

**PENGEMBANGAN PASAR TRADISIONAL MENGHADAPI GEMPURAN PASAR MODERN
DI KOTA YOGYAKARTA**

Utami Dewi dan F. Winarni

*Jurusan Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Yogyakarta
Karang Malang Yogyakarta*

E-mail: dewiutamie@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kebijakan pemerintah Kota Yogyakarta terkait dengan penataan dan pengembangan pasar tradisional guna menghadapi maraknya pasar modern. Penelitian tentang pengembangan pasar tradisional sangat penting dan menarik mengingat saat ini pasar modern dalam bentuk minimarket atau supermarket modern menjamur di Kota Yogyakarta dan bahkan dikhawatirkan akan menggeser keberadaan pasar tradisional.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Metode wawancara dan pengamatan langsung digunakan untuk memperoleh data yang valid dan reliabel. Data dalam studi ini didapatkan melalui wawancara kepada dinas terkait yaitu Dinas Pengelolaan Pasar dan Dinas Perijinan Kota Yogyakarta. Selain itu wawancara juga dilakukan kepada para pelaku pasar tradisional, yaitu para pedagang dan juga konsumen atau pembeli. Peneliti juga menggunakan data sekunder yang berasal dari data dokumentasi yang terdapat pada dinas-dinas terkait dan media massa serta sumber kepustakaan lain seperti buku dan jurnal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pemerintah Kota Yogyakarta telah mengeluarkan dan mengadopsi sejumlah kebijakan dalam mengelola dan mengembangkan pasar tradisional untuk menghadapi gempuran pasar modern. Sejumlah kebijakan yang diadopsi oleh Pemerintah Kota Yogyakarta dalam mengelola dan mengembangkan pasar tradisional diantaranya adalah Peraturan Walikota No. 86 tahun 2008 tentang Fungsi, Rincian Tugas Dan Tata Kerja Dinas Pengelolaan Pasar Kota Yogyakarta; Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2009 tentang Pasar dan Perda Nomor 3 Tahun 2009 tentang Retribusi Pelayanan Pasar. Dinas Pengelolaan Pasar telah melakukan beberapa program untuk mengembangkan pasar tradisional meliputi Program Pelayanan Administrasi Perkantoran; Pemeliharaan Sarana Prasarana Kebersihan, Ketertiban dan Keamanan Pasar; Optimalisasi Pemanfaatan Lahan dan Pengelolaan Retribusi; dan Pengembangan Pasar (pemberdayaan pasar dan komunitas, pengembangan dan pembuatan media promosi pasar).

Kata Kunci: Pasar tradisional, pasar modern, kebijakan.

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan pasar modern di Indonesia saat ini menunjukkan angka yang cukup fantastis. Berbagai jenis pasar modern seperti supermarket, hypermarket maupun mal-mal perbelanjaan begitu menjamur. Jumlah hypermarket menunjukkan kenaikan secara signifikan dari tahun ke tahun. Tahun 2003 berjumlah 43 buah, tahun 2004 naik menjadi 68 buah dan 83 buah hypermarket berdiri pada tahun 2005. Sedangkan supermarket juga mengalami kenaikan yaitu dari 896 buah (tahun 2003), menjadi 956 buah (tahun 2004) dan naik menjadi 961 buah pada tahun 2005 (Hemprisuyatna, 2008). Sekarang ini pasar dan ritel modern telah menguasai 31 persen pasar ritel dengan omset satu ritel modern mencapai Rp 2,5 triliun/tahun, kontras bila kita bandingkan dengan ritel dan pasar tradisional yang hanya mampu meraup omset sebesar Rp 9,1 juta/tahun (Rozaki, 2012).

Persaingan antara pasar modern dengan pasar tradisional semakin tak terkendali akhir-akhir ini di Kota Yogyakarta. Di Kota Yogyakarta terdapat sekitar 14 toko modern sementara jumlah pasar tradisional sebanyak 32 buah (Tribun Jogja, 2012). Dengan munculnya berbagai macam toko modern seperti Indomaret, Alfamart dan Circle K yang telah menjamur di seluruh wilayah Kota Yogyakarta memberikan berbagai dampak baik positif maupun negatif bagi masyarakat. Dampak positif yang diberikan antara lain mempermudah akses masyarakat mendapatkan barang konsumsi yang mereka butuhkan karena minimarket memiliki kelengkapan barang-barang kebutuhan sehari-hari. Selain itu letaknya yang berada dekat dengan pemukiman maupun akses jalan membuat minimarket mudah dijangkau. Hal lain yang berkaitan dengan dampak positif yang diberikan minimarket adalah fasilitas yang nyaman dan bersih, harga-harga yang terjangkau dan seringnya diskon maupun potongan-potongan harga terhadap produk-produk tertentu. Dalam hal penciptaan lapangan pekerjaan, minimarket dapat menambah peluang kerja bagi masyarakat yang pada akhirnya mampu meningkatkan penghasilan dan mengurangi pengangguran.

Selain dampak-dampak positif yang telah disebutkan di atas, maraknya pasar modern juga memberikan berbagai dampak negatif bagi masyarakat. Dampak negatif yang utama dengan munculnya ritel modern adalah mematikan pasar dan ritel tradisional. Persaingan keberadaan pasar tradisional maupun toko kebutuhan sehari-hari (toko kelontong) tradisional muncul karena fasilitas, kenyamanan maupun pelayanan dari minimarket yang lebih baik sehingga membuat konsumen lebih memilih ritel modern tersebut. Hal

ini jelas dapat mematikan keberadaan pasar dan warung tradisional yang jumlahnya lebih besar dan menyangkut hajat hidup masyarakat yang lebih luas. Penurunan omset yang didapat penjual pasar warung tradisional akan berkurang jauh lebih sedikit dibandingkan dengan sebelum munculnya minimarket di sekitar mereka.

