

Public Values Kebijakan Relokasi Pasar Kota Bojonegoro

Salsa Bella Nurikma Novianti¹, Ahmad Suprastiyo², Sri Kasiami³

Prodi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Bojonegoro

salsanovv6@gmail.com¹ tiyopras207@gmail.com² sri.kasiami@gmail.com³

ABSTRACT

The market relocation policy aims to meet the economic needs or interests of the community and is related to better development. The government as a public service seeks to create good public value for society. As in this research, the aim is to describe the public value of the Bojonegoro City Market relocation policy. The research was conducted using descriptive qualitative research methods, with data collection techniques in the form of observation, interviews and documentation. This research focuses on Mark Moore's public value theory, including: legitimacy and support, operational capabilities, and substantively valuable. The results of this research indicate that the Bojonegoro City Market relocation policy has largely fulfilled Mark Moore's public value theory. It's just that at the beginning of the implementation of the policy, it received resistance from Bojonegoro City Market traders because it affected their income. As time went by, traders switched to the Tourism Market and felt the benefits tourists. Even traders' income increased by up to 50%. Supported by adequate facilities, people feel comfortable, safe and enthusiastic about shopping at the Tourism Market.

Keywords: public value; public policy; market relocation

ABSTRAK

Kebijakan relokasi pasar bertujuan untuk memenuhi kebutuhan atau kepentingan ekonomi masyarakat dan berkaitan dengan pembangunan yang lebih baik. Pemerintah sebagai *public service* berusaha untuk menciptakan nilai publik yang baik bagi masyarakat. Sebagaimana dalam penelitian ini yang bertujuan untuk mendeskripsikan *public value* kebijakan relokasi Pasar Kota Bojonegoro. Penelitian yang dilakukan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini berfokus pada teori *public value* Mark Moore, di antaranya yaitu: *legitimacy and support* (legitimasi dan dukungan), *operational capabilities* (kemampuan operasional), dan *substantively valuable* (nilai substansial). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kebijakan relokasi Pasar Kota Bojonegoro sebagian besar telah memenuhi teori *public value* Mark Moore. Hanya saja di awal pelaksanaan kebijakan, menuai penolakan dari para pedagang Pasar Kota Bojonegoro karena berpengaruh terhadap penurunan pendapatan mereka. Seiring berjalannya waktu, para pedagang beralih ke Pasar Wisata dan turut merasakan manfaatnya, bahkan pendapatan pedagang naik hingga 50%. Didukung dengan fasilitas yang memadai, membuat masyarakat merasa nyaman, aman, dan antusias untuk berbelanja di Pasar Wisata.

Kata kunci: Public value, Kebijakan publik, Relokasi pasar

PENDAHULUAN

Dalam menyelenggarakan sistem pemerintahannya masing-masing, setiap daerah tentu memiliki cita-cita/ tujuan yang ingin dicapainya. Cita-cita dan tujuan yang diyakini masyarakatnya kemudian dijadikan landasan dalam pembangunan daerahnya. Dalam hal ini cita-cita merupakan wujud nilai-nilai yang dianggap benar, maka suatu negara dengan negara yang lain tidaklah sama dalam mencapai tujuan (Bura, 2018). Mengadopsi konsep desentralisasi administratif di Indonesia, unit-unit pemerintahan daerah juga terlibat dalam tanggung jawab ini. Pemerintah Daerah Kabupaten dan Kota, sebagai lembaga yang lebih dekat dan berhubungan langsung dengan masyarakat, bekerja secara efektif dalam mewujudkan kesejahteraan, perdamaian dan supremasi hukum. Setiap kegiatan, peraturan, dan pelayanan pemerintah harus didasarkan pada prinsip legalitas (Bura, 2018). Dalam penyelenggaraan pemerintahan daerah, peraturan daerah dijadikan atas legalitas sebagai sumber legitimasi bagi pemerintah daerah untuk mengatur, mengawasi, mengendalikan atau memberikan sanksi kepada pihak-pihak yang melanggar peraturan perundang-undangan yang ada (Bura, 2018). Pemerintah daerah berhak untuk mengeluarkan kebijakan yang tepat sesuai kondisi yang ada demi kebaikan bersama (publik).

Secara sederhana, kebijakan publik merupakan suatu keputusan yang diambil oleh setiap negara sebagai bentuk strategi untuk mewujudkan tujuan-tujuan yang sesuai dengan kepentingan negara tersebut. Kebijakan publik dimanfaatkan sebagai strategi yang memandu masyarakat pada masa-masa awal transisi masyarakat menuju masyarakat yang dicita-citakan. Kebijakan publik sebagai sebuah strategi, tidak hanya bersifat positif, tetapi juga negatif, dalam arti selalu ada yang memutuskan untuk menerima yang satu dan menolak yang lain (Alfarizi, 2018).

