

**DAMPAK PELAKSANAAN PROGRAM REVITALISASI  
PASAR TRADISIONAL TERHADAP INTERAKSI SOSIAL  
DAN BIAYA PRODUKSI PEDAGANG  
(Studi Kasus Program Revitalisasi Pasar Cileunyi Menjadi  
Pasar Sehat Cileunyi di Kabupaten Bandung, Jawa Barat)**

***IMPACT OF TRADITIONAL MARKET REVITALIZATION  
PROGRAM ON SOCIAL INTERACTIONS AND PRODUCTION  
COSTS OF TRADERS  
(Case Study of Cileunyi Market Revitalization Program to Become  
Cileunyi Healthy Market in Bandung Regency, West Java)***

**Zumi Saidah<sup>1</sup>, Radinal Hakam<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Padjadjaran,  
Jl. Raya Bandung – Sumedang Km. 21 Jatinangor

E-mail: [zumi.saidah@unpad.ac.id](mailto:zumi.saidah@unpad.ac.id)

**ABSTRAK**

*Pasar tradisional merupakan tempat yang penting bagi pemenuhan kebutuhan hidup untuk berbagai lapisan masyarakat. Namun, kondisi ini tidak sesuai dengan keadaan mayoritas pasar tradisional yang tidak terawat dengan baik, infrastruktur yang tidak layak untuk digunakan lagi, dan menjadi sumber kemacetan. Oleh karena itu, pemerintah mencanangkan program revitalisasi pasar tradisional untuk memperbaiki kondisi pasar tradisional menjadi lebih baik. Akan tetapi, program yang dilakukan pemerintah justru menuai pertentangan dari pedagang pasar itu sendiri, yang merupakan objek dari program tersebut. Kasus seperti itu salah satunya terjadi di Pasar Cileunyi Kabupaten Bandung yang kini telah direvitalisasi menjadi Pasar Sehat Cileunyi. Pedagang tidak bersedia untuk direlokasi dan sebagian pedagang lainnya membangun pasar yang baru secara swadaya. Penelitian dilakukan secara kualitatif dengan teknik penelitian studi kasus. Data didapatkan dari sumber primer melalui wawancara mendalam dan data sekunder, dengan pemilihan narasumber secara purposive. Data yang didapatkan direduksi dan disajikan dalam bentuk flowchart untuk mendapatkan kesimpulan dari pengaruh pelaksanaan program revitalisasi terhadap interaksi sosial dan kondisi ekonomi pedagang. Hasil penelitian menunjukkan pelaksanaan program revitalisasi mempengaruhi interaksi sosial pedagang dengan menguatkan hubungan asosiatif antara pedagang. Namun melalui hubungan tersebut para*

*pedagang melakukan tindakan disosiatif untuk menyampaikan aspirasi mereka kepada pihak pelaksana program revitalisasi. Temuan lain, hubungan disosiatif tersebut menimbulkan biaya yang perlu dikeluarkan oleh pedagang.*

**Kata kunci :** pasar tradisional, pedagang, revitalisasi, interaksi sosial.

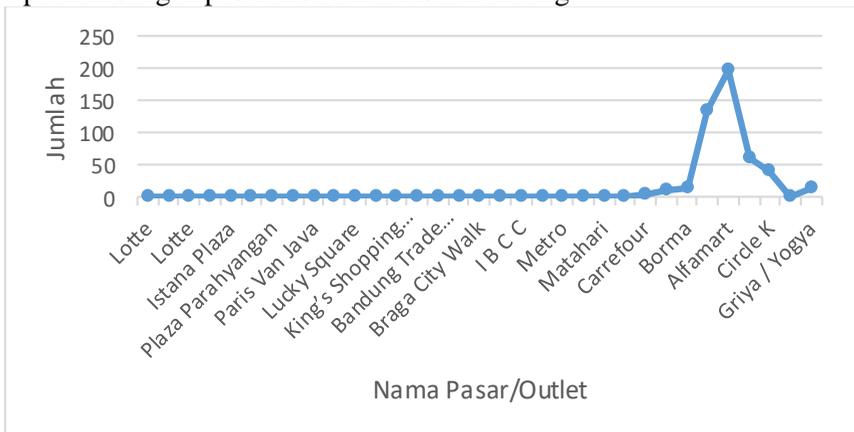
## PENDAHULUAN

Pasar merupakan pusat kegiatan ekonomi yang menjadi tempat bertemunya penjual berbagai kebutuhan masyarakat dan pembeli yang ingin memenuhi kebutuhannya. Pasar merupakan kumpulan seluruh pembeli dan potensial atas tawaran pasar tertentu (Kotler, 2005). Pasar Tradisional identik dengan sistem tawar-menawar, interaksi sosial antara pedagang dan pembeli merupakan suatu kultur sosial dalam masyarakat Indonesia yang kemudian menjadi motivasi untuk berbelanja di tempat tersebut. Pasar tradisional mempunyai peran strategis dalam perkotaan karena sebagai pusat kegiatan ekonomi, merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli yang mampu menjadi penggerak roda perekonomian dari sector perdagangan. Sebagai simpul pertukaran barang dan jasa secara regional, pasar tradisional yang tumbuh dan berkembang juga membangkitkan berbagai aktivitas di dalam kota (Aruman, 2017). Pasar tradisional juga dianggap sebagai jaring penyelamat dan penyedia lapangan kerja bagi sebagian masyarakat dan meningkatkan kualitas ribuan pemasok yang umumnya juga pengusaha kecil dan menengah (Suryadarma *et al.* 2007).

