

STRATEGI REVITALISASI PASAR TRADISIONAL DALAM UPAYA PEMBERDAYAAN PASAR ORO-ORO DOWO KOTA MALANG

Dhiva Agil Danuarata¹, Afifuddin², Hirshi Anadza³

*Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Islam
Malang, Jl. MT Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia
E-mail: 22101091080@gmail.com*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi revitalisasi pasar tradisional dalam rangka pemberdayaan pedagang Pasar Oro-Oro Dowo di Kota Malang. Pasar tradisional menghadapi tantangan dari pertumbuhan pasar modern dan digitalisasi. Untuk itu, Pemerintah Kota Malang melakukan revitalisasi tidak hanya pada aspek fisik, tetapi juga melalui penguatan manajemen, edukasi pedagang, serta pengembangan pasar sebagai destinasi wisata kuliner. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa revitalisasi pasar memberikan dampak positif terhadap kenyamanan, peningkatan daya tarik pasar, dan pemberdayaan pedagang. Namun, beberapa kendala seperti keberadaan pedagang kaki lima dan rendahnya literasi digital pedagang tetap menjadi tantangan. Strategi yang diterapkan dianalisis berdasarkan lima indikator dalam teori Geoff Mulgan: tujuan, lingkungan, pengarahan, tindakan, dan pembelajaran. Penelitian ini merekomendasikan pentingnya sinergi antara pemerintah, pengelola pasar, dan pedagang untuk mendukung revitalisasi yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Revitalisasi Pasar Tradisional, Pemberdayaan Pedagang, Strategi Publik, Pasar Oro-Oro Dowo

Pendahuluan

Pasar tradisional memegang peran vital dalam struktur ekonomi dan sosial masyarakat Indonesia. Sebagai ruang ekonomi rakyat, pasar tradisional tidak hanya menjadi tempat pemenuhan kebutuhan sehari-hari, namun juga menyediakan lapangan kerja bagi pelaku usaha kecil, mikro, dan menengah (UMKM), serta menjadi sarana interaksi sosial dan pelestarian budaya lokal. Di tengah perkembangan zaman, pasar tradisional masih menunjukkan daya tahan yang cukup kuat, terutama karena keterjangkauan harga dan keragaman produk yang ditawarkan (Kompas, 2021). Kontribusi pasar tradisional terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) juga cukup signifikan melalui retribusi dan pajak, menjadikannya tulang punggung penting dalam pembangunan ekonomi daerah.

Meski demikian, kemunculan pasar modern dan platform e-commerce telah menggeser preferensi konsumen, khususnya generasi muda, yang lebih memilih belanja melalui toko modern dan aplikasi daring. Pergeseran ini menyebabkan penurunan omzet bagi pedagang pasar tradisional dan menurunnya minat masyarakat untuk berkunjung ke pasar tradisional (Pameling dkk., 2024). Tantangan ini mendorong pentingnya adaptasi pasar tradisional terhadap perkembangan

teknologi, salah satunya dengan penerapan digitalisasi melalui sistem pembayaran non-tunai (QRIS), pemanfaatan media sosial, dan pengembangan aplikasi pemasaran daring. Transformasi ini menjadi langkah strategis untuk meningkatkan daya saing pasar tradisional agar tetap relevan di era digital (Rohmania, 2023).

Sebagai upaya menghadapi tantangan tersebut, pemerintah Indonesia melalui Kementerian Perdagangan meluncurkan Program Revitalisasi Pasar Rakyat. Program ini bertujuan untuk memperkuat ekonomi kerakyatan melalui perbaikan infrastruktur fisik, pengelolaan manajemen pasar, dan pemberdayaan pedagang berbasis teknologi (Kemendag, 2019). Revitalisasi pasar tidak hanya berorientasi pada pembangunan fisik semata, tetapi juga mencakup aspek non-fisik seperti tata kelola pasar, peningkatan kapasitas SDM pedagang, serta integrasi pasar dengan sektor lain seperti pariwisata dan ekonomi kreatif. Dengan demikian, pasar tradisional diharapkan mampu bertransformasi menjadi ruang ekonomi yang modern, kompetitif, namun tetap menjunjung tinggi nilai-nilai lokal (Hadi Mukhtadir & Usman, 2023).