Begitu pula dengan kebijakan Pemerintah Kabupaten Bojonegoro mengenai relokasi Pasar Kota Bojonegoro, yang mana kebijakan ini didasarkan pada Peraturan Daerah Nomor 5 Tahun 2021 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Bojonegoro Tahun 2021-2041 dan Peraturan Bupati Nomor 48 Tahun 2021 tentang Penataan dan Pemberdayaan Pasar Rakyat, Toko Swalayan, dan Pusat Perbelanjaan (Aguayo Torrez, 2021). Relokasi pasar itu sendiri memiliki arti, pemindahan lokasi usaha ke lokasi yang lebih nyaman dan tertib yang telah ditentukan oleh Pemerintah (Shofwan, 2020). Relokasi pasar bertujuan untuk memenuhi kebutuhan atau kepentingan ekonomi masyarakat dan berkaitan dengan pembangunan yang lebih baik. Pemerintah berhak mengambil kebijakan dengan melihat kondisi bangunan pasar. Baik regulasi pendukung perpindahan maupun komunikasi dengan pihak terkait telah ditambahkan dalam proses tersebut sehingga dapat berfungsi sesuai harapan selama program berlangsung (Aguayo Torrez, 2021).

Pasar itu sendiri merupakan suatu elemen penting yang dapat menjadi kemungkinan berkembangnya perekonomian suatu wilayah. Dapat dikatakan bahwa pasar merupakan lapangan kerja terbuka yang dapat digunakan oleh seluruh lapisan masyarakat, baik masyarakat ekonomi kelas atas maupun kelas bawah. Dalam artian siapapun bisa datang ke pasar untuk ikut serta dalam dunia usaha, memberikan jasa, dan lain-lain (Ningsih & Megawati, 2022). Pasar dikelompokkan menjadi 2 (dua),

yaitu pasar modern dan pasar tradisional (konvensional). Pasar modern merupakan pasar yang mempunyai bangunan yang dilengkapi dengan peralatan pendukung seperti AC, eskalator, lift, dan kamera CCTV. Dalam pasar modern, pembeli mempunyai kebebasan untuk memilih dan mengambil barang yang akan dibelinya tanpa tawar menawar karena harga yang ada merupakan harga yang sudah pasti dan ditetapkan oleh pedagang. Di pasar modern, pembeli juga dapat melakukan pembelian dengan atau tanpa uang tunai. Sedangkan pasar tradisional merupakan pasar sederhana yang mana pembeli tetap dilayani oleh pedagang untuk mengambil barang. Salah satu yang membedakan dengan pasar modern, di pasar tradisional pedagang dan pembeli dapat melakukan negosiasi kesepakatan hingga mencapai kesepakatan akhir, dan dapat dibayar secara tunai. Pasar tradisional dikenal sebagai pasar yang kotor, padat pengunjung, dan kurang mendapat dukungan penuh dari pelayanan (Ningsih & Megawati, 2022). Dalam penelitian ini, peneliti hanya fokus untuk membahas/ memaparkan terkait dengan pasar tradisional.

Adapun tujuan dari tahap revitalisasi atau relokasi pasar tradisional adalah untuk memperbaiki dan mengubah persepsi buruk masyarakat terhadap pasar tradisional (konvensional) sebagai tempat berbelanja yang kumuh, kotor, dan tidak nyaman, menjadi tempat berbelanja yang indah, rapi, nyaman, dan aman, sehingga masyarakat tertarik untuk berbelanja di pasar tradisional dibandingkan ke supermarket. Upaya pemerintah menghidupkan kembali pasar tradisional dinilai merupakan kebijakan yang tepat, karena pasar tradisional termasuk salah satu pendapatan pemerintah daerah melalui retribusi pasar tradisional yang masuk dalam Pendapatan Asli Daerah (PAD) (Yulieth-Rafael, 2020).

Demikian pula yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Bojonegoro yang juga melakukan revitalisasi/ relokasi Pasar Kota. Revitalisasi yang dilakukan kurang memuaskan karena sejak awal sudah mendapatkan penolakan dari para pedagang. Pasar Kota Bojonegoro dipilih untuk direvitalisasi ke Pasar Wisata. Kebijakan revitalisasi/ relokasi pasar tersebut pada pelaksanaannya menimbulkan masalah di antara pihak-pihak yang terkait yaitu: Pemerintah Kabupaten Bojonegoro, PT. Alimdo Ampuh Abadi sebagai pihak ketiga yang bekerja sama dengan Pemerintah Kabupaten Bojonegoro, dan para pedagang Pasar Kota Bojonegoro. Penolakan para pedagang terhadap relokasi pasar telah menjadi masalah bagi Pemerintah Kabupaten Bojonegoro, hal ini diduga dipicu oleh tempat yang kurang strategis dikarenakan lokasinya berjarak cukup dekat dengan Pasar Banjarejo. Selain itu, menurunnya pendapatan pedagang di tempat relokasi yang baru dikarenakan sepi pembeli bahkan mereka harus kehilangan pembeli yang sudah menjadi langganan.

