

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, dijelaskan bahwa Minimarket dikategorikan sebagai Pasar Modern yang tidak termasuk kriteria Usaha Kecil dan Menengah, karena manajemen pengelolaannya diselenggarakan oleh perusahaan besar dan barang yang dijual beragam serta dalam kuantitas yang relatif banyak, bisa mencapai puluhan ribu item barang. Beberapa tahun belakang, keberadaan pasar modern merupakan tuntutan kebutuhan masyarakat terhadap kehidupan yang semakin modern dan praktis. Oleh karena itu, kemunculan pasar modern atau ritel kecil semakin meningkat populasinya.

Penelitian oleh AC Nielsen pada tahun 2010 (Sardino, 2014: 2), menyebutkan bahwa, saat itu di Indonesia terdapat gerai modern sebanyak 13.240, sedangkan untuk gerai pasar tradisional berjumlah 2.520.757. Walaupun secara jumlah lebih banyak didominasi oleh pasar tradisional, akan tetapi laju pertumbuhannya justru lebih tinggi pada pasar modern. Berdasarkan data yang dipaparkan oleh Krisnamurthi (Wakil Menteri Perdagangan Indonesia Tahun 2012) pasar tradisional memiliki pertumbuhan minus 8,1%, sedangkan pasar modern memiliki pertumbuhan yang tinggi yakni 31,4%. Hal ini dapat diartikan bahwa, jumlah pasar tradisional

mengalami penurunan karena keberadaannya mulai tidak diminati oleh masyarakat (Lensa Indonesia, 2012). Pasar tradisional dan pasar modern rata-rata mempunyai spesifikasi barang dagangan yang hampir sama, sehingga menyebabkan minat masyarakat terhadap pasar tradisional menurun. Jika hal ini dibiarkan, maka persaingan bebas yang terjadi diantara pasar tradisional dan pasar modern pasti akan dimenangkan oleh pasar modern. Selanjutnya keberadaan pasar tradisional dapat tergeser bahkan tergantikan dengan pasar modern.

Upaya menghadapi persaingan pasar tradisional dan pasar modern seringkali hanya dipandang dari masalah fisik atau infrastrukturnya saja. Pada kenyataannya mempertahankan eksistensi pasar tradisional secara fisik justru cenderung lebih mudah, daripada mempertahankan fungsi asli dari pasar tradisional itu sendiri. Beberapa penelitian yang dilakukan selama ini cenderung fokus pada aspek ekonomi yang mengupayakan peningkatan pendapatan dari Pemerintah melalui pendapatan retribusi pasar, serta pengembangan fisik bangunan, tetapi kurang memperhatikan pada aspek sosial yang mungkin timbul, seperti terjadinya konflik imbas dari kebijakan tersebut. Dengan terfokus pada aspek ekonomi, revitalisasi justru cenderung melupakan tujuan awal dari pembuatannya, yakni untuk melindungi pedagang pasar tradisional. Menjadi suatu hal yang menarik, pada penelitian ini akan melihat dari sudut pandang masalah-masalah sosial yang timbul dengan melihat bagaimana perlawanan pedagang yang muncul setelah selesainya pembangunan dan pengembangan pasar tradisional.

Hakekatnya pasar tradisional merupakan tempat bagi bertemunya penjual dan pembeli, serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar. Pasar tradisional dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara, dan Badan Usaha Milik Daerah. Bangunan pasar tradisional biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar.

Pandangan masyarakat terhadap pasar tradisional selama ini adalah tempat yang kumuh, semrawut, kotor, dan minim fasilitas umum seperti terbatasnya tempat parkir, terbatasnya toilet, lorong yang sempit dan sebagainya (Sitti Pratiwi Olli, dkk, 2015). Citra negatif pada pasar tradisional ini tidak terlepas dari lemahnya manajemen pasar tradisional itu sendiri, dimana pengelola pasar yang belum berfungsi dan bertugas secara efektif dan belum didukung SOP yang jelas. (Yudha Pratama Bagus, 2015), yakni:

- a. Masih rendahnya kesadaran terhadap kedisiplinan pada aspek kebersihan dan ketertiban sehingga kurang memperhatikan pemeliharaan sarana fisik.
- b. Adanya premanisme.
- c. Tidak adanya pengawasan terhadap barang yang dijual dan standarisasi ukuran dan timbangan.
- d. Terbatasnya masalah fasilitas umum.
- e. Pemahaman rendah terhadap perilaku konsumen, dan penataan los/kios pedagang yang tidak teratur.

Dengan kesan pasar tradisional yang demikian serta mulai berkembang pasar-pasar modern yang menawarkan fasilitas lebih, menjadikan pasar modern sudah bukan menjadi trend berbelanja kaum kota besar saja. Di kota-kota kecilpun, sekarang sudah banyak minimarket yang bermunculan. Dengan teknik *marketing*, *display* toko yang lebih menarik, serta pelayanan yang memuaskan, seperti menyediakan ruang yang bersih, nyaman serta produk yang tertata rapi, maka otomatis pembeli akan lebih berminat untuk berbelanja dipasar modern daripada di pasar tradisional yang selama ini dikenal dengan kotor dan kumuh..

Munculnya berbagai minimarket atau ritel skala kecil yang tidak terkendali dirasakan dampak negatifnya oleh para pedagang pasar tradisional. Mereka mulai merasa minat para konsumen untuk berbelanja ke pasar tradisional mulai menurun, hal ini tentu mengurangi pendapatan dari pedagang pasar. Padahal kebanyakan pedagang pasar hanya mengandalkan hasil berdagang dipasar saja untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Hal ini tentu berbeda dengan para pemilik pasar modern, mereka adalah kaum wirausaha kelas atas yang sudah pasti memiliki usaha yang tidak hanya satu. Dengan keadaan yang demikian, semakin memperjelas kepada masyarakat tentang besarnya pengaruh pemilik modal ekonomi dalam penetapan kebijakan nasional seperti pada perizinan pendirian pasar modern. Hal ini dapat diartikan bahwa, Pemerintah dengan secara halus memberikan keleluasaan bagi pemilik modal besar untuk membunuh usaha-ekonomi skala kecil menengah masyarakat Indonesia. Jika hal ini dibiarkan terus menerus, maka seiring

berjalannya waktu peran pasar tradisional akan tergantikan dengan hadirnya pasar-pasar modern dengan konsep yang lebih menarik, seperti bersih, nyaman, dan higienis.

