BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Kesejahteraan merupakan salah satu tujuan yang diharapkan oleh setiap daerah dan menjadi salah satu aspek penting di dalam kehidupan masyarakat yang mana hal itu juga akan berpengaruh kepada pertumbuhan ekonomi daerah tersebut. Pertumbuhan ekonomi sangat erat kaitannya dengan perkembangan zaman dengan ditandai munculnya era globalisasi yang merambah pada dunia bisnis dan perdagangan, dibangunlah tata kota lengkap dengan sarana dan fasilitas penunjang ugna untuk memudahkan akses dalam kehidupan sehari-hari.

Peran pemerintah daerah yang paling utama yaitu mensejahterakan kehidupan masyarakatnya terlebih lagi dalam sektor pekerjaan. Berbagai upaya dirancang dan dilaksanakan oleh pemerintah daerah semata-mata guna meningkatkan pertumbuhan ekonomi bagi daerah itu sendiri dan selanjutnya diharapkan akan berdampak positif bagi kesejahteraan masyarakatnya. Upaya pemerintah daerah dalam rangka pencapain kesejahteraan masyarakat adalah dengan membangun fasilitas-fasilitas umum seperti pasar tradisional.

Manusia, apabila ditinjau dari sisi sejahtera, telah melakukan kegiatan jual beli sejak mengenal peradaban sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan. Dalam kegiatan jual beli, keberadaan pasar merupakan salah satu hal yang paling penting, selain menjadi salah satu indikator paling nyata kegiatan ekonomi masyarakat dan menjadi tolak ukur dalam peningkatan pendapatan ekonomi di suatu wilayah. Pasar merupakan tempat yang dijadikan untuk memenuhi kebudayaan, politis, dan

lain-lainnya. Fungsi dan peran tersebut tercermin dalam berbagai hal diantaranya pasar tradisional menjadi indikator nasional terkait pergerakan tingkat kestabilan harga kebutuhan Sembilan bahan pokok.

Pasar diklarifikasikan menjadi pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar menawar, dan pasar tradisional juga hanya mempunyai bangunan yang sederhana seperti kios-kios atau gerai yang dibuka oleh penjual atau pengelola pasar. Sebaliknya berbeda dengan pasar tradisional, pasar modern adalah tempat-tempat bertemunya penjual dna pembeli yang tidak bertransaksi secara langsung namun pembeli hanya melihat label harga yang tercantum dalam barang (barcode), pasar modern juga mempunyai bangunan yang lebih bagus dibandingkan dengan pasar tradisional. Selain itu dalam segi pelayanan pasar modern dilakukan secara mandiri (swalayan) atau dilayani oleh pramuniaga misalnya hypermart, pasar swalayan supermarket atau minimarket.

Berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan 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.[1]

[1] www.kemendag.go.id

Pasar tradisional menjadi wadah utama penjualan produk-produk kebutuhan pokok yang dihasilkan oleh para pelaku ekonomi berskala menengah, kecil, serta mikro yang sebagian besar merupakan produk hasil pertanian. Meskipun jumlah toko modern semakin meningkat dan tern belanja masyarakat ditoko modern sehingga keberadaan pasar tradisional sebagai sarana penjualan produk-produk hasil pertanian sangat dibutuhkan. Dengan demikian pasar tradisional memberikan kesmepatan yang luas bagi para petani sebagai produsen untuk memperoleh pendapatan dari hasil pertaniannya baik dengan memasarkan produknya secara langsung di pasar tradisional maupun melalui perantara pemasok atau agen.

Saat ini perlu disadari, bahwa pasar tradisional bukan satu-satunya pusat perdagangan. Semakin banyaknya pusat perdagangan lain seperti pasar modern, baik dalam bentuk minimarket, hypermart maupun mall yang pada gilirannya dapat membuat pasar tradisional harus mampu bertahan dalam persaingan agar tidak tergilas oleh arus modernisasi. Preferensi berbelanja masyarakat telah berubah dari pasar tradisional ke pusat perbelanjaan dan pasar modern. Hal ini terjadi dikarenakan banyaknya keunggulan yang ditawarkan oleh pasar modern. Kenyamanan, keamanan, kecepatan layanan, kualitas barang, kebersihan, kerapian, dan produk yang lengkap dengan harga bersaing adalah contoh keunggulan yang dimiliki oleh pasar modern.

Kota Medan yang memiliki 52 pasar tradisional yang terbesar di beberapa wilayah tidak terlepas dari berbagai permasalahan dalam penataan dan pembinaan usaha pasar tradisional tersebut. Salah satunya yaitu Pasar Tradisional Marelan. Yang terletak di Jalan Pasar Marelan Kecamatan Medan Deli yang menjadi objek

dalam penelitian ini. Untuk menjaga pasar tradisional pemerintah mengeluarkan Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern dan juga Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan Dan Pemberdayaan Pasar Tradisional.

Sebagai upaya untuk mengelola dan melindungi pasar tradisional dari tekanan pasar modern maka Pemerintah Kota Medan menetapkan Peraturan Daerah Nomor 10 Tahun 2014 Tentang Perusahaan Daerah Pasar Kota Medan. Mengacu pada Peraturan Pemerintah Kota Medan menetapkan Peraturan Daerah Nomor 10 Tahun 2014 tersebut maka Perusahaan Daerah Pasar Kota Medan merupakan pihak yang berwenang dalam pengelolaan Pasar Tradisional. Sehingga dalam hal ini peran Perusahaan Daerah Psar Kota Medan sangat penting mengingat tugas pokok dan fungsinya sebagai badan penyelenggara urusan pemerintah khususnya di bidang pengelolaan pasar tradisional tersebut.

Terdapat permasalahan di dalam penataan dan pembinaan usaha pasar tradisional sebagaimana yang telah ditaur didalam Peraturan Walikota Medan tersebut. Banyak pihak yang mengabaikan peraturan yang telah dibuat sehingga terjadi permasalahan-permasalahan baik dari aspek sosial maupun ekonomi dalam masyarakat kota Medan. Keberadaan pasar Tradisional Marelan bila dibandingkan dengan pasar tradisional lainya masih mempunyai banyak kekurangan, seperti:

Pasca penertiban yang dilakukan petugas Satpol PP terhadap lapak berjualan Pedagang Kaki Lima (PKL) yang berada di luar gedung Pasar Tradisional Marelan pada Rabu (27/3/2019) dini hari tadi, ratusan pedagang memilih tetap berjualan di lokasi semula. Penyebabnya, lokasi yang ditunjuk

Perusahaan Daerah (PD) Pasar Kota Medan untuk tetap berjualan para pedagang dinilai jauh dari kata layak. Pascar penertiban yang dilakukan petugas Satpol PP terhadap lapak berjualan Pedagang Kaki Lima (PKL) yang berada di luar gedung Pasar Marelan pada Rabu (24/3/2019) dini hari tadi, ratusan pedagang memilih tetap berjualan di lokasi semula. Penyebabnya, lokasi yang ditunjuk Perusahaan Daerah (PD) Pasar Kota Medan untuk tempat berjualan para pegadang dinilai jauh dari kata layak. Menurut seorang pedagang bernama Lasmaida Pasaribu, setiap PKL Pasar Marelan yang dipindahkan ke dalam gedung hanya diberikan lapak seluas 1,2 x 1,5 meter. Pasar Marelan juga memiliki lingkungan yang becek, kotor, bau sampah, sesak karena kondisi kios yang banyak terdapat sekat-sekat, dan pengap karena pedagang tidak dipisahkan berdasarkan dagangan yang dijual. (sumber: tribun medan, 14 Maret 2019)