Melihat permasalahan yang terjadi, pentingnya suatu kebijakan memiliki nilai publik yang baik. Hal tersebut bertujuan agar tidak menimbulkan masalah dan dapat dengan mudah diterima masyarakat. Dalam hal ini, kebijakan relokasi Pasar Kota Bojonegoro dilakukan agar para pedagang yang menjadi sasaran untuk relokasi pasar mendapatkan manfaat secara penuh atas kebijakan tersebut. Pemkab Bojonegoro menilai Pasar Kota sudah tidak layak untuk ditempati karena kondisinya yang kumuh, kotor, bocor, dan listrik yang berantakan, sehingga pemerintah berpikir untuk melakukan revitalisasi/ relokasi pasar.

Dalam konsep nilai publik, O'Flynn menggambarkan *public value* sebagai struktur multidimensi, cerminan ekspresi kolektif, yang tidak hanya diciptakan oleh hasil, akan tetapi juga oleh proses yang menciptakan kepercayaan dan kesetaraan. Namun menurut Khagram, nilai-nilai publik dapat dilihat sebagai cita-cita yang diciptakan sebagai prinsip-prinsip yang harus diikuti dalam pemberian pelayanan publik atau untuk mengatur perilaku warga negara sehingga dapat menjadi pedoman perilaku para pemimpin public (Yusuf Sukman, 2017). Simbol utama nilai publik adalah segitiga strategis. Segitiga strategis mempunyai tiga aspek yang harus dipenuhi oleh organisasi sektor publik, di antaranya yaitu: *Legitimacy and Support* (legitimasi dan dukungan), *Operational Capabilities* (kemampuan operasional), dan *Substantively Valuable* (nilai substansial). Berdasarkan konsep nilai publik, pemimpin publik harus berpikir dan bertindak secara strategis serta mampu untuk menyeimbangkan ketiga aspek tersebut agar dapat terus berjalan beriringan, karena jika salah satu dari aspek tersebut diabaikan maka penciptaan nilai publik yang diharapkan akan hilang (Yusuf Sukman, 2017).

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut terhadap penilaian masyarakat/ nilai publik (*public value*) terjadap kebijakan relokasi pasar yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Bojonegoro. Adapun rumusan masalah dari penelitian ini yaitu bagaimana *public value* kebijakan relokasi Pasar Kota Kabupaten Bojonegoro. Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan atau menjelaskan *public value* kebijakan relokasi Pasar Kota Kabupaten Bojonegoro. Berikut konsep-konsep yang digunakan menyangkut variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini: (1) *Public value*, (2) Kebijakan publik, dan (3) Relokasi pasar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif, yang bertujuan untuk mendeskripsikan nilai publik (*public value*) kebijakan relokasi Pasar Kota Kabupaten Bojonegoro. Fokus penelitian ini menggunakan teori *public value* menurut Mark Moore yang mengatakan bahwa strategi untuk organisasi sektor publik harus memenuhi tiga unsur, di antaranya yaitu: *legitimacy and support* (legitimasi dan dukungan), *operational capabilities* (kemampuan operasional), dan *substantively valuable* (nilai substansial) (Yusuf Sukman, 2017). Teknik pengumpulan data yaitu dengan melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini meliputi Kepala Dinas Perdagangan, Koperasi, dan Usaha Mikro; Pedagang; dan Masyarakat. Penelitian ini menggunakan teknik penentuan informan: *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis data menurut Miles dan Huberman, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Susanti & Wahyudi, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Mark Moore menggambarkan teori *public value* yang mengatakan bahwa strategi untuk organisasi sektor publik harus memenuhi tiga unsur, di antaranya yaitu: *legitimacy and support* (legitimasi dan dukungan), *operational capabilities* (kemampuan operasional), dan *substantively valuable* (nilai substansial) (Yusuf Sukman, 2017). Berikut ini adalah hasil penelitian teori *public value* dalam kebijakan relokasi Pasar Kota Kabupaten Bojonegoro:

Legitimacy and Support (Legitimasi dan Dukungan)