Namun, nilai strategis yang dimiliki oleh pasar tradisional belum dapat meningkatkan posisi tawar pasar dan menjadi pilihan utama masyarakat dalam berbelanja. Sedikit demi sedikit pasar tradisional mulai ditinggalkan pembelanja. Hal ini dikarenakan beberapa kelemahan yang dimiliki oleh pasar tradisional dan rendahnya daya saing jika dibandingkan dengan pasar modern (*mall*, supermarket, minimarket, dan lain sebagainya). Hal tersebut akan berdampak pada eksistensi pasar tradisional jika tidak diperhatikan, karena jumlah pasar modern yang diperkirakan akan terus bertambah setiap tahunnya.

Persaingan Pasar Tradisional dengan Toko Modern saat ini bisa dikatakan sebagai persaingan global. Keberadaan pasar modern memang telah membuat keberadaan pasar tradisional menjadi kurang vital di mata masyarakat, utamanya di kota-kota besar (Sultan, 2019). Artinya, saat ini

Pasar Tradisional dihadapkan dengan perusahaan-perusahaan asing yang beraliansi maupun membuka cabang Toko Modern di Indonesia sehingga skala dari persaingan ini tidak bisa dikatakan sebagai persaingan lokal. Berdasarkan data AC Nielsen (2008), diketahui bahwa pertumbuhan ritel modern setiap tahunnya mencatat kisaran angka 10 % hingga 30 %. Ritel modern tumbuh sejalan dengan pergeseran minat belanja, perkembangan kebutuhan dan pola hidup masyarakat yang semakin menginginkan kenyamanan belanja, kepastian harga dan keanekaragaman barang kebutuhan yang ada dalam satu toko. Gambar 1 memperlihatkan perkembangan pasar modern di Kota Bandung.



Sumber : BPS Kota Bandung (2020)

### Gambar 1. Jumlah Pasar/Outlet di Kota Bandung

Masalah utama pasar tradisional di Indonesia pada umumnya adalah kenyamanan dalam berbelanja. Kondisi pasar tradisional yang memprihatinkan serta tidak terawat sehingga secara fisik pasar tradisional dicitrakan sebagai suatu tempat yang kumuh, kotor, bau, becek, tidak terawat, dan mempunyai tingkat kualitas hunian sangat rendah. Bahkan, pasar tradisional juga dipandang sebagai sumber kemacetan lalu lintas dan tempat beresalnya para pelaku kriminal.

Apabila dipandang dari sudut desain, tata ruang, tata letak, dan tampilan, pasar tradisional tidak sebaik pusat perbelanjaan modern. Secara fisik pasar tradisional umumnya buruk, berkembang tanpa rencana, beroperasi melimpah sampai keluar wilayah (Aruman, 2017). Hal ini tentu saja akan dapat memberikan dampak pada kemacetan lalu lintas disekitarnya, ketidaknyamanan konsumen dan operasi dari para pedagang,

serta mendorong kekumuhan dan kemacetan disekitarnya. Belum lagi masalah berbagai informasi tentang beberapa produk di pasar tradisional yang menggunakan zat kimia berbahaya, praktek penjualan daging oplosan, melekat pasar, serta kecurangan-kecurangan lain dalam aktivitas penjualan dan perdagangan pada citra pasar tradisional.

Pedagang pasar tradisional pada umumnya juga kurang menyadari pentingnya peningkatan fasilitas layanan (kebersihan, kenyamanan dan keamanan pasar) sebagai salah satu upaya meningkatkan daya tarik pasar (Rahayuningrum & Widayanti 2008). Di sisi lain, dalam hal kelembagaan, pengelola pasar tradisional belum memiliki cara pandang terukur dan sesuai tuntutan preferensi konsumen akan perlunya peningkatan kualitas layanan dan infrastruktur pasar, seperti kebersihan, kenyamanan pasar dan fasilitas umum (Devi 2012).

Oleh karena itu, perlu segera dilakukannya revitalisasi pasar tradisional, jika tidak segera ditangani maka akan berdampak pada eksistensi pasar tradisional, karena jumlah pasar modern yang diperkirakan akan terus bertambah setiap tahunnya (Elfianita, 2015). Revitalisasi pasar tradisional yang dilakukan tidak selalu berkaitan dengan pembangunan fisik gedung pasar tradisional saja, akan tetapi juga memperbaiki perilaku pedagang dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen. Salah satu bentuk fasilitasi perbaikan ini dapat dilakukan dengan berbagai metode seperti pelatihan manajemen modern, manajemen keuangan, pelatihan pengelolaan pendapatan dan berbagai macam pelatihan lainnya yang diharapkan mampu meningkatkan *softskill* pedagang. Peningkatan sebaiknya ini dilakukan secara bertahap dan berkesinambungan agar dapat ditularkan kepada para pedagang lainnya melalui paguyuban pedagang yang ada di setiap pasar tradisional.

Tujuan penelitian ini ingin mendeskripsikan keragaan pasar tradisional Cileunyi dan menganalisis dampak pelaksanaan program revitalisasi terhadap interaksi sosial antara pedagang dengan pihak pelaksana program revitalisasi di Pasar Cileunyi.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian dilakukan di Pasar Sehat Cileunyi yang terletak di Kabupaten Bandung Timur yaitu tepatnya di Cileunyi. Asalnya lokasi tersebut merupakan lokasi Pasar Cileunyi yang kini menjadi Pasar Sehat Cileunyi. Desain Penelitian yang digunakan adalah desain penelitian

kualitatif dengan Teknik penelitian berupa studi kasus.

Objek yang dikaji dalam penelitian ini adalah pihak manajemen Pasar Sehat Cileunyi dan pedagang lama dari Pasar Cileunyi yang baik secara langsung maupun tidak langsung terlibat di dalam proses pelaksanaan program revitalisasi Pasar Cileunyi yang menjadi Pasar Sehat Cileunyi. Desain Penelitian yang digunakan adalah desain penelitian kualitatif dengan Teknik penelitian studi kasus, dimana hasil penelitian akan memberikan penggambaran tentang dampak revitalisasi pasar tradisional Cileunyi.

Informan yang dipilih adalah pedagang yang sebelumnya berjualan di Pasar Cileunyi atau dengan kata lain mereka yang tergabung di Paguyuban Pedagang Pasar Cileunyi (P3C) yang dapat dilihat pada Tabel 1. Hal tersebut bertujuan agar peneliti bisa mendapatkan informasi yang peneliti butuhkan terutama informasi mengenai proses pelaksanaan program revitalisasi di Pasar Cileunyi. Selain itu tujuan peneliti adalah mencari informasi mengenai dampaknya terhadap biaya produksi mereka setelah dilaksanakannya program revitalisasi.

Total 20 informan yang di wawancara terdiri atas 4 orang adalah karyawan atau pengelola dari Pasar Sehat Cileunyi. Mereka bekerja di bagian Legal dan HRD, Divisi Keuangan, dan lainnya bekerja di Divisi Humas. Beberapa orang di antara mereka ada yang telah bekerja sejak dimulainya pembangunan sampai yang baru bekerja di setelah dilakukannya peresmian pada November 2011. Sebanyak 12 orang informan lainnya adalah para pedagang yang pernah berjualan di Pasar Cileunyi atau sebelum pasar direvitalisasi. Dua belas pedagang yang menjadi informan merupakan anggota aktif yang selalu mengikuti aktivitas P3C. Sisanya 4 orang adalah anggota biasa yang pernah mengikuti aktivitas P3C sampai pada anggota pasif yang tidak pernah mengikuti aktivitas P3C.

**Tabel 1.** Informan pada Pasar Tradisional Cileunyi

No	Nama	Profesi
	Informan 1s	Pengelola Pasar Sehat Cileunyi
I	Informan 2s	Pengelola Pasar Sehat Cileunyi
	Informan 3s	Pengelola Pasar Sehat Cileunyi
	Informan 4s	Pengelola Pasar Sehat Cileunyi
	Informan 1p	Pedagang Pasar Sehat Cileunyi
	Informan 2p	Pedagang Pasar Sehat Cileunyi
	Informan 3p	Pedagang Pasar Sehat Cileunyi
	Informan 4p	Pedagang Pasar Sehat Cileunyi

II	Informan 5p Informan 6p Informan 7p Informan 8p Informan 9p Informan 10p Informan 11p Informan 12pj	Pedagang Pasar Sehat Cileunyi Pedagang Pasar Resik Jatinangor/Pasar Padjadjaran
----	--	--

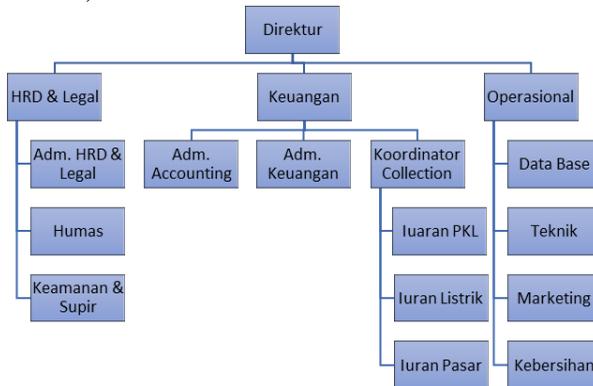
**Sumber :** Olahan Data Primer

Analisis data yang digunakan untuk analisis keragaan serta analisis interaksi sosial pada saat pelaksanaan program revitalisasi ini adalah *'flows of activity'* yang terdiri dari : *data reduction* (pereduksi data), *data display* (penyajian data), dan *conclusion drawing/verification* (penarikan kesimpulan dan verifikasi) (Sugiyono, 2012).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pentingnya Revitalisasi Pasar Tradisional Cileunyi

Struktur organisasi yang dibentuk dalam pengelolaan pasar terdiri atas kepala pasar, pada Pasar Sehat Cileunyi dipimpin oleh seorang direktur. Tugas dari seorang direktur di sini adalah merencanakan sejumlah strategi umum, yang kemudian diimplementasikan oleh ketiga divisi pasar tersebut (Gambar 2).



**Sumber:** Data Sekunder

**Gambar 2.** Struktur Organisasi Manajemen Pasar Tradisional Cileunyi

Pasar Sehat Cileunyi merupakan pasar hasil dari program revitalisasi Pasar Cileunyi yang telah diresmikan pada bulan November tahun 2011. Pasar Sehat Cileunyi berdiri di tanah seluas 1,7 hektar yang berlokasi tepat di belakang bekas Pasar Cileunyi yang hanya seluas 0,3 hektar. Program revitalisasi tersebut merupakan bentuk kerja sama pemerintah daerah dengan pihak swasta yaitu PT. Biladi Karya Abadi sebagai pengembang dan pemegang penuh hak manajemen. Sejarah pasar tradisional Cileunyo dapat dilihat pada Tabel 2.

**Tabel 2.** Periode Sejarah Pasar Cileunyi

<b>Periode</b>	<b>Peristiwa Penting</b>
1981 – 1990	Pelaksanaan pembangunan Pasar Cileunyi, pelaksanaan pembangunan dibantu langsung oleh Wakil Presiden.
1991 – 2000	Telah terjadi kebakaran 4 kali sampai pada periode ini. Pada periode ini pemerintah telah merencanakan revitalisasi, namun gagal karena terjadi krisis tahun 1998.
2001 - 2010	Pelaksanaan Program Revitalisasi Pasar Cileunyi yang dilaksanakan melalui kerja sama dengan pihak swasta.
2011 - 2014	Peresmian Pasar Sehat Cileunyi.

**Sumber :** Olahan Data Primer

Pasar Cileunyi merupakan pasar inpres yang telah berdiri sekitar tahun 1980. Pasar ini merupakan bukti perhatian pemerintah saat itu untuk memberikan tempat usaha kepada warga Cileunyi, di mana pada saat itu warga tidak memiliki lahan untuk mencari nafkah. Berdasarkan informasi dari informan selaku aktivis P3C yang telah berbincang – bincang dengan salah satu pendiri pasar ini mengungkapkan, bahwa pembangunan pasar ini dibantu langsung oleh Bapak Umar Wirahadikusumah yang merupakan Wakil Presiden Soeharto yang keempat yang merupakan kerabat dari salah satu pendiri Pasar Cileunyi.

Seiring dengan berjalannya waktu, penurunan kondisi Pasar Cileunyi mulai terasa menjelang tahun 2000. Oleh karena itu pemerintah daerah mulai merencanakan revitalisasi, namun rencana tersebut gagal karena terjadi krisis moneter pada tahun 1998 (Ginanjari, 2013). Alasan pemerintah merevitalisasi Pasar Cileunyi tersaji pada Tabel.3.

**Tabel 3. Alasan Pentingnya Revitalisasi Pasar Cileunyi**

No	Alasan Perlu dilakukannya Revitalisasi
1	Pasar Cileunyi telah mengalami kebakaran sebanyak 4 kali.
2	Kondisi pasar yang kumuh dan tidak higienis.
3	Pasar menjadi sumber kemacetan.

**Sumber :** Olahan Data Primer

### **Konsep Revitalisasi Pasar Tradisional Cileunyi**

Pada dasarnya program revitalisasi Pasar Tradisional Cileunyi menjadi Pasar Sehat Cileunyi adalah membuat perubahan terhadap kondisi fisik dan non fisik yang lebih baik dari kondisi Pasar Cileunyi sebelumnya. Perbaikan dilakukan dari sisi infrastruktur dan manajemen seperti halnya pasar modern namun tetap mempertahankan konsep tradisional. Salah satu informan menyatakan bahwa tujuan dari konsep revitalisasi Pasar Tradisional Cileunyi bertujuan untuk mempertahankan eksistensi pasar tradisional dari pertumbuhan ritel modern yang beberapa dekade ini tumbuh dengan pesat. Oleh karena itu konsep tradisional seperti halnya pelayanan oleh pedagang secara langsung dan tawar menawar barang tetap dipertahankan.

### **Tabel 4. Konsep Revitalisasi**

No	Konsep Revitalisasi Pasar Cileunyi
1	Perbaikan kondisi fisik maupun non fisik.
2	Menciptakan pasar yang sehat.
3	Memisahkan dagangan basah dan kering.

**Sumber :** Olahan Data Primer

Konsep utama dari program revitalisasi pasar ini dapat dilihat dari pemberian nama pasar itu sendiri yaitu “Pasar Sehat”. Sehat yang dimaksud adalah pasar dapat menjadi tempat penyaluran barang – barang yang menyehatkan bagi konsumen dari sumber yang sehat, dengan kondisi lingkungan yang bersih dan sehat. Namun informan peneliti pun mengakui selaku pihak manajemen, kondisi pasar saat ini masih jauh dari konsep pasar sehat yang mereka usung, karena beberapa kendala sumber daya yang mereka miliki belum memadai.

Pada perencanaan dagangan basahan akan dipisahkan dari dagangan kering, namun tetap dalam satu tempat. Dagangan basahan merupakan dagangan yang terdiri dari dagangan sayuran, buah, bumbu dan rempah – rempah, daging, ikan dan telur. Sementara itu dagangan kering termasuk di

antaranya dagangan sembako, sandang, alat tulis kantor. Kawasan dagangan kering pun dapat digunakan sebagai kantor, seperti halnya kantor kredit usaha kecil menengah bank – bank swasta. Jumlah kios dan los untuk dagangan basah dan dagangan kering yang disediakan oleh Pasar Sehat Cileunyi berjumlah sekitar 685 bangunan. Kawasan basahan memiliki jumlah los sebanyak 193 dan kios sebanyak 53 bangunan. Sementara itu untuk kawasan kering terdiri dari 439 kios.

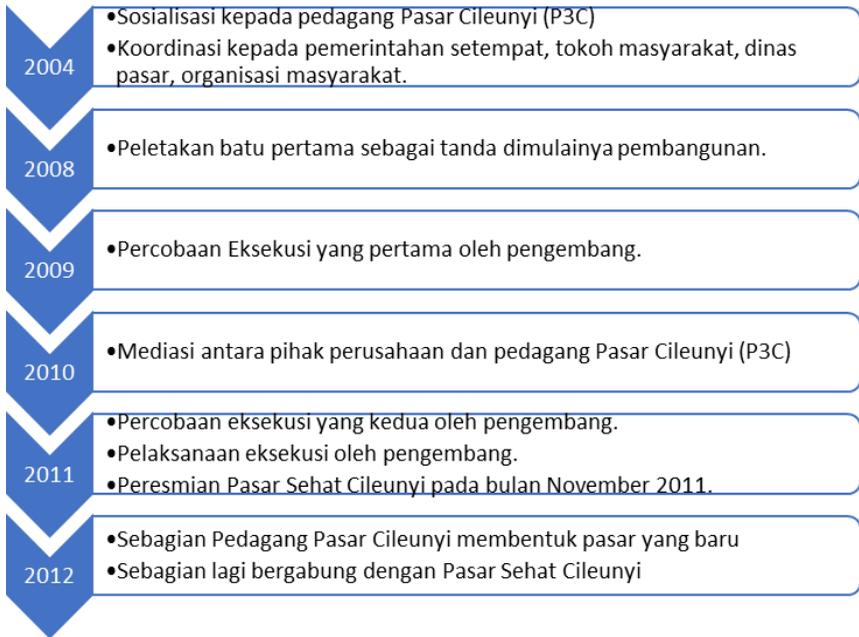
Lokasi dagangan basahan dan kering tidak memiliki batas khusus, namun pengunjung dapat membedakan kawasan basahan dan kering dengan melihat karakteristik lokasinya. Pada dagangan basahan seluruhnya terpusat pada suatu wilayah dengan satu atap besar berbahan *stainless steel*, sehingga setiap los dilindungi oleh satu atap yang sama. Sementara itu kios yang digunakan untuk dagangan basahan biasanya masih satu jajar dengan lokasi los tersebut, artinya tidak ada kios dagangan basahan yang satu jajar dengan kios dagangan kering. Selain itu dagangan basahan terletak di daerah barat dan sebaliknya untuk dagangan kering berada di daerah timur.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa konsep pasar sehat saat ini yang dikelola oleh manajemen saat ini adalah masih dalam tahap menciptakan lingkungan yang sehat bagi konsumen. Hal ini mereka lakukan melalui pembangunan infrastruktur dengan material yang lebih baik (mudah dibersihkan) dari kondisi sebelumnya seperti halnya menggunakan ubin untuk lantai dan los. Selain itu, manajemen memisahkan antara dagangan basahan dan dagangan kering. Namun untuk perhatian sampai pada memberikan jaminan sumber barang yang sehat kepada konsumen, peneliti belum menemukan upaya sampai ke arah tersebut. Pada prakteknya barang yang masuk masih tetap diserahkan langsung penanganannya kepada pedagang dan tidak ada penanganan serta fasilitas khusus dari manajemen untuk melakukan penanganan distribusi barang.

### **Dampak Pelaksanaan Program Revitalisasi**

Pelaksanaan program revitalisasi telah direncanakan sejak lama oleh pihak pemerintah daerah. Melalui tim khusus yang dibentuk oleh perusahaan yang terdiri dari orang – orang yang memiliki berbagai macam latar belakang, mulai dari anggota ormas – ormas yang ada di kawasan Cileunyi sampai yang berlatar belakang sarjana mulai melakukan sosialisasi kepada pedagang Pasar Cileunyi pada tahun 2004. Sosialisasi dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya adalah melakukan koordinasi kepada tokoh masyarakat setempat, dinas pasar, organisasi masyarakat, dan

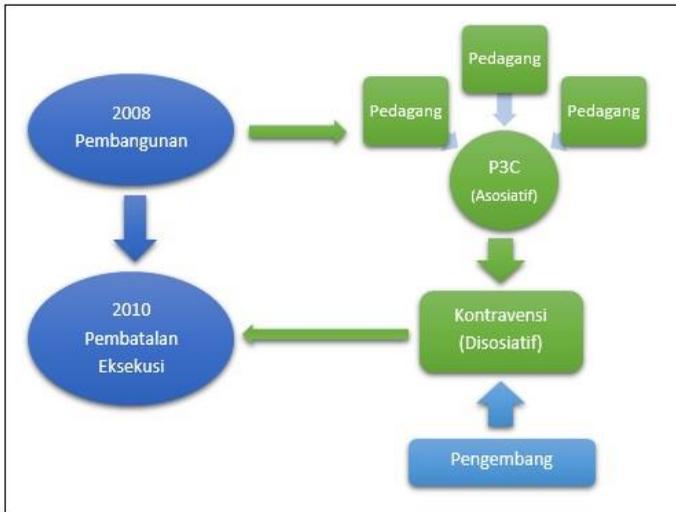
pedagang yang diwakili oleh komunitas pedagang P3C atau Paguyuban Pedagang Pasar Cileunyi. Gambar 3 memperlihatkan alur waktu peristiwa pelaksanaan program revitalisasi.