Walaupun demikian, pasar tradisional tetap mendapat hati tersendiri bagi para konsumen, karena pasar tradisional memiliki keunggulan yang tidak dimiliki oleh pasar modern. Dengan adanya sistem tawar-menawar, hal ini menjadikan pasar tradisional sebagai tempat interaksi sosial atau komunikasi yang tidak akan ditemui di pusat perbelanjaan modern. Sistem tawar-menawar dalam transaksi jual-beli di pasar tradisional membentuk suatu hubungan emosional tersendiri di antara penjual dan pembeli. Berbeda dengan pusat perbelanjaan modern, pada pasar modern pasti harga barang sudah ditulis dalam *price tag*, sehingga tidak ada komunikasi antara penjual dan pembeli. Walaupun ada, interaksi tersebut pastilah minim serta tidak melibatkan proses tawar-menawar.

Interaksi pada pasar tradisional merupakan sarana publik yang mendukung kegiatan ekonomi masyarakat, selain itu interaksi yang terjadi di pasar tradisional juga merupakan sebuah budaya lokal. Bermula dari komunikasi melalui tawar-menawar, bukan tidak mungkin interaksi tersebut menjadi melebar diluar cakupan ekonomi, dengan demikian masyarakat dapat menjadi kritis terhadap suatu fenomena yang terjadi. Oleh karena itu, sudah seharusnya Pemerintah memberikan perhatian lebih terhadap pasar tradisional, sebab terdapat nilai-nilai dari pasar tradisional yang tidak ditemui pada pusat perbelanjaan modern.

Wacana tentang revitalisasi pasar saat ini sedang menjadi topik yang hangat diperbincangkan. Revitalisasi pasar dilakukan karena mengingat ekspansi pasar modern yang tidak terkendali. Hal ini dapat dilihat dari laju pertumbuhan pasar modern yang semakin pesat, sementara laju pertumbuhan pasar tradisional justru jauh tertinggal. Dengan demikian maka, persaingan dagang pasar modern *versus* pasar tradisional semakin meningkat pula.

Revitalisasi merupakan suatu upaya untuk memvitalkan kembali suatu kawasan atau bagian kota yang dulunya pernah hidup, akan tetapi kemudian mengalami kemunduran (Rais: 2007). Dalam hal ini, peran Dinas Perdagangan Koperasi dan UKM sangat diperlukan untuk melindungi para pedagang kecil terutama pada pasar tradisional. Sehubungan dengan upaya perlindungan terhadap pasar tradisional, Pemerintah Kabupaten Sukoharjo telah merancang strategi dengan menetapkan Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Sukoharjo Tahun 2011-2031, serta peraturan dan pembinaan pasar tradisional, pusat erbelanjaan dan toko modern sebagai acuan dalam pembuatan kebijakannya.

Kabupaten Sukoharjo mengalami kemajuan ekonomi yang cukup pesat pada beberapa tahun kebelakang. Hal ini dapat dilihat dari Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) 2011 meningkat cukup tinggi sebesar 10,36%, dari 10,62 juta rupiah di tahun 2010 menjadi 11,72% di tahun 2011. Sektor industri

dalam pembangunan ekonomi Kabupaten Sukoharjo memberikan kontribusi paling besar, yaitu mencapai 28,68% di tahun 2012¹.

Seiring dengan pertumbuhan daerahnya, maka tuntutan terhadap kebutuhan barang juga meningkat, hal ini memicu adanya ekspansi pasar modern. Ekspansi pasar modern dilihat dari kehadiran pasar modern dalam berbagai bentuk, seperti minimarket, supermarket, departmen store, hypermarket, dan mall. Berdasarkan data pada *website* resmi Kabupaten Sukoharjo (www.sukoharjokab.go.id), di Sukoharjo pada tahun 2011 terdapat 19 pasar tradisional, 1 hypermarket, 7 supermarket, dan 56 minimarket. Perbandingan jumlah pasar modern dan pasar tradisional disini jelas terlihat timpang, hal ini menimbulkan kekhawatiran bagi pemerintah serta masyarakat yang sebagian besar menggantungkan hidupnya pada pasar tradisional.

Upaya perlindungan oleh Pemerintah Sukoharjo terhadap pasar tradisional sudah dilakukan guna meningkatkan daya saing dari pasar tradisional, salah satu upaya tersebut adalah dengan revitalisasi pasar. Pasar Ir. Soekarno atau dahulu dikenal dengan Pasar Sukoharjo ini merupakan pasar terbesar di Kabupaten Sukoharjo. Pasar ini berlokasi di pusat Kabupaten Sukoharjo, yakni di Jalan Raya Solo-Wonogiri. Seiring dengan perkembangan penduduk Kabupaten Sukoharjo yang pasti akan diikuti dengan meningkatnya tuntutan dalam memenuhi kebutuhan ekonomi. Untuk mengikuti perkembangan tuntutan ekonomi yang terjadi, Pasar Sukoharjo mulai melakukan perbaikan

¹ <http://jatengonline.com/2014/09/13/perekonomian-sukoharjo-tumbuh-signifikan/diakses-pada-21-Maret-2017>

infrastruktur untuk memberikan kontribusi sekaligus memberikan peningkatan kenyamanan konsumen dalam berbelanja.

