ANALISIS KEBIJAKAN PEMERINTAH DAERAH DALAM PENGEMBANGAN PASAR TRADISIONAL UNTUK MENINGKATKAN PELAYANAN KONSUMEN

(Studi Kasus: Pasar Padang Luar Kecamatan Banuhampu Kab. Agam)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Islam
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Oleh :

RIKHA APRILIA PURNAMA SARI
3213.160

JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BUKITTINGGI
TAHUN 2017 M / 1438 H

ANALISIS KEBIJAKAN PEMERINTAH DAERAH DALAM PENGEMBANGAN PASAR TRADISIONAL UNTUK MENINGKATKAN PELAYANAN KONSUMEN

(Studi Kasus: Pasar Padang Luar Kecamatan Banuhampu Kab. Agam)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Islam
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Oleh :

RIKHA APRILIA PURNAMA SARI
3213.160

JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BUKITTINGGI
TAHUN 2017 M / 1438 H

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tanngan di bawah ini :

Nama/Nim	: RIKHA APRILIA PURNAMA SARI / 3213.160
Tempat/Tanggal Lahir	: Bukittinggi/ 14 April 1995
Fakultas/Jurusan	: FEBI/ Ekonomi Islam
Judul Skripsi	: Analisi Kebijakan Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Pasar Tradisional untuk Meningkatkan Pelayanan Konsumen (studi kasus: pasar padang luar kecamatan banuhmpu kabupaten agam)

Menyatakan dengan sesungguhnya karya ilmiah (skripsi tugas akhir) dengan judul diatas adalah benar asli karya penulis. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya sendiri, maka penulis bersedia diproses sesuai dengan hukum yang berlaku dengan gelar kesarjanaan penulis dicopot sampai batas waktu yang tidak ditentukan.

Demikian surat pernyataan ini di buat dengan sesungguhnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Bukittinggi 28 Juli 2017

Penulis

METERAI TEMPEL

RIKHA APRILIA PURNAMA SARI

NIM : 3213.160

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing skripsi atas nama **Rikha Aprilia Purnama Sari NIM. 3213.160** dengan judul **" Analisis Kebijakan Pemerintah dalam Pengembangan Pasar Tradisional untuk Meningkatkan Pelayanan Konsumen (Studi Kasus Pasar Padang Luar Kecamatan Banuhampu Kabupaten Agam)"**, memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan ke Sidang Munaqasah.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Bukittinggi, 27 juli 2017

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Iiz Izmuddin, MA	**Hj. Zulhelmi, SE, MM**
NIP. 197503032001121007	**NIP. 196404222014112001**

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi yang berjudul **"ANALISIS KEBIJAKAN PEMERINTAH DAERAH dalam PENGEMBANGAN PASAR TRADISIONAL untuk MENINGKATKAN PELAYANAN KONSUMEN " (Studi Kasus Pasar Padang Luar Kecamatan Banuhampu Kabupaten Agam)"** yang disusun **oleh Rikha Aprilia Purnama Sari, NIM. 3213. 160** telah diuji dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bukittinggi, pada hari Minggu tanggal 10 September 2017 dan dinyatakan dapat diterima sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Jurusan Ekonomi Islam Program Studi Ekonomi Islam.

Bukittinggi, 13 September 2017

KETUA

Era Sonita, SE, M.Si
NIP. 19711025200312200 2

Tim Penguji,

Era Sonita, SE, M.Si
NIP. 19711025200312200 2

Yefri Joni, MA
197602062003121004

Dr. Iiz Izmuddin, MA
NIP. 197503032001112110 07

Hj. Zulhelmi, SE, MM
196404222014112001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi

H. Harlandi, SE, M.Si
NIP. 196211101999031001

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirabbil'alamin. Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT, yang telah senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis telah dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **"Analisis Kebijakan Pemerintah dalam Pengembangan Pasar Tradisional untuk Meningkatkan Pelayanan Konsumen (Studi Kasus Pasar Padang Luar Kecamatan Banuhampu Kabupaten Agam)"**. Kemudian shalawat beriringan salam senantiasa kita mohonkan kepada-Nya agar selalu tercurah kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW yang telah menyampaikan risalah-Nya kepada kita sehingga menjadikan kita menjadi manusia beradab dan berilmu pengetahuan.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menghadapi berbagai macam halangan dan rintangan. Namun, penulisan skripsi ini dapat penulis selesaikan berkat bantuan dan bimbingan dengan penuh ketulusan dan keikhlasan dari beberapa pihak. Maka, penulis mengucapkan terimakasih yang tak terhingga, pertama sekali kepada orang tua tercinta, Ayahanda **Nasril,** Ibunda **Rahma Dewi** yang telah membesarkan penulis dengan penuh kasih sayang, kesabaran dan pengorbanan.

Penulisan skripsi ini tidak akan terlaksana dengan baik tanpa ada dukungan dan bantuan dari pihak lain. Oleh karena itu, izinkan penulis mengucapkan rasa syukur kepada orang-orang yang telah berjasa dalam penyelesaian skripsi ini diantaranya:

1. Ibu **Dr. RidhaAhida, M.Hum** selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi, Bapak **Harfandi, SE, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta Bapak **Yefri Joni, MA** selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam yang telah memberikan fasilitas kepada penulis untuk menuntut ilmu di IAIN Bukittinggi.
2. Bapak **Dr. Iiz Izmuddin, MA** selaku pembimbing I dan ibuk **Hj. Zulhelmi, SE, MM** selaku Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan menyumbangkan buah pikiran untuk memberikan arahan dan bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.

3. Ibuk **Era Sonita SE, M.Si** selaku Pembimbing Akademik (PA) yang telah memberikan nasehatnya demi kelancaran proses belajar penulis.
4. Bapak dan Ibu Dosen IAIN Bukittinggi yang juga memberikan masukan dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
5. Bapak kepala beserta staf perpustakaan IAIN Bukittinggi yang telah menyediakan fasilitas peminjaman buku yang penulis butuhkan dalam penulisan skripsi ini.
6. Bapak Nofaldi, selaku dinas pengelola pasar padang luar dan pedagang pasar yang telah membantu penulis dengan memberikan informasi pada penelitian yang penulis lakukan. Sehingga mendapatkan data dan semua keperluan penulis mengenai masalah yang penulis teliti.
7. Untuk Sahabat-sahabat Diana Lestari, Rizka Fadhila, Siti Hajar, dan Tiara Wila Ersananda
8. Kepada Nun dan Rahma Patria yang memberikan semangat bagi penulis.
9. Sahabat-sahabat penulis **Prodi Ekonomi Islam angkatan 2013** khususnya EI.D yang selalu memberikan semangat dan juga bantuan dalam penyelesaian skripsi ini.

Selanjutnya penulis juga mengucapkan terimakasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyelesaian penulisan skripsi ini. Penulis berdo'a dan berharap kepada Allah SWT semoga amal dan kebaikan kita semua diridhai oleh Allah SWT dan bernilai ibadah di hadapan-Nya.

Dengan segala kerendahan hati, penulis sajikan karya tulis dalam bentuk skripsi dengan harapan bisa bermanfaat bagi kita semua serta dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan.

Bukittinggi, Juli 2017

Penulis

Rikha Aprilia Purnama Sari

3213.160

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAANPERSETUJUAN PEMBIMBING

KATA PENGANTAR ..... **i**

DAFTAR ISI ..... **iii**

DAFTAR TABEL ..... **v**

ABSTRAK ..... **vi**

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Indentifikasi Masalah 7

C. Rumusan Dan Batasan Masalah 8

D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian 8

E. Penjelasan Judul 9

F. Kajian Terdahulu 11

G. Sistematika Penulis 12

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kebijakan 14

B. Pasar 23

C. Pengembangan Pasar Tradisional 34

D. Pelayanan Konsumen 39

BAB III METEDOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian 47

B. Lokasi dan Waktu Penelitian 48

C. Sumber Data 48

D. Informan Penelitian 50

E. Teknik Pengumpulan Data 50

F. Teknik Analisis Data 52

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Pasar Nagari Padang Lua 55

B. Hasil Penelitian dan Pembahasan..... 64

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 77

B. Saran 77

DAFTAR KEPUSTAKAA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Data Sarana dan Prasarana Pasar 58

ABSTRAK

Skripsi ini disusun oleh **Rikha Aprilia Purnama Sari**, **No. BP/Nim3213.160** program studi strata (S1) Ekonomi Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi yang berjudul **"Analisis Kebijakan Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Pasar Tradisional untuk Meningkatkan Pelayanan Konsumen" (Studi Kasus Pasar Padang Luar, Kecamatan Banuhampu Kabupaten Agam)**.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh permasalahan bagaimana kebijakan pemerintah daerah dalam pengembangan pasar tradisional. Permasalahan umum yang terjadi pada pasar tradisiona adalah buruknya segifisik, fasilitas sarana-prasarana sampai lemahnya manajemen pengelolaan. Untuk menghadapi persaingandengan pasar modern, pasar-pasar tradisional milik pemerintah melakukan upaya-upayaperbaikan untuk mengoptimalkan kembali fungsi pasar.penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kebijakan pemerintah daerah dalam pengembangan pasar tradisional untuk meningkatkan pelayanan konsumen.

Jenis penelitian ini bersifat field research (penelitian lapangan) dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi dan wawancara. Adapun informan penelitian dalam penelitian ini adalah 1 orang Dinas Pengelola Pasar sebagai informan kunci, dan 10 orang pedagang sebagai informan pendukung. Teknik analisis data yang digunakan adalah pendekatan deskriptif yang mengungkapkan fakta dan keadaan yang terjadi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan revitalisasi Pasar Padang Lua dilaksanakan dengan baik.Pelaksanaan kebijakan revitalisasi telah membawa perubahan yang lebih baik dalam pola hidup bersih dan sehat pedagang. Namun masih terdapat beberapa kekuranganpada peningkatan kebersihan lingkungan,dan pengamanan dan ketertiban serta masih terdapat hubungan yang kurang baik antara pedagang dan pengelola pasar yang mengakibatkan kurang baiknya respon terhadap masalah yang dikeluhkan oleh masyarakat.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemerintah memiliki kedudukan dan peranan penting dalam ekonomi Islam. Eksistensi peran pemerintah dalam sistem ekonomi Islam bukan semata karena adanya kegagalan pasar dan ketidaksempurnaan pasar. Pemerintah adalah pemegang amanah Allah dan Rasul-Nya serta amanah masyarakat untuk menjalankan tugas-tugas dalam mewujudkan kesejahteraan dan keadilan (al-adl wal ihsan) bagi seluruh umat. Secara umum peranan pemerintah ini akan berkait dengan upaya mewujudkan konsep pasar yang Islami dan mewujudkan tujuan ekonomi Islam secara keseluruhan.[1]

Untuk lebih menjaga sebuah mekanisme pasar sesuai dengan fungsinya dan memastikan bahwa pasar berfungsi sebagaimana yang diinginkan Islam, dimana kemashlahatan terdistribusi secara maksimal, kesejahteraan dirasakan setiap jiwa yang ada dibawah sistem tersebut, maka diperlukan sebuah pengawasan yang baik yaitu direpresentasikan dengan adanya lembaga pengawasan pasar yang dikenal dengan al-Hisbah. Al-Hisbah secara etimologis berarti menghitung, berfikir, memberikan opini, pandangan dan lain-lain. Sedangkan secara secara istilah Ibnu Taimiyah mendefinisikan Al-Hisbah sebagai lembaga yang bertujuan untuk memerintahkan apa yang disebut sebagai kebaikan (al-ma'ruf) dan mencegah apa yang secara umum disebut sebagai keburukan (al-munkar) didalam wilayah yang menjadi kewenangan pemerintah untuk mengaturnya, mengadili dalam wilayah umum-khusus lainnya, yang tidak bisa dijangkau oleh institusi biasa.

[1] http://www.artikelekonomi.net/2012/peran-dan-fungsi-pemerintah-di-bidang-ekonomi di akses pada tanggal 04-03-2017 jam 19.02 wib

Hisbah secara etimologi adalah masdar yang berarti menghitung atau mengira. Hisbah juga mempunyai pengertian upa, balasan dan pahala yang diharapkan dari Allah Swt. Secara terminologi Ibn Taimiyah mendefinisikan hisbah merupakan lembaga yang mempunyai wewenang untuk menegakkan *amr ma'ruf nahy munkar* yang bukan termasuk wewenang umara (penguasa).[2] Hisbah menurut Imam Mawardi dan Abu Ya'la Merupakan sistem untuk memerintahkan yang baik dan adil jika kebaikan dan keadilan secara nyata dilanggar atau tidak dihormati, selain itu lembaga ini juga melarang kemungkaran dan ketidakadilan ketika hal tersebut secara nyata sedang dilakukan. Hisbah mulai dilembagakan secara resmi pada masa pemerintahan Ummar bin Khattab dengan cara "menunjuk seorang perempuan untuk mengawasi pasar dari tindakan-tindakan penipuan".[3]

Adapun Landasan Al-Hisbah terdapat dalam Surat Ali Imran ayat 104:

وَلْتَكُن مِّنكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى ٱلْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِٱلْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ ٱلْمُنكَرِ ۚ وَأُوْلَٰٓئِكَ هُمُ ٱلْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Artinya: *Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung.*

Pasar tradisional di Indonesia merupakan salah satu sektor yang memiliki posisi yang strategis dalam pembangunan perekonomian di Indonesia. Kestrategisan fungsi dan peran pasar tradisional dalam perekonomian daerah, juga ditunjukkan dari kontribusinya dalam Pendapatan Asli Daerah (PAD). Posisi yang sangat strategis dari eksistensi pasar tradisional, pasar merupakan wadah utama bagi penjualan produk-produk berskala ekonomi rakyat seperti petani dan pedagang. Pada sisi lain, eksistensi pasar tradisional yang terkesan kumuh, dagangan yang

[2] Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada), hlm. 175

[3] http://sahabat-amrin.blogspot.com/2011/03/al-hisbah-dan-aplikasinya-di-indonesia.html diakses pada tanggal 04-03-2017 pada jam 19. 05 wib

kurang higienis, dan masih rendahnya kesadaran pedagang untuk mengembangkan usahanya. Selain itu, pengelolaan pasar tradisional di Indonesia masih semrawut dan kurang memuaskan, dan akibatnya pasar tradisional kehilangan daya saingnya.

Menurut Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang pemerintahan daerah menjelaskan bahwa pemerintah daerah memiliki kekuasaan eksekutif didaerah untuk mengatur, mengurus, mengelola pelaksanaan rumah tangga yang disebut dengan otonomi daerah. Menurut pasal 12 Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 menyebutkan beberapa uruusan wajib yang diserahkan kepada pemerintah daerah dalam bidang ekonomi dan sosial yaitu :

1. Pelayanan dalam ketentraman, ketertiban umum, dan perlindungan masyarakat dan sosial.
2. Pemberdayaan masyarakat dan Desa
3. Koperasi usaha kecil, dan menengah, penanaman modal.[4]

Sehubungan dengan tugas pemerintah daerah dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat dibidang ekonomi dan sosial, pemerintah daerah harus menfasilitasi keberadaan pasar, karena pasar merupakan lembaga yang paling penting dalam institusi ekonomi daerah.

Pasar adalah pemenuhan kebutuhan pokok yang sangat mendasar dalam bentuk barang dan jasa, baik kebutuhan primer maupun kebutuhan sekunder. Masyarakat di daerah sangat membutuhkan pasar tradisional dari pada pasar modern, karena pasar tradisional tersebut sebagai salah satu tempat pendistribusian hasil lahan pertanian dan perkebunan untuk meningkatkan perekonomian mereka. Pasar tradisional sangat berperan aktif dalam perekonomian di Indonesia yang salah satunya dirasakan oleh Kabupaten Agam. Dalam rangka memanfaatkan otonomi daerah, provinsi Sumatera Barat memakai sistem Pemerintahan

[4] Undang Undang Republik Indonesia Nomor 23 tahun 2014 *Tentang Pemerintahan Daerah* Bab IV

Nagari. Pemerintahan Nagari adalah penyelenggaraan urusan Pemerintahan yang dilaksanakan oleh Pemerintah Nagari.

Pasar tradisional dalam pemerintahan Nagari yaitu pasar yang dimiliki oleh pemerintah daerah atau pemerintah Nagari. Secara nasional, kebijakan pemerintah mengenai pengembangan pasar dapat dicermati dalam Peraturan Presiden No. 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional [5]. Dalam Peraturan Daerah Kabupaten Agam No. 12 tahun 2007 tentang Pemerintahan Nagari pasal 92 menyatakan bahwa pasar nagari merupakan salah satu kekayaan nagari, kekayaan nagari merupakan barang bergerak dan barang tidak bergerak yang dicatat dalam buku inventaris nagari dan dimanfaatkan untuk penyelenggarakan pemerintahan nagari.[6] Untuk meningkatkan pasar tradisional telah tercantum dalam Peraturan Derah Kabupaten Agam Nomor 1 tahun 2014 tentang Pengelolaan pasar serta rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Perindustrian Perdagangan tahun 2010-2015. [7]

Kecamatan Banuhampu mempunyai salah satu pasar yang tingkat perdagangan tinggi dengan hasil pertanian banyak serta memiliki perputaran uang dan juga pengunjung yang sangat tinggi sehingga terjadinya kontak sosial dan kontak budaya dari berbagai daerah. Pasar ini dinamakan Pasar Padang Lua yang terdapat di Nagari Padang Lua. Kondisi pasar padang lua pasa saat sekarang ini sangat memprihatinkan baik fisik maupun non fisik. Jika dilihat dari aspek fisik bangunan pasar ini sudah banyak yang rusak, perlu dilakukan pembaharuan bangunan, serta perluasan pasar karena dengan sempitnya lahan tersebut, para pedagang membongkar barang dagangan dipinggiran jalan, tidak adanya lahan parkir mobil, pedagang

[5] Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional

[6] Peraturan Daerah Kabupaten Agam *Tentang Pemerintahan Nagari* Bab VIII Pasal 92

[7] Peraturan Daerah Kabupaten Agam *Tentang Pengelolaan Pasar*

memparkirkan mobilnya memakan badan jalan sehingga setiap hari pasar terjadinya macet di sepanjang pasar.