Dalam hal ini, Pasar Kota Bojonegoro merupakan pasar tradisional milik Kabupaten Bojonegoro yang berlokasi di Kelurahan Ledok Wetan Kecamatan Bojonegoro. Pasar Kota Bojonegoro tersebut memiliki luas tanah 17.205 meter persegi. Lahan komersial tersebut telah berdiri sejak tahun 1992. Sesuai dengan kebijakan dari Pemerintah Kabupaten Bojonegoro terkait relokasi Pasar Kota ke Pasar Wisata, Pemkab Bojonegoro memiliki legitimasi yang dijadikan sebagai acuan atau dasar hukum atas kebijakan tersebut. Legitimasi dan dukungan secara bersamaan menarik dukungan dan sumber daya dari lingkungan pendukung, yaitu pemangku kepentingan politik dan lainnya secara keseluruhan dengan alasan pengakuan atas kekuatan diferensial. Sementara itu, legitimasi dalam arti luas merupakan suatu dukungan masyarakat terhadap otoritas yang ada. Dalam penelitian ini, legitimasi dan dukungan yang disebut mengacu pada adanya pengakuan hukum dan dukungan masyarakat terhadap kewenangan tersebut. Dalam hal ini dapat dilihat dari peraturan perundang-undangan mengenai program dan langkah-langkah yang diambil, serta reaksi masyarakat terhadap program yang dilaksanakan.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Kepala Dinas Perdagangan Kabupaten Bojonegoro, yang menjadi dasar hukum sekaligus acuan dalam pelaksanaan kebijakan relokasi pasar yaitu sebagai berikut: 1) Peraturan Daerah Nomor 5 Tahun 2020 tentang Perubahan Peraturan Daerah Nomor 13 Tahun 2016 tentang Perangkat Daerah; 2) Keputusan Bupati Bojonegoro, Nomor: 188/461/KEP/412.013/2020, tentang Besaran Sewa Toko, Bedak, dan Los Pasar Kota Bojonegoro; 3) Peraturan Bupati Nomor 83 Tahun 2021 tentang Susunan Organisasi Tata Kerja (SOTK) Dinas Perdagangan, Koperasi, dan Usaha Mikro; 4) Peraturan Daerah Nomor 5 Tahun 2021 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Bojonegoro Tahun 2021-2041; dan 5) Peraturan Bupati Nomor 48 Tahun 2021 tentang Penataan dan Pemberdayaan Pasar Rakyat, Toko Swalayan, dan Pusat Perbelanjaan.

Selain legitimasi sebagai dasar hukum pelaksanaan kebijakan relokasi Pasar Kota, Pemerintah Kabupaten Bojonegoro juga perlu untuk memperhatikan aspek dukungan masyarakat. Dukungan masyarakat tersebut merupakan respon/ reaksi masyarakat terhadap adanya kebijakan relokasi Pasar Kota ke Pasar Wisata. Berdasarkan wawancara peneliti dengan beberapa masyarakat, peneliti dapat menyimpulkan bahwa mayoritas masyarakat menyambut antusias terhadap kebijakan relokasi Pasar Kota ke Pasar Wisata. Masyarakat menilai bahwa Pasar Kota kondisinya kumuh, kotor, bocor, listrik berantakan, pada intinya sudah tidak layak

ditempati. Sehingga masyarakat berpikir bahwa Pemerintah perlu untuk mengambil kebijakan, dan kebijakan relokasi pasar tersebut sudah dianggap tepat oleh masyarakat. Banyak masyarakat mengungkapkan bahwa mereka lebih senang jika berbelanja di tempat yang bersih, rapi, nyaman, dan aman. Hal tersebut sesuai dengan kondisi pasar yang baru yaitu Pasar Wisata. Pasar Wisata berlokasi di Jalan Kopral Kasan, Kelurahan Banjarejo. Pasar Wisata tentu akan menjadi pilihan masyarakat yang senang berbelanja di pasar dengan kondisi lingkungan yang nyaman.

Operational Capabilities (Kemampuan Operasional)

Kemampuan operasional yaitu kemampuan yang dimiliki suatu organisasi secara internal maupun eksternal yang diperlukan untuk produksinya. Peran penyelenggara publik tidak hanya sebagai pegawai pasif yang hanya membantu menangani birokrasi, namun juga sebagai partisipan aktif dalam pengelolaan aset secara cerdas untuk memberikan pelayanan publik yang berkualitas kepada masyarakat. Kemampuan operasional tersebut memberikan makna sebagai kemampuan untuk mengelola SDM, infrastruktur, dan sumber daya keuangan suatu organisasi. Dalam penelitian ini, kemampuan operasional akan dilihat sejauh mana suatu organisasi memiliki kemampuan dalam pengelolaan SDM, infrastruktur, dan keuangan.

