Journal of Economics Research and Policy Studies, 4(3), 2024,491-503
Available at: https://journal.nurscienceinstitute.id/index.php/jerps
E-ISSN: 2797-8141

Analisis optimalisasi dan revitalisasi aset pasar tradisional Pandansari di Kota Balikpapan: Analisis kebutuhan dan ekonomis

Bagaskara*, Rosario Guntur Harimawan, Iqbal Rizky Maulana
Program Studi Manajemen dan Penilaian Properti, Universitas Gadjah Mada, Indonesia

*) Korespondensi (e-mail: bagas.kara@ugm.ac.id)

Abstract
Pandansari Market is one of the markets with great potential located in Balikpapan City. However, this market is still not optimal in its management and utilization. This study aims to identify the needs of buyers and traders as a basis for formulating policy recommendations. Economic aspects play an important role as an indicator of optimal utilization. This study uses primary and secondary data. Primary data was obtained through surveys and Focus Group Discussions (FGD). This study uses several analysis methods such as needs analysis, Strength Weakness Opportunity Threat (SWOT) analysis, and Cost Benefit Analysis (CBA) analysis. Based on the results of the study, it is necessary to optimize and revitalize Pandansari Market. Strategies that can be carried out to optimize Pandansari Market are divided into two, namely physical and non-physical strategies. Based on the calculation results, the revitalization alternative that provides the greatest benefit for Pandansari Market is utilization as a food court. This is based on the benefit and cost ratio of 14.64 (taking into account social benefits). In addition to being financially and economically feasible, utilization as a food court can attract a wider consumer demographic. This is important to ensure the sustainability of traditional markets.

Keywords: Asset, Traditional Market, Optimization, Social Benefit, Economic Needs

Abstrak
Pasar Pandansari merupakan salah satu pasar yang mempunyai potensi besar yang berlokasi di Kota Balikpapan. Namun, pasar ini masih belum optimal dalam pengelolaan dan pemanfaatannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan pembeli dan pedagang sebagai dasar dalam merumuskannya rekomendasi kebijakan. Aspek ekonomi berperan penting sebagai indikator pemanfaatan yang optimal. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui survei dan Focus Group Discussion (FGD). Penelitian ini menggunakan beberapa metode analisis seperti analisis kebutuhan, analisis Strength Weakness Opportunity Threat (SWOT), dan analisis Cost Benefit Analysis (CBA). Berdasarkan hasil penelitian, perlu untuk dilakukan optimalisasi dan revitalisasi Pasar Pandansari. Strategi yang dapat dilakukan untuk mengoptimalkan Pasar Pandansari terbagi menjadi dua, yaitu strategi fisik dan non fisik. Berdasarkan hasil perhitungan, alternatif revitalisasi yang memberikan manfaat terbesar bagi Pasar Pandansari adalah pemanfaatan menjadi food court. Hal ini didasarkan pada rasio manfaat dan biaya 14,64 (dengan mempertimbangkan manfaat sosial). Selain layak secara finansial dan ekonomi, pemanfaatan sebagai food court dapat menarik demografi konsumen yang lebih luas. Hal ini penting untuk menjamin keberlanjutan pasar-pasar tradisional.

Kata kunci: Aset, Pasar Tradisional, Optimalisasi, Manfaat Sosial, Kebutuhan Ekonomi

How to cite: Bagaskara, B., Harimawan, R. G., & Maulana, I. R. (2024). Analisis optimalisasi dan revitalisasi aset pasar tradisional Pandansari di Kota Balikpapan: Analisis kebutuhan dan ekonomis. *Journal of Economics Research and Policy Studies*, *4*(3), 491–503. https://doi.org/10.53088/jerps.v4i3.1231

Copyright © 2024 by Authors; this is an open-access article under the CC BY-SA License (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0).

1. Pendahuluan

Aset merupakan komponen yang penting dalam sebuah instansi atau lembaga. Menurut Doss (2017), aset menghasilkan pendapatan, meringankan kendala likuiditas, dan merupakan masukan utama dalam pemberdayaan. Bahkan, aset tetap memiliki nilai yang sangat besar dalam laporan posisi keuangan. Dalam praktiknya, tidak semua instansi atau lembaga dapat memanfaatkan asetnya dengan optimal sehingga belum diperoleh produktivitas maksimum dari aset. Di Indonesia, pelaksanaan dan pengelolaan aset diatur pada Peraturan Pemerintah (PP) 28 Tahun 2020 Tentang Perubahan Atas PP 27 Tahun 2014 Tentang Pengelolaan Barang Milik Negara/Daerah (BMN/BMD);dan Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 12 Tahun 2021 Perubahan Atas Peraturan Presiden Nomor 16 Tahun 2018 Tentang Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah Terkait Daur Hidup Aset (BMN/BMD).

