

## MODEL PENGELOLAAN PASAR TRADISIONAL BERBASIS PARTISIPASI MASYARAKAT: STUDI EMPIRIS DI INDONESIA

Achmad Choerudin<sup>1</sup>, Septiana Novita Dewi, Aris Tri Haryanto, Ifah Latifah<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Akademi Teknologi AUB Surakarta, Jawa Tengah

<sup>2</sup>STIE AUB Surakarta, Jawa Tengah

E-mail: <sup>1</sup>achmadchoerudin77@yahoo.co.id

### ABSTRACT

The study of traditional market-based market management model is aimed at knowing and analyzing the traditional market-based management of participation and public input in policy making. This research in various traditional market in Indonesia. In this research model, findings (1) problems that occur in the management of the market caused by technical problems and non technical. These problems will be anticipated by good market management models such as management autonomy, integrated management systems and maximizing market revenues, (2) market management models based on community participation, policy making in the management of traditional markets derived from governments, academics and traders through inputs and participation are permissible under existing regulations and important role for Government policy to be accepted and applied, and (3) the management of a good traditional market in the digital age requires a sustainable technology role and in accordance with existing information technology developments.

**Keywords:** management model, traditional market, community participation

### ABSTRAK

Penelitian tentang model pengelolaan pasar tradisional berbasis partisipasi masyarakat, ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis tentang pengelolaan pasar tradisional berbasis partisipasi dan masukan masyarakat dalam pengambilan kebijakan. Penelitian ini diberbagai pasar tradisional di Indonesia. Dalam model penelitian ini, mendapatkan temuan (1) permasalahan yang terjadi dalam pengelolaan pasar diakibatkan oleh permasalahan teknis dan non teknis. Permasalahan tersebut akan bisa diantisipasi dengan model pengelolaan pasar yang baik berupa otonomi pengelolaan, sistem pengelolaan terintegrasi dan memaksimalkan pendapatan pasar, (2) model pengelolaan pasar berdasarkan partisipasi masyarakat, merupakan pengambilan kebijakan dalam pengelolaan pasar tradisional berasal dari pemerintah, akademisi dan pedagang melalui berbagai masukan dan partisipasi yang diperbolehkan menurut regulasi yang ada serta memberikan peran penting agar kebijakan Pemerintah bisa diterima dan diaplikasikan, dan (3) pengelolaan pasar tradisional yang baik dalam era digital memerlukan adanya peran teknologi yang berkelanjutan dan sesuai dengan perkembangan teknologi informasi yang ada.

**Kata Kunci:** model pengelolaan, pasar tradisional, partisipasi masyarakat

### 1. PENDAHULUAN

Era globalisasi saat di sektor perekonomian khususnya perdagangan ditandai munculnya toko modern di berbagai dunia. Toko modern dikelola dengan konsep yang lebih modern mengurangi keberadaan pasar tradisional [35][34]. Kehadiran pasar modern, terutama supermarket dan hipermarket, dianggap telah menyudutkan keberadaan pasar tradisional di perkotaan. Di Indonesia, terdapat 13.450 pasar tradisional dengan sekitar 12,6 juta pedagang kecil (Kompas, 2006). Hasil studi A.C. Nielsen, pasar modern di Indonesia tumbuh 31,4% per tahun, sedangkan pasar tradisional menyusut 8% per tahun. Jika kondisi ini tetap dibiarkan, ribuan bahkan jutaan pedagang akan kehilangan mata pencahariannya. Pasar tradisional mungkin akan tenggelam seiring dengan perkembangan dunia ritel saat ini yang didominasi oleh pasar modern (Litbang, 2012). Kehadiran peritel modern pada konsumen dari kalangan menengah keatas, saat itu lebih menjadi alternatif dari pasar tradisional yang identik dengan kondisi pasar kumuh, dengan tampilan dan kualitas buruk, serta harga jual rendah dan sistem tawar menawar konvensional [31][34]. Upaya untuk menyeimbangkan kedudukan pasar tradisional dengan pasar modern belum secara konkret dilakukan karena tidak ada kebijakan yang mendukung pasar tradisional, misalnya dalam hal pembelian produk pertanian tidak ada subsidi dari pemerintah sehingga produk yang masuk ke pasar tradisional kalah bersaing dalam hal kualitas dengan produk yang masuk ke pasar modern [31].