Dalam hal ini, pelaksanaan kebijakan relokasi pasar yang dilakukan oleh Pemkab Bojonegoro menuai penolakan dari para pedagang Pasar Kota. Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan beberapa pedagang Pasar Kota, pada intinya peneliti menyimpulkan bahwa alasan para pedagang menolak untuk dipindah ke Pasar Wisata, karena para pedagang merasa memiliki bangunan pasar tersebut. Namun fakta yang ada, bangunan pasar tersebut dibangun di atas tanah Negara. Kepemilikan tanah Pasar Kota Bojonegoro merupakan milik negara yang dalam hal ini milik Pemerintah Kabupaten Bojonegoro. Barang milik negara adalah suatu kekayaan yang diperuntukkan sebagai hak seluruh rakyat dan pengelolaannya berada di bawah kewenangan negara, di mana negara mempunyai hak untuk memberikannya kepada beberapa orang menurut kebijaksanaannya. Tujuan pemerintah adalah untuk memerintah, yaitu pemerintah mempunyai hak untuk memerintah (Bloom & Reenen, 2013).

Berdasarkan akta notaris sewa beli Nomor 593 yang dibuat oleh Yatiman Hadi Soeparjo, pada tahun 1992 Pemkab Bojonegoro melakukan MoU/ kerja sama dengan PT. Alimdo Ampuh Abadi, dikarenakan pada waktu itu Pemkab Bojonegoro belum memiliki dana yang besar untuk membangun pasar. Lalu pada tahun 1994, PT. Alimdo Ampuh Abadi melakukan perjanjian kerja sama dengan para pedagang, yang intinya dalam akta sewa beli pasal 1 dan 2 tentang sewa menyewa, jadi para pedagang menyewa ke PT. Alimdo Ampuh Abadi dan harus membayar sewa selama 3 tahun (tahun 1994-1997). Lalu jika sampai tahun 1997 sudah lunas, pasar harus dikembalikan ke Pemkab Bojonegoro. Para pedagang menolak karena mereka berpikir sudah membayar angsuran sewa kepada PT. Alimdo Ampuh Abadi, padahal para pedagang tersebut tidak memiliki kekuatan hukum. Pada akhirnya ketika itu, pedagang tidak membayar sewa sampai tahun 1997 dan digugat oleh PT. Alimdo Ampuh Abadi.

Pemkab Bojonegoro sebagai *public service* mengambil kebijakan, akhirnya pasar diserahkan kembali ke Pemkab. Lalu, Pemkab Bojonegoro mengeluarkan surat ijin penggunaan toko yang tujuannya agar pedagang dapat terus berdagang. Pemkab Bojonegoro membentuk Perusahaan Daerah (PD) Pasar yang bertugas untuk mengelola pasar. Pedagang harus membayar Surat Ijin Penggunaan Tempat Usaha dengan masa 2 tahun dan harus memperbarui ketika masanya habis. Namun, pada tahun 2018 PD pasar dibubarkan oleh Pemkab dan pasar dikelola oleh Pemkab Bojonegoro lagi dengan menugaskan Dinas Perdagangan untuk mengelola pada tahun 2019. Di tahun 2019-2020, para pedagang masih belum membayar untuk perpanjangan sewa. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa para pedagang telah melakukan pelanggaran dalam hal sewa menyewa. Para pedagang menempati kios pasar hanya berdasarkan dasar akta notaris. Hingga pada akhirnya tahun 2021 para pedagang baru membayar melalui kebijakan yang dikeluarkan (SK Bupati).

Meskipun pada awalnya pedagang menolak kebijakan relokasi, namun sekitar satu tahun kemudian pedagang akhirnya perlahan beralih ke Pasar Wisata yang menjadi tempat tujuan relokasi. Berdasarkan wawancara dengan Kepala Dinas Perdagangan Kabupaten Bojonegoro, Pasar Wisata tersebut dibangun oleh Dinas Perumahan, Kawasan Pemukiman dan Cipta Karya. Pasar ini terletak di Jalan Kopral Kasan Kecamatan Bojonegoro, tepatnya berdampingan dengan pasar hewan yang telah dipindah di Kecamatan Balen. Berdiri di atas lahan seluas 1,5 ha dengan arsitektur kekinian, pasar wisata 2 lantai ini memiliki 206 toko dan 1.510 lapak los/bidak. Pasar Wisata didesain 2 lantai yang mana memiliki fasilitas lengkap dan diatur secara zonasi (*cluster*) jenis barang dagangan secara terkelompok, yang membedakan penataan barang dagangan basah di lantai 1 dan kering yang terpisah di lantai 2. Dilengkapi dengan fasilitas umum seperti mushola, toilet bersih di setiap lantai, ruang pendingin (*big freezer*) untuk menyimpan ikan dan daging, *loading dock*/ bongkar muat barang, lapak pedagang lesehan yang sangat higienis di atas meja keramik, dengan pintu keluar dan masuk teratur, yang dilengkapi *troy*/ keranjang bagi pembeli, serta parkir yang cukup luas.

