

Revitalisasi Pasar Tradisional Melalui Optimalisasi Layanan Pada Pasar Kembang Surabaya

Achmad Bahul¹⁾, Sri Kamariyah²⁾

¹⁾²⁾ Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Dr. Soetomo Surabaya

Email: achmadb@gmail.com

ABSTRAK

Kondisi pasar tradisional tengah terancam hal tersebut ditunjukkan dengan semakin berkembangnya pasar modern, *ecommerce*, dan adanya visualisasi pasar tradisional yang buruk di tengah masyarakat. Selaras dengan permasalahan tersebut Pemerintah Kota Surabaya mengeluarkan kebijakan untuk merevitalisasi Pasar Kembang sesuai dengan Peraturan Daerah Provinsi Jawa Timur Nomor 3 Tahun 2008. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif melalui pendekatan kualitatif, metode pengumpulan data yaitu dengan wawancara dan dokumentasi. Sumber data yang digunakan yaitu sumber primer dan sekunder dengan analisis data model interaktif. kualitatif dengan menggunakan pendekatan teori Peran PD Pasar Surya menggunakan teori Gede Diva dalam (Rahmadayanti S : 2021) digunakan sebagai kajian analisis dalam penelitian ini Hasil penelitian menunjukkan bahwa PD Pasar Surya Surabaya sebagai wakil dari Pemerintah Kota Surabaya mempunyai peranan yang sangat penting dalam pemberdayaan pasar tradisional di Pasar Kembang Surabaya. Dan telah melakukan perannya dengan cukup baik, terutama dalam meningkatkan daya saing pasar tradisional di Pasar Kembang Surabaya, yaitu peran sebagai fasilitator dan sebagai pengalokasi sumber daya. Yang dapat dilihat dari berbagai macam kegiatan yang diterima oleh para pedagang di Pasar Kembang Surabaya, baik itu pelatihan administrasi keuangan, penyelenggaraan event-event kesenian, program pasar sehat, pengadaan undian berhadiah, penyediaan dana bergulir dan penyediaan dana rekontruksi. Dalam melaksanakan program revitalisasi pasar masih ada beberapa kendala, yaitu dana yang disediakan baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah masih minim dan belum menjangkau semua pasar tradisional di Pasar Kembang Surabaya. Sebab tidak setiap tahun dana rekontruksi ini turun serta yang lebih diprioritaskan adalah pasar yang sudah perlu untuk dilakukan perbaikan.

Kata Kunci: Revitalisasi, Optimalisasi, Layanan

Abstract

The condition of traditional markets is being threatened, this is shown by the increasing development of modern markets, e-commerce, and the poor visualization of traditional markets in society. In line with these problems, the Surabaya City Government issued a policy to revitalize the Flower Market in accordance with East Java Provincial Regulation Number 3 of 2008. This research uses descriptive research using a qualitative approach, data collection methods namely interviews and documentation. The data sources used are primary and secondary sources with interactive model data analysis. qualitative using a theoretical approach. The role of PD Pasar Surya using the Gede Diva theory in (Rahmadayanti S: 2021) is used as an analytical study in this research. The results of the research show that PD Pasar Surya Surabaya as a representative of the Surabaya City Government has a very important role in empowering traditional markets at the Surabaya Flower Market. And has carried

out his role quite well, especially in increasing the competitiveness of traditional markets at Pasar Kembang Surabaya, namely his role as a facilitator and as a resource allocator. What can be seen from the various activities received by traders at the Surabaya Flower Market, including financial administration training, organizing arts events, healthy market programs, providing prize draws, providing revolving funds and providing reconstruction funds. In implementing the market revitalization program there are still several obstacles, namely the funds provided by both the central government and regional governments are still minimal and have not reached all traditional markets in Pasar Kembang Surabaya. Because it's not every year that reconstruction funds go down and what is given more priority is markets that need to be repaired.

