BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Manajemen

1. Pengertian Manajemen

Definisi Manajemen menurut Hasibuan (2012:41) adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara lebih efektif dan efisien untuk dapat mencapai suatu tujuan tertentu. Selain pengertian tersebut manajemen juga adalah seni untuk mencapai tujuan melalui kegiatan orang lain. Menurut Solihin (2012:12) manajemen adalah suatu rangkaian proses yang meliputi kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan, evaluasi dan pengendalian dalam rangka memberdayakan seluruh sumber daya organisasi, baik itu adalah sumber daya dari manusia, sumber daya anggaran, sumber daya material ataupun yang berasal dari teknologi.

Menurut pendapat Gulick seperti yang dikutip oleh Handoko (2000:11) mendefinisikan manajemen sebagai suatu bidang ilmu pengetahuan yang berusaha secara sistematis untuk memahami mengapa dan bagaimana manusia bekerja bersama-sama untuk mencapai tujuan dan membuat system ini lebih bermanfaat bagi manusia.

2. Fungsi Manajemen

Fungsi Manajemen menurut Hasibuan (2013:38) membagi fungsi Manajemen menjadi empat bagian, yaitu: perencanaan (*Planning*), Pengorganisasian (*organizing*), Penggerakan (*Actuating*) dan Pengawasan (*Controlling*).

1) Perencanaan (*Planning*)

   Adalah menetapkan pekerjaan yang harus dilaksanakan oleh kelompok untuk mencapai tujuan yang ditentukan (Terry:2006)

2) Pengorganisasian (*Organizing*)

   Organizing adalah kalimat yang berasal dari kata organon dalam bahasa Yunani adalah alat. Pengertian pengorganisasian adalah mempersatukan sumber-sumber daya pokok dengan cara yang teratur, yaitu agar dapat mencapai tujuan.

3) Penggerakan (*Actuating*)

   Adalah suatu usaha untuk menggerakan anggota kelompoknya dengan baik agar dapat mencapai tujuan yang ingin dicapai.

4) Pengawasan (*Controlling*)

   Merupakan suatu kegiatan untuk menyesuaikan antara perencanaan sudah berjalan sesuai dengan kegiatan yang dilaksanakan di lapangan.

B. Tata Kelola

Tata kelola atau pengelolaan adalah sebuah kata yang besar yang mencakup pengelolaan uang, waktu, orang, sumber daya, dan terutama pengelolaan informasi Anderson (2004:78)

Menurut Hasibuan (2008:88) pengelolaan merupakan tugas tugas seorang manajer. Pengelolaan adalah suatu urutan pekerjaan (clerical) biasanya melibatkan beberapa orang dalam satu bagian atau lebih, disusun untuk menjamin adanya perlakuan yang seragam terhadap transaksi-transaksi yang terjadi dalam satu organisasi Alex S. Ntisemitro (2008:7)

Pengelolaan pada dasarmya adalah pengendalian dan pemanfaatan semua sumber daya yang menurut suatu perencanaan diperlakukan untuk penyesuaian suatu tujuan kerja tertentu. Secara umum pengelolaan diartikan sebagai manajemen . Karena funsi manajemen adalah sebagai pengelola, yakni mengatur dan menggerakkan sekolompok orang dengan segenap fasilitas untuk mencapai tujuan tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya. Tujuan yang dimaksud dapat beragam sesuai dengan gerak kerjasama yang bersangkutan, dapat beruoa kegiatan ekonomi, sosial ,budaya, politik dan sebagainya.

Namun dalam ilmu Administrasi dapat ditarik kesimpulan bahwa manajemen lebih besar ruang lingkupmya daripada pengelolaan. Dalam manajemen terdapat unsur menggerakkan segenap sumber daya organisasi sedemikian rupa secara harmonis untuk mmencapai tujuan

organisasi karena itu manajemen mengisyaratkan adanya unsur kepemimpinan, hal-hal yang berkaitan dengan administrasi, pengambilan keputusan dengan konseptual yang dilatarbelakangi oleh perencanaan, membangun kerjasama dalam struktur organisasi, pengarahan terhadap setiap anggota administrasi dan terdapat tndakan-tindakan korektif untuk menjalankan fungsi pengawasan, sedangkan pengelolaan adalah salah satu fungsi dari manajemen atau manajer.