Walaupun minimarket sering menawarkan potongan harga untuk barang/ produk-produk tertentu namun beberapa harga barang yang lain ternyata lebih mahal dari harga normal di pasaran maupun warung tradisional. Bagi konsumen-konsumen tertentu yang lebih memilih harga yang murah mungkin akan lebih mempertimbangkan untuk membeli di warung tradisional. Kebanyakan konsumen dari minimarket saat ini adalah masyarakat golongan menengah ke atas.

Pemerintah Kota Yogyakarta tentu saja tidak tinggal diam melihat gejala yang terjadi di masyarakat tersebut. Berbagai kebijakan telah diadopsi dan dalam proses formulasi berkaitan dengan pengelolaan pasar tradisional dan modern. Salah satunya dengan mengeluarkan Peraturan Walikota No.79 Tahun 2011 tentang Pembatasan Usaha Waralaba. Peraturan walikota ini bertujuan untuk melindungi keberadaan warung maupun pasar tradisional yang telah ada sejak dulu yang merupakan salah satu penggerak utama ekonomi masyarakat. Pemerintah kota tidak melarang pendirian pasar modern di wilayah Yogyakarta, tetapi lebih berupaya untuk membatasi keberadaannya. Pemerintah Kota Yogyakarta juga telah menetapkan batas kuota maksimal minimarket di Yogyakarta adalah 52 unit. Selain Perwal tersebut, terdapat lagi beberapa kebijakan yang telah ditetapkan oleh Pemerintah Kota Yogyakarta berkenaan dengan pengelolaan pasar tradisional dan modern.

Namun kenyataannya, saat ini pemerintah Kota Yogyakarta terkesan kurang tegas terhadap keberadaannya pasar modern. Terbukti di beberapa tempat telah berdiri ritel modern yang ternyata tidak mengantongi ijin. Hasil observasi dan studi pustaka membarikan gambaran sekelumit permasalahan yang muncul berkaitan dengan pengelolaan pasar tradisional dan modern di Kota Yogyakarta sebagai berikut:

1. Pendirian pasar modern telah menurunkan omzet penjualan pasar tradisional
2. Regulasi pemerintah tanpa diikuti implementasi kebijakan secara tepat dan tegas
3. Pemerintah Kota Yogyakarta kurang mendorong perkembangan pasar tradisional

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berbagai kebijakan dan regulasi tentang pengelolaan pasar terutama pengembangan

pasar tradisional yang dikeluarkan Pemerintah Kota Yogyakarta beserta implementasinya.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, rumusan masalah dalam paper ini adalah sebagai berikut:

1. Apa saja kebijakan dan program dari Pemerintah Kota Yogyakarta berkaitan dengan pengembangan pasar tradisional di Kota Yogyakarta?
2. Bagaimana implementasi kebijakan tentang pengembangan pasar tradisional di Kota Yogyakarta?

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kebijakan Publik

Secara etimologis, istilah kebijakan atau policy berasal dari bahasa Yunani "polis" berarti negara, kota yang kemudian masuk ke dalam bahasa Latin menjadi "politia" yang berarti negara. Akhirnya masuk ke dalam bahasa Inggris "policie" yang artinya berkenaan dengan pengendalian masalah-masalah publik atau administrasi pemerintahan.

Istilah "kebijakan" atau "policy" dipergunakan untuk menunjuk perilaku seorang aktor (misalnya seorang pejabat, suatu kelompok maupun suatu badan pemerintah) atau sejumlah aktor dalam suatu bidang kegiatan tertentu. Pengertian kebijakan seperti ini dapat kita gunakan dan relatif memadai untuk keperluan pembicaraan-pembicaraan biasa, namun menjadi kurang memadai untuk pembicaraan-pembicaraan yang lebih bersifat ilmiah dan sistematis menyangkut analisis kebijakan publik. Sedangkan kata publik (*public*) sendiri sebagian mengartikan negara. Misalnya saja Irfan Islami (2007) dan Abdul Wahab (2008) tetap mempertahankan istilah negara ketika menerjemahkan kata publik.

Namun demikian, kebijakan publik (*public policy*) merupakan konsep tersendiri yang mempunyai arti dan definisi khusus. Definisi kebijakan publik menurut para ahli sangat beragam. Salah satu definisi mengenai kebijakan publik diberikan oleh Robert Eyestone. Ia mengatakan bahwa "secara luas" kebijakan publik dapat didefinisikan sebagai "hubungan satu unit pemerintah dengan lingkungannya". Definisi lain diberikan oleh Thomas R Dye mengatakan "bahwa kebijakan publik adalah apapun yang dipilih oleh pemerintah untuk dilakukan dan tidak dilakukan". Richard Rose menyarankan bahwa kebijakan publik hendaknya dipahami sebagai "serangkaian kegiatan yang sedikit banyak berhubungan beserta konsekuensi-konsekuensinya bagi mereka yang bersangkutan

daripada sebagai suatu keputusan sendiri" (Winarno, 2007).

Kebijakan dapat diwujudkan dengan berbagai cara seperti pembuatan Peraturan UU, Perencanaan Kegiatan, dan aneka intervensi terhadap ekonomi/sosial masyarakat. Karena kebijakan itu merupakan tindakan dan keputusan pemerintah maka kebijakan tersebut dicirikan dengan kekuasaan yang didominasi oleh pemerintah serta sesuai hukum dan wewenang pemerintah.

Selain definisi tersebut, Amara Raksasataya mengemukakan kebijakan sebagai suatu taktik dan strategi yang diarahkan untuk mencapai suatu tujuan. Oleh karena itu suatu kebijakan memuat tiga elemen yaitu :

- 1) identifikasi dari tujuan yang ingin dicapai
- 2) taktik atau strategi dari berbagai langkah untuk mencapai tujuan yang diinginkan
- 3) Penyediaan berbagai input untuk memungkinkan pelaksanaan secara nyata dari taktik atau strategi

2.2 Implementasi Kebijakan

Pressman dan Wildavsky (dalam Tachan, 2008: 29) mengemukakan bahwa, *implementation is to carry out, accomplish fulfill produce and complete*". Implementasi bermaksud untuk membawa, menyelesaikan, mengisi, menghasilkan dan melengkapi. Jadi secara etimologis implementasi itu dapat dimaksudkan sebagai suatu aktivitas yang bertalian dengan penyelesaian suatu pekerjaan dengan penggunaan sarana (alat) untuk memperoleh hasil. Apabila pengertian implementasi di atas dirangkaikan dengan kebijakan publik, maka kata implementasi kebijakan publik dapat diartikan sebagai aktivitas penyelesaian atau pelaksanaan suatu kebijakan publik yang telah ditetapkan/ditetujui dengan penggunaan sarana (alat) untuk mencapai tujuan kebijakan.