Dalam observasi yang dilakukan peneliti Pasar Tradisional Marelan pada saat ini membutuhkan perhatian dari pemerintah, banyaknya ditemukan Pedagang Kaki yang hampir menutup bahu jalan sehingga terjadinya kemacetan yang cukup panjang. (PKL) di sekeliling pasar tradisional informal yangberada di dalam pasar berniat berjuala di luar pasar. Keberadaan PKL ini juga membuat arus lalu lintas di kawasan pasar itu tak jarang mengalami kemacetan. Kendaraan yang melewati pasar-pasar itu harus berjualan pelan dan saling mengantri untuk dapat melintas tanpa bersenggolan dengan pejalan kaki maupun pembeli yang lalu lalang. Hal itu disebabkan mengecilnya ruas jalan akibat aktifitas jual beli. Para pedagang lebih memilih berjualan di badan jalan karena mudah di akses langsung oleh pembeli.

Kondisi bangunan pasar Marelan juga kurang baik dan dapat membahayakan para pengunjung maupun pedagang yang saat ini masih

melakukan kegiatan berjualan ditempat tersebut. Ukuran kiosnya juga kurang nyaman bagi para pedagang untuk meletakkan barang dagangannya. Kios yang kumuh sangat berpotensi mengganggu kesehatan manusia yang ada di sekitar tempat tersebut. Marelan kondisi jalan Pasar Marelan di Kecamatan Medan Marelan, Kota Medan yang baru dibangun, saat ini sudah rusak, bahkan becek dan sulit untuk dilalui. Kondisi jalan yang buruk membuah warga maupun pedagang yang ada di sana menghambat aktivitas mereka.

Meski kondisi kerusakan badan jalan dan halaman Pasar Marelan yang belum setahun diresmikan mengalami kerusakan, tetapi belum ada upaya Pihak Perusahaan Daerah (PD) Pasar untuk membenahinya.

Apalagi hujan seperti saat ini, jalan menuju ke Pasar Marelan becek sangat sulit dilalui, kami berharap agar Pihak PD Pasar membenahi kondisi fasilitas jalan yang sudah mirip dengan jalan sawah tersebut, salah seorang ibu rumah tangga warga Young Panah Hijau, Kelurahan Labuhan Deli Medan Marelan yang berbelanja di Pasar Marelan saat bertemu saya, Selasa (9/5/2019).

Selain kondisi jalan yang rusak, katanya, fasilitas lainnya di Pasar Marelan terutama di Lantai 2 juga sudah banyak yang rusak, sambung Saring pedagang sayur yang menggelar dagangan di pinggir jalan Pasar V Marelan.

Hal yang sama juga dikatakan Ary, di lantai 2 pasar milik Pemko Medan tersebut, banyak plafon yang bocor dan ambruk, sehingga mengakibatkan sejumlah kios di lantai 2 menjadi sepi dikunjungi pembeli.

"Sampai kini saya belum bisa jualan di Kios Lantai 2 Pasar Marelan, karena atap bangunan pasar kerap bocor saat hujan lagi pagi pengunjung dan pembeli enggan naik ke Lantai 2 Pasar Marelan ini," keluh Ary

sembari berharap pihak Perkim Medan dan PD Pasar segera membenahi fasilitas Pasar Marelan tersebut.

Keadaan ini membuat pasar menjadi tidak layak keberadaannya sebagai pasar. Keadaan yang memprihatinkan ini akan berdampak bagi perkembangan sosial maupun ekonomi yang tidak menutup kemungkinan sejalan dengan era globalisasi persaingan yang sangat ketat. Berangsur-angsur tempat tersebutakan ditinggalkan para pengunjung atau konsumen dengan memilih tempat yang lebih nyaman, sehat, dan aman untuk berbelanja.

Pemerintah Kota Medan seharusnya mulai menyadari bahwa keberadaan pasar tradisional sangat penting bagi warga masyarakatnya. Pasar tradisional secara nyata mampu memberikan pelayanan terhadap kebutuhan masyarakat berpenghasilan rendah. Pasar tradisional juga sebagar bagian dari usaha sector informal dapat menciptakan dan memperluas lapangan kerja, terutama bagi tenaga kerja yang kurang memiliki kemampuan dan keahlian yang memadai untuk bekerja di sektor formal karena rendahnya tingkat pendidikan yang mereka miliki. Selain sebagai salah satu tempat perputaran uang yang berarti penguat bagi struktur ekonomi tingkat mikro, nilai strategis dari pasar tradisional antara lain terletak pada pengaruh sosial budaya yang terbangun dimana lebih sesuai dengan budaya tradisional bangsa Indonesia.

Mengingat pentingnya peran pasar tradisional bagi perekonomian dan kesejahteraan masyarakat, permasalahan-permasalahan seputar pasar tradisional harus segera diatasi. Untuk menjaga agar pasar tradisional dapat memiliki daya tarik dan bertahan dengan semakin berkembangnya pasar modern, dibutuhkan suatu arahan penataan fisik yang dapat digunakan sebagai arahan perbaikan

kondisi pasar tradisional. Arahan penataan fisik pasar tradisional yang dibuat perlu didasarkan pada kebutuhan masyarakat agar dapat lebih tepat sasaran.

Berbagai permasalahan diatas jelas menimbulkan pola pergerakan yang tidak seimbang. Setiap perubahan dan pertumbuhan system kegiatan akan menimbulkan perubahan atau pertumbuhan pergerakan. Berangkat dari fenomena tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul" **Peran penataan pasar tradisional sebagai pendistribusian kesempatan usaha bagi pedagang tradisional. (studi di PD pasar marelan kota medan)**

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah yang akan dijawab melalui penelitian ini adalah bagaimana dan peranan Perusahaan Daerah dalam penataan pasar di Pasar Tradisional Marelan Kota Medan?

1.3.Tujuan Penelitian

Setiap penelitian yang diajukan mempunyai sasaran yang hendak dicapai atau apa yang menjadi tujuan penelitian. Suatu riset khusus tentang pengetahuan empiris pada umumnya bertujuan untuk menemukan, mengembangkan dan menguji kebenaran ilmu pengetahuan itu sendiri, adapun yang menjadi tujuan penelitian adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis **Peran sebagai pendistribusian kesempatan usaha bagi pedagang tradisional (studi di PD pasar marelan kota medan)**

1.4.Manfaat Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang menjadi fokus penelitian dan tujuan yang ingin dicapai, maka penelitian diharapkan memberikan manfaat antara lain:

1) Manfaat secara subjektif, sebagai sarana untuk melatih dan mengembangkan kemampuan untuk menuliskannya dalam bentuk karya ilmiah berdasarkan kajian- kajian teori dan aplikasi yang diperoleh dari program studi Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas HKBP Nommensen Medan.
2) Manfaat secara akademis, diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi akademis/pihak pihak yang berkompeten dalam pencarian informasi atau sebagai referensi mengenai peran sebagai pendistribusian kesempatan usaha bagi pedagang tradisional (studi di PD pasar marelan kota medan) dan fungsi penataan pasar tradisional di perusahaan daerah pasar marelan kota medan.
3) Manfaat secara praktis dalam penelitian ini, diharapkan akan memberikan masukan kepada Pemenntah Daerah dalam merancang kebijakan publik yang realistic terutama mengenai kebijakan tentang pasar tradisional di Kota Medan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Pada bagian tinjauan pustaka penulis terlebih dahulu menguraikan Konsep peran, penataan, pasar tradisional, pedistribusian, dan pedagang tradisional.dengan merujuk dari beberapa literatur bahan bacaan, penelitian -penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan judul ini.