Pembangunan ulang Pasar Sukoharjo ini dikerjakan oleh PT Ampuh Sejahtera yang dimulai 11 Juni 2012 dengan deadline 6 bulan atau tepatnya pada tanggal 11 Desember 2012². Pasar ini cukup menarik perhatian, dimana revitalisasi ini mengubah fisik bangunan pasar tradisional serupa dengan supermarket. Revitalisasi dilakukan dengan membangun ulang pasar menjadi 2 lantai yang terbagi menjadi 387 los dan 636 kios diatas lahan seluas 10.720 m², dimana pembangunan pasar ini membutuhkan dana yang tidak sedikit, yakni sekitar Rp 32 miliar.

Banyak kendala yang dialami ketika proses revitalisasi Pasar Ir. Soekarno ini. Akan tetapi, kendala yang paling sulit diatasi justru bukan pada saat proses revitalisasi, melainkan setelah selesainya revitalisasi tersebut. Setelah selesai revitalisasi, banyak kios dan los yang dibiarkan kosong oleh pedagang, padahal pengaturan pembagian lokasi dagang telah dilakukan. Lurah pasar Ir. Soekarno, Tri Sukrisno memaparkan bahwa saat ini terdapat 262 kios dan 144 los yang sampai sekarang masih ditutup³. Jumlah tersebut terus mengalami peningkatan jumlahnya dari awal pasar dibuka pada beberapa tahun lalu.

Terkait jumlah pedagang yang menempati kios maupun los sebelum proses revitalisasi justru mengalami penurunan dibandingkan dengan setelah revitalisasi. Terjadinya penurunan jumlah pedagang pasca revitalisasi ini

² <http://www.jatengpos.com/2013/09/pasar-ir-soekarno-tak-wajar-anggaran-multiyears-pasar-ir-soekarno-445007> diakses pada 15 Mei 2017

³ http://krjogja.com/web/news/read/32058/Ratusan_Kios_dan_Los_di_Pasar_Ir_Soekarno_Dibiarkan_Kosong diakses pada 15 Mei 2017

mengindikasikan adanya suatu masalah dalam revitalisasi ini, baik dari pedagang maupun dari Pemerintah Kabupaten Sukoharjo, dalam hal ini sepiunya pengunjung menjadi satu alasan menurunnya jumlah pedagang.. Adapun jumlah pedagang Pasar Ir. Soekarno yang menempati kios dan los sebelum dilakukan revitalisasi sejumlah 909 orang, sedangkan setelah revitalisasi jumlah kios dan los yang ditempati oleh pedagang justru hanya 617 unit⁴.

Tabel 1.1
*Jumlah Kios dan Los yang Terpakai dan Kosong di
Pasar Ir. Soekarno, Sukoharjo*

Kondisi Kios dan Los	Kios	%	Los	%
Terpakai	374	58,8%	243	62,8%
Kosong	262	41,2%	144	37,2%
Jumlah	636	100%	387	100%

Sumber : Lurah Pasar Ir. Soekarno (Tri Sukrisno)

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa dari jumlah total 636 kios yang tersedia di Pasar Ir. Soekarno, hanya 58,8% kios yang digunakan atau sebanyak 374 kios, sedangkan sekitar 262 kios masih kosong. Sedangkan untuk los yang sudah dipakai lebih baik, yakni 62,8% atau 243 los yang terpakai, sementara itu 144 unit masih kosong. Dengan jumlah kios dan los yang terpakai hanya mencapai angka 617 dari 1023 unit kios dan los yang tersedia.

Kondisi kosongnya kios dan los di Pasar Ir. Soekarno ini diperparah dengan adanya pedagang yang memiliki hak sewa atas kios dan los, tetapi justru tempat dagang tersebut tidak digunakan atau tutup. Hal ini dijelaskan

⁴ Dinas Perdagangan, Koperasi dan UKM Kabupaten Sukoharjo, 2017

dengan data dari Disdagkop dan UKM Sukoharjo mengenai beberapa kios dan los di Pasar Tradisional Sukoharjo yang dibiarkan tutup lebih dari 30 hari.

Tabel 1.2
Los dan Kios yang Tutup Lebih dari 30 Hari di Pasar Tradisional Kabupaten Sukoharjo

Lokasi Pasar	Jumlah Kios	Jumlah Los
Pasar Ir. Soekarno	179	37
Pasar Grogol	6	25
Pasar Telukan	4	6
Pasar Bekonang	115	54
Pasar Kartasura	21	230
Pasar Nguter	0	53

Sumber: Disdagkop dan UKM Sukoharjo (Dikutip dari harian Solopos

Rabu, 11 Januari 2017)

Berdasarkan data dari tabel, khususnya di Pasar Ir Soekarno, terdapat 179 kios yang tutup dari 374 kios yang terpakai. Sedangkan, untuk los dari 243 los yang sudah dimiliki pedagang, terdapat 37 los yang tutup lebih dari 30 hari di Pasar Ir. Soekarno.

Keberadaan kios dan los yang dibiarkan kosong oleh pedagang sudah menjadi catatan tersendiri bagi Pemerintah Kabupaten Sukoharjo. Pemkab mewacanakan akan mengambil alih pengelolaan dengan kios dan los yang dibiarkan kosong, selanjutnya kios dan los tersebut akan dilelang atau disewakan ke pihak ketiga.⁵ Hal ini dilakukan mengingat Pemkab telah memberikan peringatan kepada pemilik kios dan los agar memanfaatkan lahan berjualannya tersebut. Penutupan dilakukan berdasarkan Perda No. 13/2011 pasal 12 ayat (1) tentang Retribusi Daerah yang kemudian

⁵ <http://www.solopos.com/2017/01/11/pasar-tradisional-sukoharjo-mangkrak-730-kios-dan-los-pasar-tradisional-diambil-alih-pemkab-783513> diakses pada 12 Maret 2017

ditindaklanjuti dengan Perbup No. 24/2015 Tentang Tata Cara Pemberian Teguran.

Dalam penelitian ini akan mengambil lokus pada Pasar Ir. Soekarno. Revitalisasi pada Pasar Ir. Soekarno ini menarik diteliti karena pada proses pembangunannya sendiri pada tahun 2012 silam, pasar Ir. Sukarno ini sudah mengalami kendala yakni dimana jadwal target selesai pembangunan mundur 10%. Walaupun proses pembangunan tersebut telah selesai 4 tahun yang lalu, tetapi fakta pada lapangan menunjukkan pada saat ini pasar Ir. Sukarno masih sangat sepi pengunjung. Hal ini tentu berdampak pada pendapatan pedagang yang tidak kunjung membaik setelah sebelumnya menurun karena proyek renovasi pasar.