Dengan demikian, dalam proses kebijakan publik implementasi kebijakan merupakan tahapan yang bersifat praktis dan dibedakan dari formulasi kebijakan yang dapat dipandang sebagai tahapan yang bersifat reoritis.

Kemudian Edward III (dalam Dunn, 2002) mengemukakan bahwa: "*Policy implementation is the stage of policy making between the establishment of a policy...and the consequences of the policy for the people whom it affects*". Sedangkan Grindle (2003) mengemukakan bahwa: "*implementation – a general process of administrative action that can be investigated at specific program level*".

Dari uraian di atas diperoleh suatu gambaran bahwa, implementasi kebijakan publik merupakan proses kegiatan administratif yang dilakukan setelah kebijakan

ditetapkan/disetujui. Kegiatan ini terletak di antara perumusan kebijakan dan evaluasi kebijakan. Implementasi kebijakan mengandung logika yang top-down, maksudnya menurunkan/menafsirkan alternatif-alternatif yang masih abstrak atau makro menjadi alternatif yang bersifat konkrit atau mikro. Sedangkan formulasi kebijakan mengandung logika *bottom up*, dalam arti proses ini diawali dengan pemetaan kebutuhan publik atau pengakomodasian tuntutan lingkungan lalu diikuti dengan pencarian dan pemilihan alternatif cara pemecahannya, kemudian diusulkan untuk ditetapkan.

Implementasi kebijakan adalah hal yang paling- berat, karena di sini masalah-masalah yang kadang tidak dijumpai didalam konsep, muncul dilapangan. Selain itu, ancaman utama, adalah konsistensi implementasi. Dibawah ini akan dijelaskan secara singkat beberapa model implementasi kebijakan (Subarsono, 2005).

a. Model van Meter dan van Horn

Model ini mengandalkan bahwa implementasi kebijakan berjalan secara linier dari kebijakan publik, implementor, dan kinerja kebijakan publik. Terdapat beberapa variabel yang mempengaruhi implementasi kebijakan yaitu:

- 1) Standar dan sasaran kebijakan
- 2) Sumberdaya
- 3) Komunikasi antar organisasi dan penguatan aktivitas
- 4) Karakteristik agen pelaksana
- 5) Kondisi sosial, ekonomi dan politik

b. Model Mazmanian dan Sabatier

Mengemukakan bahwa implementasi adalah upaya melaksanakan keputusan kebijakan. Teori ini biasa juga disebut sebagai teori kerangka analisis implementasi. Kedua ahli ini mengklasifikasikan proses implementasi kebijakan ke dalam tiga variabel.

- 1) Variabel independen, yaitu mudah tidaknya masalah dikendalikan yang berkenaan dengan indikator masalah teori dan tehnik pelaksanaan, keragaman obyek, dan perubahan seperti apa yang dikehendaki.
- 2) Variabel intervening yaitu variabel kemampuan kebijakan untuk menstrukturkan proses implementasi dengan indikator kejelasan dan konsistensi tujuan.
- 3) Variabel lingkungan, yaitu kondisi sosial, ekonomi dan dukungan publik.

c. Model Hoodwood dan Gunn

Menurut kedua pakar ini untuk melakukan implementasi kebijakan diperlukan beberapa syarat, yaitu:

- 1) jaminan bahwa kondisi eksternal yang dihadapi oleh lembaga/badan pelaksana tidak akan menimbulkan masalah yang besar.
- 2) apakah untuk melaksanakannya tersedia sumber daya yang memadai, termasuk sumber daya waktu.
- 3) apakah perpaduan sumber-sumber yang diperlukan benar-benar ada.
- 4) apakah kebijakan yang akan diimplementasikan didasari hubungan kausal yang andal.
- 5) seberapa banyak hubungan kausalitas yang terjadi.

2.3 Pasar

Pasar merupakan tempat dimana sekelompok perusahaan (penjual) bertemu dengan sekelompok pembeli untuk melakukan transaksi jual beli barang atau jasa. Ada lima fungsi pasar, yaitu :

- a. Menetapkan nilai (sets value)
- b. Pendistribusi barang
- c. Pengorganisir produksi
- d. Penyelenggara penjatahan (rationing)
- e. Mempertahankan dan mempersiapkan kebutuhan di masa depan.

Pasar tradisional merupakan pasar yang dikelola dengan manajemen yang lebih tradisional dan simpel daripada pasar modern. Pasar tradisional cenderung menjual barang-barang lokal dan kurang ditemui barang impor. Karena barang yang dijual dalam pasar tradisional cenderung sama dengan pasar modern, maka barang yang dijual pun mempunyai kualitas yang relatif sama dengan barang-barang di pasar modern. Secara kuantitas, pasar tradisional umumnya mempunyai persediaan barang yang jumlahnya sedikit sesuai dengan modal yang dimiliki pemilik atau permintaan dari konsumen. Dari segi harga, pasar tradisional tidak memiliki label harga yang pasti karena harga disesuaikan dengan besarnya keuntungan yang diinginkan oleh setiap pemilik usaha sendiri-sendiri. Selain itu, harga pasar selalu berubah-ubah, sehingga bila menggunakan label harga lebih repot karena harus mengganti-ganti label harga sesuai dengan perubahan harga yang ada dipasar.