2.1.Peran

2.1.1. Pengertian peran

Menurut Biddle dalam Suhardono), berpendapat bahwa "konsep Peran selalu dikaitkan dengan posisi. Posisi pada dasarnya adalah suatu unit dari struktur social. Dari pendapat di atas dapat dikatakan bahwa peran merupakan prilaku individu maupun organisasi dalam menjalankan posisi pada suatu unit dari struktur sosial. Melalui posisi yang dimiliki oleh pelaku baik individu maupun kelompok inilah peranannya dilaksanakan sebagaimna mestinya.[2]

2.1.2. Ciri ciri Peran

Kemudian Menurut Soekanto (2002) peran dibagi menjadi tiga yaitu, Peran aktif, peran partisipatif dan peran pasif. Peran aktif adalah peran yang di berikan oleh anggota kelompok karena kedudukannya di dalam kelompok sebagai aktifitas kelompok, seperti pengurus, pejabat dan lainnya sebagainya. Peran partisipatif adalah peran yang diberikan oleh anggota kelompok kepada kelompoknya yang memberikan sumbangan yang sangat berguna bagi kelompok itu sendiri. Sedangkan peran pasif adalah sumbangan anggota kelompok yang bersifat pasif, dimana anggota kelompok menahan dari agar memberikan kesempatan kepada fiingsi-fungsi lain dalam kelompok dapat berjalan dengan baik.

[2] Suhardono, Edy, *Teori Peran Konsep. Derivasi Dan Implikasinya*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka, 1999, Hal.

Peran juga diartikan sebagai tuntutan yang diberikan secara struktural (norma-norma, harapan, tanggung jawab dan lainnya). Didalamnya terdapat serangkaian tekanan dan kemudahan yang menghubungkan pembimbing dan mendukung fungsinya dalam mengorganisasi. Peran merupakan seperangkat perilaku dengan kelompok, baik kecil maupun besar, yang kesemuanya menjalankan berbagai peran. Dikutip oleh *Sooerjono Soekanto dari buku "Role, Personality and Social Structure "* karya Levinson, peranan dapat mencakup tiga hal berikut:

a. Peranan meliputi norma-norma yang dihubungkan dengan posisi atautempat seseorang dalam masyarakat. Peranan arti ini merupakan rangkaian peraturan-peraturan yang membimbing sesorang dalam kehidupan kemasyarakatan
b. Peranan adalah suatu konsep tentang apa yang dapat dilakukan oleh individu dalam masyarakat sebagai organisasi
c. Peranan juga dapat dikatakan sebagai perilaku individu yang penting bagi struktur sosial masyarakat. Melekatnya peran pada individu dalam kondisi sebuah masyarakat kadang menimbulkan ketidaksesuaian yang diakibatkan tidak dijalankannya peran tersebut oleh individu yang bersangkutan. Inilah oleh *Soekanto disebut dengan role distance*

d. Keterpisahan antara individu

   Dengan perannya kadang ditimbulkan dengan ketidakmampuan individu dalam melaksanakan peran yang diberikan oleh masyarakat. Cenderung menyembunyikan diri dan akhirnya peran yang dibebankan tidak berjalan atau berjalan dengan tidak sempurna.

Setiap individu yang menjalankan peran cenderung tidak sendiri dalam melaksanakan peran sosialnya. Soekanto menyebut bahwa ada lingkaran sosial (Social Circle) yaitu tempat dimana seseorang mendapatkan peranan sosial nya[3]

2.2.Penataan

Bila ditelusuri secara teoritis, salah satu faktor yang menentukan perilaku ekonomi individual-yang terwujud antara lain dalam pemilihan lokasi kegiatan melalui mekanisme pasar-adalah asas manfaat yang mengacu pada gagasan bahwa peruntukan sumber daya lahan harus mengarah pada penggunaan yang sebaik mungkin, yang berpusat pada kepentingan

Oleh karena itu, bentuk pola tata guna lahan yang bertentangan dengan kepentingan pemeliharaan keserasian dengan alam, seperti pengorbanan lingkungan hidup yang merugikan aspek fiisk biologis pada gilirannya juga akan merugikan tingkat kesejahteraan masyarakat.

Dalam kerangka pemikiran yang berasaskan manfaat tersebut, efisiensi merupakan landasan dasar tujuan alokasi lahan yang dilakukan melalui mekanisme pasar.

- Bahkan menurut Johnson (1976) banyak negara berkembang mengabaikan konsekuensi spasial dalam kegiatan investasi yang dilakukan.
- Menurutnya tujuan utama dari perencanaan adalah meningkatkan jumlah investasi yang ditujukan untuk sektor-sektor produktif dalam suatu kota. Akan tetapi hal itu tidak cukup hanya diwujudkan dengan mengalokasikan investasi pada sektor-sektor dimaksud ataupun dengan mendistribusikan pendanaan untuk infrastruktur.
- Hal yang lebih penting lagi adalah mempertimbangkan secara cermat lokasi geografis tempat investasi tersebut akan dikembangkan.

[3] Soekanto, Soerjono, Sosiologi Suatu Pengantar, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2007 hal. 213-214 7 ibid 8 ibid.

- Strategi penataan ruang harus berupa rumusan yang lebih daripada sekedar komponen dari keseluruhan strategi dalam pembangunan ekonomi.
- Meningkatnya berbagai permasalahan baik sosial, ekonomi, maupun fisik berkaitan dengan pertumbuhan yang pesat dari wilayah metropolitan, dan bersamaan dengan makin memburuknya kemiskinan diperkotaan.

Berry (1973) mengidentifikasikan empat model dalam perencanaan perkotaan yang prinsip-prinsipnya dapat pula diterapkan ' dalam perencanaan secara umum, yaitu *Ameliorative-problem-solving form, Allocative trendmodifying, Exploitive opportunity-seeking dan Normative goal-oriented planning.* Yang banyak ditemui adalah model *Ameliorative-problem-solving form*, yang disusun berdasarkan permasaiahan yang ada serta cenderung hanya beronentasi pada jangka pendek.

Allocative trend- modifying lebih berorientasi pada masa depan dan disusun berdasarkan kecenderungan saat ini untuk mengantisipasi permasalahan permasalahan yang muncul pada masa yang akan datang

Model Exploitive opportunity-seeking sama sekali tidak mengidentifikasi permasalahan pada masa yang akan datang, tetapi langsung melihat peluang-peluang baru yang muncul.

