

Available Online at: <http://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/jim>**ANALISIS PERAN PEMERINTAH DAERAH KOTA CILEGON  
DALAM MENGEMBANGKAN PASAR TRADISIONAL GUNA  
MENINGKATKAN PENJUALAN DAN KEPUASAN KONSUMEN DI  
PASAR BARU MERAK-CILEGON****Ombi Romli**

Universitas Bina Bangsa

[ombi.romli250282@gmail.com](mailto:ombi.romli250282@gmail.com)**ABSTRACT**

*Decreasing the level of consumer satisfaction in the traditional market becomes a homework for policy makers, especially the regional government, as well as the people who are around the market, the community is now conducting transactions in a place not only to fulfill consumption, but there is also another side outside it, the level of security, comfort level is one of the factors causing the reduction in the level of community visits to traditional markets, the community now also sometimes makes the market a family recreation area, but there are indeed transactions. In this study the method used is a qualitative approach, because this method can analyze all activities in a planned manner so as to produce data in response to a problem or to test a hypothesis. Researchers in conducting this research used several data sources including primary data and secondary data. The role of the Cilegon regional government has been very maximal, in terms of facilities it has been proven that the local government has expanded land in 2014. Then from the regular regional government continues to strive so that all public places including the traditional markets continue to improve Order, Cleanliness, and Beauty for convenience together with the issuance of these regional regulations. With the issuance of a number of these regulations, it has proven that the local government of the city of Cilegon has maximally performed its role, public places, including traditional markets, new markets, peacocks so that they continue to grow and even experience an increase so that it will prosper all parties. In terms of increased sales, the researchers analyzed that from a total of 556 kiosks, only 31 or only 5.57%, empty or unoccupied kiosks, this shows that the interest of traders to sell in the market is still very high, and that is related to the increasing number people who feel fasting as consumers for the services, comfort and safety of the New Merak market, so that they continue to visit these markets, this is all achieved thanks to the help and participation of all*

**Keywords:** *role of local government, market development, increasing sales, customer satisfaction*

**ABSTRAK**

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif, karena metode ini dapat menganalisis semua kegiatan secara terencana sehingga menghasilkan data sebagai respons terhadap suatu masalah atau untuk menguji suatu hipotesis. Peneliti dalam melakukan penelitian ini menggunakan beberapa sumber data termasuk data primer dan data sekunder. Peran pemerintah daerah Cilegon telah sangat maksimal, dalam hal fasilitas telah terbukti bahwa pemerintah daerah telah memperluas lahan pada tahun 2014. Kemudian dari pemerintah daerah regulasi terus berusaha sehingga semua tempat umum termasuk pasar tradisional terus meningkatkan Ketertiban, Kebersihan, dan Kecantikan untuk kenyamanan bersama dengan dikeluarkannya peraturan daerah ini. Dengan dikeluarkannya sejumlah peraturan ini, telah membuktikan bahwa pemerintah daerah kota Cilegon telah secara maksimal menjalankan perannya, tempat-tempat umum, termasuk pasar tradisional, pasar baru, burung merak sehingga mereka terus tumbuh dan bahkan mengalami peningkatan sehingga akan mensejahterakan semua pihak. Dalam hal peningkatan penjualan, para peneliti menganalisis bahwa dari total 556 kios, hanya 31 atau hanya 5,57%, kios kosong atau kosong, ini menunjukkan bahwa minat pedagang untuk menjual di pasar masih sangat tinggi, dan itu terkait dengan meningkatnya jumlah orang yang merasa berpuasa sebagai konsumen untuk layanan, kenyamanan dan keamanan pasar Peacock Baru, sehingga mereka terus mengunjungi pasar-pasar ini, ini semua dicapai berkat bantuan dan partisipasi semua.