Salah satu pasar yang menjadi contoh keberhasilan program revitalisasi adalah Pasar Oro-Oro Dowo di Kota Malang, Jawa Timur. Pasar ini

direvitalisasi tidak hanya untuk meningkatkan kenyamanan dan kebersihan, tetapi juga diarahkan menjadi destinasi wisata kuliner yang memadukan konsep modern dengan kearifan lokal. Dibangun pada tahun 1932 dengan arsitektur kolonial Belanda yang masih terjaga, Pasar Oro-Oro Dowo kini tidak hanya menjadi pusat perdagangan, tetapi juga simbol sejarah dan budaya Kota Malang (Radar Malang, 2024). Revitalisasi pasar ini mencakup peningkatan fasilitas, penyediaan layanan pembayaran digital, serta promosi produk UMKM lokal, yang berkontribusi dalam memperkuat daya tarik pasar di tengah masyarakat urban dan wisatawan.

Meskipun telah mengalami transformasi positif, Pasar Oro-Oro Dowo masih menghadapi berbagai tantangan dalam pengelolaannya. Permasalahan seperti keberadaan pedagang kaki lima (PKL) di sekitar pasar, sistem parkir yang belum optimal, dan persaingan usaha yang kurang sehat menjadi hambatan tersendiri bagi optimalisasi manfaat revitalisasi. Pedagang resmi yang menempati kios seringkali merasa dirugikan karena harus membayar retribusi sementara PKL tidak, namun memiliki akses pembeli yang lebih mudah. Hal ini menimbulkan ketimpangan yang perlu diselesaikan melalui kebijakan pengelolaan yang adil dan terintegrasi (Kompas, 2024).

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini memfokuskan kajian pada strategi revitalisasi pasar tradisional dalam upaya pemberdayaan pedagang, khususnya di Pasar Oro-Oro Dowo Kota Malang. Penelitian ini penting dilakukan untuk memahami sejauh mana strategi pemerintah daerah dan pusat berhasil mengintegrasikan aspek ekonomi, sosial, dan digital dalam proses revitalisasi pasar rakyat. Selain itu, penelitian ini juga mengkaji dampak revitalisasi terhadap daya saing pedagang serta keberlanjutan pasar dalam menghadapi tantangan pasar modern dan digitalisasi. Studi kasus ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dan praktis dalam pengembangan kebijakan revitalisasi pasar rakyat yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi revitalisasi Pasar Tradisional dalam upaya pemberdayaan pedagang Pasar Oro-oro Dowo Kota Malang?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Menganalisis strategi revitalisasi Pasar Tradisional ke Pasar Rakyat, serta dalam upaya pemberdayaan pedagang Pasar Oro-oro Dowo Kota Malang.

Manfaat Penulisan

1. **Manfaat Teoritis**
Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan terkait strategi revitalisasi pasar tradisional dan pemberdayaan pedagang, khususnya dalam konteks transformasi Pasar Oro-Oro Dowo menjadi pasar rakyat yang lebih kompetitif di era digital.
2. **Manfaat Praktis**
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis dalam upaya pemberdayaan pedagang di Pasar Oro-Oro Dowo Kota Malang melalui strategi revitalisasi yang lebih efektif. Bagi pedagang, revitalisasi dapat meningkatkan daya saing dan kesejahteraan mereka, sementara bagi pemerintah daerah dan pengelola pasar, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan dalam merancang kebijakan serta pengelolaan pasar yang lebih optim

Tinjauan Pustaka

Penelitian Terdahulu

1. Utami & Mafruhah (2023) dalam penelitiannya yang berjudul “Dampak Program Revitalisasi Pasar terhadap Kesejahteraan para Pedagang di Pasar Pelita Kota Sukabumi” menunjukkan bahwa revitalisasi pasar mampu meningkatkan kesejahteraan pedagang, terutama dalam hal pendapatan dan kepuasan kerja. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis deskriptif terhadap 300 responden pedagang. Fokus utama adalah bagaimana perbaikan infrastruktur pasar berdampak pada peningkatan ekonomi lokal. Penelitian ini sejalan dengan fokus penelitian penulis terkait dampak revitalisasi pasar terhadap pedagang, terutama dari aspek kesejahteraan.
2. Engkus (2020) melakukan penelitian berjudul “Implementasi Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional Sarijadi di Kota Bandung”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa revitalisasi pasar yang terlalu fokus pada aspek fisik namun mengabaikan aspek nonfisik, justru menyebabkan penurunan ekonomi pedagang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teori implementasi kebijakan Grindle. Penelitian ini memberikan wawasan penting bahwa revitalisasi harus mencakup pemberdayaan pedagang agar hasilnya optimal dan berkelanjutan
3. Yusepa, Kamilawati, Agesti, dan Sanjaya (2024) dalam studi berjudul “Peran Competitive Advantage dalam Menarik Konsumen di Pasar Lokal (Studi pada Topshop Bandar Lampung)” menjelaskan bahwa keunggulan kompetitif dapat dicapai melalui inovasi produk, layanan unggul, harga kompetitif, dan digital marketing. Penelitian ini menggunakan pendekatan

kualitatif berbasis studi pustaka. Meskipun tidak secara langsung membahas revitalisasi pasar, studi ini relevan karena menekankan pentingnya strategi dalam meningkatkan daya saing, sesuatu yang juga menjadi fokus dalam revitalisasi Pasar Oro-Oro Dowo.

