BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Globalisasi telah masuk ke Indonesia yang menyebabkan industri dalam negeri semakin berkembang. Menurut pengertian dari pasar bebas di era globalisasi seperti sekarang ini industri yang besar dan kaya akan modal dapat menjadi penguasa pasar karena tidak adanya regulasi atau pengaturan dari pemerintah. Pemerintah tidak dapat ikut campur dalam perdagangan. Dalam hal ini, semua diserahkan kepada pasar. Pasar merupakan pusat perekonomian masyarakat, baik masyarakat yang berada dikalangan kelas bawah ataupun masyarakat yang berada di kalangan kelas atas, karena keberadaan pasar pasti dibutuhkan oleh semua masyarakat khusunya di negara Indonesia. Semua unsur yang berkaitan dengan hal ekonomi berada di pasar mulai dari unsur produksi, distribusi, ataupun unsur konsumsi.

Pasar merupakan tempat bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidup, yaitu berbelanja kebutuhan sandang, pangan dan kebutuhan rumah tangga. Menurut sejarah pada awalnya pasar terbentuk di suatu tempat yang luas, dan ditempat tersebut terjadilah transaksi jual-beli antara pedagang dan pembeli. Pada prinsipnya, aktivitas perekonomian yang terjadi di pasar didasarkan dengan adanya kebebasan dalam bersaing, baik itu untuk pembeli maupun penjual. Penjual mempunyai kebebasan untuk memutuskan barang atau jasa apa yang seharusnya untuk diproduksi serta yang akan di distribusikan. Sedangkan bagi

pembeli atau konsumen mempunyai kebebasan untuk membeli dan memilih barang atau jasa yang sesuai dengan tingkat daya belinya.

Revitalisasi pasar atau perbaikan dari segi fasilitas di pasar tradisional telah diupayakan pemerintah Indonesia pada saat ini untuk mendorong daya tarik masyarakat untuk berbelanja di pasar tradisional. Karena, sebagian masyarakat Indonesia khususnya menilai kondisi pasar tradisional itu dikenal dengan label kumuh, pengap, berdesak-desakan, atau bisa dikatakan tidak nyaman. Banyaknya pembangunan pasar modern sejak tahun 1970-an menurut *Economic Review* di Indonesia membuat masyarakat Indonesia bisa memilih alternatif tempat berbelanjanya tidak hanya di pasar tradisional saja.

Pasar modern adalah pasar-pasar yang bersifat modern yang dimana barang dagangannya diperjual belikan dengan harga yang pas sehingga tidak ada aktivitas tawar menawar dan dengan layanan yang baik. Keunggulan pasar ini yaitu tempatnya bersih dan nyaman, pasar modern tidak hanya menjual kebutuhan sandang dan pangan saja. Pasar tersebut juga menjual kebutuhan pokok dan sebagian besar barang dagangan yang dijualnya memiliki kualitas yang baik.

Munculnya pasar modern tersebut memberikan dampak bagi masyarakat sebagai konsumen. Masyarakat sebagai konsumen akan memiliki peningkatan dari taraf hidup dan kenyamanan fasilitas serta pelayanan yang diberikan pasar modern. Pergeseran preferensi konsumen dalam berbelanja telah mendorong pertumbuhan pasar modern di Indonesia.

Perkembangan pasar modern di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir relatif sangat pesat. Bermula dari keluarnya Keputusan Presiden No. 96/2000

tentang bidang usaha tertutup dan terbuka bagi penanaman modal asing. Dalam regulasi tersebut, usaha perdagangan eceran merupakan salah satu bidang usaha yang terbuka bagi pihak asing. Bagi pedangang besar internasional kebijakan tersebut jelas merupakan peluang yang sangat menjanjikan, karena Indonesia mempunyai pasar yang sangat potensial.

Survey *Nielsen Retail Etablishment* 2010 menyebutkan pertumbuhan dan keberadaan pasar modern di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir cukup tinggi. Adanya pergeseran kondisi sosial ekonomi yang dilakukan oleh para pelaku pasar modern yang pada awalnya hanya dikunjungi oleh kalangan menengah keatas tetapi fenomena zaman sekarang pasar modern juga banyak dikunjungi oleh kalangan menengah kebawah. Berbagai jenis pasar modern seperti *minimarket, supermarket, hipermarket,* begitu sangat banyak dan keberadaannya terus menggeser keberadaan pasar-pasar tradisional yang berada di Indonesia, dan yang paling banyak berdiri yaitu pasar modern yang berbentuk *minimarket*.