Sesebagian pedagang pasar Ir. Soekarno kini tidak membuka kiosnya, mereka justru lebih memilih berjualan di luar area pasar⁶. Banyak pedagang yang lebih memilih berjualan di trotoar didepan pasar, serta di gang samping pasar, yang mengakibatkan keadaan didalam pasar justru sepi. Karena masyarakat lebih merasa *praktis* dengan tidak perlu berjalan masuk kedalam pasar, dan lebih memilih berbelanja kebutuhan pokok diluar pasar. Hal ini mengakibatkan penghasilan para pedagang didalam pasar merosot tajam. Dengan demikian, tentu berimbas pada keberlangsungan hidup para pedagang, yang menyebabkan tidak sedikit para pedagang yang gulung tikar. Selanjutnya dengan minimnya pendapatan para pedagang, hal ini mengakibatkan minimnya pula retribusi daerah yang didapat.

⁶ Harian Solopos, 24 November 2015

Kajian mengenai revitalisasi Pasar Ir. Soekarno ini sebelumnya sudah pernah dilakukan oleh Humam Mujahidin dengan judul “Analisis Implementasi Revitalisasi Pasar Ir Soekarno, Kabupaten Sukoharjo Dalam Rangka Meningkatkan Kualitas Pelayanan”. Penelitian yang dilakukan adalah terhadap bagaimana implementasi revitalisasi dalam rangka peningkatan kualitas pelayanan, tetapi justru tidak menyinggung masalah-masalah sosial yang ditimbulkan akibat dari kebijakan revitalisasi tersebut. Padahal terkait pembangunan dan pengembangan pasar tradisional, dapat dilihat pula pada masalah sosial-politis yang muncul setelah revitalisasi, yakni terkait dengan perlawanan pedagang pasca revitalisasi Pasar Ir. Soekarno tersebut. Seperti kenyataan pada lapangan yang menunjukkan bahwa ada perlawanan pedagang pasar Ir. Soekarno, sebagian dari mereka menolak menempati kios atau los yang telah disediakan setelah renovasi berlangsung. Berdasarkan pernyataan para pedagang yang dikutip dari harian Solopos (Rabu, 11 Januari 2017), mereka menolak menempati kios dengan alasan lokasi kios yang dimiliki tidak strategis sehingga kurang laris serta beralasan masih mencari modal usaha. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin mengkaji tentang bagaimana konflik yang terjadi pasca revitalisasi pasar, yakni terkait perlawanan yang dilakukan oleh pedagang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan suatu masalah, yakni:

1. Mengapa muncul perlawanan pedagang pasca revitalisasi pasar Ir. Soekarno?
2. Bagaimana bentuk-bentuk perlawanan yang dilakukan oleh pedagang pasca revitalisasi pada Pasar Ir. Soekarno Kabupaten Sukoharjo?
3. Bagaimana proses resolusi konflik yang dilakukan Pemerintah dalam menghadapi perlawanan pedagang Ir. Soekarno pasca revitalisasi?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji tentang aspek sosial-politis pasca revitalisasi pasar. Penelitian ini sebagai pendalaman guna mengetahui revitalisasi yang dilakukan di Pasar Ir. Soekarno ini apakah sudah melihat aspek sosial politis pedagang, ditinjau dari perlawanan yang dilakukan oleh pedagang setelah adanya revitalisasi tersebut.

1.3.2 Tujuan Khusus

1. Mendeskripsikan masalah-masalah penyebab dari perlawanan pedagang Pasar Ir. Soekarno pasca revitalisasi
2. Menjelaskan perlawanan yang dilakukan pedagang Pasar Ir. Soekarno yang timbul pada pasca revitalisasi pasar

3. Mengetahui penyelesaian atau resolusi konflik yang dilakukan Pemerintah dalam menghadapi perlawanan pedagang Pasar Ir. Soekarno

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Setiap karya tulis diharapkan memiliki kegunaan bagi diri sendiri maupun bagi orang lain terutama dalam perkembangan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang terkait.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pengetahuan dalam upaya peningkatan daya saing pasar tradisional melalui revitalisasi pasar, manfaat yang ingin dicapai antara lain:

1. Karya ilmiah ini diharapkan dapat menyumbangkan pemikiran bahwa dalam menghadapi persaingan pasar tradisional dan pasar modern diperlukan suatu kebijakan yang tepat beserta implementasi yang baik untuk menghindari adanya konflik yang mengakibatkan kebijakan tidak efektif.
2. Karya ilmiah ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi Pemerintah Kabupaten Sukoharjo dalam menerapkan kebijakan, khususnya terkait revitalisasi pasar agar lebih memperhatikan aspek-aspek lain terutama aspek sosial.

1.5 Kerangka Pemikiran Teoritis

1.5.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang revitalisasi pasar pada dasarnya memang sudah banyak dilakukan, namun jika penelitian tentang konflik pasca revitalisasi terkait perlawanan pedagang dirasa masih kurang. Adapun dalam karya ilmiah ini ada beberapa penelitian ilmiah yang dianggap relevan dengan pembahasan mengenai perlawanan pedagang pasca revitalisasi pasar. Adapun penelitian tersebut antara lain :

Kontestasi Politik dan Perlawanan Pedagang dalam Revitalisasi Pasar Tradisional menuju Pasar Modern, (Studi Kasus : Pembangunan IT Market Lantai II Pasar Kranggan Kota Yogyakarta) oleh Yudha Pratama DNP Bagus (2015).

Dalam skripsi ini membahas tentang pembangunan IT Market Pasar Kranggan, Kota Yogyakarta. Pembangunan pasar tradisional baru dengan berbagai fungsi dengan penambahan pasar elektronik, dinilai mengancam keberadaan pedagang-pedagang yang tidak siap akan adanya pembangunan tersebut, sehingga menimbulkan adanya perlawanan dari pedagang.