2.3.Definisi Penataan

Menurut D.A. Tiasnaadmidjaja penalaan secara umum memiiiki pengertian sebagai suatu proses yang meliputi proses perencanaan, pelaksanaan atau pemantaatan tata ruang dan

pengendalian pelaksanaan atau pemantaatan ruang yang harus terkait satu sama lain. Jadi dalam penataan ruang terkandung berbagai pengertian mengenai tata ruang yang komprehensif.[4]

Tata ruang mengandung arti penataan segaia sesuatu yang berada di daiam ruang sebagai wadah penyelenggara kehidupan. Tata ruang pada hakikatnya merupakan lingkungan fisik yang mempunyai hubungan organisatoris/fungsional antara berbagai macam objek dan manusia yang terpisah dalam ruang-ruang tertentu (Rapoport, 1980).

2.3.1. Konsep Penataan Pasar Tradisionai

Berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan Dan Pemberdayaan Pasar Tradisional, Pengelolaan pasar tradisionai adalah penataan pasar tradisional yang meliputi perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian pasar tradisional. Pemberdayaan pasar tradisional adalah segala upaya pemerintah daerah dalam melindungi keberadaan pasar tradisional agar mampu berkembang lebih baik untuk dapat bersaing dengan pusat perbelanjaan dan toko modern. Penataan tapak pasar dilakukan terhadap pengembangan pasar pada lokasi baru dan pengembangan pasar pada lokasi pasar yang sudah ada, yang memerlukan perbaikan lokasi- lokasi atau ruang-ruang yang sudah ada (periuasan dan renovasi pasar). Secara iebih rinci, penataan pasar meliputi:

Kriteria pasar tradisional antara lain:

a. Dimiliki, dibangun dan/atau dikelola oleh pemerintah daerah;
b. Transaksi dilakukan secara tawar menawar;
c. Tempat usaha beragam dan menyatu dalam lokasi yang sama; dan
d. Sebagian besar barang dan jasa yang ditawarkan berbahan baku lokal.

[4] Hal. 22, D.A. Tiasmidjaja dalam Asep Warlan Yusuf Pranata Pembangunan. Bandung: Parahiayangan, 1997. Hlm6.

Pengelolaan

a. Bupati/walikota melalui kepala SKPD melakukan perencanaan pasar tradisional.
b. Perencanaan pasar tradisional meliputi perencanaan fisik dan perencanaan non fisik.

Perencanaan Fisik meliputi:

a. Penentuan lokasi, penyediaan fasilitas bangunan dan tata letak pasar; dan sarana pendukung.
b. Perencanaan fisik berlaku untuk pembangunan pasar baru.
c. Perencanaan fisik beriaku untuk rehabilitasi pasar lama.

Penentuan lokasi antara lain:

a. Mengacu pada RTRW Kabupaten/Kota;
b. Dekat dengan pemukiman penduduk atau pusat kegiatan ekonomi masyarakat; dan
c. Memiliki sarana dan prasarana transportasi yang menghubungkan ibukota kabupaten/'kota dan ibukota kecamatan dengan lokasi pasar baru yang akan dibangun.

Fasilitas bangunan dan tata letak pasar antara lain:

a. Bangunan toko/kios/los dibuat dengan ukuran standar ruang tertentu;
b. Petak atau blok dengan akses jalan pengunjung ke segala arah;
c. Pencahayaan dan sirkulasi udara yang cukup;
d. Penataan toko/kios/los berdasarkan jenis barang dagangan; dan
e. Bentuk bangunan pasar tradisional selaras dengan karakteristik budaya daerah

Sarana pendukung antara lain:

a. Kantor pengelola;

b. Areal parkir;

c. Tempat pembuangan sampah sementara/sarana pengelolaan sampah;

d. Air bersih;

e. Sanitasi/drainase;

f. Tempat ibadah;

g. Toilet umum;

h. Pos keamanan;

i. Tempat pengelolaan limbah/lnstalasi Pengelolaan Air Limbah;

j. Hidran dan fasiiitas pemadam kebakaran;

k. Penteraan;

l. Sarana komunikasi

Perencanaan non fisik untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan sesuai dengan standar operasional dan prosedur yang ditetapkan. Standar operasional dan prosedur antara lain:

a. Sistem penarikan retribusi;

b. Sistem keamanan dan ketertiban;

c. Sistem kebersihan dan penanganan sampah;

d. Sistem perparkiran;

e. Sistem pemeiiharaan sarana pasar;

f. Sistem penteraan; dan

g. Sistem penanggulangan kebakaran.

Kelembagaan

1. Bupati/walikota menetapkan struktur organisasi pengelola pasar tradisional dengan Keputusan Bupati/Walikota.

2. Struktur organisasi pengelola pasar tradisional sebagaimana dimaksud pada ayat (1) paling sedikit terdiri dari:
    a. Kepala pasar;
    b. Pejabat keuangan; dan
    c. Pejabat teknis lainnya sesuai kebutuhan.
3. Bupati/walikota menetapkan kepala pasar, pejabat keuangan dan pejabat teknis lainnya dengan Keputusan Bupati/Walikota berdasarkan usulan kepala SKFD.

Persyaratan pemakaian tempat usaha, antara lain:

a. Pedagang yang memanfaatkan tempat usaha harus memiliki SITU; dan
b. Pedagang yang memiliki SITU dilarang mengalihkan kepada pihak lain.

Kewajiban pemakai tempat usaha, antara lain:

a. Menjaga keamanan, kebersihan dan ketertiban tempat usaha;
b. Menempatkan dan menyusun barang dagangan secara teratur;
c. Menyediakan tempat sampan pada ruang usahanya;
d. Membayar retribusi pelayanan pasar tepat waktu; dan
e. Mematuhi peraturan yang dikeluarkan pengelola.

Pelaksanaan

1. Bupati/walikota meialui kepala SKPD melaksanakan kegiatan sesuai dengan rencana fisik dan non fisik yang dianggarkan dalam APBD.
2. Bupati/walikota dapat melakukan kerjasama dengan pihak ketiga untuk pembangunan pasar baru, rehabilitasi pasar lama, dan pengelolaan pasar tradisional. Kerjasama dengan pihak ketiga dapat dilaksanakan dengan pola

Bangun Guna Serah, Bangun Serah Guna, dan Kerja Sama Pemanfaatan lainnya.

3. Kerjasama dilaksanakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan Pengendalian dan Evaluasi
4. Bupati/waiikota melalui kepala SKPD melakukan pengendalian dan evaluasi pengelolaan pasar tradisional
5. Pengendalian dan evaluasi dilakukan terhadap:
    a. Kebijakan pengelolaan pasar tradisional;
    b. Pengelola dan pedagang;
    c. Pendapatan dan belanja pengelolaan pasar; dan
    d. Sarana dan prasarana pasar.