Saat ini pedagang tradisional tersaingi oleh pasar modern dari segi pendapatan. Pasar modern seperti pasar swalayan, minimarket, *department store*, dan sebagainya [31], selain dapat menjual barangnya dengan harga lebih murah, tempatnya lebih nyaman karena fasilitas umum dan sosialnya terpenuhi, sehingga lebih menarik pembeli [35]. Akibat tingginya harga pasar hasil revitalisasi, banyak pedagang yang tadinya mempunyai beberapa kios, terpaksa menjual kios hingga tersisa satu, untuk menutup uang muka pembelian kios, yang besarnya minimal 30% dari total harga jual. Berdasarkan hal tersebut diatas, maka Pemerintah perlu mengembangkan dan mengimplementasikan kebijakan pemerintah berkaitan dengan usulan, partisipasi masyarakat untuk meningkatkan pengelolaan pasar tradisional tersebut. Salah satunya melalui, kebijakan hukum dan partisipasi masyarakat. Permasalahan yang muncul adalah bagaimana hukum negara dengan sistem kebijakan yang umum,

abstrak dan uniform dapat diterima pada masyarakat, terutama masyarakat lokal atau daerah [37]. Untuk itu perlu partisipasi masyarakat dalam pengembangan model pengelolaan pasar tradisional di Indonesia.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah tempat usaha yang ditata, dibangun, dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, swasta, Badan Usaha Milik Negara, dan/atau Badan Usaha Milik Daerah dapat berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil dan menengah, swadaya masyarakat, atau koperasi serta usaha mikro, kecil, dan menengah dengan proses jual beli barang melalui tawar-menawar. Pasar adalah salah satu dari berbagai sistem, institusi, prosedur, hubungan sosial dan infrastruktur dimana usaha menjual barang, jasa dan tenaga kerja untuk orang-orang dengan imbalan uang. Barang dan jasa yang dijual menggunakan alat pembayaran yang sah seperti uang. Kegiatan ini merupakan bagian dari perekonomian. Ini adalah pengaturan yang memungkinkan pembeli dan penjual untuk item pertukaran. Persaingan sangat penting dalam pasar, dan memisahkan pasar dari perdagangan. Dua orang mungkin melakukan perdagangan, tetapi dibutuhkan setidaknya tiga orang untuk memiliki pasar, sehingga ada persaingan pada setidaknya satu dari dua belah pihak. Pengelolaan pasar adalah penataan pasar rakyat yang meliputi perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian pasar rakyat (Perda No. 1 tahun 2010, Kota Surakarta).

### 2.2 Partisipasi Masyarakat

Partisipasi masyarakat sebagai proses komunikasi dua arah yang terus menerus dapat diartikan bahwa partisipasi masyarakat merupakan komunikasi antara pihak pemerintah sebagai pemegang kebijakan dan masyarakat di pihak lain sebagai pihak yang merasakan langsung dampak dari kebijakan tersebut. Menurut pendapat [26] bahwa mendefinisikan partisipasi sebagai kesediaan untuk membantu keberhasilan setiap program sesuai dengan kemampuan setiap orang tanpa berarti mengorbankan kepentingan diri sendiri. [16] bahwa partisipasi masyarakat adalah keterlibatan masyarakat langsung dalam proses pembangunan. [7] memperkenalkan metode *Rapid Rural Appraisal* (RRA) yang menggunakan konsep dan kemampuan masyarakat, selanjutnya menyempurnakan dengan mengenalkan *Participatory Rural Appraisal* (PRA) dapat dipahami sebagai pendekatan dan metode untuk mempelajari kondisi dan kehidupan, PRA mendudukan masyarakat sebagai peneliti, perencana, pelaksana dan evaluator program pembangunan. Robert Chambers menyatakan bahwa penelitian partisipatif radikal (*activist participatory research*) yang juga populer disebut dengan kaji tindak partisipatif (*Participatory Action Research/PAR*) merupakan salah satu sumber dari PRA.