Resistensi Pedagang Pasar Sumber Arta Bekasi Barat, skripsi oleh M. Tri Panca W

Dalam skripsi ini mendeskripsikan bentuk dan faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya resistensi pedagang pasar Sumber Arta terhadap pengurusan pasar untuk dijadikan apartemen.

Perlawanan Pedagang Pasar Tradisional Terhadap Revitalisasi Pasar, (Studi Deskriptif Pasar Babat, Kecamatan Babat, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur), penelitian oleh Moch. Irfan Fanani (2016)

Dalam penelitian ini membahas mengenai factor-faktor penyebab serta bagaimana fenomena perlawanan pedagang pasar tradisional Babat dengan Pihak Pemkab Lamongan dan pihak pengelola pasar (pihak investor) yang gencar dilakukan oleh para pedagang pasar Babat atas pembangunan pasar tradisional Babat.

Pada penelitian sebelumnya yang dicantumkan diatas, belum ada penelitian yang memfokuskan pada munculnya konflik pada pasca revitalisasi pasar. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin mengkaji tentang bagaimana konflik yang terjadi pasca revitalisasi pasar, yakni terkait perlawanan yang dilakukan oleh pedagang dengan cara menolak menempati kios dan los yang telah disediakan.

1.5.2 Landasan Teori

1.5.2.1 Konflik dan Perlawanan Pedagang Pasar

Suatu kebijakan pada dasarnya diambil untuk kepentingan bersama, tetapi berbagai permasalahan juga muncul dalam kebijakan misalnya, suatu kebijakan berpihak pada satu kepentingan saja. Carl J Federick sebagaimana dikutip Leo Agustino (2008:7) mendefinisikan kebijakan sebagai serangkaian tindakan yang diusulkan seseorang, kelompok atau pemerintah dalam suatu lingkungan tertentu dimana terdapat hambatan atau kesulitan serta ada

kesempatan-kesempatan terhadap pelaksanaan usulan kebijaksanaan tersebut dalam rangka mencapai tujuan tertentu. Pelaksanaan suatu kebijakan seharusnya tidak hanya memandang tentang apa yang akan dikerjakan, tetapi juga harus mempertimbangkan apa dampak dari kebijakan tersebut, misalnya terjadinya konflik. Berdasarkan pendapat Wirawan (2009:5), konflik merupakan proses pertentangan yang diekspresikan di antara dua pihak atau lebih yang saling tergantung mengenai objek konflik, menggunakan pola perilaku dan interaksi konflik yang menghasilkan keluaran konflik.

Konflik yang terjadi pasca revitalisasi pasar dapat digolongkan kedalam suatu perlawanan, karena seperti pada kasus yang diambil dimana terjadi arus penolakan pedagang dengan tidak mau menempati kios yang telah disediakan setelah renovasi atau revitalisasi pasar dilakukan. Sebenarnya, suatu perlawanan akan dilakukan oleh kelompok masyarakat atau individu apabila mereka merasa tertindas, frustrasi, dan hadirnya situasi ketidakadilan di tengah-tengah mereka (Zubir, 2002).

1.5.2.2 Penyebab Perlawanan

James Scott membuat tiga level perbedaan penyebab perlawanan yang dilakukan oleh kaum minoritas, yakni:

- a. Ketika tingkat ekonomi makro dan proses perpolitikan diberikan kepada petani, tetapi justru hal tersebut jauh dari kerangka sosial yang diharapkan oleh para petani.

- b. Intervensi pemerintah yang kurang melakukan observasi terhadap kehidupan masyarakat sekitar.
- c. Perlawanan bermula dari peristiwa lokal dan kondisi perasaan serta pengalaman dari masing-masing individu.

1.5.2.3 Bentuk Perlawanan

Dalam studi James Scott "*Weapons Of The Weak: Everyday Form Of Peasant*" tentang resistensi petani di Malaysia, Scott mengungkapkan bentuk-bentuk perlawanan sebenarnya ada dan terjadi disekitar kita dalam kehidupan sehari-hari. Pada penelitiannya tersebut digambarkan secara jelas bagaimana bentuk perlawanan kaum minoritas lemah. Dalam penelitiannya, Scott mengungkap bahwa golongan yang tidak punya kekuatan dalam melakukan penolakan secara terbuka ternyata mempunyai cara lain dalam menghindari intervensi dari negara didalam perusahaan. Menurut Scott terdapat beberapa bentuk resistensi atau perlawanan yaitu:

- a. Resistensi tertutup (simbolis atau ideologis) yaitu gosip, fitnah, penolakan terhadap kategori-kategori yang dipaksakan kepada masyarakat serta penarikan kembali rasa hormat kepada pihak penguasa.
- b. Resistensi semi-terbuka (proses sosial atau demonstrasi)
- c. Resistensi terbuka, merupakan bentuk resistensi yang terorganisasi, sistematis, dan berprinsip. Bentuk-bentuk yang digunakan adalah cara-cara kekerasan (violent) seperti pemborantakan.

Dalam pandangannya terkait perlawanan kaum pinggiran, Zubir (2002) menyatakan bahwa perlawanan yang dilakukan seperti oleh buruh, pedagang, petani, dan lain-lain) bersifat *sporadic* atau dapat dikatakan tidak terarah. Selain itu, kelompok ini dalam memperjuangkan keinginannya tidak memiliki strategi perjuangan yang jelas sehingga lebih mudah untuk dipadamkan oleh pihak-pihak yang berkuasa. Namun, apabila gerakan kaum pinggiran ini telah dimasuki oleh unsur ideologis, maka gerakan ini akan menjadi suatu gerakan yang radikal. Dalam dunia politik, pendukung dari kelompok semacam ini akan mudah menjadi target adu domba dari berbagai kelompok yang memiliki kepentingan lain. Kelompok sejenis demikian, jika memiliki massa yang banyak maka akan cenderung melawan arus zaman, arus dari *status quo* yang berkuasa.