Sedangkan dilihat dari segi non fisik pasar ini menguntungkan dan mensejahterakan kehidupan masyarakat sekitar, karena pasar ini dapat menciptakan lapangan pekerjaan, serta juga merupakan aset nagari yang dapat meningkatkan pendapatan asli Nagari yang harus dijaga dan dikelola dengan baik. Pemerintah daerah maupun pengurus pasar selaku memberi pelayanan publik harus membuat keputusan untuk dapat memenuhi apa yang dibutuhkan oleh masyarakat pasar dibidang ekonomi.

Pada aspek sosial pasar ini sering terjadi konflik antar pedagang, terganggunya kenyamanan, keamanan, dan ketertiban sosial karena sangat sempitnya lahan, penuh sesak, masih banyak pedagang yang berjualan ditempat-tempat yang tidak boleh ditempati seperti pada terminal pasar, pinggiran jalan yang berakibat macet dan terganggunya arus lalu lintas, hal tersebut disebabkan oleh kurangnya penataan dan keteraturan pedagang dari pengurus pasar.

Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil Menengah Perindustrian dan Perdagangan mempunyai peranan penting dalam perumusan kebijakan teknis dalam pengembangan pasar. Hal ini terlihat bahwa dalam pengembangan pasar Padang Luar, Pemerintah Daerah dan pengelola pasar tersebut belum menemukan keputusan alternatif dalam mengatasi masalah yang ada di pasar. Untuk itu dibutuhkan Pemerintah dan pengurus pasar yang handal sebagai pemberian pelayanan publik yang baik kepada masyarakatnya. Jika tidak juga dilakukan pengembangan pasar baik dari segi fisik maupun non fisik pada Pasar Padang Luar, maka masyarakat akan sangat dirugikan sebab mereka takut kehilangan pelanggan, kehilangan pekerjaan, serta

kehilangan kepercayaan kepada pemerintah selaku pemberi pelayanan publik yang harus mementingkan dan memenuhi kebutuhan masyarakat.

Kebijakan pengembangan pasar tradisional memang perlu dilakukan, karena hal ini merupakan amanat dari pasal 33 dalam UUD 1945, yang menyebutkan bahwa perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berpihak pada rakyat. Dengan demikian untuk dapat mengelola dan mengembangkan pasar tradisional, perlu dibuat kebijakan pengembangan pasar yang sesuai dan dengan memperhatikan faktor internal dan eksternal. [8]

Dengan demikian kebijakan ini harusnya mendapat perhatian lebih supaya dapat membuahkan hasil yang maksimal. Karena pasar tradisional adalah salah satu titik tumpu perekonomian masyarakat apabila pengembangannya kurang maksimal maka akan sangat berpengaruh pada kesejahteraan yang berada di lingkungan tersebut, terutama para pelaku ekonomi yang berjualan di pasar tersebut.

Berdasarkan uraian mengenai latar belakang di atas, Pemerintah sebagai pengelola dan pemegang kebijakan mengenai Pasar Tradisional di wilayahnya, melalui organisasi perangkat daerah terkait memiliki peranan penting dalam mempertahankan keberlangsungan Pasar Tradisional. Oleh karena itu, Penulis tertarik untuk melakukan penelitian terkait hal tersebut dengan judul **"Analisis Kebijakan Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Pasar Tradisional Padang Luar untuk Meningkatkan Pelayanan Konsumen (Studi Kasus Pasar Padang Luar Kec. Banuhampu Kab. Agam) " .**

B. Identifikasi Pasar

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah di atas, maka masalah-masalah yang akan diteliti pada penelitian ini yaitu :

1. Peran pemerintah dalam kebijakan pengembangan pasar tradisional.

[8] Undang Undang Dasar 1945

2. Kurang terwujudnya keamanan, ketertiban dan kebersihan di pasar menyebabkan timbulnya ketidaknyamanan bagi pedagang dan pembeli
3. Jumlah pasar tradisional menurun, seiring dengan meningkatnya jumlah pasar modern.

C. Rumusan Masalah dan Batasan Masalah

1. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah di atas maka dapat dikemukakan rumusan masalah yaitu “Bagaimana Kebijakan Pemerintah dalam Pengembangan Pasar Tradisional untuk Meningkatkan Pelayanan Konsumen (Studi Kasus : Pasar Padang Luar Kec. Banuhampu Kab. Agam) “ .

2. Batasan Masalah

Berdasarkan permasalahan latar belakang di atas dan begitu luasnya masalah serta disebabkan karena keterbatasan biaya, dana dan waktu, maka penulis membatasi penelitian ini pada Kebijakan Pemerintah dalam Pengembangan Pasar Tradisional untuk Meningkatkan Pelayanan Konsumen

D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut di atas, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui Kebijakan Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Pasar Tradisional untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Praktis

1) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan awal bagi peneliti berikutnya dalam melakukan penelitian selanjutnya dan dapat dijadikan tambahan pengetahuan konsumen pada pasar tradisonal
2) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai kebijakan Pemerintah dalam mengelola, dan mengatur Pasar Tradisional. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi masukan bagi Pemerintah Daerah dalam melaksanakan kebijakan yang telah ada maupun sebagai bahan pertimbangan dalam penyusunan kebijakan-kebijakan mengenai Pasar Tradisional ke depan.

b. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan tentang pentingnya Kebijakan Pemerintah dalam Pengembangan Pasar Tradisional

E. Penjelasan Judul

Dalam pembahasan ini tentu harus memberikan penjelasan pada penelitian untuk memperoleh suatu gambaran yang jelas untuk menghindari pengertian yang salah tentang apa yang dimaksud dengan judul ini. Adapun judul dari penelitian ini adalah Kebijakan Pemerintah dalam Pengembangan Pasar Tradisional.

Analisis : Penyelidikan terhadap suatu peristiwa (sebab musabah, duduk perkaranya).[9]

Kebijakan Pemerintah : Kebijakan (policy) seringkali penggunaannya dipertukarkan dengan istilah tujuan (goals) program, keputusan, undangundang, ketentuan-

[9] Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta : Balai Pustaka, 1990), hal. 48

ketentuan, usulan-usulan dan rancangan-rancangan.yang di buat oleh pemerintah pada suatu negara atau daerah.[10]

Pengembangan : Rancangan mengembangkan sesuatu yang sudah ada dalam rangka meningkatkan kualitas lebih maju.

Pasar Tradisional : Tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adannya transaksi penjual pembeli secaara langsung dan biasanya ada proses tawar menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios, los, dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar.[11]

Pelayanan Konsumen : Bentuk pemberian layanan atau servis yang diberikan kepada pelanggan atau konsumen.

F. Kajian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah kumpulan hasil-hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu dan mempunyai kaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Kajian penelitian mengenai strategi pemasaran telah banyak dikaji oleh peneliti terdahulu, penelitian yang berkaitan dengan pengembangan pasar di antaranya:

[10] Taufiqurakhman, *Kebijakan Publik , (Jakarta : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Moestopo Beragama (Pers)*, 2014), hal 03

[11] Yogas09.student.ipb.ac.id/gambaran-umum-pasar-tradisionaL diakses pada tanggal 25 mei 2017

Pertama, Abdul halik yang meneliti tentang *Peran Pemerintah Kota Serang dalam Kebijakan Pengembangan Pasar Tradisional* dengan menggunakan metode kualitatif. Dari hasil penelitian ini menunjukan bahwa penulis membahas peran atau keterlibatan *stakeholders* dalam kebijakan pengembangan pasar tradisional di Kota Serang adalah: (a) AMP Kota Serang terlibat/berperan sebagai penerima informasi, (b) Disperindagkop serta Bappeda Kota Serang terlibat/berperan sebagai pengambil keputusan, dan (c) UPTD Pasar, DTK, BLHD, dan DPKD Kota Serang terlibat/berperan sebagai pemberi pertimbangan.[12]

Anis Sumaria yang meneliti tentang *Kebijakan Pemerintah dalam Penataan Keberadaan Pasar Tradisional Di Kabupaten Klaten*. Hasil dari penelitian ini adalah dalam penataan pasar tradisional adanya dukungan dari Pemerintah Daerah Kabupaten Klaten berupa payung hukum pearturan daerah dan anggaran dari APBD yang dipergunakan untuk upaya revitalisasi pasar tradisional secara bertahap, serta adanya bantuan permodalan tanpa jaminan dari pihak perbankan kepada pedagang pasar tradisional.[13]

Ahmad Izudin yang meneliti tentang *Kebijakan Pemerintah Tentang Pasar Tradisional Di Bantul.* Penelitian ini memiliki fokus pada kebijakan (secara umum) Pemkab Bantul tentang pasar tradisional. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah Pemerintah Kabupaten Bantul memiliki dua buah kebijakan tentang pasar tradisional. Yang pertama adalah kebijakan pembatasan minimarket di Kabupaten Bantul dan yang kedua adalah kebijakan revitalisasi pasar tradisional di Kabupaten Bantul.[14]

---

[12] Abdul Halik, " Peran Pemerintah Kota Serang dalam Kebijakan Pengembangan Pasar Tradisional ". *Jurnal Bina Praja*. Vol. 6 No. 2 (Jakarta: Juni 2014), hal, 84

[13] Anis Sumaria, "*Kebijakan Pemerintah dalam Penataan Keberadaan Pasar Tradisional Di Kabupaten Klaten", (Skripsi Sarjada pada UMS, 2014),* Hal. 13

[14] Ahmad Izudin, " *Kebijakan Pemerintah Tentang Pasar Tradisional Di Bantul*", (Skripsi UIN Sunan Kalijaga, 2011), hal. 7

Sedangkan yang ditulis oleh peneliti saat ini adalah Kebijakan pemerintah dalam pengembangan pasar tradisional , studi kasus pasar tradisional padang luar kec. Banuhampu kab. Agam.

G. Sistematika Penulisan

Untuk mendapatkan gambaran yang utuh dan jelas tentang judul penelitian, maka penulis membuat sistematika penulisan proposal ini tersusun menjadi 5 (lima) bab yang terdiri dari:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan latar belakang masalah, indentifikasi masalah, rumusan dan batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penjelasan judul, metode penelitian dan sistematika penulis.

BAB II : LANDASAN TEORI

Mengemukakan tentang kebijakan, pasar, pengembangan pasar tradisional dan pelayanan konsumen.

BAB III : METEDOLOGI PENELITIAN

Merupakan metodologi penelitian yang di dalamnya terdapat pembahasan tentang jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian,sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Merupakan hasil penelitian yang di dalamnya terdapat gambaran umum mengenai pasar yang penulis teliti nantinya.

BAB V : KESIMPULAN

Yang terdiri kesimpulan dari keseluruhan pembahasan skripsi ini dan sekaligus memberikan saran-saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kebijakan

1. Kebijakan Publik

Secara etimologis, istilah kebijakan atau policy berasal dari bahasa Yunani "polis" berarti negara, kota yang kemudian masuk ke dalam bahasa Latin menjadi "politia" yang berarti negara. Akhirnya masuk ke dalam bahasa Inggris "policie" yang artinya berkenaan dengan pengendalian masalah-masalah publik atau administrasi pemerintahan.

Istilah "kebijakan" atau "policy" dipergunakan untuk menunjuk perilaku seorang aktor (misalnya seorang pejabat,suatu kelompok maupun suatu badan pemerintah) atau sejumlah aktor dalam suatu bidang kegiatan tertentu. Pengertian kebijakan seperti ini dapat kita gunakan dan relatif memadai untuk keperluan pembicaraan-pembicaraan biasa, namun menjadi kurang memadai untuk pembicaraan pembicaraan yang lebih bersifat ilmiah dan sistematis menyangkut analisis kebijakan publik. Sedangkan kata publik (public) sendiri sebagian mengartikan negara.[1]

Namun demikian, kebijakan publik (public policy) merupakan konsep tersendiri yang mempunyai arti dan definisi khusus. Definisi kebijakan publik menurut para ahli sangat beragam. Salah satu definisi mengenai kebijakan publik diberikan oleh Robert Eyestone. Ia mengatakan bahwa "secara luas" kebijakan publik dapat didefinisikan sebagai "hubungan satu unit pemerintah dengan lingkungannya". Definisi lain diberikan oleh Thomas R Dye mengatakan "bahwa kebijakan publik adalah apapun yang dipilih oleh pemerintah untuk dilakukan dan tidak dilakukan". Richard Rose menyarankan bahwa kebijakan publik

[1] Tatik Setyorini, *Kebijakan PEMKAB Bantul dalam Menangani Menjamurnya Toko Modern*, Skripsi, UIN Sunan Kalijaga, 2011

hendaknya dipahami sebagai “serangkaian kegiatan yang sedikit banyak berhubungan beserta konsekuensi konsekuensinya bagi mereka yang bersangkutan daripada sebagai suatu keputusan sendiri”

Kebijakan dapat diwujudkan dengan berbagai cara seperti pembuatan Peraturan UU, Perencanaan Kegiatan, dan aneka intervensi terhadap ekonomi/sosial masyarakat. Karena kebijakan itu merupakan tindakan dan keputusan pemerintah maka kebijakan tersebut dicirikan dengan kekuasaan yang didominasi oleh pemerintah serta sesuai hukum dan wewenang pemerintah.[2]

Selain definisi tersebut, Amara Raksasataya mengemukakan kebijakan sebagai suatu taktik dan strategi yang diarahkan untuk mencapai suatu tujuan. Oleh karena itu suatu kebijakan memuat tiga elemen yaitu :

1) Identifikasi dari tujuan yang ingin dicapai
2) Taktik atau strategi dari berbagai langkah untuk mencapai tujuan yang diinginkan
3) Penyediaan berbagai input untuk memungkinkan pelaksanaan secara nyata dari taktik atau strategi

Dalam pembuatan kebijakan hendaknya didasarkan pada analisis kebijakan yang baik, sehingga dapat menghasilkan kebijakan yang baik pula. Analisis kebijakan adalah suatu bentuk analisis yang menghasilkan dan menyajikan informasi sedemikian rupa sehingga dapat memberi landasan dari para pembuat kebijakan dalam membuat keputusan. Analisis kebijakan meneliti sebab, akibat dan kinerja kebijakan publik. Kebijakan didasarkan pada masalah yang ada di daerah, selanjutnya kebijakanharus secara terus menerus dipantau, direvisi dan ditambah agar tetap memenuhi kebutuhan yang terus berubah.

---

[2] Taufiqurakhman, *Kebijakan Publik , (Jakarta : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Moestopo Beragama (Pers)*, 2014), hal 05

Analisis kebijakan tidak diciptakan untuk membangun dan menguji teori teori deskriptif yang umum namun mengkombinasikan dan mentransformasikan substansi dan metode beberapa disiplin ilmu sehingga menghasilkan informasi yang relevan dengan kebijakan yang digunakan untuk mengatasi masalah-masalah publik. Analisis kebijakan juga meliputi evaluasi dan rekomendasi kebijakan. Analisis kebijakan diharapkan untuk menghasilkan informasi mengenai :

(1) Nilai yang pencapaiannya merupakan tolok ukur utama untuk melihat apakah masalah telah teratasi,

(2) fakta yang keberadaannya dapat membatasi atau meningkatkan pencapaian nilai-nilai, dan

(3) tindakan yang penerapannya dapat menghasilkan pencapaian nilai-nilai.

Menurut Winarno ada tiga hal pokok yang perlu diperhatikan dalam analisis kebijakan, yakni:

1) Fokus utamanya adalah mengenai penjelasan kebijakan bukan mengenai anjuran kebijakan yang pantas.
2) Sebab sebab dan konsekuensi dari kebijakan-kebijakan publik diselidiki dengan teliti dan dengan menggunakan metodologi ilmiah.
3) Analisis dilakukan dalam rangka mengembangkan teoriteori umum yang dapat diandalkan tentang kebijakan-kebijakan publik dan pembentuknya. Sehingga dapat diterapkannya terhadap lembaga-lembaga dan bidang-bidang kebijakan yang berbeda. Dengan demikian analisis kebijakan dapat bersifat ilmiah dan relevan bagi masalah-masalah politik dan sosial.

2. Implementasi Kebijakan

Implementasi kebijakan publik merupakan proses kegiatan adminsitratif yang dilakukan setelah kebijakan ditetapkan dan disetujui. Kegiatan ini terletak di antara perumusan kebijakan dan evaluasi kebijakan. Implementasi kebijakan mengandung logika *topdown*, maksudnya menurunkan atau menafsirkan alternatif-alternatif yang masih abstrak atau makro menjadi alternatif yang bersifat konkrit atau mikro.