3. PENGELOLAAN PASAR TRADISIONAL DI KOTA YOGYAKARTA

3.1 Pasar Tradisional di Kota Yogyakarta

Pasar modern dikota Yogyakarta, berupa supermarket dan toko waralaba, jumlahnya semakin pesat saat ini. Bertambahnya jumlah pasar modern diindikasikan karena masyarakat menilai banyak manfaat yang didapatkan dengan keberadaan pasar dan toko modern, yaitu kepastian harga (tidak menawar harga), praktis

(dapat mengambil dan memilih sendiri barang yang dibutuhkan), jam buka toko yang panjang (hingga 24 jam) dan kualitas barang yang lebih terjamin.

Pertumbuhan pasar modern yang pesat di Kota Yogyakarta memberikan dampak bagi keberlangsungan pasar tradisional. Meskipun berbagai kebijakan telah ditempuh untuk meningkatkan omzet penjualan di pasar tradisional, namun hasil yang didapatkan belum maksimal.

Saat ini terdapat 33 pasar tradisional DI Kota Yogyakarta dengan kualifikasi pasar kelas I hingga kelas V. Perbedaan kelas pasar berdasarkan luas lahan dasaran dan fasilitas yang diberikan. Oleh karena itu kelas pasar ditinjau kembali setiap ada perubahan keluasaan lahan dasaran dan kelengkapan fasilitas. Adapun kriteria kelas pasar (Dinas Pengelolaan Pasar Kota Yogyakarta, 2009: 16) adalah sebagai berikut:

1. Pasar Kelas I: Pasar Beringharjo.
Luas lahan dasaran: = 2.000 m². **Fasilitas:** tempat parkir, tempat bongkar muat, tempat promosi, tempat pelayanan kesehatan, tempat ibadah, kantor pengelola, KM/WC, sarana pengamanan, sarana Pengelolaan Kebersihan, sarana Air Bersih, Instalasi Listrik, Penerangan Umum dan Radio Pasar
2. Pasar Kelas II: Pasar Buah dan Sayur Giwangan
Luas Lahan dasaran; = 1500 m². **Fasilitas:** Tempat parkir, tempat promosi, tempat pelayanan kesehatan, tempat ibadah, kantor pengelola, KM/WC, sarana pengamanan, sarana Pengelolaan Kebersihan, sarana Air Bersih, Instalasi Listrik, Penerangan Umum dan Radio Pasar.
3. Pasar Kelas III: Pasar Kranggan, Demangan, Sentul, Kota Gede, Serangan, Klithikan, Pathuk dan pasar Agro dan Ikan Hias Jogja.
Luas lahan dasaran : = 1.000 m². **Fasilitas:** tempat promosi, tempat pelayanan kesehatan, tempat ibadah, kantor pengelola, KM/WC, sarana pengamanan, sarana Pengelolaan Kebersihan, sarana Air Bersih, Instalasi Listrik, Penerangan Umum dan Radio Pasar.
4. Pasar Kelas IV: Pasar Ngasem, Terbam, Lempuyangan, Patangpuluhan, Ciptomulyo, Kembang, Prawirotaman dan Pasar Pingit.
Luas Lahan dasaran: = 500 m². **Fasilitas:** tempat promosi, kantor pengelola, KM/WC, sarana pengamanan, sarana Pengelolaan Kebersihan, sarana Air Bersih, Instalasi Listrik, Penerangan Umum.
5. Pasar Kelas V: Pasar Gedongkuning, Senen, Pujokusuman, Gading, Karangwaru, Sanggrahan, Talok Gendeng, Kluwih Ngadikusuman, Sawo Prawirodirjan, Ledok Gondomanan, Pace Semaki, Suryobraton,

Telo Krangkajen, dan pasar Sepeda Tunjungsari.

Luas lahan dasaran: = 50 m². **Fasilitas:** sarana pengamanan dan sarana pengelolaan kebersihan.

Beberapa pasar tradisional yang telah dikelola dengan modern dan menjadi ikon Kota Yogyakarta seperti Pasar Beringharjo, pasar Klithikan Pakuncen dan Pasar Agro dan Ikan Hias Jogja memang berkembang dengan pesat. Namun demikian pasar-pasar tradisional yang lainnya kurang berkembang meskipun Pemerintah Kota Yogyakarta telah memperbaiki sarana dan prasarana pasar tersebut.

3.2 Pengembangan Pasar Tradisional di Kota Yogyakarta

Pengelolaan dan pengembangan pasar tradisional di Kota Yogyakarta dilakukan oleh Dinas Pengelolaan Pasar (Dinlopas). Dinas inilah yang memiliki kewenangan untuk menata dan mengembangkan keberadaan pasar tradisional di wilayah kota Yogyakarta. Visi yang diemban oleh Dinas Pengelolan Pasar Kota Yogyakarta adalah "Terwujudnya pasar tradisional dengan pengelolaan modern sebagai pusat perkembangan perekonomian, wisata dan edukasi".

Dinlopas mempunyai fungsi pelaksanaan sebagian kewenangan daerah di bidang pengelolaan pasar. Saat ini terdapat lebih dari 15 ribu orang pedagang dan tersebar di 33 pasar tradisional se-Kota Yogyakarta masuk dalam koordinasi kerja Dinlopas. Untuk menjalankan fungsi secara optimal maka Dinlopas mempunyai lima tugas pokok:

1. merumuskan, merencanakan, dan melaksanakan kebijakan di bidang pengelolaan pasar.
2. melaksanakan pembinaan pedagang pasar.
3. melaksanakan pemungutan retribusi sesuai dengan kewenangan yang diberikan.
4. melaksanakan pengendalian, dan pengawasan operasional pengembangan fasilitas pasar dan pemungutan pendapatan.
5. melaksanakan ketatausahaan dinas.

Dinlopas berperan sebagai perpanjangan tangan dari Pemerintah Daerah yang memiliki peran vital untuk memfasilitasi dan menjalankan perencanaan strategis (tugas pokok dan fungsi) yang telah ditetapkan. Untuk tahun anggaran 2012 alokasi anggaran untuk Dinlopas adalah sebesar Rp. 17,4 milyar. Hal itu tertuang dalam PERDA Kota Yogyakarta Nomor 8 Tahun 2011 tentang Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Tahun Anggaran 2012. Sumber terbesar anggaran tersebut diperoleh dari retribusi pelayanan pasar senilai Rp. 13 Milyar. Sementara kekurangan anggaran ditutup dari kas Pemerintah Daerah.