**Kata Kunci:** peran pemerintah daerah, pengembangan pasar, peningkatan penjualan, kepuasan pelanggan

Available Online at: <http://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/jim>

## PENDAHULUAN

Kemajuan sebuah teknologi dan pertumbuhan manusia semakin meningkat tentu semakin banyak pula tingkat konsumsinya, maka dari itu peran keberadaan pasar semakin diperhitungkan, sebagian besar masyarakat Indonesia khususnya warga cilegon dan merak masih banyak yang berpenghasilan menengah kebawah, dan secara otomatis pilihan mereka lebih memilih ke pasar tradisional untuk melakukan transaksi sebagai pemenuhan tingkat konsumsinya, dibandingkan berbelanja ke pasar besar atau super mall, menurut informasi dari beberapa sumber yang didapat oleh peneliti bahwa kecenderungan masyarakat akhir-akhir ini mulai berkurang berkunjung ke pasar tradisional dan secara otomatis akan mengurangi tingkat penjualan para pedagang yang ada disana. Hampir semua pendapatan pendapatannyapun terus mengalami penurunan. apabila kita membuat sebuah perbandingan bahwa tingkat pembelian masyarakat dipasar tradisional beberapa tahun kebelakang, terus mengalami peningkatan, diperkirakan semua pedagang menjajakan dagangannya mulai dari dini hari sampai dengan jam 11.30, hampir rata-rata barang dagangan mereka terjual semua, namun sekarang tingkat peminat orang yang berkunjung ke pasar tersebut terus mengalami penurunan, tentu semua itu akan berdampak kesegala aspek, misalnya saja, aspek perkembangan pasar tersebut, aspek sosial, aspek kesejahteraan para penjual yang sudah lama berjualan disana, dan apabila kondisi ini dibiarkan semua pihak akan sangat dirugikan.

Menurunnya tingkat kepuasan para pembeli dipasar tersebut menjadi pekerjaan rumah tersendiri bagi pemangku kebijakan khususnya yaitu pemda daerah, juga masyarakat yang ada disekitar pasar tersebut, masyarakat sekarang melakukan transaksi disebuah tempat tidak hanya untuk pemenuhan konsumsi saja, namun ada juga sisi lain diluar itu, tingkat keamanan, tingkat kenyamanan itu menjadi salah satu faktor penyebab berkurangnya tingkat kunjungan masyarakat ke pasar tradisional, masyarakat sekarang juga terkadang menjadikan pasar sebuah tempat rekreasi keluarga, namun ada juga memang untuk melakukan transaksi.

Masyarakat sekarang lebih memilih berbelanja dipasar moderen karena memang pasar moderen merupakan tempat yang memberikan tingkat keamanan, kenyamanan yang lebih dibandingkan pasar tradisional, ini juga menjadi salah satu penyebab masyarakat semakin kurang yang berkunjung ke pasar tradisional, disamping itu juga barang-barang yang ditawarkan dipasar moderen sangat heterogen tentu ini menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan primer atau kebutuhan pokoknya kecenderungan yang lain juga penyebab menurunnya daya beli masyarakat dipasar tradisional kelengkapan akan hadirnya pasar-pasar moderen dan harga pun sedikit perbedaannya apabila kita bandingkan pasar moderen dengan pasar tradisional ini juga merupakan salah satu yang menjadi penyebab masyarakat lebih memilih berbelanja dipasar-pasar moderen. Fasilitas yang lengkap dengan harga bersaing dan kenyamanan dalam berbelanja tidak konsumen dapatkan apabila berbelanja dipasar tradisional.