Menurut ma'aruf (2005:84) *minimarket* merupakan sebuah jenis usaha yang menggabungkan antara konsep swalayan dalam skala kecil dengan target pasar yang sama dengan target pasar pada pasar tradisional yaitu menjual kepada konsumen akhir. *Minimarket* pada dasarnya merupakan sebuah bidang usaha yang dilakukan oleh pengusaha-pengusaha yang tidak dapat dikategorikan sebagai bentuk usaha mikro atau kecil. Akan tetapi, *minimarket* merupakan sebuah bidang usaha yang kategori modalnya masuk dalam kategori *industry* menengah keatas. Pada saat ini di kelompok *minimarket* yang dikategorikan perusahaan *minimarket*

besar yaitu Indomaret dan Alfamart, indomaret merupakan perusahaan terbesar dengan pangsa omset sekitar 43,2% dari total omset *minimarket* di Indonesia. Sementara alfamart mengikuti dengan pengumpulan omset sebesar Rp7,3 triliun atau sekitar 40,8% dari total omset *minimarket* di Indonesia, sumber *Economic Review* 2009.

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008, tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, dijelaskan bahwa *minimarket* dikatagorikan sebagai pasar modern yang tidak termasuk kriteria usaha kecil dan menengah. Karena manajemen pengelolaannya diselenggarakan oleh perusahaan besar dan barang yang dijual beragam serta dalam kuantitas yang relatif banyak, bisa mencapai puluhan ribu *item* barang. Dari segi tempatnya lebih tertata dan dikelola dengan manajemen modern.

Penataan lokasi ritel modern (*minimarket*) tersebut diatur dalam Peraturan Presiden (Perpres) Republik Indonesia Nomor 112 tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Menurut kebijakan ini, pendirian pusat perbelanjaan atau toko modern wajib memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat, keberadaan Pasar Tradisional, Usaha Kecil dan Usaha Menengah yang ada di wilayah yang bersangkutan; juga memperhatikan jarak antara *minimarket* dengan pasar tradisional yang telah ada sebelumnya, *minimarket* boleh beroperasi pada setiap sistem jaringan jalan termasuk sistem jaringan jalan lingkungan pada kawasan pelayanan lingkungan (perumahan) di dalam kota/perkotaan.

Perkembangan *minimarket* di daerah perkotaan merupakan sebagai tuntutan masyarakat perkotaan yang cenderung lebih bersifat konsumtif. Salah satu Kota besar di Indonesia yang memiliki jumlah *minimarket* cukup banyak ada di Kota Bandung, hal ini terjadi karena budaya masyarakat Kota Bandung dinilai sebagai masyarakat modern. Gaya hidup yang lebih modern disebabkan tumbuh pesatnya perumahan mewah yang dihuni kalangan menengah ke atas dengan gaya hidup modern. Kondisi ini membawa kecenderungan masyarakat Kota Bandung sebagai konsumen menjadi sasaran empuk ritel modern seperti *minimarket*.

Berdasarkan data Asosiasi Pengusaha Ritel (APRINDO) Jawa Barat, bahwa pada tahun 2014 telah ada kurang lebih 1.000 (seribu) unit *minimarket* untuk wilayah Jawa Barat dan hampir ada kurang lebih 400 unit *minimarket* pada tahun 2014 untuk wilayah Kota Bandung. Pertumbuhan *minimarket* tersebut diprediksi akan terus tumbuh disebabkan jumlah penduduk Kota Bandung yang besar (2.420.126 jiwa pada tahun 2014) yang mengalami peningkatan menjadi 3.235.615 jiwa pada tahun 2016 (data BPS Jawa Barat, 2016) serta adanya peningkatan daya beli masyarakat yang menyebabkan kebutuhan ritel modern terus meningkat.