Rincian anggaran tersebut terdiri dari Belanja Pegawai Rp. 6,6 milyar. Program pelayanan administrasi perkantoran Rp. 3,9 milyar. Program pemeliharaan sarana prasarana kebersihan, ketertiban, dan keamanan pasar Rp. 4,3 milyar. Program optimalisasi pemanfaatan lahan dan pengelolaan pasar Rp. 1,2 milyar. Selain itu, Dinlopas juga mengalokasikan dana sebesar Rp. 859 juta untuk program pengembangan pasar. Program pengembangan pasar yang dimaksud meliputi pemberdayaan pasar dan komunitas sebesar Rp. 241 juta, dan pengembangan dan pembuatan media promosi pasar sebesar Rp. 618 juta.

Kebijakan dan Program kerja yang diimplementasikan oleh Dinlopas didasarkan pada susunan organisasi Dinas Pengelolaan Pasar seperti termaktub dalam Peraturan Daerah Nomor 8 Tahun 2005 tentang Pembentukan, Susunan Organisasi dan Tata Kerja Dinas Pengelolaan Pasar dan Peraturan Walikota No. 86 tahun 2008 tentang Fungsi, Rincian Tugas Dan Tata Kerja Dinas Pengelolaan Pasar Kota Yogyakarta.

1) Program Pengembangan Pasar Tradisional

Pasar sebagai tempat transaksi komoditas ekonomi kini telah beralih fungsi menjadi sarana rekreasi, yang dikemas dalam wisata belanja. Sehingga orang pergi berbelanja bukan sekadar hendak membeli komoditas (barang-jasa) melainkan juga telah menjadi gaya hidup. Gaya hidup inilah yang belum mampu ditawarkan oleh pasar tradisional. Pasar tradisional masih tertinggal dan belum mampu menjadi tempat wisata belanja. Padahal Yogyakarta adalah kota pelajar dan tujuan wisata sehingga mempunyai prospek bisnis yang sangat menjanjikan.

Program pengembangan pasar dimaksudkan untuk menata dan memajukan pasar tradisional sehingga mampu menjadi pusat wisata belanja di Yogyakarta, sesuai dengan visi Dinas Pengelolaan Pasar Kota Yogyakarta. Program pengembangan pasar ini meliputi pemberdayaan pasar dan komunitas dan pengembangan dan pembuatan media promosi pasar.

a. Pemberdayaan Pasar Tradisional

Untuk mewujudkan visi menjadi pusat wisata belanja ada beberapa kebijakan dan program kegiatan yang hingga saat ini terus digalakkan oleh Dinlopas Kota Yogyakarta. Pemberdayaan pasar tradisional dilakukan dengan melakukan revitalisasi sarana dan prasarana fisik, peningkatan kualitas barang dagangan dan pemberdayaan pelaku pasar.

Pemberdayaan pasar dilakukan dengan meningkatkan kualitas pasar tradisional dan

barang yang dijual di pasar tradisional. Kualitas pasar tradisional dari segi fisik saat ini sudah banyak dibenahi. Berbagai program revitalisasi pasar tradisional dilakukan dibawah pengawasan Dinlopas. Untuk Pasar Demangan, misalnya, program revitalisasi dilaksanakan melalui berbagai macam cara, yaitu:

- a. Perbaikan infrastruktur pasar yaitu perbaikan atap, pembuatan drainase dan pemeliharaan bangunan pasar yang dilaksanakan pada bulan Juli 2012.
- b. Peningkatan kebersihan lingkungan Pasar Demangan
- c. Peningkatan pengamanan dan penertiban dengan menambah frekuensi patroli pasar oleh petugas keamanan dan ketertiban yang bekerja sama dengan kepolisian
- d. Pembinaan dan pemberdayaan pedagang melalui peningkatan kemampuan pedagang dalam manajemen usaha, display barang dagangan, pelayanan konsumen, kualitas barang, stock barang dan ketepatan ukuran/timbangan.
- e. Pengembangan dan promosi pasar (Pratiwi, 2012).

Selain program revitalisasi pasar, pembentukan komunitas pasar merupakan suatu upaya bagi pemberdayaan pelaku pasar. Peran dan fungsi dari paguyuban tersebut antara lain sebagai wadah untuk aspirasi pedagang dan kemudian menjembatani komunikasi antara pedagang dengan pengelola (dinas pasar ataupun lurah pasar), mempermudah distribusi informasi, wadah pengelolaan konflik internal pada level pasar dan pedagang, memfasilitasi kemudahan sistem peminjaman modal dari perbankan, serta menurunkan jumlah rentenir di pasar (penurunan rentenir pasar Beringharjo mencapai 75%, sedangkan pasar Pakuncen mencapai 50%).

Dari berbagai paguyuban tersebut selanjutnya dibentuk persatuan paguyuban-paguyuban pasar tradisional di wilayah kota Yogyakarta. Persatuan paguyuban ini memiliki peran besar dalam pengembangan promosi pasar tradisional (Balitbang Kementerian PU, 2011).

Beberapa contoh paguyuban pedagang pasar yang terbentuk di setiap pasar tradisional di Kota Yogyakarta adalah sebagai berikut:

1. Pasar Beringharjo (semua paguyuban diinisiasi oleh pedagang dan asosiasi yang terbentuk ini berbasis komoditas):
 - a. Pagerharjo: khusus pedagang kios atau los konveksi
 - b. Sejahtera Bersama Yogyakarta (SBY): pedagang lapak didalam pasar
 - c. Langgeng Rahrarjo: pedagang kuliner di metro Beringharjo
 - d. Papela: pedagang makanan di depan pasar (sebelah barat pasar)

- e. Paguyuban Sumber Rejeki: pedagang makanan di sebelah utara pasar
 - f. Paguyuban Kemasan: khusus pedagang kemasan
 - g. Paguyuban Metro: pedagang kios atau los di metro Beringharjo lantai 2
 - h. Kelompok pengajian Dewi Khodijah: kelompok pengajian untuk semua pedagang pasar Beringharjo
2. Pasar Klitikan Pakuncen: Paguyuban Kompak yang kemunculannya diinisiasi oleh pengelola pasar.

