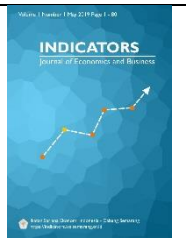
INDICATORS Vol 2(1)(2020)

INDICATORS

Journal of Economics and Business

http://indicators.iseisemarang.or.id/index.php/jebis



STRATEGI PENINGKATAN PENDAPATAN PEDAGANG SESUDAH PROGRAM REVITALISASI PASAR RAKYAT SIMONGAN DI KOTA SEMARANG

Diyah Setyowati✉

Universitas Negeri Semarang

Info Artikel

Sejarah Artikel:
Diterima November 2019
Disetujui Februari 2020
Dipublikasikan
Mei 2020

Keywords:
Revitalisasi, Pasar Rakyat

Abstrak

Keberadaan pasar rakyat merupakan salah satu sektor penting yang mendukung perekonomian rakyat, didalamnya kepentingan rakyat kecil hingga kalangan menengah ke atas. Revitalisasi pasar rakyat yang dilakukandi Pasar Simongan diharapkan tidak hanya berdampak pada perbaikan aspek fisik pasar tetapi berdampak terhadap aspek manajemen serta aspek ekonomi dengan tujuan dapat meningkatkan pendapatan pedagang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik pedagangn mengeteahui faktor- faktor penghambat dan pendukung Pasar Simongan dan mengetahui strategi peningkatan pendapatan pedagang. Jenis penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data penelitian ini menggunakan data primer dengan responden sebanyak 68. Sumber data diperoleh dari penyebaran kuesioner. Berdasarkan kesimpulan program revitalisasi Pasar Rakyat Simongan terhadap intervensi fisik belum terlalu baik, kurangnya fentilasi udara menjadikan pasar terasa panas, kurangnya manajemen pengelolaan pasar membuat pendapatan pedagang relative menurun.

✉Alamat korespondensi:
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang Gedung L1, Lantai 1, Kampus Sekaran Gunungpati Semarang

PENDAHULUAN

Pasar merupakan salah satu tempat bagi kegiatan ekonomi dalam suatu wilayah. Adanya pasar mempermudah masyarakat untuk memperoleh barang dan jasa yang dibutuhkannya, serta dijadikan sarana penggerak perekonomian bagi masyarakat. Pada beberapa waktu yang lalu, masyarakat hanya mengenal pasar rakyat sebagai salah satu tempat perbelanjaan guna memenuhi kebutuhan hidupnya. Namun di era modern seperti sekarang ini banyak bermunculan pasar modern yang dapat mengancam keberadaan pasar rakyat. Masyarakat di era modern cenderung lebih memilih berbelanja di pasar yang dikelola secara modern dibandingkan dengan pasar yang dikelola secara tradisional. Hal ini disebabkan karena adanya perubahan selera dan pendapatan masyarakat. Naiknya pendapatan seseorang dapat merubah pola dan gaya hidup mereka.

Perkembangan perekonomian Indonesia pada saat ini bisa diukur oleh maraknya pembangunan pusat perdagangan. Keberadaan pusat perdagangan merupakan salah satu indikator paling nyata kegiatan ekonomi masyarakat disuatu wilayah. Menurut bentuk fisik, pusat perdagangan dibagi menjadi dua yaitu : pasar rakyat dan pusat perbelanjaan modern. Sedangkan Pasar modern memiliki definisi yang tidak jauh berbeda dengan pasar rakyat,tetapi dalam pasar modern penjual dan

pembeli tidak melakukan transaksi secara langsung, melainkan pembeli melihat label harga yang sudah tertera pada barang, pasar ini berada dalam ruangan dan juga pelayanannya dilakukan secara swalayan atau bisa juga dilayani oleh pramuniaga. Barang yang dijual umumnya memiliki kualitas yang baik karena melalui proses seleksi. Tata tempat rapi sehingga pembeli dapat dengan mudah menemukan barang yang akan dibelinya.

Pada dasarnya kedua jenis pasar tersebut memiliki perbedaan yang mendasar yaitu, pasar rakyat identik dengan kondisi yang kumuh, kotor, dan bau karena ulah pedagang dan pengunjung yang seringkali mengabaikan kebersihan. Lemahnya manajemen dari pasar tradisional itu sendiri, antara lain masih rendahnya kesadaran terhadap kedisiplinan pada aspek kebersihan dan ketertiban, sehingga kurang memperhatikan pemeliharaan sarana fisik, serta penataan los/kios yang tidak teratur. Kondisi ini menyebabkan ketidak nyamanan bagi pengunjung. Sebaliknya, pasar modern memberikan suasana berbelanja yang nyaman serta dilengkapi pendingin ruangan dengan fasilitas belanja yang bersih dan higienis, sehingga tidak salah jika konsumen lebih memilih berbelanja di pusat perbelanjaan modern dibandingkan pasar rakyat. Sesuai dengan visi Kota Semarang yaitu kota metropolitan yang religious ,tertib, dan Berbudaya (Perda Kota Semarang No.3 tahun 2010). Memiliki perdagangan yang kompetitif. Seiring dengan era perdagangan pasar rakyat yang terus meningkat belum diimbangi oleh ketersediaan ruang, kondisi pasar rakyatsecara fisik tertinggal dari pasar modern, serta permasalahan konflik penggunaan ruang untuk kegiatan pendukungnya.

Revitalisasi pasar rakyat bertujuan untuk meningkatkan eksistensi pasar rakyat yang dapat berupa peremajaan dan renovasi keadaan fisik maupun non fisiknya. Kebijakan tersebut mencakup tiga aspek yaitu aspek sosial budaya, ekonomi, dan fisik. Aspek sosial budaya berkaitan dengan interaksi warga, pelaksanaan upacara keagamaan, dan lain-lain yang mencakup kehidupan warga.