Pasar Wisata tersebut merupakan bentuk komitmen Pemerintah Kabupaten Bojonegoro untuk meningkatkan perekonomian masyarakat. Mengusung konsep tradisional bernuansa modern, Pemkab Bojonegoro berharap masyarakat dapat menikmati kenyamanan berbelanja dengan fasilitas yang modern. Tidak hanya itu, pasar wisata ke depannya juga akan didukung dengan aplikasi pesan antar barang untuk memudahkan pembeli yang ingin berbelanja. Produk-produk unggulan UKM dan IKM kerajinan khas Bojonegoro diharapkan akan menjadi penambah daya tarik Pasar Wisata Bojonegoro. Rencana ke depan Pemkab Bojonegoro juga akan menyiapkan fasilitas-fasilitas penunjang lainnya seperti: akses jalan menuju pasar agar dilebarkan dan penyediaan tempat parkir yang lebih luas. Menurut penuturan Kepala Dinas Perdagangan, Pasar Wisata yang dibangun oleh Dinas Perumahan, Kawasan Pemukiman dan Cipta Karya tersebut, menghabiskan anggaran kurang lebih 75 M yang bersumber dari APBD Kabupaten Bojonegoro. Dengan anggaran yang sangat besar tersebut sudah selayaknya Pasar Wisata difungsikan sebagaimana mestinya untuk meningkatkan perekonomian masyarakat.

Substantively Valuable (Nilai Substansial)

Nilai substansial merupakan sesuatu yang pada hakikatnya bernilai (nilai publik). Penelitian ini mengacu pada manfaat yang diterima oleh pengguna atau kelompok sasaran, baik itu nilai di bidang ekonomi, politik, sosial dan budaya, pendidikan, dan ekologi.

Nilai Sosial Ekonomi

Berdasarkan penelitian oleh Aldinur Armi dkk terkait dampak sosial ekonomi kebijakan relokasi Pasar Dinoyo Malang menunjukkan perubahan langganan, yaitu bergantinya pembeli tetap (langganan) yang biasa membeli di satu pedagang tetapi setelah relokasi menjadi pembeli langganan ke pedagang lain. Dari hasil wawancara, peneliti tersebut mendapatkan data yang menyatakan tidak ada perubahan pembeli yang signifikan bagi pedagang setelah pasar direlokasi. Walaupun ada beberapa pedagang yang merasakan dampak perubahan pelanggan yaitu penurunan pelanggan, dampak ini hanya mengena ke sebagian kecil pedagang yang menurut pandangan peneliti adalah karena faktor tempat atau kios berjualan pedagang-pedagang tersebut terletak di bagian paling belakang PPS Merjosari. Jadi dapat dikatakan bahwa para pedagang juga tidak mengalami penurunan pendapatan karena minimnya pembeli walaupun ada sebagian pedagang yang merasakan pendapatannya turun. Para pedagang yang merasa pendapatannya berkurang hanya mencakup sebagian kecil saja sedangkan sebagian besar pedagang di PPS Merjosari tidak mengalami penurunan dan cenderung stabil dan bahkan banyak pedagang yang mengaku pendapatan mereka meningkat setelah pasar direlokasi. Relokasi ke PPS Merjosari bagi mayoritas pedagang dapat dianggap sebagai dampak ekonomi yang positif (Armi et al., 2016).

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Dwifany Yodina Putri (2019) terkait pengaruh relokasi Pasar Atas (Ateh) Bukittinggi terhadap dampak sosial ekonomi menunjukkan bahwa adanya perubahan langganan pembeli yang sangat tinggi, rata-rata pelanggan yang kembali hanya sekitar 1-10%; kerja sama antar pedagang di lokasi sebelum dan setelah relokasi tetap berjalan dengan baik; kondisi kebersihan yang sedikit menurun; dan kondisi keamanan yang sama-sama aman. Pedagang juga sulit memperoleh pembeli saat berada di Lokasi Penampungan Sementara. Hasil analisa rata-rata pendapatan pedagang di Lokasi Penampungan Sementara menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan sebelum dan sesudah dipindahkan mengalami penurunan (Putri, 2018).