## 3. METODE

Metode yang digunakan penelitian ini *Research and Development* yang setiap tahapannya menggunakan metode penelitian yang berbeda. Untuk populasi adalah pasar tradisional di Indonesia. Untuk sampel adalah pasar tradisional yang dikelola oleh Pemerintah Daerah. Sebagaimana telah ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan dengan norma, kriteria dan prosedur pengelolaan pasar tradisional. Pengambilan sampel ini dilakukan dengan survey dengan teknik pengambilan sampel adalah *proporsional sampling*, sesuai dengan prosedur penelitian yang akan dilakukan. Pengambilan data dengan kuisioner dan wawancara atau tanya jawab.

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Temuan Permasalahan di Pasar Tradisional

Dari hasil penelitian yang dilakukan tentang model pengelolaan pasar tradisional di beberapa pasar di Indonesia. Pembangunan pasar pada dasarnya adalah guna untuk memenuhi kebutuhan pokok masyarakat sebagai konsumen atau objek pembangunan pasar. Pelaksanaan pasar itu sendiri tentu dibutuhkan sebuah manajemen tata kelola yang baik untuk keberlangsungan dari pasar itu sendiri. Pengelolaan yang profesional diharapkan dapat menjaga keberlangsungan pasar dengan peningkatan daya saing pasar tradisional dengan pasar modern yang kini semakin merambah luas hingga ke pelosok daerah sehingga nantinya dapat memberikan kepuasan pelayanan yang baik terhadap masyarakat.

Tabel 1. Hasil Pengamatan Pasar Tradisional

Permasalahan	Kota Surakarta	Kota Medan	Kota Balikpapan	Kota Bandung
Regulasi	Pemerintah Daerah	Pemerintah Daerah	Pemerintah Daerah	Pemerintah Daerah
Bangunan Fisik	Revitalisasi Java Model	Modern	Revitalisasi	Revitalisasi
Penataan Zonasi	Zoning Penempatan, Kios dan Los, Pelataran	Kios dan Los,	Zoning Penempatan, Kios dan Los, Pelataran	Kios dan Los,
Pendapatan	Meningkat	Meningkat	Meningkat	Meningkat
Kelas Pasar	Variasi	Variasi	Variasi	Variasi
Sarana Pendukung	Ada	Ada	Ada	Ada

Penempatan	Belum Maksimal	Belum Maksimal	Belum Maksimal	Belum Maksimal
Tata Tertib	Belum Optimal	Belum Optimal	Belum Optimal	Belum Optimal
Kebersihan dan Persampahan	Cukup	Cukup baik	Cukup	Cukup
Manajemen Pasar	Pemerintah Kota	Perusahaan Daerah	Kerjasama	Perusahaan Daerah
Kerjasama	Ada	Ada	Ada	Ada

Sumber: data diolah, 2018

Selain permasalahan diatas, permasalahan lain yang terjadi di beberapa pasar tradisional di Indonesia adalah: (1) terjadi perubahan peraturan perundang-undangan baik vertikal maupun horizontal yang berhubungan dengan pengelolaan pasar tradisional, (2) pelaksanaan pengelolaan fisik (lahan, pemanfaatan dan pengembangan lahan) maupun non fisik (situasi kondisi dan kegiatan jual beli, psikologis pedagang dan kelanjutan aktivitas perdagangan), (3) penataan zonasi pasar, (4) hambatan dalam perolehan dan pendapatan dari retribusi pasar yang tidak sesuai target, (5) perubahan kelas pasar, (6) permasalahan sarana pasar meliputi sarana utama dan sarana pendukung, (7) penempatan pedagang, (8) pelanggaran tata tertib pasar, (9) persampahan dan kebersihan pasar (10) manajemen pasar meliputi membangun karakter dan psikologi pedagang, perdagangan on line, (11) pembiayaan modal dan (12) permasalahan teknis lainnya. Untuk mengatasi tersebut maka, perlu adanya Peran Serta Pemerintah Untuk mewujudkan manajemen pengelolaan pasar yang baik, maka diperlukan prinsip-prinsip dalam pengelolaan pasar di antaranya (Arisan Barwani, 2016):