Aspek ekonomi berkaitan dengan aktivitas perdagangan dan jasa yang keberadaannya didukung program dan warga, aktivitas perdagangan tradisional atau pasar yang dikelola secara modern. Aspek fisik berkaitan dengan perbaikan fisik yang berkaitan dengan peningkatan kualitas lingkungan. Namun demikian terdapat beberapa kelemahan kegiatan perdagangan di pasar rakyat, yaitu lambatnya menyesuaian pada perubahan gaya hidup konsumen perkotaan, dimana sebagian pembeli wanita telah mengalami perubahan perilaku berupa ketidaksuaian melakukan kegiatan tawar menawar harga. Kondisi ini berbeda dengan kegiatan perdagangan dipasar modern. Konsep profesionalisme dan kualitas pelayanan adalah dikedepankan oleh manajemen bisnis ritel untuk menarik konsumen sebanyak-banyaknya. Karena itu,desain tata bangunan dari awal telah memertimbangkan keterpaduan dan kenyamanan dengan penyediaan lahan parkir, ruangan yang nyaman, kemudahan akses dengan transportasi umum, pemilahan jenis barang dan pelayanan dari pramuniaga yang sangat memanjakan konsumen. Konsep tersebut berbeda bila dibandingkan dengan manajemen pengelolaan pasar rakyat. Manajemen pasar rakyat tidak berorientasi pada pada pelayanan, tetapi lebih mengedepankan pendapatan. Karena itu, kondisi bangunan dan kenyamanan pembeli sering terabaikan. Hal tersebut bisa dibuktikan dengan kebersihan pasar yang kurang terjaga, kondisi bangunan yang perlu diperbaiki serta penataan penataan ruang pasar yang kurang representatif dan akomodatif. Maka, yang terjadi di citra masyarakat terhadap pasar rakyat identik dengan kondisi yang kumuh dan jorok. Kondisi yang demikian tentu akan menimbulkan ketidaknyamanan para pembeli.

Daya tarik pasar rakyat di banding pasar modern adalah harga yang lebih murah, harga bisa ditawar, lokasi biasanya dekat dengan tempat tinggal, banyak pilihan makanan dan produk segar serta menyediakan segala yang diperlukan konsumen.Maka dari itu, perlu peran Pemerintah untuk menanggulangi permasalahan pasar rakyat yang ada dikota Semarang. Program revitalisasi pasar rakyat bertujuan untuk meningkatkan eksistensi pasar rakyat yang dapat berupa peremajaan dan renovasi keadaan fisik maupun non fisiknya. Kebijakan tersebut mencakup tigaaspek yaitu

aspek sosial budaya, ekonomi, dan fisik. Aspek sosial budaya berkaitan dengan interaksi warga, pelaksanaan upacara keagamaan, dan lain-lain yang mencakup kehidupan warga. Aspek ekonomi berkaitan dengan aktivitas perdagangan dan jasa yang keberadaannya didukung program dan warga, aktivitas perdagangan tradisional atau pasar yang dikelola secara modern. Aspek fisik berkaitan dengan perbaikan fisik yang berkaitan dengan peningkatan kualitas lingkungan. Perkembangan pasar rakyat di kota - kota besar mengalami perkembangan yang pesat, akan tetapi di Kota Semarang pasar rakyat belum menunjukan perkembangan yang signifikan dalam perdagangan.

Kota Semarang sebagai ibukota Provinsi Jawa tengah merupakan salah satu kota terbesar dan memiliki potensi yang tinggi dalam hal perdagangan dan jasa. Pertumbuhan pasar modern di Kota Semarang lebih cepat jika dibandingkan dengan pertumbuhan pasar rakyat yang dapat dilihat dari tabel di bawah ini

Tabel 1
Banyaknya Pasar dan Jenis Pasar di Kota Semarang
Tahun 2013-2017

Tahun	Pasar Rakyat	Pasar Modern
2013	55	65
2014	55	65
2015	50	65
2016	54	65
2017	54	65

Sumber : BPS Kota Semarang 2017

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa jumlah pasar modern lebih tinggi jika dibandingkan dengan jumlah pasar rakyat, yaitu terdapat 65 pasar modern dan 54 pasar rakyat pada tahun 2017. Jumlah pasar rakyat mengalami penurunan, sedangkan jumlah pasar modern masih bertahan pada jumlah yang sama pada tahun 2013 hingga 2017. Pemerintah Kota Semarang telah mencanangkan kebijakan program revitalisasi pasar rakyat untuk mengatasi lambatnya pertumbuhan pasar rakyat. Kebijakan revitalisasi pasar rakyat tercantum dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) tahun 2011-2015. Sampai dengan tahun 2017 tercatat ada tujuh belas pasar yang berhasil direvitalisasi dan diperbaiki oleh Pemerintah Kota Semarang, diantaranya yaitu RPU Penggaron, Pasar Surtikanti, Pasar Kembang Kalisari, Pasar Genuk, Pasar Klintikan, Pasar Dargo, Pasar Jrakah, Pasar Rasamala, pasar rejomulyo, pasar sampangan, Pasar Bulu, Pasar Simongan, Pasar Pedurungan, Pasar Waru indah, Pasar Penggaron, Pasar Srondol, Pasar Peterongan. Keberadaan pasar rakyat berperan sebagai penggerak perekonomian rakyat kecil dan menengah. Dengan adanya pasar rakyat, pedagang dapat menjual produk yang mereka hasilkan sehingga memperoleh pendapatan dari barang yang mereka jual. Pedagang merupakan subyek penting dalam keberadaan pasar rakyat, karena pedagang terkena dampak langsung dari apa yang terjadi di dalam pasar. Selain adanya faktor tersebut, Pemerintah merevitalisasi Pasar Simongan dengan tujuan untuk melakukan penataan pedagang dan pengembangan pasar rakyat dengan konsep semi modern. Konsep modern yang dimaksud yaitu menggabungkan

pedagang pasar rakyat dan kuliner khas Kota Semarang. Kebijakan revitalisasi ini pada dasarnya untuk meningkatkan kesejahteraan seluruh komponen yang berada didalam pasar, termasuk pedagang Pasar Simongan Kota Semarang. Kebijakan tersebut mencakup tiga aspek yang diantaranya aspek sosial budaya, aspek ekonomi, dan aspek fisik.

Pada aspek sosial budaya, hubungan sosial yang terjalin dengan baik diantara pedagang dapat memberi kenyamanan dalam berdagang. Setelah revitalisasi, diberlakukan peraturan zonasi yang mengelompokan pedagang menurut jenis dagangan. Kondisi ini membuat letak berdagang para pedagang yang memiliki jenis dagangan sejenis menjadi semakin berdekatan. Hal ini dapat memicu persaingan diantara pedagang. Adanya pelanggaran oleh beberapa pedagang yang dengan sengaja berjualan tidak sesuai dengan lokasi yang telah ditetapkan menyebabkan pedagang lain merasa dirugikan. Menurut beberapa pedagang, masih banyak pedagang yang melanggar aturan zonasi tersebut. Pedagang yang seharusnya berada di dalam pasar pasar justru sengaja berjualan di luar pasar. Hal

ini menyebabkan pedagang yang berada di dalam pasar menjadi sepi pembeli dan merasa dirugikan. Pelanggaran zonasi ini dapat merubah hubungan sosial antar pedagang yang selama ini telah terjalin dengan baik.