Fungsi Implementasi kebijakan adalah untuk membentuk suatu hubungan yang memungkinkan tujuan atau sasaran kebijakan negara diwujudkan sebagai suatu *outcome.* Implementasi merupakan salah satu tahap dalam proses kebijakan publik. Biasanya implementasi dilaksanakan setelah sebuah kebijakan dirumuskan dengan tujuan yang jelas. Implementasi adalah suatu rangkaian aktifitas dalam rangka menghantarkan kebijakan kepada masyarakat sehingga kebijakan tersebut dapat membawa hasil sebagaimana yang diharapkan.

Rangkaian kegiatan tersebut mencakup persiapan seperangkat peraturan lanjutan yang merupakan interpretasi dari kebijakan tersebut. Misalnya dari sebuah undang-undang muncul sejumlah Peraturan Pemerintah, Keputusan Presiden, maupun Peraturan Daerah, menyiapkan sumber daya guna menggerakkan implementasi termasuk di dalamnya sarana dan prasarana, sumber daya keuangan, dan tentu saja siapa yang bertanggung jawab melaksanakan kebijakan tersebut, dan bagaimana mengantarkan kebijakan secara konkrit ke masyarakat.[3]

Implementasi kebijakan pada prinsipnya adalah cara agar sebuah kebijakan dapat mencapai tujuannya, tidak lebih dan kurang. Untuk mengimplementasikan kebijakan publik, maka ada dua pilihan langkah yang ada, yaitu langsung mengimplementasikan dalam bentuk program-program atau melalui formulasi kebijakan *derivate* atau turunan dari kebijakan tersebut. Kebijakan publik dalam bentuk undang-undang atau Peraturan Daerah adalah jenis

[3] Utami Dewi, *Pengembangan Pasar Tradisional Menghadapi Gempuran Pasar Modern di Kota Yogyakarta, Skripsi*, UNY

kebijakan yang memerlukan kebijakan publik penjelas atau sering diistilahkan sebagai peraturan pelaksanaan. Kebijakan publik yang bisa langsung dioperasionalkan antara lain Keputusan Presiden, Instruksi Presiden, Keputusan Menteri, Keputusan Kepala Daerah, Keptusan Kepala Dinas, dll. Secara khusus kebijakan publik sering dipahami sebagai keputusan pemerintah.

Daniel A. Mazmanian dan Paul A. Sabatier yang dikutip oleh Solichin Abdul Wahab, menjelaskan makna implementasi ini dengan mengatakan bahwa: memahami apa yang senyatanya terjadi sesudah suatu program dinyatakan berlaku atau dirumuskan merupakan fokus perhatian implementasi kebijakan, yakni kejadian kejadian dan kegiatan-kegiatan yang timbul sesudah disahkannya pedoman-pedoman kebijakan Negara, yang mencakup baik usaha usaha untuk mengadministrasikannya maupun untuk menimbulkan akibat/dampak nyata pada masyarakat atau kejadian-kejadian.

Pengertian implementasi di atas apabila dikaitkan dengan kebijakan adalah bahwa sebenarnya kebijakan itu tidak hanya dirumuskan lalu dibuat dalam suatu bentuk positif seperti undang undang dan kemudian didiamkan dan tidak dilaksanakan atau diimplmentasikan, tetapi sebuah kebijakan harus dilaksanakan atau diimplementasikan agar mempunyai dampak atau tujuan yang diinginkan.

Implementasi kebijakan merupakan suatu upaya untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu dengan sarana-sarana tertentu dan dalam urutan waktu tertentu. Proses implementasi kebijakan publik baru dapat dimulai apabila tujuan-tujuan kebijakan publik telah ditetapkan, program-program telah dibuat, dan dana telah dialokasikan untuk pencapaian tujuan kebijakan tersebut.

3. Kebijakan Publik dalam Islam

Kebijakan publik Islam merupakan bagian dari ekonomi makro yang bertujuan untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat (*fallah*). Peningkatan kesejahteraan masyarakat mencakup perlindungan keimanan, jiwa, akal, keturunan, dan kekayaan. Perlindungan kelima hal tersebut menjamin kepentingan sosial. Dalam konsep Islam, pemenuhan kepentingan sosial merupakan tanggung jawab pemerintah. Pemerintah mempunyai tanggung jawab dalam menyediakan, memelihara, dan menjamin terpenuhinya kepentingan sosial.

Sektor publik merupakan hal yang sangat penting. Pentingnya sektor publik tersebut dapat dilihat dari beberapa kriteria. Kriteria pertama yaitu komposisi output pengeluaran publik harus sesuai dengan keinginan konsumen. Kriteria kedua yaitu adanya preferensi pengambilan keputusan yang terdesentralisasi. Selanjutnya kriteria yang ketiga yaitu tidak menyerahkan ekonomi hanya pada kekuatan pasar, karena mekanisme pasar tidak dapat menjalankan semua fungsi ekonomi. Dengan demikian karakteristik kebijakan publik memiliki sifat mengarahkan, mengoreksi, dan melengkapi peranan mekanisme pasar. Secara lebih terperinci karakteristik-karakteristik tersebut dijelaskan sebagai berikut :

1. Untuk mencapai efisiensi pasar. Suatu kondisi dimana produksi barang sama dengan keinginan pasar. Kondisi ini mensyaratkan adanya informasi yang lengkap mengenai pasar, baik bagi produsen maupun konsumen dan peraturan pemerintah yang diperlukan untuk menjamin persyaratan kelengkapan informasi tersebut.
2. Peraturan pemerintah. Hal ini diperlukan untuk mengoreksi penyimpangan yang terjadi apabila terdapat kondisi persaingan yang tidak efisien.
3. Pertukaran barang dan jasa tertentu. Dalam mekanisme pasar perlu ada proteksi dari pemerintah untuk melindungi pelaku pasar.

4. Timbulnya masalah eksternalitas yang perlu dipecahkan oleh pemerintah melalui anggaran, subsidi, dan pajak.
5. Perlunya peran sosial yang dilakukan oleh pemerintah dalam bentuk distribusi pendapatan dan kesejahteraan dalam mekanisme pasar.
6. Untuk menjamin kesempatan kerja, stabilitas harga, dan tingkat pertumbuhan ekonomi.

Kebijakan publik yang dianut suatu negara tentu tidak terlepas dari peranan negara itu sendiri dalam mengelolanya. Dalam Islam, peranan negara merupakan bagian yang sangat penting. Tujuan dari negara Islam adalah mewujudkan maslahah kepada seluruh masyarakat tanpa terkecuali. Dengan demikian, pemerintahan negara Islam harus mengimplementasikan orientasi material dan spiritual sehingga negara akan mampu berbuat adil terhadap seluruh anggota masyarakat. Secara umum fungsi negara dalam sektor publik terbagi menjadi tiga yaitu fungsi alokasi, distribusi, dan stabilisasi.

Keterlibatan pemerintah dalam pasar bukanlah hal yang bersifat sementara atau sesaat. Ekonomi islam memandang pemerintah dalam pasar merupakan satu kesatuan dengan unit ekonomi lainnya dengan dasar yang permanen dan stabil. Dalam hal ini, pemerintah bertindak sebagai perencana, supervisor, produsen, juga sebagai konsumen.

1. Bentuk politis dalam masyarakat islam berjalan teratur dengan baik menjadi norma aktivitas ekonomi. Khususnya dalam pola konsumsi dan distribusi merupakan sekumpulan ajaran Islam dan system yang menjadi penggerak mereka. Ketika Islam tidak mempercayai dengan apa yang dikenal dengan ‘’*tangan ghaib*’’, maka produksi dan distribusi harus diorganisasikan untuk mewujudkan apa yang telah diucapkan. Pemerintah Islam akan menempatkan dirinya sebagai perencana dan pengorganisasinya.

2. Perusahaan public memainkan peranan penting dalam system ekonomi Islam. Perusahaan public yang akan melakukan distribusi dari satu pihak kepada pihak lain sehubungan dengan barang milik publik. Barang public dalam pandangan Islam bukan seperti yang dikenal ekonomi konvensional, yaitu seperti: jalan raya, sungai, namun yang dimaksud di sini adalah semua yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan public.
3. Aturan pemerintah dalam hubungannya dengan mekanisme pasar merupakan suatu hal yang sangat penting. Jaminan sosial dalam Islam adalah didasarkan pada dua hal, yaitu:
   a. Balasan pertanggung jawaban
   b. Tuntutan masyarakat atas pendapatan pemerintah

   Pertanggung jawaban merupakan salah satu tugas penting yang dibebankan kepada seorang Muslim, dan mereka akan melakukan sesuai dengan kemampuan mereka. Jaminan pemerintah atas standar hidup minimum dapat diselesaikan dengan melalui jaminan berupa zakat.

4. Poin terakhir yang berkaitan dengan keterlibatan pemerintah dalam pasar adalah berkaitan dengan fungsi supervise dan pengawasaan. Ada dua bentuk pengawasan yang dilakukan pemerintah dalam mekanisme pasar, yaitu:
   a. Kesungguhan dalam mewujudkan tujuan Negara
   b. Kontrol dilakukan oleh lembaga independen, yaitu al-hisbah yang berfungsi untuk menegakkan aturan main mekanisme pasar.

B. Pasar

1. Pasar

Pada dasarnya pasar adalah tempat pertemuan antara penjual dengan pembeli. Atau pasar adalah daerah atau tempat (area) yang di dalamnya terdapat kekuatan-kekuatan

permintaan dan penawaran yang bertemu untuk membentuk suatu harga. Pasar dapat pula diartikan sebagai suatu kelompok orang-orang yang diorganisasikan untuk melakukan tawar menawar, sehingga dengan demikian terbentuk harga.

Menurut Wiliam J Stanton, pasar adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk berbelanja dan kemauan untuk membelanjakannya . dalam pengertian tersebut terdapat tiga faktor utama yang menunjang terjadinya pasar :

a. Orang dengan segala keinginannya
b. Daya beli mereka
c. Tingkah laku dalam pembelian mereka[4]

Dalam arti luas pasar adalah mekanisme bertemunya kepentingan konsumen, produsen, merupakan sumber informasi bagi pelaku ekonomi, serta juga merupakan sarana dalam meningkatkan kepuasan konsumen danprodusen.[5]

Dalam Islam, pasar merupakan wahana transaksi ekonomi yang ideal, karena secara teoritis maupun praktis, Islam menciptakan suatu keadaan pasar yang dibingkai oleh nilai-nilai syari'ah, meskipun tetap dalam suasana bersaing. Artinya, konsep pasar dalam Islam adalah pasar yang ditumbuhi nilai-nilai syari'ah seperti keadilan, keterbukaan, kejujuran, dan persaingan sehat yang merupakan nilai-nilai universal, bukan hanya untuk Muslim tetapi juga non-Muslim. Hal ini tentu saja bukann hanya kewajiban personal pelaku pasar tetapi juga membutuhkan intervensi pemerintah. Untuk itulah maka pemerintah mempunyai peranan yang penting dan besar dalam menciptakan pasar yang Islami, sebagaimana ditunjukkan oleh adanya hisbah pada masa Rasulullah dan sesudahnya.

[4] Mursid, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2010), hal.25
[5] Hendry Faizal, *Ekonomi Manajerial*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hal 104

Dengan mengacu kepada Al-Quran dan praktik kehidupan pasar pada masa Rasulullah dan para sahabatnya, Ibn Taimiyyah menyatakan bahwa ciri khas kehidupan pasar yang islami adalah :

1) Orang harus bebas untuk keluar dan masuk pasar. Memaksa orang untuk menjual barang dagangan tanpa ada kewajiban untuk menjual merupakan tindakan yang tidak adil dan ketidakadilan itu dilarang.
2) Adanya informasi yang ccukup mengenai kekuatan-kekuatan pasar dan barang-barang dagangan. Tugas mustahib adalah mengawasi situasi pasar dan menjaga agar informasi secara sempurna diterima oleh para pelaku pasar.
3) Unsur-unsur monopolistik harus dilenyapkan dari pasar. Kolusi antara penjual dan pembeli harus dihilangkan. Pemerintah boleh melakukan intervensi apabila unsur monopolistik ini mulai muncul.
4) Adanya kenaikan dan penurunan harga yang disebabkan naik turunnya tingkat permintaan dan penawaran.
5) Adanya homogenitas dan standarisasi produk agar terhindar dari pemalsuan produk, penipuan, dan kecurangan kualitas barang.
6) Terhindar dari penyimpangan terhadap kebebasan ekonomi yang jujur, seperti sumpah palsu, kecurangan dalam menakar, menimbang, dan mengukur, dan niat tang buruk dalam perdagangan. Pelaku pasar juga dilarang menjual barang-barang haram seperti minuman keras, alat perjudian dan lain-lain. [6]

Dalam sistem ekonomi konvensional, terjadi perbedaan pendapat tentang posisi pemerintah dalam mekanisme pasar. Perbedaan ini memunculkan sistem pasar itu sendiri.

[6] Akhmad Mujahidin,, *Ekonomi Islam (Sejarah, Konsep, Instrumen Negara, dan Pasar),* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), hal. 156

Ada yang berpendapat, bahwa pemerintah tidak perlu secar aktif melakukan kegiatan-kegiatan ekonomi dan diserahkan pada swasta. Di pihak lain menekankan peranan penting pemerintah dalam mengatur dan menjalankan kegiatan ekonomi. Dari pandangan ini, para ahli ekonomi membedakan mekanisme pasar pada tiga bentuk, yaitu

a. Sistem Ekonomi Pasar Bebas

Dalam sistem ekonomi ini, kegiatan-kegiatan dalam perekonomian sepenuhnya diatur oleh mekanisme pasar. Interaksi penjual dan pembeli di pasar akan menentukan corak produksi nasional yang akan diwujudkan. Sistem ekonomi pasar pasar diyakii oleh penganutnya mempunyai beberapa kelebihan dan keistemewaan dibandingkan dengan sistem ekonomi lainnya, yaitu faktor-faktor produksi akan digunakan secara efesien. Kegiatan ekonomi dalam pasar bebas diatur dan diselaraskan dengan efisien. Pertumbuhan ekonomi yang teguh dapat diwujudkan dan pelaku kegiatan ekonomi diberi kebebasan untuk melakukan kegiatan ekonomi yang disukai

Pasar memainkan perana penting dalam sistem ekonomi bebas. Dalam sistem ini, pasaralah yang menentukan jenis dan jumlah komoditi yang akan diproduksi. Konsumen juga merupakan faktor yang sangat menentukan keberadaan pasar. Konsumen akan menentukan barang dan jasa yang mereka kehendaki. Di sinilah terjadi saling ketergantungan antara pengusaha dan konsumen.

Dalam sistem perekonomian pasar, keinginan konsumen sangat penting peranannnya dalam menentukan corak kegiatan ekonomi. Keinginan konsumen akan memberikan petunjuk kepada perusahaan-perusahaan dalam menentukan jenis barang dan jasa yang perlu diproduksikan di pasar. Dengan perkataan lain, keinginan konsumen akan menjawab persoalan pokok yang pertama, yaitu barang apakah yang perlu diproduksikan

di pasar. Oleh karena keinginan konsumen dalam pasar tidak terbatas, sedangkan faktor-faktor produksi terbatas, maka perusahaan-perusahaan haruslah memikirkan cara yang terbaik dan vara yang paling efesien untuk mengatasi masalah poko kedua, yaitu bagaimanakah barang-barang yang diperlukan rumah tangga dalam perekonomian akan diproduksi.

b. Sistem Perekonomian Perencanaan Pusat

Dalam sistem perencanaan pusat, penentuan corak kegiatan ekonomi dan jenis barang yang akan diproduksi sepenuhnya ditentukan oleh pemerintah dan diatur oleh perencanaan pusat. Kegagalan negara-negara komunis dalam membangun ekonominya dan keruntuhan sistem tersebut pada akhir tahun 1980-an dan permulaan tahun 1990-an, membuktikan bahwa sistem tersebut bikanlah pilihan yang baik mengantikan sistem pasar.

c. Sistem Ekonomi Campuran

Kebanyakan negara kegiatan ekonominya diatur dan ditentukan oleh sistem pasar. Akan tetapi, secara langsung dan tidak langsung pemerintah ikut campur di dalam berbagai kegiatan ekonomi. Dari beberapa kegagalan mekanisme pasar, memunculkan kebutuhan campur tangan pemerintah dalam memperbaiki pengaturan kegiatan ekonomi. Campur tangan pemerintah mempunyai tujaun, yakni :

a) Mengawasi agar eksistensi kegiatan ekonomi yang merugiakan dapat dihindari atau akibat buruk dapat dikurangi.
b) Menyediakan barang publik yang cukup sehingga masyarakat dapat memperoleh barang tersebut dengan mudah dan dengan harga yang murah.

c) Mengawasi kegiatan-kegiatan perusahaan, terutama perusahaan-perusahaan besar yang dapat memengaruhi pasar, agar mereka tidak mempunyai kekuasaan monopoli yang merugikan khalayak ramai.
d) Menjamin agar kegiatan ekonomi yang dilakukan tidak menimbulkan penindasan dan ketidaksetaraan di dalam masyarakat.
e) Memastikan agar pertumbuhan ekonomi dapat diwujudkan dengan efisien. [7]

Persaingan yang tersembunyi dalam mekanisme pasar harus dilengkapi dengan pengendalian, pengawasan, dan kerja sama yang seksama. Bila melibatkan kesejahteraan bersama, distribusi tidak bisa diserahkan kepada kehendak perorangan. Yang diperlukan adalah tanda-tanda harga dan paket insentif ekonomi yang diiringi dengan perbaikan lembaga penting dan cara-cara pendistribusian barang-barang.