Keywords: Revitalization, Optimization, Service

A. LATAR BELAKANG

Pasar tradisional merupakan aset budaya dan penggerak ekonomi nasional yang selama ini terbukti tahan dari hantaman krisis ekonomi dan memiliki peran penting dalam mendukung kesejahteraan masyarakat, mempromosikan produk lokal, menyerap tenaga kerja di sektor informal, serta memberikan kontribusi pada pembangunan daerah dan pendapatan nasional melalui pajak dan retribusi (R Alexandro et al., 2021). Keberadaan suatu pasar bagi konsumen, baik pasar modern maupun pasar tradisional tergantung pada persepsi konsumen. Persepsi kondisi pasar sendiri berbeda-beda dimana dapat dilihat jelas dari ekonomi pembeli golongan atas dengan pembeli golongan menengah atau bawah. Bagi pembeli golongan atas, merasa lebih menyukai tempat yang nyaman, bersih, tempat parkir yang luas, pelayanan dari pramuniaga yang ramah, dan metode pembayaran tanpa menggunakan uang tunai. Kondisi tersebut adalah kondisi yang dapat ditemukan di pasar modern, seperti *minimarket*, *supermarket*, pusat perbelanjaan dan *mall*. Sedangkan bagi pembeli golongan menengah dan bawah lebih senang berbelanja di pasar tradisional, karena mampu melakukan tawar menawar harga, dekat dengan lokasi tempat tinggalnya, dan semua barang kebutuhan sehari-hari tersedia. Semakin ditinggalkannya pasar tradisional oleh konsumen sebenarnya tidak bisa semata-mata menjadi kesalahan pasar modern. Tidak bisa dipungkiri

bahwa kesan jorok, kumuh, pengap semrawut dan tidak aman menjadi permasalahan dan keluhan konsumen sehingga mereka beralih ke pasar modern, meskipun sebenarnya dari sisi harga, pasar tradisional masih unggul. Belum termasuk tata letak dan ketersediaan fasilitas pendukung yang kurang berpihak kepada konsumen yang pada akhirnya membuat konsumen malas untuk mengunjungi pasar tradisional apalagi berlama-lama berbelanja di pasar tradisional. Bila tidak ingin kondisi ini berlanjut maka diperlukan upaya sistematis dan efektif untuk menghapus kesan negatif pasar tradisional tersebut. Salah satunya adalah melalui program revitalisasi pasar tradisional yang berfokus pada peningkatan fungsi layanan pasar tradisional sehingga konsumen merasa nyaman, kerasan, dan aman dalam berbelanja di pasar tradisional. Dalam merevitalisasi pasar tradisional, Pemerintah bisa mengeksplorasi potensi Pasar Tradisional yang dapat dikembangkan sebagai objek wisata budaya. Melalui penataan pasar, kebersihan, dan keamanan yang terjaga, orang yang datang ke pasar merasa tidak hanya belanja tapi juga bisa rekreasi. Pasar tradisional dengan sentuhan tradisionalnya bisa menjadi ikon sendiri. Surabaya yang sudah bisa 'menjual' suasana pasar tradisionalnya sebagai tujuan wisata, salah satunya Pasar Tradisional Pasar Kembang yang terletak di Jalan Pasar Kembang Surabaya. Aspek tradisional bisa terus dikembangkan dan akan

menjadi daya tarik dengan menyesuaikan penataan pasar tradisional justru bisa menjadi daya tarik.

Pasar Kembang menjadi salah satu pusat perputaran ekonomi UMKM Surabaya. Biasanya dalam satu malam, pedagang jajanan tradisional di Pasar Kembang mampu meraih omzet Rp2-6 juta. Pasar Kembang mempunyai ciri kekhususan merupakan wadah transaksi jajanan pasar terbesar di Jawa Timur dan sesuai nama yang dipakai menjual bunga nonstop 24 jam.

Dalam hal ini diwujudkan melalui revitalisasi pasar tradisional yang ada di Surabaya dengan cara ditetapkan peraturan tentang perlindungan, pemberdayaan pasar tradisional dan penataan pasar modern dalam Peraturan Daerah Provinsi Jawa Timur No.3 Tahun 2008. Pengelolaan pasar tradisional di Surabaya dilakukan oleh Perusahaan Daerah Pasar Surya yang dilakukan melalui pengoptimalan layanan terhadap pedagang maupun pembeli. Alasannya adalah supaya pasar tradisional dapat bertahan dalam menghadapi banyaknya pasar modern yang bermunculan sehingga mengurangi jumlah peminat pada pasar tradisional.

Perusahaan Daerah Pasar Surya mengelola sebanyak 67 pasar tradisional dengan luas total mencapai 257.725 meter persegi. Puluhan pasar tradisional itu lokasinya tersebar di wilayah Surabaya Pusat, Utara, Selatan, Timur dan Barat. Berdasarkan data yang dihimpun dari PD Pasar Surya, dari total jumlah pasar itu, enam di antaranya dalam kondisi baik, 51 dalam kondisi sedang dan 10 dalam kondisi cukup. Sedangkan untuk jumlah pedagang, tercatat meningkat dari tahun 2021 ke 2022. Pada tahun 2021 jumlah pedagang mencapai 14.212. Jumlah itu meningkat jadi 14.675 pada tahun 2022.