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2020 tentang Pengelolaan BMN/BMD, terdapat 12 tahapan pengelolaan BMN/BMD seperti perencanaan kebutuhan, penganggaran, pengadaan, penggunaan, pemanfaatan, penilaian, pengamanan, pemeliharaan, penatausahaan, pemindahtanganan, pemusnahan, dan penghapusan. Dalam rangkaian panjang pengelolaan ini, semestinya memiliki strategi manajemen dan optimalisasi aset yang tepat. Menurut Sarma (2019), peningkatan kinerja pengelolaan aset daerah memerlukan penanganan faktor internal dan eksternal, dengan kebijakan pemerintah dan pengembangan sumber daya manusia sebagai prioritas strategis. Dalam praktiknya, implementasi dari strategi di lapangan tidaklah mudah. Hal ini dikarenakan dalam implementasi strategi pengelolaan dan optimalisasi aset perlu mempertimbangkan berbagai aspek ekonomi dan sosial. Kondisi ini disebabkan karena aset tetap yang dimiliki oleh pemerintah daerah merupakan aset publik. Sehingga, tidak jarang pemerintah daerah menjumpai berbagai masalah dalam mengelola dan optimalisasi aset yang dimiliki. optimalisasi aset melibatkan memaksimalkan potensi aset dengan mempertimbangkan berbagai faktor seperti atribut fisik, lokasi, nilai, serta aspek hukum dan ekonomi (Banjarnahor, 2023). Dengan memanfaatkan pendekatan yang sistematis, aset publik dapat dioptimalkan sehingga menghasilkan manfaat yang besar bagi masyarakat (Rainaldi, 2023).

Pemerintah Kota Balikpapan memiliki salah satu aset daerah berupa Pasar Pandansari. Pasar Pandansari merupakan salah satu pasar yang terkenal dan cukup ramai dikunjungi pembeli. Pasar ini dikunjungi 1.000-2.000 orang pada hari minggu atau hari libur. Pasar yang terletak di Jalan Pandanwangi, Kelurahan Margasari, Kecamatan Balikpapan Barat ini dikelola oleh UPTD Pasar Wilayah II Dinas Perdagangan Kota Balikpapan. Pasar Pandansari berdiri pada tahun 1970-an dan berada di atas lahan seluas ±15.710 m^2 dengan luas bangunan sebesar ±5.143 m^2. Pada tahun 2004, Pasar Pandansari direnovasi dan mulai beroperasi pada tahun 2008. Dari awal beroperasi, sebagian lantai 1, 2, dan 3 tidak ditempati oleh pedagang untuk berjualan, bahkan secara bertahap pedagang yang berada di lantai 2 memilih untuk turun dan berjualan di halaman pasar. Hal ini diperparah dengan adanya kebakaran di

lantai 2 Blok B pada tahun 2015 yang menyebabkan semakin banyaknya pedagang yang turun ke halaman pasar.

Berdasarkan diskusi yang telah dilakukan, Pasar Pandansari memiliki nilai aset tanah dan bangungan sangat signifikan (mempertimbangkan lokasi yang strategis dan bangunan yang besar). Selain itu, pada tahun 2019, Pemerintah melakukan rehabilitasi bangunan lantai 2 dan 3 blok B yang mengalami kebakaran dengan total anggaran yang cukup signifikan. Memperhatikan besarnya nilai aset dan pemeliharaan yang telah dilakukan di lokasi Pasar Pandansari, untuk dapat memaksimalkan pemanfaatan petak lantai 1, 2, dan 3 di Pasar Pandansari serta peningkatan pelayanan publik dipandang perlu melakukan penelitian mengenai pemanfaatan lantai 1, 2, dan 3 Pasar Pandansari. Hal ini penting untuk memastikan seluruh pedagang dan pembeli merasa nyaman dan puas bertransaksi di Pasar Pandansari.

Revitalisasi pasar tradisional seperti pasar tradisional dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dengan menyediakan wadah bagi produsen lokal untuk menjual barangnya secara kompetitif (Ardhiansyah & Mahendarto, 2020). Merevitalisasi pasar tradisional merupakan salah satu bentuk pemanfaatan dan pendayagunaan aset. Apabila tidak ada upaya dalam revitalisasi risiko permasalahan yang lebih parah dapat muncul seperti kemacetan lalu lintas, pungutan liar, dan masalah distribusi barang karena Pasar Pandansari adalah Pasar induk. Selain itu, revitalisasi pasar tradisional sangat penting untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutannya dalam menghadapi tantangan ritel modern. Pasar tradisional, yang sering kali dicirikan oleh signifikansi budaya dan kontribusi ekonomi lokalnya, telah mengalami penurunan karena munculnya supermarket modern dan perubahan preferensi konsumen. Proses revitalisasi tidak hanya mencakup perbaikan fisik tetapi juga peningkatan strategis dalam manajemen, perilaku pedagang, dan keterlibatan masyarakat.

Salah satu alasan utama untuk merevitalisasi pasar tradisional adalah untuk meningkatkan citra pasar secara keseluruhan dan menarik basis konsumen yang lebih luas, khususnya generasi muda. Penelitian menunjukkan bahwa upaya revitalisasi harus difokuskan pada peningkatan kualitas layanan yang diberikan oleh pedagang, karena hal ini secara signifikan memengaruhi kepuasan konsumen dan daya tarik pasar (Ferdian dkk., 2020). Lebih jauh lagi, menetapkan norma etika dan aturan perdagangan dapat menumbuhkan kepercayaan dan keberlanjutan di antara para pedagang, sehingga memperkuat jaringan bisnis mereka dan memastikan kelangsungan hidup jangka panjang (Leksono dkk., 2019). Dengan menciptakan lingkungan pasar yang lebih menarik, pasar tradisional dapat bersaing secara efektif dengan format ritel modern, yang seringkali menjadi kelemahan pasar tradisional (Merlinda & Widjaja, 2020).