4. Adityanto & Paselle (2024) meneliti "Implementasi Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional: Studi Kasus Pasar Pagi Samarinda". Penelitian ini menemukan berbagai kendala dalam proses revitalisasi, seperti kelebihan pedagang, kondisi bangunan yang buruk, serta penolakan relokasi akibat kurangnya komunikasi dari pemerintah. Menggunakan metode kualitatif dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi, studi ini menekankan pentingnya komunikasi yang efektif dalam implementasi kebijakan revitalisasi. Hal ini menjadi pelajaran penting bagi revitalisasi pasar lain, termasuk Pasar Oro-Oro Dowo.
5. Valentina (2021) dalam penelitiannya berjudul "Redesain Pasar Rakyat Oro-Oro Dowo Berkonsep Kontemporer dengan Penambahan Food Hall untuk Meningkatkan Aktivasi Pasar", mengusulkan desain ulang pasar dengan pendekatan kontemporer. Penelitian ini bersifat konseptual dan menggunakan studi literatur. Hasilnya menunjukkan bahwa penambahan fasilitas modern seperti food hall dapat meningkatkan daya tarik pasar dan memperkuat eksistensi pasar rakyat. Meskipun penelitian ini lebih fokus pada aspek desain, tetapi sangat relevan dengan strategi revitalisasi fisik yang juga diangkat dalam penelitian ini.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian studi kasus dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian studi kasus dipilih karena fokus utama penelitian adalah pada suatu fenomena yang spesifik dan terikat oleh konteks tertentu, yaitu strategi revitalisasi pasar tradisional dalam upaya pemberdayaan pedagang di Pasar Oro-Oro Dowo Kota Malang.

Pendekatan deskriptif kualitatif digunakan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai proses, strategi, serta dampak dari revitalisasi pasar yang dilakukan oleh pemerintah daerah. Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk menggambarkan secara sistematis dan menyeluruh fakta, keadaan, serta fenomena sosial yang terjadi di lapangan sebagaimana adanya, dengan menafsirkan makna dari data yang dikumpulkan melalui interaksi langsung dengan subjek penelitian.

Menurut Bogdan dan Taylor dalam Moleong (2006), metode kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Pendekatan ini bersifat holistik, di mana objek penelitian dipandang sebagai suatu kesatuan utuh, tanpa memisahkan variabel secara terpisah, melainkan dilihat dalam konteksnya yang menyeluruh.

Fokus Penelitian

Fokus penelitian adalah pemusatan perhatian terhadap inti permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian. Penetapan fokus dilakukan secara eksplisit agar proses observasi dan analisis data yang dilakukan oleh peneliti menjadi lebih terarah dan sistematis. Dengan adanya fokus penelitian, maka proses pengumpulan data serta interpretasi hasil penelitian dapat berjalan dengan lebih efektif dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

Dalam penelitian ini, yang dijadikan sebagai fokus adalah Strategi Revitalisasi Pasar Tradisional dalam Upaya Pemberdayaan Pedagang Pasar Oro-Oro Dowo Kota Malang, dengan indikator sebagai berikut:

1. Tujuan (Purposes)
2. Lingkungan (Environment)
3. Pengarahan (Direction)
4. Tindakan (Action)
5. Pembelajaran (Learning)

Situs dan Latar Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Pasar Oro-Oro Dowo yang terletak di Jalan Guntur No. 2, Kelurahan Oro-Oro Dowo, Kecamatan Klojen, Kota Malang. Pasar ini dipilih karena merupakan salah satu pasar tradisional tertua di Kota Malang yang telah direvitalisasi oleh Pemerintah Kota Malang menjadi pasar rakyat modern tanpa meninggalkan identitas budaya lokal.