Selain berdampak pada aspek sosial budaya, revitalisasi juga berdampak pada aspek ekonomi. Aspek ekonomi di Pasar Simongan berkaitan dengan aspek ekonomi pedagang yang berhubungan dengan pendapatan pedagang. Hal ini karena pedagang merupakan komponen yang paling terkena dampak dari revitalisasi pasar.

Kota Semarang memiliki 6 UPTD pasar rakyat seperti UPTD Pasar Johar, UPTD Pasar Karimata, UPTD Pasar Bulu, UPTD Pasar Karang Ayu, UPTD Pasar Jatingaleh dan UPTD Pasar Pedurungan. Berdasarkan data Dinas Pasar Kota Semarang jumlah pedagang dalam kelompok sebelum pemerintah memutuskan untuk merevitalisasi pasar Simongan, dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 2.
Jumlah Pedagang UPTD Karang ayu Tahun 2017

Nama Pasar	Jumlah pedagang	Kios	Los	Non DT	Non DT	Pancakan
Karang Ayu	1.567	103	449	363	0	652
Mangkang	415	26	358	0	7	24
Jerakah	254	37	217	0	0	0
Gunung Pati	159	48	95	0	0	16
Simongan	208	15	78	0	12	103

Sumber : Dinas Pasar Kota Semarang (2018)

Berdasarkan Tabel 2 terlihat bahwa pasar Simongan memiliki jumlah pedagang sebanyak 208 orang, terdiri dari Kios, Los, Dasaran terbuka, Non Dasaran terbuka dan pancakan. Akan tetapi tata letak untuk tempat berjualan pedagang masih belum tertata sebanyak 103 pedagang. Oleh karena itu dibutuhkan upaya untuk menjaga eksitensi pasar rakyat yaitu dengan progam revitalisasi pasar rakyat.

Kota Semarang merencanangkan program revitalisasi pasar rakyat yang dituangkan dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) tahun 2011-2015. Pasar Simongan merupakan salah satu pasar yang termasuk dalam progam revitalisasi, hal tersebut di lakukan mengingat kondisi bangunan pasar dan letak pasar Simongan sudah tidak di layak di tempati.

Revitalisasi, menurut Danisworo (2009:3) dalam alidf adalah upaya untuk mendaur ulang lahan kota yang ada dengan tujuan untuk memberikan fasilitas baru, meningkatkan vasilitas yang ada atau bahkan menghidupkan kembali fasilitas yang pada awalnya pernah ada namun telah memudar. Selain berdampak pada aspek sosial budaya, revitalisasi juga berdampak pada aspek ekonomi. Aspek ekonomi di Pasar Simongan berkaitan dengan aspek ekonomi pedagang yang berhubungan dengan pendapatan pedagang. Hal ini karena pedagang merupakan komponen yang paling terkena dampak dari revitalisasi pasar. Revitalisasi juga merubah fasilitas serta sarana dan prasarana yang terdapat di dalam pasar. Kondisi ini dapat berpengaruh pada kenyamanan para pedagang dan pembeli yang berada di dalam pasar.

Berdasarkan hasil observasi awal pada tanggal 3 Maret 2018, terlihat bahwa kondisi Pasar Simongan setelah direvitalisasi terlihat sepi pengunjung. Sepinya pengunjung di Pasar Simongan.Hal ini di sebabkan karena salahnya penggunaan bahan bangunan yang berdampak pada penjualan pedagang seperti atap yang terbuat dari asbes yang mengakibatkan sayur sayuran cepat mengalami layu dan ikan mengalami kering kepanasan akibat dari atap yang terbuat dari asbes. Selain itu, Pendapatan yang semakin menurun sangat berdampak terhadap kondisi ekonomi pedagang.

Pendapatan adalah semua penghasilan yang diperoleh dari pihak lain sebagai tanda balas jasa yang diberikan, dimana penghasilan tersebut digunakan untuk perseorangan. Pendapatan merupakan saluran penerimaan baik berupa uang maupun barang baik dari pihak lain maupun dari yang dimulai dengan sejumlah uang atau jasa atas dasar harga yang berlaku pada saat itu. Revitalisasi tidak hanya berpengaruh terhadap aspek sosial budaya dan ekonomi, tetapi juga berdampak pada aspek fisik. Aspek fisik di Pasar Simongan Semarang berhubungan dengan kondisi bangunan pasar setelah revitalisasi. Berdasarkan fenomena tersebut perlu diadakan penelitian mengenai karakteristik pedagang pasar, aspek sosial

budaya, ekonomi dan fisik dari revitalisasi pasar, serta melihat dampak revitalisasi pasar terhadap pendapatan pedagang di Pasar Simongan Semarang.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode kualitatif digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik pedagang di Pasar Simongan Semarang, aspek sosial budaya, ekonomi, dan fisik dari adanya revitalisasi di Pasar Smongan. Penelitian deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan kejadian di Pasar Simongan serta dampak dari revitalisasi pasar tersebut.

Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari observasi ataupun wawancara dengan Dinas Pasar Kota Semarang, UPTD Pasar Simongan dan pedagang di Pasar Simongan. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari instansi terkait yaitu Dinas Pasar Kota Semarang seperti data jumlah pedagang di Pasar Simongan, dan jumlah Pasar di Kota Semarang.

Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara
Penelitian ini dilakukan wawancara kepada Dinas Pasar di Kota Semarang, UPT Pasar Simongan dan pedagang di Pasar Simongan.
b. Dokumentasi
Penelitian ini menggunakan dokumentasi sebagai sarana untuk mendapatkan data tentang identitas Pasar Simongan, jumlah pedagang, sarana dan prasarana pasar dan pengelolaan pasar.
c. Observasi
Observasi bertujuan untuk memperoleh data tentang keadaan di Pasar Simongan, khususnya pedagang yang ada dan aktivitas yang dilakukan pedagang di Pasar Simongan dari proses berdagang di pasar tersebut.

Model Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis SWOT. Analisis ini digunakan untuk mengetahui dampak revitalisasi pasar dari aspek sosial budaya, ekonomi dan fisik di Pasar Simongan, serta untuk menyusun strategi dalam peningkatan pendapatan pedagang setelah program revitalisasi.