Pengembangan dan pemberdayaan pasar tradisional di Kota Yogyakarta juga kian tampak jelas ketika paguyuban-paguyuban yang tergabung dalam Forum Silaturahmi Paguyuban Pedagang Pasar Yogyakarta (FSPPPY) membangun media aspirasi, media informasi, sekaligus sebagai media promosi pasar dengan menerbitkan koran mingguan bernama Warta Pasar Jogja. Warta Pasar Jogja merupakan sebuah media komunikasi online yang dikembangkan oleh dan untuk para pemangku pasar. Media ini adalah hasil sokongan dari seluruh pedagang pasar yang ada di kota Yogyakarta sebagai upaya untuk membangun pasar tradisional dengan berbasis komunitas pedagang pasar.

Program lain yang dilakukan untuk pengembangan dan pemberdayaan pasar adalah dengan menyelenggarakan Program Sekolah Pasar yang dilaksanakan awal Maret 2012 dan berlangsung di semua pasar di Yogyakarta. Sekolah Pasar diharapkan mampu untuk mendorong pasar agar lebih mandiri, berkoperasi dan terkoneksi satu sama lain sehingga harapan ke depan pasar rakyat akan menjadi lebih maju. Program ini merupakan program kerja sama dengan Pusat Studi Ekonomi Kerakyatan (PUSTEK) dengan Forum Silaturahmi Paguyuban Pedagang Pasar Yogyakarta (FSPPPY).

b. Program Pengembangan Promosi Pasar Tradisional

Berkaitan dengan upaya promosi pasar tradisional di Kota Yogyakarta, Dinlopas mengadakan Program Promo Pasar yang dilaksanakan pertama kali tahun 2011. Program ini memberikan secercah harapan bagi para pedagang untuk meningkatkan omzet penjualan. Selain itu, program ini juga memberi gambaran yang terang bahwa pedagang juga sangat peduli terhadap kemajuan pasarnya sendiri. Tahun 2012 dan 2013 ini, program Promo Pasar juga kembali dilaksanakan.

Kegiatan Promo Pasar telah menghabiskan dana sekitar 300 juta rupiah. Dana penyelenggaraan program tersebut didapatkan dari anggaran pemerintah kota Yogyakarta dan

sponsor. Selain itu terdapat kurang lebih 2,4 juta lembar kupon yang terkumpul pada program Promo pasar 2012. Program ini telah meningkatkan jumlah pengunjung pasar tradisional pada tahun 2012 sebanyak 30 persen (Warta Pasar Yogya, 2012).

2) Faktor-faktor yang Mempengaruhi Implementasi Program Pengembangan Pasar Tradisional

Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan dalam menganalisis implementasi kebijakan pengelolaan pasar tradisional adalah teori yang dikemukakan oleh George C Edward III. Menurut Edward ada empat faktor yang mempengaruhi implementasi kebijakan publik yaitu komunikasi, sumber daya, disposisi dan struktur birokrasi.

a. Komunikasi

Komunikasi kebijakan pengelolaan pasar tradisional merupakan penyampaian informasi kebijakan termasuk program-program pelaksana kebijakan dan program yaitu Dinas Pengelolaan Pasar Kota Yogyakarta kepada pelaksana teknis Dinas Pengelolaan pasar dan disampaikan kepada kelompok sasaran kebijakan serta pihak lain yang berkepentingan yaitu para pedagang pasar tradisional.

Komunikasi yang terjalin diantara para implementor kebijakan tersebut bersifat komunikasi internal dan eksternal. Komunikasi internal terjadi antar pejabat pengelola pasar yaitu pejabat struktural pada Dinas Pengelolaan Pasar Kota Yogyakarta dengan pejabat unit pelaksana teknis di masing-masing pasar tradisional yang tersebar di Kota Yogyakarta. Komunikasi ini disampaikan dalam bentuk formal seperti rapat dan non-formal seperti perintah langsung atasan terhadap bawahan.

Komunikasi eksternal terjadi diantara pejabat pengelola pasar dengan para pedagang pasar tradisional di Kota Yogyakarta yang tergabung dalam paguyuban komunitas pasar, akan tetapi tidak menutup kemungkinan komunikasi terjadi antara personal pedagang dengan pejabat pengelola pasar langsung. Keterlibatan pedagang dalam komunikasi ini bertujuan agar mereka juga mengetahui apa yang harus dipersiapkan dan dilaksanakan agar tujuan kebijakan pengelolaan pasar dapat dicapai seefektif dan seefisien mungkin. Paguyuban pedagang yang terdapat di hampir setiap pasar tradisional di Kota Yogyakarta berfungsi sebagai jembatan untuk menyambung informasi dari pedagang kepada pengelola dan sebaliknya dari aparat pengelola kepada pedagang.

Kegiatan komunikasi rutin sebagai bentuk keteraturan dan konsistensi komunikasi yang dilakukan antar pejabat pasar maupun antara pejabat dengan pedagang dilakukan dalam bentuk pertemuan-pertemuan diantaranya sebagai berikut:

- 1) Setiap hari senin, selasa dan rabu diadakan rapat koordinasi terbatas (rakortas) kepala pasar dan pejabat struktural di Dinas Pengelolaan Pasar Kota Yogyakarta.
 - 2) Setiap satu bulan sekali diadakan rapat koordinasi antara pejabat pengelola pasar kepada paguyuban dan pedagang.
 - 3) Setiap dua minggu sekali diadakan rapat paguyuban secara informal.
 - 4) Mengadakan sarasehan dengan pedagang tergantung tingkat kebutuhan, untuk waktu disesuaikan, misalnya menjelang even-even tertentu.
- b. Sumber Daya

Sumber daya merupakan faktor yang mempengaruhi keberhasilan implementasi kebijakan karena implementasi kebijakan memerlukan dukungan sumber daya manusia maupun sumber anggaran untuk melaksanakan kebijakan tersebut.