Pemberdayaan

1. Bupati/walikota melakukan pemberdayaan pasar tradisional di daerah.
2. Pemberdayaan antara lain:
    a. Meningkatkan profesionalisme pengelola;
    b. Meningkatkan kompetensi pedagang pasar; dan
    c. Meningkatkan kualitas dan pembenahan sarana fisik pasar.
3. Peningkatan proiesionalisme pengelola pasar melalui:
    a. Penetapan visi, misi dan kebijakan pengembangan pasar;
    b. Penerapan manajemen yang profesional;
    c. Pembentukan struktur organisasi dan uraian tugas yang jelas; dan
    d. Ketersediaan standar operasional dan prosedur.
4. Peningkatan kompetensi pedagang pasar antara lain:

a. Pembinaan disiplin pedagang dan pembeli;

b. Bimbingan kepada para pedagang untuk menarik para pembeli;

c. Peningkatan pengetahuan dasar bagi para pedagang; dan

d. Memahami perilaku pembeli.

5. Peningkatan kualitas dan pembenahan sarana fisik pasar antara lain:

   a. Pembenahan tata letak;

   b. Pengaturan Ialu iintas orang dan barang di dalam pasar;

   c. Peningkatan kuaiitas konstruksi;

   d. Pembenahan sistem air bersih dan limbah;

   e. Pembenahan sistem elektrikal;

   f. Penggunaan sistem pencegah kebakaran; dan

   g. Pembenahan sistem penanganan sampah.

6. Bupati/walikota melalui SKPD, melakukan:

   a. Memberikan prioritas tempat usaha kepada pedagang lama, dalam hal dilakukan renovasi dan/atau relokasi pasar tradisional;

   b. Penataan terhadap pedagang kaki lima agar tidak mengganggu ketertiban pasar;

   c. Fasilitasi perbankan dalam memberikan kredit kepada pedagang pasar;

   d. Fasilitasi pembentukan wadah/assosiasi pedagang pasar.

7. Rencana pemberdayaan pasar tradisional merupakan bagian rencana fisik dan non tisik yang disusun dalam RPJMD dan Renstra SKPD yang dijabarkan ke dalam Renja SKPD dan RKPD.[5]

[5] www.setjend.kemendagri.go.id

Disebutkan secara lebih spesifik bahwa penataan ruang adalah suatu upaya untuk mewujudkan tata ruang yang terencana, dengan memperhatikan

- Keadaan lingkungan alam,
- Lingkungan buatan,
- Lingkungan sosial,
- Interkasi antar lingkungan,
- Tahapan dan pengelolaan pembangunan,

Serta pembinaan kemampuan kelembagaan dan sumber daya manusia yang ada dan tersedia, dengan selalu mendasarkan pada kesatuan wilayah nasional dan ditujukan bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat, memelihara lingkungan hidup dan diarahkan untuk mendukung upaya pertahanan keamanan.

2.3.2. Tujuan Penataan

Pada dasarnya, penataan ruang bertujuan agar pemanfaatan ruang yang berwawasan lingkungan, pengaturan pemanfaatan ruang pada kawasan lindung dan budi daya dapat terlaksana, dan pemanfaatan ruang yang berkualitas dapat tercapai. Upaya penataan ruang ini juga dilakukan untuk menciptakan pembangunan yang berkelanjutan (*sustainable development*) dalam kaitan dengan pertumbuhan ekonomi dan pemerataannya.

2.3.3. Komponen Penataan

Struktur ruang pada hakikatnya merupakan hasil dari suatu proses yang mengalokasikan objek-objek fisik dan aktivitas ke suatu kawasan di suatu wilayah. Wawasan system tata ruang ini berdasarkan pada kerangka konseptual yang diformulasikan oleh beberapa pakar seperti *Kevin Lyinch dan Lfyod Rodwin (1958), Donald Foley (1964), Stuart Chapin (1965), Melvin M. Webber*

(1967), dan Peter Hall (1970) yang semuanya menekankan adanya kaitan antara tiga proses yang saling bergantung[6]

- Pertama, proses untuk mengalokasikan aktivitas pada suatu kawasan sesuai dengan hubungan fungsional tertentu
- Kedua, proses pengadaan atau ketersediaan fisik yang menjawab kebutuhan akan ruang bagi akivitas, seperti untuk tempat bekerja, tempat tinggal, transportasi dan komunikasi. Proses ini, yakni pengadaan bangunan jalan prasarana umum dan sebagainya, akan merupakan taktor pendukung bagi proses pengalokasian aktivitas yang disebut pada pertama. Dalam hal ini, proses pengalokasian aktivitas akan ditentukan oleh ketersediaan sumber daya alam dan buatan, serta kondisi fisik di wilayah tersebut.

2.4.Pengertian Pasar

Pasar adalah sebuah tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual-beli, baik itu barang ataupun jasa. Pasar tidak memiliki batas geografis sehingga definisi pasar tidak pernah merujuk pada sebuah tempat atau lokasi tertentu. Selain itu, kehadiran internet juga telah membuat pengertian pasar saat ini semakin luas.

Pengertian pasar yang dimaksudkan di dalam artikel ini kaitannya dengan kegiatan ekonomi, yaitu transaksi jual-beli, baik diiakukan di pasar tradisional maupun secara online. Pengertian pasar daiam ilmu ekonomi adalah jumlah permmtaan dan juga penawaran pada barang atau jasa tertentu

2.4.1. Pengertian Pasar Menurut Para Ahii

[6] Kevin Lynch dan Liyond Roduin. (1958), Donald Foley (1964), Stuart Chapin (1965), Melvin M. Webber (1967) dan Peter Hall (1970)

Beberapa ahli di bidang ekonomi pernah menjelaskan tentang definisi pasar. Berikut adalah penjelasan mengenai pengertian pasar menurut para ahli:

Menurut William J. Stanton, pengertian pasar adalah sekumpulan orang yang ingin meraih kepuasan dengan menggunakan uang untuk berbelanja, serta memiliki kemauan untuk membelanjakan uang tersebut.

Menurut Kotler dan Amstrong, pengertian pasar adalah sejumlah pembeli aktual dan juga potensial dari sebuah produk atau jasa. Besarnya pasar tergantung pada jumlah orang yang punya kebutuhan dan mau melakukan transaksi[7]

Banyak pemasar yang menganggap bahwa pembeli dan penjual adalah sebuah pasar dimana pembeli akan menerima produk/jasa yang diinginkan setelah melakukan pembayaran. Dan penjual akan mengirimkan produk/ jasa yang telah dibayar oleh si pembeli.

2.4.2. Mengenai Ciri-Ciri Pasar

Dari penjelasan defenisi pasar maka kita dapat mengetahui ciri-ciri pasar, yaitu:

- Ada barang atau jasa yang diperjual belikan
- Terjadi transaksi jual beli
- Adanya proses permintaan dan tawar menawar
- Terjadinya interaksi antara pembeli dan penjual
- Transaksi terjadi ketika ada kesepakatan antara penjual dan pembeli

2.4.3. Klasifikasi Pasar Secara Umum

[7] Defenisi Pasara William J. Stanton, Mikro Ekonomi Teori Pengantar ed 1-22. Jakarta. PT.Raja Grafindo. 2006. him. 25.