#### 4.2. Otonomi Pengelolaan

Kewenangan yang dimiliki pemerintah daerah untuk dapat mengatur semua urusan yang menjadi kewajiban pemerintah. Dengan otonomi yang dimiliki, pengelola pasar memiliki kewenangan yang lebih besar dalam mengelola pasarnya. Melalui otonominya, pengelola pasar lebih berdaya dalam melaksanakan dan kegiatan sesuai dengan kebutuhan pasar, pedagang, masyarakat dan berbagai potensi yang dimiliki. Manajemen secara otonomi memiliki arti bahwa unit pasar mampu memutuskan sendiri masalah-masalah yang muncul di pasar dengan solusi terbaik, karena merekalah yang paling tahu yang terbaik bagi pasarnya. Pembinaan manajemen dalam pengelolaan pasar mendukung Kim, Lee and Ahn (2004) serta Murshid (2011) bahwa dalam pasar tradisional perlu pembenahan pengelolaan, sarana dan prasarana untuk dilakukan revitalisasi ke arah modern.

#### 4.3. Sistem Pengelolaan Terintegrasi

Tata kelola merupakan salah satu unsur terpenting dalam pengadaan sebuah pasar yang baik. Pasar haruslah dikelola dengan manajemen yang terpadu dimana seluruh aspek manajemen pasar terintegrasi dalam satu sistem. Keterpaduan sistem manajemen pasar adalah syarat terwujudnya manajemen yang profesional. Murshid (2011) dan Kim et al. (2004) bahwa dalam pengelolaan pasar perlu integrasi sistem pengelolaan, teknologi, infrastruktur pasar yang baik, dan faktor lain dalam menghadapi tantangan. Pasar tidak dapat dikelola secara terpisah antara satu bagian dengan bagian yang lainnya. Pengelola pasar harus terintegrasi dengan pengelolaan keuangan pasar, khususnya dalam hal pengelolaan pendapatan parkir, perencanaan, pembiayaan operasional, dan perawatan. Dari segi pengelolaan parkir itu sendiri sumber daya manusia harus dipadukan dengan kebutuhan tenaga kerja pada tiap bagian serta terintegrasi dengan pengelolaan keuangan pasar dalam penggajian dan kebutuhan biaya untuk pengembangan karyawan, Pengelolaan kebersihan dalam rangka perwujudan pasar yang bersih tidak akan berhasil tanpa adanya kerja sama antara bagian kebersihan dengan bagian SDM dan bagian keuangan, khususnya dalam penyediaan tenaga kerja yang dibutuhkan dalam pembiayaan operasional kebersihan. Pengelolaan pasar yang terintegrasi merupakan kunci bagi terciptanya profesionalisme manajemen pasar.

#### 4.4. Memaksimalkan Pendapatan

Keberlangsungan sebuah pasar ditentukan oleh pendapatan yang diperoleh dari operasional pasar untuk membiayai operasional pasar. Pendapatan pasar dapat diperoleh dari berbagai sumber. Memaksimalkan pendapatan pasar merupakan sebuah keharusan bagi pengelola pasar untuk menjaga keberlangsungan pasar itu sendiri. Selain penggalian sumber pendapatan pasar, pengelola juga harus dapat meminimalisasi tingkat kebocoran pendapatan yang sering terjadi pada operasional pasar. Peningkatan pendapatan dalam pasar tradisional melalui pungutan pembayaran, sistem dan prosedur pembayaran yang baik dan sistem komersial pasar (Murshid, 2011: Kim et al., 2004).