Peran keberadaan Pasar tradisional diharapkan jangan sampai hilang dalam perputaran perekonomian yang disebabkan banyaknya bermunculannya pasar-pasar moderen, karena dipasar tradisional tersebut ratusan bahkan jutaan orang banyak yang menggantungkan perekonomiannya terhadap pasar tersebut, terutama masyarakat menengah kebawah dan pedagang-pedagang kecil atau pedagang eceran. Direktur Eksekutif Dewan Pimpinan Pusat Asosiasi Pedagang Pasar Seluruh Indonesia (DPP APPSI), Darma menyatakan APPSI yang beranggotakan sebanyak 24.000 pasar, itu semua terdiri dari 12,60 juta para pedagang yang berada di 26 provinsi. Dengan jenis pasar yang bervariasi mulai dari pasar yang kecil yang terdiri dari 200-500 pedagang sampai pasar yang besar seperti pasar tanah abang, pasar senin pasar rau dan yang terdiri dari 10000 sampai 20.000 anggota yang berperan sebagai pedagang (Republika, 2005). Adakan pemerintah khususnya pemerintah daerah kurang maksimal menjalankan peranannya dapat dipastikan berapa banyak para pedagang yang tidak mampu bertahan bahkan sampai mengalami kebangkrutan, apabila itu terjadi berapa banyak angka pengangguran akan bertambah, yang akan berdampak terhadap keresahan sosial, kenakalan remaja,

Available Online at: <http://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/jim>

kriminalitas dan lain-lain. Tidak hanya sebatas itu manfaat akan keberadaan pasar tradisional dianggap sebagai pusat pemasaran hasil produksi terutama barang-barang komoditi bagi para pengusaha-pengusaha kecil menengah, juga sebagai pemasok bahan-bahan baku yang dibutuhkan bagi industri-industri rumahan maupun yang skala besar, maka dari itu manfaat akan keberadaan pasar tradisional sangat terasa bagi semua kalangan masyarakat. Terutama dalam memajukan ekonomi rakyat yang ada di daerah. Dampak dari banyaknya toko-toko yang tutup dipasar tradisional yang banyak menimbulkan keresahan sosial, ketidakpuasan dan semakin menurunnya kualitas hidup tentu ini akan menjadi masalah yang serius apabila tidak secepatnya ditangani oleh pihak-pihak terkait, terutama pemerintah daerah. Meskipun semakin tumbuh dan suburnya akan keberadaan pasar-pasar moderen namun tetap saja masih banyak masyarakat yang melakukan transaksinya dipasar-pasar tradisional untuk memenuhi kebutuhan pokoknya, karena masih banyak jenis kebutuhan pokok yang tidak dijual dipasar-pasar modern.

Diantara penyebab Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen tidak mau berkunjung kepasar tradisional karena kondisi pasar yang kumuh kotor juga banyak menimbulkan aroma yang tidak nyaman juga berbahaya bagi kesehatan seperti, asap kendaraan bermotor, asap rokok, sayur dan buah-buahan yang sudah membusuk sehingga kenyamanan konsumen akan terganggu, pengembangan pasar tradisional yang di kelola oleh pemerintah daerah dirasa belum begitu optimal, dikarenakan anggaran APBD yang terbatas, manajemen penataan yang belum berjalan dengan baik. Tujuan peneliti untuk fokus terhadap perkembangan pasar, peran pemerintah daerah dalam mengembangkan pasar tradisional, tingkat penjualan dan kepuasan konsumen.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Dasar Hukum Perkembangan Pasar Tradisional**

Peraturan Presiden Republik Indonesia, pasal 13 ayat (3) dan pasal 14 ayat (3) undang-undang nomor 7 Tahun 2014 tentang perdagangan, perlu menetapkan peraturan presiden tentang pengembangan, penataan, dan pembinaan pasar rakyat, pusat

perbelanjaan, dan toko swalayan. Pemerintah pusat sebetulnya sudah membuat regulasi dalam penataan pasar baik yang sejenisnya, Peraturan tersebut merupakan upaya dari pemerintah pusat yang terus mendorong berkembangnya pusat-pusat perbelanjaan. peraturan Presiden Republik Indonesia No. 112 Tahun 2007, juga Tentang pembinaan Pasar Tradisional pusat perbelanjaan dan toko modern, dari dua peraturan pemerintah tersebut, regulasi sebagai dasar hukum pemerintah yang terus menjalankan peranannya, pemerintah pusat tidak hanya menata tetapi juga berupaya terus melakukan pembinaan agar keberadaan terutama pasar-pasar tradisional terus bertahan bahkan diupayakan terus berkembang

### **Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen merupakan menjadi salah satu daya dorong untuk meningkatkan bagaimana supaya konsumen tersebut terus melakukan pembelian berulang, dan salah satu pematik konsumen baik itu barang dan jasa adalah salah satunya dengan. Kotler (1997:40) "Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara kinerja yang dirasakan dengan yang diharapkannya." suatu kinerja dapat dikategorikan baik dan buruknya bisa dilihat dari konsumennya, begitupun sebaliknya

Menurut Engel, et.al. (1995) mendefinisikan "Kepuasan sebagai evaluasi pasca konsumsi bahwa suatu alternative yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan. Ketidakpuasan adalah hasil dan harapan yang di teguhkan secara negatif." Kepuasan ataupun ketidakpuasan merupakan hasil akhir setelah konsumen melakukan konsumsi baik terhadap barang maupun jasa, dan bisa menjadi standar evaluasi bagi konsumen untuk terus melakukan pembelian ataupun tidak Schnaars (1991) dalam Tjiptono (1995) menyatakan bahwa "Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan merasa puas. Sehubungan dengan hal ini, terciptanya kepuasan pelanggan akan memberikan banyak manfaat." salah satu manfaat dari sebuah kepuasan adalah akan timbulnya rasa nyaman bagi konsumen akan merasa puas terhadap semua pelayanan yang diberikan.

Sebagaimana Tjiptono (1994) Mengemukakan diantaranya "Hubungan

Available Online at: <http://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/jim>

antara perusahaan dengan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang atau terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*Word of mounth*) yang menguntungkan bagi perusahaan."hubungan keharmonisan antara produsen dan konsumen dapat tercipta salah satunya melalui saling memberikan kepuasan sehingga kesetiaan konsumen terhadap produsen dapat terjaga.

Mowen (2002) merumuskan "Kepuasan pelanggan sebagai sikap keseluruhan terhadap suatu barang atau jasa setelah perolehan (*asquistion*) dan pemakaiannya." Penulis dapat menarik kesimpulan bahwa kepuasan merupakan harus menjadi skalia prioritas baik dalam berbisnis maupun kebijakan-kebijakan yang dilakukan baik yang berhubungan dengan barang maupun jasa.

### **Meningkatkan Volume Penjualan**

Dalam meningkatkan penjualan" bagaimana menciptakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui produk atau jasa perusahaan. Dalam hal ini, *selling* berarti sebuah taktik yang dapat mengintegrasikan perusahaan, dan relasi antara keduanya" (Kertajaya, 2006). Kegiatan penjualan merupakan salah satu langkah untuk mendorong mencari relasi-relasi baru dalam melakukan perluasan pasar, memperkuat hukubang antara pengkonsumsi barang dan jasa dengan penyedia barang dan jasa.

*Selling* adalah suatu kegiatan yang di tunjukan untuk mencari pembeli, mempengaruhi dan memberi petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produk yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan bagi kedua belah pihak" (Moekijat), 2000, p.488).Upaya dalam meningkatkan volume penjualan salah satu yang harus dilakukan adalah mencari pembeli baru membujuk dan membuat komitmen-komitmen baru agar hubungan atara penyedia produk atau jasa dapat terus berjalan.

### **Pertumbuhan sebuah penjualan**

Pertumbuhan penjualan menurut Andjarwati dan Chandrarin (2006) adalah variabel yang pada dasarnya mengukur stabilitas keuntungan yang diperoleh perusahaan. suatu perusahaan dapat dikatakan mengalami pertumbuhan penjualan apabila volume terjadi kestabilan keuntungan, tidak

terjadi fluktuatif yang bisa mempengaruhi perkembangan sebuah usaha.

Menurut Brigham dan Houston (2001) "perusahaan dengan penjualan yang relatif stabil dapat lebih aman memperoleh lebih banyak pinjaman dan menanggung beban tetap yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang penjualannya tidak stabil".

Pertumbuhan sebuah penjualan dapat diukur kesetabilan dari hasil penjualan. Tidak hanya itu penjualan yang relative stabil menjadi salah satu pendorong para pemodal yang ingin menginvestasikan modalnya kepada perusahaan-perusahaan yang memiliki kesetabilan pendapatan.

### **METODOLOGI PENELITIAN**

Pada pelaksanaan penelitian ini metode yang peneliti digunakan adalah metode pendekatan kualitatif, karena dengan metode ini dapat menganalisis semua kegiatan secara terencana sehingga menghasilkan data sebagai jawaban dari suatu masalah atau melakukan pengujian terhadap suatu hipotesis.

Prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini pertama melalui proses observasi ke lapangan kemudian wawancara dengan beberapa narasumber, dan peneliti langsung terjun kelapangan yaitu yang bertempat di Pasar Baru Merak. Prosedur analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini pertama analisis sebelum terjun kelapangan lapangan, yang ke dua menganalisis data di lapangan, ketika peneliti menganalisis data dilapangan model yang digunakan model Miles dan Huberman. Model Miles serta huberman menyatakan sebuah analisis data kualitatif dilakukan secara interaksi serta adanya keberlangsung terus-menerus sampai datanya sudah jenuh. Yaitu melalui tiga proses dan proses itu adalah yang pertama : redaksi data, yang kedua penyajian data, dan yang terakhir vertifikasi

Sehingga melahirkan sebuah Kesimpulan pertama yang dikembangkan pada tahapan ini data masih bersifat sementara, dan akan mengalami perubahan jika tidak dapat ditemukan bukti-bukti yang kuat untuk mendukung pada tahapan pengumpulan data-data selanjutnya.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Hasil Penelitian**

Pemerintah daerah kota Cilegon pada tahun 2000 membangun Pasar Baru Merak,

Available Online at: <http://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/jim>

yang mana pasar tersebut berlokasi tepat berada dekat pedalaman jalan puskesmas pulomerak, tahun 2005 Pasar Baru Merak sudah berjalan aktif. Pengelolaannya pada waktu itu di pegang oleh pemerintah daerah Kota Cilegon. Yang telah resmi menjadi sebuah pemerintahan kotamadya (Otonomi Kota Cilegon secara hukum atau yudikasi dibentuk berdasarkan UU RI NO. 15/1999). Laju perkembangan dan pertumbuhan perekonomian di Kota Cilegon sehingga banyak bermunculan pedagang –pedagang baru sehingga pasar tersebut tidak mampu membendung penambahan pedagang tersebut, maka dari itu tahun 2014 Pemerintah daerah kota Cilegon melakukan sebuah trobosan dengan pembukaan lahan untuk pengembangan serta pembangunan di buatnya

Hanggar pasar, dipasar baru tersebut hingga selesai pada tahun 2015, Pemerintah daerah Kota Cilegon melalui Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi Kota Cilegon menjadi pengelola pasar tersebut.

Pusat perbelanjaan tradisional Pasar Baru Merak merupakan asset pemerintah daerah Kota Cilegon dengan asset bernilai sebesar Rp. 34.600.000.000,- yang memiliki lahan seluas 5000 Hektar dengan dibangunnya fasilitas-fasilitas sebagai berikut.

- 1) 206 Unit Kios
- 2) 200 Unit Los
- 3) 150 Pedagang Kaki Lima (PKL)
- 4) 4 unit Toilet Umum (WC)
- 5) 2 unit Lahan Parkir
- 6) Unit Tempat Ibadah ( Mushola)

**Fasilitas Sarana Kios, Los, dan Pedagang Kaki Lima Pasar Baru Merak**

No	Blok	Jenis-jenis Bangunan	Ukuran Bangnan	Total Bangunan kios
1	Kios 1). Blok – A 2). Blok - B 3). Blok - C 4). Blok - D 5). Blok - E 6). Blok - F 7). Blok – G	Kios Tempat Permanen	3x4 m	206
2	Los Blok 1). Basah 2). Kering	Los Tempat Permanen	2x3 m	200
3	Pedagang Kaki Lima		2x3 m	150
4	Jumlah total fasilitas di Pasar Baru Merak			556 Unit

Sumber: UPTD Pasar Baru Merak-Cilegon.

Pada Tabel 4.1 adalah sarana dan Prasarana secara keseluruhan yang ada pada Pasar Baru Merak sumber data dari UPTD. Tetapi peneliti juga melakukan observasi langsung kelapangan dan data yang diperoleh pedagang yang aktif berdasarkan data dari UPTD Pasar Baru Merak sedikit berbeda dengan data yang ada dilapangan., sumber data yang ada diPasar Baru Merak (data dilapangan) sebagai berikut :

Jumlah kios yang ada :

- Kios Blok A Sekitar 2 kios yang kosong belum ada yang menempati
- Kios Blok B Sekitar 5 kios yang kosong belum ada yang menempati
- Kios Blok C Sekitar 10 Kios yang kosong belum ada yang menempati

- Kios Blok D Sekitar 8 Kios yang kosong belum ada yang menempati
- Kios Blok E Sekitar 6 yang kosong belum ada yang menempati
- Kios Blok F Penuh atau sudah terisi semua
- Kios Blok G Penuh atau sudah terisi semua

Jumlah los yang ada :

- Los Kering Sekitar 100
- Los Basah Sekitar 100

**Pembahasan Penelitian**

Deskripsi pada hasil penelitian mengaju pada persoalan tersebut pemerintah pusat selaku yang berwenang sepenuhnya ditingkat pusat telah mengeluarkan peraturan presiden nomor 112 tahun 2007 tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat

Available Online at: <http://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/jim>

perbelanjaan dan toko modern sebagai respon terhadap semakin berkembangnya usaha perdagangan eceran dalam skala kecil menengah usaha eceran modern dalam skala besar.

Pasar tradisional perlu diberdayakan agar dapat tumbuh dan berkembang serasi, saling memerlukan serta saling menguntungkan. Pasar tradisional merupakan pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Milik Negara, dan Badan Milik Daerah, termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha tempat toko, kios, los.

Teori tersebut menjelaskan bahwa terdapat pendekatan, yaitu: Latar sosial, Historis, Budaya, Ekonomi, Demografi, Lingkungan, Hal ini terkait dengan upaya pengelola sebuah pasar tradisional gara mampu tidak hanya berkembang bahkan bisa tumbuh dan mempunyai daya saing seperti pasar moderen. Masalah yang dihadapi untuk saat ini bagaimana mengelola pasar tradisional menjadi sehat bersih aman dan nyaman dikelola secara profesional, baik dari sisi manajemen maupun dari sektor yang lain, karena pengelolaan pasar tersebut untuk saat ini masih sangat lemah, dikarenakan anggaran APBD yang masih sangat terbatas.

Tujuan penelitian ini mengidentifikasi sejauh mana peran pemerintah khususnya pemerintah daerah dalam mengembangkan pasar tradisional khususnya pasar baru merak sehingga mempunyai dampak terhadap para pedagang dengan bertambahnya volume penjualan, juga memberikan dampak kepuasan kepada konsumen. Melalui observasi yang dilakukan dan dengan menganalisis data-data yang ada baik data primer maupun data sekunder bahwa, peran pemerintah daerah kota cilegon sudah sangat maksimal, dari sisi sarana saja terbukti pemerintah daerah sudah melakukan perluasan lahan pada tahun, 2014 melakukan sebuah trobosan dengan pembukaan lahan untuk pengembangan serta pembangunan di buatnya Hanggar pasar, dipasar baru tersebut hingga selesai pada tahun 2015.

Kemudian dari regulari pemda daerah terus berupaya agar semua tempat-tempat umum termasuk pasar tradisional terus meningkatkan Ketertiban, Kebersihan, dan Keindahan demi kenyamanan bersama terbukti dengan dikeluarkannya Peraturan Daerah

Nomor 5 Tahun 2003 tentang Ketertiban, Kebersihan, dan Keindahan (K-3) di Wilayah Kota Cilegon (Lembaran Daerah Kota Cilegon Nomor 161), Berikutnya pemerintah daerah mencoba agar tertibnya para pedagang, dan tidak banyak menimbulkan kemacetan sehingga membuat semua pihak tidak nyaman, bahkan merugikan, maka dikeluarkanlah Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2003 tentang Pengendalian Pedagang Kaki Lima (PKL) (Lembaran Daerah Kota Cilegon Nomor 162).

Kemudian dari sisi kesehatan pemerintah daerah terus berupaya melakukan pengendalian pencemaran dan perusakan lingkungan yang banyak disebabkan oleh limbah-limbah industri baik industri besar maupun industri rumahan, bahkan limbah limbah sampah pasar tradisional yang mengeluarkan aroma yg tidak sedap yang dapat mengganggu kesehatan masyarakat dengan diterbitkannya Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2004 tentang Pengendalian Pencemaran dan Perusakan Lingkungan (Lembaran Daerah Kota Cilegon Nomor 3, Tambahan Lembaran Daerah Kota Cilegon Nomor 35). Dengan dikeluarkan beberapa regulasi tersebut, itu sudah membuktikan bahwa pemerintah daerah kota Cilegon sudah maksimal menjalankan peranannya, tempat-tempat umum, termasuk pasar tradisional pasar baru merak agar terus berkembang bahkan mengalami peningkatan sehingga akan mensejahterakan semua pihak. Dari sisi peningkatan penjualan bahwa peneliti melakukan analisis bahwa dari total kios yang ada 556 unit hanya 31 atau hanya 5.57% saja, kios yang kosong atau belum terisi, ini menunjukkan bahwa animo para pedagang untuk berjualan dipasar tersebut masih sangat tinggi, dan itu terkait makin banyaknya masyarakat yang merasa puasa sebagai konsumen atas pelayanan, kenyamanan dan keamanan yang ada dipasar Baru Merak, sehingga terus berkunjung kepasar tersebut, ini semua tercapai berkat bantuan dan peran serta semua lapisan masyarakat terutama pemerintah daerah kota cilegon yang sudah berupaya semaksimal mungkin menjalankan fungsi dan peranannya.

#### **KESIMPULAN**

Berdasarkan data yang berhasil dikumpulkan dan analisis yang telah dilakukan

Available Online at: <http://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/jim>

tentang peran pemerintah daerah dalam mengembangkan pasar tradisional dalam meningkatkan penjualan serta meningkatkan kepuasan konsumen di pasar Baru Merak-Cilegon, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Peran pemerintah daerah kota cilegon sudah sangat maksimal, dari sisi sarana saja terbukti pemerintah daerah sudah melakukan perluasan lahan pada tahun, 2014 melakukan sebuah trobosan dengan pembukaan lahan untuk pengembangan serta pembangunan di buatnya Hanggar pasar, dipasar baru tersebut hingga selesai pada tahun 2015.

Juga dari regulari pemda daerah terus berupaya agar semua tempat-tempat umum termasuk pasar tradisional terus meningkatkan Ketertiban, Kebersihan, dan Keindahan demi kenyamanan bersama terbukti dengan dikeluarkannya Peraturan Daerah Nomor 5 Tahun 2003 tentang Ketertiban, Kebersihan, dan Keindahan (K-3) di Wilayah Kota Cilegon (Lembaran Daerah Kota Cilegon Nomor 161), ,Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2003 tentang Pengendalian Pedagang Kaki Lima (PKL) (Lembaran Daerah Kota Cilegon Nomor 162), Dan diterbitkannya Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2004 tentang Pengendalian Pencemaran dan Perusakan Lingkungan (Lembaran Daerah Kota Cilegon Nomor 3, Tambahan Lembaran Daerah Kota Cilegon Nomor 35).