Pasar Kembang pasca terjadinya kebakaran yang membakar pusat jajanan pasar kota Surabaya meski tidak menimbulkan korban jiwa namun kerugian materil diperkirakan

milyaran rupiah pada 2021 lalu, kondisi plafon-plafon yang rentan ambruk. Soalnya semua itu sudah tidak layak serta sebagian keropos ditambah dengan kondisi para pedagang lebih nyaman berjualan di trotoar pasar kembang serta kondisi kebersihan pasar yang tidak layak, sehingga dibutuhkan peran PD Pasar Surya untuk melakukan merevitalisasi melakukan penataan pasar tradisional agar dapat kembali diminati konsumen.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Revitalisasi Pasar Tradisional melalui optimalisasi layanan pada Pasar Kembang Surabaya.

B. LANDASAN TEORITIS

1. Peran Pemerintah

Teori peran merupakan teori yang membahas tentang posisi dan perilaku seseorang yang diharapkan yang tidak berdiri sendiri, melainkan selalu ada kaitannya dengan orang-orang lain yang berhubungan. Menurut Siagian (2012: 142-150) menguraikan beberapa peran pemerintah dalam pembangunan yaitu peran selaku stabilitator, peran selaku inovator, peran selaku modernisator, peran selaku pelopor, serta peran selaku pelaksana sendiri. Pembangunan akan efektif bila situasi politik, ekonomi, sosial-budaya serta pertahanan keamanan dalam kondisi yang stabil. Jika aspek-aspek tersebut dalam kondisi yang labil, maka pembangunan terhambat bahkan tidak berjalan. Dalam hal ini peran pemerintah sangat penting untuk menstabilkan kondisi tersebut.

Menurut Iyas Yusuf (2014:05) fungsi pemerintah dalam kaitannya dalam pemberdayaan yaitu mengarahkan masyarakat kemandirian dan pembangunan demi terciptanya kemakmuran, tidak serta merta dibebankan oleh masyarakat, maka

peran pemerintah yang dimaksud antara lain (a) Pemerintah sebagai Regulator, menyiapkan arah untuk menyeimbangkan penyelenggaraan pembangunan melalui penerbitan peraturan-peraturan sebagai regulator. (b) Pemerintah sebagai Dinamisator, dimana pemerintah berperan melalui pemberian bimbingan dan pengarahan secara insentif dan efektif kepada masyarakat, biasanya pemberian bimbingan diwujudkan melalui tim penyuluh maupun badan tertentu untuk memberikan pelatihan. (c) Pemerintah sebagai Fasilitator dengan menciptakan kondisi yang kondusif bagi pelaksanaan pembangunan untuk menjembatani berbagai macam kepentingan masyarakat dalam mengoptimalkan pembangunan daerah.

Berdasarkan beberapa pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa peran pemerintah telah dilakukan secara optimal dan sesuai dengan standar pelayanan publik memberikan keterbukaan akses informasi kepada masyarakat sehingga dalam sebuah pelayanan baik persyaratan, prosedur, biaya dan jangka waktu dapat diukur dan diketahui masyarakat tanpa mengalami kebingungan serta menuntut pengawasan masyarakat dalam penyelenggaraannya.

2. Perusahaan Daerah

Pasar Surya adalah perusahaan daerah pasar milik pemerintahan daerah yang didirikan berdasarkan Peraturan Daerah Kotamadya Daerah Tingkat II Surabaya. Telah disebutkan pada Perda Kota Surabaya No 6 Tahun 2008 tentang Perusahaan Daerah Pasar Surya bahwa adanya PDPS atau Perusahaan Daerah Pasar Surya yang tujuannya untuk menyediakan pelayanan kepada masyarakat sesuai dengan ruang lingkupnya yaitu mendirikan, membangun, dan/atau mengelola pasar. Adanya Perusahaan Daerah

Pasar Surya Pemerintah Kota Surabaya mengembangkan mekanisme pengelolaan pasar tradisional dengan tujuan untuk menunjang pembangunan daerah dan untuk peningkatan mutu pelayanan kepada masyarakat dengan cara penyediaan sarana dan prasarana perpasaran khususnya pada pasar tradisional. Untuk mencapai visi dan misinya, dapat dilakukan melalui pelaksanaan pengembangan pasar tradisional. Selain mengembangkan pelaku pasar, Perusahaan Daerah Pasar Surya juga mempunyai tugas pokok dan fungsi sesuai dengan Perda Kota Surabaya No. 6 tahun 2008, yaitu memberikan pelayanan kepada masyarakat sesuai dengan ruang lingkupnya. Sasaran dari pelayanan yang dilakukan adalah pedagang dan pengunjung pasar tradisional.