#### 4.5. Temuan Model Pasar Partisipasi Masyarakat

Dalam penelitian ini menghasilkan model penelitian berdasarkan data dan survey yang ada adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Hasil Model Penelitian (2018)

Dalam model diatas terlihat, peranan pemerintah, pasar dan pedagang. Ketiga komponen tersebut membentuk suatu model berupa siklus trust – network – norma dan tata nilai – eksistensi social – transaksi. Secara lebih jelasnya, bahwa bentuk model tersebut belum menerapkan hubungan “Triple Helix” atau sinergi pemerintah, perguruan tinggi, dan industri akan lebih memberi kepastian pada ketersediaan inovasi ini, baik produk atau proses bisnis (Malik, 2015). Peranan 3 elemen yaitu *triple helix* dalam kajian ini. Peranan tersebut dijabarkan dalam table dibawah ini:

Tabel 2. Hasil Peran Triple Helix di Indonesia

No.	Triple Helix	Peranan
1.	Pemerintah	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kebijakan dan regulasi pengelolaan model pasar tradisional;</li> <li>2. Pengawasan dan perlindungan dalam pengelolaan pasar tradisional;</li> <li>3. Bertanggung jawab dalam pengelolaan pasar tradisional;</li> <li>4. Monitoring dan evaluasi pelaksanaan kegiatan;</li> <li>5. Menerima usulan, masukan atas pengembangan dan pengelolaan pasar tradisional</li> <li>6. Penyesuaian dari hasil evaluasi pengelolaan pasar</li> </ol>
2.	Akademisi/ Perguruan Tinggi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memberikan pertimbangan dalam proses perencanaan, pengembangan pengelolaan pasar tradisional;</li> <li>2. Melakukan pendampingan terhadap pengelolaan pasar tradisional;</li> <li>3. Melakukan pengawasan dan pelaksanaan kegiatan penelitian ini;</li> <li>4. Melakukan evaluasi, monitoring dan pelaporan kegiatan;</li> <li>5. Bertanggungjawab dalam pelaporan administrasi, teknis dan keuangan.</li> </ol>
3.	Pedagang/ Pasar Tradisional	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memberikan usulan dan masukan dalam pelaksanaan pengelolaan pasar tradisional;</li> <li>2. Pelaksana dan menjalankan kebijakan dan regulasi pemerintah.</li> </ol>

Sumber: data diolah, 2018

**Peran akademisi** yang merupakan bagian dari cendekiawan dijabarkan dalam 3 bentuk peranan yaitu: Peran pendidikan ditujukan untuk mendorong lahirnya generasi kreatif Indonesia dalam pola pikir yang mendukung tumbuhnya karsa dan karya dalam pengelolaan pasar. Peran penelitian dilakukan untuk memberikan masukan tentang model kebijakan pengembangan pola tradisional dan instrument yang dibutuhkan, serta menghasilkan kebijakan yang mendukung cara kerja dan penggunaan sumber daya yang efisien dan menjadikan industry kreatif nasional yang kompetitif.

**Peran Bisnis**, aktor bisnis merupakan pelaku usaha, investor dan pencipta teknologi baru, serta juga merupakan konsumen. a) Pencipta, sebagai *centre of excellence* dari *creator* produk dan jasa, pasar baru yang dapat menyerap produk dan jasa yang dihasilkan, serta pencipta lapangan pekerjaan bagi individu-individu kreatif ataupun individu pendukung lainnya. b) Pembentuk komunitas dan *entrepreneur kreatif*, yaitu sebagai motor yang membentuk ruang *public* tempat terjadinya *sharing* pemikiran, mentoring yang dapat mengasah kreatifitas dalam melakukan bisnis usaha, *business coaching* atau pelatihan manajemen pengelolaan pasar.

**Peran Pemerintah**, peran utama pemerintah dalam pengembangan perdagangan adalah a) Katalisator dan fasilitator dan advokasi yang memberikan rangsangan, tantangan dan dorongan, agar ide-ide bisnis bergerak ke tingkat kompetensi yang lebih tinggi. Dukungan itu dapat berupa komitmen pemerintah untuk menggunakan

kekuatan politiknya dengan proporsional dan dengan memberikan pelayanan administrasi public dengan baik di samping dukungan bantuan financial, insentif ataupun proteksi, b) Regulator, yang menghasilkan kebijakan yang berkaitan dengan people, industry, institusi, intermediasi dan sumber daya dan teknologi.