**Sumber:** Olahan Data Primer

**Gambar 3.** Alur Waktu Peristiwa Penting Pelaksanaan Program Revitalisasi

Secara umum, pelaksanaan program revitalisasi Pasar Cileunyi menjadi Pasar Sehat Cileunyi tidak berjalan dengan mulus. Ada beberapa masalah yang justru datang dari para pedagang itu sendiri. Hal ini menarik minat peneliti untuk menyelidiki tindakan penolakan yang dilakukan oleh pedagang terhadap program revitalisasi, yang pada dasarnya program revitalisasi merupakan program yang diperuntukkan untuk meningkatkan kemajuan dari sisi ekonomi dan manajemen, serta memfasilitasi pedagang pasar dengan infrastruktur yang lebih baik sehingga nyaman dan aman bagi pedagang maupun konsumen. Interaksi Sosial yang terjadi pada pasar tradisional Cileunyi dapat dilihat pada Gambar 4.



Sumber: Olahan Data Primer

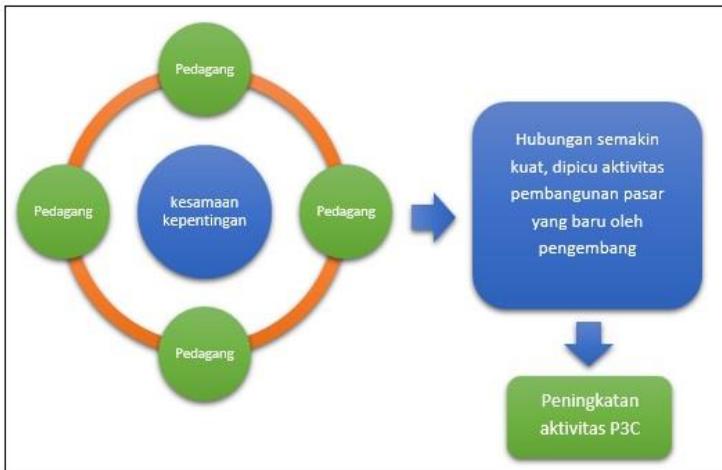
#### Gambar 4. Interaksi Sosial pada Pelaksanaan Program Revitalisasi

Tahun 2008 merupakan waktu peletakan batu pertama, sebagai tanda pembangunan telah dimulai. Pedagang mulai melihat keseriusan pemerintah yang bekerja sama dengan pengembang dalam membangun pasar yang baru. Mereka mulai mendapatkan surat edaran dari pengembang mengenai wacana relokasi pemindahan pasar tradisional. Hal tersebut mulai membangun kesadaran bersama untuk membangun kekuatan bersama – sama pedagang lainnya sebagai bentuk tidak sepakat terhadap pembangunan pasar yang baru tersebut. Kemudian terbangunnya kerja sama atau *cooperation* antar pedagang Pasar Cileunyi mengaktifkan kembali Paguyuban Pedagang Pasar Cileunyi (P3C) untuk melakukan aksi – aksi dan mencari dukungan dari berbagai pihak untuk menentang pembangunan pasar yang baru. Salah satu informan peneliti selaku aktivis P3C menegaskan bahwa “P3C sudah terbentuk sejak lama Pasar Cileunyi didirikan, hanya saja mulai aktif kembali karena pedagang tidak setuju dengan adanya pembangunan dan relokasi”.

Proses asosiatif yang terjadi pada interaksi sosial antara pedagang menjadikan wadah bagi pedagang untuk mempertahankan kepentingan mereka. Wadah tersebut menjadi komunitas yang akan digunakan pedagang untuk menciptakan proses disosiatif terhadap pemerintah dan perusahaan

sebagai pihak pengembang. Proses disosiatif yang terjadi antara P3C dan pengembang masih dalam tahap kontravensi, karena perbuatan – perbuatan kontravensi tersebut masih dalam bentuk penolakan, perlawanan, serta protes kepada pemerintah daerah dan pihak pengembang (Soekanto, 2005).

P3C merupakan bentuk dari proses asosiatif yang berbentuk kerja sama atau *cooperation* yang terjalin antara pedagang. Soekanto (2005) menjelaskan bahwa hal ini bisa terjadi karena adanya kesamaan kepentingan – kepentingan yang mereka miliki. Hal tersebut dapat dilihat dari kesamaan latar belakang mereka sebagai pedagang yang merasa terancam masa depannya dengan dibangunnya Pasar Sehat Cileunyi. Kerja sama akan semakin kuat apabila ada bahaya dari luar yang mengancam atau ada tindakan – tindakan dari luar yang menyinggung kepentingan mereka (Soekanto, 2005). Seperti yang dijelaskan pada Gambar 5, semakin kuatnya kerja sama yang terjalin antara pedagang Pasar Cileunyi, menjadikan kekuatan tersendiri bagi P3C untuk aktif dalam melakukan aksi – aksi protes kepada pemerintah dan pihak pengembang, baik dalam bentuk aksi unjuk rasa dan aksi protes dalam rapat perwakilan antara pihak – pihak tersebut.



**Sumber:** Olahan Data Primer

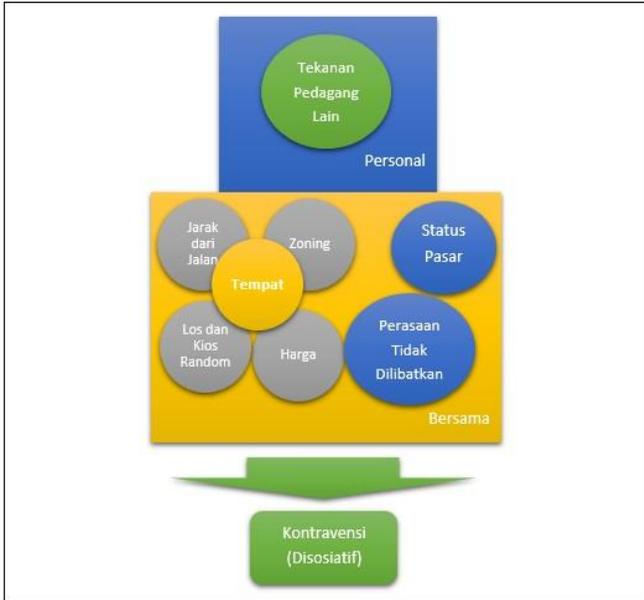
**Gambar 5.** Latar Belakang Peningkatan Aktivitas P3C

Pada dasarnya pedagang sudah merasa nyaman dengan aktivitas berdagang mereka. Alasan ini merupakan alasan umum yang peneliti

temukan selama melakukan observasi dan wawancara di lapangan. Sebagian besar informan dari pihak pedagang tidak setuju dengan rencana relokasi. Mereka mengungkapkan bahwa mereka merasa nyaman berdagang di tempat yang lama, dikarenakan lokasinya yang dekat dengan jalan sehingga mudah mendapatkan pelanggan. Sementara itu pihak swasta yang mendapatkan mandat dari pemerintah mengharuskan relokasi dalam pelaksanaan program revitalisasi tersebut.

Lokasi berdagang sebelumnya memang dilakukan di tanah milik pemerintah yang berada di pinggir jalan, sehingga pedagang akan mudah dijangkau oleh konsumen baik yang memang berniat untuk berbelanja, maupun yang hanya sekedar mampir dan berbelanja secara spontan. Sekarang setelah dibangunnya Pasar Sehat Cileunyi, pedagang harus berjualan di tempat yang telah disediakan dengan jarak lebih dari 30 meter dari jalan raya untuk dapat dijangkau konsumen. Hal ini membuat pedagang hanya bisa mencapai konsumen yang berniat untuk berbelanja di pasar tersebut. Beberapa pedagang yang menjadi informan peneliti mengakui kondisi pasar saat ini tidak seramai dahulu yang ramai hingga siang hari, dan mereka merasa hal tersebut terjadi karena letaknya yang jauh dari jalan raya.

Selain jarak dari jalan, penerapan *zoning* dagangan kering dan basah menjadi salah satu penyebab kontravensi pedagang untuk direlokasi. Seperti yang dijelaskan beberapa informan peneliti, pedagang pada saat itu merasa dirugikan dengan *blueprint* atau perencanaan dari pihak perusahaan yang tidak lebih menguntungkan jika dibandingkan dengan lokasi yang dimilikinya dahulu. Pedagang basah yang dahulunya mendapatkan tempat di depan, kini harus mendapatkan tempat di belakang gerbang utama. Karena zona kering yang disediakan oleh perusahaan berada di bagian depan dekat kawasan parkir dan gerbang utama. Sehingga untuk mencapai zona basah konsumen perlu melewati zona kering terlebih dahulu. Salah satu informan peneliti selaku pedagang kios dagangan kering mengakui bahwa “*Jika dilihat dari perencanaan yang ada, posisi kios sangat strategis karena tempatnya tidak jauh dari tempat parkir*”.



**Sumber:** Olahan Data Primer

**Gambar 6.** Faktor – Faktor Penyebab Kontravensi (Penolakan) Relokasi

Selain dari sisi *zoning*, penempatan lokasi kios dan los untuk pedagang lama lama pun menjadi hal yang mereka tentangkan. Para pedagang menginginkan penempatan kios dan los sesuai dengan lokasi yang mereka inginkan, minimal mereka menginginkan penempatan yang serupa dengan tempat asalnya berjualan, dalam artian yang dahulunya mendapatkan posisi di depan pedagang lain maka mereka ingin mendapatkan posisi yang serupa di Pasar Sehat Cileunyi begitu pun sebaliknya.

Semakin sulitnya pedagang Pasar Cileunyi untuk direlokasi ke lokasi yang baru, ditambah dengan keharusan perusahaan untuk menjalankan roda ekonomi dengan infrastruktur yang telah mereka bangun. Akhirnya pada tahun 2010 pihak perusahaan berusaha melakukan mediasi antara, dengan mediator Deden Rukman Rumaji selaku Wakil Bupati Kabupaten Bandung dan Kapolres Bandung saat itu.



**Sumber:** Olahan Data Primer

**Gambar 7.** Pelaksanaan Mediasi

Pelaksanaan mediasi dihadiri oleh perwakilan pedagang Pasar Cileunyi yang diwakilkan oleh P3C, tokoh masyarakat sekitar, perwakilan perusahaan, dan kedua mediator. Mediasi ini dilakukan untuk menemukan jalan tengah antara pihak perusahaan dan pedagang Pasar Cileunyi untuk menemukan solusi yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak. Akhirnya dari mediasi tersebut dihasilkan dua keputusan bersama, yaitu :

1. Pedagang yang memiliki IPK (Izin Pemakaian Kios) atau IPL (Izin Pemakaian Lapangan/Los) akan mendapatkan harga khusus, IPK dan IPL merupakan sebagai berfungsi sebagai penanda bahwa pedagang tersebut adalah pedagang lama. Harga khusus tersebut yaitu 4 juta per meter untuk los dan 5 juta per meter untuk kios. Harga tersebut merupakan setengah harga dari harga biasa pada saat itu. Batas waktu pendaftaran untuk harga tersebut adalah sampai akhir tahun 2011.
2. Selain itu perusahaan memberikan keringanan lain kepada pedagang lama dengan memberikan gratis biaya perawatan dan cicilan selama enam bulan. Hal ini bertujuan untuk memberikan kesempatan kepada pedagang untuk merasakan dan membenahi kegiatan berdagang mereka. Selain itu memberikan waktu kepada pedagang untuk mengumpulkan dana untuk masa cicilan enam bulan ke depan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan yang dibahas pada bab IV peneliti dapat menarik kesimpulan, bahwa pelaksanaan program revitalisasi pasar tradisional terutama Pasar Cileunyi merupakan program yang telah dicanangkan pemerintah daerah sejak beberapa tahun lalu dan pembangunannya baru dimulai sejak tahun 2008 lalu. Latar belakang dilakukannya program revitalisasi dikarenakan kondisi pasar yang kumuh, infrastruktur pasar yang kurang baik bahkan berbahaya, serta menjadi sumber kemacetan di kawasan Cileunyi. Selain itu ada kesediaan dari pihak luar atau swasta yang bersedia bekerja sama dengan pemerintah. Setelah dilaksanakannya program revitalisasi manajemen dari Pasar Cileunyi yang kini menjadi Pasar Sehat Cileunyi tidak terlalu banyak perubahan, kecuali dari sisi infrastruktur yang saat ini menjadi lebih baik.

Dampak pelaksanaan program revitalisasi membentuk proses asosiatif dalam bentuk hubungan kooperatif yang kuat antara pedagang. Hubungan tersebut mampu meningkatkan aktivitas Paguyuban Pedagang Pasar Cileunyi atau P3C dan menjadikan P3C sebagai wadah untuk menyalurkan aspirasi pedagang Pasar Cileunyi. Aspirasi yang tidak sama dengan pihak penyelenggara menyebabkan proses disosiatif pada interaksi sosial antara pedagang dan pihak penyelenggara program revitalisasi. Sehingga terjadi hubungan dalam bentuk kontravensi antara pedagang dan pihak penyelenggara.

Aksi kontravensi yang pernah dilakukan oleh pedagang kepada pihak penyelenggara menyebabkan biaya yang perlu ditanggung oleh pedagang. Seperti pada kasus ini, beberapa pedagang yang aktif dalam segala bentuk kegiatan aksi kontravensi diharuskan membayar biaya los dan kios sebanyak dua kali lipat dari kesepakatan mediasi, untuk dapat berjualan di Pasar Sehat Cileunyi.

## SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka dapat disarankan bagi pemerintah untuk melibatkan pedagang dalam perencanaan pelaksanaan program revitalisasi selanjutnya. Hal tersebut dapat dilakukan melalui musyawarah serta diskusi dengan beberapa perwakilan pedagang. Hal tersebut penting agar dapat terlaksananya proses asosiatif, baik pedagang, pemerintah, maupun investor. Sehingga pelaksanaan program revitalisasi akan lebih efisien dan dapat menguntungkan semua pihak.

Sedangkan bagi pihak peneliti menyarankan untuk melakukan pengelolaan pasar secara bersama – sama, tidak hanya pengelola namun juga pedagang. Hal ini bisa terjadi apabila pengelola dan pedagang saling menghilangkan perbedaan diri dengan pedagang (asimilasi). Hal ini bertujuan untuk meningkatkan rasa memiliki pedagang terhadap pasar. Hal ini dapat dimulai dengan membentuk acara bulanan pasar bersama – sama.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfianita E, Wijaya AF dan Siswidiyanto. 2015. Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Perspektif Good Governance (Studi di Pasar Tumpang Kabupaten Malang). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol. 3, No. 5, Hal. 758-762
- Aruman, AE. 2017. Model Komunikasi untuk Membangun Kesiapan Perubahan Pedagang Pasar Tradisional di Kota Bogor. [Skripsi]. [Bogor (ID)] Institut Pertanian Bogor.
- BPS Kota Bandung. 2020. *Jumlah Pasar Modern di Kota Bandung, 2019*. [Internet]. [cited 2022 Nov 17] Available from: <https://bandungkota.bps.go.id/statictable/2020/05/13/281/jumlah-pasar-modern-di-kota-bandung-2019.html>
- Devi SLVR. 2012. Revitalisasi Pasar Tradisional Pada Masyarakat Modern, Diskusi Bulanan Jurusan 17/04/2012 Sosiologi - Fisip Universitas Sebelas Maret.
- Kotler, Phillip. Alih bahasa: Benyamin Molan (2005). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Keseblas Jilid 1. PT. Intan Sejati Klaten.
- Rahayuningrum N, Widayanti T. 2008. Kajian Dampak Ekonomi Kerberadaan Hypermarket terhadap Ritel/Pasar Tradisional. *Bulletin Ilmiah Litbang Perdagangan*. 2(1): 3-17.
- Sultan, A. 2019. Revitalisasi Pasar Tradisional Sebagai Upaya Meningkatkan Kualitas Hidup Masyarakat di Kecamatan Pasimarannu Kabupaten Kepulauan Selayar Provinsi Sulawesi Selatan. *Jurnal Ekonomi Balance Fakultas Ekonomi dan Bisnis*. Volume 15 No 1 Tahun 2019. Hal. 132-146
- Suryadarma D, Poesoro A, Budiyati S, Akhmadi, dan Rosfadhila M. 2007. Dampak Supermarket terhadap Pasar dan Pedagang Ritel Tradisional di Daerah Perkotaan di Indonesia. Laporan Penelitian. Jakarta (ID) Lembaga Penelitian SMERU.