C. Konsep Pasar

1. Definisi Pasar

Menurut pendapat Sukirno (2003,h.25) pasar adalah merupakan suatu institusi yang pada umumnya tidak berwujud dalam bentuk fisik yang mempertemukan penjual dan pembeli suatu barang. Berdasarkan bentuknya pasar dibagi menjadi dua yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Sudarman (1992:h,16) berpendapat bahwa pasar memiliki lima fungsi utama. Diantaranya adalah sebagai set value, mengorganisasi produksi,mendistribusikan barang,penyelenggara perjatahan serta dapat mempertahankan dan mempersiapkan keperluan masa yang akan datang. Selain itu Sukirno (2003.h:227-326) terdapat struktur atau bentu-bentuk pasar yang dapat dibedakan atas pasar persaingan sempurna (perfect competition), pasar monopoli, pasar persaingan monopolistic, pasar oligoplopi dan pasar duapoli.

Menurut kajian ilmu ekonomi, pasar merupakan suatu tempat atau proses interksi antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual)dari

suatu barang atau jasa tertentu dimana didalammnya melakukan interaksi dengan tawar menawar. Pasar Tradisional merupakan pasar rakyat di mana kegiatan penjual dan pembelinya dilakukan secara langsung dalam bentuk eceran dalam waktu sementara atau tetap dengan tingkat pelayanan terbatas. Dalam buku Indonesia Culture (2009) karya Rahmad Widiyanto, pasar tradisional merupakan pasar yang berkembangan di masyarakat dengan pedagang asli pribumi. Pasar Tradisional biasanya muncul dari kebutuhan masyarakat umum yang membutuhkan tempat untuk menjual barang yang di hasilkan, Sedangkan konsumen yang membutuhkan barang tertentu untuk kebutuhan sehari-hari dan biasa mendapatkannya di tempat itu. Sederhananya, pasar adalah tempat pertemuan pedagang dan pembeli yakni berdagang bagi penjual dan membeli bagi pembeli atau konsumen. Di pasar pembeli maupun penjual kemudian melakukan transaksi.

2. Jenis-Jenis Pasar

Sardono Sukirno menjelaskan bahwa pasar sebagai tempat para pembeli dan penjual dalam melakukan interaksi dibedakan dalam dua jenis, yaaitu:

a) Pasar barang adalah tempat dimana para pembeli dan para penjual barang dan jasa melakukan interaksi untuk menentukan jumlah harga barang atau jasa yang diperjual belikan.
b) Pasar Faktor adalah tempat dimana pengusaha (Pembeli faktor-faktor produksi) mengadakan interaksi dengan pemilik

faktor produksi untuk menentukan harga dan jumlah faktor produksi yang digunakan dalam menghasilkan barang-barang dan jasa yang diminta masyarakat.

Menurut Para ahli ekonomi,pasar dibedakan menjadi 2 jenis, yaitu :

1. Pasar Output (Pasar Barang atau Pasar Produksi) merupakan tempat penjualan output barang dan jasa.
2. Pasar Input (Pasar Faktor produksi) yang merupakan tempat penjualan jasa faktor produksi.