Pemerintah dapat mempercepat perkembangan pasar tradisional jika pemerintah mampu membuat kebijakan yang menciptakan iklim usaha yang kondusif bagi perdagangan, c) Konsumen, investor bahkan Pemerintah sebagai investor harus dapat memberdayakan asset untuk jadi produktif dalam lingkup perdagangan/ pengelolaan pasar tradisional dan bertanggung jawab terhadap investasi infrastruktur industry, d) Urban planner. Kreativitas akan tumbuh dengan subur dengan kota-kota yang memiliki iklim dan potensi usaha. Agar pengembangan ekonomi berjalan dengan baik maka perlu diciptakan potensi dan daya saing daerah yang mampu menjadikan magnet yang menarik bagi individu untuk membuka usaha dalam pasar tradisional di Indonesia.

Mubyarto (1997) bahwa mendefinisikan partisipasi sebagai kesediaan untuk membantu keberhasilan setiap program sesuai dengan kemampuan setiap orang tanpa berarti mengorbankan kepentingan diri sendiri. Partisipasi yang dalam penelitian ini dilakukan dengan jalan:

1. Masyarakat dapat membentuk opini (pemikiran) melalui media masa bahwa masyarakat sangat membutuhkan kesejahteraan yaitu pedagang dan masyarakat yang terlibat.
2. Masyarakat memberikan masukan masalah yang dihadapi masyarakat dengan mengirimkan informasi kepada pemerintah daerah lewat telepon atau SMS dengan menunjukkan fakta-fakta di lapangan, yang memunculkan media teknologi.
3. Mengkritisi kebijakan publik yang dikeluarkan pemerintah daerah yang tidak memihak kepentingan masyarakat.
4. Partisipasi juga dapat ditunjukkan dengan memberikan dukungan moral kepada perumus kebijakan. Dalam tahap ini masyarakat harus berperan aktif mengontrol apakah input dari masyarakat tersebut terakomodir atau tidak.

Selain bentuk-bentuk partisipasi masyarakat dalam merumuskan kebijakan publik, masyarakat harus ikut berpartisipasi dalam melaksanakan kebijakan publik yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Bentuk partisipasi itu antara lain: Kebijakan retribusi daerah dan pengelolaan yang lain berupa pungutan atau pembiayaan yang lain.

#### 4.6. Temuan Pemanfaatan Teknologi Era Digital

Proses pertumbuhan ekonomi khususnya di perdagangan pasar tradisional dipengaruhi oleh faktor ekonomi dan non ekonomi. Faktor ekonomi yang berpengaruh terhadap pembangunan dan pertumbuhan ekonomi adalah sumber daya alam, sumber daya manusia, akumulasi modal serta tenaga managerial yang mengorganisasi dan mengatur faktor produksi. Faktor ekonomi lain yang mendukung faktor-faktor produksi adalah kemajuan teknologi. Bagi kebanyakan ahli ekonomi, kemajuan teknologi dianggap sebagai sumber yang paling penting dan menentukan dalam proses pembangunan dan pertumbuhan ekonomi. Teknologi adalah bagaimana faktor-faktor produksi dikombinasikan untuk merealisasikan tujuan-tujuan produksi. Dalam pengembangan pengelolaan pasar ini, perlu adanya *peran technology* dalam peningkatan promosi, sosialisasi pengembangan pasar, regulasi dan sarana partisipasi pada Pemerintah dan Pemerintah Daerah. Temuan ini mendukung Guo and Sun (2004) bahwa peranan teknologi elektronik akan mengurangi biaya produksi, distribusi, dan perlu kolaborasi pada tantangan pasar global khususnya pasar tradisional, dengan memanfaatkan peluang atau celah. Pedagang pasar sekarang ini harus memahami tentang teknologi, akibat pengaruh perdagangan global.