Masyarakat Kota Bandung sudah bersifat konsumtif ditambah dengan kenyamanan fasilitas ritel modern seperti *minimarket* yang memudahkan masyarakat untuk berbelanja. Sehingga kebiasaan berbelanja di ritel modern seperti *minimarket* dijadikan kebiasaan sehari-hari mayoritas masyarakat Kota Bandung. Pertumbuhan *minimarket* di Kota Bandung sendiri terus meningkat, hal ini terlihat dari jumlah *minimarket* di setiap wilayah pengembangan yang ada di

Kota Bandung. Bahkan pada tahun 2014 di Kota Bandung telah memiliki 384 unit *minimarket* seperti yang terlihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1.1
Jumlah Minimarket Berdasarkan Wilayah Pengembangan di Kota Bandung 2014

No	Wilayah Pengembangan	Jumlah Minimarket
1	WP Bojonegara	68
2	**WP Cibeunying**	**72**
3	WP Tegalega	65
4	WP Karees	62
5	WP Ujungberung	68
6	WP Gedebage	49
Jumlah		**384**

Sumber : Data Dinas Koperasi UKM, Perindustrian, dan Perdagangan Kota Bandung, 2014

Beranjak dari Tabel 1.1 di atas terlihat bahwa jumlah *minimarket* di Kota Bandung sangat banyak dan yang terbanyak ternyata di wilayah pengembangan Cibeunying. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi UKM, Perindustrian, dan Perdagangan jumlah *minimarket* di Kota Bandung sebanyak 384 unit, terdiri dari Alfamart 120 unit, Indomart 154 unit, Yomart 78 unit, Circle K 26 unit, dan SB Mart 6 unit. Namun, menurut Kepala Dinas KUKM Perindag yang isinya sebagai berikut ini :

> Keberadaan minimarket di Kota Bandung sudah tak terkendali lagi karena jumlahnya sudah melebihi kapasitas maksimal, idealnya di Bandung jumlah minimarket hanya 360 unit saja. Namun kenyataannya, kini jumlah minimarket sudah menembus angka 700 unit, dari 700 minimarket tersebut 104 di antaranya ilegal dan akan ditertibkan secara bertahap. Menurut Kepala Dinas Koperasi, Perindustrian, Perdagangan dan UMKM (Diskoperindag) Kota Bandung Ema Sumarna. Izin mendirikan minimarket baru di Kota Bandung sudah tidak diperbolehkan lagi karena Jumlah minimarket di Kota Bandung sudah *overload*. Jadi kemungkinan besar tak ada izin (minimarket) baru selamanya. 104 minimarket yang

dinyatakan ilegal tersebut, tambah Ema, karena telah melanggar Perda Nomor 02 Tahun 2009 tentang penataan dan pengaturan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern (minimarket), diatur masalah jam operasional, zonasi dan komoditi yang diperjualbelikan. Disinggung masalah pembatasan minimarket yang hampir disatu kawasan ada beberapa jumlahnya. Ema mengakui hingga kini belum ada pembatasan, hanya saja dibatasi oleh zonasi antar minimarket dengan pasar tradisional. Mungkin kedepannya akan dibatasi dalam satu kawasan idealnya jumlah minimarket berapa. Apalagi sekarang banyak yang berdampingan antara satu minimarket dengan minimarket lainnya," ujar Ema. Dengan banyaknya minimarket disatu kawasan pun diakui Ema akan menimbulkan kejenuhan dimata masyarakat. "Masyarakat pun bisa jenuh bila terlalu banyak minimarket, dengan begitu kami akan melakukan pembatasan. (Sumber:http://www.tribunnews.com/regional/2014/04/19/)

Keberadaan *minimarket* di Kota Bandung saat ini semakin tidak terkendali, sangat banyak sekali dan hampir disetiap sudut Kota ada. Sebagian *minimarket* tersebut beroperasi tidak berizin atau illegal, seperti data pada tabel di 1.2 di bawah berikut ini :

Tabel 1.2
Data Minimarket yang Tidak Berizin / Tidak Menunjukan Izin di Kota Bandung Tahun 2015

No	Nama Perusahaan Minimarket	Jumlah
1	INDOMARET	54
2	ALFAMART	28
TOTAL		82

Sumber : Data Dinas Koperasi UKM, Perindustrian, dan Perdagangan Kota Bandung, 2015