Perlawanan yang dilakukan oleh kelompok pinggiran ini juga mendapat dukungan dari organisasi atau individu yang umumnya berasal dari kalangan terpelajar, seperti mahasiswa, *non governmental organization* (NGO), serta tokoh intelektual setempat (Sangaji, 2000). Dukungan baik dari kelompok maupun individu tersebut dibedakan atas dua kategori. Pertama, para pendukung spesialis, yakni individu dan organisasi yang secara spesifik membangun keterampilan dan ideologi untuk menentang suatu kebijakan yang dibuat Pemerintah. Kedua, para pendukung umum, yakni individu atau organisasi yang menganggap pembelaan yang dilakukan tersebut merupakan bagian dari perjuangan menegakkan hak asasi dan keadilan.

1.5.2.4 Penyelesaian Perlawanan atau Konflik

Perlawanan atau resistensi yang terjadi tidak mungkin dibiarkan begitu saja. Pasti ada pihak yang berkeinginan serta berusaha mempertemukan titik tengah dari munculnya perlawanan tersebut guna mencapai suatu resolusi konflik. Dalam mencapai suatu resolusi konflik maka dibutuhkan suatu manajemen konflik. Manajemen konflik merupakan suatu proses pihak yang terlibat konflik atau pihak ketiga menyusun strategi konflik dan menerapkannya untuk mengendalikan konflik agar menghasilkan resolusi yang diinginkan (Wirawan, 2009:129). Untuk mencapai resolusi konflik dapat menggunakan dua metode, yakni pengaturan sendiri oleh pihak-pihak yang terlibat konflik (*self regulation*), atau melalui intervensi pihak ketiga (*third party intervention*) (Wirawan, 2009:177).

Dalam metode resolusi konflik pengaturan sendiri, pihak-pihak yang berkonflik menyusun sendiri strategi yang akan digunakan untuk mencapai resolusi konfliknya. Pihak yang berkonflik saling melakukan pendekatan dan negosiasi untuk mendapatkan hasil dari konflik yang diharapkan. Jadi, dalam proses menuju suatu resolusi, pihak-pihak yang berkonflik tersebut berusaha menyelesaikan masalah yang ada tanpa bantuan dari pihak diluar kelompok yang berkonflik tersebut. Adapun resolusi konflik mengatur sendiri dapat menggunakan dua pola, yaitu pola tanpa kekerasan (*non violent*) dan pola dengan kekerasan (*violent*). Resolusi konflik tanpa kekerasan adalah resolusi yang dilakukan oleh pihak yang terlibat konflik dengan menggunakan kekerasan fisik, verbal, dan non verbal dalam menyelesaikan konflik.

Sedangkan, resolusi konflik menggunakan kekerasan merupakan suatu perlakuan pihak yang terlibat konflik untuk bisa memenangkan konflik tersebut dengan jalan melukai lawan konfliknya.

Metode resolusi konflik yang dilakukan melalui intervensi pihak ketiga dilakukan apabila antar pihak-pihak yang berkonflik tidak mau ada yang mengalah, hal ini biasanya terjadi dengan konflik yang berkaitan dengan citra atau harga diri. Resolusi konflik melalui pihak ketiga merupakan kontinum dari intervensi pihak ketiga yang keputusannya tidak mengikat. Resolusi konflik ini dapat dibedakan melalui empat cara, (Wirawan, 2009: 184-197) yaitu:

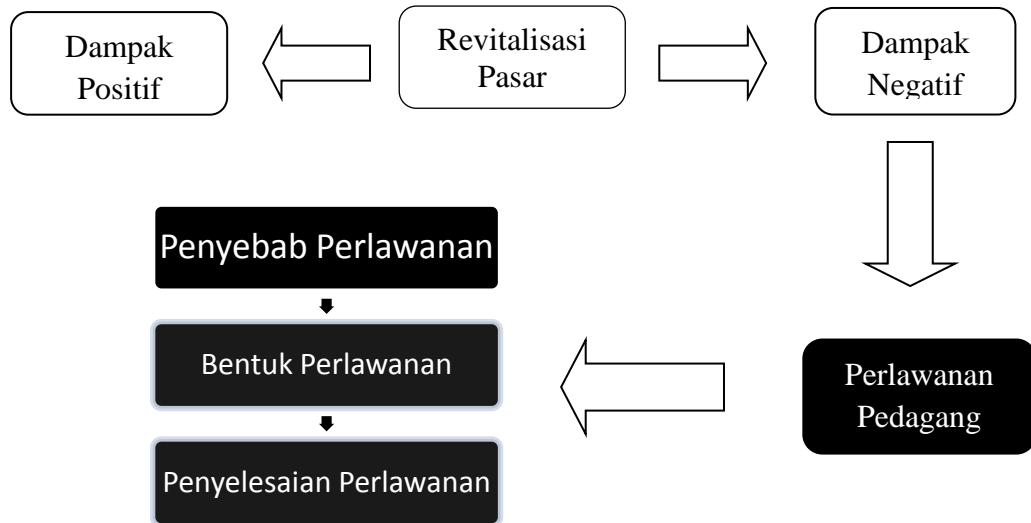
1. resolusi konflik melalui pengadilan
2. resolusi konflik melalui proses atau pendekatan legislasi
3. resolusi konflik melalui proses administrasi
4. resolusi perselisihan alternatif.

Dalam mencapai resolusi konflik pasti melalui suatu proses yang rumit. Terkait dalam permasalahan perlawanan pedagang pasca revitalisasi, proses yang digunakan adalah mediasi (Wirawan, 2009: 202). Dikatakan mediasi suatu proses karena mediasi memerlukan sumber-sumber berupa keinginan pihak yang terlibat konflik untuk menyelesaikan suatu konflik dengan bantuan mediator setelah tidak mampu menyelesaikan sendiri konflik mereka.