### 5. KESIMPULAN

- a. Bahwa permasalahan yang terjadi dalam pengelolaan pasar diakibatkan oleh permasalahan teknis dan non teknis. Permasalahan tersebut akan bisa diantisipasi dengan model pengelolaan pasar yang baik berupa otonomi pengelolaan, sistem pengelolaan terintegrasi dan memaksimalkan pendapatan pasar.
- b. Bahwa model pengelolaan pasar berdasarkan partisipasi masyarakat, merupakan pengambilan kebijakan dalam pengelolaan pasar tradisional berasal dari pemerintah, akademisi dan pedagang melalui berbagai masukan dan partisipasi yang diperbolehkan menurut peraturan yang ada. Kontribusi partisipasi masyarakat memberikan peran penting agar kebijakan Pemerintah bisa diterima dan diaplikasikan.
- c. Bahwa pengelolaan pasar tradisional yang baik dalam era digital memerlukan adanya peran teknologi yang berkelanjutan dan sesuai dengan perkembangan teknologi informasi yang ada.

### UCAPAN TERIMAKASIH

Peneliti menyampaikan terima kasih kepada Kementerian Riset, Teknologi dan Perguruan Tinggi atas hibah Stranas Tahun 2018, Pemerintah Daerah di lokasi penelitian, Perguruan Tinggi AUB Surakarta, dan semua masyarakat pedagang pasar tradisional di Indonesia.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Anderson, James E. 1997. *Public Policy-Making*. Third Edition. New York : Holt, Rinehart and Winston.
- [2] Anonim, 2015. SNI 8152: 2015 tentang Pasar Rakyat, Jakarta.
- [3] Annonim, 2015. Standar Pelayanan Masyarakat pada Pasar Rakyat, Pusat Standarisasi Lingkungan dan Kehutanan, Kementerian LH dan Kehutanan, Jakarta.