Secara umum pasar dapat diklasiiikasikan menjadi dua macam, yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Walaupun pasar tradisional telah mengalami Berikut penjelasannya:

1. Pasar Tradisional

1. Pengertian pasar tradisional adalah sebuah tempat bertemunya para penjual dan pembeli serta terjadi proses jual beli secara langsung yang melalui proses tawar menawar. Bentuk bangunan pasar tradisional ini berupa kios, los, atau gerai.
2. Barang yang dijual di pasar tradisional adalah barang-barang kebutuhan sehari-hari. Pasar jenis ini mudah ditemukan di berbagai daerah, misainya pasar mareian pasar sambu, pasar petisah.

2. Pasar Modern

Pasar modern adaiah tempat bertemunya penjual dan pembeii serta melakukan transaksi. Namun, di pasar modern tidak terjadi proses tawar menawar karena barang yang dijual sudah diberi label harga pas. Bentuk pasar modem ini berada di dalam bangunan dimana para peiayanannya diiakukan secara mandiri atau swalayan, dan bisa juga dilayani oleh seorang pramuniaga. Barang-barang yang dijual di pasartradisional biasanya kebutuhan sehari-hari dan barang lain yang tahan iamaJenis-jenis pasar dapat kita bedakan berdasarkan cara transaksi, bentuk kegiatan, berdasarkan waktunya, dan berdasarkan jenis barang yang dijual[8]

3. Pasar Berdasarkan Sifat dan Waktu Kegiatannya

Jenis pasar yang satu ini dapat kita ketahui dengan melihat sifat dan waktu kegiatannya. Diantaranya adalah:

[8] Hal. 62 Bagian 2. Mekanisme Pasar Pengantar Ekonomi Mikro, N. Gregorg Mark in *Peter* Wilson. Penerbit Salemba Empat.

- Pasar harian: pasar yang kegiatannya dilakukan setiap hari, misalnya pasar marelan kota medan
- Pasar mingguan: pasar yang kegiatannya hanya terjadi sekali daiam seminggu, misalnya pasar minggu.
- Ada Pasar tahunan: pasar yang kegiatannya hanya terjadi sekali dalam satu tahun, misalnya Pasar Raya Jakarta (PRJ)
- Pasar Temporer: pasar yang kegiatannya hanya pada waktu tertentu saja, misalnya bazar murah

4. Pasar Berdasarkan Wujudnya

Jenis pasar ini bisa kita kenali dengan melihat wujudnya. Diantaranya adalah:

- Pasar konkret (pasar nyata): pasar dimana terjadi hubungan langsung antara penjual dan pembeli, misalnya pasar tradisional dan pasar swalayan.
- Pasar Abstrak (pasar tak nyata): pasar dimana terjadi pertemuan langsung antara penjual dan pembeli, namun barang yang diperjualbelikan tidak secara langsung, misalnya pasar modal.

5. Pasar Berdasarkan Jangkauannya

Bentuk pasar Ini mudah kita kenali dengan melihat jangkauannya di masyarakat, diantaranya adalah:

- Pasar lokal: pasar yang pelaksanaannya berada di lokasi atau di daerah tertentu,
- Pasar nasional: pasar yang menjangkau pembeli di dalam satu negara. Dengan kata lain, pasar nasionai ini dapat melayani permintaan dari berbagai daerah dalam satu negara.

2.5. Pengertian Distribusi Secara Umum

2.5.1. Pengertian Distribusi

Adalah kegiatan menyalurkan suatu produk, baik itu barang atau jasa, dari produsen ke konsumen sehingga produk tersebut tersebar luas. Ada juga yang menyebutkan arti distribusi adalah suatu kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk memudahkan proses penyampaian produk dari produsen kepada konsumen. Dengan kata lain, pengertian distribusi adalah penghubung antara aktivitas produksi dan konsumsi.

Pada pelaksanaannya, distribusi merupakan bagian dari proses pemasaran yang dapat memberikan nilai tambah pada produk melalui berbagai fungsi seperti utility, tempat, waktu, dan hak kepemilikan produk. Selain itu, tercipta juga kelancaran arus pemasaran, baik secara fisik maupun non-fisik seperti arus informasi, promosi, negosiasi, pembayaran, dan lain sebagainya.

2.5.2. Pengertian Distribusi Menurut Para Ahli

Agar lebih memahami apa arti distribusi, maka kita dapat merujuk pada pendapat para ahli, diantaranya adaiah:

1. **Soekartawi**

   Menurut Soekartawi, pengertian distribusi adalah aktivitas menyaiurkan atau mengirimkan barang dan jasa supaya sampai hinga konsumen akhir.

2. **Assauri**

   Menurut Assauri, pengertian distribusi adaiah kegiatan memindahkan produk dari sumber ke konsumen akhir saluran distribusi pada waktu yang tepat

2.5.3. Fungsi Distribusi

Menurut Adi Susanto secara umum ada empat fungsi utama kegiatan distribusi, yaitu pembelian, klasifikasi, promosi, dan penyaluran. Berikut penjelasan selengkapnya.

1. **Pembelian Produk**

   Kegiatan pembelian barang merupakan proses awal dan distribusi yang diproduksi oleh produsen. Namun, jika penyaluran barang dari produsen dilakukan secara langsung kepada konsumen, maka proses ini tidak berlaku.

2. **Klasifikasi Produk**

   Setelah proses pembelian barang, akan ada kegiatan pengklasifikasian barang berdasarkan tungsi dan jenisnya agar pemasaran dan penghitungan barang menjadi lebih mudah.

3. **Promosi Produk**

   Setelah barang diklasifikasikan maka akan terjadi proses promosi barang, yaitu memperkenalkan barang tersebut kepada khalayak. Proses promosi barang ini dapat dilakukan dengan memasang display di etalase toko, iklan di berbagai media, dan penawaran langsung ke konsumen.

4. **Penyaluran Produk**

   Ini merupakan aktivitas utama dari distribusi, yaitu menyalurkan barang kepada konsumen. Proses penyaluran harus diiakukan dengan cepat dan tepat agar distributor mendapatkan keuntungan dari kegiatan distribusi.[9]

2.5.4. Tujuan Distribusi

[9] Adi Susanto, Kewiraswastaan Distribusi, PT. Ghalia Indonesia UMM Pers.

Tujuan utama kegiatan distribusi adalah untuk menjamin keiangsungan aktivitas produksi dan menjamin produk diterima dengan baik oleh konsumen. Berikut penjelasan selengkapnya:

1. **Menjamin Kelangsungan Kegiatan Produksi**

   Proses distribusi yang berjalan dengan baik akan membantu kegiatan produksi. Dengan melakukan kegiatan distribusi maka produk yang telah dihasilkan tidak tertahan di gudang produsen tetapi berpindah ke tangan distributor.

2. **Menjamin Produk Sampai ke Konsumen**

   Sesuai dengan tujuan utamanya, kegiatan distribusi akan memastikan produk dari produsen dapat sampai ke konsumen. Proses distribusi ini bisa dilakukan dengan cara pengenalan barang (promosi) hingga proses pengiriman barang ke konsumen

2.5.5. Jenis-Jenis Distribusi

Berdasarkan peran produsen dengan konsumen, jenis distribusi dapat dikeiompokkan menjadi dua, yaitu

1. **Distribusi Langsung**

   Pengertian distribusi langsung adalah suatu kegiatan penyaluran barang dari produsen langsung kepada konsumen. Dengan kata lain, produsen berperan sebagai distributor dan proses distribusinya tidak melalui perantara atau pihak ketiga.