Sedangkan menurut tata kelola pasar dibedakan menjadi dua, yaitu:

1. Pasar Rakyat

Pasar Rakyat adalah arena pertukaran potensial dalam bentuk fisik antara penjual dan pembeli yang memungkinkan terlaksananya pertukaran karena adanya minat dan citra yang baik serta daya beli yang memadai Assauri:1993 dalam Lupitosari:2011. Berdasarkan teori ekonomi, pasar tradisional (yang selanjutnya disebut pasar rakyat) merupakan wadah atau prasarana bagi pihak pembeli (konsumen) dan penjual (produsen dan atau pedagang) untuk melakukan kegiatan transaksi. Dalam kegiatan transak siini, kedua belah pihak melakukan transaksi tawar menawar untuk mencapai kesepakatan mengenai harga sejumlah barang dengan kuantitas tertentu sebagai objek transaksi. Dengan terjadinya taransaksi Kajian Manajemen Pengelolaan Pasar Rakyat | Puska Dagri - BPPP 15 ini, maka pihak pembeli memperoleh manfaat dalam bentuk barang yang diinginkan untuk memenuhi kebutuhannya. Sedangkan pihak penjual mendapatkan keuntungan yang

dapat dilanjutkan untuk membiayai kebutuhan hidup maupun untuk proses produksi dan investasi lebih lanjut pada usaha yang dilakukannya. Pasar rakyat diIndonesia memiliki karakteristik yang berbeda dengan pasar-pasar lainnya di luar negeri. Pasar rakyat di Indonesia memiliki fungsi strategis yang tidak hanya terbatas dari aspek ekonomi tetapi juga aspek sosial dan budaya, bahkan didaerah perbatasan, pasar dapat dijadikan salah satu strategi untuk memperkuat pertahanan dan keamanan diperbatasan. Pasar rakyat sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari masyarakat Indonesia sejak dahulu. Setidaknya ada tujuh fungsi strategis dari pasar rakyat,yaitu (SOP Pasar Rakyat, PDN, Kemendag RI, 2016)

Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2021 defenisi pasar rakyat adalah tempat usaha yang ditata, dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, swasta, Badan Usaha milik Negara dan/atau Badan Usaha Milik Daerah, dapat berupa toko, kios,los tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil dan menengah, swadaya masyarakat, atau koperasi serta UMK-M dengan proses jual beli Barang melalui tawar menawar. Pada pasar rakyat pengunjung tidak selalu menjadi pembeli, tetapi dapat juga menjadi penjual. Bahkan setiap orang dapat menjual dagangannya dipasar rakyat.

2. Pasar Modern

Pasar Modern adalah pasar yang bersifat modern dimana barang yang diperjualbelikan dengan harga yang pas dan layanan mandiri

(swalayan). Tempat dilaksanakannya pasar ini biasa disebut mall, hypermarket, plasa. Pada dasarnya pasar modern tidak berbeda dengan pasar rakyat, namun pasar jenis ini antara penjual dan pembeli tidak berinteraksi secara langsung, pembeli hanya melihat label harga yang tercantum dalam daftar harga. Kemudian kegiatan menjual dan membeli di layani oleh pramuniaga.

Ciri-ciri pasar Modern adalah :

1. Tidak terikat pada tempat tertentu
2. Alat pembayarannya bisa dengan non tunai
3. Penjual dan pembeli tidak harus bertemu secara langsung
4. Dalam situasi tertentu harga harga tidak bisa ditawar
5. Harga yang sudah tertera diberikan barcode
6. Barang yang dijual umumnya beraneka ragam dan tahan lama
7. Berada dalam bangunan dan pelayanan melakukan sendiri kegiatan jual neli.
8. Ruangan ber AC dan nyaman tidak terkena sinar matahari
9. Tempatnya bersih
10. Tata tepat sangat diperhatikan untuk mempermudah pencairan barang
11. Pembayaran dilakukan dengan membawa barang ke kasir dan tidak diperbolehkan melakukan penawaran.

3. Pengelolaan Pasar Rakyat

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 29 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan, Pasar Rakyat adalah tempat usaha yang ditata, dibangun, dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, swasta, badan usaha milik negara, dan atau badan usaha milik daerah, dapat berupa toko/kios, los, dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil dan menengah, swadaya masyarakat, atau koperasi serta UMK-M dengan proses jual beli Barang melalui tawar-menawar. yakni ;

