

Menakar Keberlanjutan Pasar Tiban: Persepsi Stakeholder, Analisis SWOT dan Kebijakan Hukum (Studi Kasus di Kota Pekalongan)

Shinta Dewi Rismawati¹, Irham Baihaqi T,² Silvia Milady Azkiya Thoha³, Sugesti Sri Linuwih,⁴ Yulianto Joko Sumbogo,⁵ Supomo Ari Sasongko⁶

^{1,2}Universitas Islam Negeri KH. Abdurahman Wahid Pekalongan

³Universitas Gadjah Mada

⁴Universitas Sebelas Maret

⁵Akademi Teknik Wacana Manunggal Semarang

⁶SMP Negeri 1 Kedungwuni Pekalongan

shinta.dewi.rismawati@uingusdur.ac.id¹, irhambaihaqi72@gmail.com², silviamldyat@gmail.com³, gestilinuwh@gmail.com⁴, yuliantoatwm@gmail.com⁵, supomosansongko63@guru.smp.belajar.id⁶

Abstract

This paper aims to map the public perception of the existence of pop up markets in driving the local economy and to explain the SWOT analysis of the prospects for the sustainability of pop up markets in Pekalongan City. The research used a qualitative approach by using primary data sources and secondary data sources. Primary data was obtained through in-depth interviews with stakeholders which were determined by purposive sampling and observation. Secondary data sources were obtained from library studies. The data obtained was then analysed using an interactive model. The findings show that the perception of stakeholders about the existence of the tiban market in driving the local economy is quite diverse although some assess it negatively, but most of the public thinks that the existence of the tiban market is considered positive. Meanwhile, from the SWOT analysis, the existence of pop up markets to drive the local economy in Pekalongan City is considered quite prospective with several requirements that must be met, including strengthening synergy and cooperation between stakeholders and providing adequate attributes and legal policies.

Keywords:

Pasar Tiban
Analisis SWOT
Kebijakan hukum

Abstrak

Tulisan ini bertujuan untuk memetakan tentang persepsi publik tentang keberadaan pasar tiban dalam menggerakkan ekonomi lokal dan untuk menjelaskan analisis SWOT tentang prospek keberlanjutan pasar tiban di Kota Pekalongan. Penelitian yang telah dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan sumber data primer maupun sumber data skunder. Data primer diperoleh dengan wawancara mendalam kepada stakeholder yang ditentukan secara purposive sampling serta observasi. Sumber data skunder diperoleh dari studi kepustakaan. Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis menggunakan model interaktif. Temuan menunjukkan bahwa persepsi stakeholder tentang keberadaan pasar tiban dalam menggerakkan perekonomian lokal cukup beragam meskipun ada yang menilai negatif, tetapi sebagian besar publik berpendapat bahwa keberadaan pasar tiban dinilai positif. Sedangkan dari analisis SWOT, maka keberadaan pasar tiban untuk menggerakkan perekonomian lokal di Kota Pekalongan dinilai cukup prospektif dengan beberapa persyaratan yang harus dipenuhi, antara lain penguatan sinergitas dan kerjasama antara stakeholder dan penyediaan atribut serta kebijakan hukum yang memadai.

Corresponding Author:

Shinta Dewi Rismawati
Ekonomi Syariah
Universitas Islam Negeri KH. Abdurahman Wahid Pekalongan
shinta.dewi.rismawati@uingusdur.ac.id

1. PENDAHULUAN

Fenomena ekonomi yang disebut pasar tiban atau sering disebut sebagai “Pasar Kaget” (Sari, et al., 2017) atau “*Pop Up Market*” (Boustani, 2021) telah berkembang di berbagai tempat, terutama di wilayah kota dan semi-kota di beberapa negara (Alexander et al., 2018). Pasar ini tidak permanen dan sering muncul secara spontan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi masyarakat lokal. Pasar tiban telah memainkan peran penting dalam konteks sosial-ekonomi (Jones et al., 2017). Dalam bidang ekonomi, maka pasar tiban diakui terbukti mampu meningkatkan pendapatan pedagang serta pendapatan asli daerah melalui pemasukan redistribusi. Dalam bidang sosial maka pasar tiban mampu meningkatkan ikatan social dan solidaritas yang kuat diantara komunitas pedagang. Rismawati dkk mengatakan bahwa modal sosial diantara pedagang pasar tiban selain menguatkan komunitasnya, menambah pendapatan dan juga mampu mengerakkan perekonomian lokal (Rismawati, 2010). Studi dari Humaira dkk menunjukkan bahwa Pasar tiban Puan Market yang berada di Bogor ternyata mampu membantu pengusaha Wanita dalam mengatasi hambatan untuk memperluas jaringan bisnis dan komunitas mereka (Humaira et al., 2021). Pasar tiban yang mereka selenggarakan selain berdampak pada meningkatkan jumlah pelanggan juga semakin memperkuat komunitasnya. Sedangkan

Namun demikian, keberadaan pasar tiban menghadapi berbagai tantangan, baik dari segi regulasi, tata kelola ruang, maupun perubahan pola konsumsi masyarakat (Loso, 2013). Banyak pasar tiban yang dianggap mengganggu ketertiban umum dan tidak memiliki izin resmi dari pemerintah daerah, sehingga sering kali menghadapi pembubaran atau relokasi (Aisyah & Pangaribuan, 2023). Selain itu, modernisasi pasar tradisional dan meningkatnya penggunaan platform e-commerce turut mempengaruhi daya saing pasar tiban di era digital (Sinha & Fung, 2018), termasuk pasar tiban yang berada di Kota Pekalongan yang memiliki sejarah cukup unik dan panjang (Trimamah & Mubarak, 2019). Dikatakan unik karena dalam pandangan gerakan sosial (Mujib & Abdullah, 2017), maka kelahiran pasar tiban di wilayah ini dapat dikatakan sebagai bentuk perlawanan pedagang eks Pasar Banjarsari terhadap kebijakan pemerintah kota yang pada saat itu tidak mampu memberikan fasilitas bagi mereka untuk berjualan. Mereka memilih lokasi berjualan sementara di depan Pabrik Rokok Sampurna yang memiliki banyak karyawan. Pasar tiban di wilayah ini sering diklaim sebagai cikal bakal munculnya pasar tiban yang berada di Kota Pekalongan. Sementara dikatakan memiliki sejarah panjang karena dimulai sejak tahun 2000 sampai sekarang. Selain itu kelahirannya juga diwarnai dengan aksi pro dan kontra yang melibatkan banyak pihak disertai aksi demo (Loso, 2013).