2. **Distribusi Tidak Langsung**

Pengertian distribusi tak langsung adalah suatu kegiatan penyaluran barang dari produsen kepada konsumen yang menggunakan perantara atau pihak ketiga. Dalam hal ini, distributor bisa berupa perorangan atau perusahaan.[10]

Pelaku Distribusi

Berdasarkan kegiatan penyaluran barang dari produsen ke konsumen, pelaku distribusi (distributor) dapat dibedakan menjadi enam kelompok, yaitu:

1. **Pedagang**

   Pedagang adalah pihak yang membeli barang dari produsen dan menjualnya kembali ke konsumen akhir. Pedagang dapat menentukan harga jual suatu produk sesuai dengan kondisi pasar dan sosiai ekonomi di suatu masyarakat.

2. **Agen**

   Agen adalah perusahaan yang memiliki tanggungjawab untuk menyalurkan barang dari produsen kepada konsumen. Keuntungan yang didapatkan oleh agen adalah dari nilai komisi yang teiah ditentukan.

3. **Makelar**

   Makelar adalah pihak yang mempertemukan produsen dengan calon pembeli suatun produk, baik itu barang atau jasa. Makelar tidak mengeluarkan modal pada proses distribusi dan keuntungan yang didapatkan adalah berupa *fee* dari produsen dan konsumen atas jasanya.

4. **Eksportir**

   Eksportir adalah pihak yang menyalurkan barang dari produsen dalam negeri kepada konsumen yang berada di luar negeri.

[10] http://jurnalmanajemai.com

5. **Importir**

   Kebalikan dari eksportir, importir adalah pihak yang menyalurkan barang dari luar negeri kepada konsumen di dalam negeri. -.

6. **Komisioner**

   Komisioner adaiah pihak yang melakukan pembelian dan penjuaian atas namanya sendiri.

Pengertian Manajemen Pemasaran

Faktor yang Mempengaruhi Distribusi Kegiatan distribusi dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Adapun faktor-raktor yang mempengaruhi distribusi adaiah:

- Jumlah produk
- Sifat produk
- Luas daerah
- Sarana angkutan
- Sarana komunikasi
- Faktor perusahaan
- Faktor biaya
- Kondisi pasar[11]

2.6.Defenisi Usaha

2.6.1. Pengertian Usaha

[11] Philip Kotler Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 2

Menurut Drs. Salim Siagian, MBA dan Drs. Ashani usaha merupakan setiap aktivitas yang dilakukan manusia untuk mendapatkan apa yang diinginkan. Jika diartikan secara khusus, istilah usaha dapat diartikan ke dalam banyak makna dan sangat bergantung dengan di mana istilah usaha ini digunakan. Di bidang bisnis misalnya, usaha biasanya identik dengan aktivitas bisnis, sedangkan di dunia fisika, usaha merupakan faktor dari perpindahan dengan .gaya.

2.6.2. Defenisi Usaha daiam Berbagai Bidang

1. Usaha dalam Aktivitas Ekonomi

Dalam dunia atau pun aktivitas ekonomi, usaha sering kali diartikan sebagai sebuah bisnis. Dalam hal ini, usaha merupakan setiap upaya yang dilakukan untuk bisa mendapatkan keuntungan. Orang - orang yang melakukan aktivitas usaha atau pun bisnis biasanya disebut dengan istilah pebisnis atau pun pengusaha.

2. Usaha dalam Kehidupan Sehari - hari

Jika diartikan secara general, maka usaha dapat diartikan sebagai setiap aktivitas atau pun upaya yang dilakukan untuk bisa mendapatkan apa yang telah dicita - citakan / tujuan yang ingin dicapai. Usaha dalam kehidupan sehari - hari biasanya berupa aksi nyata seperti olahraga yang teratur.[12]

2.7.Hipotesis Kerja

Hipotesis merupakan jawaban sementara peneliti terhadap penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian kualitatif, hipotesis tidak diuji, tetapi diusulkan (*suggested, recommended*); sebagai suatu panduan daiam proses analisis data. Hipotesis kerja adalah hipotesis yang bersumber dari kesimpulan teoritik, sebagai Pedoman untuk melakukan penelitian (Umar, 2010:38). Adapun penulis

[12] Hal. 32, Tujuan Usaha Drs. Salim Siagian, MBA, Drs. Ashani Kewirausahaan Indonesia.

Merumuskan hipotesis kerja dalam penelitian ini, yaitu "Peran penataan pasar tradisional Sebagai Pendistribusian Kesempatan Usaha bagi Pedagang Tradisional. (Studi di PD Pasar Marelan Kota Medan, meliputi sejauh mana standar dan sasaran kebijakan, sumber daya, komunikasi antar badan pelaksana, karakteristik badan pelaksana, lingkungan sosial, ekonomi dan politik, dan sikap pelaksana.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1.Bentuk Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

Menurut Azwar (199:6) penelitian deskriptif melakukan analisis hanya sampai pada taraf deskripsi, yaitu menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematik sehingga dapat lebih mudah untuk difahami dan disimpulkan. Kesimpulan yang diberikan selalu jelas dasar faktualinya sehingga semuanya selalu dapat dikembalikan semata-mata bersifat deskriptif sehingga tidak bermaksud mencari penjelasan, menguji hipotesis, membuat prediksi, maupun mempelajari implikasi. (Azwar 1999:7). Bentuk penelitian deskriptif kualitatif dengan mengumpulkan informasi atau data kelapangan terkait sejauh mana standar dan sasaran kebijakan, sumber daya, komunikasi antar badan pelaksana, karakteristik badan pelaksana, lingkungan sosial, ekonomi dan politik, dan sikap pelaksana.

3.2.Lokasi penelitian

Lokasi penelitian ini dilakuan pada Pasar Marelan Kota Medan, Jl. Marelan Pasar 3 Barat Sumatera Utara. Untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam pemecahan rumusan masalah dan mendapatkan solusi yang tepat dengan menggunakan teori yang sudah ditentukan oleh peneliti. Menurut Creswell (2010:4), penelitian kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Penelitian kualitatif menurut Idrus

(2009:23) adalah meneliti informan sebagai subjek penelitian dalam lingkungan hidup kesehariannya. Noor (2009:32) mengatakan bahwa penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia, menekankan sifat realitas yang terbangun secara sosial, hubungan erat antara peneliti dengan subjek yang diteliti.

Masalah penataan pasar yang hingga kini masih menjadi masalah serius di pasar Marelan adalah kondisi fisik bangunan yang tidak terawat, kebersihan pasar dan fasilitas pengunjung pasar yang minim, serta badan jalan yang dipergunakan menjadi lahan parkir liar dan lokasi berjualan bagi pedagang kaki lima. Kondisi pasar tradisional pada umumnya memprihatinkan supaya dapat meninjau akses pedagang untuk mendistribusikan dagangannya atau hasil pertaniannya untuk didistribusikan.