Dalam sistem ekonomi Islam, mekanisme pasar dibangun atas dasar kebebasan, yakni kebebasan individu untuk melakukan transaksi barang dan jasa. Sisten ekonomi Islam menempatkan kebebasan pada posisi yang tinggi dalam kegiatan ekonomi, walupun kebebasan itu bukanlah kebebasan mutlak seperti yang dianut paham kapitalis. Namun, kebebasan itu diikat dengan aturan. Yaitu tidak melakukan kegiatan ekonomi yang bertentangan dengan aturan syariat, tidak menimbulkan kerugian bagi para pihak yang bertransaksi, dan senantiasa melakukan kegiatan ekonomi dalam rangka mewujudkan kemaslahatan.

Dalam ekonomi Islam tidak ada sama sekali pemisah antara manfaat normatif suatu mata dagangan dan nilai ekonomiknya. Dengan perkataan lain, semua yang dilarang digunakan tidak memiliki nilai ekonomi. Tentu saja karena minuman keras tidak bernilai

[7] Rozalinda, Ekonomi Islam (Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi), (Jakarta: PT RAJA Grafindo Persada, 2015), hal. 143

sama sekali dalam masyarakat Muslim, maka semua penawaran yang ada harus dianggap tidak ada dan setiap usaha untuk memproduksi dan mendistribusikannya sama sekali dianggap sebagai pemborosan dalam pengertian ekonomik.

Salah satu tugas pokok *mustahib* adalah mengawasi pasar. Dia harus menjaga keharmonisan sesama pedagang di pasardan mengawasi aktivitas di dalamnya. Tujuannya adalah mencegah kezaliman dengan cara mengontrol alat timbangan, takaran, ukuran, dan berbagai alat dagang lainnya. Dia juga berhak melarang terjadinya rekayasa harga dan mencegah perdagangan barang-barang haram. Selain itu juga mengawasi praktik perdagangan. *Mustahib* harus melarang berbagai cara perdagangan yang diharamkan, seperti riba, ihtikar (penimbunan), semua transaksi yang diharamkan, dan pencegahan pendapatan keuntungan yang berlebihan karena rekayasa harga.

2. Pasar Tradisional

Pasar tradisional Menurut merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar, bangunan biasanya terdiri dari kioskios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayursayuran, telur, daging, kain, pakaian barang elektronik, jasa dan lain-lain. Selain itu, ada pula yang menjual kue kue dan barang-barang lainnya.

Pasar merupakan lokasi tempat pedagang dan pembeli melakukan transaksi jual beli. Dilihat dari fisiknya, pasar dapat dilihat dalam arti konkrit dan abstrak. Dalam arti konkrit, pasar adalah tempat bertemunya antara penjual dan pembeli dan barang yang ditawarkan

terdapat di sana. Dalam arti abstrak, pasar dapat diartikan sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli tetapi barang yang ditawarkjan hanya berupa contoh-contoh.

Pasar merupakan suatu pranata ekonomi dan sekaligus cara hidup, yaitu suatu gaya hidup umum dari kegiatan ekonomi yang mencapai segala aspek dari masyarakat dan suatu dunia sosial budaya. Pasar-pasar di Minangkabau pada umumnya terletak di dataran yang dikelilingi dengan pagar batu dan diteduhi oleh pohon-pohon beringin. Pasar yang terbesar biasanya mempunyai bangunan permanen, seperti bilik-bilik untuk penjual dan bahkan berupa rumah-rumah yang dimilki oleh pedagang besar di pasar. Pedagang tempatan tinggal di pasar dan menjaga barang dagangan mereka.

Ada beberapa bentuk pasar yang dikenal di Minangkabau. Ada pasar tradisional, yang mana aktivitas perdagangan hanya dilakukan di tanah lapang. Pada pasar seperti ini, para pedagang menggelar dagangannya langsung di atas tanah dan dan umumnya berlangsung dalam waktu relatif pendek. Sampai pertengahan abad ke-19, hampir semua pasar tradisional dimiliki oleh nagari. Oleh karena itu, pasar merupakan salah satu sumber pendapatan nagari berupa pajak.

Pada mulanya orang Minangkabau menamakan pasar dengan balai. Penamaan ini berdasarkan karena lokasi pasar biasanya berdekatan dengan balai yang merupakan tempat rapat atau musyawarah warga. Pada perkembangan berikutnya balai juga disebut dengan *pakan*. Penyebutan ini berasal dari sirkulasi hari pasar yang biasanya dilaksanakan satu kali dalam seminggu. Pada umumnya pasar-pasar tersebut dikelompokkan sedemikian rupa sehingga nagari yang berdekatan bisa meramaikan pasarnya secara bergiliran dengan tempat yang berlainan setiap hari.

Secara tradisional pasar yang ada di Minangkabau dibedakan menjadi Pasar Nagari dan Pasar Serikat. Pasar nagari adalah pasar yang dimiliki secara langsung oleh satu nagari, misalnya Pasar Kotobaru yang dimiliki oleh Nagari Kotobaru dan Pasar Rabaa yang dimiliki oleh Nagari Panyalaian. Manajemen pengelolaan pasar nagari adalah berdasarkan pada kebijakan nagari yang memiliki pasar tersebut. Jenis pasar tradisional lainnya adalah pasar serikat yang merupakan pasar yang didirikan berdasarkan kesepakatan beberapa nagari yang berdekatan pada satu kabapaten untuk mendirikan suatu pasar. Manajemen pengelolaan pasar serikat adalah berdasarkan kesepakatan beberapa nagari yang terlibat dalam pembangunan pasar tersebut.

Pasar tradisional dikelola oleh pemerintah maupun pihak swasta, fasilitas yang disediakan di pasar tersebut yaitu los-los, gudang, toko-toko, kios-kios, toilet umum, dan tempat pembuangan sampah. Pada pasar tradisional proses jual beli terjadi secara manusiawi, menciptakan interaksi dengan cara tawar-menawar dan berkomunikasi yang dapat meninggikan nilai-nilai atau aspek kekeluargaan. Pasar tradisional yang berada diseluruh Indonesia terus mencoba bertahan menghadapi serangan dari pasar-pasar modern seperti saat sekarang ini, telah banyak pasar modern seperti hyprmart, indomart, alfamart, pasar swalayan (supermarket) atau minimarket dan lainnya. [8]

Pasar modern ini tidak banyak berbeda dari pasar tradisional, namun ada pasar ini para penjual pembeli tidak bertrnasaksi secara langsung melainkan melihat label harga yang tercantum dalam barang (bercode), serta berada dalam bangunan dan pelayanan yang secara mandiri atau dilayani oleh pramuniaganya. Barangbarang yang diperjualbelikan juga sama yang ada pada pasar tradisional, seperti sayuran, buah-buahan, daging atau kebutuhan pokok

[8] Siska Yuliani, " Revitalisasi Pasar Tradisional", *JOM FISIP*, Vol. 3 No. 1 (Riau: Februari 2016), hal.6

lainnya, tetapi sebgian besar yang diperjualkan yaitu barang yang bisa bertahan lama, seperti makanan kaleng, kebutuhan sehari-hari, bahkan sampai barangbarang elektronik.

Berikut perbedaan pasar tradisional dan pasar modern :

1) Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Universitas Sumatera Utara Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.

Ritel tradisional dapat didefenisikan sebagai perusahaan yang menjual barang eceran selain berbentuk ritel modern. Bentuk dari perusahaan ritel tradisional adalah perusahaan kelontong yang menjual barang-barang kebutuhan sehari-hari yang berada di wilayah perumahaan, pedagang kaki lima, pedagang yang berjualan di pasar tradisional.

Salah satu karakteristik yang menonjol dari pasar tradisional adalah:

1. Banyaknya pedagang yang menjual jenis barang dan jasa yang sama.
2. Harga barang relatif murah, namun kualitas dan kebersihan barang kurang diperhatikan.
3. Dalam mengelola usaha khususnya dalam menyediakan persediaan barang dagangan, para pedagang pasar berjalan sendiri-sendiri.
4. Perbedaan waktu aktifitas masing-masing pasar memberikan keuntungan bagi para bakul karena mereka dapat menjual barang dari satu pasar kemudian berpindah ke pasar lain dalam waktu satu hari. Tetapi ada juga bakul yang hanya berjualan di satu pasar.

2) Pasar Modern

Pasar Modern adalah pasar atau toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk Minimarket, Supermarket, Department Store, Hypermarket ataupun grosir yang berbentuk Perkulakan. Adapun ritel modern yang diatur keberadaan lokasinya bahwa minimarket boleh berlokasi pada setiap sistem jaringan jalan, termasuk sistem jaringan jalan lingkungan pada kawasan pelayanan lingkungan (perumahan) di dalam kota/perkotaan.Berdasarkan luas lantai toko minimarket memiliki luas lantai < 400 m2 (Perpres No.112 Tahun 2007). Bisnis retail modern mulai bangkit pada tahun 1999 setelah hadirnya hypermarkert Carrefour dan Continent. Selain dalam bentuk hypermarket, pasar modern juga mengalami perkembangan pesat dalam bentuk lain seperti supermarket, perkulakan dan department store . [9]

C. Pengembangan Pasar Tradisional

1. Proses Pengembangan Pasar Tradisional

Pengelolaan dan pengembangan pasar tradisional dilakukan oleh Dinas Pengelolaan Pasar (Dinlopas). Dinas inilah yang memiliki kewenangan untuk menata dan mengembangkan keberadaan pasar tradisional. Visi yang diemban oleh Dinas Pengelolan Pasar adalah "Terwujudnya pasar tradisional dengan pengelolaan modern sebagai pusat perkembangan perekonomian, wisata dan edukasi".

Dinlopas mempunyai fungsi pelaksanaan sebagian kewenangan daerah di bidang pengelolaan pasar. Untuk menjalankan fungsi secara optimal maka Dinlopas mempunyai lima tugas pokok:

1. Merumuskan, merencanakan, dan melaksanakan kebijakan di bidang pengelolaan pasar.
2. Melaksanakan pembinaan pedagang pasar.
3. Melaksanakan pemungutan retribusi sesuai dengan kewenangan yang diberikan.

[9] http://repository.usu.ac.id diakses pada tanggal 10 April pada jam 10.45 wib

4. Melaksanakan pengendalian, dan pengawasan operasional pengembangan fasilitas pasar dan pemungutan pendapatan.
5. Melaksanakan ketatausahaan dinas. [10]

Pasar sebagai tempat transaksi komoditas ekonomi kini telah beralih fungsi menjadi sarana rekreasi, yang dikemas dalam wisata belanja. Sehingga orang pergi berbelanja bukan sekadar hendak membeli komoditas (barangjasa) melainkan juga telah menjadi gaya hidup. Gaya hidup inilah yang belum mampu ditawarkan oleh pasar tradisional. Pasar tradisional masih tertinggal dan belum mampu menjadi tempat wisata belanja. Program pengembangan pasar dimaksudkan untuk menata dan memajukan pasar tradisional sehingga mampu menjadi pusat wisata belanja. Program pengembangan pasar ini meliputi pemberdayaan pasar dan komunitas dan pengembangan dan pembuatan media promosi pasar.

Untuk mewujudkan visi menjadi pusat wisata belanja ada beberapa kebijakan dan program kegiatan yang hingga saat ini terus digalakkan oleh Dinlopas . Pemberdayaan pasar tradisional dilakukan dengan melakukan revitalisasi sarana dan prasarana fisik, peningkatan kualitas barang dagangan dan pemberdayaan pelaku pasar. Pemberdayaan pasar dilakukan dengan meningkatkan kualitas pasar tradisional dan barang yang dijual di pasar tradisional. Kualitas pasar tradisional dari segi fisik saat ini sudah banyak dibenahi. Berbagai program revitalisasi pasar tradisional dilakukan dibawah pengawasan Dinlopas. Program revitalisasi dilaksanakan melalui berbagai macam cara, yaitu:

a. Perbaikan infrastruktur pasar
b. Peningkatan kebersihan lingkungan

[10] Utami Dewi, “Pengembangan Pasara Tradisional Menghadapi Gemburan Pasar Modern Di Kota Yogyakarta” Proceeding Simposium Nasional ASIAN III Universitas (Semarang : 17 Agustus 1945).

c. Peningkatan pengamanan dan penertiban dengan menambah frekuensi patroli pasar oleh petugas keamanan dan ketertiban yang bekerja sama dengan kepolisian
d. Pembinaan dan pemberdayaan pedagang melalui peningkatan kemampuan pedagang dalam manajemen usaha, display barang dagangan, pelayanan konsumen, kualitas barang, stock barang dan ketepatan ukuran/timbangan.
e. Pengembangan dan promosi pasar

Selain program revitalisasi pasar, pembentukan komunitas pasar merupakan suatu upaya bagi pemberdayaan pelaku pasar. Peran dan fungsi dari paguyuban tersebut antara lain sebagai wadah untuk aspirasi pedagang dan kemudian menjembatani komunikasi antara pedagang dengan pengelola (dinas pasar ataupun lurah pasar), mempermudah distribusi informasi, wadah pengelolaan konflik internal pada level pasar dan pedagang, memfasilitasi kemudahan sistem peminjaman modal dari perbankan, serta menurunkan jumlah rentenir di pasar .

Faktor-faktor yang mempengaruhi Implementasi Program Pengembangan Pasar Tradisional Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan dalam menganalisis implementasi kebijakan pengelolaan pasar tradisional adalah komunikasi. Komunikasi kebijakan pengelolaan pasar tradisional merupakan penyampaianinformasi kebijakan termasuk program program pelaksana kebijakan dan program yaitu Dinas Pengelolaan Pasar kepada pelaksana teknis Dinas Pengelolaan pasar dan disampaikan kepada kelompok sasaran kebijakan serta pihak lain yang berkepentingan yaitu para pedagang pasar tradisional. Komunikasi yang terjalin diantara para implementor kebijakan tersebut bersifat komunikasi internal dan eksternal. Komunikasi ini disampaikan dalam bentuk formal seperti rapat dan non-formal seperti perintah langsung atasan terhadap bawahan. Komunikasi eksternal terjadi diantara pejabat

pengelola pasar dengan para pedagang pasar tradisional, akan tetapi tidak menutup kemungkinan komunikasi terjadi antara personal pedagang dengan pejabat pengelola pasar langsung. Keterlibatan pedagang dalam komunikasi ini bertujuan agar mereka juga mengetahui apa yang harus dipersiapkan dan dilaksanakan agar tujuan kebijakan pengelolaan pasar dapat dicapai seefektif dan seefisien mungkin.

2. Bentuk Kebijakan Pemerintah dalam Pengembangan Pasar

Untuk mengatasi berbagai permasalahan tersebut, dikembangkan berbagai upaya untuk mengembangkan pasar tradisional. Salah satunya dilakukan dengan pemberdayaan pasar tradisional, antara lain dengan mengupayakan sumber-sumber alternatif pendanaan untuk pemberdayaan, meningkatkan kompetensi pedagang dan pengelola, memprioritaskan kesempatan memperoleh tempat usaha bagi pedagang pasar tradisional yang telah ada sebelum dilakukan renovasi atau relokasi, serta mengevaluasi pengelolaan.

Revitalisasi pasar tradisional adalah suatu proses yang harus dilalui oleh pasar tradisional dalam persaingan era globalisasi pada saat sekarang. Banyaknya pasar modern dengan fasilitas yang memadai akan mengurangi peran pasar tradisional. Revitalisasi merupakan suatu upaya yang dilakukan untuk memvitalkan kembali suatu kawasan atau bagian kota yang dulunya pernah hidup, namun mengalami degradasi oleh perkembangan zaman. Program revitalisasi diharapkan meningkatkan persaingan pasar tradisional agar tidak kalah bersaing dengan pasar modern. Dalam konsep revitalisasi ini tidak hanya sebatas menghidupkan kembali dari segi fisik pasar tetapi juga mencakup aspek ekonomi dan sosial budaya yang berada di pasar tradisional. Kegiatan yang sangat kompleks, revitalisasi terjadi

melalui beberapa tahapan dan membutuhkan kurun waktu tertentu serta meliputi hal-hal sebagai berikut:[11]

1. Intervensi fisik Mengingat citra kawasan sangat erat kaitannya dengan kondisi visual kawasan khususnya dalam menarik kegiatan dan pengunjung, intervensi fisik ini perlu dilakukan. Intervensi fisik mengawali kegiatan fisik revitalisasi dan dilakukan secara bertahap, meliputi perbaikan dan peningkatan kualitas dan kondisi fisik bangunan, tata hijau, sistem penghubung, system tanda/reklame dan ruang terbuka kawasan (urban realm). Isu lingkungan (environmental sustainability) pun menjadi penting, sehingga intervensi fisik pun sudah semestinya memperhatikan konteks lingkungan. Perencanaan fisik tetap harus dilandasi pemikiran jangka panjang.
2. Rehabilitasi ekonomi Perbaikan fisik kawasan yang bersifat jangka pendek, diharapkan bisa mengakomodasi kegiatan ekonomi informal dan formal (local economic development), sehingga mampu memberikan nilai tambah bagi kawasan kota. Revitalisasi yang diawali dengan proses peremajaan artefak urban harus mendukung proses rehabilitasi kegiatan ekonomi. Dalam konteks revitalisasi perlu dikembangkan fungsi campuran yang bisa mendorong terjadinya aktivitas ekonomi dan sosial (vitalitas baru).
3. Revitalisasi sosial/institusional Revitalisasi sebuah kawasan akan terukur bila mampu menciptakan lingkungan yang menarik (interesting), jadi bukan sekedar membuat beautiful place. Kegiatan tersebut harus berdampak positif serta dapat meningkatkan dinamika dan kehidupan sosial masyarakat/warga (public realms). Kegiatan perancangan dan pembangunan kota untuk menciptakan lingkungan sosial yang berjati diri (place making) dan hal ini pun selanjutnya perlu didukung oleh suatu pengembangan institusi yang baik.