Pasar tiban merupakan inovasi dan kreatifitas masyarakat arus bawah untuk melawan keberadaan pasar modern (Rosenbaum et al., 2021), yang perlu dilindungi dan dibranding secara maksimal. Pasar tiban bisa dijadikan sarana strategis bagi pemerintah kota sebagai mesin penyumbang retribusi bagi pendapatan asli daerah, penggerak ekonomi masyarakat serta penyedia lapangan kerja. Berkaca dari pengelolaan pasar tiban sejenis di di luar negeri seperti di Malaysia (Ahmad et al., 2019; Nor Khomar Ishak et al., 2012), Afrika Selatan (Retief et al., 2022), Australia (Gurran et al., 2020) dan Amerika (Ding, 2019), ternyata keberadaan *pop up market* telah mengubah daerah sekitarnya menjadi kawasan yang memiliki nilai lebih baik dari aspek ekonomi, sosial dan budaya.

Eksistensi *pop up market* sesungguhnya juga tergantung dari persepsi dan dukungan positif dari banyak pihak terkait, oleh karena itu tulisan ini bertujuan untuk menganalisis persepsi stakeholder terhadap keberadaan pasar tiban, selanjutnya juga akan mengkaji prospek keberlangsungan keberadaannya melalui analisis SWOT serta kebijakan serta regulasi hukum seperti apa yang bisa mendukung pasar tiban secara berkelanjutan. Studi ini akan melengkapi studi tentang pasar tiban yang sebelumnya sudah ada. Novelty dari tulisan ini adalah ada upaya untuk memetakan persepsi stakeholder tentang keberadaan pasar tiban yang tersebar di Kota Pekalongan, sekaligus untuk memprediksi keberlanjutan pasar tiban tersebut dalam prespektif analisis SWOT serta merancang kebijakan hukum yang dapat menjadi payung hukum secara lebih memadai

2. METODE PENELITIAN

Untuk mengali data secara komprehensif maka penelitian dengan studi kasus yang bersifat deskriptif (Fadli, 2021) dilakukan. Lokasi riset dilakukan di beberapa tempat yang biasa dijadikan tempat untuk diselenggarakannya pasar tiban di Kota Pekalongan. Ada 8 (delapan) titik lokasi pasar

tiban yang menjadi tempat pengambilan data yang tersebar di 4 (empat) kecamatan. Data primer digali dari lapangan diperoleh dengan cara melakukan wawancara secara mendalam (Rachmawati, 2007) kepada beberapa informan yang ditetapkan terlebih dahulu dengan teknik *purposive sampling* serta observasi. Informan yang diwawancarai berjumlah 25 informan yang terdiri dari pedagang, pembeli, pengurus paguyuban pasar tiban, perwakilan masyarakat, pejabat di pemerintahan kelurahan dan pemerintah kota, serta anggota DPRD Kota Pekalongan. Sedangkan sumber data skunder yang digunakan bersumber dari bahan pustaka serta bahan literature lainnya yang relevan. Sumber data skunder ini dianalisis dengan *content analysis* (Mayring, 2022). Sedangkan, untuk mengecek validitas dan keabsahan data, maka teknik triangulasi, baik triangulasi sumber yang dijadikan informan maupun triangulasi metode dalam pengambilan data digunakan untuk mengali data. Terakhir, analisis dengan model interaktif, yang berpijak pada pengumpulan data, reduksi data dan simpulan (Fatoni, 2019), digunakan sebagai teknik analisis datanya.

3. PEMBAHASAN

a. Keberadaan Pasar Tiban Dalam Persepsi Stakeholder

Di Kota Pekalongan, pasar tiban menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sosial ekonomi masyarakat Kota Pekalongan. Karakteristik pasar tiban di Kota Pekalongan dapat dibilang cukup unik, yakni selalu berpindah tempat, digelar di waktu-waktu tertentu (hari tertentu, pagi, sore, malam), tempat berjualan tidak permanen dan pengelolaannya secara swakelola oleh warga atau instansi pemerintah dengan paguyuban pedagang pasar tiban (PARTI). Memasuki usia yang lebih dari 20 tahun, ternyata perkembangan pasar tiban cukup pesat, hal ini terbukti makin meluasnya titik-titik atau tempat-tempat yang menjadi pasar tiban. Kawasan yang menjadi titik digelar pasar tiban yang cukup iconic antara lain: Lapangan Mataram (minggu pagi-siang), Jl. Supriyadi Tegalrejo Tirto (senin sore-malam), Jalan Jawa (Kamis sore-malam), Kraton (Rabu sore-malam), Jalan Banyurip (Jumat pagi-siang) dll. Di tahun 2024, dibandingkan dengan jumlah total pedagang di Kota Pekalongan, maka jumlah pedagang pasar tiban berkisar 10% saja atau kurang lebih mencapai 623 pedagang dari total jumlah 6297 orang pedagang di Kota Pekalongan (BPS, 2024) yang tersebar di berbagai lokasi pasar tradisional.

Gesalt mengatakan seseorang memiliki kecenderungan untuk mengorganisasi semua informasi visual dan sensorik yang diterimanya sehingga membentuk gambar yang lebih jelas (Shafarruddin, 2013). Cara seseorang melihat suatu komunitas atau entitas sangat dipengaruhi oleh cara mereka melihat semua dinamika dan interaksi yang terjadi di dalamnya untuk kemudian mengevaluasinya inilah yang disebut dengan persepsi (Hakim et al., 2021). Persepsi memiliki peran sangat penting bagi pemangku kepentingan dalam sebuah organisasi atau komunitas untuk membentuk keputusan dan tindakan mereka. Realitas objektif bukan satu-satunya sumber persepsi ini; pendapat setiap individu atau kelompok tentang keadaan juga berpengaruh (Hakim et al., 2021).

Persepsi stakeholder sangat penting untuk keberlangsungan suatu komunitas atau entitas. Persepsi tersebut dapat memengaruhi pengambilan keputusan, kerja sama, dan keberhasilan jangka panjang (Aras Kembang et al., 2017). Oleh karena itu, pengelola komunitas atau entitas harus mampu mengelola persepsi stakeholder dengan baik melalui komunikasi yang efektif, mengelola risiko, dan menciptakan lingkungan yang mendukung keberlangsungan. Kelangsungan hidup suatu perusahaan bergantung pada dukungan pihak berwenang, oleh karena itu dukungan stakeholder menjadi penting (Sentanu et al., 2023). Stakeholder sering dimaknai sebagai kelompok atau individu yang memiliki kemampuan untuk mempengaruhi atau terkena dampak oleh hasil tujuan perusahaan (Pujiriyani, 2014). Pemangku kepentingan adalah pihak atau kelompok yang berkepentingan dengan perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung (Permatasari, 2023). Pihak atau kelompok ini dipengaruhi dan/atau dipengaruhi oleh perusahaan. Viera Valencia & Garcia Giraldo mengatakan pemilik saham, kreditur, karyawan, pelanggan, pemasok, kelompok kepentingan umum, dan lembaga pemerintah adalah stakeholder yang sebenarnya. Tugas perusahaan adalah mencari dukungan tersebut (Viera Valencia & Garcia Giraldo, 2019).

Dalam konteks pasar tiban di Kota Pekalongan, maka dapat diidentifikasi stakeholder yang terlibat didalamnya antara lain konsumen, pedagang pasar tiban, paguyuban pedagang pasar tiban (PARTI), Pemerintah Kota, Pemerintah Kelurahan, DPRD dan Tenaga Supporting (jasa parkir, kebersihan, keamanan). Temuan di lapangan, maka persepsi stakeholder terhadap keberadaan pasar tiban dapat dikategorikan menjadi dua yakni persepsi dari stakeholder yang bersifat positif sekaligus bersifat negatif.

Tabel 1. Pemetaan Persepsi Publik

No	Pihak yang berkepentingan	Kecenderungan bersifat positif-mendukung (pro)	Kecenderungan bersifat negative-tidak mendukung
----	---------------------------	--	---

	(stakeholder)		(kontra)
1	Konsumen	<ul style="list-style-type: none"> a. Mendekatkan akses konsumen untuk berbelanja kebutuhan keluarga b. Pasar tiban bisa dijadikan alternatif bagi keluarga untuk refreshing secara mudah dan murah c. Menjadi media bagi warga masyarakat untuk bersosialisasi dan bersilahturahmi d. Sebagai sarana untuk berolahraga sehat (jalan kaki) e. Menikmati aneka kuliner yang viral (kekinian) dan kuliner di masa dulu (jajanan jaman dulu) 	<ul style="list-style-type: none"> a. Keberadaan pasar tiban dinilai sebagai pemicu kemacetan lalu lintas publik b. Pasar tiban yang ramai pengunjung dan pedagang dirasakan menjadikan pusat keramaian sehingga menimbulkan suara bising yang mengganggu c. Pasar tiban memicu perilaku masyarakat untuk konsumtif dan berbelanja d. Pasar tiban berkontribusi menambah jumlah volume sampah secara signifikan
2	Pedagang dan penjual pasar tiban	<ul style="list-style-type: none"> a. Tempat mencari nafkah bagi keluarga b. Lahan untuk mendapatkan penghasilan tambahan bagi keluarga c. Side job yang bisa menghasilkan uang d. Peluang untuk menambah jumlah konsumen dan pelanggan e. Lahan mencari pekerjaan sektor informal 	<ul style="list-style-type: none"> a. Semakin ramai pasar tiban, maka berpotensi mendapatkan kompetitor baru dari sesama pedagang, sehingga peluang untuk mendapatkan profit menjadi makin sulit/persaingan dagang semakin ketat b. Maraknya pasar tiban di beberapa lokasi berpotensi besar jadwal yang bersamaan, sehingga konsumen juga semakin sedikit karena terpecah-pecah
3	Assosiasi Pedagang Pasar Tiban (PARTI)	<ul style="list-style-type: none"> a. Menambah lahan serta lapangan kerja informal yang cukup menjanjikan b. Meningkatkan pendapatan dan penghasilan bagi pedagang pasar tiban c. Meningkatkan solidaritas hubungan, kebersamaan, dan ikatan di antara mereka d. Menyediakan sumber pendapatan daerah bagi pemkot dan pihak kelurahan yang menyelenggarakan pasar tiban dari retribusi e. Media yang memberikan sarana rekreasi dan wisata belanja alternatif bagi warga dan pemkot 	<ul style="list-style-type: none"> a. Makin banyaknya pungutan serta iuran untuk mendukung penyelenggaraan pasar tiban b. Retribusi yang harus dibayarkan oleh pedagang pasar tiban makin bertambah
4	Instansi Pemerintah Kota Pekalongan	<ul style="list-style-type: none"> a. Sumber penghasilan utama serta tambahan bagi pedagang serta pihak-pihak yang menjadi tim supporting penyelenggaraan pasar tiban b. Sarana penyediaan lapangan kerja informal bagi masyarakat sekitar 	<ul style="list-style-type: none"> a. Penyebab kemacetan lalu lintas di daerah sekitar yang menjadi lokasi pasar tiban, b. Potensi memicu gangguan kenyamanan, kebersihan dan ketertiban umum c. Potensi terjadinya pengurangan dan kerusakan

		<ul style="list-style-type: none"> c. Sarana dan media wisata dan rekreasi bagi masyarakat secara mudah dan terjangkau d. Icon baru tempat wisata belanja alternatif bagi masyarakat e. Retribusi pasar tiban menjadi sumber alternatif penyumbang pendapatan asli daerah (PAD) bagi pemerintah Kota Pekalongan 	<ul style="list-style-type: none"> ruang terbuka hijau bagi public menjadi meningkat d. Fasilitas umum menjadi rusak e. Jumlah sampah dampak dari penyelenggaraan pasar tiban menjadi meningkat
5	Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kota Pekalongan	<ul style="list-style-type: none"> a. Lahan untuk menciptakan lapangan pekerjaan di sektor informal bagi masyarakat b. Sarana bagi pedagang untuk menambah pendapatan dan penghasilan c. Menumbuhkan kewirausahaan bagi masyarakat untuk mendukung roda perekonomian berbasis potensi lokal d. Sarana untuk hiburan, wisata dan rekreasi bagi masyarakat e. Media untuk meningkatkan PAD pemerintah daerah 	<ul style="list-style-type: none"> a. Eksistensi Pasar tiban tidak ada payung hukumnya, sehingga terkesan liar dan ilegal b. Pembiaran pasar tiban yang tidak dikelola dengan baik berpotensi menciptakan keruwetan, ketidakteraturan dan mengganggu ketertiban
6	Kelompok Supporting penyelenggaraan pasar tiban (tenaga jasa penyedia parkir, kebersihan, serta keamanan)	<ul style="list-style-type: none"> a. Sarana untuk mendapatkan penghasilan pokok serta tambahan bagi keluarga b. Lahan yang menyediakan lapangan pekerjaan sampingan 	<ul style="list-style-type: none"> a. meningkatnya persaingan dan kompetisi diantara tenaga supporting b. Adanya pungutan dan iuran yang dibayarkan menjadi bertambah

Data tabel 1.1 menunjukkan bahwa publik yang memberikan pandangannya terhadap keberadaan pasar tiban cukup beragam, yakni mulai dari masyarakat yang menjadi konsumen, pedagang pasar tiban, asosiasi pedagang pasar tiban, instansi pemerintah, DPRD dan tenaga supporting lainnya. Jika melihat sebaran persepsi public maka terlihat bahwa mayoritas publik menerima keberadaan pasar tiban karena memberikan penilaian positif sebanyak 37 indikator, sedangkan public yang memberikan penilaian negatif sebanyak 17 indikator. Beberapa indikator penilaian positif terhadap keberadaan pasar tiban publik lebih didasarkan pada beberapa aspek sebagai berikut: kemudahan akses bagi masyarakat untuk berbelanja, menyediakan lapangan pekerjaan, sumber penghasilan untuk keluarga, sarana untuk menggerakkan roda perekonomian masyarakat, adanya dukungan dari pemerintah, kontribusi ekonomi dan pendapatan bagi pemerintah daerah, sebagai daya tarik wisata serta meningkatkan interaksi dan ikatan sosial. Sedangkan penilaian negatif didasarkan pada aspek sebagai berikut: masalah ketidaktertiban umum, kenyamanan dan kebersihan lingkungan (sampah), banyaknya iuran, pungutan dan retribusi serta meningkatnya persaingan.

Dari hasil analisis, jumlah indikator positif (37) jauh lebih banyak dibandingkan dengan indikator negatif (17). Hal ini menunjukkan bahwa secara umum, masyarakat Pekalongan cenderung menerima keberadaan pasar tiban. Meskipun terdapat berbagai tantangan, manfaat ekonomi dan sosial yang diberikan oleh pasar tiban lebih dominan dalam membentuk persepsi positif masyarakat. Temuan ini makin menegaskan bahwa keberadaan pasar tiban berdampak positif terutama dikaitkan dengan adanya peningkatan pendapatan pedagang (Rosenbaum et al., 2021) dan sekaligus menggerakkan roda perekonomian masyarakat (Klein et al., 2021), serta menjadi tempat wisata belanja bagi masyarakat maupun wisatawan (Gurran et al., 2020).

a. Analisis SWOT Keberlanjutan Pasar Tiban Untuk Mendukung Ekonomi Lokal

Analisis SWOT merupakan suatu alat strategis yang digunakan untuk mengevaluasi dan memahami berbagai faktor yang mempengaruhi suatu organisasi atau entitas, baik dari dalam maupun

luar(Affandy, 2022). Analisis SWOT sendiri merujuk pada empat elemen utama yang menjadi dasar analisis ini, yaitu *Strengths* (Kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman). Melalui pendekatan ini, sebuah organisasi atau inisiatif dapat mengidentifikasi dan memanfaatkan kekuatan yang dimilikinya, memperbaiki kelemahan, mengeksplorasi peluang yang ada, serta mengantisipasi atau memitigasi ancaman yang dapat mempengaruhi kelangsungan operasionalnya(Alfiani, 2021).

Dalam konteks penelitian mengenai keberadaan Pasar Tiban di Kota Pekalongan, analisis SWOT menjadi sangat relevan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mendukung atau menghambat keberlanjutan pasar ini. Pasar Tiban, yang dalam beberapa hal mungkin merupakan sebuah fenomena unik di kota ini, memerlukan kajian mendalam untuk memastikan apakah pasar tersebut dapat berkembang dan bertahan dalam jangka panjang. Dengan menggunakan analisis SWOT, keberadaan Pasar Tiban di Kota Pekalongan dapat diprediksi dengan lebih baik, baik dalam hal potensi keberlanjutan maupun tantangan yang mungkin dihadapi. Analisis ini tidak hanya memberikan gambaran mengenai posisi pasar saat ini, tetapi juga memungkinkan penyusunan strategi yang matang untuk menghadapi masa depan. Seiring berkembangnya dinamika ekonomi dan sosial, pasar Tiban harus mampu beradaptasi, dan dengan dukungan analisis SWOT, dapat terus berkembang menjadi salah satu pusat ekonomi yang penting dan berkelanjutan di Kota Pekalongan(Mukhlisin & Hidayat Pasaribu, 2020).

Tabel 2. Pemetaan Analisis SWOT

Kekuatan	Kelemahan	Peluang	Ancaman
1. Sumber penghasilan masyarakat	1. Menjadi titik kemacetan dan keruwetan bagi lalu lintas	1. Media untuk meningkatkan retribusi dan PAD Kota Pekalongan	1. Maraknya penyelenggaraan pasar tiban di tempat-tempat baru
2. Mampu menciptakan lapangan kerja alternatif	2. Berpeluang menambah sampah	2. Mendorong tumbuhnya potensi ekonomi kreatif masyarakat	2. Banyak dibangunnya mall, supermarket serta pusat-pusat perbelanjaan di wilayah Kota Pekalongan
3. Sarana hiburan masyarakat	3. Sarana prasarana baik yang utama maupun pendukung belum tertata secara baik	3. Menciptakan lapangan kerja informal	3. Ada kejenuhan masyarakat terhadap pasar tiban
4. Pasar tiban di Kota Pekalongan sudah dikenal luas	4. Kurangnya sinergitas dan kerjasama antara stakeholder terkait	4. Magnet Destinasi wisata belanja yang menarik	4. Banyaknya bisnis online dan marketplace yang menjanjikan kemudahan serta aneka produk dan jasa
5. Potensi mengerakkan roda perekonomian kreatif masyarakat lokal	5. Rawan memunculkan kriminalitas dan pengemis	5. Kuatnya solidaritas, koneksitas dan intensitas interaksi dan komunikasi sosial yang erat diantara pedagang pasar tiban	5. Keterbatasan Waktu dan tempat (pagi/malam saja), cuaca/musim (penghujan) dan jalan/lapangan/gang yang dijadikan lahan pasar tiban
6. Ada solidaritas dan modal sosial yang dimiliki Pedagang yang tergabung dalam PARTI	6. Menimbulkan ketidakteraturan dan ketidaknyaman bagi masyarakat	6. Banyak lokasi pasar tiban yang tersebar di tempat yang lebih representative	
7. Ada wadah bagi pedagang pasar tiban melalui PARTI	7. Ketiadaan payung hukum untuk memberikan perlindungan hukum bagi pedagang pasar tiban dan entitas pasar tiban tersebut	7. Ada Kerjasama dan koordinasi antara pedagang, PARTI dan	
8. Icon wisata belanja rakyat	8. Berpotensi mengurangi dan merusak ruang terbuka hijau		
9. Mendapat dukungan dari masyarakat dan pemerintah desa			
10. Sudah ada upaya untuk mengatur keberadaan pasar tiban menjadi lebih tertib dan nyaman			
11. Penyumpang retribusi dan PAD Pemerintah Kota Pekalongan			
12. Ada jalinan kerjasama dan			

koordinasi antara pedagang PARTI dan lainnya	9.	Berpotensi mengurangi merusak fasilitas umum dan ruang publik	intansi terkait
--	----	---	-----------------

Data tabel 2 diatas, menunjukkan bahwa dari pemetaan Analisis SWOT tentang prospek pasar tiban menunjukkan sebaran indicator yang cukup beragam, aspek kekuatan mencapai 12 point, kelemahan cukup beragam yakni mencapai 9 point, peluang untuk mendukung keberlanjutan ada 7 point dan ancamannya ada 5 point. Sebaran analisis tersebut menunjukkan kekuatan dan peluang cukup besar pointnya yakni mencapai 19 point dibandingkan dengan kelemahan dan ancaman yang mencapai 14 point. Berdasarkan hasil analisis SWOT yang telah dilakukan terhadap keberadaan Pasar Tiban di Kota Pekalongan, dapat disimpulkan bahwa pasar ini memiliki berbagai kekuatan dan peluang yang dapat mendukung keberlanjutannya, namun juga menghadapi sejumlah kelemahan dan ancaman yang perlu diatasi. Berikut adalah kesimpulan mendalam yang merangkum temuan utama dalam analisis ini:

Dari aspek kekuatan (*Strengths*), maka keberadaan pasar tiban antara lain dinilai memiliki peran ekonomi yang cukup signifikan bagi masyarakat dan pemerintah daerah, Keberadaan PARTI yang dilandasi rasa solidaritas dan kerjasama antar pedagang yang kuat dan adanya dukungan masyarakat dan Pemerintah. Dari aspek kelemahan (*Weaknesses*), ternyata berfokus pada persoalan dukungan infrastruktur yang belum memadai, persoalan estetika, kesehatan dan kebersihan lingkungan, kurangnya perlindungan hukum bagi keberadaan pasar tiban dan masalah sosial serta keamanan yang masih rentan. Dari aspek peluang (*Opportunities*), maka pasar tiban masih memiliki peluang sebagai motor pertumbuhan ekonomi dan potensi wisata lokal yang bisa dikembangkan, perlunya perluasan dan penyebaran pasar ditempat-tempat yang lebih strategis dan representatif serta adanya kerjasama dan koordinasi antara antara pedagang, PARTI, dan pihak terkait lainnya untuk masalah pengelolaan pasar maupun dalam hal promosi dan pemasaran. Sedangkan aspek Ancaman (*Threats*), ditunjukkan dengan makin kompetitifnya dengan penyelenggara pasar tiban di tempat lain, serta berkompetisi dengan pasar modern serta online, selain itu adanya kekuatiran tentang penurunan minat masyarakat terkait dengan keterbatasan waktu dan tempat/ ruang selain itu juga potensi menimbulkan masalah lingkungan.

Dengan menggunakan analisis SWOT, keberadaan Pasar Tiban di Kota Pekalongan dapat diprediksi dengan lebih baik, baik dalam hal potensi keberlanjutan maupun tantangan yang mungkin dihadapi. Analisis ini tidak hanya memberikan gambaran mengenai posisi pasar saat ini, tetapi juga memungkinkan penyusunan strategi yang matang untuk menghadapi masa depan. Seiring berkembangnya dinamika ekonomi dan sosial, pasar Tiban harus mampu beradaptasi, dan dengan dukungan analisis SWOT, dapat terus berkembang menjadi salah satu pusat ekonomi yang penting dan berkelanjutan di Kota Pekalongan(Mukhlisin & Hidayat Pasaribu, 2020).

b. Merancang Kebijakan Hukum Responsif Yang Melindungi Keberadaan Pasar Tiban Berkelanjutan

Keberadaan pasar tiban secara empiris telah terbukti memberikan kontribusi yang cukup signifikan baik di ranah mikro maupun makro dalam mengerakkan perekonomian lokal. Oleh karena itu tidaklah berlebihan apabila pemerintah Kota Pekalongan perlu merancang kebijakan dan regulasi hukum sebagai payung hukumnya. Keberadaan payung hukum ini penting untuk dapat memberikan legalitas dan perlindungan hukum bagi keberadaan dan pengelolaan pasar tiban. Kehadiran regulasi dan kebijakan hukum yang pro terhadap eksistensi pasar tiban secara berkelanjutan merupakan Langkah strategis untuk mengerakkan roda perekonomian berbasis potensi lokal. Oleh karena itu, upaya untuk melakukan advokasi kebijakan menjadi agenda strategis untuk segera dilakukan.

Tujuan kegiatan advokasi kebijakan ini adalah untuk mensupport penguatan kelembagaan dan pranata hukum bagi pengelolaan pasar tiban berkelanjutan(Ardhian et al., 2016a). Hal ini perlu dilakukan menginggat regulasi serta kebijakan sebagai landasan hukum yang memberikan jaminan keberadaan pasar tiban ternyata belum diatur secara formil. Di Kota Pekalongan terdapat Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 2023 tentang Pengelolaan Pasar Rakyat. Dengan adanya Perda Pengelolaan Pasar rakyat ini, maka peraturan daerah tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional yang diatur dalam Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2012 dinyatakan tidak berlaku lagi. Akan tetapi, jika ditelusuri lebih lanjut, kedua peraturan daerah tersebut ternyata tidak secara tegas mengatur tentang pasar tiban. Kondisi ini tentunya dapat mengancam keberadaan pasar tiban di masa mendatang. Oleh karena itu partisipasi pihak-pihak yang terkait keberadaan pasar tiban menjadi penting untuk menginisiasi, merancang serta mengeksekusi kebijakan yang pro pasar tiban(Ardhian et al., 2016b, 2016a).

Dampak ketiadaan kebijakan dan regulasi hukum yang mengatur tentang pasar tidak antara lain adalah adanya ketidakpastian hukum yang dapat memicu keberadaan pasar tiban menjadi rentan terhadap pengusuran secara sewenang-wenang (Andreasmi & Utomo, 2018), potensi terjadinya eksploitasi dan pungutan liar kepada komunitas pedagang maupun pembeli, menurunnya kesejahteraan pedagang, hilangnya pendapatan yang potensial bagi pedagang serta PAD bagi pemerintah kota (Asih & Syarifudin, 2020; Moenek & Santoso, 2019).

Menimbang bahwa belum ada kebijakan dan regulasi hukum responsif yang secara khusus yang memberikan perlindungan hukum maka desain peraturan daerah yang perlu dibuat, paling tidak mampu mengakomodir nilai-nilai dasar sebagai berikut: pertama, memberikan perlindungan hukum terhadap keberadaan pasar tiban sebagai bagian dari ekonomi rakyat; kedua, menjamin hak-hak komunitas pedagang pasar tiban agar dapat berdagang secara aman dan berkelanjutan; ketiga, mengatur hubungan antara pedagang, pemerintah, dan masyarakat untuk menciptakan harmoni dan keseimbangan; dan keempat, mengembangkan kebijakan yang mendukung pertumbuhan ekonomi berbasis usaha mikro dan kecil melalui pasar tiban (Sudi Fahmi et al., 2021).

Selain itu kebijakan dan regulasi hukum yang responsif perlu menekankan prinsip-prinsip sebagai berikut (Kemendagri, 2015; Kementerian Perdagangan RI, 2018):

- a. Pengakuan hukum: pasar tiban perlu diakui dalam kerangka hukum nasional dan daerah agar mendapat perlindungan serta kejelasan regulasi.
- b. Hak pedagang: hak-hak pedagang, termasuk keamanan, akses fasilitas dasar, dan keadilan dalam persaingan, harus dijamin.
- c. Partisipasi masyarakat: proses perumusan kebijakan harus melibatkan komunitas pedagang dan masyarakat sekitar untuk memahami kebutuhan dan aspirasi mereka.
- d. Pembangunan infrastruktur: penyediaan infrastruktur dasar seperti sanitasi, listrik, dan tempat berdagang yang layak untuk mendukung aktivitas pasar tiban.
- e. Sistem perizinan sederhana: kebijakan harus menciptakan sistem perizinan yang sederhana, murah, dan transparan.
- f. Perlindungan sosial: menyediakan program perlindungan sosial bagi pedagang, termasuk asuransi kesehatan dan akses ke layanan keuangan.
- g. Pengawasan dan penegakan hukum: mengembangkan sistem pengawasan yang efektif dan penegakan hukum yang adil untuk mencegah praktik pungutan liar dan tindakan diskriminatif.
- h. Pemberdayaan ekonomi: mendorong pelatihan, pendampingan, dan akses modal bagi pedagang untuk meningkatkan daya saing dan kesejahteraan mereka.

Kebijakan hukum yang dirancang dengan memperhatikan aspek-aspek di atas akan memastikan bahwa pasar tiban di Kota Pekalongan dapat terus berkembang dan memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian baik di level mikro maupun makro, sekaligus melindungi hak-hak komunitas pedagang dan masyarakat secara umum, karena mengedepankan keadilan, kemanfaatan serta kepastian hukum.

13. KESIMPULAN

4.1 KESIMPULAN

1. Identifikasi persepsi stakeholder yang didasarkan pada sudut pandang serta kepentingan yang bersifat personal dan subjektif, hasilnya cukup beragam. Meskipun ada stakeholder yang memberikan persepsi yang negatif terhadap keberadaan pasar tiban, akan tetapi persepsi stakeholder yang bersifat positif inilah yang ternyata menjadi motor utama yang dapat mendukung eksistensi pasar tiban hingga saat ini.
2. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa, eksistensi pasar tiban di Kota Pekalongan memiliki prospek yang cukup baik sebagai motor penggerak roda perekonomian lokal jika mempertimbangkan pada aspek kekuatan serta peluang menunjukkan indikator pendukung yang lebih banyak dibandingkan dengan aspek yang menjadi kelemahan dan ancamannya
3. Untuk mendukung keberadaan pasar tiban secara berkelanjutan maka diperlukan kebijakan hukum yang responsive yang mampu memberikan perlindungan hukum secara paripurna kepada pedagang dan juga masyarakat luas

4.2 REKOMENDASI

1. Pemerintah kota bersama DPRD Kota Pekalongan perlu membuat regulasi yang lebih jelas, agar pasar tiban tetap kondusif, pemerintah harus menetapkan aturan yang jelas sebagai payung hukumnya

2. Perlu adanya peningkatan infrastruktur yang memadai serta memenuhi standart pelayanan minimal, hal ini penting dilakukan dalam rangka untuk meminimalisir dampak negatif keberadaan pasar tiban, yakni dengan menyediakan fasilitas umum seperti tempat sampah, toilet, dan area parkir.
3. Pemberdayaan dan pendampingan bagi para pedagang, yakni dengan memberikan instruksi kepada pedagang pasar tiban tentang kebersihan, layanan pelanggan, dan pemasaran yang jujur dan adil.
4. Perlu meningkatkan sinergitas serta koordinasi dengan pihak-pihak terkait baik pemerintah (daerah maupun keluarhan), lembaga serta instansi terkait serta assosiasi pedagang pasar tiban secara berkelanjutan
5. Perlu adanya kegiatan monitoring dan evaluasi berkala. Hal ini perlu dilakukan secara berkala untuk menilai dampak pasar tiban secara lebih komprehensif

REFERENSI

- Affandy, S. (2022). Impementasi Analisis SWOT (Strenght, Weakness, Opportunity, Threat) pada Organisasi Dakwah. *INTELEKSIA - Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah*. <https://doi.org/10.55372/inteleksiapjd.v4i1.241>
- Ahmad, A., Weng, P. K., Aziz, K. A., Din, N. A. N., & Hasbullah, N. A. (2019). The dynamism of the night market environment at Bandar Baru Kuala Selangor. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*.
- Aisyah, D., & Pangaribuan, M. C. (2023). IMPLEMENTASI KEBIJAKAN RELOKASI PASAR TRADISIONAL DELI TUA KABUPATEN DELI SERDANG. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*. <https://doi.org/10.54314/jssr.v6i1.1180>
- Alexander, B., Nobbs, K., & Varley, R. (2018). The growing permanence of pop-up outlets within the international location strategies of fashion retailers. *International Journal of Retail and Distribution Management*. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-09-2017-0217>
- Alfiani. (2021). Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing pada Objek Wisata Air Terjun Pengantin Dusun Besek, Desa Hargomulyo Kabupaten Ngawi. In *Institut Agama Islam Negeri Ponorogo*.
- Andreasm, S., & Utomo, B. (2018). RESISTENSI PEDAGANG TERHADAP RELOKASI PASAR TRADISIONAL DI KELURAHAN MARIANA KECAMATAN BANYUASIN 1 KABUPATEN BANYUASIN. *JURNAL SWARNABHUMI: Jurnal Geografi Dan Pembelajaran Geografi*. <https://doi.org/10.31851/swarnabhumi.v3i2.2604>
- Aras Kembang, N. P., Ardika, I. W., & Urmila Dewi, M. H. (2017). PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP INOVASI PRODUK “UTAMA SPICE NATURAL AROMATERAPI.” *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2017.v03.i02.p08>
- Ardhian, D., Adiwibowo, S., & Sri Wahyuni, E. (2016a). NGO’s Roles and Strategies in the Environmental Politic Arena. *Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan*.
- Ardhian, D., Adiwibowo, S., & Sri Wahyuni, E. (2016b). PERAN DAN STRATEGI ORGANISASI NON PEMERINTAH DALAM ARENA POLITIK LINGKUNGAN HIDUP. *Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan*. <https://doi.org/10.22500/sodality.v4i3.14429>
- Asih, E. M., & Syarifudin, A. (2020). Analisis Kontribusi dan Trend Penerimaan Retribusi Pasar di Kabupaten Kebumen Tahun 2008-2017. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i1.438>
- Boustani, G. (2021). Defining Pop-up Stores. *Journal of Business & Retail Management Research*. <https://doi.org/10.24052/jbrmr/v16i501/art-01>
- Ding, E. (2019). Sunday market, Tiretti Bazaar. In *Virginia Quarterly Review*.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *HUMANIKA*. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Fatoni. (2019). Model Analisis Interaktif Miles and Huberman. *Universitas Bina Darma*.
- Gurran, N., Zhang, Y., & Shrestha, P. (2020). ‘Pop-up’ tourism or ‘invasion’? Airbnb in coastal Australia. *Annals of Tourism Research*. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.102845>
- Hakim, F. B., Yunita, P. E., Supriyadi, D., Isbaya, I., & Ramly, A. T. (2021). Persepsi, Pengambilan Keputusan, Konsep diri dan Value. *Diversity: Jurnal Ilmiah Pascasarjana*. <https://doi.org/10.32832/djip-uika.v1i3.3972>
- Humaira, R. N., Fahmi, I., & Indrawan, D. (2021). Puan: Pop-up Market for Women-Owned Small Business. *Proceedings of the Business Innovation and Engineering Conference 2020 (BIEC 2020)*. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210727.029>
- Jones, P., Comfort, D., & Hillier, D. (2017). A commentary on pop up shops in the UK. *Property*

- Management*. <https://doi.org/10.1108/PM-10-2016-0055>
- Kemendagri. (2015). Laporan Akhir Analisis Arah Pengembangan Pasar Rakyat. *Pusat Kebijakan Perdagangan Dalam Negeri*.
- Kementerian Perdagangan RI. (2018). Laporan Akhir Analisis Arah Pengembangan Pasar Rakyat. *Pusat Kebijakan Perdagangan Dalam Negeri*.
- Klein, M., Cox, B., Tuck, K., Baker, T., Jones, R., & Schloffel-Armstrong, S. (2021). Pop-up publics: Temporary publicness at the Auckland Night Markets. *New Zealand Geographer*. <https://doi.org/10.1111/nzg.12298>
- Loso. (2013). Strategi pengelolaan pasar tiban (studi kasus di kota pekalongan). *Jurnal Pena Unik*.
- Mayring, P. A. E. (2022). Qualitative content analysis. In *International Encyclopedia of Education: Fourth Edition*. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-818630-5.11031-0>
- Moenek, R., & Santoso, E. B. (2019). STRATEGI PENINGKATAN PENDAPATAN ASLI DAERAH DARI RETRIBUSI PASAR DI KABUPATEN SUKOHARJO. *Jurnal Ilmu Pemerintahan Widya Praja*. <https://doi.org/10.33701/jipwp.v45i2.806>
- Mujib, I., & Abdullah, I. (2017). Kuasa Pasar Dalam Pembentukan Identitas Aceh: Renegosiasi Identitas Lokal dalam Praktik Komersialisasi dan Konsumerisme Pasca Konflik dan Tsunami di Banda Aceh. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*. <https://doi.org/10.22146/jps.v2i2.30016>
- Mukhlisin, A., & Hidayat Pasaribu, M. (2020). Analisis Swot dalam Membuat Keputusan dan Mengambil Kebijakan Yang Tepat. *Invention: Journal Research and Education Studies*. <https://doi.org/10.51178/invention.v1i1.19>
- Nor Khomar Ishak, Aziz, K. A., & Ahmad, A. (2012). Dynamism of a night market. *Journal of Case Research in Business and Economics*.
- Permatasari, A. (2023). *Memahami Konsep Pemangku kepentingan (Stakeholder) dalam Perusahaan*. Faculty Members Article.
- Pujiriyani, D. W. (2014). Dari Community Participation Ke Stakeholders Participation: Menemukan Perspektif Baru Dalam Pengembangan Masyarakat. *BHUMI: Jurnal Agraria Dan Pertanian*.
- Rachmawati, I. N. (2007). Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara. *Jurnal Keperawatan Indonesia*. <https://doi.org/10.7454/jki.v11i1.184>
- Retief, M.-M., Jacobs, B., & Fiore, A.-M. (2022). Factors Influencing Young Consumers' Impulse Intentions Toward Visiting Pop-Up Stores in South Africa. *Journal of Marketing and Consumer Behaviour in Emerging Markets*. <https://doi.org/10.7172/2449-6634.jmcbem.2022.2.4>
- Rismawati, S. D. (2010). Pedagang Pasar Tiban Dan Modal Sosial Membangun Tatanan Sosial-Ekonomi Lokal. *Jurnal Penelitian*.
- Rosenbaum, M. S., Edwards, K., & Ramirez, G. C. (2021). The benefits and pitfalls of contemporary pop-up shops. *Business Horizons*. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2020.10.001>
- Sari, A. W., & Primasari, L. (2017). *Eksternalitas Penggunaan Ruang Publik sebagai Pasar Kaget (Pop-up Market) bagi Masyarakat Dewasa Muda Kota Bandung*. <https://doi.org/10.32315/ti.6.e019>
- Sentanu, I. G. E. P. S., Tirani, Y. A., & Pradono, G. A. S. (2023). Kolaborasi dan Analisis Stakeholder: Teori, Konsep, dan Aplikasi. In *Kolaborasi dan Analisis Stakeholder: Teori, Konsep, dan Aplikasi*. <https://doi.org/10.11594/ubpress9786232967328>
- Shafarruddin. (2013). Konsep Persepsi. *Journal of Chemical Information and Modeling*.
- Sinha, J. I., & Fung, T. T. (2018). The Right Way to Market to Millennials. *MIT Sloan Management Review*.
- Sudi Fahmi, Ardiansah, & APRIALDI, D. (2021). MODEL PENGATURAN YANG EFEKTIF TERKAIT PENGELOLAAN PASAR TRADISIONAL DI INDONESIA. *Jurnal Hukum Samudra Keadilan*. <https://doi.org/10.33059/jhsk.v16i2.4311>
- Trimanah, T., & Mubarak, M. (2019). STRATEGI KOMUNIKASI PENANGANAN PEMINDAHAN PASAR TIBAN DI KOTA PEKALONGAN. *JURNAL LITBANG KOTA PEKALONGAN*. <https://doi.org/10.54911/litbang.v7i0.89>
- Viera Valencia, L. F., & Garcia Giraldo, D. (2019). kepuasan dan loyalitas nasabah. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.