Permasalahan banyaknya *minimarket* yang illegal tersebut membuat pertumbuhan pembangunan *minimarket* di Kota Bandung terus meningkat, sehingga penataan jarak antara *minimarket* satu dengan yang lainya saling

berdekatan, jelas hal tersebut keluar dari aturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah Kota Bandung. Menurut Kepala Dinas KUKM Perindag (pemerintah Kota Bandung) batasan pendirian *minimarket* yang mulanya ditentukan kurang lebih hanya 360 toko *minimarket* saja yang boleh berdiri di Kota Bandung, namun karena pesatnya pertumbuhan ekonomi di Kota Bandung membuat perusahaan *minimarket* berlomba-lomba mendirikan ritel modern tersebut.

Jumlah *minimarket* di Kota Bandung sangat banyak dan yang terbanyak ternyata di wilayah pengembangan Cibeunying sesuai pada Tabel 1.1 di atas. Hingga kini belum ada pembatasan jumlah *minimarket* hanya saja dibatasi oleh zonasi antar *minimarket* dengan pasar tradisional. Dengan banyaknya *minimarket* disatu kawasan pun akan menimbulkan kejenuhan dimata masyarakat. Lokus penelitian ini di Kota Bandung pada umumnya dan khususnya di kawasan Kecamatan Cibeunying Kidul Kota Bandung karena ada beberapa jumlah *minimarket* yang letaknya berdekatan dengan pasar tradisional Cicadas.

Permasalahan penataan jarak *minimarket* di Kota Bandung pada umumnya khususnya di Kecamatan Cibeunying Kidul yang terlalu dekat dengan *minimarket* lainya ini merupakan hal yang tidak wajar jika mengacu pada aturan yang telah ditetapkan. Bahkan *minimarket* tersebut jaraknya berdekatan dengan pasar tradisional dan pelaku usaha kecil sejenis, jelas dalam aturan yang telah ditetapkan pemerintah Kota Bandung yang tertulis dalam Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 02 Tahun 2009, tentang Penataan Pasar Tradisional, Pusat Pembelanjaan dan Toko modern. Fenomena tersebut membuat sebagian besar pedagang pasar tradisional dan pedagang usaha kecil di Kota Bandung pada

umumnya khususnya di Kecamatan Cibeunying Kidul khawatir dan cemas, sebab fenomena ini mengakibatkan persaingan dengan pedagang di pasar tradisional pasti terjadi dan juga pendapatan (*omzet*) pedagang tradisional akan menurun.

Kondisi berdasarkan hasil observasi dengan adanya ritel modern seperti *minimarket* yang berjarak lumayan dekat dengan pasar tradisional di Kota Bandung pada umumnya khususnya di Kecamatan Cibeunying Kidul peneliti banyak melihat *minimarket* yang jaraknya berdekatan dengan pasar tradisional Cicadas. Keberadaan *minimarket* yang jaraknya lumayan dekat dengan pasar tradisional di Kota Bandung banyak tidak hanya di daerah Cibeunying Kidul saja. Namun Kecamatan Cibeunying Kidul menjadi lokasi pilihan peneliti karena keunikannya sebagai daerah urban. Ironis melihat keberadaan *minimarket* yang saling berdekatan bahkan disatu kawasan saja (Kecamatan), di daerah Cibeuying Kidul yang dijadikan lokasi penelitian karena kebanyakan *minimarket* yang jaraknya berdekatan dengan pasar tradisional Cicadas Kecamatan Cibeunying Kidul dan ternyata tidak sesuai dengan aturan dalam Perda. Untuk memperkuat hasil penelitian data *minimarket* yang berdekatan dengan pasar tradisional Cicadas, seperti pada tabel di bawah ini :

Tabel 1.3
Minimarket yang Jaraknya Berdekatan dengan Pasar Tradisional Cicadas Kecamatan Cibeunying Kidul Kota Bandung

NO	NAMA MINIMARKET	PASAR TRADISIOANAL	JARAK
1	MINIMARKET YOMART	PASAR CICADAS	± 300 M
2	MINIMARKET INDOMARET	PASAR CICADAS	± 200 M
3	MINIMARKET ALFAMART	PASAR CICADAS	± 200 M