1. Pembangun Pasar Rakyat yang dikelola oleh Pemerintah Daerah, swasta, badan usaha milik negara, badan usaha milik daerah, badan usaha milik desa, dan/atau koperasi.
2. Toko/kios, los, hamparan/dasaran/jongko, dan/atau tenda yang berada dalam Pasar Rakyat dimiliki/dimanfaatkan oleh pedagang kecil dan menengah, dan/atau koperasi serta UMK-M sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
3. Pemerintah Pusat bekerjasama dengan Pemerintah Daerah melakukan pembangunan, pemberdayaan, dan peningkatan kualitas pengelolaan Pasar Rakyat.
4. Pembangunan, pemberdayaan, dan peningkatan kualitas pengelolaan Pasar Rakyat sebagaimana dapat dilakukan dalam bentuk:

   a. pembangunan dan/atau revitalisasi Pasar Rakyat;

b. implementasi manajemen pengelolaan Pasar Rakyat yang profesional;

c. fasilitasi akses penyediaan Barang dengan mutu yang baik dan harga yang bersaing;

d. fasilitasi akses pembiayaan kepada pedagang di Pasar Rakyat; dan/atau

e. fasilitasi pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dalam pengelolaan dan proses transaksi di Pasar Rakyat.

Pada pasal 73 (1) Pembangunan dan/atau revitalisasi Pasar Rakyat sebagaimana dimaksud daiam Pasal 72 ayat (2) huruf a mencakup:

a. fisik;

b. manajemen;

c. ekonomi; dan

d. sosial.

Pembangunan dan/atau revitalisasi fisik sebagaimana dimaksud, dilakukan dengan berpedoman pada SNI Pasar Rakyat dan ketentuan peraturan perundang-undangan terkait bangunan yang antara lain meliputi:

a. kondisi fisik bangunan berpedoman pada desain standar purwarupa Pasar Rakyat;

b. zonasi Barang yang diperdagangkan;

c. sarana kebersihan, kesehatan, keamanan, dan lingkungan;

d. kemudahan akses transportasi;

e. sarana teknologi informasi dan komunikasi.

Pembangunan dan/atau revitalisasi fisik untuk pasar rakyat yang dibangun melalui anggaran pendapatan dan belanja negara, anggaran pendapatan dan belanja daerah, dan/atau sumber lain yang sah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Manajemen revitalisasi dilakukan dengan berpedoman pada SNI Pasar Rakyat dengan mempertimbangkan paling sedikit:

a. peningkatan profesionalisme pengelola;

b. pemberdayaan Pelaku Usaha;

c. pemantauan Barang terhadap pemenuhan ketentuan peraturan perundang-undangan; dan atau

d. penerapan standar operasional prosedur pengelolaan dan pelayanan

Sedangkan pembangunan dan/atau revitalisasi sosial merupakan upaya perbaikan dan peningkatan sistem interaksi sosial budaya antar pemangku kepentingan, antara pedagang di pasar rakyat dengan Konsumen, dan pembinaan pedagang kaki lima untuk mewujudkan pasar rakyat yang kondusif dan nyaman.

Salah satu hal yang harus diperhatikan dalam pengelolaan suatu pasar rakyat adalah sumber daya manusia. Apabila sumber daya ini dikelola secara baik dan benar maka seluruh tugas - tugas yang diberikan kepada pengelola pasar dapat terlaksana dengan baik sehingga tujuan yang diharapkan akan tercapai. Badan Standardisasi Nasional Indonesia telah menetapkan Standar Nasional Indonesia (SNI) tentang persyaratan pengelolaan pasar rakyat yang diantaranya meliputi prinsip pengelolaan pasar, tugas pokok dan fungsi pengelola Kajian Manajemen Pengelolaan Pasar Rakyat | Puska Dagri - BPPP 17 pasar, prosedur kerja pengelola pasar, struktur pengelola pasar, pemberdayaan pedagang, dan pembangunan pasar. Menurut SNI 8152:2015 tentang Pasar Rakyat, prinsip pengelolaan suatu pasar rakyat adalah:

a. Efisien, dalam hal penggunaan sumber daya secara terukur, terkendali, rasional dan wajar.
b. Efektif, dalam hal pelaksanaan kegiatan operasional sesuai dengan tujuan pengelola.
c. Produktif, dalam hal meningkatkan pendapatan pedagang.
d. Akuntabel, dalam hal pengelolaan administrasi teknis, maupun keuangan dengan hasil yang dapat dipertanggungjawabkan.
e. Kepentingan umum, dalam hal pelaksanaan kegiatan untuk ikut mendukung peningkatan kesejahtreraan masyarakat.
f. Berwawasan lingkungan, dalam hal pelaksanaan kegiatan operasional agar selaras dengan pengelolaan lingkungan.

g. Tanggung jawab sosial, dalam hal alokasi dana untuk pemberdayaan komunitas pasar.
h. Gotong royong, dalam hal menjaga kebersihan, kesehatan, keamanan dan kenyaman.

4. Pedagang

Pengertian pedagang adalah seseorang yang melakukan perbuatan perniagaan sebagai pekerjaan sehari-hari dengan tujuan memperoleh keuntungan dan/ataulaba, baik yang diselenggarakan oleh perseorangan maupun badan usaha yang berbentuk badan hukum yang didirikan atau berkedudukan dalam wilayah negara republik Indonesia.

Menurut Sujatmiko (2014:231) Pedagang adalah orang yang melakukan aktivitas perdagangan dengan cara memperjual-belikan barang yang tidak diproduksi sendiri untuk memperoleh suatu keuntungan.

Menurut Deperindag, dan Abdullah et, et. al: (1996) Dalam konteks usaha mikro, pedagang Mikro adalah suatu bentuk kegiatan ekonomi yang berskala kecil yang banyak dilakukan oleh sebagian masyarakat lapisan bawah dengan sektor informal atau perekonomian subsisten.

Pengertian pedagang menurut Pasal 1 Angka 2 UU No 29 Tahun 1948 tentang Pemberantasan Penimbunan barang Penting, menyatakan bahwa pedagang adalah orang atau badan membeli, menerima atau menyimpan barang penting dengan maksud untuk

dijual, diserahkan atau dikirim kepada orang atau badan lain baik yang masih berwujud barang penting asli, maupun yang sudah dijadikan barang lain. Di dalam aktivitas perdagangan, Pedagang adalah orang atau instusi yang memperjualbelikan produk atau barang, kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung.

Secara terperinci, fungsi-fungsi dan kegiatan yang dilakukan pedagang adalah sebagai berikut : pengangkutan, penyimpanan, pembelanjaan, mencari konsumen, menjalankan kegiatan promosi, memberikan promosi dan informasi, melakukan pengepakan dan pembungkusan dan mengadakan penyortiran.
Secara garis besar , jenis pedagang dapat digolongkan menjadi dua, yaitu :

1. Pedagang Besar/Grosir (wholesale)

   Pedagang besar adalah meliputi segala aktivitas marketing yang menggerakkan barang-barang dari produsen ke pedagang eceran. Pedagang ini biasnya menyediakan barang yang hanya bisa dibeli dalam tertentu dan masih dalam bungkus.

2. Pedagang Eceran

   Pedagang eceran adalah satuan kegiatan menjual barang dan jasa kepada konsumen akhir. Pedagang eceran merupakan mata rantai terakhir dalam penyaluran barang dari produsen kepada konsumen.

D. Definisi Kebijakan Publik

Menurut pendapat Carl Fredrich yang dikutip oleh Winarno (2014:20) berpendapat bahwa: Kebijakan sebagai salah satu arah tindakan yang diusulkan oleh seseorang kelompok atau pemerintah dalam suatu lingkungan tertentu yang memberikan hambatan-hambatan dan peluang-peluang terhadap kebijakan yang diusulkan untuk menggunakan dan mengatasi dalam rangka mencapai suatu tujuan utnuk merealisasikan siatu sasaran atau suatu maksud tertentu.

David Easton dalam A Systems Analysis of Political Life (1965) mendefinisikan kebijakan publik sebagai pengalokasian nilai-nilai secara paksa kepada seluruh anggota masyarakat. Dalam Encyclopedia of Policy Studies (1950), Lasswell dan Kaplan menyatakan:

"*kebijakan publik adalah suatu program pencapaian tujuan, nilai-nilai dalam praktek yang terarah".*

Definisi lain tentang pengertian kebijakan publik menurut Dye (1995:1) yang dikutip Agustino (2012:7) *"Public Policy is whatever the government choose to do or not to do."* Kebijakan publik adalah apa yang dipilih oleh pemerintah untuk dikerjakan atau tidak dikerjakan.

" Menurut pengertian dari pendapat Dye bahwa terdapat perbedaan antara apa yang dikerjakan pemerintah dengan apa yang sesungguhnya harus dikerjakan oleh pemerintah karena kebijakan publik adalah suatu tindakan oleh pemerintah, jika pemerintah tidak melakukan suatu kebijakan pun merupakan suatu kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah.

Begitu pula dengan pendapat lain James E. Anderson (1979) *"A purposive course of action followed by an actor or set of actors in dealing with a problem or matter of concern"*, menurut Anderson dalam *Public Policy Marking (1984)* seperti yang dikutip oleh Winarno (2014:21), yang menjelaskan:

“Kebijakan publik sebagai arah tindakan yang mempunyai maksud yag ditetapkan oleh seorang aktor atau sejumlah aktor yang mengatasi suatu masalah.”

Menurut pendapat Anderson seperti yang dikutif oleh Winarno (2014:23) konsep kebijakan publik memiliki beberapa implikasi, yakni:

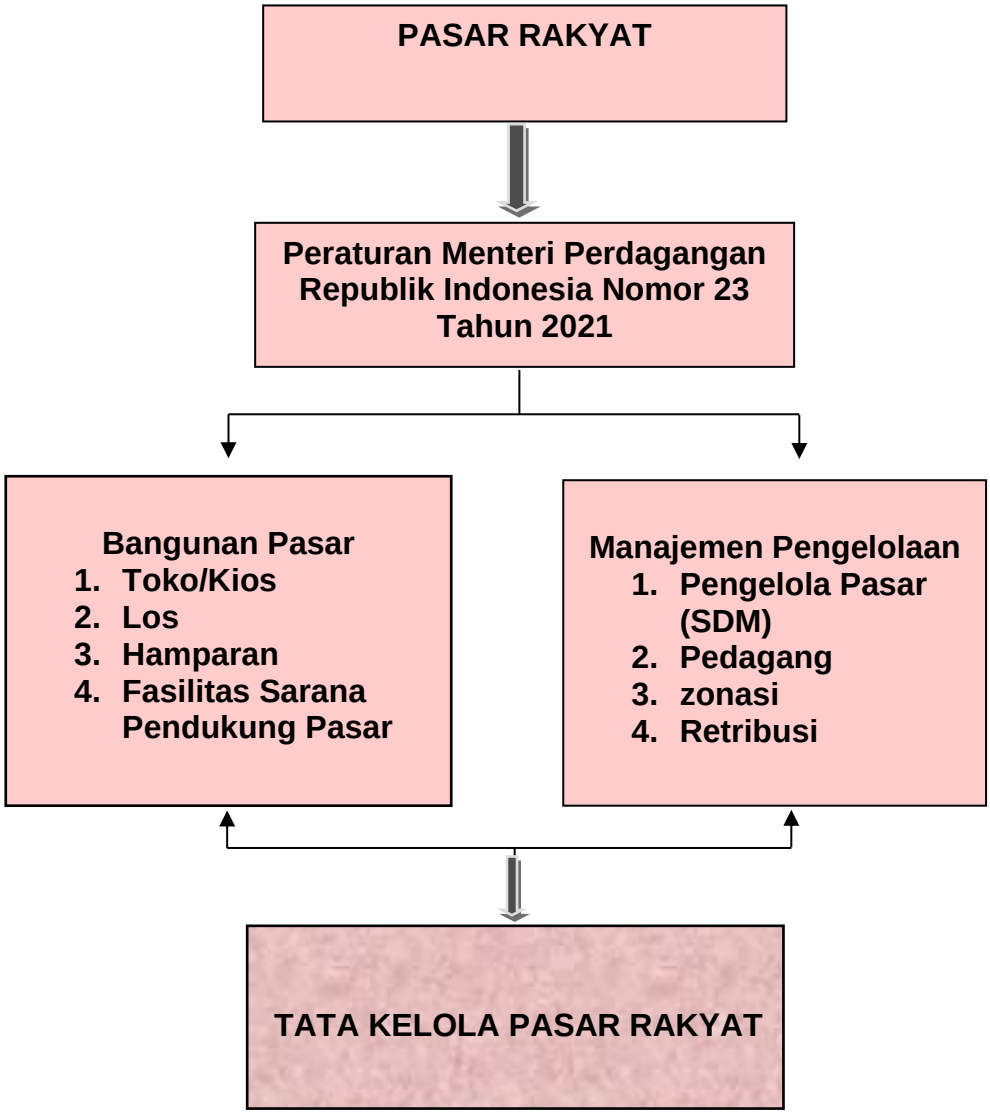
1. Titik perhatian kita dalam membicarakan kebijakan publik berorientasi pada maksud dan tujuan dan bukan prilaku secara serampangan. Kebijakan publik secara luas dalam system politik modern bukan suatu yang terjadi begitu saja melainkan di rencanakan oleh aktor-aktor yang terlibat di dalam system politik.
2. Kebijakan merupakan arah dan pola tindakan yang dilakukan oleh pejabat-pejabat pemerintah dan bukan merupakan keputusan-keputusan tersendiri. Suatu kebijakan tidak hanya mencakup menetapkan undang-undang mengenai suatu hal, tetapi keputusan-keputusan beserta dengan pelaksanaanya.
3. Kebijakan adalah apa yang sebenarnya dilakukan oleh pemerintah dalam mengatur pandangannya mengenndalikan inflasi atau mempromosikan pemerintah. Jika lembaga legislative menetapkan undang-undang yang mengharuskan pengusaha menggaji karyawannya dengan upah minimum menurut undang-undang tetapi tidak ada satupun yang dilakukan untuk melaksanakan undang-undang tersebut sehingga tidak ada perubahan yang timbul dalam prilaku ekonomi. Maka hal ini dapat dikatakan bahwa kebijakan publik mengenai kasus ini sebenarnya merupakan salah satu dari non regilasi upah.

4. Kebijakan publik mungkin dalam bentuknya bersifat positif atau negative. Secara positif, kebijakan mungkin mencakup bentuk tindakan pemerintah yang jelas untuk mempengaruhi suatu masalah tertentu. Secara negative, kebijakan mungkin mencakup suatu keputusan oleh pejabat-pejabat pemerintah tetapi tidak untuk mengambil tindakan tidak untuk melakukan sesuatu mengenai suatu persoalan yang memerlukan keterlibatan pemerintah.

Berdasasarkan pendapat tersebut diatas peneliti berpendapat bahwa kebijakan mengacu kepada apa yang sebenarnya dilakukan, mengapa dilakukan? Sebab kebijakan adalah suatu proses yang mencakup didalamnya adalah bagaimana mengimplementasikan suatu tindakan dan sampai kepada evaluasi. Kebijakan publik juga merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh pemerintah maupun tindakan yang tidak dilakukan oleh pemerintah. . Sehingga dapat dilihat bahwa kebijakan publik merupakan suatu aturan yang dibuat pemerintah untuk mengatasi berbagai persoalan yang ada dan berkembang di masyarakat.

E. Kerangka Pikir

Kerangka Pikir adalah menjelaskan suatu alur yang sistematis, untuk mengetahui bagaimana proses pemikiran dari peneliti terhadap permasalahan penelitian. Berikut ini peneliti sajikan alur berpikir penelitian dalam gambar kerangka Pikir tentang sistematis penataan dan pengelolaan pasar rakyat, sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Pikir