Jumlah pegawai pada Dinas Pengelolaan Pasar Kota Yogyakarta masih kurang mencukupi untuk saat ini mengingat tugas dan fungsi yang diemban dari dinas ini cukup besar dalam rangka memajukan pasar tradisional di Kota Yogyakarta. Untuk mengatasi hal tersebut, seperti dikatakan oleh salah satu staf kepegawaian Dinlopas, upaya yang dilakukan adalah mengoptimalkan kinerja staf dalam menyelesaikan tugas yang diemban.

Masalah lain berkaitan dengan SDM pegawai Dinlopas adalah kompetensi pegawai. Tidak semua staf di bagian struktural mengenyam pendidikan tinggi. Kalupun mereka lulusan perguruan tinggi, mereka tidak ditempatkan pada bidang keahlian sesuai dengan latar belakang pendidikan dan keahlian yang mereka miliki. Dengan kata lain, penempatan pegawai pada Dinlopas kurang sesuai dengan keahlian dan kompetensi pegawai. Alhasil beberapa tugas yang diemban kurang berjalan secara optimal. Selain itu kurangnya pendidikan dan pelatihan yang dilakukan di lingkungan Dinas Pengelolaan Pasar Kota Yogyakarta juga menjadi masalah berkaitan dengan upaya untuk meningkatkan profesionalitas pegawai.

Sumber daya lain selain SDM adalah sumber daya anggaran. Anggaran sangat penting untuk menopang keberhasilan program pengelolaan dan pengembangan pasar tradisional di Kota Yogyakarta. Anggaran atau biaya program-program

pengelolaan dan pengembangan pasar bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN), Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) dan swadaya pedagang.

Untuk tahun anggaran 2012 alokasi anggaran untuk Dinas Pengelolaan Pasar sebesar Rp 17,4 milyar yang berasal dari APBD. Hal ini teruang dalam Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 8 tahun 2011 tentang Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah tahun anggaran 2012.

Sumbangan terbesar anggaran tersebut berasal dari retribusi pelayanan pasar senilai 13 milyar. Sementara selebihnya ditutup dari kas pemerintah daerah. Adapun rencana pelaksanaan anggaran adalah seperti tabel berikut ini.

Dari keseluruhan anggaran 17,4 milyar, Pemerintah Kota Yogyakarta hanya menganggarkan sekitar 6, 3 milyar untuk program revitalisasi. Angka ini tentunya terlalu kecil untuk membiayai revitalisasi 33 pasar tradisional yang ada di Kota Yogyakarta. Oleh karena itu, langkah yang ditempuh Dinlopas adalah dengan mengadopsi sistem bertahap dalam program revitalisasi pasar sehingga sifatnya adalah perbaikan terhadap sarana prasarana pasar terhadap fasilitas-fasilitas mikro seperti perparkiran atau pengantian atap bagi pasar yang memang mengalami kerusakan parah.

c. Disposisi (Sikap Pelaksana)

Disposisi merupakan kecenderungan, keinginan atau kesepakatan para pelaksana kebijakan. Indikator disposisi dalam implementasi pengelolaan pasar adalah:

1) Pengangkatan birokrat

Pengangkatan dan pemilihan personil untuk jabatan struktural pada Dinlopas Kota Yogyakarta merupakan wewenang Badan Kepegawaiaan Daerah (BKD). Tetapi untuk di luar jabatan struktural seperti tenaga khusus menjadi wewenang Kepala Dinas misalnya tenaga keamanan, kebersihan dan penarik pajak retribusi.

Berdasarkan wawancara dengan salah seorang pedagang di Pasar Demangan, aparat pelaksana dinilai memiliki sikap positif seperti kutipan berikut ini:

“Kepala pasar orang baik dan perhatian kepada pedagang. Peduli sama pasar. Ada masalah juga sigap. Anak buahnya juga, semua membaur, membangun keakraban sama pedagang, tidak cuma disini, terkadang juga kami diundang untuk mengikuti sarasehan” (Retno , 2012).

Selain itu, aparat pelaksana dinilai juga memiliki cukup pengetahuan, pemahaman dan pendalaman terhadap kebijakan yang diimplementasikan, sehingga arah respon mereka lebih ke arah menerima dan mendukung kebijakan tersebut.

2) Insentif

Karena keterbatasan anggaran, Dinlopas Kota Yogyakarta tidak memberikan insentif bagi pegawai/stafnya yang dinilai memiliki kinerja memuaskan. Namun yang dilakukan adalah memberikan motivasi dari atasan langsung kepada bawahan dan memberikan pendampingan dalam melaksanakan pekerjaan para bawahan tersebut. Upaya tersebut juga berfungsi sebagai mekanisme kontrol atau pengawasan dari atasan kepada bawahan atau sebaliknya.

Sistem pengawasan yang diberlakukan pada Dinlopas Kota Yogyakarta adalah sebagai berikut:

- a. Konsultasi, pembinaan dan pengawasan tahunan yang dilakukan oleh Inspektorat Kota Yogyakarta
- b. Pengawasan dan pembinaan disiplin pegawai oleh atasan langsung
- c. Pengawasan dan pembinaan staf oleh kepala bidang masing-masing
- d. Evaluasi kinerja berupa laporan atau penilaian. Penilaian dilakukan oleh atasan ke bawahan, bawahan ke atasan dan ke sesama level.
- e. Sistem absensi untuk disiplin pegawai.

d. Struktur birokrasi

Struktur birokrasi pada Dinas Pengelolaan Pasar Kota Yogyakarta mencakup aspek-aspek seperti struktur organisasi, pembagian kewenangan serta hubungan antara unit-unit organisasi yang ada. Dalam struktur tersebut terlihat bahwa terdapat pemisahan kegiatan antara satu bagian dengan bagian yang lain dan bagaimana hubungan aktivitas dan fungsi dibatasi. Pola koordinasi yang terjalin menempatkan kepala dinas sebagai pejabat tertinggi di mana setiap bagian-bagian organisasi terhubung dengan rantai komando langsung ke kepala dinas. Sementara itu pelaksana kebijakan secara teknis operasional dan/atau kegiatan teknis penunjang tertentu diserahkan kepada unit pelaksana teknis (UPT) masing-masing pasar tradisional di Kota Yogyakarta.