Sumber: Hasil Penelitian, 2016

Beranjak dari Tabel 1.2 diatas ada 3 (tiga) *minimarket* yanng jaraknya berdekatan dengan pasar tradisional Cicadas di Kecamatan Cibeunying Kidul Kota Bandung. Jelas hal tersebut bisa membuat para pedagang di pasar Cicadas cemas karena bisa kalah bersaing, karena tidak hanya satu *minimarket* yang berdiri melainkan ada tiga *minimarket*. Dengan adanya sekaligus tiga *minimarket* yang berdirilah yang menjadi alasan peneliti tertarik untuk menjadikan lokasi Cibeunying Kidul sebagai salah satu contoh kawasan yang mungkin banyak minimarketnya di Kota Bandung. Tidak hanya di Cibeunying Kidul *minimarket* yang berdekatan dengan pasar tradisional masih banyak di Kota Bandung.

Kondisi tersebut makin diperparah dengan perpanjangan waktu pelayanan jam buka *minimarket* sampai 24 jam yang diberlakukan oleh perusahaan *minimarket* di Kota Bandung tak terkecuali yang ada di Kecamatan Cibeuying Kidul, sehingga para pelaku usaha kecil berupa warung-warung yang ada di pinggir jalan yang menggunakan *selter* atau *box* yang biasa beroperasi 24 jam dapat mengalami penurunan *omzet* diatas 50%, menurut salah satu pedagang

warung di kawasan Cibeunying Kidul. Hal tersebut jelas menjadi permasalahan di kalangan masyarakat khususnya pelaku usaha kecil yang berada di wilayah pasar Cicadas Cibeunying Kidul Kota Bandung.

Menurut Perda Kota Bandung No.02 Tahun 2009, tentang Penataan Pasar Tradisional, Pusat Pembelanjaan dan Toko modern Pasal 1 No.29 menyebutkan bahwa, Toko Modern kecil seperti *mini Swalayan/minimarket* adalah sarana atau tempat usaha untuk melakukan penjualan barang-barang kebutuhan sehari-hari secara eceran langsung kepada pembeli akhir dengan cara swalayan yang luas lantai usahanya kurang dari 400 m^2 (empat ratus meter persegi). Menurut Perda Kota Bandung No.02 Tahun 2009 Pasal 20 juga dijelaskan bahwa *minimarket* berjarak minimal 0,5 Km dari pasar tradisional dan 0,5 Km dari usaha kecil sejenis yang terletak dipinggir kolektor/arteri. Namun pengaturan jarak tersebut tidak berlaku untuk kawasan pusat primer, dalam rencana tata ruang yang ada di dalam RTRW 2011 wilayah Kota Bandung, dua pusat pelayanan (pusat primer), yaitu: pusat primer Alun-alun dibagian barat dan pusat primer Gedebage di bagian timur. Akan tetapi masih berlaku pada 6 (enam) wilayah pengembangan (WP) salah satunya wilayah Cibeunying dan berdasarkan data dari Tabel 1.1, wilayah tersebut paling banyak berdiri *minimarket* dengan jumlah 72 unit *minimarket,* sehinga dijadikan sebagai fokus lokasi penelitian.

Pelaksanaan Perda Kota Bandung No.02 Tahun 2009 diperjelas lagi dengan adanya Peraturan Walikota (Perwal) Bandung No.335 Tahun 2012 Tentang Mekanisme Perizinan, Kemitraan dan Waktu Pelayanan Pusat Pembelanjaan dan/atau Toko Modern. Adanya Kebijakan yang sudah ditetapkan

oleh Pemerintah Kota Bandung sesuai pada Perda No.02 tahun 2009 Tentang Penataan Pasar Tradisional, Pusat Pembelanjaan dan Toko Modern dan diperjelas lagi dengan adanya Perwal Bandung No.335 Tahun 2012 Tentang Mekanisme Perizinan, Kemitraan dan Waktu Pelayanan Pusat Pembelanjaan dan/atau Toko Modern membuat masyarakat khusunya para pelaku usaha atau pedagang di pasar tradisional dan pedagang kecil sejenis berharap pemerintah Kota Bandung lebih tegas dan bijak dalam mengimplementasikan Perda tersebut dengan tepat. Untuk mengantisipasi ancaman mengurangi pendapatan penjualan di pasar tradisional dan pelaku usaha kecil sejenis akibat kepungan *minimarket* yang tidak terkendali, regulasi yang telah ditetapkan dapat dipatuhi oleh semua pihak, atau mungkin adanya masalah lain yang membuat kebijakan yang ditetapkan oleh pemerintah Kota Bandung tersebut belum bisa dikatakan berhasil.

Banyaknya masalah yang terjadi di lingkungan persaingan pasar, antara para pelaku usaha baik di pasar tradisional maupun pada ritel modern seperti *minimarket* dikarenakan implementasi dari regulasi yang telah ditetapkan oleh pemerintah Kota Bandung khususnya pada pelaksanaan Perda Kota Bandung No.02 Tahun 2009 tentang Penataan Pasar tradisional, Pusat pembelanjaan dan Toko Modern khususnya tentang penataan *minimarket* belum optimal, hal ini terjadi karena permasalahan-permasalahan dalam pelaksanaan dari kebijakan tersebut antara lain :

Pertama, ketegasan Aparatur dalam mengimplementasikan kebijakan peraturan daerah tersebut menjadi modal awal untuk keberhasilan suatu proses implementasi kebijakan agar dipatuhi dan dilaksanakan oleh pihak perusahaan

minimarket di Kota Bandung. Namun kegagalan dari sumberdaya aparatur itu sendiri yang mungkin terlalu mudah memberikan izin usaha kepada perusahaan *minimarket* di Kota Bandung yang menjadi hambatan dari penataan jarak antara *minimarket* dengan pasar tradisional maupun dengan tempat usaha kecil sejenisnya.

Kedua, kepatuhan dari pihak perusahaan *minimarket* mentaati terhadap peraturan yang sudah dibuat pemerintah Kota Bandung menjadi kunci utama terciptanya kenyamanan baik bagi masyarakat maupun pihak pedagang, agar dapat bersaing usaha secara sehat dengan perusahaan *minimarket.* Namun pada kenyataanya peraturan yang telah dibuat tidak mampu ditaati dan dicermati dengan benar oleh perusahaan-perusahaan *minimarket*, ketentuan *Standard Operating Procedure* (SOP) yang belum jelas sebagai turunan dari Perda No. 02 tahun 2009 terutama dalam melaksanakan sanksi terhadap pelanggaran Perda. Hal tersebut menjadi tantangan bagi aktor atau pelaku kebijakan itu sendiri supaya aturan tersebut dipatuhi oleh pihak yang terkait.

Penataan *minimarket* di Kota Bandung dilakukan untuk mencegah terpinggirkanya pedagang tradisional baik berupa pasar, kios, warung maupun toko sejenisnya. Karena kelompok pedagang itu dinilai masih kurangnya atau keterbatasanya modal dan lemahnya keterampilan manajemen usaha membuat daya saing mereka semakin terpuruk dan tertekan oleh industri *minimarket.* Tetapi, disisi lain pemerintah daerah sebagai pembuat kebijakan mempunyai tujuan memberikan hak kebebasan berusaha kepada masyarakat yang harus didorong oleh makin terbukanya kesempatan berusaha yang kompetitif dan

berkeadilan, sehingga mamacu pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Namun karena kurangnya komitmen dari pemerintah daerah dalam menegakkan Perda yang telah dibuatnya sehingga semakin banyaknya *minimarket* yang tak berizin (illegal) dan juga penataan jarak *minimarket* dengan pasar tradisional yang tak diperdulikan lagi di Kota Bandung, hal itulah yang mengakibatkan keresahan dan kekhawatiran dari masyarakat khusunya pedagang pasar tradisional dan pelaku usaha kecil sejenis.

Penelitian sebelumnya terkait penataan *minimarket* sudah pernah diteliti diantaranya dilakukan oleh Rusli (2011) dengan judul "Kebijakan Penataan Minimarket dan pemberdayaan Pedagang Tradisional di Kota Bandung (Studi di Kawasan Pemukiman Kecamatan Antapani)", dimana hasil dari penelitian kebijakan penataan *minimarket* di Kota Bandung belum berjalan sesuai dengan harapan, masih banyak pelanggaran yang ditemukan yang memunculkan dominasi dalam usaha perdagangan yang menyebabkan pedagang tradisional terpuruk.

Berdasarkan pemaparan di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Implementasi Peraturan Daerah No.02 Tahun 2009 tentang Penataan Pasar Tradisional, Pusat Pembelanjaan dan Toko Modern di Kota Bandung (studi tentang penataan *minimarket*).

1.2 Rumusan Masalah

Peneliti mencoba merumuskan masalah berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, adapun masalah tersebut adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana komunikasi dalam implementasi kebijakan Perda No.02 Tahun 2009 tentang Penataan Pasar Tradisional, Pusat pembelanjaan dan Toko Modern khususnya tentang penataan *minimarket* di Kota Bandung ?
2. Bagaimana sumberdaya dalam implementasi kebijakan Perda No.02 Tahun 2009 tentang Penataan Pasar Tradisional, Pusat pembelanjaan dan Toko Modern khususnya tentang penataan *minimarket* di Kota Bandung ?
3. Bagaimana disposisi dalam implementasi kebijakan Perda No.02 Tahun 2009 tentang Penataan Pasar Tradisional, Pusat pembelanjaan dan Toko Modern khususnya tentang penataan *minimarket* di Kota Bandung?
4. Bagaimana struktur birokrasi dalam implementasi kebijakan Perda No.02 Tahun 2009 tentang Penataan Pasar Tradisional, Pusat pembelanjaan dan Toko Modern khususnya tentang penataan *minimarket* di Kota Bandung?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari Penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana pelaksanaan Perda Kota Bandung No. 02 Tahun 2009 tentang Penataan Pasar Tradisional, Pusat pembelanjaan dan Toko Modern khususnya tentang penataan *minimarket*. Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui komunikasi dalam implementasi kebijakan Perda No.02 Tahun 2009 tentang Penataan Pasar Tradisional, Pusat pembelanjaan dan Toko Modern khususnya tentang penataan *minimarket* di Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui sumberdaya dalam implementasi kebijakan Perda No.02 Tahun 2009 tentang Penataan Pasar Tradisional, Pusat pembelanjaan dan Toko Modern khususnya tentang penataan *minimarket* di Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui disposisi dalam implementasi kebijakan Perda No.02 Tahun 2009 tentang Penataan Pasar Tradisional, Pusat pembelanjaan dan Toko Modern khususnya tentang penataan *minimarket* di Kota Bandung
4. Untuk mengetahui struktur birokrasi dalam implementasi kebijakan Perda No.02 Tahun 2009 tentang Penataan Pasar Tradisional, Pusat pembelanjaan dan Toko Modern khususnya tentang penataan *minimarket* di Kota Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Peneliti mengharapkan dengan terlaksananya penelitian ini dapat memperoleh hasil yang bermanfaat bagi :

1. Secara Teoritis
   a. Penelitian ini dapat memperkaya wawasan ilmu pengetahuan, khususnya pada bidang ilmu pemerintahan dan juga mendapatkan manfaat ilmu pada bidang kajian implementasi kebijakan publik.

b. Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan unuk digunakan dalam kegiatan penelitian selanjutnya.

2. Secara Praktis

a. Bagi Peneliti

Menambah pengetahuan dan pengalaman peneliti dalam aspek sosial di masyarakat maupun di lingkungan pejabat pelaksana kebijakan selama masa studi lapangan.

b. Bagi Lembaga

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi Dinas KUKM Perindag Kota Bandung, agar dapat menindak lanjuti segala masalah mengenai implementasi kebijakan Perda No.02 Tahun 2009 tentang Penataan Pasar Tradisional, Pusat pembelanjaan dan Toko Modern khususnya tentang penataan *minimarket* di Kota Bandung.

c. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat terutama sebagai bahan informasi bagi masyarakat serta dapat memberikan pemahaman mengenai implementasi kebijakan Perda No.02 Tahun 2009 tentang Penataan Pasar Tradisional, Pusat pembelanjaan dan Toko Modern khususnya tentang penataan *minimarket* di Kota Bandung.