[11] Ella Alfianita, " Revitalisasi Pasar Tradisional dalam Perspektif Good Governence", *Jurnal Administrasi Publik.* Vol 3 No. 5 , Malang.

D. Pelayanan Konsumen

1. Pengertian Pelayanan

a. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain. [12]

b. Menurut Fandi Tjiptone, pelayanan adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat intengible, dan tidak menghasilkan kepemilikan terhadap sesuatu. [13]

c. Philip Kotler, pelayanan adalah suatu kinerja atau penampilan yang tidak berwujud dan cepat hilang. Lebih dapat dirasakan daripada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam mengkonsumsi pelayanan tersebut.[14]

d. Menurut Valatie A. Zeithan, pelayanan adalah suatu kegiatan yang memberikan nilai tambah yaitu berupa kepuasan yang bersifat tidak berwujud. [15]

Berdasarkan beberapa definisi diatas pelayanan adalah pelayanan yang diberikan menyangkut segala usaha yang dilakukan oleh seseorang dalam mencapai tujuan guna untuk mendapatkan kepuasan dalam hal pemenuhan kebutuhan.

Ciri-ciri pelayanan yang baik adalah sebagai berikut :

1) Tersedia sarana dan prasarana yang baik

Pada dasarnya pelanggan ingin dilayani secara prima. Untuk melayani pelanggan salah satu yang paling penting diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang dimiliki sehingga dapat mewujudkan kepuasan pelanggan.

2) Tersedia karyawan yang baik

---

[12] Pusat Bahasa Depdiknas, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta : Balai Pustaka, 2002), hal. 571

[13] Fandi Tjiptone, Manajemen Jasa, (Yogyakarta : Andi, 1996), hal. 6

[14] J. Supranto, Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar, (Jakarta : Rhineka Cipta, 1997), hal. 227

[15] Bukhari Alma, Manajemen Pemasaran Jasa, (Bandung : Alfabeta, 2002), hal. 204

Kenyamanan pelanggan tergantung pada karyawan yang melayaninya. Karyawan harus ramah, sopan dan menarik. Disamping itu karyawan harus cepat tanggap, pandai berbicara, menyenangkan serta pintar.

3) Bertanggung jawab kepada setiap konsumen dari awal hingga selesai

Dalam menjalankan kegiatan pelayanan karyawan harus mampu melayani dari awal sampai selesai, sehingga membuat masyarakat merasa dilayani urusannya dengan baik tanpa harus terlalu lama menunggu .

4) Mampu melayani secara tepat dan cepat

Dalam melayani konsumen diharapkan para karyawan melakukannya sesuai dengan prosedur. Layanan yang diberikan sesuai dengan jadwal dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan diberikan sesuai dengan keinginan konsumen.

5) Mampu berkomunikasi

Komunikasi memiliki arti penting dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Untuk itu personil harus mampu berkomunikasi dengan baik, terutama dengan yang berhubungan langsung dengan masyarakat.

6) Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi (administrasi)

Karyawan harus mampu merahasiakan setiap transaksi. Menjaga kerahasian pelanggan kepada perusahaan.

7) Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik

Dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat, karyawan harus memiliki ilmu pengetahuan dan kemampuan.

8) Berusaha memahami kebutuhan konsumen.

Untuk menarik hati konsumen, karyawan harus mampu mempersiapkan kebutuhan konsumen dan berusaha memenuhi kebutuhan itu.

9) Mampu memberikan kepercayaan kepada konsumen [16]

Pelayanan berkaitan erat dengan konsumen, sehingga pelayanan lebih dikenal dengan istilah pelayanan publik. Publik berasal dari bahasa inggris public yang berarti konsumen umum. Kata publik dalam bahasa indonesia diartikan sebagai umum orang banyak dan ramai dijelaskan dalam kamus bahasa indonesia.

Pelayanan pada dasarnya adalah cara melayani, membantu menyikapi, mengurus, menyelesaikan keperluan kebutuhan seseorang atau sekelompok orang. Kegiatan pelayanan pada dasarnya menyangkut pemenuhan suatu hak. Jadi pelayanan yang diberikan oleh perusahaan haruslah mendahulukan kepentingan konsumen dengan waktu yang singkat, mudah serta dapat memberikan rasa puas bagi konsumen yang menikmati layanan itu. Kotler mengatakan pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik.

Berdasarkan UU No 25 tahun 2009 menjelaskan tentang pelayanan publik, standar pelayanan yang dijelaskan dalam UU yaitu :

a. Penyelenggaraan berkewajiban menyusun dan menetapkan standar pelayanan dengan memperhatikan kemampuan penyelenggara, kebutuhan masyarakat, dan kondisi lingkungan.
b. Dalam menyusun dan menetapkan standar pelayanan bagaimana dimaksudkan pada ayat (1), penyelenggara wajib mengikutsertakan masyarakat dan pihak terkait.

[16] Kamsir, Pemasaran Bank, (Jakarta : Kencana, 2004), hal 210-211

c. Penyelenggara berkewajiban menerapkan standar pelayanan sebagaimana dimaksud pada ayat (1). Pengikutsertaan masyarakat dan pihak terkait sebagaimana dimaksudkan pada ayat (2) dilakukan dengan prinsip tidak diskriminatif, terkait langsung dengan jenis pelayanan, memiliki kompensasi dan mengutamakan musyawarah, serta memperhatikan keberagaman.

d. Penyusunan standar pelayanan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) dilakukan dengan pedoman tertentu yang diatur lebih lanjut dalam peraturan. [17]

2. Definisi Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Menurut Wekof and Lovelock, kualitas pelayanan adalah tingkatkeunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. [18]

Pelayanan yang berkualitas menurut Valarie A. Zeithaml (dalam Raja wali View), adalah kemampuan suatu perusahaan menyajikan atau memenuhi apa yang dijanjikannya kepada pelanggan. Pelayanan yang berkinerja tinggi adalah pelayanan yang mampu memuaskan kebutuhan pelanggan, atau dengan kata lain mampu melebihi harapan dari pelanggan.

Kualitas layanan mengacu pada penilaian-penilaian pembeli tentang inti pelayanan, yaitu si pemberi layanan itu sendiri atau keseluruhan organisasi pelayanan, mereka bukan lagi sekedar membutuhkan produk yang bermutu tetapi mereka lebih senang menikmati

[17] Undang-Undang Republik Indonesia No 25 tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik
[18] Fandy Tjiptono, Manajemen Jasa, (Yogyakarta : Andy Offset, 1996), hal. 59

kenyamanan pelayanan. Oleh karena itu dalam merumuskan nilai-nilai dari program pelayanan, perusahaan harus berorientasi pada kepentingan konsumen dan sangat memperhatikan dimensi kualitasnya.

3. Pelayanan Dilihat Dari Perspektif Ekonomi Islam

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain.

Menurut Thorik G pentingnya memberikan pelayanan yang berkualitas disebabkan pelayanan *(service*) tidak hanya sebatas mengantarkan atau melayani. Service berarti mengerti, memahami, dan merasakan sehingga penyampaiannya pun akan mengenai hati konsumen dan pada akhirnya memperkokoh keyakinan hati konsumen. Dengan adanya keyakinan dalam hati konsumen, loyalitas konsumen pada produk atau usaha perusahaan tidak akan diragukan.

Perbedaan ekonomi Islam dan konvensional dalam hal pelayanan terletak dalam menyelesaikan masalah. Dimana sumber daya yang terbatas versus keinginan yang tak terbatas memaksa manusia untuk melakukan pilihan-pilihan atas keinginannya.

Dalam ekonomi konvensional, pilihan didasarkan atas selera pribadi masing-masing. Manusia boleh mempertimbangkan tuntunan agama, boleh juga mengabaikan. Sedangkan dalam ekonomi Islam, keputusan pilihan ini tidak dapat dilakukan semaunya saja, semua perilaku harus dipandu oleh Allah lewat Al-Qur’an dan hadis. Fasilitas dalam Islam dan konvensional juga tidak mengalami perbedaan yang signifikan, perbedaanya hanya terletak pada proses penggunaannya yang mana ketika pelaku bisnis memberikan pelayanan dalam bentuk fisik, hendaknya tidak menonjolkan kemewahan. Islam menganjurkan setiap pelaku

bisnis untuk bersikap profesional yakni dapat bekerja dengan cepat dan tepat sehingga tidak menyia-nyiakan amanat yang menjadi tanggung jawabnya.

Sebagaimana tercantum dalam Al-Qur'an Surat Ali Imran ayat 159 yang berbunyi:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ ٱللَّهِ لِنتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنتَ فَظًّا غَلِيظَ ٱلْقَلْبِ لَٱنفَضُّوا۟ مِنْ حَوْلِكَ ۖ فَٱعْفُ عَنْهُمْ
وَٱسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِى ٱلْأَمْرِ ۖ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى ٱللَّهِ ۚ إِنَّ ٱللَّهَ يُحِبُّ ٱلْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya: *Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.*

Berdasarkan ayat di atas jelas bahwa setiap manusia dituntun untuk berlaku lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan. Apalagi dalam pelayanan yang mana konsumen banyak pilihan, bila pelaku bisnis tidak mampu memberikan rasa aman dengan kelemah lembutannya maka konsumen akan berpindah ke perusahaan lain. Pelaku bisnis dalam memberikan pelayanan harus menghilangkan jauh-jauh sikap keras hati dan harus memiliki sifat pemaaf kepada pelanggan agar pelanggan terhindar dari perasaan adanya bahaya dari pelayan yang diterima.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian adalah proses yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis informasi guna meningkatkan pemahaman kita pada suatu topik. Tiga alasan pentingnya penelitian, pertama penelitian menambah pengetahuan, kedua penelitian meningkatkan praktik dan ketiga penelitian menginformasikan perdebatan kebijakan. Penelitian menambah pengetahuan karena penelitian berguna untuk memberikan kontribusi pada informasi yang ada mengenai suatu permasalahan. Penelitian meningkatkan praktik karena penelitian memberikan peneliti ide-ide baru sebagai bahan pertimbangan saat menjalankan pekerjaan, dan penelitian juga membantu praktisi dalam melakukan evaluasi mengenai pendekatan-pendekatan yang mereka harapkan akan bekerja dalam setiap individu. Penelitian menginformasikan perdebatan kebijakan karena penelitian memberikan percakapan mengenai isu-isu penting ketika pembuat kebijakan melakukan perdebatan pada suatu topik kebijakan.[1]

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif (*field research*) bersifat deskriptif, yang menggambarkan sesuatu apa adanya kemudian menganalisanya. Penelitian deskriptif tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis tertentu tapi hanya menggambarkan apa adanya tentang suatu variabel, gejala dan keadaan.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

[1] Imam Gunawan, *Metode penelitian Kualitatif : Teori dan Praktek, (Jakarta:PT.Bumi Aksara, 2015) ,hal. 79- 80*

Pemilihan lokasi penelitian harus sesuai dengan pemilihan kasus, situasi, dan medan yang akan ditempuh oleh peneliti. Dengan demikian, masalah yang diteliti tidak melebar yang akan menyulitkan atau mengaburkan pencarian data. [2]

Dalam penelitian kualitatif, peneliti perlu melakukan lokalisasi dan pemilihan kasus untuk situasi atau medan tertentu. Tanpa lokalisasi dan pemilihan kasus, penelitian dengan pendekatan kualitatif tidak akan pernah selesai. Yang dimaksud dengan lokalisasi adalah pemilihan tempat tertentu yang berhubungan secara langsung dengan kasus dan situasi maslaah yang akan diteliti. Peristiwa yang dipandang sebagai masalah, kemungkinan besar berhubungan dengan medan yang akan ditempuh oleh peneliti[3]. Lokasi penelitian ini dilaksanakan pada pasar padang luar Kecamatan Banuhampu Kabupaten Agam.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Juli sampai dengan bulan Agustus 2017.

C. Sumber Data

Sumber data di dalam penelitian merupakan faktor yang sangat penting, karena sumber data akan menyangkut kualitas dari hasil penelitian. Oleh karenanya, sumber data menjadi bahan pertimbangan dalam penentuan metode pengumpulan data[4]. Sumber data terdiri dari :

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan instrumen-instrumen yang telah ditetapkan.data primer dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab

---

[2]Afifuddin, Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : CV.Pustaka Setia, 2012), hal.92

[3]Afifuddin, Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*.....hal. 91

[4] Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis*, (Yogyakarta:Graha Ilmu, 2010), hal. 79

pertanyaan-pertanyaan penelitian[5]. Data primer dalam penelitian ini adalah pertanyaan langsung yang ditanyakan kepada pihak instansi pemerintah dan pedagang. Mengenai masalah yang dibahas yaitu kebijakan pemerintah dalam pengembangan pasar padang luar Kecamatan Banuhampu Kabupaten Agam.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data atau informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari obyek penelitian yang bersifat publik, terdiri atas: struktur organisasi dan kearsipan, dokumen, laporan-laporan serta buku-buku dan lain sebagainya yang berkenaan dengan penelitian ini. Dengan kata lain data sekunder diperoleh penelitian secara tidak langsung, melalui perantara atau diperoleh dan dicatat dari pihak lain[6]. Adapun data sekunder dalam penelitian ini adalah laporan-laporan dokumentasi yang berkaitan dengan penelitian yang ada pada pasar padang luar.

D. Informan Penelitian

Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi dari pasar tersebut. Jadi, dia mempunyai banyak pengalaman tentang latar dari penelitian. Ia berkewajiban secara sukarela menjadi anggota tim penelitian, walaupun hanya bersifat informan sebagai tim dengan kebaikan dan kesukarelaannya, ia dapat memberikan pandangan tentang nilai-nilai, sikap, bangunan, proses, dan kebudayaan yang menjadi latar dari penelitian ini.

Dalam penelitian kualitatif, sumber data diposisikan sebagai narasumber/pemilik informasi, karena itu disebut dengan informan, dengan kata lain subjek yang diteliti, karena ia

[5] Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis*.....hal. 79
[6] Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis*.....hal. 79

bukan saja sebagai narasumber melainkan juga aktor pelaku yang ikut menentukan berhasil atau tidaknya sebuah penelitian berdasarkan informasi yang diberikan.

Subjek penelitian menurut Amirin merupakan seseorang atau sesuatu yang mengenainya ingin diperoleh keterangan dalam sebuah penelitian, subjek penelitian memiliki peran yang sangat strategis karena pada subjek penelitian itulah data sebagai variabel yang peneliti akan amati.[7] Subjek penelitian ini menjadi informasi yang akan memberikan berbagai informasi yang akan diperlukan selama proses penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam rangka pengumpulan data yang akurat mengungkap permasalahan dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa instrumen diantaranya :

1. Observasi

Poerwandari berpendapat bahwa observasi merupakan metode yang paling dasar dan paling tua, karena dengan cara-cara tertentu kita selalu terlibat dalam proses mengamati. Semua bentuk penelitian, baik itu kualitatif maupun kuantitatif mengandung aspek observasi di dalamnya. Jekoda, berpendapat observasi dapat menjadi teknik pengumpulan data secara ilmiah apabila memenuhi syarat sebagai berikut yaitu; diabadikan pada pola dan tujuan penelitian yang sudah ditetapkan; direncanakan dan dilaksanakan secara sistematis, dan tidak secara kebetulan *(accidental*); dicatat secara sistematis dan dikaitkan dengan proposisi-proposisi yang lebih umum, dan tidak karena didorong oleh impuls dan rasa ingin tahu belaka; dan kredibilitasnya dicek dan dikontrol seperti pada data ilmiah lainnya.[8]

Observasi pada penelitian ini adalah melakukan pengamatan terhadap pasar padang luar Kecamatan Banuhampu Kabupaten Agam.

---

[7] Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 1995), hal. 3
[8] Imam Gunawan, *Metode penelitian Kualitatif : Teori dan Praktek.....hal.143-144*

2. Wawancara

Wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu; ini merupakan proses tanya jawab lisan, dimana dua orang atau lebih berhadap-hadapan secara fisik (Kartono). Terdapat dua pihak dengan kedudukan yang berbeda dalam proses wawancara.pihak pertama berfungsi sebagai penanya, disebut pula sebagai *interviewer*, sedanglan pihak kedua berfungsi sebagai pemberi informasi (*information supplyer*), *interviewer* atau informan.[9] Wawancara adalah metode yang digunakan untuk memperoleh informasi secara langsung, mendalam, tidak terstruktur dan individual. Wawancara yang dilakukan dengan subjek penelitian dilakukan dengan cara bebas dengan pertanyaan-pertanyaan yang duajukan tidak terstruktur pada pengelola pasar padang luar Kecamatan Banuhampu Kabupaten Agam.