Sumber Data

Sumber data merupakan segala sesuatu yang dapat memberikan informasi terkait data yang dibutuhkan. Berdasarkan sumbernya, data dibagi menjadi dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder.

a) Data Primer

Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan informan seperti pengelola pasar, pedagang, serta pihak Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan Kota Malang. Menurut Indriantoro dan Supomo (2001:146), data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama melalui wawancara, observasi, atau metode lain yang relevan dengan penelitian.

b) Data Sekunder

Data sekunder diperoleh melalui dokumentasi, arsip, laporan, serta literatur yang relevan dengan revitalisasi pasar dan pemberdayaan

pedagang. Menurut Sugiyono (2005: 62), data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber tidak langsung, seperti dokumen resmi, buku, dan publikasi lainnya yang mendukung penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini mengacu pada pendekatan kualitatif sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2015) :

a. Wawancara

Dalam penelitian ini wawancara dilakukan secara mendalam yang diarahkan pada masalah tertentu dengan para informan yang sudah dipilih untuk mendapatkan data yang diperlukan memiliki kapasitas yang cukup tentang berbagai aspek dalam penelitian ini. Wawancara dilakukan secara mendalam kepada pedagang, pengelola pasar, dan pihak Diskopindag untuk menggali informasi mengenai strategi revitalisasi dan dampaknya terhadap pemberdayaan pedagang.

b. Observasi

Observasi dilakukan secara partisipatif di Pasar Oro-Oro Dowo untuk mengamati aktivitas pasar, interaksi pedagang-pembeli, serta kondisi fisik pasar setelah revitalisasi secara langsung maupun tidak langsung.

c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan mengumpulkan data berupa dokumen perencanaan, laporan kegiatan, foto pasar sebelum dan sesudah revitalisasi, serta berita atau arsip terkait, guna mendukung data hasil wawancara dan observasi.

Metode Analisis

Dalam penelitian ini, analisis data kualitatif dilakukan dengan menggunakan model interaktif yang dikembangkan oleh (Huberman dkk., 2014). Model ini terdiri dari beberapa komponen analisis yang saling berhubungan, yaitu :

1) Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Tahap ini merupakan proses awal dalam analisis kualitatif, di mana peneliti mengumpulkan data melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi. Data dikumpulkan dari informan kunci yang berhubungan langsung dengan proses revitalisasi Pasar Oro-Oro Dowo, seperti pedagang, pengelola pasar, dan pihak Diskopindag. Seluruh data yang dikumpulkan diarahkan pada lima indikator strategi menurut Geoff Mulgan.

2) Kondensasi Data (*Data Condensation*)

Kondensasi data adalah proses menyaring, menyederhanakan, dan mengelompokkan data mentah menjadi informasi yang lebih

terstruktur. Dalam proses ini, peneliti memilih data relevan, memfokuskan pada isu inti, membuat abstraksi dari temuan utama, serta menyederhanakan data kompleks menjadi kategori tematik seperti tujuan revitalisasi, respons pedagang, dan bentuk tindakan pemerintah.

3) Penyajian Data (*Data Display*)

Data yang telah dikondensasi kemudian disusun secara sistematis dalam bentuk narasi deskriptif, tabel, maupun bagan. Tujuannya adalah untuk mempermudah pembacaan, analisis lanjutan, dan proses penarikan kesimpulan. Penyajian data ini mencerminkan bagaimana strategi revitalisasi dijalankan serta dampaknya terhadap pemberdayaan pedagang.

4) Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

(*Conclusion Drawing and Verifying*)

Kesimpulan dilakukan secara bertahap sepanjang proses penelitian, dengan verifikasi data yang dilakukan secara terus-menerus sejak pengumpulan hingga tahap akhir analisis. Verifikasi dilakukan untuk memastikan validitas dan konsistensi data. Hasil kesimpulan ditafsirkan secara mendalam dan dihubungkan dengan teori serta regulasi yang relevan untuk memperoleh pemahaman yang utuh terhadap fenomena yang diteliti.

Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian ini mengacu pada empat kriteria menurut Moleong (2018) dalam Zuchri Abdussamad, yaitu *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability*. Peneliti memfokuskan pada aspek *credibility* untuk menjamin bahwa data yang diperoleh benar-benar mencerminkan realitas di lapangan. Berikut langkah-langkah yang dilakukan:

1. Perpanjangan Pengamatan

Peneliti kembali ke lokasi penelitian seperti Pasar Oro-Oro Dowo dan Diskopindag untuk melakukan observasi ulang dan wawancara tambahan. Tujuannya adalah memastikan konsistensi data dan membangun hubungan yang lebih terbuka dengan informan.

2. Peningkatan Ketekunan

Dilakukan dengan pengamatan yang cermat dan berulang terhadap aktivitas di pasar, serta pencatatan sistematis terhadap perubahan sosial dan fisik setelah revitalisasi. Peneliti juga memperkaya wawasan dengan membaca referensi dan laporan yang relevan.