Menurut Creswell (2010:4) penelitian kualitatif merupakan metode metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Penelitian kualitatif menurut Idrus (2009:23) adalah meneliti informan sebagai subjek penelitian dalam lingkungan hidup kesehariannya. Noor (2009:32) mengatakan bahwa penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia, menekankan sifat realitas yang terbangun secara sosial, hubungan erat antara peneliti dengan subjek yang diteliti.

3.3.Informan Peneliti

Informan adalah orang yang benar – benar mengetahui atau pelaku yang terlibat langsung dengan permasalahan penelitian. Informan ini harus banyak pengalaman tentang penelitian, serta

dapat memberikan pandangan tentang nilai – nilai, sikap, proses dan kebudayaan yang menjadi latar penelitian setempat.

Tabel 3.1. Matriks Informan Penelitian

No	Informan	Informan yang dibutuhkan	Jlh
1	Sekretaris Koperasi Pasar	1. Sejauh mana standart peranan penataan pasar tradisional dalam pendistribusian bagi pedagang tradisional 2. Sumber daya 3. Komunikasi antar badan pelaksana 4. Karakteristik badan pelaksana 5. Lingkungan sosial dan politik	
2	Pedagang dan masyarakat	1. Sejauh mana standart peran penataan pasar tradisional dalam pendistribusian pasar bagi pedagang tradisional 2. Sumber daya 3. Komunikasi antar badan pelaksana 4. Karakteristik badan pelaksana 5. Lingkungan sosial dan politik 6. Sikap pelaksana	

Pemilihan informan dalam penelitian ini dengan cara *purposive sampling*. Yaitu, teknik penarikan sampel secara subjektif dengan maksud atau tujuan tertentu, yang mana menganggap bahwa informan yang diambil tersebut memiliki informasi yang diperlukan bagi penelitian yang akan dilakukan.

3.4.Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan Data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena bertujuan untuk mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang diharapkan.(Sugiyono, 2016:101). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya:

1. Teknik Pengumpulan Data Primer

   Teknik pengumpulan data primer merupakan sumber data yang langsung diberikan oleh informan mengenai fokus penelitian selama berada di lokasi penelitian. Sumber data primer ini merupakan unit analisis utama yang digunakan dalam kegiatan analisis data. Dalam hal ini sumber data primer diperoleh peneliti selama proses pengumpulan data dengan menggunakan teknik.

   a. Wawancara, metode wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan diri sendiri atau self-report atau setidak-tidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi (Sugiyono, 2012 : 72). Wawancara mendalam adalah teknik pengolahan data yang pengumpjlan data didasarkan pada percakapan secara intensif dengan suatu tujuan tertentu untuk mencari informasi sebanyak-banyaknya. Wawancara dilakukan dengan cara mendapat berbagai informasi menyangkut masalah yang diajukan dalam penelitian. Wawancara dilakukan pada informan yang dianggap menguasai penelitian. Adapun wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur yang pewawancaranya menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan yang akan diajukan oleh peneliti.
   b. Observasi, yaitu pengamatan dan pencatatan dengan sistem terhadap fenomena-fenomena yang diteliti. Dalam penelitian ini peneliti langsung terjun ke lokasi penelitian dan melakukan pengamatan langsung terhadap objek-objek yang diteliti, kemudian dari

pengamatan tersebut melakukan pencatatan data-data yang diperoleh yang berkaitan degnan aktivitas penelitian

c. Dokumentasi, teknik ini merupakan suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, sehingga akan diperoleh data yang lengkap, sah, dan bukan berdasarkan perkiraan. Metode ini hanya mengambil data yang sudah ada di Perusahaan Daerah Pasar Marelan Kota Medan, seperti profil instansi, kepegawaian, struktur organisasi, dan data lainnya yang berhubungan dengan peneliti yang dilakukan. Metode ini juga digunakan untuk mengumpulkan data yang sudah tersedia dalam catatan dokumen.
d. Studi Kepustakaan, yaitu teknik pengumpulan data yang diperoleh dari buku-buku, karya ilmiah, jurnal, literatur, internet, peraturan-peraturan dan pendapat para ahli yang terkompetensi, serta memiliki relevansi dengan masalah yang diteliti.

3.5.Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan mengelompokkan, membuat suatu urutan, memanipulasi serta menyingkatkan data sehingga mudah untuk membuat suatu deskripsi dari gejala yang diteliti. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis kualitatif.

Menurut Bogdan dan Biklen, analisis data ialah proses pencarian dan penyusunan data yang sistematis meialui transkip wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi yang secara akumulasi menambah pemahaman peneliti terhadap yang ditemukan. Sedangkan Nasution menyatakan bahwa analisis data proses menyususn data agar dapat ditafsirkan. Menyusun data berarti menggolongkannya (mengategorikannya) dalarn pola atau tema. Tafsiran atau interpretasi

artinya memberi makna terhadap analisis, menjelaskan pola atau kategori, serta mencari hubungan antara berbagai konsep (Usman dan Akbar, 2009:84).

1. Reduksi Data

   Reduksi data dilakukan dengan merangkum dan memfokuskan hai-hal yang penting tentang penelitian dengan mencari tema dengan pola hingga memberikan gambaran yang lebih jelas serta mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan.

2. Penyajian Data

   Bermakna sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberikan tindakan. Penyajian data ini dilakukan dalam bentuk teks yang bersifat naratif, bagan, dan dalam bentuk lainnya.

3. Penarikan Kesimpulan

   Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpuikan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

3.6.Teknik Pemeriksaan Keahsahan Data

Pemeriksaan keabsahan data sangat diperlukan dalam penelitian kualitatif demi tingkat keakuratan data yang terkumpul. Peneliti akan menggunakan teknik triangulasi untuk menguji keabsahan data yang dikumpulkan. Triangulasi ini selain digunakan untuk mengecek kebenaran data juga dilakukan untuk memperkaya data. Trianguiasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Trianguiasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai

pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. (Sugiono, 2005 : 372) Dalam penelitian dapat dipergunakan tiga jenis triangulasi (Sugiono, 2007:274) :

1. Triangulasi Sumber. Untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data yang diperoleh dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan (member check) dengan tiga sumber data.
2. Triangulasi Teknik. Untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya untuk mengecek data bisa melalui wawancara, observasi, dokumentasi. Bila dengan teknik pengujian kredibilitas data tersebut menghasilkan data yang berbeda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan untuk memastikan data mana yang dianggap benar.
3. Triangulasi Waktu. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih segar, akan memberikan data lebih valid sehingga lebih kredibel. Selanjutnya dapat dilakukan dengan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda. Bila hasil uji menghasiikan data yang berbeda, maka dilakukan secara berulang-ulang sehingga sampai diternukan kepastian datanya.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis triangulasi data teknik triangulasi sumber data dilakukan dengan membandingkan data yang diperoleh melalui wawancara antara subjek penelitian yang satu dengan yang lain. Data dapat dikatakan absah apabila terdapat konsistensi atau kesesuaian antara informasi yang diberikan oleh informan satu dengan informan yang

lainnya terkait peran penataan pasar tradisional sebagai pendistribusian kesempatan usaha bagi pedagang tradisional Kebijakan Penataan Pasar Tradisional di Kota Medan.