- [4] Assihidiqie, Jimly. 2010. *Konstitusi Ekonomi*. Kompas Gramedia. Jakarta
- [5] Arisan Barwani. 2016. *Tata Kelola Pasar Tradisional Lampung*. Universitas Lampung
- [6] Boeke, J.H. 1953. *Economics and Economic Policy of Dual Societies: As Exemplified by Indonesia*. N.V. Haarlem: HD Tjeenk Willink & Zoon.
- [7] Chambers Robert. 1987. *Pembangunan Desa; Mulai dari Belakang*. LP3ES
- [8] -----, 1996. *Participatory Rural Appraisal (PRA); Memahami Desa secara Partisipatif*. Oxfam – Yayasan Mitra Tani.
- [9] Choerudin, Achmad., & Sulistiyani, Lilik. 2006. Kegiatan Evaluasi Produk Hukum Daerah Pemerintah Kota Surakarta tentang Pasar dan Retribusi Pasar. *Laporan Akhir Kegiatan*. Pemerintah Kota Surakarta.
- [10] Choerudin, Achmad., & Trijanto, Singgih. 2013. Penyusunan Pendataan Sumber-sumber Pendapatan: Pendapatan Retribusi Pelayanan Pasar pada Sewa Los Pasar. *Laporan Akhir Kegiatan*. Pemerintah Kota Surakarta.
- [11] Choerudin, Achmad., & Trijanto, Singgih. 2014. Penyusunan Pendataan Sumber-sumber Pendapatan: Pendapatan Retribusi Pelayanan Pasar pada Sewa Kios Pasar. *Laporan Akhir Kegiatan*. Pemerintah Kota Surakarta.
- [12] Choerudin, Achmad., & Asriningtyas, Tety. 2015. Penyusunan Rancangan Peraturan Perundang-undangan: Evaluasi Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 1 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Perlindungan Pasar Tradisional. *Laporan Akhir Kegiatan*. Pemerintah Kota Surakarta.
- [13] Choerudin, Achmad., & Asriningtyas, Tety. 2016. Penyusunan Naskah Akademik Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 1 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Perlindungan Pasar Tradisional. *Laporan Akhir Kegiatan*. Pemerintah Kota Surakarta.
- [14] Dunn, William N. 1994. *Public Policy Analysis : An Introduction*. Edisi ke-2. Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice-Hall, Inc., A Simon & Schuster Company. Terjemahan dari : Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.
- [15] Etzkowitz, H. and L. Leydesdorff. 1998. The Endless Transition: A "Triple Helix" Of University- Industry- Government Relations. *Minerva*, Vol 36, No. 3, pp203-208.
- [16] Fina Risqina. 2010. *Partisipasi Masyarakat dalam Pembangunan*. Digilib UI.
- [17] Galanter, Mark. 1981. *Justice in many rooms: court, Private Ordering, And Indigenous Law*. *Journal of Legal Pluralism*.
- [18] Guo, Jing Zhi & Sun, Cheng Zheng. 2004. Global electronic markets and global traditional markets. *Electronics market*. 14(1): 4-12.
- [19] Holidin, Defny & Handini, Rilyan Shela. 2014. Sound governance analysis in the innovation of traditional market revitalization and sheet vendors management. *International Journal of Administrative Science & Organization*. 21(1): 17-26.
- [20] Kementerian Pekerjaan Umum. 2011. *Kajian Modernisasi Pengelolaan Pasar Tradisional Berbasis Modal Sosial*. Puslitbang, Jakarta.
- [21] Kementerian Riset dan Teknologi Republik Indonesia. 2012. Triple Helix dan Percepatan Inovasi. Jakarta. <http://www.ristek.go.id/index.php/module/News+News/id/11805>. 22 Agustus 2012.
- [22] Khor, Martin. 2002. *Globalisasi : perangkap Negara- Negara selatan*, Yogyakarta: cindelas Pustaka Rakyat.
- [23] Kim, Jul l., Lee, Chang Mo & Ahn, Kun Hyuck. 2004. Dongd emon, a traditional market place wearing a modern suit: the importance of the social fabric in physical redevelopment. *Habitat International*, 28: 143-161.
- [24] Nanang Sutofik: 2012. Pemetaan Pasar Tradisional Kota Surakarta. Digilib. UNS.co.id
- [25] Nurhayati, Siti Fatimah. 2014. Pengelolaan pasar tradisional berbasis musyawarah untuk mufakat. *Benefit*. 18(1): 49-56.
- [26] Mubyarto, 1980. *Ekonomi dan Keadilan Sosial*. Aditya Media: Jogjakarta
- [27] Murshid, KAS. 2011. Traditional market institution and complex exchange. CFD-CMI Working Paper 1, Dhaka.
- [28] Porter, M.E. 1990. The Competitive advantage of nations, Harvard Business Review.
- [29] Porter, M.E. 1986. Competition in global industries : A Conceptual framework.
- [30] Prabowo, Fajar S.A. & Rahadi, Raden Aswin. 2015. David vs Goliath: Uncovering the future of traditional markets in Indonesia. *Mediterranean Journal of Social Science*. 6(5): 28-36.
- [31] Sandra, Sunanto, 2012. Modern retail impact in store preference and traditional retailers in West Java. *Asian Journal of Business Research*. 2(2): 7-23.
- [32] Satjipto Raharjo. 1977. *Hukum dan Perubahan Sosial*. Alumni, Bandung.
- [33] Sulistyono, Adi. 2008. *Reformasi Hukum Ekonomi Indonesia*. UNS Press: Surakarta.
- [34] Setyowati, Kristina & Gunawan S, Didik. 2013. Traditional markets community empowerment model in Good Governance Approach. *Public Policy and Adm. Research*. 3(7): 85-92.

- [35] Suryadharma, Daniel. 2011. Competition between traditional food traders and supermarkets in Indonesia. *Proceeding of The Crawford 2011 Annual Parliamantery Conference*, 49-57.
- [36] Tom Ginsburg. 2003. *Judicial Review in New Democracies: Constitutional Courts in Asian Cases*, Cambrige, Massachusset.
- [37] Tanya. Bernand. L. 2010. *Hukum Dalam Ruang Sosial*. Genta Publising: Yogyakarta