3. Optimalisasi Layanan

Optimalisasi ialah suatu tindakan meningkatkan atau mengoptimalkan. Dimana untuk hal tersebut diperlukan intensifikasi dan ektensifikasi subjek dan objek pendapatan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, optimalisasi adalah berasal dari kata dasar optimal yang berarti terbaik, tertinggi, paling menguntungkan, menjadikan paling baik, menjadikan paling tinggi, pengoptimalan proses, cara, perbuatan mengoptimalkan (menjadikan paling baik, paling tinggi, dan sebagainya) sehingga optimalisasi adalah suatu tindakan, proses, atau metodologi untuk membuat sesuatu (sebagai sebuah desain, sistem, atau keputusan) menjadi lebih/sepenuhnya sempurna, fungsional, atau lebih efektif.

Hotniar Siringoringo (2005:4) menyatakan bahwa Optimalisasi adalah proses pencarian solusi yang terbaik, tidak selalu keuntungan yang paling tinggi yang bisa dicapai jika tujuan pengoptimalan adalah

memaksimalkan keuntungan, atau tidak selalu biaya yang paling kecil yang bisa ditekan jika tujuan pengoptimalan adalah meminimumkan biaya. Ada tiga elemen permasalahan optimalisasi yang harus diidentifikasi, yaitu tujuan, alternatif keputusan, dan sumberdaya yang dibatasi.

C. METODE

1. Jenis Penelitian

Menurut Creswell, pendekatan studi kasus merupakan strategi penelitian di mana di dalamnya peneliti menyelidiki secara cermat suatu program, peristiwa, aktivitas, proses, atau sekelompok individu. Kasus-kasus dibatasi oleh waktu dan aktivitas, dan peneliti mengumpulkan informasi secara lengkap dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data berdasarkan waktu yang telah ditentukan (Stake, 1995, dalam Creswell, 2010: 20). Hasil penelitian ini merupakan gambaran dari fakta yang ditemukan di lapangan yang akan diolah secara lebih dalam dan terperinci. Penelitian ini berusaha untuk mendapatkan gambaran yang jelas dan mendalam mengenai peran pemerintah dalam revitalisasi pasar tradisional melalui optimalisasi layanan.

2. Fokus Penelitian

Menurut Moleong (2016:93), dalam penelitian kualitatif hal yang harus diperhatikan adalah masalah dan fokus penelitian. Batasan masalah dalam penelitian kualitatif disebut dengan fokus, yang berisi pokok masalah yang masih bersifat umum. Dalam penelitian kualitatif, penentu fokus lebih didasarkan pada tingkat kebaruan informasi yang akan diperoleh dari situasi sosial (lapangan). Fokus dari penelitian ini antara lain:

a. Revitalisasi pasar tradisional melalui optimalisasi layanan Pasar Kembang

Surabaya, karena revitalisasi pasar merupakan salah satu cara untuk mengembangkan pasar tradisional, dan untuk mendukung pengoptimalisasian layanan yang diberikan oleh Perusahaan Daerah Pasar Surya kepada pedagang dan pembeli. Untuk melihat bagaimana hasil revitalisasi pasar tradisional dapat dimanfaatkan oleh masyarakat dengan menggunakan teori peran pemerintah yang digagas oleh Gede Diva dalam (Rahmadayanti S : 2021).

b. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam revitalisasi pasar tradisional di Pasar Kembang Surabaya.

3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan suatu tempat atau wilayah yang dimana penelitian akan dilakukan. Cara terbaik yang perlu ditempuh dalam penentuan penelitian di lapangan adalah dengan jalan mempertimbangkan teori substantif dan dengan mempelajari serta mendalami faktor serta rumusan masalah penelitian, untuk dapat melihat apakah terdapat kesesuaian dengan kenyataan yang ada pada lapangan (Moleong, 2016:128). Dengan mempertimbangkan hal di atas dan membatasi penelitian, maka lokasi penelitian ini dilakukan di Pasar Kembang yang terletak di Jalan Pasar Kembang, Surabaya.