Teknik Populasi dan Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Pengambilan sampel harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel (contoh) yang dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya (Suharsimi, 2014). Ukuran sampel yang akan diambil, mengacu pada pendapat Slovin (Umar, 2005 dalam Praja 2010) sesuai dengan rumus di mana :

$$n = \frac{N}{1+(Ne^2)}$$

n = Ukuran sampel
N = Ukuran Populasi
e = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir.

Ukuran populasi mengacu pada tingkat kunjungan terbaru yang diperoleh penulis pada saat survei, yakni data jumlah pedagang pada tahun 2017 yaitu sebanyak 208 orang dan persen kelonggaran yang ditentukan adalah sebesar 10 persen. Berdasarkan data kunjungan yang dimasukkan ke dalam rumus Slovin, maka diperoleh jumlah sampel yang akan diambil adalah :

$$n = \frac{208}{1+208(0.1)^2} = 67{,}53$$

Sampel penelitian 67,53 atau dibulatkan menjadi 68 responden pedagang Pasar Simongan Kota Semarang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pedagang pasar merupakan seseorang yang mempunyai usaha dan tempat permanen, dimana terjadi apabila ada komunikasi antara penjual dan pembeli yang kemudian diakhiri

dengan keputusan untuk membeli suatu barang. Pedagang yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah pedagang yang berjualan di Pasar Simongan Kota Semarang. Usia Simongan Kota Semarang adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Usia Pedagang Pasar Rakyat Simongan

Usia	Jumlah	Prsentase (%)
15 – 25	-	-
25 – 35	11	16,1
35 – 45	20	29,4
45 – 55	15	22,1
>55	22	32,4
Jumlah	**68**	**100**

Dari Tabel 3 dapat dilihat bahwa usia pedagang di Pasar Rakyat Simongan berdasarkan Usia yaitu usia antara 25 – 35 tahun sebanyak 11 orang dengan persentase 16,1%, sedangkan sebaran usia yang lain yaitu antara usia 35 – 45 tahun sebanyak 20 orang dengan persentase 29,4%, usia 45 – 55 tahun sebanyak 15 orang dengan persentase 22,1% dan diatas 55 tahun sebanyak 22 orang dengan persentase 32,4%. Hal ini terlihat produktif mencari nafkah keluarga antara usia 25 tahun hingga 55 tahun.

Profil Pedagang Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Berdasarkan hasil survey,tingkat pendidikan pedagang pasar rakyat Simongan adalah berikut:

Tabel 4. Tingkat pendidikan pedagang Pasar Rakyat Simongan

Pendidikan	Jumlah	Prsentase (%)
Tidak Sekolah	8	27,9
SD	23	33,8
SMP	19	22,1
SMA	15	11,8
D3	1	1,5
S1	2	2,9
Jumlah	**68**	**100**

Sumber: Data Primer yang diolah,2020

Dari Tabel 4 dapat dilihat bahwa jumlah pedagang Pasar Rakyat Simongan berdasarkan tingkat pendidikan yaitu pedagang yang tidak sekolah berjumlah 8 orang dengan persentase 27,9%, pedagang dengan pendidikan SD berjumlah 23 orang dengan persentase 33,8%, pedagang dengan pendidikan SMP berjumlah 19 orang dengan persentase 22,1%, pedagang yang pendidikan SMA berjumlah 15 orang dengan persentase 11,8%, pedagang yang pendidikan D3 berjumlah 1 orang dengan persentase 1,5% dan pedagang yang berpendidikan sarjana berjumlah 2 orang dengan persentase 2,9%.

Jenis Barang Dagangan

Adapun jenis dagangan yang di perdagangkan di Pasar Rakyat Simongan sangat bervariasi, mulai dari kebutuhan bahan dasar sembako, hingga kebutuhan sekunder. Namun dalam hal ini peneliti melihat terdapat beberapa peringkat barang yang mendominasi jenis barang yang di perdagangkan. Jenis barang tersebut adalah sembako, sayuran,daging sapi,daging ayam dan buah-buahan. Berikut adalah data jenis barang dagangan yang di perjual belikan di Pasar Rakyat Simongan.

Tabel 5 Jenis Barang Dagangan

Jenis Barang Dagangan	Jumlah	Persentase (%)
Ikan Laut	12	17,6
Daging sapi/ Daging Ayam	9	13,2
Sayur – sayuran	15	22,1
Buah – buahan	10	19,1
Sembako	13	5,9
Aneka makanan	4	14,8
Pakaian	3	4,4
Perabotan rumah tangga	2	2,9
Jumlah	68	100

Sumber : Data Primer yang diolah,2020

Berdasarkan data yang diperoleh diatas pedagang pasar rakyat simongan yang berdagang Hasil Laut yaitu sebanyak 12 orang dengan prsentase 17,6%, pedagang daging sapi maupun daging ayam sebanyak 9 orang dengan persentase 13,2%, pedagang sayur – sayuran sebanyak 15 orang dengan persentase 22,1%, Pedagang buah – buahan sebanyak 10 orang dengan persentase 19,1%, pedagang sembako

sebanyak 13 orang dengan prsentase 5,9%, pedagang makanan sebanyak 4 orang dengan persentase 14,8%, pedagang pakaian sebanyak 3 orang dengan persentase 4,4% dan pedagang perabot sebanyak 2 orang dengan persentase 2,9%.

Lama Usaha

Berdasarkan hasil data tentang lama berjualan pedagang pasar Rakyat Simongan adalah sebagai berikut :

Tabel 6. Lama Usaha Pedagang Pasar Rakyat Simongan

Lama Usaha	Jumlah	Presentase (%)
1 – 5 tahun	10	14,8
5 – 10 tahun	9	13,2
10 – 15 tahun	13	19,1
15 – 20 tahun	7	10,3
20 – 25 tahun	12	17,6
>25 tahun	17	25
Jumlah	68	100

Sumber : Data Primer yang diolah,2020

Dari Tabel 6 dilihat bahwa rata rata lama usaha pedagang pasar rakyat Simongan antara 1 – 5 tahun berjumlah 10 orang dengan presentase 14,8%, 5-10 tahun berjumlah 9 orang dengan presentase 13,2 %, 10 – 15 tahun sebanyak 13 orang dengan presentase 19,1%, 15 – 20 tahun sebanyak 7 orang dengan presentase 10,3%, usia 20 – 25 tahun sebanyak 12 orang dengan presentase 17,6% dan usia lebih dari 25 tahun sebanyak 17 orang dengan presentase 25%.

Pendapatan Pedagang

Tabel 7. Analisis perbedaan pendapatan pedagang sebelum dan sesudah Revitalisasi Pasar Rakyat

Pendapatan (bulan) Sebelum	Jml	Persentase %	Pendapatan (bulan) Sesudah	Jml	Persentase %
<Rp. 3.500.000,00	27	40	<Rp. 3.000.000,00	34	50
Rp. 4.500.000,00 – Rp. 6.000.000,00	34	50	Rp. 4.000.000,00 – Rp. 6.000.000,00	27	40
Rp. 6.000.000,00 – Rp. 7.500.000,00	7	10	Rp. 5.000.000,00 – Rp. 6.000.000,00	7	10
Jumlah	68	100	Jumlah	68	100

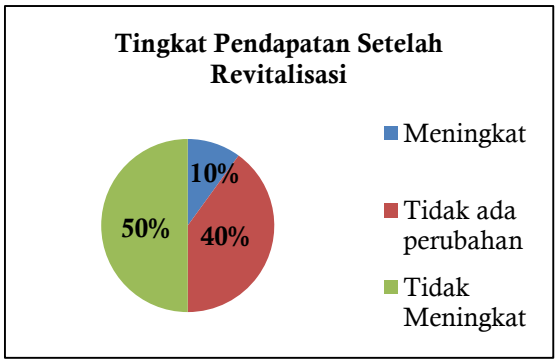
Berdasarkan Table 7 menunjukan bahwa terdapat perubahan pendapatan pedagang setelah adanya revitalisasi. Seluruh pedagang yang menjadi informan dalam penelitian ini mengalami penurunan pendapatan. Mayoritas pendapatan pedagang sebelum direvitalisasi sebesar Rp. 4.5000.000,00 sampai Rp.6.000.000,00. Sedangkan setelah direvitalisasi mayoritas pendapatan pedagang adalah sebesar kurang dari Rp.3.000.000,00 perbulan. Jadi dapat dikatakan bahwa terdapat perbedaan pendapatan setelah adanya program revitalisasi pasar.

Dampak Revitalisasi Pasar Rakyat Simongan Terhadap Pendapatan Pedagang

Pendapatan merupakan gambaran terhadap posisi ekonomi keluarga dalam masyarakat. Kondisi seseorang dapat diukur dengan menggunalan konsep pendapatan yang menunjukan jumlah seluruh uang yang diterima selama jangka waktu tertentu. Dalam meningkatkan pendapatan hal terpenting yang harus dilakukan pedagang adalah fokus terhadap upaya peningkatan volume penjualan. Pendapatan juga disebut income dari seseorang yang diperoleh dari hasil transaksi jual beli dan pendapatan diperoleh apabila terjadi transaksi antara pedagang dengan pembeli dalam suatu kesepakatan bersama. Dengan itu setiap orang yang bergelut dalam suatu jenis pekerjaan termasuk sector informal atau perdagangan, berupaya untuk selalu meningkatkan taraf hidup. Berdasarkan hal tersebut salah satu faktor penunjang dalam peningkatan pendapatan, yaitu lapangan pekerjaan.

Tujuan akhir pelaksanaan program revitalisasi pasar disamping agar tata ruang pasar lebih teratur dengan fasilitas – fasilitas yang lebih baik tetapi juga agar dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam hal ekonomi atau pendapatan. Berikut adalah diagram pendapatan pedagang setelah di revitalisasi:

Gambar 1. Diagram pendapatan



Berdasarkan diagram lingkaran di atas setelah pelaksanaan revitalisasi tingkat pendapatan pedagang hanya sedikit yang mengalami peningkatan pendapatan dan yang terbanyak yang terbanyak yang disarankan para pedagang yaitu menurunnya tingkat pendapatan pedagang. hasil kuesioner yang telah dibagikan kepada 68 responden pedagang, sebanyak 50% responden menyatakan pasca revitalisasi mengalami penurunan pendapatan. Menurut beberapa pedagang yang berdagang dilantai basement pendapatan mereka setelah pelaksanaan program revitalisasi mengalami penurunan. Dari 100% responden pedagang hanya beberapa yang menyatakan pendapatan setelah pelaksanaan revitalisasi mengalami peningkatan.

Faktor – faktor penghambat dan pendukung di Pasar Rakyat Simongan

Berikut penjelasaan mengenai berbagai faktor kekuatan dan kelemahan tersebut.

Kekuatan:

a. Proses komunikasi dan pemberian motivasi cukup baik kepada para pedagang/konsumen.

   Komunikasi yang baik mutlak diperlukan bagi kemajuan sebuah usaha. Pemberian motivasi merupakan bagian dari fungsi managemen. Komunikasi yang berjalan di Pasar Simongan lebih banyak komunikasi langsung secara personal dan kolektif melalui forum rapat

b. Lokasi Pasar Simongan yang strategis

   Lokasi adalah salah satu aspek penting dalam pemasaran. Para ahli pemasaran mengenalkan strategi pemasaran dengan 7p untuk bisnis dibidang jasa. 7p dalam strategi pemasaran itu adalah: produk, harga, tempat promosi, orang, proses dan bukti fisik. Lokasi menjadi faktor yang sangat penting khsususnya dalam dunia bisnis. Lokasi yang sangat baik adalah lokasi yang mudah dijangkau para konsumen dan target pasar perusahaan.

c. Keramahan Pelayanan.

   Keramahan pelayanan menjadi salah satu aspek yang penting dalam usaha. Pelayanan yang baik termasuk kedalam process dalam kerangka strategi 7P. Pada aspek process ini ditekankan tentang tata cara dan system dalam bekerja dan termasuk sikap dan perilaku orang – orang yang terlibat dalam bisnis, khususnya yang berkaitan dengan pelayanan terhadap konsumen.

Kelemahan :

a. Strategi dan Program Kerja Pasar Simongan

   Pasar Simongan sebagai sebuah organisasi memiliki strategi untuk mencapai visi,misi dan tujuannya. Diantaranya strategi pemasran dan promosi, yakni bagaimana membuat pasar terus ramai dengan pedagang dan ramai dengan pengunjung yang berbelanja untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam rangka membuat pasar ramai dengan pedagang dan meningkatkan jumlah kios – kios dan los yang masih kosong dan tidak dipakai oleh para pedagang untuk berjualan di bahu – bahu jalan dan menggelarkan dagangannya begitu saja dagangannya begitu saja.

b. Pengelolaan Kebersihan, Keamanan dan Ketertiban

   Aspek kebersihan dan ketertiban di pasar Simongan dikelola dengan menggunakan perusahaan jasa alih daya (outsourching) yaitu tenaga kebersihan, keamanan, dan ketertiban. Dimana harga kebersihan yang harus dibayar para pedagang setiap harinya yaitu sebesar Rp.2000,- sedangkan biaya uang keamanan dan jaga malam sesuai besar lapak jualan para pedagang yaitu berkisar dari harga Rp.3000,- sampai dengan Rp.5000,-

sedangkan biaya parker sepeda motor Rp.2000,-

c. Fasilitas Pasar Simongan

Fasilitas yang ada di Pasar Simongan tidak terlepas dari peran retribusi pasar yang di dapat dari pedagang. Pendapatan retribusi pasar berasal dari penarikan sewa tempat, penarikan pelayanan parker maupun pelayanan keamanan dan kebersihan. Dengan adanya retribusi pasar tentunya harus diimbangi dengan peningkatan pelayanan serta penyediaan fasilitas yang ada di Pasar Simongan

d. Sistem tata Kelola Kurang Baik

Tata letak pasar yang baik tidak hanya akan memberikan kenyamanan berbelanja bagi pengunjung pasar tetapi juga mempermudah pengunjung dalam mencari dan menemukan produk – produk yang dibutuhkan. Seharusnya tata kelola pasar itu disusun berdasarkan jenis barang dagangan para pedagang untuk mempermudah para pembeli untuk mencari produk yang mereka butuhkan.

Peluang:

a. Daya Beli Konsumen yang Tinggi

Ketika konsumen terkonsentrasi atau besar jumlahnya, atau membeli dalam jumlah besar, kekuatan tawar menawar mereka akan menjadi kekuatan utama yang mempengaruhi intensitas persaingan dalam suatu industry.

b. Bantuan Pemerintah terkait Pasar

Kebijakan pemerintah sedikit banyak punya pengaruh terhadap operasional Pasar Simongan. Pemerintah juga memberikan kebijakan yaitu tidak membangun pasar baru, akan tetapi merevitalisasi pasar yang sudah ada. Kebijakan pemerintah ini menjadi peluang yang baik untuk terus meningkatkan kualitasnya.

c. Kebiasaan Berbelanja Dengan Sistem Tawar Menawar

Masyarakat khususnya yang terbiasa berbelanja di pasar rakyat sangat menikmati aktifitas berbelanja dengan system tawar menawar dengan pedagang. Kebiasaan masyarakat ini adalah salah satu hal yang ditawarkan oleh Pasar Simongan. Pilihan untuk mempertahankan kebiasaan seperti ini diharapkan menjadi salah satu daya tarik untuk berbelanja di Pasar Simongan.

d. Kemajuan teknologi Informasi dan Komunikasi

Kemajuan di bidang teknologi informasi dan komunikasi menjadi peluang yang bisa dimanfaatkan oleh Pasar Simongan. Namun peluang ini belum optimal dimanfaatkan oleh pengelola Pasar Simongan. Penggunaan media informasi dan komunikasi masih terbatas. Penggunaan website sebaiknya juga didukung dengan opnimalisasi social media untuk lebih meningkatkan tingkat kunjungan website mempermudah dalam meningkatkan kualitas pelayanan.

Ancaman :

a. Masuknya Pedagang Baru

Berdasarkan hasil wawancara dengan pedagang di Pasar Simongan yaitu masuknya pedagang yang berjualan di luar area pasar simongan yang menyebabkan pengunjung enggan mau masuk kedalam area pasar Simongan

b. Keberadaan Pasar Pesaing yang ada

Munculnya Pasar Modern di sekitar Pasar Simongan menjadikan ancaman tersendiri oleh para pedagang. Strategi yang dijalankan oleh suatu perusahaan dapat berhasil hanya jika mereka memberikan keunggulan kompetitif

c. Kenaikan Harga Komoditas

Harga komoditas khususnya komoditas pangan yang menjadi kebutuhan pokok tidak terlepas dari adanya flaktuasi harga.

d. Naiknya Harga Produksi

Kenaikan harga produksi bisa saja dipengaruhi oleh naiknya harga BBM dan Tarif Dasar Listrik (TDL) secara tidak langsung akan berdampak pada fluktuasi harga akan sedikit banyak mempengaruhi daya beli masyarakat. konsumen akan mengurangi konsumsinya karena pedagang juga akan menaikan harga jualnya.

Strategi Peningkatan pendapatan pedagang Pasar Simongan Sesudah Program Revitalisasi Pasar Rakyat

Berdasarkan analisis SWOT, Maka dapat diajukan beberapa strategi untuk meningkatkan pendapatan pedagang di pasar.

Strategi SO

1. Meningkatkan kerjasama dengan pemangku kepentingan

   Kerjasama mencakup berbagai aspek yang bersifat strategis. Seperti dalam hal pengsisian lapak dan kios, promosi, penyediaan produk, akses permodalan usah dan lain-lain. Kerjasama dapat dilakukan dengan pihak pemerintah, dalam hal ini Dinas Pasar, Koperasi dan UMKM, yakni kerjasama dalam mensosialisasikan kepada para pedagang terkait pengisian lapak dan kios yang masih kosong di Pasar Simongan.
2. Meningkatkan komunikasi dan pemberian motivasi kepada para pedagang dengan adanya kemajuan teknologi dankomunikasi

   Para pedagang diberikan arahan bagaimana cara berdagang yang baik dan bagaimana cara meningkatkan kualitas barang yang di jual agar pembeli banyak yang membelinya dan omset pejualan para pedagang juga bisa stabil bahkan bisa naik.

   Pemberian motivasi dilakukan meski dengan cara yang sistematis tetapi lebih kepada obrolan-obrolan santai saja secara personal, yaitu komunikasi yang di dalamnya juga disisipkan motivasional untuk lebih menjaga dan meningkatkan semangat para pedagang.
3. Meningkatkan Kualitas Pelayanan dan Respon Keluhan terhadap Pedagang dengan Adanya Kebijakan dariPemerintah

   Meningkatkan kualitas pelayanan dan respon terhadap keluhan yang ada dari pedagang, dengan cara berdialog langsung dengan pedagang menanyakan kondisi bisnis mereka dan mendapatkan kritik dan saran dari mereka. Sedangkan komunikasi yang dilakukan dalam rangka merespon tanggapan dari konsumen belum bisa dilakukan secara optimal karena melihat kondisi pasar yang belum stabil
4. Meningkatkan Mutu Barang

   Karna daya beli konsumen yang tinggi, Konsumen selalu ingin membeli barang dengan kualitasyangbagus untuk dikonsumsi, oleh karena itu penting bagi para pedagang untuk selalu menjaga kualitas dari setiap barang yang di perjual belikan.

Strategi WO

1. Meningkatkan kebersihan, keamanan, dan ketertiban agar daya beli konsumen di pasar Simongan meningkat.

   Aspek kebersihan, keamanan dan juga ketertiban di Pasar Simongan dikelola dengan menggunakan jasa alih daya (outsourching) yaitu tenaga kebersiham, keamanan dan perparkiran yang menangani masing- masing dari tugas tersebut.
2. Meningkatkan pelayanan dan fasilitas pendukung.

   Layanan yang baik kepada para pedagang akan membuat para pedganag merasa nyaman dan mendukung kemajuan usaha. Layanan yang baik kepada masyarakat akan membuat pengunjung merasa nyaman berbelanja dan pada kesempatan lain akan kembali bahkan merekomendasikan kerabat, saudara atau kawannya untuk berbelanja di Pasar Simongan.

3. Meningkatkan sistem tata kelola dengan adanya kemajuan teknologidan komunikasi.

   Dengan adanya kemajuan teknologi dan komunikasi seharusnya mempermudah pihak pengelola pasar dalam meningkatkan sistem tata kelola di Pasar Simongan yaitu dengan cara melihat bagaimana sistem tata kelola yang baik yang diterapkan di pasar-pasar yang ada di wilayah lain di Indonesia, yang bisa menjadi referensi bagi Pasar Simongan dalam mengembangkan pasar menjadi lebih baik

Strategi ST

1. Meningkatkan respon terhadap keluhan pedagang

   Respon yang diberikan konsumen merupakan cerminan dari apa yang yang telah dilakukan dan telah dicapai oleh perusahaan. Kemampuan dalam menanggapi respon, terutama keluhan menjadi salah satu kunci keberhailan, karena dengan begitu perusahaan bisa mengevaluasi diri

2. Meningkatkan keahlian dan keterampilan sumber dayamanusia

   Kapasitas sumber daya manusia, termasuk didalamnya keahlian dan keterampilan sangat diperlukan perusahaan untuk tetap eksis dan terus berkembang. Sumber daya manusia yang berperan penting dalam kemajuan Pasar Simongan tidak hanya pengelola, tetapi juga para pedagang. Karena itu, perlu dipersiapkan berbagai program yang mendukung peningkatan keahlian dan keterampilan personil sumber daya manusia pengelola dan pedagang yang berkelanjutan sesuai bidang dan tinbgkatan yang diperlukan.

Strategi WT

1. Mengembangkan program-program kerja pasar yang lebih efektif dan efesien

   Mengembangkan program-program yang lebih efesien dan efektif merupakan salah satu strategi yang tepat yang harus dilakukan oleh Pasar Simongan, agar para pedagang yang berjualan di pasar tersebut merasa nyaman dan mendukung kemajuan usahanya.
2. Meningkatkan komunikasi dan konsolidasi dengan para pemilik unit dan pedagang

   Banyak unit, ksususnya lapak dan kios yang tidak terisi oleh para pedagang yaitu karena mereka lebih suka berjaualan di bahu-bahu jalan pasar dan juga di daerah sekitar parkiran sepeda motor yang menyebabkan tata kelola di Pasar Simongan belum baik. Strategi yang dapat dilakukan untuk mengatasi masalah tersebut adalah dengan melakukan konsolidasi dan komunikasi yang lebih intensif dengan para pemilik unit dan para pedagang yang ada.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai " strategi peningkatan pendapatan sesudah program revitalisasi Pasar Rakyat Simongan Semarang" maka dapat ditarik kesiumpulan sebagai berikut:

1. Mayoritas pedagang yang berjualan di Pasar Simongan adalah asli dari kota Semarang yang di dominasi oleh kalangan wanita dengan usia 30 sampai 67 tahun. Lama berjualan antara 3 hingga 35 tahun. Tingkat pendidikan pedagang sebagian besar adalah lulusan sekolah dasar (SD)
2. Dampak pengaruh program revitalisasi pasar rakyat terhadap pendapatan pedagang, merupakan tujuan dari segi aspek ekonomi, pelaksanaan revitalisasi pasar rakyat sebagian besar pedagang merasakan menurunnya pendapatan pedagang. Kondisi tata ruang pasar yang tidak teratur, sarana dan prasarana yang memburuk, pemeliharaan pasar oleh pemerintah dan tidak adanya kesadaran pedagang akan peraturan sehingga konsumen menjadi sepi merupakan alasan utama menurunnya tingkat pendapatan pedagang
3. Faktor – faktor penghambat dan pendukung perkembangan Pasar Simongan berdasarkan hasil analisis faktor strategis internal dan analisis faktor strategis eksternal diperoleh nilai skor faktor lingkungan internal sebesar 2,88 yaitu diatas nilai rata – rata 2,50 yang berati posisi internal kuat. Kemudian nilai total skor faktor lingkungan sebesar 3,00 yaitu diatas nilai rata – rata 2,50 yang berate perusahaan merespon dengan baik kondisi eksternal baik peluang maupun ancaman. Sisi internal, Pasar Simongan memiliki 4 point kekuatan dan 4 point kelemahan. Kekuatan : proses komunikasi dan pemberian motivasi cukup baik kepada para pedagang, Lokasi Pasar Simongan yang strategi, keramahan pelayanan dan riset konsumen dan respon terhadap keluhan baik. Kelemahan: program kerja Pasar Simongan belum maksimal, pengelolaan kebersihan, ketertiban dan keamanan belum cukup baik.

   Sedangkan dari sisi eksternal memiliki 4 poin peluang dan 4 poin ancaman. Peluang : Daya beli konsumen yang tinggi, adanya bantuan dan kebijakan pemerintah terhadap Pasar Simongan, kebiasaan belanja dengan sistem tawar menawar dan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Ancaman : masuknya pedatang baru, keberadaan pasar pesaing yang ada, kenaikan harga komoditas

membuat daya beli konsumen menurun dan tingginya harga produksi membuat masyarakat akan cendurung mengurangi konsumsi dan minat beli, karena pedagang juga akan menaikan harga jualnya. Kekuatan utamanya pada sistem tata kelola nya yang belum rapi sehingga menyulitkan konsumen dalam membeli kebutuhannya dan membuat konsumen kurang nyaman dalam berbelanja. Peluang yang direspon paling baik oleh Pasar Simongan adalah daya beli konsumen yang tinggi dan biasa berbelanja dengan sistem tawar menawar. Sedangkan ancaman yang mendapat respon paling baik keberadaan pasar pesaing disekitar.

4. Berdasarkan analisis SWOT maka didapat point alternative strategi yang dapat dijalankan untuk meningkatkan pendapatan di Pasar Simongan, yaitu :
   a. Meningkatkan kerjasama dengan pemangku kepentingan
   b. Meningkatkan komunikasi dan pemberian motivasi kepada para pedagang dengan adanya kemajuan teknologi dan komunikasi
   c. Meningkatkan kualitas pelayanan dan respon keluhan terhadap pedagang dengan adanya kebijakan dan bantuan dari pemerintah
   d. Meningkatkan mutu barang karena daya beli konsumen yang tinggi
   e. Meningkatkan kebersihan, keamanan, dan ketertiban agar daya beli konsumen di Pasar Simongan semakin tinggi
   f. Meningkatkan pelayanan dan fasilitas pendukung
   g. Meningkatkan system tata kelola dengan kemajuan teknologi dan komunikasi
   h. Meningkatkan respon terhadap keluhan pedagang
   i. Meningkatkan keahlian dan keterampilan SDM
   j. Mengembangkan progam – program pasar yang efektif dan efisien
   k. Meningkatkan komunikasi antar pedagang di Pasar Rakyat Simongan

DAFTAR PUSTAKA

Wahjudy, M., & Tjandra, A. Y. (2006). *Analisa Perkembangan Pasar Tradisional (Studi Komparatif Terhadap Pengguna Ruang Komersial Di Pasar Atum, Pasar Turi, Pasar Wonokromo)* (Doctoral Dissertation, Petra Christian University).

Alfianita, E. (2015). Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Perspektif Good Governance (Studi Di Pasar Tumpang Kabupaten Malang). *Jurnal Administrasi Publik*, *3*(5), 758-762.

Suharsimi, A. (2006). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Jakarta: PT. *Rineka Cipta*.

Artaman, D. M. A., (2015). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Seni Sukawati di Kabupaten Gianyar. Tesis Program Studi Ilmu Ekonomi Program Pascasarjana. *Universitas Udayana Denpasar*.

Arianty, N. (2014). Analisis perbedaan pasar modern dan pasar tradisional ditinjau dari strategi tata letak (lay out) dan kualitas pelayanan untuk meningkatkan posisi tawar pasar tradisional. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, *13*(1).

Ayuningsasi, A. A. K. (2010). Analisis pendapatan pedagang sebelum dan sesudah program revitalisasi pasar tradisional di kota denpasar (studi kasus pasar sudha merta desa sidakarya). PIRAMIDA.

BPS Kota Semarang. 2015. Kota Semarang Dalam Angka.

Danisworo, M., & Martokusumo, W. (2002). Revitalisasi kawasan kota sebuah catatan dalam pengembangan dan pemanfaatan kawasan kota. *Info URDI*, *13*.

Daryanto. (2009). Revitalisasi Pasar Tradisional. *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 2 No. 1.

Damsar, & Indrayani. (2016). Sosiologi Ekonomi. Jakarta: *Kencana Prenadamedia Group.*

Endrawanti, S., & Wahyuningsih, C. D. (2014). Dampak Relokasi Pasar Studi Kasus Di Pasar Sampangan Kota Semarang. *Serat Acitya*, *3*(1), 78.

Firdausa, R. A., & Arianti, F. (2012). *Pengaruh Modal Awal, Lama Usaha dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Kios di Pasar Bintoro Demak* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).

Hakim, M. A. (2016). Peran Pemerintah Dalam Mengawasi Mekanisme Pasar Dalam Perspektif Islam. *Iqtishadia*, *8*(1).

Hidayat, U. (2008). Preferensi Konsumen: Strategi Pengembangan Pasar Tradisional. *BEP*, *9*(2).

Indiastuti, R., Hastuti, F., & Azis, Y. (2008). Analisis keberlanjutan pasar tradisional dalam iklim persaingan usaha yang dinamis di Kota Bandung. *Sosiohumaniora*, *10*(2), 17.

Jaya, I. P. R. K., Nuridja, I. M., & Suwena, K. R. (2014). Analisis Pendapatan Pedagang (Studi Pada Pasar Anyar Di Kelurahan Banjar Tengah). *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, *4*(1).

Jumlah Pasar Traditional Semakin Menurun (on-line), Tersedia di http://www.republika.co.id/berita/ekonomi/makro/14/10/02/nct8ag-jumlah-pasar-pasar-tradisional-semakin-menurun.

Kemendag. (2017). Progres Pembangunan/ Revitalisasi Pasar Rakyat. Diambil dari ews.kemendag.go.id/revitalisasi

Khomah, I., & Harisudin, M. (2016). Strategi Pengembangan Pasar Tradisional yang Berorientasi pada Kepuasan Masyarakat di Surakarta. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, *4*(2).

Kuncoro, M. (2008). Strategi Pengembangan Pasar Modern dan Tradisional. Jakarta: *Gramedia Pustaka Utama*.

Malano, H. (2011). Selamatkan Pasar Tradisional. Jakarta: *Gramedia Pustaka Utama*.

Mardihartono, A. & Metty N. A. (2016). Revitalisasi Pasar Tradisional di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Progress Fakultas ilmu Social dan Politik Universitas Tulang Bawang Lampung*, *1*(43).

Masitha, A. I. (2010). Dampak sosial ekonomi revitalisasi pasar tradisional terhadap pedagang. *Jurnal Sosial Ekonomi Pekerjaan Umum*, *2*(2).

Martokusumo, W. (2011). REVITALISASI DAN RANCANG KOTA BEBERAPA CATATAN DAN KONSEP PENATAAN KAWASAN KOTA BERKELANJUTAN. *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*, *17*(3), 31-46.

Ayuningsasi, A. K., & Paramita, A. I. M. P. (2013). Efektivitas dan Dampak Program Revitalisasi Pasar Tradisional di Pasar Agung Peninjoan. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, *2*(5), 44612.