Mediasi memerlukan proses yang lama, terutama jika pihak-pihak yang terlibat konflik memiliki tingkat kepercayaan satu sama lain yang rendah (Wirawan, 2009: 207-211). Adapun proses mediasi meliputi:

1. Mengidentifikasi kebutuhan intervensi, dalam hal ini mediator perlu memastikan bahwa kedua belah pihak memiliki kebutuhan intervensi yang sama besarnya. Selain itu, perlu juga identifikasi terhadap ada tidaknya pihak lain dibelakang pihak yang berkonflik, jika ada perlu persetujuan untuk dilakukan mediasi.
2. Pemetaan konflik, yakni pengumpulan informasi mengenai konflik yang akan diintervensi. Informasi tersebut meliputi identifikasi pihak-pihak yang terlibat konflik dan analisis penyebab konflik
3. Menyusun desain intervensi atau rencana intervensi
4. Melakukan dengar pendapat, disini mediator memanggil pihak-pihak yang terlibat konflik untuk mendengarkan pendapat masing-masing
5. Mengembangkan iklim konflik yang kondusif
6. Transformasi elemen konflik
7. Merumuskan alternatif keputusan bersama
8. Memilih satu alternatif keputusan bersama
9. Melaksanakan kesepakatan.

1.5.2.5 Kerangka Pemikiran



Sumber: Peneliti

1.5.2.6 Operasionalisasi Konsep

Revitalisasi pasar pada hakekatnya adalah merupakan program pemerintah guna meningkatkan daya saing pasar tradisional terhadap pasar modern. Revitalisasi bukan hanya kegiatan yang meliputi pembangunan fisik tetapi, mencakup pembenahan manajemen pasar dan meningkatkan pengetahuan dasar bagi para pedagang. Selama ini, kajian dalam revitalisasi pasar masih cenderung berorientasi pada aspek ekonomi yang artinya para pelaku revitalisasi melakukan upaya tersebut guna meningkatkan pendapatan. Oleh karena itu, selama ini program revitalisasi yang dilakukan pemerintah selain menimbulkan dampak positif tetapi juga masih cenderung menimbulkan dampak negatif, diantaranya adanya perlawanan pedagang.

Perlawanan yang dilakukan oleh pedagang sebenarnya sudah tidak asing lagi dalam proyek revitalisasi pasar yang dicanangkan oleh Pemerintah. Baik perlawanan tersebut dilakukan saat masih perencanaan revitalisasi, ketika proses revitalisasi berlangsung, bahkan ketika revitalisasi pasar telah selesai. Perlawanan yang dilakukan merupakan sebuah tuntutan dimana pedagang merasa kurang puas terhadap kebijakan yang dilakukan Pemerintah atau dalam artian mereka justru menerima lebih banyak dampak negatif daripada dampak positif kebijakan revitalisasi. Akan tetapi, suatu perlawanan yang dilakukan pedagang ini belum tentu juga dilatar belakangi oleh tuntutan kaum pedagang semata. Perlawanan yang dilakukan ini bukan tidak mungkin dapat ditunggangi oleh kepentingan politik tertentu yang bertentangan dengan Pemerintah..

Revitalisasi yang dilakukan di Pasar Ir. Soekarno ini mengubah fisik bangunan pasar tradisional serupa dengan supermarket. Revitalisasi Pasar Ir. Soekarno, cenderung terfokus pada pengembangan fisik bangunan dengan melakukan peremajaan pada infrastrukturnya. Dengan fokus lebih kepada aspek fisik, setelah pasar selesai direnovasi dan pasar menjadi lebih bagus, kenyataan pada lapangan justru menunjukkan adanya perlawanan dari pedagang pasar Ir. Soekarno ini, sebagian dari mereka menolak menempati kios atau los yang telah disediakan.

Munculnya perlawanan pedagang yang terjadi pasca revitalisasi, mengindikasikan bahwa dalam revitalisasi ini belum disertai aspek pendukung lain selain seperti aspek sosial, tetapi cenderung mengutamakan aspek fisik

atau secara bangunan. Sehingga setelah renovasi yang dilakukan justru menimbulkan masalah lain terkait dengan masalah sosial, seperti pengelolaan pasar itu sendiri. Dalam hal ini pedagang melakukan suatu perlawanan. Salah satu pemicu adanya perlawanan pedagang diberitakan karena adanya kejanggalan pada tahap pembagian lokasi tempat berjualan. Banyak pedagang yang merasa kurang puas dengan lokasi yang didapat, karena dengan lokasi baru tersebut pedagang justru mengalami penurunan pendapatan. Selain itu banyak pedagang mengeluhkan dalam menempati kios tidak sesuai perjanjian semula, yakni biaya untuk balik nama jika pedagang mau menempati kios yang disediakan. Akan tetapi pada kenyataannya pedagang tetap dipungut biaya, dengan demikian pedagang merasa dirugikan. Sebab, ketika proses revitalisasi sedang dikerjakan pedagang sudah pasti mengalami penurunan pendapatan, diperparah setelah selesai bukannya kondisi ekonomi semakin meningkat justru pedagang dibebankan dengan harus menbaya biaya yang lebih besar. Hal inilah yang menyebabkan pedagang enggan untuk berjualan dilokasi yang telah ditetapkan dan justru berjualan diluar pasar.

Perlawanan yang dilakukan pedagang tersebut tidak mungkin dibiarkan berlarut-larut. Seharusnya ada pihak berusaha mempertemukan titik tengah dari perlawanan atau konflik yang terjadi ini. Adapun pihak yang diharapkan tentunya adalah Pemerintah, Pemerintah seharusnya berusaha mengambil jalan yang terbaik guna mencapai suatu resolusi konflik melalui manajemen konflik yang benar. Dalam menangani konflik perlawanan yang terjadi pada pedagang pasar ini, tentu diperlukan mediasi terlebih dahulu, dimana

Pemerintah mendengarkan bagaimana pendapat dari berbagai *stakeholder* terkait. Untuk kemudian diambil jalan tengah yang dianggap terbaik sehingga masalah ini bisa terpecahkan.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Desain Penelitian

Dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Pendekatan yang digunakan berupa deskriptif analitik dengan penjelasan secara komprehensif dari hasil wawancara dan pengamatan. Kemudian dilakukan analisis data secara terperinci, kritis dan mendalam berdasarkan fakta yang ditemukan pada lokasi penelitian.