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Pemerintah Sebagai Fasilitator

Pemerintah sebagai fasilitator yaitu pemerintah berusaha menciptakan atau memfasilitasi suasana yang tertib, nyaman dan aman, termasuk memfasilitasi tersedianya sarana dan prasarana pembangunan. Pemerintah juga berkewajiban untuk memberdayakan usaha

ritel kecil agar mampu bersaing dengan usaha ritel modern. Meskipun pedagang dapat mengantisipasi perubahan perilaku konsumen, tapi tetap dibutuhkan peranan fasilitator. Peneliti menanyakan kepada informan yaitu bagaimana memperkuat posisi pedagang ? Dan peneliti melakukan wawancara dengan informan I₁ bahwa :

“Pelatihan dan pembinaan pedagang memang harus ada dalam pengelolaan pasar, karena sangat penting bagi pedagang.”(Wawancara, 15 Desember 2023)

Berdasarkan hasil wawancara di atas bahwasanya pemerintah sebagai fasilitator sudah memberikan fasilitas yang optimal untuk perkembangan pasar tradisional.

2. Peran Sebagai Regulator

Peran pemerintah sebagai regulator adalah menyiapkan arah untuk menyeimbangkan penyelenggaraan pembangunan (menerbitkan peraturan- peraturan dalam rangka efektifitas dan tertib administrasi pembangunan). Peneliti menanyakan kepada informan yaitu Bagaimana mengantisipasi ancaman kebangkrutan pada pasar tradisional ? Dan peneliti melakukan wawancara dengan informan I₁ bahwa :

“Pemerintah daerah perlu meninjau kembali pemberian izin baru bagi jejaring minimarket. Sebab, keberadaan minimarket itu sangat mempengaruhi tingkat penjualan pedagang di pasar tradisional.”(Wawancara, 12 Januari 2024)

Berdasarkan hasil wawancara di atas bahwasanya pemerintah tidak hanya harus melindungi pedagang kecil tradisional, namun juga memberdayakan mereka, baik dari sisi fisik dan sumber daya manusianya.

3. Peran pemerintah sebagai katalisator

Peran pemerintah sebagai katalisator yaitu pemerintah berposisi sebagai agen yang mempercepat pengembangan potensi daerah dan negara yang kemudian bisa menjadi modal sosial untuk membangun partisipasi. Peran pemerintah dalam mengembangkan sistem dan sarana pemasaran. Peneliti menanyakan kepada informan yaitu Bagaimana meningkatkan sistem pemasaran berbasis teknologi informasi ? Dan peneliti melakukan wawancara dengan informan I₁ bahwa :

“guna meningkatkan pengetahuan pemasaran online, maka kita mengadakan kerjasama dengan lembaga-lembaga bisnis”.

Berdasarkan hasil wawancara di atas bahwasanya secara optimal pemerintah berusaha meningkatkan kepuasan masyarakat, baik dari sisi fisik dan sumber daya manusianya.

E. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan mengenai Revitalisasi Pasar Tradisional melalui optimalisasi layanan pada Pasar Kembang Surabaya telah melakukan perannya dengan cukup baik, terutama dalam meningkatkan daya saing pasar tradisional di Pasar Kembang Surabaya, yaitu peran sebagai fasilitator dan sebagai pengalokasi sumber daya. Yang dapat dilihat dari berbagai macam kegiatan yang diterima oleh para pedagang di Pasar Kembang Surabaya, baik itu pelatihan administrasi keuangan, penyelenggaraan event-event kesenian, program pasar sehat, pengadaan undian berhadiah, penyediaan dana bergulir dan penyediaan dana rekonstruksi. Dalam melaksanakan program revitalisasi pasar masih ada beberapa kendala, yaitu dana yang

disediakan baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah masih minim dan belum menjangkau semua pasar tradisional di Pasar Kembang Surabaya. Sebab tidak setiap tahun dana rekonstruksi ini turun serta yang lebih diprioritaskan adalah pasar yang sudah perlu untuk dilakukan perbaikan.

2. Rekomendasi

Sedangkan saran yang diberikan adalah perlunya kebijakan yang menyeluruh mengenai pasar modern, termasuk peraturan untuk isu-isu seperti hak dan tanggung jawab pengelola pasar dan pemda, serta sanksi kepada mereka yang melanggar peraturan. Hal yang lebih penting adalah menjamin bahwa semua pemangku kepentingan memahami peraturan tersebut dan semua tingkat pemerintahan hendaknya bertindak berdasarkan aturan. Maka pemda dan pemerintah pusat perlu memiliki mekanisme kontrol dan pemantauan untuk menjaga agar arena persaingan tetap sehat dan adil.