Penulis menyatakan beberapa pertanyaan tentang menggambarkan apa saja Kebijakan Pemerintah dalam Pengembangan Pasar Tradisional untuk Meningkatkan Pelayanan Konsumen (Studi Kasus : Pasar Padang Luar Kec. Banuhampu Kab. Agam) .

F. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan bagian sangat penting dalam penelitian karena dari analisis ini akan diperoleh temuan, baik temuan substansif maupun formal. Selain itu, analisis data kualitatif sangat sulit karena tidak ada pedoman baku, tidak berproses secara linear, dan tidak ada aturan-aturan yang sistematis. Pada hakikatnya, analisis data adalah sebuah kegiatan yang mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberi kode/tanda, dan mengategorikannya sehingga diperoleh suatu temuan berdasarkan fokus atau masalah yang ingin dijawab. Melalui serangkaian

[9] Imam Gunawan, *Metode penelitian Kualitatif : Teori dan Praktek,.....hal.160-161*

aktivitas tersebut, data kualitatif yang biasanya berserakan dan bertumpuk tumpuk bisa disederhanakan untuk akhirnya bisa dipahami dengan mudah.[10]

Analisis data merupakan aktivitas pengorganisasian data. Data yang terkumpul dapat berupa catatan lapangan dan komentar peneliti, gambar, foto, dokumen, laporan, biografi, artikel, dan sebagainya. Kegiatan analisis data ialah mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberikan kode, dan mengategorikannya. Pengorganisasian dan pengelolaan data tersebut bertujuan menemukan tema dan konsepsi kerja yang akan diangkat menjadi teori substantif.[11]

Dengan demikian, analisis data itu dilakukan dalam suatu proses. Proses berarti pelaksanaannya mulai melakukan sejak pengumpulan data dan dikerjakan secara intensif, yaitu sesudah meninggalkan lapangan. Pekerjaan menganalisis data memerlukan pemusatan perhatian, pengerahan tenaga, dan pikiran peneliti. Selain menganalisis data, peneliti juga perlu mendalami kepustakaan guna menginformasikan teori atau menjastifikasikan adanya teori baru yang "jika ada" ditemukan.[12]

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yaitu dengan menggunakan data referensi baik berupa literatur maupun artikel-artikel yang berhubungan dengan menggambarkan apa yang terjadi dilapangan.[13]

Metode analisis yang penulis gunakan adalah analisis kualitatif yang melakukan pembahasan secara deskriptif dengan mengemukakan fakta-fakta dan teori-teori yang ada berhubungan dengan penelitian ini. Data yang dikumpulkan melalui wawancara dengan teknik interview, dilakukan klasifikasi data, interprestasi dan analisis deskriptif yang disajikan dalam bentuk narasi.

---

[10]Imam Gunawan, *Metode penelitian Kualitatif : Teori dan Praktek*,.....hal.209
[11]Afifuddin, Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*.....hal. 145
[12]Afifuddin, Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*.....hal. 145-146
[13] Muhammad Teguh, *Metode Penelitian Ekonomi*,(Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1999) hal.144.

Analisis data kualitatif sesungguhnya sudah dimulai saat peneliti mulai mengumpulkan data, dengan cara memilah mana data yang sesungguhnya penting atau tidak. Ukuran penting dan tidaknya mengacu pada kontribusi data tersebut pada upaya menjawab fokus penelitian. Di dalam penelitian lapangan (*field research*) bisa saja terjadi, karena memperoleh data yang sangat menarik, peneliti mengubah fokus penelitian. Hal ini bisa dilakukan karena perjalanan penelitian kualitatif bersifat siklus sehingga fokus yang sudah didesain sejak awal bisa berubah ditengah jalan karena peneliti menemukan data yang sangat penting, yang sebelumnya tidak dibayangkan. Lewat data itu akan diperoleh informasi yang lebih bermakna. Untuk bisa menentukan kebermaknaan datau atau informasi ini diperlukan pengertian mendalam, kecerdikan, kreativitas, kepekaan konseptual, pengalaman, dan keahlian peneliti. Kualitas hasil analisis data kualitatif sangat tergantung pada faktor-faktor tersebut.[14]

Analisis kualitatif ini penulis untuk meneliti Analisis Kebijakan Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Pasar Tradisional untuk Meningkatkan Pelayanan Konsumen (Studi Kasus : Pasar Padang Luar Kec. Banuhampu Kab. Agam).

[14] Imam Gunawan, *Metode penelitian Kualitatif : Teori dan Praktek,.....hal. 210*

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Pasar Nagari Padang Lua

1. Sejarah Pasar Nagari

Pasar Padang Lua didirikan pada tahun 1951, berdasarkan kesepakatan bersama ninik mamak 7 pasukuan yang ada Di Nagari Padang Lua. Pada awal berdirinya Pasar Padang Lua memanfaatkan lahan seluas ±10.000 M milik PT.KAI yang disewa dan dibuka dua kali dalam seminggu yaitu hari kamis dan minggu. Seiring perkembangan pasar dan meningkatkan jumlah pedagang maka mulai awal tahun 1970 an Pasar Padang Lua di buka 4 x seminggu dengan penambahan hari Rabu dan Sabtu.

Pada tahun 1985 pemda kab. Agam menurunkan proyek inpres untuk 7 nagari di Kabupaten Agam diman Pdang Lua termasuk salah satu diantaranya yang mendapatkan kucuran dana kredit inpres Rp. 140.000.000.,- dengan masa pengembalian 10 th yang dibayar mulai tahun kelima setelah pasar diresmikan.[1]

Pada awalnya inpres ini sempat mendapat penolakan dari masyarakat namun setelah melalui sosialisasi dan berbagai pendekatan akhirnya pada tahun 1985 berdirilah pasar inpres Padang Lua yang berada disebelah utara stasiun PT. KAI semenjak dibuka secar resmi pemakaian pasar inpres tahun 1986, melalui pendekatan kepada pedagang-pedagang dan desakan dari pelaku pasar sehingga kegiatan perdagangan dipasar padang lua semakin berkembang bahkan menjadi 6 hari dalam seminggu (kecuali hari senin).

2. Letak Geografis Pasar Padang Lua

[1] Laporan Pertanggung Jawaban Wali Nagari Tahun 2016

Pasar Padang Lua merupakan pasar terbesar di Kabupaten Agam, yang tepatnya berada di Nagari Padang Lua Kecamatan Banuhampu Kabupaten Agam. Di Pasar ini memiliki luas tanah 10.000 m2 dengan titik Koordinat Pasar Latitude 0’20’28’80”S Longitude 100 23’0,29”E .[2]

Secara gambaran umum lokasi Pasar Padang Lua bila dilihat secara geografisnya berada diantara :

Sebelah Utara	:	Bandar Nagri (Belakang Rumah Potong) dan Jalan Masuk Pasar Inpres
Sebelah Selatan	:	Jalan Padang Lua- Ladang Laweh
Sebelah Timur	:	Jl. SMP / SMA Banuhampu dan Perumahan masyarakat
Sebelah Barat	:	Jl. Negara Bukittinggi – Padang

3. Kondisi Pasar

Kondisi Pasar Padang Lua saat ini masih berjalan lancar, dimana aktivitas jual beli di Pasar Padang Lua masih berjalan normal, terbukti Pasar Padang Lua adalah pasar terluas di Kabupaten Agam dan hingga saat ini dapat memenuhi target yang ditentukan dalam rangka untuk menyumbang PAN (Pendapatan Anggaran Nagari) . Target per harinya mencapai ±Rp. 2.000.000,-/ hari.

Selain keadaan yang membaik tentunya masih ada permasalahan yang dihadapi dalam Pengelola Pasar Padang Lua, diantaranya :

1) Perkembangan lingkungan di luar pasar yang begitu cepat, sehingga berdampak kemacetan di beberapa ruas jalan yang berdekatan dengan pasar.
2) Pengembangan Pasar terkendala karena status kepemilikan tanah.

[2] Laporan Pertanggung Jawaban Wali Nagari Tahun 2016

3) Tidak adanya aturan yang jelas tentang status kepemilikan dari kios-kios yang ada hingga banyak dari kios maupun lapak yang berpindah tangan tanpa pemberitahuan dan keterangan.

4) Sempitnya Area Pengembangan / lahan yang akan dipergunakan.

5) Drainase yang hampir 80% tidak jalan .

6) Pendataan dan penertiban pedagang.

7) Kebersihan dan kurangnya sarana angkut.

8) Rendahnya partisipasi pedagang .

4. Visi dan Misi

a. Visi Pasar Nagari Padang Lua adalah ***"Menjadi Pasar Tradisional modern dalam rangka menumbuh kembangkan perekonomian masyarakat" .***

b. Misi Pasar Nagari adalah untuk :

1) Memasarkan hasil pertanian masyarakatNagari

2) Menyediakan Kebutuhan pokok Masyarakat

3) Menciptakan lapangan kerja

4) Meningkatkan perekonomian masyarakat Nagari dan :

5) Meningkatkan pendapatan Pemerintahan Nagari

6) Melakukan interaksi sosial dan pengembangan ekonomi masyarakat

7) Memberikan perlindungan terhadap pedagang kecil

8) Mendudukkan masyarakat nagari dan / atau antar nagari sebagai pelaku ekonomi pasar dan :

9) Memajukan nagari sebagai ujung tombak pembangunan dan meningkatkan taraf kehidupan masyarakat.

5. Fasilitas Pasar Nagari

Pasar Nagari Padang Lua mempunyai fasilitas :

a. Toko dan kios
b. Los
c. Pelataran
d. Lapak
e. Terminal dan Lapangan Parkir
f. Kantor Pengelola
g. Mushalla, WC Umum dll.
h. Mobil Sampah dan peralatan kelengkapan lainnya
i. Kamera CCTV 12 Chanel [3]

6. Data Sarana dan Prasarana Pasar

Tabel 4.1
Data sarana dan prasarana pasar

No	Sarana yang ada	Ukuran	Jumlah	Tahun Bangunan	Ket
1	Kios				
	• Kios Inpres	3x3 m	20 Petak	1986	
	• Kios Deretan Kantor	3x3 m	18 Petak	1989	
	• Kios Smpg Rmh Potong	3x3 m	11 Petak	2001	
	• Kios Sabalah	3x3 m	11 Petak	2001	
	• Kios Pakan Ateh	3x3 m	6 Petak	2015	
2	Los				
	• Los Pakan Tangah				

[3] Laporan Pertanggung Jawaban Wali Nagari Tahun 2016

	• Los Inpres • Los Blok C • Los Blok D • Los Lobak • Los Tomat • Los Lobak Bungo • Los UKM • Los WBC • Los Petani	25x10 m 30x30 m 30x25 m 12x8 m 4x20 m 5x20 m 8x25 m 40x2 m 30x4 m 30x4 m	2 unit 1 unit 1 unit 1 unit 1 unit 1 unit 1 unit 1 unit 1 unit 2 unit	1951 1986 1986 1986 2002 2010 2011 2013 2014 2015	
3	Ruang Terbuka • Untuk Petani Sayur • Untuk Pedagang Kaki 5	 500 m2 500 m2			
4	Terminal • Depan Los • Pakan Ateh	 1000 m2 21x30 m2	 1 unit 1 unit	 2015	
5	WC Umum • Wc Umum • WC Pakan Ateh	 5x6 m 3x3 m	 1 unit 1 unit	 2006 2015	
6	Draenase	500 m			
7	Mushalla	10x10 m	1 unit	2011	
8	Gerobak Sampah		2 unit	2013	
9	Mobil Truk Sampah		1 unit	1996	
10	Gerobak Dorong		2 unit	2013	

11	Kantor Pasar	4x6 m	1 unit	1990	
12	Jumlah Pedagang	800 orang			

Sumber : Kenagarian Padang Lua

7. Jenis-Jenis pedagang di Pasar Padang Lua

Banyaknya pedagang yang menempati Pasar Padang Lua dengan segala barang dagangannya yang bermacam-macam dan berbeda-beda penempatannya, maka pedagang tersebut dapat digolongkan sebagai berikut :

1) Pedagang Pengumpul

   Adalah Pedagang yang membeli dari petani dan kemudian dijual kepada pedagang pengirim keluar daerah.

2) Pedagang Pengirim

   Adalah Pedagang yang langsung membeli dari petani dan pengumpul dan kemudian langsung dijual keluar daerah.

3) Pedagang Eceran

   Terdiri atas :

   a. Pedagang Kios Inpres

      Adalah pedagang yang menempati bangunan yang didirikan oleh PEMDA, yang pedagang berjualan kebutuhan sehari-hari.

   b. Pedaggang Los

Adalah pedagang yang menempati bangunan yang dibangun oleh PEMDA dengan ukuran yang luas dan memiliki ciri bangunan tidak mempunyai dinding.

c. Pedagang Kaki Lima

Adalah pedagang yang berada di emperen-emperen dalam pasar Padang Lua. Pedagang ini tidak memiliki hak kepemilikan resmi, mereka hanya berebut menempati untuk berdaganng . manakala ada obrakan dari pengelola pasar, mereka segera berkemas diri, namun selang beberapa lama mereka akan kembali lagi. Jam diperbolehkan berdagang sekitar pukul 11.00 wib.

8. Jumlah Komoditi yang dijual

- Pertanian : Sayur Mayur, Cabe, Bawang
- Perkebunan : Kayu Manis, Coklat Cengkeh
- Perikanan : Ikan Laut, Ikan Air Tawar, Lele, Belut
- Makanan Khas : Ketupat, Soto, Sate, Kerupuk
- Jasa Keuangan : BPR Sei Pua
  BPR Kamang
  BMT Padang Lua
  BRI Unit

9. Akses Jalan

Akses Jalan Ke Pasar Padang Lua, dapat di tempuh dengan kendaraan Roda Dua dan Roda Empat, Jarak Pasar dengan ibukota Kabupaten 60 Km dan Jarak Ke Ibu Kecamatan 2 Km.

10. Kegiatan Pengelolaan harian Pasar

Dalam Menjalankan Operasional Pengelolaan Pasar setiap hari, Pengelola Pasar di bantu oleh staff Koordinator yang berdasarkan SK Pengelola Pasar No 1 Tahun 2016 tentang Penangkatan Staff Pengelola Pasar Nagari Padang Lua

1) Staff Beo / Retribusi
2) Staff Terminal
3) Staff Kebersihan
4) Keamanan Pasar

Masing-masing staff sudah diberikan tugas dan fungsi yang dibidanginya, Pemungutan Bea Pasar, Pengaturan Areal Parkir / Terminal, Pedagang Kaki Lima dan Pengumpulan Sampah yang dilakukan setiap hari dilaksanakan oleh Petugas Harian Pengelola Pasar Nagari Padang Lua yang telah di berikan Surat Keputusan Pengelola Pasar Nagari Padang Lua Nomor 2 tahun 2016 tentang Pengangkatan Petugas Harian Pasar Nagari Padang Lua dengan masa tugas 1 Tahun dan digantikan oleh Anak Nagari yang lain. [4]

11. Struktur Organisasi Pasar Nagari Padang Lua

STRUKTUR PENGELOLA PASAR

I.	Pembina	: Camat Banuhampu
II.	Penanggung Jawab	: Wali Nagari Padang Lua
	Wakil Penanggung Jawab I	: Ketua Bamus Nagari
	Wakil Penanggung Jawab I	: Ketua KAN
III.	Pengawas Pengelola Pasar	
	1. Unsur Pemerintah Nagari	: Jufri
	2. Unsur Bamus	: Syahril Samin
	3. Unsur KAN	: Withman

[4] Laporan Pertanggung Jawaban Wali Nagari Tahun 2016

4. Unsur Tokoh Masyarakat : Roni Trianto

5. Unsur Tokoh Masyarakat : Sawardi

IV. Pengelola Pasar

a) Kepala Pasar : Yusiano Putra

b) Sekretaris : Nova Yanti

c) Kaur Keu Dan Asset : Widya Lestari

d) Kaur Pemeliharaan & Ketertiban : Nofaldi

V. Staff Pengelola Pasar

a) Staff Adm dan Keuangan : Sisnekawati

b) Staff Terminal : Yudinal Eka Putra

c) Staff Beo : Edwar Nedi

d) Staff Kebersihan : Muhammad Yosri

VI. Petugas Harian

Petugas harian terdiri atas :

1. Petugas Beo Pasar : Zulkarnaen

Abdul Rahman 1qbal

Ahmad Rifki

2. Petugas TPR : Dedi Mawardi

Hendra

Ari Pramana

Adi Daswaldi

3. Petugas Beo : Afrinaldi

Hendri Winata

Donal Sastra

Rizki Ferdinal

Syahrul Ramadhan

Riza Isfandiari

David

4. Petugas Kebersihan Pasar : Armen

Andi

Arif

Ari

Zaini

Basril (Sopir Pemda)

Efendi (Sopir Pemda)

B. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Kebijakan Pemerintah dalam Pengembangan Pasar Tradisional

Berdasarkan hasil penelitian penulis dapat diketahui bahwa pada saat ini kondisi dari pasar padang luar yang penulis teliti masih belum tertata dengan rapi. Bapak nofaldi mengatakan bahwa :

Masih banyak kekurangan yang perlu dibenahi untuk meningkatkan minat pembeli datang berbelanja di pasar tradisional.[5]

[5] Wawancara penulis dengan Bapak Nofaldi, Dinas Pengelola Pasar , Pada hari Kamis , 20 Juli 2017, Pukul 09.00 WIB

Terkait dengan kebijakan Pemerintah Daerah Kabupaten Agam mengenai pengembangan pasar tradisional, maka dibuatlah berupa Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 2014 tentang Penataan Pengelolaan Pasar .