Metode penelitian kualitatif digunakan karena pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perlawanan pedagang pasca revitalisasi pasar Ir. Soekarno melalui penolakan penempatan kios dan los. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif penelitian tidak menekankan pada generalisasi tetapi lebih fokus kepada satu kasus, sehingga peneliti dapat menangkap fenomena secara utuh sesuai dengan kondisi yang ada.

1.6.2 Situs Penelitian

Penelitian yang berfokus pada Perlawanan Pedagang Pasca Revitalisasi Pasar ini mengambil studi lapangan di pasar Ir. Soekarno, Kecamatan Sukoharjo, Kabupaten Sukoharjo.

1.6.3 Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian yang berguna sebagai informan yang memahami objek penelitian sebagai pelaku maupun orang lain. Dalam penelitian ini, informan yang akan diambil menggunakan prosedur purposive yakni informan yang dipilih sesuai criteria terpilih yang relevan. Adapun informan dalam penelitian ini adalah pedagang yang menempati kios, pedagang yang tidak mau menempati kios, Lurah Pasar Ir. Soekarno, serta Dinas Perdagangan, Koperasi dan UKM Kabupaten Sukoharjo.

1.6.4 Jenis Data

Metode penelitian yang digunakan merupakan kualitatif, maka jenis data yang dapat dikumpulkan berupa kata-kata melalui ucapan, pendapat, dan gagasan dari informan yang diperoleh melalui wawancara. Selain itu, sumber data tertulis berupa dokumen dan arsip resmi yang dimiliki pihak pemerintah serta pedagang.

1.6.5 Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dilakukan peneliti melalui wawancara dengan informan terkait dengan pokok yang diteliti. Sedangkan pada data sekunder, peneliti melakukan pengumpulan data, studi kepustakaan melalui buku-buku, perundang-undangan, serta literatur-literatur karya ilmiah yang berkaitan dengan tema penelitian.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Untuk menangkap dan memahami informasi terkait fenomena yang menjadi perhatian peneliti. Pengumpulan data dilakukan menggunakan teknik sebagai berikut:

1. Wawancara mendalam (*indepth interview*)

Guna memperoleh informasi atau data, peneliti melakukan wawancara mendalam kepada berbagai informan dengan materi wawancara yang berpedoman pada tema penelitian. Adapun informan dalam penelitian ini adalah pedagang yang menempati kios, pedagang yang tidak mau menempati kios, Lurah Pasar Ir. Soekarno, serta Dinas Perdagangan, Koperasi dan UKM Kabupaten Sukoharjo.

2. Studi dokumentasi

Dalam studi dokumentasi akan dilakukan pengumpulan data dalam bentuk dokumen tertulis. Data yang dimaksud dapat berupa perundang-undangan, hasil studi karya ilmiah terdahulu, pernyataan atau teori yang relevan dan berita-berita pada surat kabar, serta informasi lain yang relevan.

3. Bahan visual

Bahan visual digunakan sebagai bukti atau data yang memiliki makna spesifik terhadap objek atau informan penelitian. Peneliti juga menggunakan data visual seperti foto sebagai data penelitiannya.

4. Data online

Untuk memperoleh data yang lebih lengkap, maka peneliti juga mengumpulkan informasi atau data yang didapat melalui website yang terkait dengan penelitian.

1.6.7 Analisis dan Interpretasi Data

Analisis data pada penelitaian ini menggunakan dasar teknik analisis bingkai (*framing analysis*). Dalam teknik analisis data ini dilakukan dengan melihat dan menemukan *frame* atau *media package*, yakni melalui pengamatan, analisis, dan interpretasi terhadap suatu realita sosial di masyarakat. *Frame* tersebut antara lain seperti reformasi, pembangunan, kondisi rawan, perlawanan dan lain sebagainya.

Menurut Etman Qodari yang dikutip dari Sobur (2004:172) bahwa analisis bingkai dalam pemberitaan memiliki empat cara, yaitu:

1. Mengidentifikasi masalah (*problem identification*)

Identifikasi masalah dilakukan dengan pelacakan berbagai masalah yang mungkin ada. Masalah-masalah yang muncul akan didata berdasarkan lingkungan social, jenis masalah, dan peluang-peluang solusi.

2. Mengidentifikasi penyebab masalah (*causal identification*)

Hal ini dilakukan melalui kategorisasi penyebab masalah, serta faktor-faktor pendukung yang berada disekitar penyebab masalah itu sendiri.

3. Melakukan evaluasi moral (*moral evaluation*)

Evaluasi moral dilakukan dengan penilaian terhadap penyebab-penyebab masalah.

4. Melakukan saran penanggulangan masalah (*treatment recommendation*)

Dilakukan dengan menawarkan beberapa alternative penanggulangan masalah dan kemungkinan prediksi hasil penanggulangan masalah.

1.6.8 Kualitatif Data (*Goodness Criteria*)

Untuk meyakinkan keabsahan suatu data yang digunakan, maka dilakukan triangulasi sumber serta penggunaan bahan referensi sebagai pendukung peneliti ketika mengumpulkan data dari informan. Menurut Burhan Bungin (2007: 264-265), triangulasi sumber dilakukan melalui perbandingan, dengan harapan adanya persamaan atau alasan-alasan terjadinya perbedaan (Moleong, 2006: 330, Bardiansyah, 2006: 145). Perbandingan dilakukan dengan mengecek tingkat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan metode yang berbeda dalam metode kualitatif yang dilakukan (Paton, 1987):

1. membandingkan data hasil pengamatan dengan wawancara
2. membandingkan apa yang dikatakan didepan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi
3. membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu

4. membandingkan keadaan dan prespektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang lain
5. membandingkan suatu wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.