Peran pemerintah daerah sangat penting dalam proses revitalisasi. Strategi efektif yang diterapkan oleh pemerintah daerah dapat memberdayakan pedagang dan meningkatkan pengelolaan pasar, yang berujung pada peningkatan pendapatan dan perbaikan kondisi pasar (Sentanu dkk., 2021). Berbagai penelitian menunjukkan

bahwa inisiatif revitalisasi yang mencakup peningkatan infrastruktur dan keterlibatan masyarakat menghasilkan hasil positif, seperti peningkatan jumlah pengunjung dan penjualan yang lebih tinggi bagi pedagang (Damasyah & Abidin, 2022).Selain itu, integrasi fasilitas modern dalam pasar tradisional dapat menciptakan pengalaman berbelanja hibrida yang menarik bagi beragam preferensi konsumen (Kintani, 2020). Selain itu, revitalisasi dapat menjadi katalis bagi pertumbuhan ekonomi di masyarakat setempat. Dengan meningkatkan fungsi dan daya tarik estetika pasar tradisional, ekonomi lokal dapat memperoleh manfaat dari peningkatan belanja konsumen dan penciptaan lapangan kerja (Sekaringsih dkk., 2023). Proses revitalisasi juga mendorong pelestarian warisan budaya, karena pasar tradisional sering kali mewujudkan adat dan praktik setempat. Makna budaya ini dapat dimanfaatkan untuk menarik wisatawan dan meningkatkan identitas masyarakat (Lee, 2017). Revitalisasi aset sangat penting bagi keberlanjutan pasar tradisional. Ini melibatkan pendekatan multifaset yang mencakup peningkatan perilaku pedagang, peningkatan pengelolaan pasar, dan pembinaan keterlibatan masyarakat. Dampak positif dari upaya revitalisasi tersebut melampaui manfaat ekonomi, berkontribusi pada pelestarian budaya dan kohesi Masyarakat.

Berdasarkan penelitian terdahulu, revitalisasi aset pasar menjadi sangat penting untuk memastikan keberlanjutan pasar tradisional. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan pembeli dan pedagang yang selanjutnya akan diskusi dengan Pemerintah Daerah dan dirumuskan menjadi rekomendasi kebijakan. Lebih lanjut, aspek ekonomi juga menjadi penting sebagai indikator pemanfaatan yang optimal. Dalam proses optimalisasi aset diperlukan analisis ekonomi untuk memastikan revitalisasi menghasilkan manfaatan dan nilai ekonomis tertinggi.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari survei (kebutuhan pedagang dan pembeli). Data tersebut digunakan untuk melakukan analisis kebutuhan. Tujuan utama dari analisis kebutuhan adalah mengidentifikasi kebutuhan, tantangan, dan preferensi khusus pembeli dan penjual di pasar tradisional. Ini termasuk memahami faktor-faktor seperti harga, ketersediaan produk, kualitas layanan, dan pengalaman berbelanja secara keseluruhan bagi pembeli, serta tantangan operasional dan kebutuhan dukungan bagi penjual (Chang & Wu, 2010; Saastamoinen dkk., 2020). Selanjutnya, hasil dari survei analisis kebutuhan didiskusikan melalui *Focus Group Discussion* (FGD) dengan beberapa *stakeholder* terkait. *Stakeholder* terkait untuk mendapatkan *feedback* dan data serta informasi tambahan dan mengkonfirmasi hasil survei analisis kebutuhan. Hal ini penting untuk mengidentifikasi tantangan utama yang dihadapi pasar tradisioal, memahami kebutuhan dan harapan berbagai stakeholders terkait revitalisasi pasar, dan mengeksplorasi strategi potensial untuk meningkatkan daya tarik dan fungsionalitas pasar (Ferdian dkk., 2020; Merlinda & Widjaja, 2020; Sentanu dkk., 2022). Sedangkan, untuk data sekunder didapat dari dokumen Pemerintah Kota Balikpapan yang terpublikasikan.

Penelitian menggunakan beberapa metode analisis dalam penelitian ini seperti salah satunya adalah analisis kebutuhan. Analisis ini digunakan untuk mengetahui kebutuhan pembeli dan pedagang di pasar terkait dengan pelayanan publik di Pasar Pandansari. Analisis kebutuhan adalah proses sistematis yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi kebutuhan individu atau kelompok dalam konteks tertentu, sering kali untuk menginformasikan pengambilan keputusan. Dalam konteks interaksi pembeli-penjual, khususnya dalam pasar, analisis kebutuhan berfungsi untuk mengungkap harapan, tantangan, dan preferensi kedua belah pihak yang terlibat dalam transaksi. Proses ini sangat penting untuk meningkatkan efisiensi dan kepuasan operasi pasar, karena memungkinkan para pemangku kepentingan untuk menyelaraskan penawaran dan strategi mereka dengan tuntutan aktual pelanggan dan mitra mereka (Abbasi & Golpayegani, 2015).