Berdasarkan wawancara dengan beberapa pedagang Pasar Kota, mereka mengatakan bahwa pada awal relokasi terdapat penurunan pendapatan yang dihasilkan karena lokasi pasar yang berdekatan dengan Pasar Banjarejo, sehingga menjadi sepi pembeli dan bahkan para pedagang harus kehilangan pembeli yang sudah menjadi langganan. Adanya kebijakan relokasi pasar sedikit banyak memberikan perubahan terhadap langganan (pembeli tetap) pada awal relokasi. Namun menurut data terbaru yang diperoleh peneliti, menunjukkan bahwa para pedagang yang berjualan di Pasar Wisata turut merasakan manfaat yang diterima, selain fasilitas yang cukup lengkap, keuntungan/ pendapatan yang didapat pedagang naik hingga 50% dari sebelumnya, hal tersebut disebabkan karena Pasar Wisata yang

buka hingga 24 jam. Lalu, kondisi kebersihan dan keamanan yang jauh lebih bersih, rapi, nyaman, dan aman membuat para pedagang senang dan berterima kasih kepada Pemkab Bojonegoro, dan tentunya masyarakat pun sebagai pembeli juga akan merasa nyaman, aman, dan antusias untuk berbelanja di Pasar Wisata. Selain itu, faktor kerja sama antar pedagang sebelum dan sesudah relokasi juga tetap berjalan dengan baik.

Nilai Politik

Guna menyukseskan kebijakan relokasi Pasar Kota ke Pasar Wisata, Pemerintah Kabupaten Bojonegoro melalui Dinas Perdagangan, Koperasi, dan Usaha Mikro mengundang Paguyuban Pedagang Pasar Kota Bojonegoro untuk melakukan Rapat Koordinasi (Rakor) terkait pengelolaan pasar. Dalam rapat tersebut Dinas Perdagangan hanya melakukan dengar pendapat (*hearing*) dengan perwakilan Paguyuban Pedagang Pasar Kota Bojonegoro, karena memang tujuan dari rapat tersebut hanya untuk mendengarkan apa yang menjadi keinginan para pedagang dan untuk meluruskan perihal rencana relokasi dan uang sewa lapak di Pasar Kota Bojonegoro.

Langkah strategis yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Bojonegoro dalam implementasi kebijakan relokasi Pasar Kota Bojonegoro dapat dikatakan mengedepankan dialog yang intensif dan membangun komunikasi secara informal dengan pihak pedagang. Selain itu, berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Kepala Dinas Perdagangan, mengatakan bahwa sampai saat ini pun pedagang masih belum membayar sewa toko di Pasar Wisata kepada Pemkab Bojonegoro. Hal tersebut merupakan salah satu bentuk keringanan dan wujud kepedulian Pemkab Bojonegoro terhadap para pedagang dengan memberikan kesempatan kepada pedagang untuk menyesuaikan diri berdagang di Pasar Wisata. Kepala Dinas Perdagangan juga mengatakan bahwa nantinya pedagang hanya akan membayar sewa toko, bukan membeli. Sedangkan, pedagang yang hanya berjualan lesehan, mereka tidak perlu membayar sewa toko dan hanya membayar retribusi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Public value dari kebijakan relokasi Pasar Kota Bojonegoro ini dijabarkan menurut teori *public value* Mark Moore yang mana harus memenuhi tiga unsur berikut, seperti : *legitimacy and support* (legitimasi dan dukungan), *operational capabilities* (kemampuan operasional), dan *substantively valuable* (nilai substansial). Ketiga unsur ini memiliki peran penting dalam pembentukan *public value* (nilai publik) dari suatu kebijakan. Kebijakan publik dapat dianggap bernilai publik apabila memenuhi segitiga strategis *public value* (nilai publik). Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan relokasi Pasar Kota Bojonegoro sebagian besar telah memenuhi unsur dari nilai publik dalam segitiga strategis Mark Moore, misalnya: telah adanya beberapa legitimasi sebagai acuan dan dasar hukum dalam pelaksanaan kebijakan relokasi pasar dan adanya dukungan serta respon positif dari masyarakat; pengelolaan infrastruktur Pasar Wisata sebagai tujuan relokasi pasar dengan fasilitas pendukung yang memadai. Namun permasalahan yang terjadi pada awal pelaksanaan kebijakan relokasi pasar, para pedagang Pasar Kota menolak adanya kebijakan

tersebut, karena berpengaruh terhadap penurunan pendapatan mereka. Adanya kebijakan relokasi pasar sedikit banyak memberikan perubahan terhadap langganan (pembeli tetap) pada awal relokasi. Pemerintah Kabupaten Bojonegoro mengadakan dialog intensif dan membangun komunikasi secara informal dengan pihak pedagang. Seiring berjalannya waktu, pedagang mulai beralih ke Pasar Wisata dan turut merasakan manfaat yang diterima, selain fasilitas yang cukup lengkap, keuntungan/ pendapatan yang didapat pedagang naik hingga 50% dari sebelumnya. Kondisi kebersihan dan keamanan Pasar Wisata yang jauh lebih bersih, rapi, nyaman, dan aman membuat para pedagang senang dan berterima kasih kepada Pemkab Bojonegoro, masyarakat pun sebagai pembeli juga merasa nyaman, aman, dan antusias untuk berbelanja di Pasar Wisata. Jadi, peneliti menyimpulkan meskipun pedagang menolak di awal pelaksanaan kebijakan relokasi pasar, Pemkab Bojonegoro dapat mengembalikan nilai publik yang baik terhadap kebijakan yang dikeluarkan. Namun, Pemkab Bojonegoro tetap harus melakukan inovasi-inovasi terhadap Pasar Wisata agar dapat difungsikan sebagaimana mestinya untuk meningkatkan perekonomian masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal Ilmiah

- Aguayo Torrez, M. V. (2021). *BAB V Penutup*. 95–97.
- Alfarizi, M. A. (2018). Implementasi Kebijakan Publik Indonesia Terhadap Kebijakan Selektif Keimigrasian Berdasarkan UU Nomor 6 Tahun 2011. *Jurnal Ilmiah Kajian Keimigrasian*, 1(2), 169–178.
- Armi, A., Soeaidy, S., & Hayat, A. (2016). (Studi Kasus Relokasi Pasar Dinoyo Malang). *Jurnal Administrasi Publik*, 4(10), 1–6.
- Bloom, N., & Reenen, J. Van. (2013). BAB I Pendahuluan. *NBER Working Papers*, 89. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Bura, A. (2018). Kebijakan Relokasi Pedagang Kaki Lima Di Kota Manado Provinsi Sulawesi Utara. *TRANSFORMASI: Jurnal Manajemen Pemerintahan*, 1, 177–188. <https://doi.org/10.33701/jt.v10i2.530>
- Ningsih, R., & Megawati, S. (2022). Analisis Implementasi Kebijakan Relokasi Pedagang Pelataran Di Pasar Tradisional Semampir Kabupaten Probolinggo. *Publika*, 10(4), 1053–1064.
- Putri, D. Y. (2018). Pengaruh Relokasi Pasar Terhadap Sosial dan Ekonomi Pedagang di Pasar Atas Bukittinggi. *Jom Fisip*, 5(1), 3.
- Shofwan, M. (2020). Dampak Relokasi Terhadap Keberlanjutan Pasar Bobou Bajawa. *Jurnal Plano Buana*, 1(1), 35–38. <https://doi.org/10.36456/jpb.v1i1.2666>
- Susanti, D., & Wahyudi, A. (2018). Motif Kepala Sekolah dalam Penyelenggaraan Sekolah Inklusi Sdn Panjunan II Kalitidu Bojonegoro. *Core.Ac.Uk*, 6(1), 1–5.

<https://core.ac.uk/download/pdf/230702494.pdf>

Yulieth-Rafael, 2020. (2020). STUDI KEBIJAKAN PUBLIK: REVITALISASI PASAR KAJEN KABUPATEN PEKALONGAN. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.

Yusuf Sukman, J. (2017). PUBLIC VALUE (NILAI PUBLIK) DARI INOVASI LAYANAN PENGADUAN DARURAT COMMAND CENTER 112 KOTA SURABAYA Muhaimina. *Вестник Росздравнадзора*, 4, 9–15.

Media Online

Bojonegoro, Admin Bagian Protokol & Komunikasi Kabupaten. 2022. Pasar Wisata Hadir Sebagai Pasar Tradisional Bernuansa Modern. Diakses dari *Portal Resmi Bagian Protokol & Komunikasi Pimpinan Bojonegoro*. <https://baghumas.bojonegorokab.go.id/berita/baca/165> pada Senin 18 Desember 2023 pukul 13.29 WIB.

Redaksi Ekonomi. 2023. Pendapatan Pedagang Pasar Wisata Bojonegoro Meningkat. diakses dari portal <https://terasbojonegoro.com/2023/12/04/pendapatan-pedagang-pasar-wisata-bojonegoro-meningkat/> pada Selasa 19 Desember 2023 pukul 13.40 WIB.

Samian. 2023. Lasuri : Ada Regulasi yang Mengatur Pasar Kota Bojonegoro. diakses dari portal <https://suarabanyuurip.com/2023/01/30/lasuri-ada-regulasi-yang-mengatur-pasar-kota-bojonegoro/> pada Selasa 19 Desember 2023 pukul 11.00 WIB.