REFERENSI

- Alexandro, R, Uda, T., & Selvi, S. (2021). The Role of traditional markets in improving the community's economy amid the covid 19 pandemic, Palangka Raya. Budapes International Research and Citics Institute-Journal (BIRCI-Journal), 4(3), 4912– 4924. <http://www.bircu-journal.com/index.php/birci/article/view/2278>.
- Ali, M.A.. 2014. Analisis Optimalisasi Pelayanan Konsumen Berdasarkan Teori Antrian pada Kaltimgps.Com di Samarinda. Ejournal Ilmu Administrasi Bisnis.
- Andi Prastowo. 2010. Menguasai Teknik-teknik Koleksi Data Penelitian Kualitatif. Jogjakarta: DIVA Press.
- Antonius Cahyadi dan E. Fernando M. Manullang, 2007, Pengantar Ke Filsafat Hukum, Kencana Prenada Media Group, Jakarta,
- Arikunto, S. 2005. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Athoillah, Anton. Dasar-dasar manajemen. Bandung: CV Alfabeta, 2010, 95.
- Bungin, Burhan, 2001. Metodologi Penelitian Kualitatif. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Departemen Perdagangan, Pengaturan, Pengelolaan, dan Pengembangan Citra Pasar Tradisional di Wilayah Perkotaan dan Perdesaan. 2007 . Halaman 35-38.
- Emzir. 2012. Metodologi Penelitian Kualitatif : Analisis Data. PT. RajaGrafindo Persada: Jakarta.
- Miles,M.B, Huberman,A.M, dan Saldana,J. 2014. Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook, Edition 3. USA: Sage Publications. Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press.
- Moekijat. 1992. “Kamus Pemerintahan”. Bandung : Mandar Maju.
- Moleong, L. J. 2010. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy J. 2007. Metodologi Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Polak , Major.2003,Sosiologi Suatu Buku Pengantar Ringkas, Jakarta : PT Ichtiar Baru.
- Sarwono, Sarlito Wirawan. 2015. Teori-teori psikologi sosial. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sedarmayanti. 2004. Good Governance (Kepemerintahan yang Baik). Bandung: Mandar Manju.
- Soekanto, Soerjono. 2003. Sosiologi Suatu Pengantar. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Soekanto.2002. *Teori Peranan*. Jakarta. Bumi Aksara.

- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Tambunan, Tulus. 2020. Pasar Tradisional dan Peran UMKM. Bogor : PT Penerbit ITB Press.
- Widjaja. 2003. Otonomi Daerah. Jakarta: PT raja Grafindo Persada
- Link:
<https://www.surabaya.go.id/id/berita/72746/sege-ra-direvitalisasi-pemkot-surabaya-jadikan-pasar-kembang-pusat-grosir-jajanan-tradisional> diakses pada tanggal 15 Nopember 2023 pukul 16.22 wib.
<https://www.antaraneews.com/berita/3430143/wa-wali-pasar-tradisional-di-surabaya-harus-naik-kelas> diakses pada tanggal 15 Nopember 2023 pukul 16.22 wib.
- Peraturan :
Indonesia. Undang-Undang Tentang Perusahaan Daerah. UU No. 5 Tahun 1962, LN No. 10 Tahun 1962, TLN No. 2387.
- Peraturan Daerah Kota Surabaya Nomor 6 Tahun 2008 tentang Perusahaan Daerah Pasar Surya.
- Peraturan Daerah Provinsi Jawa Timur No. 3 Tahun 2008 tentang Perlindungan, Pemberdayaan Pasar Tradisional dan Penataan Pasar Modern di Provinsi Jawa Timur.
- Peraturan Walikota Surabaya Nomor 15 Tahun 2007 Tentang Organisasi Perusahaan Daerah Pasar Surya Walikota Surabaya
- Permendagri. (2012). PERATURAN MENTERI DALAM NEGERI REPUBLIK INDONESIA NOMOR 20 TAHUN 2012 Tentang Pengelolaan Dan Pemberdayaan Pasar Tradisional. Jakarta: Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia.
- Republik Indonesia. (2007). Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Pedoman Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern.
- Undang-undang No. 33 Tahun 2004 Tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah