jasa guna menunjang perekonomian masyarakat yang pelaksanaannya masih tradisional karena penjual dan pembeli dapat bertransaksi sepenuhnya secara langsung. Setiap daerah di Indonesia memiliki pasar tradisional, salah satunya Kota Semarang.

Kota Semarang mempunyai pelabuhan laut dan pelabuhan udara internasional, Kota Semarang menjadi jalur penyaluran barang dan jasa antara wilayah Jawa Tengah pada khususnya dan Pulau Jawa pada umumnya, serta antara Pulau Jawa dan luar Pulau Jawa. Kota Semarang dapat disebut sebagai kota perdagangan yang berarti kota yang mendasarkan bentuk aktivitas pengembangan ekonomi yang menitikberatkan pada aspek perniagaan sesuai dengan karakteristik masyarakat dan kota. Penyelenggaraan fungsi jasa yang menjadi tulang punggung pembangunan dalam rangka mewujudkan kesejahteraan masyarakat dengan tidak meninggalkan potensi lainnya. Kota Semarang memiliki 54 jumlah pasar tradisional yang terbagi menjadi beberapa UPTD Pasar.

Tabel 1. 1 Daftar Pasar Tradisional Kota Semarang Tahun 2021

Jenis Pasar	Nama Pasar	Jumlah	Persen
Pasar Kota	Johar Tengah, Johar Selatan, Johar Utara, , Shopping Centra Johar, Yaik Permai, Yaik Baru, Bunakan, Karimata, Rejomulyo, Dargo, Bulu, Karangayu, Peterongan, Penggaron	14	26%
Pasar Wilayah	Pungkiran, Langgar, Randusari, Sampangan, Sampangan Baru, Manyaran, Ngalian, Jerakah, Mangkang, Wonodri, Jatingaleh, Pedurungan, Gayamsari, Mrican	14	26%
Pasar Lingkungan	Bangetayu, Waru Indah, Tanah Mas, Purwogonda, Boon Lama, Surtikanti, Simongan, Purwoyoso, Mijen, Gunungpati, Sisingamanga Raja, Kagok, Jangli, Rasamala, Damar, Srondol, Meteseh Banjardowo, Gedawang, Kedungmundu, Banyumanik, Genuk, , Suryo Kusumo, Satrio Wibowo, Udan Riris, Tlogosari	26	48%
Jumlah		54	100%

Sumber: <https://scymark.semarangkota.go.id/> telah diolah oleh penulis (2022)

Tabel 1.1. menggambarkan jumlah pasar tradisional di Kota Semarang adalah 54 pasar tradisional yang di kelola oleh enam Unit Pelaksana Teknis Dinas atau biasa disingkat UPTD dan terdapat beberapa pasar yang dikelola oleh Dinas Perdagangan secara langsung, UPTD tersebut meliputi UPTD Pasar Johar, UPTD Pasar Karimata, UPTD Pasar Bulu, UPTD Pasar Karangayu, UPTD Pasar Peterongan, dan UPTD Pasar Pedurungan. Ruang lingkup pelayanan pasar dapat dibagi menjadi empat jenis: pasar regional, pasar perkotaan, pasar wilayah, dan pasar lingkungan. Pasar regional adalah pasar yang melayani jangkauan regional/lintas batas, seperti pasar Tanah

Abang. Pasar Kota hanya melayani kota Jakarta. Pasar wilayah adalah pasar yang wilayah pelayanannya mencakup beberapa wilayah pemukiman dalam satu kecamatan. Pasar lingkungan adalah pasar yang wilayah pelayanannya hanya mencakup kawasan pemukiman di sekitar pasar. (Sasanto & Yusuf, 2010).

Pentingnya pasar tradisional bagi pertumbuhan kota untuk penyokong perkonomian, adanya pasar tradisional dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) melalui pemungutan retribusi. Berdasarkan Pasal (1) angka 64 Undang-Undang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Retribusi adalah pungutan daerah sebagai pembayaran atas jasa atau izin tertentu yang khusus disediakan atau diberikan oleh Pemerintah Daerah untuk kepentingan orang pribadi atau badan (Undang Undang Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah). Retribusi adalah pajak yang dipungut oleh pemerintah atas dasar adanya kontraprestasi yang diberikan pemerintah daerah, atau pembayaran tersebut didasarkan atas prestasi atau pelayanan yang diberikan pemerintah daerah dan langsung memberikan manfaat secara perseorangan oleh warga masyarakat dan pelaksanaannya didasarkan atas peraturan yang berlaku. Retribusi merupakan salah satu sumber pendapatan asli daerah untuk membiayai penyelenggaraan pemerintah daerah dalam rangka peningkatan pelayanan dan kemandirian daerah. Beberapa jenis retribusi menurut Undang-Undang No 28 tahun 2009 yaitu jasa umum, jasa khusus dan perizinan tertentu. Retribusi pasar termasuk dalam salah satu jenis retribusi umum. Objek retribusi pasar adalah penyediaan fasilitas pasar yang dikelola oleh pemerintah daerah dan disediakan untuk pedagang berupa pelataran, los dan kios.

Kemajuan teknologi memaksa pemerintah bersaing untuk mendapatkan inovasi yang bertujuan meningkatkan pelayanan publik. Menurut Rogers (dalam Suwarno, 2008) inovasi jasa adalah suatu ide, praktik, atau objek yang dianggap baru oleh seorang individu dalam unit adopsi lain. Inovasi dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan dampaknya terhadap masyarakat, terutama untuk mengatasi upaya-upaya sebelumnya yang belum memberikan hasil yang memuaskan.(Muluk, 2008). Pemerintah mengubah retribusi yang semula manual (pembayaran tunai) menjadi e-retribusi.

E-Retribusi pertama kali dilakukan uji coba di 4 pasar yaitu Pasar Pedurungan, Pasar Bangetayu, Pasar Jatingaleh dan Pasar Rasamala. Seiring perkembangan penggunaan E-Retribusi Pasar bertambah menjadi 20 pasar yaitu:

Tabel 1. 2 Daftar Pasar Tradisional Kota Semarang berbasis E-Retribusi

Tahun 2022

No	Nama Pasar	Kanal Pembayaran (Uang Elektronik/QRIS)	Nama Bank atau PJSP (Contoh: BCA, BNI, BRI, LinkAja, lainnya)
1	Pasar Bangetayu	Uang Elektronik (Kartu)	Bank Jawa Tengah
2	Pasar Jatingaleh	Uang Elektronik (Kartu)	Bank Jawa Tengah
3	Pasar Pedurungan	Uang Elektronik (Kartu), QRIS	Bank Jawa Tengah, BRI
4	Pasar Rasamala	Uang Elektronik (Kartu)	Bank Jawa Tengah
5	Pasar Karimata	Uang Elektronik (kartu)	Bank Jawa Tengah
6	Pasar Langgar	Uang Elektronik (Kartu)	Bank Jawa Tengah
7	Pasar Waru Indah	Uang Elektronik (Kartu)	Bank Jawa Tengah

8	Pasar Dargo	Uang Elektronik (Kartu)	Bank Jawa Tengah
9	Pasar RPU Penggaron	Uang Elektronik (Kartu)	Bank Jawa Tengah
10	Pasar Suryokusumo	Uang Elektronik (Kartu)	Bank Jawa Tengah
11	Pasar Gayamsari	Uang Elektronik (Kartu)	Bank Jawa Tengah
12	Pasar Genuk	Uang Elektronik (Kartu)	Bank Jawa Tengah
13	Pasar Mrican	Uang Elektronik (Kartu)	Bank Jawa Tengah
14	Pasar Kedungmundu	Uang Elektronik (Kartu)	Bank Jawa Tengah
15	Pasar Jangli	Uang Elektronik (Kartu)	Bank Jawa Tengah
16	Pasar Damar	Uang Elektronik (Kartu)	Bank Jawa Tengah
17	Pasar Sisingamangaraja	Uang Elektronik (Kartu)	Bank Jawa Tengah
18	Pasar Wonodri	Uang Elektronik (Kartu)	Bank Jawa Tengah
19	Pasar Peterongan	Uang Elektronik (Kartu)	Bank Jawa Tengah
20	Pasar Sampangan	Uang Elektronik (Kartu)	Bank Jawa Tengah

Sumber: Dinas Perdagangan Kota Semarang, 2022

Dari tahun 2018 sampai 2022 pengguna E-Retribusi semakin bertambah. Pembayaran dilakukan menggunakan uang elektronik berupa kartu, hampir semua pasar dikelola oleh Bank Jawa Tengah kecuali Pasar Pedurungan dikelola oleh dua bank yaitu Bank Jawa Tengah dan Bank Rakyat Indonesia

Salah satu pasar Tradisional di Kota Semarang yang telah menerapkan E-Retribusi Pasar adalah Pasar Bangetayu yang menjadi salah satu pasar uji coba untuk penerapan E-Retribusi di Kota Semarang tetapi, dalam pelaksanaannya E-Retribusi yang diperoleh Pasar Bangetayu tidak sesuai target yaitu presentase kenaikannya paling rendah dari pasar ujicoba lainnya. Hal ini yang menjadi alasan penulis dalam mengambil lokus penelitian. Pasar Bangetayu merupakan pasar lingkungan yang di

kelola oleh UPTD Pasar Wilayah Pedurungan, luas tanah mencapai 11.257 m2 dan luas bangunan 739 m2 jumlah pedagang sebanyak 719 yang terdiri dari pedagang kios sejumlah 80 pedagang, pedagang Los sejumlah 290 pedagang, pedagang Dasaran Terbuka sejumlah 31 pedagang dan Pancaaan sejumlah 318 pedagang, untuk itu Pasar Bangetayu merupakan pasar paling banyak pedagang diantara pasar yang di kelola oleh UPTD Pasar Wilayah Pedurungan. Pasar Bangetayu terletak di Jalan Bangetayu Raya No. 1, Kelurahan Bangetayu Kulon Kecamatan Genuk Kota Semarang.

Tabel 1. 3 Pendapatan Retribusi Pasar Setelah dan Sebelum E-Retribusi 2017-2019

No.	Nama Pasar	Sebelum E-Retribusi	Sesudah E-Retribusi	Persen Kenaikan/ Penurunan	Sesudah E-Retribusi	Persen kenaikan/ penurunan
		2017	2018		2019	
1.	Pasar Bangetayu	418.529.851	473.742.969	13%	348.885.450	-26%
2.	Pasar Jatingaleh	406.844.134	469.335.557	15%	482.443.100	3%
3.	Pasar Pedurungan	295.879.922	449.080.386	52%	422.339.685	-6%
4.	Pasar Rasamala	66.031.000	78.592.500	19%	139.727.250	78%

Sumber: Dinas Perdagangan Kota Semarang, 2022

Tabel 1.3 Pendapatan Retribusi Pasar Setelah dan Sebelum E-Retribusi 2017-2018 terjadi kenaikan pendapatan di setiap pasar dari tahun 2017 ke tahun 2018. Di Pasar Bangetayu mengalami kenaikan 13%. Pada pasar Jatingaleh mengalami

kenaikan 15%, sedangkan di Pasar Pedurungan meningkat menjadi 52% dan di Pasar Rasamala mengalami peningkatan menjadi 15%. Dari ke empat pasar ujicoba, Pasar Bangetayu memiliki perubahan pendapatan terkecil dan Pasar Pedurungan memiliki perubahan pendapatan terbesar setelah diterapkan E-Retribusi pasar pada tahun 2018. Pada tahun 2019 pendapatan E-Retribusi mengalami fruktusasi pada Pasar Bangetayu dan pedurungan mengalami penurunan dan Pasar Rasamla dan Pasar Jatingaleh mengalami Peningkatan. Pasar Bangetayu mengalami penurunan paling banyak diantara pasar lainnya yaitu -26% dan Pasar Rasamla mengalami peningkatan paling banyak yaitu 78%.

Terjadi penurunan pendapatan E-Retribusi di Pasar Bangetayu salah satunya karena perubahan bentuk pelayanan publik yang dahulu pembayaran retribusi manual menjadi otomatis melalui penggunaan E-Retribusi. Hal ini menandakan terjadinya perubahan nilai-nilai publik atau *Public value*. Menurut Mark H. Moore (dalam Karunasena et al., 2011) nilai publik tidak hanya mengacu pada efektivitas dan efisiensi pelayanan publik, namun juga pada pemikiran strategis para pengambil kebijakan publik dan pengelola publik dalam menghadapi kompleksitas.

Berdasarkan latar belakang yang telah disajikan, peneliti tertarik untuk melihat nilai-nilai publik yang diciptakan oleh E-Retribusi di Pasar Bangetayu, teori *Public value* menyatakan bahwa jika ingin memberikan layanan atau program yang memenuhi kebutuhan masyarakat dan bermanfaat bagi masyarakat maka program

tersebut harus memenuhi segitiga strategis dari Moore yang terdiri dari legitimasi dan dukungan, kemampuan operasional, dan nilai substansial (Danam Banyu Pakarti, 2018).

Analisa nilai publik yang paling penting dilakukan oleh Profesor Peter Gomez dan Timo Meinhardt. Nilai publik mengakui bahwa ada aspek penting dari nilai kepuasan publik yang dicapai dengan mengorbankan aspek penting lainnya. Pendekatan *scorecard* memberikan serangkaian langkah untuk mempertimbangkan dampak di berbagai bidang sekaligus. (Kaplan and Norton 1992).

Pasar Bangetayu merupakan salah satu pasar uji coba E-Retribusi tetapi didalam pelaksanaannya masih terdapat kendala yaitu tidak semua pedagang mampu menerima perubahan tersebut, terutama para pedagang lansia yang kurang paham akan penguasaan teknologi. Dalam penelitian ini penulis menggunakan gabungan teori Scorecard secara visual mengintegrasikan dimensi yang berbeda, mengikuti pendekatan psikologis Meynhardt: utilitarian-instrumental (kegunaan), moral-etika (kelayakan), hedonistik-estetis (pengalaman positif), dan ekonomi-keuangan dan teori segitiga strategi Mark Moorel: kemampuan operasional, nilai sosial dan budaya serta nilai Pendidikan.

Nilai kegunaan pada E-Retribusi pedagang Pasar Bangetayu Kota Semarang digunakan untuk melakukan pembayaran retribusi yang dahulu manual saat ini menjadi elektronik, dengan tujuan untuk meningkat PAD, namun pada kenyataanya

pendapatan Retribusi di Pasar Bangetayu lebih rendah dari pasar lainnya dan mengalami penurunan pendapatan.

Jika di lihat dari nilai kelayakan E-Retribusi di Pasar Bangetayu bisa dikatakan kurang layak digunakan oleh pedagang, karena terjadinya penurunan pendapatan retribusi. Nilai pengalaman pada E-Retribusi Pedagang Pasar Bangetayu adalah kurangnya disiplin pedagang dalam melakukan Topup saldo E-Retribusi, sehingga tagihan E-Retribusi menjadi semakin banyak karena saldo E-Retribusi tidak cukup atau kurang maka pedagang tidak dapat membayar pajak.

Nilai Keuntungan pada E-Retribusi Pedagang Pasar Bangetayu, pada nilai ini pedagang merasa lebih dirugikan karena para pedagang tetap harus membayar pajak jika mereka tidak berjualan, karena e-retribusi akan otomatis terpotong dengan sendirinya setiap hari sedangkan jika tidak berjualan pedagang tidak mendapat pemasukan tetapi harus tetap membayar pajak.

Nilai kemampuan operasional pada pedagang Pasar Bangetayu dalam penggunaan E-Retribusi, pada nilai ini pedagang belum dapat menggunakan e-retribusi dengan baik dan benar karena sumber daya manusia yang rata-rata usia yang sudah tidak muda lagi sehingga sulit untuk menerima perubahan.

Nilai sosial dan budaya yang terjadi pada Pedagang, pada nilai ini tidak terdapat manfaat sosial dan budaya yang terjadi pada pedagang dalam penggunaan E-

Retribusi di Pasar Bangetayu karena pedagang tidak merasa bahwa program ini memiliki manfaat yang baik bagi pedagang.

Nilai Pendidikan pada Pedagang dirasa kurang memberikan nilai pengetahuan yang baru bagi pedagang Pasar Bangetayu karena pedagang masih kesulitan dalam penggunaan E-Retribusi pasar.

Berdasarkan penjelasan diatas maka pertanyaan penelitian yang akan dijawab dalam skripsi ini adalah bagaimana *Public value* pedagang pasar tradisional bangetayu dalam penggunaan e-retribusi pasar?

1.2 Identifikasi Masalah

Dari uraian latarbelakang yang telah diuraikan identifikasi masalah yaitu:

1. Pendapatan E-Retribusi Pasar Bangetayu terendah dibanding pasar ujicoba lainnya.
2. Pendapatan E-Retribusi Pasar Bangetayu mengalami penurunan 26%. Penurunan E-Retribusi menunjukkan bahwa prinsip *public value* tidak tercapai.

1.3 Rumusan Masalah

Dari penulisan latar belakang permasalahan yang telah di jelaskan oleh penulis, maka penulis dapat merumuskan permasalahan yaitu bagaimana *public value* pedagang Pasar Bangetayu dalam penggunaan E-Retribusi pasar?

1.4 Tujuan penelitian

Tujuan dari penulisan ini yaitu untuk menganalisis *public value* pedagang pasar tradisional bangetayu dalam penggunaan e-retribusi

1.5. Manfaat Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini yaitu:

1. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan Dinas Perdagangan Kota Semarang dalam mengembangkan pasar dan penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi Dinas Perdagangan Kota Semarang.

2. Bagi Peneliti

Dalam melakukan penelitian ini peneliti dapat menambah khasanah teori tentang *public value* dalam pengetahuan mengenai *public value* Pedagang dalam Penggunaan E-Retribusi di Pasar Tradisional Bangetayu Kota Semarang

3. Bagi UNDIP

Penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber masukan dan referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

1.5 Kerangka Teori

1.5.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang dikaji difokuskan pada penelitian yang berkaitan dengan penelitian tentang *Public value*.

Dinas Tisnawati dkk dalam artikenya membahas terciptanya *Public value* dalam adanya kebijakan bantuan social tunai dampak Covid-19 pada masyarakat Kecamatan Jatiwangi Kabupaten Majalengka. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan kualitatif, dan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi lapangan dan studi literatur yang terdiri dari wawancara mendalam dan observasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai publik yang dihasilkan oleh kebijakan bantuan sosial tunai dampak COVID-19 cenderung buruk, dengan proses pengumpulan data dan proses verifikasi dan validasi yang belum ditetapkan, sehingga kecil kemungkinannya untuk memenuhi target yang telah ditentukan. Hal ini menunjukkan bahwa hal tersebut belum optimal untuk dicapai. Jumlah masyarakat yang menerima berbagai bentuk dukungan karena kondisi yang kurang optimal juga semakin meningkat..(Tisnawati et al., 2022)

Penelitian lain yang ditulis oleh Arsid dkk membahas mengenai *Public value* pada Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) TKR Kabupaten Tangerang, target pelayanan minimal penyediaan air bersih kurang optimal karena kurangnya akses terhadap air bersih dan terbatasnya kapasitas pengelolaan air bersih. Penelitian ini memakai pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara mendalam, studi dokumen, dan observasi. Temuan menunjukkan bahwa nilai publik PDAM TKR belum terinternalisasi secara optimal dan memerlukan adaptasi terhadap perubahan lingkungan organisasi. Selain itu, beragamnya karakteristik pelanggan PDAM-TKR memerlukan strategi khusus untuk memenuhi kebutuhan mereka.. (Arsid et al., 2019)

Sejalan dengan penelitian diatas, penelitian yang ditulis oleh Danam Banyu Pakarta, dalam tulisannya peneliti mendeskripsikan *Public value* program Campus Social Responsibility Kota Suarabaya dengan memakai teori *Public value* dari Mark Moore yaitu symbol utama dari *Public value* adalah segitiga strategis yang memiliki tiga aspek yaitu legitimasi dan dukungan, kemampuan oprasional dan nilai substansial. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dentgan tipe penelitian deskriptif, teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil yang didapat program campus social responsibility dapat dikatakan bernilai publik dan bermanfaat untuk masyarakat, tetapi masih terdapat hal-hal yang menjadi kendala. Seperti yaitu masih ditemukan beberapa masyarakat yang tidak bersedia mengikuti atau menerima program Campus Social Responsibility (Danam Banyu Pakarti, 2018)

Tidak sejalan dengan penelitian diatas, penelitian yang ditulis oleh Retno Sunu Astuti dkk menggunakan teori *Public value* scorecard Prof. Peter Gomez serta Timo Maynhardt, pada penilaian Scorecard berpacu pada 5 pertanyaan utama, yaitu (1) Apakah ini berguna? (2) Apakah ini layak? (3) Apakah secara politis dapat diterima? (4) Apakah ini akan memberikan pengalaman positif? (5) Apakah ini menguntungkan? Penelitian dilakukan pada masyarakat pengguna Bus Rapid Transit (BRT) Kota Semarang untuk mengetahui *Public value*. Penelitian dilakukan menggunakan metode observasi lapangan dan studi literatur dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini menghasil temuain yaitu menunjukkan bahwa alasan kurangnya pengguna dan peningkatan pada kendaraan pribadi didasarkan pada

pengalaman buruk masyarakat dalam menggunakan Trans Semarang dan belum terpenuhinya nilai publik dalam pelayanan. Semarang sebagai basis perbaikan dan penyempurnaan layanan yang ada (Astuti et al., 2021)

Berbeda dengan penelitian diatas yang ditulis oleh Frieda NR Hidayati Metode yang dipakai dalam penelitian ini yaitu literature review atas penelitian 10 tahun terakhir mengenai sikap dan pengetahuan ibu terhadap ASI eksklusif dan kebutuhan ruang menyusui. Tujuan penelitian ini menelaah berbagai penelitian terdahulu terkait kebijakan dan implementasi ASI Eksklusif serta mengkaji faktor pendukung dan penghambat ibu bekerja untuk melakukann ASI eksklusif selama enam bulan dan menciptakn *Public value* ibu bekerja terdahap ASI eksklusif dan penyediaan ruang menyusui. Kemudian penelitian ini menghasilkan temuan yang menunjukkan bahwa masih terdapat pengaruh sosial budaya terhadap nilai, sikap dan pengetahuan ibu tentang kewajiban memberikan ASI kepada bayi, kewajiban bekerja dan ketersediaan ruang menyusui di tempat kerjanya. Penelitian ini memiliki manfaat praktis mengenai efektivitas pemberian ASI eksklusif dan penyediaan ruang menyusui di Indonesia. (Hidayati et al., 2021)

Dalam penelitiannya, Muhaimin membahas nilai publik atas inovasi Puskom Kota Surabaya 122 dalam layanan pengaduan darurat.Rephrase Simbol utama dari pendekatan nilai publik adalah segitiga strategis Dalam segitiga strategis, organisasi sektor publik harus memenuhi tiga elemen: legitimasi dan dukungan , kemampuan operasional (operational ability) dan nilai dari segi isi (intrinsic value). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif.

Informan diidentifikasi melalui proses snowballing. Studi ini menunjukkan bahwa 112 layanan pusat komando selaras dengan dimensi strategis segitiga nilai publik: legitimasi dan dukungan, kemampuan operasional, dan nilai material. Berdasarkan bukti di lapangan, komando pusat layanan 112 didukung oleh legitimasi yang kuat dalam bentuk undang-undang kebencanaan, peraturan walikota, dan kepercayaan masyarakat yang positif. Aspek kemampuan operasional didukung oleh sumber daya manusia, teknis, dan finansial yang memadai. Aspek nilai penting dari layanan ini tidak hanya berguna untuk manajemen darurat, tetapi juga memiliki nilai ekonomi, sosial, budaya, politik, pendidikan, dan lingkungan. (Muhaimina, 2018)

Selain penelitian diatas, peneliti Reva Ngulya Savi'ah juga mengkaji topik yang sama: nilai publik dalam pengelolaan sampah di Kota Pekanbaru sebagai sumber timbulan aliran sampah dengan metode termal. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dan berdasarkan pendekatan penelitian kepustakaan. Pengumpulan data dengan menelusuri daftar artikel penelitian terdahulu, jurnal, skripsi, dan sumber lain yang sesuai dengan pendekatan penelitian kepustakaan. Dapatkan wawasan dari berbagai nilai: ekonomi, politik, budaya, pendidikan, dan lingkungan. (Savi'ah, 2021)

Berbeda dengan penelitian diatas, Laeli Nur Khanafih mengambil topic *Public value* tetapi obyek penelitiannya tidak hanya satu melainkan tiga proyek investasi publik di Yogyakarta, antara lain, Flyover, Jalan 0 Km, dan Perpustakaan Grahutama. Penelitian ini menggunakan analisis efektivitas biaya setiap proyek dengan menggunakan metode kualitatif melalui wawancara dan analisis data

sekunder dari tiga lokasi penelitian. Teori yang digunakan yaitu gabungan dari pendekatan dengan membangun nilai publik yang digabungkan dengan strategi dalam pengelolaan sampah sebagai pembangkit tenaga listrik tenaga sampah yang menghasilkan pembangunan ketiga proyek tersebut berpotensi memberikan hasil yang akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan meningkatkan distribusi pendapatan, yang menyiratkan bahwa proyek tersebut menghargai biaya investasi. Dengan demikian, meskipun dalam kaitannya dengan biaya proyek perpustakaan Grahatama jauh melebihi nilai ekonomi pendek yang dihasilkannya, dalam jangka panjang keberadaan perpustakaan dengan meningkatkan akses masyarakat terhadap pengetahuan akan memberikan kontribusi bagi pembangunan daerah. (Khanifah, 2019).

Berbeda dengan penelitian yang telah dilakukan Leali, penelitian ini dilakukan oleh Lin Kurniawati dan Agustina Kustulasi yang Menganalisis *Public value* yang diciptakan oleh sektor swasta pada tataran empiris dalam konteks negara berkembang menggunakan PVGT (Bryson et al., 2016), yang referensi utama dalam penelitian ini. berfokus pada manajer publik. *Public value Governance Triangle'* (PVGT) yaitu Kerangka kerja ini menekankan demokrasi aspek sehingga aktor dari latar belakang apapun dapat bertindak sebagai aktor yang menciptakan nilai publik (*Public value entrepreneur*). Temuan dari penelitian ini memperlihatkan bahwa menciptakan *Public value* di pada Gojek Program Wirausaha terdapat dinamika tersendiri yang dipengaruhi oleh kepentingan aktor – aktor, sekalipun berlatar

belakang korporasi, yang ingin menciptakan *Public value* itu sendiri.(Kurniawati & Kustulasari, 2021)

Diantara penelitian diatas penelitian yang ditulis oleh Timo Meynhardta menggunakan metode yang berbeda dari penelitian diatas yaitu menggunakan metode kuantitatif, Mendeskripsikan pengaruh praktik umum organisasi yang baik dalam persepsi karyawan (diukur sebagai nilai publik) tentang sikap kerja karyawan dan kepuasan hidup. Temuan dari tulisan ini ditemukan berhubungan positif untuk kepuasan hidup karyawan, dan bahwa hubungan ini sebagian dimediasi oleh keterlibatan kerja dan organisasi perilaku kewarganegaraan. Selanjutnya, kami menunjukkan bahwa karyawan orientasi kebaikan bersama memperkuat dampak positif dari nilai publik organisasi pada keterlibatan kerja karyawan dan perilaku kewarganegaraan organisasi. Hasil juga memberikan bukti bahwa efek tidak langsung dari organisasi publik nilai pada kepuasan hidup karyawan melalui keterlibatan kerja dan perilaku kewarganegaraan organisasi lebih kuat pada tingkat yang lebih tinggi tingkat orientasi umum karyawan yang baik.(Meynhardt et al., 2020)

Perbedaan penelitan ini dengan penelitian sebelumnya yaitu pada penelitian sebelumnya *Public value* diteliti pada masyarakat dan organisasi selain itu hanya membahas nilai *Public value*, pada penelitian ini peneliti meneliti *Public value* pada individu, yaitu pada pedaganagan Pasar Bangetayu Kota Semarang dan membahas faktor pendorong dan penghambat *Public value*.

Berikut rangkuman penelitian terdahulu dirangkum dalam tabel dibawah ini

Tabel 1. 4 Penelitian Terdahulu

NO	PENELITI/T AHUN	TUJUAN PENELITIAN	LANDASAN TEORI	METODE	HASIL PENELITIAN
1.	Dinas Tisnawati, Moh Taufik Hidayat dan Ipak Permana, 2022	Menganalisis <i>Public value</i> yang tercipta pada masyarakat Kecamatan Jatiwangi Kabupaten Majalengka berdasarkan Kebijakan Bantuan Sosial Tunai Dampak Covifd-19	Teori <i>Public value</i> Moore yang terdapat dalam <i>The Stategic Triangel.</i>	Deskriptif kualitatif	Temuan menunjukkan bahwa nilai publik yang dihasilkan dari kebijakan bansos tunai dalam merespons dampak COVID-19 kurang baik dan masih menunjukkan tren kurang optimal
2.	Arsid, Ida Widianingsih, dkk, 2019	Mengetahui bagaimana <i>Public value</i> pada PDAM TKR Kabupaten Tangerang	Teori nilai public (<i>Public value</i>) milik Mark Moore.	Pendekatan kualitatif	Hasil yang didapat dari penelirtian ini menunjukan bahwa <i>Public value</i> PDAM TKJR belum terintegrasi secara optimal, dan dibutuhkan adaptasi terhadap perubahan di lingkungan organisasi
3.	Danam Banyu Pakarti, 2018	Mengidentifikasi <i>Public value</i> program Campus Social Responsibility Kota Suarabaya	Teori <i>Public value</i> dari Mark Moore yaitu symbol utama dari nilai publik	Penelitian kualitatif	Hasil yang didapat program campus social responsibility dapat dikatakan bermanfaat dan bernilai publik bagi masyarakat
4.	Retno Sunu Astuti, Yuliana Kristanto dan Aden Nurul	Mengidentifikasi <i>Public value</i> yang terbentuk pada pengguna moda transportasi	Dimensi <i>Public value</i> scorecard Prof. Peter Gomez serta Timo	Deskriptif kualitatif	Nilai publik terhadap layanan Trans Semarang menunjukkan bahwa Trans

	Nuha, dkk, 2021	Bus Rapid Transit (BRT) Kota Semarang serta menganalisis faktor yang membentuk <i>Public value</i> penggunaan moda Transportasi Bus Rapid Transit (BRT) Kota Semarang	Maynhardt (2015) Pada penilaian Scorecard berpacu pada 5 pertanyaan utama		Semarang belum optimal dalam menyikapi dan memberikan solusi terhadap layanan Trans Semarang
5.	Frieda NR Hidayati, Hardi Warsono, Retno Sunu Astuti dkk, 2020	Menelaah berbagai penelitian terdahulu terkait kebijakan dan implementasi ASI Eksklusif serta mengkaji faktor pendukung dan penghambat ibu bekerja untuk melakukann ASI eksklusif selama enam bulan dan menciptakn <i>Public value</i> ibu bekerja terdahap ASI eksklusif dan penyediaan ruang menyusui	Tinjauan terhadap 62 pasal tersebut dikategorikan menjadi: 1) Praktik pemberian ASI eksklusif; 2) Perempuan sebagai ibu dan pekerja; 3) Faktor sosial/masyarakat	Literature review	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masih terdapat pengaruh sosial budaya terhadap nilai, sikap dan pengetahuan ibu tentang kewajiban memberikan ASI kepada bayinya, kewajiban bekerja dan ketersediaan ruang menyusui di tempat kerjanya.

			at.		
6.	Muhaimin, 2018	Mendesripsikan <i>Public value</i> dari inovasi layanan pengaduan keadaan darurat, pusat komando 112, Kota Surabaya.	<i>Public value</i> teori Mark Moore. Simbol utama dari pendekatan nilai publik adalah segitiga strategis.	Deskriptif kualitatif.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa layanan pusat komando 112 telah sesuai dengan aspek strategis segitiga nilai publik, yaitu legitimasi dan dukungan, kapabilitas operasional, dan nilai substantif.
7.	Reva Ngulya Savi'ah, 2021	Mendesripsikan pembangunan <i>Public value</i> dalam pengelolaan sampah di Kota Pekanbaru sebagai pembangkit listrik tenaga sampah dengan metode thermal.	Trilogi Strategi yang dipopulerkan oleh Moore	Kualitatif dengan pendekatan studi literatur.	Hasil penelitian: Seluruh aspek nilai publik yang diciptakan oleh pembangkit listrik tenaga sampah dengan metode pengelolaan limbah termal di Kota Pekanbaru yang dikemukakan oleh peneliti tidak dapat dipisahkan, dengan kata lain saling berkaitan dan menciptakan nilai publik. Penerapan kerangka ini setidaknya akan memungkinkan para pengambil kebijakan untuk menerapkan konsep ini guna mendukung tata kelola pemerintahan yang

					baik.
8.	Laeli Nur Khanafih, 2019	Mengetahui nilai publik dari tiga proyek investasi publik di Yogyakarta, antara lain, Flyover, Jalan 0 Km, dan Perpustakaan Grahutama.	Gabungan dari pendekatan dengan membangun nilai publik yang digabungkan dengan strategi dalam pengelolaan sampah sebagai pembangkit tenaga listrik tenaga sampah.	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembangunan ketiga proyek tersebut berpotensi memberikan hasil yang akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan meningkatkan distribusi pendapatan, yang menyiratkan bahwa proyek tersebut menghargai biaya investasi
9.	Lin Kurniawati dan Agustina Kustulasi (2020)	Menganalisis <i>Public value</i> yang diciptakan oleh sektor swasta pada tataran empiris dalam konteks negara berkembang.	Konsep nilai publik, Segitiga Strategis Moore (1995), dan PVGT (Bryson et al., 2016),	Penelitian kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penciptaan nilai publik dalam program kewirausahaan Gojek memiliki dinamika tersendiri yang dipengaruhi oleh kepentingan para pelaku, termasuk mereka yang berlatar belakang korporasi, yang ingin menciptakan nilai publik itu sendiri.
10.	Timo Meynard, Steven A. Brieger dan Carolin Herma	Mendesripsikan pengaruh praktik umum organisasi yang baik dalam	<i>Public value</i> , perilaku organisasi kewarganegaraan dan Orientasi	Penelitian kuantitatif dengan mengembangk	Hasil penelitian nilai publik organisasi berhubungan positif

	nn (2018)	persepsi karyawan (diukur sebagai nilai publik) tentang sikap kerja karyawan dan kepuasan hidup.	umum karyawan yang baik.	an hipotesis..	untuk kepuasan hidup karyawan, dan bahwa hubungan ini sebagian dimediasi oleh keterlibatan kerja dan organisasi perilaku kewarganegaraan.
--	-----------	--	--------------------------	----------------	---

Sumber: Diolah dan dianalisis dari berbagai Artikel Jurnal oleh Peneliti, Tahun 2022

1.5.2 Administrasi Publik

Menurut Chandler dan Plano dalam (Y T Keban, 2014) administrasi publik adalah proses pengorganisir dan pengkoordinasian sumber daya dan personel publik guna mengimplementasikan, mengelola (menege) dan memformulasikan semua keputusan dalam kebijakan publik. Chanler dan Plano mendeskripsikan administrasi publik juga dapat diartikan sebagai seni dan ilmu, seni yang bertujuan untuk mengatur “*public affairs*” dan melakukan tugas-tugas yang sudah ditetapkan, sedangkan ilmu memiliki tujuan untuk menyelesaikan masalah-masalah publik dengan cara perbaikan dan penyempurnaan pada bidang keuangan, sumber daya manusia dan organisasi.

Menurut McCurdy (1986) dalam (T Keban, 2014), mengatakan bahwa administrasi dapat dilihat sebagai suatu proses politik adalah sebuah cara yang digunakan memerintah suatu negara dan cara prinsipil yang digunakan melakukan

beragam fungsi negara. Defines administrasi publik menurut Nigro dan Nigro administrasi publik yaitu usaha kerjasama kelompok dalam suatu lingkungan administrasi publik, yang memiliki cakupan tiga cabang yaitu eksekutif, legislatif dan yudikatif yang memiliki peran penting dalam memformulasikan kebijakan publik, sehingga menjadi bagian dari proses politik. Selain itu Dimock, Dimock dan Fox juga mendefinisikan administrasi publik adalah produksi barang dan jasa yang dibuat untuk melayani kebutuhan masyarakat konsumen, definisi ini mengatakan bahwa administrasi publik sebagai aktivitas ekonomi yang khusus menghasilkan barang dan pelayanan publik (T Keban, 2014).

Golembiewski (dalam Keban, 2014: 31) mengungkapkan bahwa standar dari suatu disiplin ilmu mencakup fokus dan lokus, hal ini juga tertuang dalam ungkapan Henry (dalam Keban, 2014). Fokus dan lokus sendiri memiliki persoalan masing-masing yang mengandung makna didalamnya antara lain: Fokus membahas tentang metode yang paling dasar digunakan dalam menyelesaikan suatu persoalan atau what of the field. Dan lokus membahas tentang dimana tempat dari diterapkannya metode tersebut atau where of the field.

1.5.3 Manajemen Publik

Secara etimologi management (di Indonesia diterjemahkan sebagai manajemen) yang berasal dari kata “manus” (tangan) dan “agere” (melakukan), yang setelah digabungkan menjadi kata “manage” dalam bahasa Inggris yang berarti mengurus atau “managiere” dalam bahasa latin yang berarti melatih. Menurut Shafritz dan Russel (dalam Handoko, 2014: 5S), Manajemen tidak hanya mengenai

orang-orang yang bertanggung jawab dalam menjalankan suatu organisasi, namun juga mengenai proses berjalannya organisasi itu sendiri, terutama penggunaan sumber daya (seperti manusia dan mesin) untuk mencapai tujuan organisasi. Definisi ini tidak hanya mengacu pada proses pencapaian suatu tujuan, tetapi juga pada sekelompok orang yang bertanggung jawab untuk melaksanakan proses tersebut.

Menurut Stoner dan Wankel (dalam Handoko, 2014:7), manajemen dalam arti sebenarnya adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian usaha para anggota organisasi serta koordinasi semua pihak lain untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditentukan. proses memanfaatkan sumber daya organisasi. Berdasarkan definisi ini, Stoner menggunakan istilah proses karena semua manajer, terlepas dari keterampilan dan kemampuan khusus mereka, harus melakukan aktivitas tertentu yang saling terkait untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Donovan dan Jackson (dalam Handoko, 2014: 9 memandang manajemen sebagai suatu kegiatan, seperangkat keterampilan (Ss/i/ls), dan serangkaian tugas yang dilakukan pada tingkat organisasi tertentu. Mengikuti pendapat Boyatzis, kedua penulis ini mengusulkan empat klaster kompetensi yang ada dalam manajemen: klaster pengelolaan tujuan dan tindakan, klaster pengarahan bawahan, klaster manajemen sumber daya manusia, dan klaster kepemimpinan.

Luther Gulick (dalam Handoko, 2014: 11), mengartikan manajemen sebagai suatu pemahaman sistematis tentang bagaimana dan mengapa orang-orang bersama-

sama untuk mencapai tujuan, dan bertujuan untuk menjadikan sistem kerja sama ini lebih bermanfaat untuk kemanusiaan. Sementara itu Gulick mengungkapkan, manajemen telah dipelajari sejak lama dan terbagi dalam beberapa teori, sehingga memenuhi syarat sebagai bidang keilmuan. Beberapa teori ini masih bersifat subyektif dan umum. Namun agar manajemen sebagai suatu ilmu terus berkembang, teori-teori manajemen terus diuji dalam praktik.

Pada dasarnya manajemen publik adalah manajemen instansi Pemerintah. Menurut pendapat Overman (dalam Pasolong, 2011: 83), Manajemen Publik adalah suatu studi interdisipliner dari aspek-aspek umum organisasi, dan merupakan gabungan antara fungsi manajemen, seperti planning, organizing, dan controlling, SDM, keuangan, fisik, informasi dan politik. Manajemen publik merupakan ungkapan sederhana dari makna proses penyelenggaraan pemerintahan, oleh karena itu manajemen publik dapat dikatakan sebagai proses menjalankan, mengatur, dan mengatur seluruh urusan pemerintahan. Proses administratif adalah aktivitas. Manajemen itu sendiri.

Menurut Owen Hughes (dalam Sugandi, 2011:80), fungsi manajemen umum (publik) memiliki pengertian sebagai berikut :

- a. Strategi
 1. Menetapkan sasaran dan prioritas untuk organisasi (atas dasar ramalan lingkungan eksternal dan kapasitas organisasi),
 2. Menyusun rencana operasional untuk mencapai tujuan tersebut.
- b. Pengorganisasian dan Staf

1. Dalam mengorganisir, manajer perlu menetapkan struktur dan prosedur untuk mengkoordinasikan kegiatan dan mengambil tindakan.
 2. Mengarahkan personil dan sistem manajemen personil. Kapasitas organisasi diwujudkan terutama pada anggotanya, keterampilan anggotanya dan pengetahuan mereka.
 3. Kinerja pengendalian, berbagai sistem manajemen informasi termasuk anggaran operasional dan modal, rekening, laporan, penilaian kinerja, dan evaluasi produk membantu manajemen dalam pengambilan keputusan dan dalam mengukur kemajuan untuk mencapai tujuan.
- c. Mengelola Konstituen Eksternal
1. Berurusan dengan subjek “eksternal” unit organisasi untuk beberapa kewenangan umum. Sebagian besar manajer umum harus berurusan dengan manajer umum dari unit lain dalam organisasi yang lebih besar di atas, lateral di bawah untuk mencapai tujuan unit mereka.
 2. Berurusan dengan organisasi independen, agen dari cabang lain atau tingkat pemerintahan, kelompok kepentingan, dan perusahaan-perusahaan swasta yang dapat mempengaruhi kemampuan organisasi untuk mencapai tujuannya.
 3. Berurusan dengan pers dan publik atas tindakan atau untuk mencapai persetujuan dari publik.

Woodrow Wilson (dalam Pasolong, 2011: 96), menetapkan empat prinsip dasar penelitian administrasi publik yang menjadi ciri manajemen publik hingga

saat ini. Pemerintah sebagai kerangka utama organisasi, fungsi eksekutif sebagai fokus utama, dan pencarian manajemen yang tepat. Perbandingan hukum menjadi kunci pengembangan keterampilan administrasi dan lebih efektif sebagai metode pembelajaran pengembangan bidang administrasi.

1.5.4 Paradigma Manajemen Publik

1. The Old Public Administration (OPA)

Menurut Wilson (dalam Thoha, 2010:72) memberikan saran agar pemerintahan mempunyai struktur mengikuti model bisnis yaitu memiliki eksekutif otoritas, pengendalian, terpenting mempunyai struktur hierarki dan upaya untuk melaksanakan kegiatan mewujudkan tujuan dilakukan secara efektif. Konsep seperti itu kemudian dikenal sebagai "*Old Public Administration*".

Inti dari konsep Old Public Administration (dalam Thoha, 2018: 73-74)

yaitu:

- 1) Focus pemerintah adalah layanan yang diberikan oleh pemerintah.
- 2) Kebijakan publik dan administrasi terkait rencana pelaksanaan untuk capai target
- 3) Administrasi publik sedikit bertugas dalam membuat kebijakan dari pada melaksanakannya.
- 4) Pemberian pelayanan oleh pegawai pemerintah dengan bertanggung jawab kepada atasan karena telah diberikan keputusan terbesar dalam menjalankan kewajiban tugas.

- 5) Para penyelenggara layanan bertanggung jawab kepada pemimpin dengan pemilihan yang demokratis.
- 6) Semua program kegiatan di adminitrasikan secara baik menggunakan garis hierarki organisasi dan kontrol dengan para pejabat dari hierarki atas organisasi
- 7) Nilai administrasi publik yaitu efisiensi dalam pelaksanaan dan rasional
- 8) Administrasi publik dilaksanakan dengan tertutup serta efisien maka partisipasi masyarakat tidak menyeluruh.
- 9) Peran dari administrasi publik dirumuskan yaitu prinsip manajemen.

Ide konsep the public administrasi ini bisa berlangsung di semua sektor pemerintahan, mulai dari hal atau sektor kesejahteraan rakyat, kesejahteraan masyarakat, transportasi, pendidikan, pertanahan, dan lain-lainnya.

2. New Public Management

Di dalam konsep New Public Management menurut (Thoha, 2018:74) mengharuskan seluruh manajer untuk menemukan cara-cara baru dan inovatif untuk mencapai hasil yang maksimal atau memprivatisasi fungsi-fungsi pemerintahan. Keberadaan NPM merupakan perbaikan dari paradigma lama administrasi publik yang ditandai dengan munculnya konsep-konsep manajerialis. Konsep manajemen publik baru, sebuah konsep yang didasarkan pada konsep pasar administratif dan perubahan sistem organisasi yang dikembangkan oleh Osborne dan Gaebler (1992). Osborne dan Gaebler (1992) prinsip dan ciri utama dari NPM dan perlunya jenis baru administrasi pelayanan publik yang berdasarkan pada:

- 1) Perlombaan dalam memberi layanan publik.
- 2) Pemberdayaan masyarakat dengan pengawasan pemerintahan. birokrasi.
- 3) Pengukuran hasil performa kerja.
- 4) Pencapaian tujuan lebih berperan dibandingkan peraturan.
- 5) Pengelompokan sasaran menjadi konsumen dan membuat variasi untuk masyarakat dalam mengakses pelayanan.
- 6) Penekanan upaya mencegah masalah daripada mengatasi masalah.
- 7) Mengefektifkan sumber daya agar menjadi sumber pendapatan.
- 8) Lebih menekankan pada partisipasi dan desentralisasi.
- 9) Penekanan sistem pasar daripada pemerintahan.
- 10) Lebih fokus pada fasilitasi semua sektor dan pemberian layanan publik serta partisipasi untuk memecahkan masalah di masyarakat.

3. New Public Service

Berbeda dengan model klasik dan konsep NPM, konsep NPS merupakan konsep yang mengedepankan berbagai elemen. Namun pelayanan publik yang baru nampaknya memiliki model normatif yang membedakannya dengan konsep lain. Lahirnya konsep ini tidak lepas dari pendahulunya. Thoha (2008:84) menyatakan bahwa ide dasar dari NPS dibangun dari konsep-konsep :

- 1) teori *democratic citizenship*
- 2) model komunitas dan *civil society*
- 3) organisasi humanism
- 4) postmodern ilmu administrasi publik..

Pada paradigma ini pemerintah memiliki tugas dalam melaksanakan negosiasi dan kolaborasi terkait dengan kepentingan-kepentingan kelompok komunitas dan masyarakat. Hal tersebut berisikan tentang deskripsi mengenai karakter dan nilai yang ada dalam masyarakat harus ada pada pelayanan publik, karena pada dasarnya karakter dan nilai pada pelayanan publik harus berubah mengikuti perkembangan pada masyarakat yang bersifat dinamis. (Dwiyanto, 2006:145).

4. Governance

Governance adalah suatu sistem nilai, kebijakan, dan institusi yang melaluinya urusan ekonomi, sosial, dan politik dikelola melalui interaksi antara masyarakat, pemerintah, dan sektor swasta. Paradigma ini mengutamakan mekanisme dan proses yang memungkinkan anggota dan kelompok masyarakat mengartikulasikan kepentingan mereka, menyelesaikan perbedaan, dan menegakkan hak dan tanggung jawab mereka. Pemerintah berperan dalam menciptakan lingkungan politik dan hukum yang kondusif, sektor swasta berperan dalam menciptakan lapangan kerja dan pendapatan, serta masyarakat sipil diharapkan dapat menyelenggarakan interaksi sosial dan politik yang sehat (T Keben, 2014:38 Dengan demikian, inti dari paradigma terakhir ini adalah memperkuat interaksi ketiga aktor tersebut dalam mendorong pembangunan yang berpusat pada manusia. (Cheema, 2007: 34-35).

Konsep governance menurut (Stoker, 1998) mengacu pada pengembangan gaya pemerintahan di mana batas antara sektor publik dan swasta menjadi kabur (Ewalt, 2001). Kaburnya batas-batas ini menyebabkan negara-negara modern menyadari pentingnya lebih terlibat dalam mekanisme politik dan memasukkan isu-isu yang

berkaitan dengan simpati dan sentimen publik, sehingga menciptakan peluang untuk mobilisasi baik di tingkat sosial maupun politik (Stoker, 2004). Oleh karena itu, partisipasi melalui jaringan antara pemerintah dan masyarakat merupakan aspek penting bagi keberlanjutan legitimasi politik (Stoker, 2004).

Berdasarkan penjelasan paradigma yang telah disampaikan diatas, maka dapat dilihat pelayanan publik termasuk kedalam New Public Service. Dimana NPS lebih memosisikan warga Negara sebagai objek dalam pemerintahan, sehingga keterlibatan masyarakat bersama pemerintah adalah sebagai suatu proses demokratis reformasi pelayanan publik.

1.5.5 Pelayanan Publik

Pelayanan publik yang diberikan suatu negara melalui pemerintahannya bertujuan untuk menjawab dan memberikan kepuasan terhadap kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan kebijakan yang meningkatkan kualitas pelayanan publik yang diberikan pemerintah kepada masyarakat lokal.

Menurut Monir (dalam Pastolong, 2014:128) pelayanan yaitu proses tanggap langsung terhadap kebutuhan orang lain melalui kegiatannya.. Sedangkn menurut Kotler (dalam Setijaningrum, 2017:22) Pelayanan yaitu setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada hakekatnya tidak berwujud dan tidak memerlukan kepemilikan atau kepemilikan atas sesuatu dan itu tidak menghasilkan produksi. Ini mungkin bukan produk fisik.

Menurut Sinambela (dalam Pasolong, 2014:128) pelayanan publik adalah pelayanan terhadap masyarakat dalam jumlah besar yang melakukan kegiatan yang menguntungkan secara berkelompok atau satuan, memberikan kepuasan meskipun hasilnya tidak baik. Yang tidak terikat pada mereka adalah produk fisik.

Menurut Dwiyanto (dalam Setijaningrum, 2017:23-24) pelayanan publik adalah “serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh pegawai negeri untuk memenuhi kebutuhan warga negara”. Pengguna atau pelanggan yang dimaksud adalah warga masyarakat yang memerlukan pelayanan publik seperti pembuatan Kartu Penduduk (KTP) atau Izin Mendirikan Bangunan (IMB).

Menurut Kurniawan (dalam Setijaningrum, 2017:24) pelayanan publik adalah pemberian pelayanan yang mempunyai kepentingan terhadap suatu organisasi (memenuhi kebutuhan orang lain atau masyarakat), menurut aturan dasar dan prosedur yang telah ditetapkan.

Menurut Brady dan Conin dalam (Afriall, 2009) ualitas pelayanan publik menyatakan bahwa “kualitas pelayanan adalah perbandingan antara realitas pelayanan yang diterima dengan harapan atas pelayanan yang ingin diterima”. Menilai kualitas pelayanan publik yang diberikan oleh pegawai pemerintah memerlukan indikator atau faktor yang dapat digunakan untuk mengevaluasi dan menunjukkan apakah pelayanan publik itu baik atau buruk.

Pelayanan publik harus terus dilakukan kepada masyarakat, selain itu harus tetap mengikuti perkembangan jaman dan memenuhi setiap kebutuhan masyarakat. Sehingga dalam pelayanan publik harus berkembang dengan terus menciptakan ide-

ide atau gagasan-gagasan baru yang kreatif yang sering disebut inovasi agar pelayanan menjadi lebih efektif, efisien dan tepat sasaran.

1.5.6 Public value

Adanya perubahan pelayanan menyebabkan terbentuknya nilai publik pada pelayanan publik. Konsep nilai publik mengharuskan pemimpin layanan organisasi mewujudkan nilai publik melalui dinamika segitiga strategis untuk menciptakan nilai publik, manajer publik perlu memahami tiga hal utama: komponen dari trilogi strategi yang menjadi ciri pembeda pelayanan publik dengan layanan yang disediakan oleh pemberi layanan.

Nilai publik berarti adanya kesepakatan normatif tentang: (a) Hak, kepentingan dan keistimewaan warga negara. (b) kewajiban warga negara terhadap masyarakat, negara, dan satu sama lain; dan (c) prinsip-prinsip yang menjadi dasar pemerintahan dan politik (Bozeman, 2007). Meskipun studi awal tentang nilai-nilai publik biasanya berfokus pada nilai-nilai yang diidentifikasi, ditanamkan, dan diwujudkan oleh pegawai negeri (Moore, 1995), nilai-nilai publik telah diperluas hingga mencakup nilai-nilai warga negara, organisasi, dan masyarakat sebagai warga negara serta nilai-nilai yang diungkapkan dalam kebijakan publik (Jørgensen & Bozeman, 2019);

Menurut Mark H. Moore dari Karunasena, nilai publik diartikan sebagai pemikiran dan tindakan strategis para pengambil kebijakan dan pengelola publik untuk menghadapi kompleksitas dan rekomendasi untuk mengevaluasi efektivitas

dan efisiensi pelayanan publik (Karunasena et al., 2011). Sedangkan, menurut O'Brien, perhitungan nilai publik digambarkan sebagai struktur multidimensi, yang mana kita fokus tidak hanya pada hasil namun juga pada proses yang menciptakan kepercayaan dan keadilan. Ini merupakan pendekatan yang baik untuk terus mengelola dan meningkatkan layanan yang ada kepada publik (O'Flynn, J. 2005)

Moore (1995) mendefinisikan nilai publik, mendukung praktik manajemen sektor publik, dan menjelaskan empat gagasan spesifik untuk mendefinisikan dan mengukur nilai publik dalam beberapa dekade terakhir Artinya,

- 1) Manajer harus mencapai tujuan yang diberikan seefisien dan seefektif mungkin.
- 2) Standar profesional dapat menetapkan standar produksi di sektor publik.
- 3) Nilai publik dapat ditentukan melalui teknik analisis seperti evaluasi program, analisis biaya-manfaat, dll.
- 4) Nilai publik dapat diukur dari kepuasan dan pengguna jasa.

Menurut Khagram, nilai-nilai publik dipandang sebagai cita-cita yang diciptakan sebagai prinsip-prinsip yang harus diikuti ketika menghasilkan produk pelayanan publik atau mengatur perilaku warga negara agar dapat memberikan arah pada tindakan yang dapat dilakukan oleh para pengelola publik. Spano berpendapat bahwa nilai publik tercapai ketika layanan dan program yang diciptakan oleh organisasi sektor publik mampu memenuhi kebutuhan masyarakat, dan semakin besar kepuasan masyarakat maka semakin besar pula nilai publiknya.

Meynhardt memberi alat yaitu Public value Scorecard yang mudah digunakan yang memungkinkan integrasi berbagai perspektif penciptaan nilai secara bersamaan. Public value Scorecard secara visual mengintegrasikan dimensi-dimensi dalam teori Public value. Pendekatan ini memadukan psikologis Meynhardt: moral-etika, hedonistik-estetis, utilitarian-instrumental dan politik-sosial. Meynhardt memperkenalkan dimensi kelima non-teoretis, yaitu ekonomi-keuangan, untuk memperhitungkan kebutuhan manajerial (Meynhardt, 2015). Pada penilaian Scorecard berpacu pada 5 pertanyaan utama, yaitu :

1. Instrumental dan Utilitarian

Nilai instrumental dan utilitarian yaitu nilai bersama secara kolektif yang di anggap sebagai utilitas dan berarti untuk mendapatkan keuntungan secara efisien. Orang termotivasi untuk mempertahankan atau meningkatkan derajat kebebasan mereka. Selesaikan masalah, memahami dunia, dan mengorientasikan diri dalam suatu lingkungan semua dianggap kebutuhan mendasar; mereka tentang instrumental-utilitarian aspek tindakan atau keputusan, dan menyangkut hubungan sarana ke akhir. Itu pertanyaan apakah sesuatu yang efisien juga termasuk dalam kategori ini. Di depan umum tingkat nilai, pertanyaannya adalah apakah produk atau Layanan apa pun menyediakan orang atau tidak dengan beberapa nilai guna. Ini mungkin jelas untuk layanan seperti transportasi, komunikasi, dan asuransi, tetapi kurang jelas, misalnya untuk produk keuangan, pajak kebijakan, dan beberapa produk konsumen. Meskipun tidak ada kebutuhan dasar akan nilai ekonomi Cinancial, uang adalah

kontributor mengesampingkan bagian dari kebutuhan instrumentalutilitarian. Pada tingkat konseptual, bahkan berbagi nilai pemegang dan profitabilitas bukanlah lawan dari nilai publik. Namun diskon arus kas, atau sektor publik yang setara seperti pajak atau penghematan anggaran, tidak namun perse erosi nilai publik. Hanya realitas psikologis, di mana uang mengalir busur dihargai dalam beberapa hal, dapat dianggap sebagai penciptaan vulue.

2. Moral dan Etika

Nilai publik moral-etika adalah nilai kolektif yang dikumpulkan oleh kepribadian dan apa artinya manusia. Kebutuhan akan evaluasi diri positif menyangkut nilai moral-etika. Ini berfokus pada persepsi seseorang sebagai individu dan manusia. Kebutuhan dasar ini berkaitan dengan evaluasi sejauh mana tindakan atau keputusan mengarah pada lebih baik atau kesetaraan mengenai apa yang dipandang hanya atau tidak adil dalam konteks sosial tertentu. Nilai moral menunjukkan standar yang harus diterapkan pada semua orang di lingkungan sosial tertentu. Menurunkan atau meningkatkan harga diri bukanlah moral atau tidak bermoral, namun jika seseorang merasa tidak sah, maka nilai etis moral dilanggar atau tidak berlaku lagi, individu untuk devigihannya adalah perbedaan yang dirasakan antara apa yang dirasakannya sesuai atau adil dan pengalaman sebenarnya. Ketidaknyamanan psikologis seperti itu (Festinger 1957) adalah cara yang berhubungan dengan self-worth, self-concept, dan identitas seseorang. Bicara tentang dimensi moral-etis nilai publik sehubungan dengan dampak organisasi terhadap nilai moral-etika

kolektif. Yang berkontribusi pada fungsi sosial atau entim masyarakat misalnya, jika nilai martabat manusia atau rasa hormat terhadap individu sangat melanggar, individu dapat mengalami penghancuran

3. Politik dan Sosial

Nilai publik politik-sosial adalah kolektif nilai bersama yang melekat pada hubungan sosial dan apa artinya membangun positif hubungan kelompok. Kebutuhan akan hubungan positif, yang membahas motif untuk mengalami keanggotaan kelompok, identitas sosial, dan rasa memiliki. Sebaliknya ke dimensi nilai moral-etis, kebutuhan dasar ini menyangkut sifat sosial kita, yang menempatkan value dalam kelompok sebagai lawan dari individu. Orang menarik nilai dari asimetri ini antara orang dalam dan orang luar. Saya menyebut dimensi nilai dasar ini politik-sosial, karena melibatkan perbedaan kepentingan kelompok dan, dengan demikian, suatu kekuatan dimensi. Pada tingkat nilai publik, solidaritas, kerjasama, status, pengucilan, dan prasangka termasuk dalam bidang ini.

4. Hedonistic dan Estetis

Nilai publik hedonistik-estetika adalah nilai yang dimiliki bersama secara kolektif yang dianggap berasal dari permohonan yakin dan apa artinya menciptakan pengalaman positif. Kebutuhan untuk memaksimalkan kesenangan dan menghindari rasa sakit umumnya menunjuk pada suatu kelangsungan hidup organisme. Di luar motif evolusioner yang berurat berakar ini, hal itu berkaitan untuk pengalaman positif dan sukacita. Biasa dan

dimediasi secara sosial, level baru pengalaman ikut bermain. Ini dapat berkisar dari kebutuhan hedonistik hingga preferensi estetika kesalahan. Keindahan, kebahagiaan, dan kesenangan adalah contoh dari nilai hedonistik-estetika. Sekali lagi, orang mengevaluasi pengalaman mereka dengan organisasi atau entitas sosial lainnya sesuai apakah itu layanan publik atau kampanye pemasaran korporasi.

5. Ekonomi dan Keuangan

Meynhardt menggabungkan dimensi kelima (keuangan-ekonomi), sejak manajemen praktisi tidak mungkin menerima kerangka kerja tanpa laporan keuangan ukuran. Singkatnya, dengan menggunakan *Public value Scorecard*, “seorang manajer (atau sebuah institusi) sekarang dapat secara lebih sistematis mengatasi kompromi antara tujuan finansial dan nonfinansial dan dapat mengidentifikasi masyarakat dengan lebih baik kebutuhan dan kekhawatiran” (Meynhardt 2015, hlm. 157).

Pada dasarnya, penciptaan nilai publik dibangun berdasarkan segitiga strategis dipopulerkan oleh Mark Moore (1995). Segitiga strategis memiliki tiga dimensi yang harus dipenuhi oleh organisasi sektor publik: *Legitimacy and Support* (legitimasi dan dukungan), *Operational Capabilities* (kemampuan operasional) dan *Substantively Valuable* (nilai substansial). Berdasarkan konsep nilai publik, pengelola publik dituntut untuk berpikir dan bertindak secara strategis dengan menyeimbangkan ketiga aspek tersebut. Ketiga aspek tersebut harus berjalan

beriringan, karena jika salah satu aspek tersebut diabaikan maka penciptaan nilai tambah masyarakat yang diharapkan akan hilang.

1. *Legitimacy and Support* (Legitimasi dan Dukungan)

Legitimasi dan dukungan yaitu karena mereka mengakui hubungan kekuasaan yang berbeda, legitimasi dan dukungan secara bersamaan menarik dukungan dan sumber daya dari seluruh lingkungan yang berwenang, yaitu kelompok politik dan kelompok kepentingan lainnya. Legitimasi adalah proses persetujuan keputusan berdasarkan undang-undang dan undang-undang tertulis lainnya. Legitimasi sebaliknya, dalam arti luas adalah dukungan masyarakat terhadap otoritas yang ada.

2. *Operational Capabilities* (Kemampuan Operasional)

Kemampuan operasional dapat diartikan layak secara operasional dan administratif. Artinya, hal tersebut dapat dilakukan jika kapasitas organisasi internal dan eksternal yang diperlukan untuk menciptakan kapasitas operasional tersedia. Peran manajer publik tidak hanya sebagai pegawai pasif yang membantu tugas-tugas birokrasi dalam suatu organisasi, tetapi juga berperan aktif dalam pengelolaan aset secara cerdas untuk memberikan pelayanan publik yang berkualitas kepada masyarakat. Kemampuan operasional ini diartikan sebagai kemampuan mengelola sumber daya manusia, teknologi/infrastruktur dan finansial yang dimiliki organisasi. Dalam penelitian ini kemampuan operasional akan dilihat dari kemampuan dalam mengelola sumber daya manusia, teknologi dan finansial.

3. *Substantively Valuable* (Nilai Substansial)

Nilai substansial adalah sesuatu yang secara substansial berharga (nilai publik). teknologi dan finansial. Nilai substansial adalah sesuatu yang secara substansial berharga (nilai publik). Dalam penelitian ini yang dimaksud adalah suatu manfaat yang diterima pengguna atau kelompok sasaran baik itu dari segi nilai ekonomi, nilai politik, nilai sosial dan budaya, nilai pendidikan dan nilai ekologi.

- a) Nilai ekonomi merupakan nilai tambah sektor publik yang menciptakan kegiatan ekonomi dan kesempatan perkerjaan.
- b) Nilai sosial dan budaya yaitu Penambahan sektor publik yang berkontribusi terhadap perlindungan dan pemajuan nilai-nilai sosial dan budaya, yaitu modal sosial, kohesi sosial, hubungan sosial, identitas budaya, kesejahteraan individu dan kolektif, dan keanekaragaman budaya.
- c) Nilai politik merupakan nilai tambah dalam sektor publik untuk mendorong atau merangsang dan mendukung dialog yang demokrasi, melalui partisipasi aktif dan keterlibatan masyarakat.
- d) Nilai pendidikan, yaitu nilai tambah di sektor publik dengan menitikberatkan pada kesempatan pendidikan formal dan nonformal: tambahan pengetahuan, keterampilan bertindak sebagai pelapor/informan/wartawan di masyarakat; dan kompetensi

- e) Nilai ekologi atau lingkungan hidup, yaitu nilai tambah dalam masyarakat mempromosikan pembangunan berkelanjutan dan berkontribusi pada sektor publik melalui pengurangan polusi, limbah, dan pemanasan global.

1.6 Oprasionalisasi Konsep

Dari keseluruhan definisi *Public value* yang sudah di paparkan, penulis akan melihat fenomena E-Retribusi di Pasar Bangetayu, dalam:

1. Nilai instrumental-utilitarian
 1. Dimanfaatkan sesuai tujuan
 2. Menguntungkan
2. Nilai moral-etika
 - Mengurangi penyimpangan
 - Evaluasi penggunaan kearah lebih baik
3. Nilai estetika-hedonistik
 - Dapat diterima
 - Kesenangan pengguna
4. Nilai ekonomi-keuangan
 - Menambah pendapatan daerah
 - Menambah pendapatan pedang
5. Kemampuan oprasional
 - Sumber daya manusia

- Teknologi yang digunakan
6. Nilai sosial dan budaya
 - Manfaat sosial dan budaya
 7. Nilai pendidikan
 - Peningkatan wawasan

1.7 Fenomena Penelitian

Kota Semarang adalah salah satu kota yang menerapkan smart city yaitu kota yang memiliki konsep pengembangan dan pengelolaannya dengan memanfaatkan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) untuk memonitoring, menghubungkan dan mengendalikan berbagai sumber daya yang ada di dalam kota dengan lebih efektif dan efisien untuk memaksimalkan pelayanan kepada masyarakat. Salah satu upaya tersebut yaitu Dinas Perdagangan Kota Semarang menerapkan inovasi untuk mempermudah retribusi pasar. Salah satu pasar yang telah menerapkan E-Retribusi yaitu Pasar Bangetayu yang terletak di Kecamatan Genuk Kota Semarang. Sehingga fenomena dari penelitian “*Public value E-Retribusi Pasar di Pasar Tradisional Bangetayu Kota Semarang*” yang dianalisis menggunakan gabungan teori *Public value* yaitu Scorecard milik Meynhardt dan segitiga strategi milik Mark Moore, dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Nilai Instrumental-Utilitarian

Analisis ini akan melihat tentang nilai kegunaan dan keuntungan program sesuai tujuan E-Retribusi Pasar dari perspektif Pedagang Pasar Bangetayu

sebagai pengguna E-Retribusi dan Dinas Perdagangan Kota Semarang sebagai pelaksana E-Retribusi .

2. Nilai Moral-Etika

Analisis ini akan melihat nilai kelayakan pada sisi sosial pedagang Pasar Bangetayu dalam menggunakan E-Retribusi dan Dinas Perdagangan Kota Semarang sebagai pelaksana E-Retribusi .

3. Nilai Estetika-Hedonistik

Analisis ini akan melihat apakah pedagang merasa senang dalam penerapan E-Retribusi di Pasar Bangetayu.

4. Nilai Ekonomi-Keuangan

Analisis ini akan melihat keuntungan materil dari E-Retribusi yang direncanakan dari dinas perdagangan.

5. Kemampuan Operasional

Pada penelitian akan dilihat kemampuan operasional dari pedagang dalam menggunakan E-Retribusin pasar dan teknologi yang digunakan.

6. Nilai Sosial dan budaya

Nilai sosial dan budaya dalam penelitian ini yaitu akan dilihat dari manfaat sosial dan budaya bagi pedagang dengan adanya E-Retribusi.

7. Nilai Pendidikan

Nilai pendidikan dalam penelitian ini yaitu akan dilihat dari manfaat E-Retribusi dalam meningkatkan wawasan pedagang.

1.8 Metode Penelitian

1.8.1. Tipe Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Pada penelitian *Public value* E-Retribusi di Pasar Tradisional Bangetayu Kota Semarang terdapat permasalahan yang kompleks serta bersifat sementara karena sewaktu-waktu dapat berubah dan berkembang ketika di lapangan. Maka dari itu hasil penelitian tidak disajikan dalam bentuk angka akan tetapi disajikan melalui analisis secara deskriptif melalui data yang didapatkan dari hasil wawancara atau dokumentasi gambar yang ada di lapangan.

1.8.2. Situs Penelitian

Penelitian dengan judul “*Public value* Pedagang dalam Penggunaan E-Retribusi Pasar di Pasar Tradisional Bangetayu Kota Semarang” akan dilaksanakan di Kantor Dinas Perdagangan Kota Semarang yang beralamat di Jalan Dokter Cipto No.115, Sarirejo, Kecamatan Semarang Timur, Kota Semarang dan di Pasar Bangetayu yang beralamatkan di Jalan Bangetayu Raya Nomer 1, Kelurahan Bangetayu Kulon, Kecamatan Genuk, Kota Semarang,

1.8.3. Subjek Penelitian

Tenik pengambilan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik purposive sampling. Dengan alasan karena peneliti menganggap sampling yang diambil paling mengetahui permasalahan yang diteliti oleh peneliti. Adapun informan

atau narasumber di penelitian ini yaitu beberapa pihak yang bersangkutan dengan lokasi yang menjadi tempat penelitian diantaranya:

1. Staff Bina Usaha Dinas Perdagangan Kota Semarang
2. Kepala UPTD Korwil 06 Pedurungan Kota Semarang
3. Kepala Pasar Bangetayu Kota Semarang
4. Pedagang Pasar Bangetayu yang menggunakan E-Retribusi

1.8.4. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Data kualitatif dapat berupa hasil wawancara maupun hasil dokumentasi berupa foto, video keadaan di lapangan maupun hasil rekaman wawancara yang berasal dari informan saat melakukan penelitian di Pasar Tradisional Bangetayu.

1.8.5. Sumber Data

Dalam penelitian *Public value* E-Retribusi di Pasar Tradisional Bangetayu Kota Semarang menggunakan dua sumber data, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Data Primer

Dalam penelitian ini, peneliti mendapat data primer melalui wawancara dengan informan dan observasi langsung di Pasar Bangetayu.

2. Data Sekunder

Dalam penelitian ini, peneliti mendapat data primer melalui studi literatur penelitian terdahulu mengenai *Public value*, dan melalui website resmi

Dinas Perdagangan, artikel dari E-Retribusi Pasar, serta dokumen Pendapatan E-Retribusi Pasar dan pedagang Pasar Bangetayu.

1.8.6. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi dalam penelitian ini diterapkan dengan melakukan pengamatan aktivitas pedagang bangetayu dalam penggunaan E-Retribusi Pasar di Pasar Tradisional Bangetayu Kota Semarang.

2. Wawancara

Peneliti melakukan wawancara terkait indikator *Public value* dilakukan secara langsung dengan informan yang terdiri dari Staff Bina Usaha Dinas Perdagangan Kota Semarang, Kepala UPTD Korwil 06 Pedurungan Kota Semarang, Kepala Pasar Bangetayu Kota Semarang, Pedagang Pasar Bangetayu yang menggunakan E-Retribusi

3. Dokumentasi

Dokumentasi pada penelitian ini peneliti melakukan dengan foto berupa penggunaan E-retribusi pasar, kartu E-Retribusi, alat E-Retribusi, keadaan Pasar Bangetayu, data pasar di Kota Semarang, data pasar yang sudah menggunakan E-Retribusi, data pendapatan pasar sesudah dan sebelum ada e-retribusi dan rekaman suara saat melakukan wawancara dengan narasumber.

1.8.7. Teknik Analisis

Teknik analisis Model Miles dan Hubberman digunakan peneliti dalam penelitian. Menurut Miles dan Hubberman (dalam Sugiyono, 2014:334) akegiatan

dalam menganalisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus hingga tuntas. Adapun kegiatan menganalisis data terdiri dari tiga tahapan, yaitu:

1. Reduksi Data

Reduksi data yang dilakukan oleh peneliti adalah melakukan kategorisasikan sesuai dengan konsep *Public value* dengan memilah informasi penting melalui hasil wawancara.

2. Penyajian Data

Penyajian hasil wawancara yang sudah dikategorikan sesuai konsep *Public value* dan faktor yang mempengaruhi *Public value*. Dalam penelitian ini penyajian data disajikan melalui bagan, teks naratif dan tabel, dengan penyajian data sehingga akan diperoleh data yang terorganisir dan tersusun sehingga membentuk pola yang akan mempermudah pemahaman serta menjadi acuan dalam merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang sudah dipahami.

3. Penarikan Kesimpulan

Peneliti melakukan penarikan kesimpulan tentang implementasi *Public value* dan faktor yang mempengaruhi *Public value*.

1.8.8. Kualitas Data

Untuk menentukan kualitas data dapat ditinjau dari uji keabsahan data. Uji keabsahan data dalam penelitian ini dilakukan melalui uji kredibilitas atau kepercayaan pada data hasil penelitian kualitatif yang dapat dilakukan dengan cara

1. Credibility

Uji credibility dilakukan agar hasil penelitian tidak meragukan sebagai sebuah karya ilmiah, dengan melakukan sebagai berikut:

a. Perpanjang pengamatan

Peneliti melakukan observasi mendalam untuk menguji kredibilitas data penelitian dengan cara mengecek ulang di lapangan mengenai keakuratan dan perubahannya. Setelah dilakukan pengecekan kembali di lapangan maka data yang diperoleh dapat dihitung dan perpanjangan pengamatan dapat diselesaikan.

b. Trianggulasi

Peneliti melakukan trianggulasi sumber, trianggulasi teknik dan trianggulasi waktu

1) Trianggulasi Sumber

Peneliti menguji kredibilitas data dengan mempertimbangkan data dari berbagai sumber. Data yang diperoleh dianalisis oleh peneliti dan ditarik suatu kesimpulan.

2) Trianggulasi Teknik

Peneliti melakukan cara cek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda yaitu dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi. Jika terdapat data yang berbeda peneliti melakukan musyawarah lebih lanjut untuk memastikan data yang dianggap benar.

3) Trianggulasi Waktu

Trianggulasi waktu dalam penelitian ini dilakukan melalui cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi, atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda.

c. Menggunakan Bahan Referensi

Bahan referensi yang dapat digunakan untuk mendukung kredibilitas data pada penelitian ini berupa hasil wawancara berupa rekaman suara informan, foto ataupun dokumentasi keadaan yang ada di Pasar Bangetayu untuk mendukung data penelitian yang diperoleh.

d. Melakukan kajian kasus negatif

Peneliti mencari data yang berbeda atau bertentangan dengan data yang ditemukannya. Jika tidak ada lagi data yang menyimpang atau bertentangan dengan hasil, artinya jika peneliti menerima data yang bertentangan dengan data yang ditemukan, maka peneliti dapat mengubah hasilnya.

2. Transferability

Transferability adalah validitas eksternal dalam penelitian kualitatif. Validitas eksternal menunjukkan derajat ketepatan atau dapat diterapkannya hasil penelitian ke populasi dimana sampel diambil. Penelitian dibuat serinci mungkin, jelas, sistematis dan dapat dipercaya, sehingga pembaca memperoleh gambaran secara jelas. Dengan demikian, pembaca dapat menentukan dapat atau tidaknya penelitian diaplikasikan di tempat lain

3. Dependability

Peneliti melakukan uji dependability karena banyaknya peluang seorang peneliti mempunyai data tanpa turun ke lapangan secara langsung, maka penelitian ini tidak reliable atau dependable. Penelitian ini uji dependability dilakukan dengan cara melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian dengan pembimbing untuk dapat menerangkan seluruh aktivitas data hingga analisisnya dan pengambilan keputusan

4. Confirmability

Peneliti menguji confirmability yaitu menguji hasil penelitian, dikaitkan dengan proses yang dilakukan. Bila hasil penelitian merupakan fungsi dari proses penelitian yang dilakukan, maka penelitian tersebut telah memenuhi standar confirmability.