Dengan dikeluarkan beberapa regulasi tersebut, itu sudah membuktikan bahwa pemerintah daerah kota Cilegon sudah maksimal menjalankan peranannya, tempat-tempat umum, termasuk pasar tradisional pasar baru merak agar terus berkembang bahkan mengalami peningkatan sehingga akan mensejahterakan semua pihak. Dari sisi peningkatan penjualan bahwa peneliti melakukan analisis bahwa dari total kios yang ada 556 unit hanya 31 atau hanya 5.57% saja, kios yang kosong atau belum terisi, ini menunjukkan bahwa animo para pedagang untuk berjualan dipasar tersebut masih sangat tinggi, dan itu terkait makin banyaknya masyarakat yang merasa puas sebagai konsumen atas pelayanan, kenyamanan dan keamanan yang ada dipasar Baru Merak, sehingga terus berkunjung kepasar tersebut, ini semua tercapai berkat bantuan dan peran serta semua lapisan masyarakat terutama pemerintah daerah kota cilegon yang sudah

berupaya semaksimal mungkin menjalankan fungsi dan peranannya masing-masing.

#### **SARAN**

Pemda daerah salah satu pemangku kebijakan yang ada didaerah harus memproteksi terhadap persaingan yang datang dari luar yang menjual barang sejenis. Pemda daerah juga harus selalu melakukan pengawasan, kajian, perkembangan dan pertumbuhan pasar tradisional, guna mempertahankan keberlangsungan pasar itu sendiri, juga para penjual dipasar tersebut harus didorong oleh pemerintah daerah khususnya agar mereka selalu mampu berinovasi dalam produk-produk barang yang dijualnya supaya mempunyai daya tarik tersendiri bagi masyarakat.

Adanya control dari pemerintah terhadap semua produk yang ada dipasar tradisional sudah tersertifikasi baik dari sisi halalnya maupun standar kesehatannya yang terdaftar di BOPM. Juga melakukan Langkah-langkah konkrit diantaranya, mempermudah kredit bagi para pedagang yang ada dipasar tersebut, dalam meningkatkan modal usahanya, kemudian juga harus standarisasi pasar tradisional agar sama seperti pasar moderen tingkat kenyamanan keamanan dan keindahan dipasar tersebut dapat tercapai.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Brigham, Eugene.F dan Joel F. Houston. 2001. *Manajemen Keuangan*. Edisi Kedelapan Buku 2. Jakarta: Erlangga.
- Christian Gronroos. 1993. *A service quality model and its marketing implications*. *European journal of marketing*. Vol 18, no 4.
- Husnan, Suad dan Enny Pudjiastuti, (2015), *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*, Edisi Ketujuh. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Kertajaya, Hermawan. 2006. Seri 9 Hermawan Kertajaya on Marketing Mix. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Umum.
- Kotler, Philip. 1997, *Manajemen Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia jilid satu. Jakarta: Prentice Hall.
- Mowen, John dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga.
- Miles, M.B, Huberman, A.M, dan Saldana, J. 2014. *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook*, Edition 3. USA:

Available Online at: <http://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/jim>

- Sage Publications. Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press.
- Moekijat. 2000. *Kamus Manajemen*, Bandung, Penerbit CV. Mandar Maju.
- Peraturan Republik Indonesia No. 53, Tahun 2008 tentang Pengembangan, Penataan, dan Pembinaan Pasar Rakyat.
- Peraturan Daerah Nomor 5 Tahun 2003 tentang Ketertiban, Kebersihan, dan Keindahan (K-3) di Wilayah Kota Cilegon (Lembaran Daerah Kota Cilegon Nomor 161)
- Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2003 tentang Pengendalian Pedagang Kaki Lima (PKL) (Lembaran Daerah Kota Cilegon Nomor 162)
- Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2004 tentang Pengendalian Pencemaran dan Perusakan Lingkungan (Lembaran Daerah Kota Cilegon Nomor 3, Tambahan Lembaran Daerah Kota Cilegon Nomor 35);
- Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Walpole, Ronald E. (1995). *Pengantar Statistika*, edisi ke-3. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Walpole, R.E. and Myers R.H. (1995). *Ilmu Peluang dan Statistika untuk Insinyur dan Ilmuan*, edisi ke-4. Bandung: Penerbit ITB.