3. Triangulasi dilakukan dalam tiga bentuk:

a. Triangulasi Sumber, yaitu membandingkan data dari berbagai informan seperti pedagang, pengelola pasar, dan pihak Diskopindag;

- b. Triangulasi Teknik, dengan menggabungkan wawancara, observasi langsung, dan dokumentasi visual;
 - c. Triangulasi Waktu, yaitu mengumpulkan data pada waktu yang berbeda untuk menguji konsistensi informasi.
4. Peneliti memperhatikan informasi yang bertentangan dengan temuan mayoritas, seperti pendapat pedagang yang merasa dirugikan oleh revitalisasi. Hal ini dianalisis lebih lanjut untuk mendapatkan gambaran yang menyeluruh dan tidak bias.
 5. Menggunakan Bahan Referensi
Data didukung oleh dokumentasi seperti foto kondisi pasar, hasil wawancara yang direkam, dan arsip kegiatan. Bukti visual ini memperkuat validitas data yang diperoleh secara lisan.
 6. Member Check
Hasil wawancara dan interpretasi peneliti dikonfirmasi kembali kepada informan untuk memastikan bahwa makna yang disampaikan telah dipahami dengan benar. Jika ada ketidaksesuaian, dilakukan klarifikasi dan penyesuaian ulang.

Pembahasan

Revitalisasi Pasar Oro-Oro Dowo merupakan salah satu upaya Pemerintah Kota Malang dalam menghidupkan kembali pasar tradisional sebagai pusat ekonomi rakyat yang kompetitif di tengah perkembangan zaman. Analisis strategi revitalisasi ini dilakukan dengan menggunakan teori Geoff Mulgan (2009) yang terdiri dari lima indikator utama: Purposes, Environment, Direction, Action, dan Learning. Setiap indikator menjadi landasan dalam menilai sejauh mana strategi publik tersebut berhasil menciptakan public value dan memberdayakan pedagang pasar.:

1. Tujuan (Purposes)

Menurut Geoff Mulgan, strategi publik yang baik harus dimulai dari pemahaman yang jelas terhadap alasan atau tujuan mendasar dari tindakan pemerintah. Di Pasar Oro-Oro Dowo, revitalisasi dilakukan bukan hanya untuk memperbaiki kondisi fisik pasar, tetapi juga untuk menciptakan ruang publik yang lebih bersih, aman, nyaman, serta kompetitif di tengah gempuran pasar modern. Revitalisasi juga bertujuan memulihkan citra pasar tradisional sebagai bagian dari warisan budaya lokal yang inklusif dan layak dikunjungi oleh seluruh lapisan masyarakat, termasuk generasi muda.

Namun, hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian pedagang masih memahami revitalisasi secara sempit, terbatas pada perbaikan bangunan, atap, atau penataan

zonasi kios. Padahal, revitalisasi mencakup aspek strategis seperti peningkatan kapasitas pedagang, integrasi sistem digital, dan pembentukan ekosistem usaha yang modern. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan normatif antara visi kebijakan dan persepsi penerima kebijakan di lapangan.

2. Lingkungan (*Environment*)

Lingkungan strategis dalam pendekatan Mulgan mencakup kondisi sosial, budaya, dan politik yang menjadi konteks pelaksanaan kebijakan. Pasar Oro-Oro Dowo berada di tengah tekanan perubahan gaya hidup konsumen urban yang cenderung memilih tempat belanja modern dengan fasilitas digital. Pemerintah merespons kondisi ini dengan mengintegrasikan sistem pembayaran QRIS dan mempercantik pasar menjadi destinasi kuliner dengan sentuhan modern.

Namun di sisi lain, faktor internal seperti keterbatasan literasi digital pedagang, khususnya kelompok lansia, serta ketimpangan posisi antara pedagang resmi dan PKL (pedagang kaki lima) masih menjadi hambatan yang nyata. PKL yang berdagang di sekitar pasar tanpa membayar retribusi menimbulkan kecemburuan sosial di kalangan pedagang resmi. Ketimpangan ini mengindikasikan bahwa revitalisasi belum menjangkau semua elemen pelaku pasar secara adil dan merata.

3. Pengarahan (*Direction*)

Pengarahan dalam strategi publik mengacu pada bagaimana kebijakan disusun, diprioritaskan, dan dijelaskan kepada publik. Diskopindag Kota Malang telah menyusun arah revitalisasi dengan menekankan pentingnya tata kelola pasar yang lebih modern dan profesional. Sosialisasi dilakukan melalui rapat pengelola, papan informasi visual, dan komunikasi langsung kepada pedagang. Pasar diarahkan menjadi ruang wisata kuliner yang berstandar SNI dengan penataan zona, pelayanan kebersihan, dan sertifikasi kualitas.

Namun demikian, pengarahan belum sepenuhnya dipahami atau diterima secara merata oleh semua pedagang. Beberapa pedagang merasa kebijakan masih berjalan sepihak dan kurang melibatkan mereka dalam proses perencanaan. Kesenjangan ini menuntut pendekatan komunikasi dua arah, di mana arahan kebijakan tidak hanya dikomunikasikan dari atas (top-down), tetapi juga membuka ruang masukan dari bawah (bottom-up), sebagaimana prinsip inklusivitas dalam strategi publik.

4. Tindakan (*Action*)

Tindakan dalam strategi publik berperan penting dalam mewujudkan tujuan melalui program, regulasi, dan kepemimpinan yang

mendorong komitmen kolektif. Di Pasar Oro-Oro Dowo, tindakan strategis direalisasikan dalam bentuk pembaruan fisik pasar, penataan zonasi pedagang, serta transformasi pasar tradisional menjadi pasar kuliner yang lebih modern. Pemerintah Kota Malang melalui Diskopindag juga mengimplementasikan system pembayaran digital berbasis QRIS dan mendirikan program SEPASAR PEDAS (Sekolah Pasar Pedagang Cerdas) yang memberikan pelatihan tentang keamanan pangan, literasi keuangan, serta akses pembiayaan. Langkah ini mencerminkan bentuk tindakan sistematis yang menghubungkan kebijakan dengan kebutuhan nyata masyarakat.

Tindakan strategis juga mencakup aspek sosial dan partisipatif, seperti pengelolaan kolektif fasilitas publik oleh pedagang dan kolaborasi dalam menjaga kebersihan pasar. Bentuk keterlibatan masyarakat ini mendukung prinsip Mulgan tentang pentingnya partisipasi publik dalam pelaksanaan strategi. Keberhasilan tindakan ini dibuktikan dengan diperolehnya sertifikasi SNI Pasar Rakyat. Di sisi regulatif, strategi revitalisasi didukung oleh Permendag No. 37 Tahun 2017, yang menekankan pentingnya infrastruktur, pengembangan SDM, dan pengelolaan profesional. Program edukasi juga melibatkan berbagai instansi seperti BPOM, lembaga perbankan, dan kejaksaan untuk memperkuat pemahaman pedagang terhadap aspek hukum dan keuangan.

Namun demikian, pelaksanaan strategi menghadapi kendala, terutama pada adopsi teknologi digital. Sekitar 10% pedagang belum mampu menggunakan QRIS akibat keterbatasan usia dan literasi digital. Meskipun pelatihan telah disediakan, efektivitasnya masih terbatas bagi kelompok rentan tersebut. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara desain program dan realitas di lapangan. Oleh karena itu, keberhasilan tindakan dalam strategi revitalisasi sangat bergantung pada kemampuan adaptif, keberlanjutan pendampingan, serta penguatan kapasitas masyarakat. Dengan pendekatan yang inklusif dan partisipatif, tindakan revitalisasi tidak hanya menghadirkan perubahan fisik, tetapi juga mendorong transformasi sosial yang berkelanjutan.

5. Pembelajaran (*Learning*)

Pembelajaran dalam strategi publik menekankan pentingnya evaluasi berkelanjutan serta kesiapan untuk meninjau ulang arah, tujuan, dan strategi yang diterapkan. Di Pasar Oro-Oro Dowo, proses pembelajaran terlihat dari kemampuan

pengelola dalam merespons keluhan pedagang secara cepat dan adaptif, seperti perbaikan talang bocor dan penataan ulang fasilitas pasar. Komunikasi antara pengelola dan pedagang dilakukan secara terbuka melalui forum resmi maupun informal, mencerminkan pendekatan partisipatif yang sejalan dengan prinsip kebijakan publik berbasis pengalaman dan keterlibatan masyarakat.

Selain pengelola, Diskopindag Kota Malang juga mulai melibatkan pedagang dalam pengambilan keputusan, seperti penataan ruang dan operasional pasar. Namun, partisipasi ini belum merata, karena tidak semua pedagang memiliki akses yang sama terhadap proses evaluasi dan hasilnya. Sistem evaluasi pun belum sepenuhnya terstruktur, karena tidak tersedia dokumentasi indikator keberhasilan revitalisasi yang berbasis data. Hal ini bertentangan dengan semangat Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 86 Tahun 2017 yang menuntut pelaksanaan evaluasi yang rutin, partisipatif, dan terukur dalam program pembangunan daerah.

Proses pembelajaran juga terjadi di kalangan pedagang, yang menyadari bahwa keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh fasilitas fisik, tetapi juga oleh daya beli dan dukungan institusional. Usulan pedagang agar pemerintah mengaktifkan kembali program belanja ASN dan meningkatkan keamanan pasar menunjukkan kesadaran kolektif terhadap pentingnya iklim usaha yang kondusif. Meski begitu, untuk menjadikan revitalisasi sebagai proses sosial yang berkelanjutan, dibutuhkan sistem pembelajaran yang terlembaga, berbasis data, dan melibatkan seluruh pemangku kepentingan secara aktif. Dengan pembelajaran yang reflektif dan kolaboratif, revitalisasi dapat menjadi strategi publik yang mampu menjawab tantangan jangka panjang serta memperkuat pemberdayaan pelaku pasar secara menyeluruh.

Kesimpulan

Revitalisasi pasar tradisional merupakan strategi penting untuk mempertahankan eksistensi pasar rakyat di tengah digitalisasi dan dominasi pasar modern. Pasar Oro-Oro Dowo menjadi contoh nyata transformasi pasar melalui pendekatan menyeluruh, tidak hanya secara fisik, tetapi juga dalam aspek manajemen, digitalisasi, dan pemberdayaan pedagang. Penelitian ini menggunakan lima indikator strategi publik dari Geoff Mulgan, yakni Purposes, Environments, Directions, Actions, dan Learning, dengan tindakan (actions) sebagai elemen paling dominan yang menunjukkan implementasi konkret kebijakan.

Revitalisasi berdampak positif terhadap pemberdayaan pedagang, melalui peningkatan fasilitas, keterampilan digital, serta integrasi pasar dengan potensi wisata. Hal ini turut mendorong pertumbuhan pendapatan dan keberlanjutan usaha. Namun, tantangan masih ditemukan, seperti belum optimalnya sistem keamanan, ketimpangan penggunaan teknologi, dan ketidaksetaraan antara pedagang resmi dan PKL. Oleh karena itu, keberlanjutan strategi revitalisasi memerlukan evaluasi berkala dan pendampingan yang adaptif agar manfaatnya dapat dirasakan secara merata oleh seluruh pelaku pasar.

Saran

Untuk mengoptimalkan manfaat revitalisasi Pasar Oro-Oro Dowo, diperlukan langkah strategis yang menyasar berbagai hambatan yang masih dihadapi. Pemerintah daerah perlu memastikan seluruh fasilitas, terutama sistem keamanan seperti CCTV, berfungsi optimal melalui pemeliharaan rutin dan kerja sama profesional. Selain itu, pelatihan literasi digital secara berkala bagi pedagang terutama lansia harus diperkuat, dengan pendampingan langsung agar penerapan QRIS dan sistem non-tunai dapat berjalan efektif.

Penataan pedagang kaki lima (PKL) juga perlu dilakukan secara adil dengan menyediakan ruang khusus yang tetap terintegrasi dengan pasar, guna mencegah ketimpangan antar pelaku usaha. Terakhir, proses revitalisasi harus dievaluasi secara berkala dengan melibatkan seluruh pemangku kepentingan agar kebijakan yang diterapkan bersifat inklusif, responsif, dan berkelanjutan.

Daftar Pustaka

Sumber Buku:

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: CV. Syakir Media Press.
- Alim, W. S., Manullang, S. O., Aziz, F., Romadhon, S., Marganingsih, A., Ratnaningtyas, E. M., Sulandjari, K., Wulandari, R., & Efendi, Y. (2022). *Pemberdayaan Masyarakat: Konsep dan Strategi*. Samarinda: PT. Gaptrek Media Pustaka.
- Hamid, H. (2018). *Manajemen Pemberdayaan Masyarakat*. Makassar: De La Macca.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tambunan, T. (2020). *Pasar Tradisional dan Peran UMKM*. Bogor: IPB Press.
- SCP, D. I., & Widiyatmoko, A. (2020). *Pasar Tradisional*. Semarang: Alprin.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A*

Methods Sourcebook (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.

Mulgan, G. (2010). *The Art of Public Strategy: Mobilizing Power and Knowledge for the Common Good*. Oxford: Oxford University Press

Artikel Jurnal dan Skripsi:

- Adityanto, A., & Paselle, E. (2024). Implementasi Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional: Studi Kasus Pasar Pagi Samarinda. *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 4(2), 50–63.
- Engkus, E. (2020). Implementasi Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional Sarijadi Kota Bandung. *Jurnal Governansi*, 6(1), 9–16.
- Hadi Muktadir, M., & Usman, M. (2023). Dampak Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Kondisi Ekonomi Pedagang Pasar Tani Kota Bandar Lampung. *Journal on Education*, 6(1), 6701–6711.
- Masitoh, E. (2013). Upaya Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional: Studi Revitalisasi Pasar Piyungan Bantul. *Jurnal PMI*.
- Maskuroh, N. (2019). Peran Pasar Tradisional dalam Peningkatan Perekonomian Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam: Studi Kasus Pasar Yosomulyo Pelangi Kecamatan Metro Pusat Kota Metro.
- Pameling, D. P., Sari, G., & Faradea, N. (2024). Pengaruh Pasar Modern terhadap Pasar Tradisional di Era Digital. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 7(4), 162218–16223.
- Putri, M. (2024). Multitasking Perempuan pada Pedagang Pasar Lakessi Kota Parepare.
- Rohmadani, S., & Megawati, S. (2022). Implementasi Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional Nambangan di Kota Surabaya. *Publika*, 10(1), 297–308.
- Rohman, A., & Larasati, D. C. (2023). Revitalisasi Pasar Rakyat sebagai Upaya Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional. *Anterior Jurnal*, 22(2), 69–75.
- Rohmania, N. L. (2023). Strategi Bersaing Pasar Tradisional di Era Digital: Studi pada Pasar Warujayeng Tanjunganom Nganjuk.
- Utami, W. N., & Mafruhah, A. Y. (2023). Dampak Program Revitalisasi Pasar terhadap Kesejahteraan Para Pedagang di Pasar Pelita Kota Sukabumi. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 3(2), 386–391.
- Yusepa, W. Y., Kamilawati, A., Agesti, P. T., & Sanjaya, V. F. (2024). Peran Competitive

Advantage dalam Menarik Konsumen di Pasar Lokal: Studi pada Topshop Bandar Lampung. *Al-A'mal: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 1(2), 29–40.

Website dan Berita :

Bidang Komunikasi dan Informasi Publik. (2024, November 5). Setelah Dua Pasar Kota Malang Bertransformasi, Lima Pasar Segera Menyusul – Pemerintah Kota Malang.

<https://malangkota.go.id/2024/11/05/setelah-dua-pasar-kota-malang-bertransformasi-lima-pasar-segera-menyusul/>

Detiknews. (2017). Pasar Oro-Oro Dowo Malang, Pasar Tradisional Sejak Zaman Kolonial. <https://news.detik.com/berita-jawa-timur/d-3581268/pasar-oro-oro-dowo-malang-pasar-tradisional-sejak-zaman-kolonial>

Kompas. (2021). Peran Pasar bagi Perekonomian Indonesia. <https://www.kompas.com/skola/read/2021/04/22/133003169/peran-pasar-bagi-perekonomian-indonesia>

Kompas. (2024). Konflik Hubungan Industrial Pekerja Pasar Oro Oro Dowo Kota Malang.

<https://www.kompasiana.com/irvanhartanto7055/659fd44112d50f5f7939d222/konflik-hubungan-industrial-pekerja-pasar-oro-oro-dowo-kota-malang>

Kumparan. (2023). Teten Masduki Mau Dorong Usaha Mikro di Kota Pinggiran Go Digital.

<https://kumparan.com/kumparanbisnis/teten-masduki-mau-dorong-usaha-mikro-di-kota-pinggiran-go-digital-20wFMxbzaSN>

Kumparan. (2024a). 6 Kuliner di Pasar Oro-Oro Dowo beserta Daftar Menu yang Tersedia. <https://kumparan.com/seputar-malang/6-kuliner-di-pasar-oro-oro-dowo-beserta-daftar-menu-yang-tersedia-23iKfV3Ybgw>

Kumparan. (2024b). Menilik Pasar Oro-Oro Dowo yang Telah Direvitalisasi. <https://kumparan.com/seputar-malang/menilik-pasar-oro-oro-dowo-yang-telah-direvitalisasi-23iItZsOkol>

Kumparan. (2024c). Pasar Tradisional sebagai Pusat Budaya dan Ekonomi. <https://kumparan.com/meiliyani-18/pasar-tradisional-sebagai-pusat-budaya-dan-ekonomi-23qYqi8BWdk>

Radar Malang. (2024). Pasar Oro-Oro Dowo, Sentra Kuliner Kota Malang yang Penuh Sejarah.

<https://radarmalang.jawapos.com/berita-terbaru/815355786/pasar-oro-oro-dowo-sentra-kuliner-kota-malang-yang-penuh-sejarah>

sentra-kuliner-kota-malang-yang-penuh-sejarah

Times Indonesia. (2025). Pasar Rakyat Oro-oro Dowo Malang, Simbol Transformasi Pasar Tradisional Menuju Modernitas. <https://timesindonesia.co.id/ekonomi/529534/pasar-rakyat-orooro-dowo-malang-simbol-transformasi-pasar-tradisional-menuju-modernitas>

Undang-Undang:

Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia. (2012). Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 20 Tahun 2012 tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional. Lembaran Negara Republik Indonesia

Republik Indonesia. (2014). Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 45.

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2017). Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 37/M-DAG/PER/5/2017 tentang Pedoman Pembangunan dan Pengelolaan Sarana Perdagangan. Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2017 Nomor 784.