Kebijakan yang dikeluarkan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Agam tersebut dengan membuat peraturan daerah merupakan suatu bentuk pelaksanaan dari asas otonomi daerah, dimana setiap daerah diberikan kewenangan untuk mengurus rumah tangganya sendiri sesuai dengan potensi yang dimiliki oleh masing-masing wilayah.

Melalui Peraturan Daerah yang mengatur mengenai penataan pasar tradisional adalah sebagai wujud perlindungan hukum bagi masyarakat terkait dengan peningkatan kesejahteraan pedagang pasar tradisional. Perlindungan hukum tersebut merupakan hal yang diperlukan oleh rakyat, khususnya pada kesejahteraan, melalui pembuatan peraturan daerah tersebut maka pemerintah memberikan perlindungan hukum yang preventif.Perlindungan preventif tersebut diberikan untuk mengatur mengenai hal-hal yang terkait dengan penataan pasar tradisional, beserta sanksi apabila ada pihak yang melanggar. Terkait dengan makna perlindungan, arti perlindungan pasar tradisional dalam hal ini adalah segala upaya yang dilakukan oleh pemerintah daerah dalam melindungi pasar tradisional dari persaingan yang tidak sehat dengan pasar modern, dan sejenisnya sehingga mampu berkembang menjadi lebih baik sebagai layaknya suatu usaha.

Pertimbangan dibuatnya peraturan daerah tersebut adalah dalam rangka untuk membangun dan mengembangkan perekonomian daerah sehingga perlu adanya perlindungan, pemberdayaan pasar tradisional dan penataan pasar modern agar pasar tradisional dapat berkembang dan bersaing di tengah pertumbuhan pasar modern. Penataan pasar tradisional merupakan segala upaya yang dilakukan oleh pemerintah daerah untuk mengatur dan menata

keberadaan dan pendirian pasar modern di suatu daerah agar tidak merugikan dan mematikan pasar tradisional, usaha mikro, kecil, menengah dan koperasi yang ada.

Pengelolaan pasar tradisional dilakukan oleh Dinas Pengelolaan Pasar. Dinas inilah yang memiliki kewenangan untuk menata dan mengembangkan keberadaan pasar tradisional. Dinas Pengelolaan Pasar (Dinlopas) mempunyai fungsi pelaksanaan sebagian kewenangan daerah di bidang pengelolaan pasar. Dinlopas berperan sebagai perpanjangan tangan dari Pemerintah Daerah yang memiliki peran vital untuk memfasilitasi dan menjalankan perencanaan starategis (tugas pokok dan fungsi) yang telah ditetapkan.

Adapun program yang akan dilaksanakan oleh Dinas Pengelolaan Pasar untuk mengatur dan mengelola pasar tradisional melaui program revitalisasi. Program revitalisasi dilaksanakan dengan berbagai macam cara, yaitu:

a. Perbaikan infrastruktur pasar

Dalam menghadapi persaingan pasar saat sekarang ini, bentuk tata ruang suatu pasar sangat dipedulikan, karena hal tersebut sangat memicu pelanggan untuk tidak beralihnya kepasar-pasar modern. Pada Pasar Padang Lua sampai saat ini kondisinya sangat memprihatinkan seperti sempitnya lahan, sesak, sebagian bangunan yang sudah renta.

Keterangan Salah satu pedagang pasar oleh saudara Hanafi, mengaku bahwa:*"kondisi pasar sudah tidak representatif. Jika hujan, atap pasar bocor dan air hujan menerpa barang dagangan. Pihaknya berharapPemerintah Kabupaten segera memperbaiki karusakan pasar "* . [6]

[6] Wawancara penulis dengan saudara Hanafi , Pada hari Kamis, 20Juli 2017, Pukul 10.00 WIB

Masyarakat pembeli dan pedagang sebagai pengguna pasar padang lua sangat mengharapkan supaya pasar ini bisa di perbaiki seperti bangunan pasar, pengelolaan pasar, dan memenuhi kebutuhan para pedagang. Dengan adanya program revitalisasi pasar tradisional yang dilaksanakan oleh Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Agam, pedagang dan pengurus pasar sangat mengharapkan supaya program tersebut dapat terlaksana di pasar padang lua. Bapak Nofaldi sebagai pengelola pasar mengaratakan :

" *sampai sekarang ini program tersebut belum berjalalan sepenuhnya di pasar tersebut yang terkendala dengan status tanah, yang mana tanah yang dipakai oleh pasar tersebut merupakan tanah kontrak dengan PT. KAI ".* [7]

Dengan anggaran seadanya yang diperoleh dari pasar pengurus melakukan pebaikan pasar sedikit demi sedikit. Melihat kondisi, prestasi yang diraih serta potensi yang tinggi pada pasar padang lua ini, seharusnya pemerintah daerah harus memperhatikan serta memberikan bantuan kepada pasar dengan cara merealisasikan program revitalisasi pasar dan menyelesaikan status tanah yang dipakai oleh pasar.

b. Peningkatan kebersihan lingkungan

Salah satu pembenahan yang harus segera dilakukan adalah kebersihan pasar dan penataan pedagang sesuai dengan dagangan yang dijual.Untuk menjaga kebersihan pasar, maka model penataan pasar tradisional yang tepat adalah dengan dengan adanya pengelolaan sampah yang baik. Sampah-sampah pasar yang tidak terpakai dapat dikumpulkan kemudian diolah kembali. Untuk menjaga kebersihan maka pihak pengelola

[7] Wawancara penulis dengan Bapak Nofaldi, Dinas Pengelola Pasar , Pada hari Kamis , 20 juli 2017, Pukul 09.00 WIB

pasar dapat menyediakan tempat sampah yang disediakan di tempat yang strategis sehingga pembeli ataupun pedagang yang akan membuang sampah dapat membuangnya di tempat sampah yang telah disediakan. Sesuai dengan pernyataan Ibu Eli bahwa :

Kurang nya tempat sampah yang disediakan, sehingga banyak pedagang membiarkan sampah dagangannya bertebaran dimana-mana dan juga penataan pasar yang kurang baik. [8]

Hal senada juga disampaikan oleh saudara Juned :

Penataan pasar memang perlu,supaya pembeli mudah mencari barang yang akan dibelinya.dengan cara membuat blok, seperti blok a untuk penjual makanan , blok b untuk menjual sayuran. [9]

Perlu adanya jenis tempat berdagang bagi pedagang untuk berjualan barang dagangannya. Jenis tempat tersebut dapat berupa kios dan lapak. Untuk kios diantaranya dapat untuk berjualan kelontong, pupuk dan alat peternakan, warung makan, pakaian, tas, sepatu dan lain sebagainya. Sementara itu untuk tempat berjualan yang berbentuk lapak dapat dipergunakan untuk berjualan sayuran, buah-buahan, bumbubumbu dapur, daging, jajanan khas pasar, hasil bumi seperti singkong, kelapa dan lain sebagainya.

Selanjutnya pasar dapat ditata dengan cara membuat blok. Setiap satu blok menjual satu jenis dagangan. Hal tersebut dapat mempermudah pembeli yang akan mencari barang yang akan dibelinya sehingga dapat menghemat waktu dalam berbelanja. Misalnya untuk blok A adalah tempat untuk para pedagang yang menjual makanan, blok B untuk pedagang yang menyediakan sayur-sayuran dan blok C untuk pedagang yang menjual ikan,dan daging Melalui penataan jenis dagangan yang terbagi menjadi blok-blok tersebut

[8] Wawancara penulis dengan Ibu Eli, , Pada hari Kamis , 20 juli 2017, Pukul 10.30 WIB
[9] Wawancara penulis dengan Juned, , Pada hari Kamis , 20 juli 2017, Pukul 11.00 WIB

akan memudahkan pembeli dalam berbelanja. Selain lebih efisien waktu dalam berbelanja, juga pasar akan menjadi lebih rapi dan teratur karena tidak ada pedagang yang membuka lapaknya sembarangan di tempat yang tidak sesuai dengan jenis dagangan pada setiap blok yang sudah disediakan.

c. Peningkatan pengamanan dan penertiban.

Untuk menjaga ketertiban dan kenyamanan bagi para pengunjung pasar maka pengaturan lalu lintas dilakukan sebagai berikut:

1) Kendaraan pengunjung harus dapat parkir di dalam area pasar.
2) Terdapat jalan yang mengelilingi pasar dan mencukupi untuk keperluan bongkar muat pedagang dan memiliki 2 lajur guna menghindari penumpukan/antrian.

Sesuai dengan pernyataan Nur :

Tempat parkir yang disediakan ada, cuman terlalu jauh. Sehingga banyaknya konsumen yang memarkirkan kendaraannya ditepi jalan dan menimbulkan kemacetan. [10]

Kondisi tempat parkir yang ada berdasarkan hasil pengamatan penulis di lapangan belum memadai. Tempat parkir belum ada tempat khusus tersendiri dan dikelola dengan baik, masih banyak pedagang yang memarkirkan kendaraannya secara sembarangan untuk aktivitas bongkar muat kendaraan sehingga dapat mengganggu aktivitas para pedagang dan pembeli yang akan masuk ke dalam pasar.

Area parkir harus memiliki tempat yang luas sehingga pedagang ataupun pembeli dapat memarkirkan kendaraannya. Para pembeli yang datang ke pasar tradisional pun dikarenakan tempat parkir yang disediakan terbatas terkadang memarkirkan kendaraan di bahu jalan sehingga sangat mengganggu dan membuat kemacetan.

d. Peningkatan Sarana dan Prasarana

[10] Wawancara penulis dengan Nur , Pada hari Kamis , 20 juli 2017, Pukul 11.20 WIB

Persoalan sarana dan prasarana di pasar tradisional dinilai sudah tidak memadai dan memerlukan penanganan segera. Persoalannya, kapasitas saluran, kapasitas jalan sudah tidak memenuhi lagi untuk melayani jumlah pedagang yang makin meningkat, dan jumlah pembeli yang makin meningkat pula. Saudara Rahmat Aulia mengatakan bahwa :

" saya kalau hujan menderita kak , jika hujan, air hujan menerpa barang dagangan. Pihaknya berharapPemerintah Kabupaten segera memperbaiki kerusakan pasar".[11]

Banyak juga pedagang pasar yang mengeluhkan kondisi jalan yang rusak dan membuat pembeli tidak nyaman. Salah satu pedagang pasar ,Jeky mengeluhkan sebagai berikut:

"Jalan di pasar ini sudah lama tidak pernah diperbaiki. Kerusakan jalan ini mungkin karena aspal yang sangat tipis dan truk yang masuk di atas 4Ton. [12]

Hal senada juga disampaikan oleh Acay :

Pembeli juga sering mengeluh kepada saya, dan mengatakan kenapa pemerintah tidak tanggap terhadap jalan yang sudah rusak seperti ini. Padahal jalan masuk ini penting. Parkirnya tidak nyaman dan banyak truk besar keluar masuk".[13]

e. Pengembangan dan promosi pasar

Pada pasar Padang Lua sangat terkenal dengan hasil bumi pertanian yang banyak, harganya murah, memiliki kemampuan yang tinggi dibidang ekonomi, pengunjung yang banyak, untuk itu hendaknya dilakukanlah keterbukaan informasi baik dalam penentuan harga pasar yang setiap jam itu bisa berubah-ubah. Sedangkan dilapangan yang penentu harga tersebut hanya ditentukan oleh pangsa pasar barang.

---

[11] Wawancara penulis dengan Rahmat Aulia , Pada hari Kamis , 20 juli 2017, Pukul 11.45 WIB
[12] Wawancara penulis dengan Jeky , Pada hari Kamis , 20 juli 2017, Pukul 13.00 WIB
[13] Wawancara penulis dengan Acay , Pada hari Kamis , 20 juli 2017, Pukul 13.20WIB

Dengan adanya potensi yang ada di pasar Padang Lua ini, sebaiknya pasar padang lua telah melakukan media promosi barang atau pasar supaya mendapatkan keuntungan yang lebih lagi bagi Nagari Padang Lua dan dengan adanya keterbukaan informasi seperti ini, kendala yang dialami oleh pasar bisa teratasi karena dengan adanya media promosi ini pemerintah bisa membantu untuk mencarikan solusi yang terbaik untuk dilakukan pengembangan pasar, dengan potensi dan prestasi yang diraih oleh pasar, tetapi pada kenyataannya pengurus tidak melakukan atau mempromosikan pasar ini karena mereka takut nantinya makin banyak masyarakat kesini makin susah mengelolanya dengan tanah yang seluas ini. Serta alat untuk pemberian informasi ataupun melakukan hubungan kerja, pengurus pasar masih melakukan secara konvensional seperti surat menyurat dan telefon.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi Revitalisasi PasarPadang Lua Kecamatan Banuhampu Kabupaten Agam, yaitu :

1. Hak Tanah

   Pasar Padang Lua berdiri pada tahun 1951 yang dibangun di atas tanah milik Perusahaan Jawatan Kereta Api (PJKA) yang sekarang ini dinamakan PT. Kereta Api Indonesia (KAI) yang pada saat itu terdapat stasiun kereta api yang sebagian tanahnya tidak terpakai lagi. Berdasarkan kerjasama antara tokoh masyarakat Nagari dengan PT. KAI maka diberikan izin untuk mengelola tanah tersebut dengan gotong royong masyarakat untuk membangun pasar. Pada tahun 1985 Pemerintah Daerah memberikan bantuan dana untuk didirikan pasar inpres setelah melihat persaingan pasar semakin lama semakin tinggi dengan pusat importir sayur-mayur terbesar di Kabupaten Agam.[14]

   Program revitalisasi pasar tradisional salah satu persyaratan program tersebut ialah harus adanya alas hak tanah atau sertifikat tanah dari pasar Padang Lua. Apakah

[14] Laporan Pertanggung Jwaban Wali Nagari Tahun 2016

tanah tersebut dimiliki oleh masyarakat yang dihibahkan ke Nagari, atau tanah tersebut milik Nagari yang jelas kedudukannya.

Sedangkan tanah yang dipakai oleh pasar padang lua yaitu tanah kontrak yang tidak adanya sertifikat tanah untuk diberlakukan program revitalisasi pasar tersebut. Pengurus serta pengawas pasarpun telah berupaya untuk menyelesaikan permasalahan tanah ini dengan PT. KAI, tetapi perlu adanya ditindak lanjuti oleh Pemerintah daerah terkait permasalahan tersebut.

2. Sumber Daya Manusia.

Sumber daya manusia adalah salah satu sumber daya yang harus dimiliki oleh organisasi yang mempunyai peranan penting dalam mencapai tujuan dari organisasi tersebut. Keberhasilan dan kinerja seseorang dalam suatu bidang pekerjaan banyak ditentukan oleh tingkat kompetensi, profesionalisme, dan juga komitmennya terhadap bidang pekerjaan yang ditekuninya. Sebuah organisasi dituntut untuk mampu untuk meningkatkan kualitas sumber saya manusia yang ada. Sesuai dengan pernyataan Muhammad Yunus :

Sampah yang menumpuk akibat karyawan yang sedikit sehingga tidak semua sampah dapat diangkut dan diselesaikan dalam satu hari sekaligus.[15]

Berdasarkan hasil dilapangan kurangnya sumber daya manusia yang dimiliki oleh pengurus pasar padang lua, karena pengurus tidak memperhatikan hal-hal yang kecil seperti sering terjadinya banjir diselokan mereka hanya terfokus kepada bentuk bangunan pasar dan tanah yang tempati.

3. Koordinasi

[15] Wawancara penulis dengan Muhammad Yunus , Pada hari Kamis , 20 juli 2017, Pukul 14.00 WIB

Didalam organisasi dibutuhkanlah koordinasi antar berbagai organisasi tersebut. Koordinasi sebagai proses penyatuan tujuan-tujuan dan kegiatan-kegiatan dari unit-unit (bagian-bagian atau bidang-bidang fungsional) suatu organisasi terpisah untuk mencapai sasaran-sasaran organisasi secara efisien. Tanpa adanya koordinasi, individu-individu dan instansi-instansi akan kehilangan pegangan atas peranan mereka dalam organisasi. Saudara Nova Yanti mengatakan bahwa :

Kurangnya koordinasi yang dilakukan oleh dinas koperasi dan pengurus pasar tentang pengembangan pasar. Sehingga koordinasi tidak berjalan efektif . [16]

Dapat diketahui bahwa kurangnya koordinasi yang dilakukan oleh Dinas Koperasi UMKM *Perindustrian* dan perdagangan, pengurus pasar dan pihak lain yang terkait pengembangan pasar padang lua ini. Pengurus sering menyampaikan keluhannya dalam rangka kunjungan kerja dinas tersebut, tetapi koordinasi yang dilakukan selanjutnya antar pengurus dan dinas tidak berjalan efektif.

2. Analisis Temuan Data

Berdasarkan hasil penelitian yang di peroleh, maka dapat diketahui bahwa kebijakan pemerintah dalam pengembangan pasar belum berjalan dengan maksimal melaksanakan tanggung jawab publik dalam penyediaan fasilitas yang memadai di lingkungan pasar.