Lebih lanjut, penelitian ini juga menggunakan analisis *Strength Weakness Opportunity Threat* (SWOT) untuk menganalisis kondisi Pasar Pandansari. Analisis SWOT adalah alat perencanaan strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman yang terkait dengan organisasi, proyek, atau usaha bisnis tertentu. Kerangka kerja analitis ini membantu organisasi memahami kemampuan internal dan lingkungan eksternal mereka, memfasilitasi pengambilan keputusan yang tepat dan perencanaan strategis (Benzaghta dkk., 2021). Penelitian ini menggunakan *Cost Benefit Analysis* (CBA) untuk mengetahui kelayakan dari beberapa kebutuhan yang diakomodasi. CBA adalah pendekatan sistematis yang digunakan untuk mengevaluasi efisiensi ekonomi proyek, kebijakan, atau program dengan membandingkan manfaat yang diantisipasi dengan biaya terkait. Alat analisis ini banyak digunakan di berbagai bidang, termasuk kebijakan publik, pengelolaan lingkungan, perawatan kesehatan, dan pembangunan infrastruktur, untuk menginformasikan pengambilan keputusan dan alokasi sumber daya (López dkk., 2021)

3. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil FGD, beberapa permasalahan dalam pemanfaatan Lantai 1, 2, dan 3 Pasar Pandansari dapat diidentifikasi antara lain seperti pemanfaatan Pasar Pandansari saat ini masih belum optimal dan tidak ada keterpaduan antar lantai 1, 2, dan 3, perlunya ada perbaikan aksesibilitas dari lantai 2 ke 3, banyaknya pedagang kaki lima yang berdagang secara liar di luar pagar pasar, pembagian ruang/zonasi masih terhambat karena ketersediaan ruang masih kurang, dan perlunya implementasi zonasi pedagang berdasarkan barang dagangannya.

Pemetaan permasalahan juga dilakukan melalui survei kepada pembeli dan pedagang sebagai responden dilakukan untuk mengidentifikasi permasalahan dalam pemanfaatan Lantai 1, 2, dan 3 Pasar Pandansari. Informasi yang diperoleh dari hasil survey kepada pembeli sebagai berikut aksesibilitas ke lantai 2 dan 3 yang hanya tersedia tangga menjadi dirasa kurang memadai, pembeli sudah dapat memenuhi kebutuhan barang di lantai 1 khususnya di teras, halaman pasar dan pinggir luar pagar, pembeli lebih nyaman membeli dipinggir jalan karena tidak perlu memarkirkan

kendaraan, kurangnya sarana dan prasarana yang ada seperti keselamatan, kebersihan, dan pencahayaan pasar. Sedangkan hasil dari survei kepada pedagang Pasar Pandansari, diperoleh informasi seperti penjual kesulitan untuk menaikkan barang dagangan, adanya kecemburuan sosial dengan pedagang yang ada di depan yang berakibat pada berkurangnya daya saing pedagang di dalam pasar, tidak adanya pengaturan tempat berjualan (zona barang dagangan) bagi penjual/pedagang sehingga tidak ada kepastian traffic pembeli, kurangnya fasilitas keselamatan seperti alarm kebakaran, jalur evakuasi, hidran, dan kurangnya sarana dan prasarana yang dapat menunjang kenyamanan.

Tidak hanya berdasar pada survei yang disebarkan kepada pembeli dan pedagang, penelitian ini juga melakukan analisis SWOT untuk melihat kondisi sebenarnya dari Pasar Pandansari. Berdasarkan analisis, Pasar Pandansari memiliki keunggulan berupa komoditas ikan yang menjadi daya tarik utama pengunjung. Tidak hanya itu, Pasar Pandansari juga tergolong memiliki keamanan yang tinggi. Hal ini tercermin dari pedagang Pasar Pandansari yang meletakkan barang dagangannya di tempat berdagang. Sayangnya keunggulan ini mesti tertutupi dengan beberapa kekurangan yang ada seperti belum optimalnya penggunaan Pasar Pandansari. Pernyataan ini didasarkan pada banyaknya los yang kosong di pasar, banyaknya pedagang yang berdagang di halaman pasar, tidak ada zoning barang dagangan, tidak jelasnya status pedagang, dan ketidaksesuaian gedung dengan karakteristik pembeli dan pedagang Pasar Pandansari. Tidak hanya itu, Pasar Pandansari juga memiliki permasalahan dengan aksesibilitas, sarana prasarana, kebersihan, dan fasilitas keselamatan. Pasar Pandansari juga memiliki tantangan yang besar untuk mampu mengatasi jumlah pedagang yang berada di pinggir jalan. Dengan begitu banyaknya kekurangan dan tantangan yang ada, Pasar Pandansari tetap berpotensi untuk menjadi lebih baik lagi mengingat dapat dilakukannya pengoptimalisasian gedung pasar dan keinginan pengunjung yang berharap bahwa Pasar Pandansari tidak hanya sebatas jadi pasar tradisional.

Pasar Pandansari berpotensi besar untuk menjadi pasar yang terus berkembang. Dari berbagai kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan yang telah diidentifikasi, langkah selanjutnya adalah menentukan Strategi yang dapat mengoptimalkan kondisi yang dialami oleh Pasar Pandansari di Kota Balikpapan. Terdapat empat strategi yang dapat dihasilkan dari identifikasi SWOT yang telah dilakukan yaitu strategi S-O, strategi W-O, strategi S-T, dan strategi W-T. Pertama, strategi S-O dilakukan untuk mengoptimalkan kekuatan dan peluang yang ada. Strategi W-O dilakukan untuk meminimalkan kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada, sedangkan untuk strategi W-T lebih ditekankan pada minimalisasi kelemahan dan ancaman. Perumusan strategi berdasarkan hasil analisis SWOT ditampilkan pada Tabel 1.

.

Tabel 1. Perumusan Strategi berdasarkan Analisis SWOT

	Kekuatan	Kelemahan
Peluang	Strategi S-O 1. Merenovasi bangunan, khususnya lantai 2 dan 3 dengan fokus perbaikan: - Tangga untuk pengunjung dan railingnya - Ventilasi udara yang memadai untuk kelancaran sirkulasi udara - Memperbaiki lantai pasar agar lebih bersih dan aman 2. Membangun toilet yang memadai dari segi jumlah dan kualitas 3. Melakukan kajian kelayakan untuk penambahan fasilitas pelengkap pasar seperti *foodcourt,* pusat oleh-oleh khas Balikpapan dan tempat hiburan (bioskop/ karaoke) Menyusun strategi rebranding Pasar Pandansari sebagai pasar induk	Strategi W-O 1. Melakukan identifikasi dan pemetaan jenis pedagang yang beroperasi di Pasar Pandansari, meliputi: - Jumlah pedagang - Jenis komoditas dagangan - Jam buka tiap pedagang - Profil pedagang (tempat tinggal dan data demografi) 2. Menyusun zonasi pedagang agar seluruh lantai pasar ditempati pedagang. - lantai 1: kelontong, beras, lauk pauk, daging dan kebutuhan pokok lainnya - lantai 2: sembako, gula jawa, bumbu-bumbu, buah-buahan, telor dan bahan makanan kering lainnya - lantai 3: plastik, pecah belah, produk fashion (pakaian, asesoris, sepatu, sandal, dan elektronik)
Tantangan	Strategi S-T 1. Membangun tempat parkir yang dibedakan untuk pedagang dan pengunjung agar masing-masing merasa nyaman ke pasar 2. Mengelola sampah pasar agar pasar dapat selalu bersih dan menarik 3. Melakukan penertiban pedagang liar secara persuasif	Strategi W-T 1. Menyusun instrumen penertiban dan pengendalian kegiatan pedagang 2. Menyusun strategi untuk menegakkan aturan yang terkait ketertiban dan keamanan pasar 3. Merevitalisasi peran UPT Pasar sebagai pengelola pasar agar dapat berperan lebih fokus dalam mengembangkan pasar 4. Meningkatkan kerjasama antar OPD untuk melengkapi infrastruktur pendukung (jalan, listrik, dan ketersediaan air bersih)

Selain analisis SWOT, penelitian juga melakukan analisis kebutuhan. Analisis kebutuhan dilakukan dengan membandingkan kondisi saat ini (existing condition) dan kondisi ideal. kondisi ideal mengacu kepada sebuah kondisi yang dikehendaki pembeli dan penjual serta mempertimbangkan kondisi ideal dari pasar terkait. Gap atau jarak

antara kondisi saat ini dan kondisi ideal merupakan permasalahan yang harus ditangani. Pada saat ini, Pasar Pandansari mengalami *spillover* penjual khususnya di bagian teras depan dan bagian teras samping utara bangunan pasar. Selain itu spillover juga terjadi di sepanjang jalan pandan wangi. Posisi penjual dan pembeli yang tidak beraturan juga menyebabkan kondisi pasar menjadi kotor dan becek. adanya spillover yang terjadi di teras dan di pinggir jalan membuat pusat aktivitas pasar tidak lagi di dalam bangunan.

Kondisi bangunan Pasar Pandansari juga dapat dikatakan kurang baik apalagi mengingat tragedi kebakaran yang pernah terjadi. Pada lantai 1 masih terdapat beberapa penjual yang masih bertahan. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, pusat aktivitas pasar tidak lagi berada di dalam bangunan sehingga jumlah pembeli yang ada di lantai 1 sangat sedikit bahkan tidak ada. Dari sisi Infrastruktur, di lantai 1 kebanyakan penjualan menggunakan pembatas kios yang tinggi sehingga menyebabkan kondisi pencahayaan yang kurang pada lantai 1.

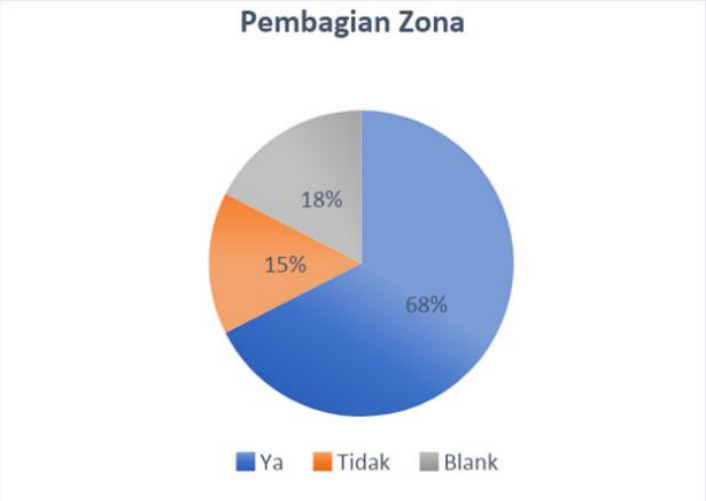
Pada lantai 2 hanya terdapat satu penjual yang bertahan. Pada lantai 3 sama sekali tidak ada penjual. selain itu, untuk mendukung operasional gedung pasar, sebenarnya terdapat lift barang tetapi sejak terjadi kebakaran, lift tersebut tidak lagi difungsikan dan untuk keamanan ruang lift tersebut ditutup dinding. Lift ini memiliki peran yang sangat vital karena akses alternatif selain tangga adalah lift ini.

Gambar 1. Pernyataan Pedagang mengenai Kelayakan Fasilitas Umum Pasar Pandansari
Sumber: Data Primer dari Hasil Survey (diolah)

Fasilitas dan infrastruktur menjadi aspek pendukung yang penting pada pasar. Kondisi saat ini menunjukkan bahwa mayoritas pedagang tidak layak karena kurangnya aksesibilitas, kurangnya tempat parkir, toilet sedikit, tangga merepotkan, bentuk bangunan tidak cocok dengan karakter pembeli, kenyamanan masih kurang, jalan berantakan, becek ketika hujan, pasar tidak terawat. maka dari itu para pedagang juga mengharapkan parkiran yang memadai, listrik, adanya perawatan yang baik, akses yang mudah, kecukupan toilet di lantai 2 dan adanya parkir di lantai atas. Terkait kebersihan, kenyamanan, dan keamanan, para pedagang menginginkan becek ditangani, adanya ketegasan pengelola sehingga semua pedagang bisa masuk,

adanya kontrol berkala, adanya penertiban dan penataan PKL, keamanan perlu ditingkatkan, dan kebersihan ditingkatkan.

Tidak hanya peningkatan fasilitas dan infrastruktur, hal lain yang dapat meningkatkan daya beli pengunjung adalah adanya zonasi pedagang. Pengelompokan pedagang berdasarkan dagangannya dapat mempermudah pengunjung dalam berbelanja.



Gambar 2. Keinginan Pembeli untuk Zonasi Pedagang
Sumber: Data Primer dari Hasil Survey (diolah)

Dari data di atas, mayoritas pembeli juga merasa bahwa zonasi perlu dilakukan. Sebesar 68% pembeli mengatakan perlu adanya zonasi. Sedangkan, 15% berpendapat bahwa tidak perlu adanya zonasi pedagang karena merasa semua kebutuhannya dapat terpenuhi dengan mudah di halaman dan pinggir jalan Pasar Pandansari. 18% pengunjung memilih untuk tidak memberikan komentar mengenai perlu tidaknya adanya zonasi pedagang.

Setelah dilakukan FGD dengan stakeholder terkait, survei kepada pengunjung pasar dan pedagang, serta peninjauan Lokasi dan sekitar pasar, beberapa alternatif pengembangan dianalisis secara ekonomis dengan menggunakan hasil perhitungan Nilai Ekonomi dan BCR. Alternatif pertama adalah skema merevitalisasi pasar dan mengembangkannya sebagai pasar sepenuhnya. Secara indikator kelayakan, alternatif ini tidak memberikan kinerja keuangan yang baik. Hal ini dikarenakan dengan skema ini, pemerintah memerlukan modal investasi 40 Milyar rupiah untuk merevitalisasi Pasar Pandansari. Dengan modal investasi sebesar itu, pemerintah hanya memperoleh pemasukan retribusi sebesar 14,5 Milyar. Namun, jika mempertimbangkan nilai ekonomis (manfaat yang dirasakan pedagang dan pengunjung) yang terbentuk dari adanya revitalisasi, maka Pasar Pandansari memiliki nilai ekonomi sebesar 473 Milyar rupiah. Dengan besaran cost benefit ratio sebesar 12,84.

Alternatif kedua adalah sebagian pasar diperuntukan untuk pujasera. Alternatif ini memiliki kinerja keuangan yang lebih positif. Berdasarkan hasil perhitungan CBA, dengan mengeluarkan modal investasi sebesar 43 Milyar Rupiah, Pasar Pandansari

memeroleh pendapatan sebesar 48,5 Milyar rupiah. Jika mempertimbangkan nilai ekonomis, Pasar Pandansari memeroleh nilai ekonomi sebesar 587 Milyar rupiah. Hal ini diperoleh dengan cost benefit ratio sebesar 14,64. Untuk alternatif yang terakhir, menjadikan sebagian pasar menjadi tempat hiburan memerlukan modal investasi sebesar 43 Milyar rupiah. Dengan modal itu, diproyeksikan pemerintah akan memeroleh 21,8 Milyar rupiah. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat defisit sebesar 21,2 Milyar Rupiah. Namun, jika mempertimbangkan nilai ekonomis dengan adanya pengembangan tersebut, Pasar Pandansari diproyeksikan memiliki nilai ekonomi sebesar 489 Milyar rupiah. Hal ini diperoleh dengan cost benefit ratio sebesar 12,35.

Berdasarkan analisis yang dilakukan, alternatif revitalisasi yang memberikan manfaatan tertinggi adalah merevitalisasi Sebagian pasar untuk dijadikan sebagai pujasera. Analisis kelayakan pada aset publik seperti revitalisasipasar seringkali menunjukkan tren yang kurang menarik di mana aset-aset terlihat beroperasi dengan kerugian (hanya alternatif sebagai pujasera yang memiliki CBR positif tanpa memperhitungkan nilai ekonomis). Oleh karena itu, perlu adanya penekanan pada memonetisasi manfaat sosial dan analisis margin kontribusi untuk menilai kelayakan finansial dari proyek sosial seperti inisiatif perumahan sosial atau proyek sosial lainnya (revitalisasi pasar) (Guarini & Battisti, 2017). Memonetisasi manfaat sosial yang ditimbulkan karena revitalisasi pasar tradisional menjadi sangat penting karena memastikan bahwa modal yang dikeluarkan untuk renovasi mendapat pengembalian yang lebih optimal karena adanya translasi dampak sosial menjadi istilah ekonomi yang dapat diukur. Proses ini penting untuk menginformasikan keputusan kebijakan dan meningkatkan efektivitas program sosial.

Sebuah penelitian yang dilakukan di Shanghai memperkirakan manfaat sosial dari sistem angkutan umum perkotaannya mencapai antara 70,774 hingga 99,461 miliar RMB per tahun, yang menunjukkan nilai ekonomi signifikan yang dapat diperoleh dari peningkatan transportasi umum (Chen, 2013). Metode ini menangkap manfaat langsung dan tidak langsung, sehingga memberikan gambaran menyeluruh tentang nilai sosial yang dihasilkan oleh sistem tersebut. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa program revitalisasi yang efektif dapat meningkatkan pendapatan pedagang dan memperbaiki pengelolaan pasar, sehingga meningkatkan lanskap ekonomi daerah secara keseluruhan (Pratiwi & Kartika, 2019). Penting untuk mempertimbangkan manfaat sosial yang ditransalasikan menjadi nilai ekonomis dalam studi kelayakan untuk proyek publik untuk memastikan bahwa proyek dikatakan layak. Pengabaian manfaat sosial dalam bentuk nilai ekonomis akan membuat proyek sosial seakan-akan tidak layak dan sepadan untuk dilakukan. Pemerintah memiliki peran yang sangat strategis dalam memfasilitasi revitalisai pasar. Pemerintah tidak hanya memastikan perbaikan fisik tetapi juga memastikan bahwa revitalisasi selaras dengan tujuan ekonomi dan sosial yang lebih luas.

Inisiatif revitalisasi pasar tidak hanya difokuskan pada pengembangan atau renovasi fisik, tetapi juga bertujuan untuk mendorong perubahan perilaku di antara pedagang dan meningkatkan pemberian layanan kepada konsumen, yang sangat penting untuk menarik demografi yang lebih luas (muda) ke pasar tradisional (Ferdian

dkk., 2020; Merlinda & Widjaja, 2020). Hal ini sejalan dengan hasil penelitian ini di mana pujasera dapat menjadi alternatif yang dapat menarik konsumen yang lebih luas. Lebih jauh lagi, upaya revitalisasi dapat memiliki efek berantai, yang mengarah pada peningkatan jumlah pengunjung konsumen, yang pada gilirannya meningkatkan bisnis lokal dan berkontribusi pada vitalitas ekonomi daerah secara keseluruhan (Prastyawan & Isbandono, 2018).

4. Kesimpulan

Pasar Pandansari merupakan pasar yang memiliki kekuatan dan peluang untuk dapat bersaing dengan pasar yang lain. Hal ini terlihat dari megahnya bangunan pasar dan komoditas ikan yang menjadi daya tarik utama pengunjung menunjukkan bahwa Pasar Pandansari memiliki potensi yang lebih besar. Tingginya angka kekosongan pada los di pasar dan banyaknya pedagang di halaman dan pinggir jalan memperlihatkan belum optimalnya fungsi dari Pasar Pandansari. Berdasarkan hasil penelitian, perlu adanya optimalisasi dan revitalisasi Pasar Pandansari. Adapun strategi yang dapat dilakukan untuk melakukan optimalisasi Pasar Pandansari dibagi menjadi dua yaitu strtategi fisik dan non fisik. Strategi fisik berupa merenovasi pasar dengan fokus pada perbaikan aksesibilitas, ventilasi udara, dan lantai pasar. Selain itu, kebersihan dan tempat parkir juga menjadi konsentrasi. Penyediaan parkir yang memadai ,pembangunan toilet dan pengelolaan sampah yang baik dapat meningkatkan kenyamanan pengunjung. Adapun strategi non fisik seperti melakukan pendataan dan menzonasi pedagang, melakukan kajian kelayakan untuk penambahan fasilitas, menyusun instrumen pengendaliann pedagang pasar, merevitalisasi peran Unit Pelaksana Teknis (UPT) agar pengelolaan pasar bisa lebih optimal, meningkatkan kerjasama antar OPD, dan menertibkan pedagang liar dengan upaya persuasif. Dalam kelayakan finansial perlu adanya pertimbangaan manfaat sosial yang dimonetisasi ke dalam bentuk nilai ekonomis sehingga BCR mengindikasikan kelayakan proyek. Berdasarkan hasil perhitungan, alternatif revitalisasi yang memberi manfaat terbesar pada Pasar Pandansari adalah menjadikan sebagian luasannya menjadi pujasera. Hal ini didasarkan pada perolehan *cost benefit ratio* sebesar 14,64 (dengan mempertimbangkan manfaat sosial). Selain layak secara finansial dan ekonomi, pemanfaatan sebagai pujasera yang dapat menarik demografi konsumen yang lebih luas. Hal ini penting untuk memastikan keberlanjutan dari pasar tradisional.

Referensi

Abbasi, H. & Golpayegani, S. (2015). *A payment recommender model to increase mutual trust between sellers and buyers in e-marketplaces*. Urmia, Iran: IEEE https://doi.org/10.1109/ikt.2015.7288667

Ardhiansyah, N. N., & Mahendarto, T. (2020). Revitalizing and Reimagining the Indonesian Traditional Market (Case Study: Salaman Traditional Market Indonesia). *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, *436*(1). https://doi.org/10.1088/1755-1315/436/1/012010

Banjarnahor, T. J., & Bukit, R. (2023). The Effect of Asset Management on Company Performance at PT Perkebunan Nusantara IV. *IOP Conference Series: Earth and*

Environmental Science, *1188*(1). https://doi.org/10.1088/1755-1315/1188/1/012028

Benzaghta, M., Elwalda, A., Mousa, M., Erkan, İ., & Rahman, M. (2021). Swot analysis applications: an integrative literature review. *Journal of Global Business Insights*, 6(1), 55-73. https://doi.org/10.5038/2640-6489.6.1.1148

Chang, Y. and Wu, K. (2010). Using a tows matrix in the achievability-effectiveness analysis for scooter commuters interchange to public transportation in kaohsiung. *Transportation Journal*, 49(3), 39-47. https://doi.org/10.2307/40904903

Chen, J. (2013). Study on the Application of CVM in the Social Benefits Valuation of Urban Mass Transit. *Advanced Materials Research*, *734–737*, 1625–1628. https://doi.org/10.4028/www.scientific.net /amr.734-737.1625

Damasyah, A. R., & Abidin, A. Z. (2022). An Impact Review of Traditional Market Revitalization for Producers and Consumers: A Case Study of Surakarta Legi Market. *Proceedings of International Conference on Economics Business and Government Challenges*, *1*(1), 79–86. https://doi.org/10.33005/IC-EBGC.V1I1.13

Doss, C., Kieran, C., & Kilic, T. (2017). Measuring Ownership, Control, and Use of Assets. *Measuring Ownership, Control, and Use of Assets*. Washington DC: World Bank. https://doi.org/10.1596/1813-9450-8146

Ferdian, Y., Suwitri, S., Warsono, H., & Purnaweni, H. (2020). Traditional Market Problems in Semarang City. *Proceedings of the 4th International Conference on Indonesian Social and Political Enquiries, ICISPE 2019*. Semarang: EAI. https://doi.org/10.4108/EAI.21-10-2019.2294461

Guarini, M. R., & Battisti, F. (2017). A model to assess the feasibility of public-private partnership for social housing. *Buildings*, *7*(2), 44. https://doi.org/10.3390/BUILDINGS7020044

Lee, S. (2017). A study on traditional market decline and revitalization in Korea-improving the Iksan Jungang traditional market. *Journal of Asian Architecture and Building Engineering*, *16*(3), 455–462. https://doi.org/10.3130/jaabe.16.455

Leksono, S., Rizalnurfirdaus, & Sungkawati, E. (2019). *Revitalization on the Suprastructure of Traditional Market Institutions*. 87–90. https://doi.org/10.2991/ICCD-19.2019.24

López, F., Cacheda, J., & Marchán, S. (2021). *Criteria for optimizing a road network*. Spanyol: Universidad de Burgos.https://doi.org/10.36443/10259/6979

Merlinda, S., Umi, S., & Widjaja, M. (2020). Revitalization Strategy of Traditional Markets: A Case Study in Malang. *Proceedings of the 4th Padang International Conference on Education, Economics, Business and Accounting (PICEEBA-2 2019)*. Paris: Atlantis Press. 414–421. https://doi.org/10.2991/AEBMR.K.200305.098

Peraturan Pemerintah (PP) 28 tahun 2020 tentang Perubahan Atas PP 27 tahun 2014 tentang Pengelolaan Barang Milik Negara/Daerah (BMN/BMD).

Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 12 Tahun 2021 Perubahan atas Peraturan Presiden Nomor 16 Tahun 2018 tentang Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah Terkait Daur Hidup Aset (BMN/BMD).

Prastyawan, A., Suryono, A., Soeaidy, M.S., & Muluk, K. (2015). Revitalization of traditional markets into a modern market in the perspective of local governance theory (Studies on revitalization Wonokromo Market in Surabaya). *Iosr Journal of Humanities and Social Science*, 20(9), 01–06.

Prastyawan, A., & Isbandono, P. (2018). The role of local governments in traditional market revitalization. *Journal of Physics: Conference Series*, *953*(1). https://doi.org/10.1088/1742-6596/953/1/012164

Pratiwi, K. C., & Kartika, I. N. (2019). Analisis Efektivitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional Dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Pedagang Dan Pengelolaan Pasar Pohgading. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 805. https://doi.org/10.24843/EEB.2019.V08.I07.P06

Rainaldi, M. (2023). Digital Optimization of Public Assets for Enhanced Resilience to Socioeconomic and Environmental Disruptions. *International Journal of Environmental Impacts*, *6*(3), 129–134. https://doi.org/10.18280/IJEI.060305

Saastamoinen, J., Reijonen, H., & Tammi, T. (2020). Smes' market orientation toward public sector customers in public procurement. *International Journal of Public Sector Management*, 34(1), 1-16. https://doi.org/10.1108/ijpsm-05-2020-0131

Sekaringsih, R. B., Wijayanti, D. M., Muhfiatun, & Awaliyah, D. F. (2023). Improving Community Economy by Revitalization of Traditional Market. *Abdi Dosen: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, *7*(1), 32–42. https://doi.org/10.32832/ABDIDOS.V7I1.1546

Sentanu, I. G. E. P. S., Wijayanto, A. N. M., Firmansyah, F., Mahadiansar, & Zeho, F. H. (2021). Local Government Strategy in Fostering Traditional Market Competitiveness through Revitalization (A Study at Pemalang Traditional Market). *Proceedings of the 1st Tidar International Conference on Advancing Local Wisdom Towards Global Megatrends*. Semarang: EAI. https://doi.org/10.4108/EAI.21-10-2020.2311906