Berdasarkan upaya terlaksananya program revitalisasi pasar Padang Lua dilihat dari programnya yaitu dalam perbaikan infrastruktur pasar, masyarakat pasar Padang Lua dengan kondisi pasar yang seperti saat sekarang mereka mengharapkan untuk dilakukan revitalisasi baik dari segi fisik, ekonomi, maupun sosialnya yang harus dipenuhi oleh Pemerintah Daerah dalam memberikan pelayanan publik, dalam peningkatan kebersihan lingkungan pedagang mengharapkan untuk menyediakan tempat sampah dan melakukan penataan pedagang sesuai

[16] Wawancara penulis dengan Nova Yanti , Pada hari Kamis , 20 juli 2017, Pukul 09.00 WIB

dagangan yang dijual, dalam peningkatan pengamanan dan prasarana pemerintah harus cepat tanggap untuk menyediakan tempat parkir yang nyaman dan prasarana jalan yang memerlukan penanganan secara cepat dan untuk promosi pasar pada Dinas Koperasi UMKM Perindustrian dan Perdagangan juga harus bisa menggunakan media promosi pasar supaya dapat meningkatkan keuntungan bagi pengguna pasar dan bagi Nagari itu sendiri.

Faktor-faktor yang mempengaruhi untuk terlaksananya Revitalisasi Pasar Nagari Padang Lua yaitu alas hak tanah karena untuk terealisasinya program revitalisasi pasar ini salah satu persyaratannya yang terpenting yaitu harus adanya status alas hak tanah/ sertifikat tanah, sumber daya manusia baik pengurus pasar maupun Dinas Dinas Koperasi UMKM Perindustrian dan Perdagangan lemah dan tidak efektif, dan koordinasi yaitu kurangnya koordinasi antara pengurus maupun Dinas Koperasi UMKM Perindustrian dan Perdagangan . Semua faktor ini sangat mempengaruhi dalam terealisasinya program revitalisasi pasar tradisional ini di pasar Padang Lua, yang mana memiliki berbagai potensi, dari segi ekonomi dan sosial .

Hal ini terlihat bahwa agar terlaksananya program revitalisasi pasar tradisional ini di pasar Padang Lua dibutuhkan perhatian khusus dari pemerintah, baik Pemerintah Daerah, terkait dengan masalahnya status dan alas hak tanah. Pemerintah hendaknya harus melihat potensi yang ada dipasar tersebut yang mana menguntungkan bagi masyarakat karena terciptanya perekonomian mereka, serta merupakan asset Nagari yang merupakan pendapatan Nagari yang berada di Kecamatan Banuhampu.

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian penelitian yang telah di uraikan pada bab pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa, kebijakan pemerintah daerah dalam pengembangan pasar tradisional untuk meningkatkan pelayanan konsumen belum berjalan dengan maksimal . Dimana yang terealisasi baru berupa fisik dan lahan parkir. Sedangkan program lain seperti peningkatan kebersihan lingkungan dengan menambah tempat sampah ,serta peningkatan pengamanan dengan adanya tukang parkir dan promosi pasar belum terealisasi.

B. Saran

Dari hasil penelitian dan pembahasan mengenai Revitalisasi Pasar Tradisional Padang Lua Kecamatan Banuhampu Kabupaten Agam, saran yang dapat penulis kemukakan diantaranya adalah :

1. Untuk pemerintah, supaya merealisasikan kebijakan pemerintah dalam program revitalisasi seperti peningkatan kebersihan lingkungan, peningkatan pengamanan dan ketertiban dan promosi pasar.
2. Kepada pedagang, agar masyarakat mematuhi kebijakan pemerintah dan dibutuhkan kerja sama dan koordinasi yang baik antara, pedagang dan pengurus selaku memberikan pelayanan publik didaerah, supaya terciptanya pasar tradisional yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan juga motto pasar.

3. Untuk penelitian selanjutnya, penulis sadar bahwa hasil penelitian ini jauh dari kesempurnaan maka dari itu penulis berharap kepada peneliti selanjutnya untuk bisa menyempurnakan penelitian ini dikemudian hari.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

Alfianita Ella, "Revitalisasi Pasar Tradisional dalam Perspektif Good Governence", *Jurnal Administrasi Publik.* Vol 3 No. 5 , Malang.

Alma Bukhari, 2002, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta.

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta: Balai Pustaka, 1990.

Dewi Utami, 1945, *"Pengembangan Pasara Tradisional Menghadapi Gemburan Pasar Modern Di Kota Yogyakarta" Proceeding Simposium Nasional ASIAN III Universitas*, Semarang.

Faizal Hendry, 2007, *Ekonomi Manajerial*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Gunawan Imam, 2015, *Metode penelitian Kualitatif: Teori dan Praktek*, Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Halik Abdul, 2014, "*Peran Pemerintah Kota Serang dalam Kebijakan Pengembangan Pasar Tradisional ". Jurnal Bina Praja*. Vol. 6 No. 2, Jakarta.

Izudin Ahmad, 2011, " *Kebijakan Pemerintah Tentang Pasar Tradisional Di Bantul*", (Skripsi UIN Sunan Kalijaga).

Kamsir, 2004, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana.

Laporan Pertanggung Jawaban Wali Nagari Tahun 2016

Moleong J. Lexy, 1995, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Mujahidin Akhmad, 014, *Ekonomi Islam (Sejarah, Konsep, Instrumen Negara, dan Pasar)*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Mursid, 2010, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Peraturan Daerah Kabupaten Agam *Tentang Pemerintahan Nagari* Bab VIII Pasal 92

Peraturan Daerah Kabupaten Agam *Tentang Pengelolaan Pasar*

Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional.

Purhantara Wahyu, 2010, *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu.

Pusat Bahasa Depdiknas, 2002, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustak.

Rozalinda, 2015, *Ekonomi Islam (Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi)*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Saebani Ahmad Beni, Afifuddin, 2012, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: CV. Pustaka Setia.

Setyorini Tatik, 2011, *Kebijakan PEMKAB Bantul dalam Menangani Menjamurnya Toko Modern*, Skripsi, UIN Sunan Kalijaga.

Sumaria Anis, *"Kebijakan Pemerintah dalam Penataan Keberadaan Pasar Tradisional Di Kabupaten Klaten", (Skripsi Sarjada pada UMS, 2014).*

Supranto J., 1997, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar*, Jakarta: Rhineka Cipta.

Taufiqurakhman, 2014, *Kebijakan Publik* , Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Moestopo Beragama (Pers).

Teguh Muhammad, 1999, *Metode Penelitian Ekonomi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Tjiptone Fandi, 1996, *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: Andi.

Undang *Undang* Dasar 1945

Undang Undang Republik Indonesia Nomor 23 tahun 2014 *Tentang Pemerintahan Daerah* Bab IV

Undang-Undang Republik Indonesia No 25 tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik

Yuliani Siska, 2016, *"Revitalisasi Pasar Tradisional", JOM FISIP, Vol. 3 No. 1* Riau: Februari.

http://repository.usu.ac.id diakses pada tanggal 10 April pada jam 10.45 wib

http://sahabat-amrin.blogspot.com/2011/03/al-hisbah-dan-aplikasinya-di-indonesia.html diakses pada tanggal 04-03-2017 pada jam 19. 05 wib

http://www.artikelekonomi.net/2012/peran-dan-fungsi-pemerintah-di-bidang-ekonomi di akses pada tanggal 04-03-2017 jam 19.02 wib

Nomor : B- 1186/In.26.3/PP.07/07/2017 11 Juli 2017
Lamp. : -
Hal : **Mohon Izin Penelitian**

Yth.
Bupati Agam
c.q. Kepala Kantor Kesbangpol
Kabupaten Agam

Dengan hormat, dalam rangka mengumpulkan data untuk penyusunan Skripsi bagi mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi, kami harapkan bapak/ibu untuk dapat kiranya memberi kesempatan penelitian kepada saudara :

Nama	:	**Rikha Aprilia Purnama Sari**
NIM	:	**3213. 160**
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)
Jurusan	:	Ekonomi Islam
Semester	:	VIII (Delapan)
Lokasi Penelitian	:	Pasar Padang Luar , Kec Banuhampu Sungai Pua,Kab Agam
Judul Skripsi	:	***"Analisis Kebijakan Pemerintah Daerah dalam Pengembagan Pasar Tradisional untuk Meninggkatkan Pelayan Konsumen (Studi Kasus: Pasa Padang Luar, Kec Banuhampu Sungai Pua , Kab Agam) "***
Waktu	:	11 Juli – 02 Agustus 2017

Demikian surat permohonan ini kami buat, atas bantuan yang bapak/ibu berikan kami ucapkan terima kasih.

Dekan

H. Harfandi, SE, M.Si
NIP. 19621110 199903 1 001

PEMERINTAH KABUPATEN AGAM

KECAMATAN BANUHAMPU

Jalan Raya Sungai Buluah Km. 5 Cingkariang Telp/Fax (0752) 7839367
Kode Pos 26181

IZIN PENELITIAN

Nomor : 12-/PNL/BNH-2017

Setelah mempelajari Surat Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi Nomor B-1186/In.26.3/PP.07/07/2017 Tanggal 11 Juli 2017, hal permohonan Izin Penelitian dengan ini menyatakan tidak keberatan atas maksud melaksanakan survei/riset/penelitian/observasi/Data Awal/Pemakaian Lokasi Praktek Lapangan di Kecamatan Banuhampu yang dilakukan oleh :

Nama	:	Rikha Aprilia Purnama Sari
Tempat/Tanggal Lahir	:	Bukittinggi / 14-04-1995
Pekerjaan	:	Pelajar/Mahasiswa
Alamat	:	Batu Tagak Jorong Subarang Balingka Kecamatan IV Koto
Nomor Kartu Identitas	:	1306055404950001
Lokasi Kegiatan	:	Pasar Padang Luar
Waktu Kegiatan	:	11 Juli – 02 Agustus 2017
Anggota	:	-
Judul Kegiatan	:	Analisis Kebijakan Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Pasar Tradisional untuk Meningkatkan Pelayanan Konsumen (Studi Kasus; Pasa Padang Luar, Kec. Banuhampu Sungai Pua, Kab. Agam)

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Tidak boleh menyimpang dari kerangka serta tujuan penelitian.
2. Memberitahukan kedatangan serta maksud kegiatan yang akan dilaksanakan dengan menunjukan surat-surat keterangan yang berhubungan dengan penelitian, serta melaporkan diri sebelum meninggalkan daerah/wilayah penelitiannya kepada pemerintah setempat.
3. Mematuhi semua peraturan yang berlaku dengan menghormati adat dan kebijaksanaan pada masyarakat setempat.
4. Mengirimkan laporan hasil kegiatan sebanyak 1 (satu) eksemplar, masing-masing untuk Bupati Agam u.p. Camat yang bersangkutan.
5. Bilamana terjadi penyimpangan/pelanggaran terhadap ketentuan tersebut diatas maka izin penelitian ini dicabut.

Ditetapkan di : Sungai Buluah
pada tanggal : 18 Juli 2017

a.n. BUPATI AGAM
CAMAT BANUHAMPU

KEC. BANUHAMPU

Afdhal,S.Sos
NIP.19621213 198602 1 004

Tembusan :
1. Wali Nagari Padang Lua

SURAT KEPUTUSAN REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BUKITTINGGI

Nomor : 143 /In.26/PP.00.9/05/2017

Tentang

Penunjukan Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi

REKTOR IAIN BUKITTINGGI

Membaca : Surat Permohonan Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bukittinggi an. **Rikha Aprilia Purnama Sari** NIM. **3213.160** tanggal 29 Maret 2017, Perihal Permohonan Pengesahan Judul dan Penunjukkan Pembimbing Skripsi.

Menimbang :

a. Bahwa untuk lebih terarah dan terkoordinirnya penulisan skripsi mahasiswa IAIN Bukittinggi, maka perlu ada Pembimbing.
b. Bahwa nama-nama yang tersebut dibawah ini, dipandang cakap dan mampu untuk diangkat sebagai Pembimbing I dan Pembimbing II.

Mengingat :

1 Undang-undang No.20 Tahun 2003, tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2 Peraturan Pemerintah Nomor 60 Tahun 1999, tentang Pendidikan Tinggi;
3 Keputusan Presiden Nomor 181 Tahun 2014, tentang Perubahan STAIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi menjadi IAIN Bukittinggi.
4 Keputusan Menteri Agama RI. Nomor 492 Tahun 2003, tentang Pemberian Kuasa dan Pendelegasian Wewenang Pengangkatan, Pemindahan dan Pemberhentian Pegawai Negeri Sipil (PNS) dilingkungan Departemen Agama.
5 Keputusan Menteri Agama RI No.12 Tahun 2015, tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Bukittinggi

MEMUTUSKAN

Menetapkan :

Pertama : Menyetujui Outlines, Daftar Kepustakaan bagi skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul " **Analisis Kebijakan Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Pasar Tradisional untuk Meningkatkan Pelayanan Konsumen (Studi Kasus di Pasar Padang Luar Kec. Banuhampu Kab. Agam).** "

Kedua : Menunjuk saudara-saudara :

A
Nama	:	**Dr. Iiz Izmuddin, MA**
NIP	:	19750303 200112 1007
Pangkat/Gol.Ruang	:	Pembina (IV/a) / Lektor Kepala
Bidang Keahlian Pokok	:	Fiqh
Memberi Mata Kuliah	:	Fiqh Mu'amalah
Untuk Tugas	:	Pembimbing I

B
Nama	:	**Hj. Zulhelmi, SE, MM**
NIP	:	19640422 201411 2001
Pangkat/Gol.Ruang	:	Penata Muda Tk.1 / III/b / Cados
Bidang Keahlian Pokok	:	Manajemen
Memberi Mata Kuliah	:	Pengantar Manajemen
Untuk Tugas	:	Pembimbing II

Ketiga : Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini, akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bukittinggi
Pada Tanggal : 17 Mei 2017

Rektor,

RIDHA AHIDA
NIP. 19701205 199403 2003

Tembusan :
1. Masing-masing Pembimbing
2. Mahasiswa yang bersangkutan

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

A. Untuk Dinas Pengelola Pasar

1. Kebijakan apa yang dibuat Pemerintah dalam pengelolaan pasar tradisional ?
2. Apa sajakah program-program yang sudah dilaksanakan dalam melaksanakan menerapkan kebijakan tersebut ?
3. Apakah dalam pelaksanaannya Anda mengalami hambatan / kendala?
4. Usaha apakah yang Anda lakukan untuk mengatasi hambatan dalam pelaksanaan program tersebut?
5. Bagaimana tanggapan masyarakat terhadap kebijakan tersebut ?
6. Apa bentuk upaya yang dilakukan pengelola pasar terhadap pemeliharaan bangunan seperti jalan tidak terasa sempit lantaran pedagang menempatkan barang dagangan di badan jalan sehingga terjadinya kemacetan lalu lintas ?
7. Apakah pengelola pasar memantau permasalahan di pasar, menanyakan keluhan pedagang untuk meningkatkan kinerja pelayanan pasar kepada para konsumen ?
8. Jelaskan harapan di masa akan datang terhadap penatalaksanaan kebijakan tersebut?

B. Untuk pedagang

1. Bagaimana pendapat Bapak / Ibuk kondisi pasar pada saat ini?
2. Apakah pasar ini sudah memadai atau dengan kata lain sudah cukup untuk memenuhi kebutuhan konsumen ?
3. Kebijakan bagaimana yang Bapak / Ibu harapkan dari Pemerintah Kota harapkan untuk mendukung kegiatan dagang bapak / ibuk ?
4. Apakah Pemerintah Kota telah memberikan informasi sebelumnya bahwa lokasi kegiatan dagang Bapak / Ibuk ini akan dilakukan penataan?

5. Bagaimana menurut bapak/ ibuk mengenai pembenahan tata letak yang terdapat dalam Pasar Padang Luar saat ini ?
6. Fasilitas apa saja yang telah diberikan oleh pemerintah saat ini, apakah telah memberikan kenyamanan kepada bapak/ ibuk sebagai pedagang ?
7. Adakah tindakan pemungutan retribusi kebersihan dan keamanan yang dilakukan oleh Pemerintah Kota setelah pelaksanaan kebijakan pengelolaan ini?
8. Apa harapan bapak/ ibuk kepada pemerintah dalam pengembangan pasar sehingga dapat mengurangi kemacetan lau lintas ?

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama lengkap :**Rikha Aprilia Purnama Sari**

Nama panggilan : Rikha

Anak : Pertama dari 4 Bersaudara

Jenis kelamin : Perempuan

Tempat/Tanggal Lahir : Bukittinggi, 14 April 1995

Alamat : Simpang Batu Tagak Jorong Subarang Balingka Kec. Banuhampu Kab. Agam

Nama Orang Tua (Ayah)

Nama Lengkap : Nasril

Pekerjaan : Wiraswasta

Alamat : Simpang Batu Tagak Jorong Subarang Balingka Kec. Banuhampu Kab. Agam

Nama Orang Tua (Ibu)

Nama Lengkap : Rahma Dewi

Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

Alamat :Simpang Batu Tagak Jorong Subarang Balingka Kec. BanuhampuKab. Agam

Riwayat Pendidikan Formal

1. TK Al Azhar Bukittinggi (Tahun 2000 - 2001)
2. SD Negeri 04 Birugo Bukittinggi (Tahun 2001 - 2007)
3. SMP Negeri 2 Bukittinggi (Tahun 2007 - 2010)
4. SMA Negeri 1 IV Koto (Tahun 2010 - 2013)
5. IAIN Bukittinggi (Tahun 2013 - 2017)