Adapun tugas pokok dan fungsi (tupoksi) dari UPT adalah:

- 1) Penyusunan program dan petunjuk teknis yang berkaitan dengan pengelolaan pasar

- 2) Pelaksana kegiatan dalam rangka meningkatkan pendapatan daerah dan retribusi pasar
- 3) Pelaksanaan koordinasi dalam rangka pemeliharaan dan pengawasan keamanan, ketertiban dan kebersihan pasar serta peningkatan retribusi pasar
- 4) Pelaksanaan koordinasi dengan instansi dan unit terkait dalam rangka peningkatan kinerja pasar
- 5) Pelaksanaan tata usaha dan pelaporan dalam rangka penyelenggaraan pengelolaan pasar
- 6) Pelaksanaan tugas dinas lain yang diberikan oleh kepala dinas sesuai dengan tugas dan fungsinya.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. Kesimpulan

Pemerintah Kota Yogyakarta telah melakukan berbagai upaya untuk mengembangkan pasar tradisional dalam rangka menghadapi maraknya pasar modern. Beberapa program pengembangan pasar telah dilaksanakan seperti:

1. Revitalisasi pasar tradisional melalui perbaikan sarana prasarana pendukung pasar tradisional
2. Pemberdayaan pasar dan komunitas
3. Pengembangan dan pembuatan media promosi pasar.

Namun demikian, sejumlah program tersebut tampaknya belum serta merta mampu memajukan pasar tradisional di Kota Yogyakarta. Pada satu sisi, Dinlopas telah berupaya untuk memajukan pasar tradisional tetapi pada sisi yang lain, Dinas Perijinan memberikan kemudahan bagi pasar modern dan warung waralaba untuk berdiri pesat di Kota Yogyakarta.

Dalam melaksanakan program pengembangan pasar tersebut, Dinlopas Kota Yogyakarta menghadapi sejumlah kendala baik dari internal instansi maupun eksternal instansi. Kendala-kendala yang dihadapi meliputi:

1. Sumber Daya Manusia, baik para pegawai Dinlopas maupun pedagangnya. Usaha yang dilaksanakan untuk mengatasi masalah ini adalah dengan membentuk paguyuban pasar yang menyelenggarakan kegiatan seperti sarasehan dan pelatihan yang waktunya menyesuaikan kebutuhan.
2. Dana revitalisasi pasar tradisional masih terlalu kecil
3. Kurangnya koordinasi antar dinas di lingkungan Kota Yogyakarta.
4. Lemahnya penegakan hukum terhadap kebijakan yang telah berlaku.

4.2. Saran

Untuk mengembangkan dan memajukan pasar tradisional, Pemerintah Kota Yogyakarta dapat melakukan:

1. Peningkatan SDM dan penempatan staf Dinlopas Kota Yogyakarta sesuai kemampuan yang dimiliki.
2. Peningkatan anggaran dana untuk revitalisasi dan pengembangan pasar tradisional.
3. Peningkatan koordinasi antar dinas di lingkungan Pemerintah Kota Yogyakarta terutama antara Dinlopas, Dinas Pariwisata dan Dinas Perijinan.
4. Peningkatan upaya penegakan hukum terutama dalam menutup peluang pendirian toko dan pasar modern di Kota Yogyakarta sesuai Perwal No. 79/2011.

PUSTAKA

- Colebath, H 2002. *Policy*, Sage Publications, Beverly Hills.
- Considine. M 1994. *Public Policy a Critical Approach*, MacMillan Education Australia Pty Ltd.
- Dunn. 1999. *Analisis Kebijakan Publik*, Yogyakarta., Gadjah Mada University Press
- Islamy. Moh Irfan. 1997. *Prinsip-prinsip Perumusan Kebijaksanaan Negara*. Jakarta. Bumi Aksara.
- Moloeng, Lexy, 1990, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nawawi, Hadari, 1998, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Nawawi, Hadari dan Martini Hadari, 1995, *Instrumen Penelitian Bidang Sosial*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Nugroho D. Rian 2003. *Kebijakan Public: Formulasi, Implementasi. dan Evaluasi*, Jakarta. PT Gramedia
- Rozaki, Abdur, 2012, *Pasar Tradisiona: dibawah Bayang-bayang Dominasi Peran Pasar Modern*, IRE, Yogyakarta
- Wahab, Solichin 1997. *Analisis Kebijaksanaan : Dari Formulasi ke Implementasi Kebijaksanaan Negara.*, Jakarta . Bumi Aksara..
- Wahab, Solichin, 1998. *Analisis Kebijakan Publik : Teori dan Aplikasinya*. Malang. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
- Winamo. Budi 2002. *Teori dan Proses Kebijakan Publik*. Yogyakarta, Media Presindo
- Winarno, Budi. 2012. *Kebijakan Publik : Teori, Proses dan Studi Kasus*, Yogyakarta : PT. Buku Seru
- Widjaja, Gunawan. 2001. *Seri Hukum Bisnis Waralaba*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Zuhriyati, Erni, dkk 2012, *Kepemimpinan Transformatif Dalam Inovasi Pemerintah di Pemerintahan Kota Yogyakarta di Era Herry Zudianto*, Working Paper No 001/JKSG/2012, JSKG School of Governement, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Dokumen Pembentukan SINTAP (UPTSA/Dinas Perizinan Kota Yogyakarta dan Implementasinya

Peraturan Daerah:

Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 48 Tahun 2009 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 3 Tahun 2009 Tentang Retribusi Pelayanan Pasar.

Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 47 Tahun 2009 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2009 Tentang Pasar.

Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 79 Tahun 2010 Tentang Pembatasan Usaha Waralaba Minimarket Di Kota Yogyakarta.

Website:

<http://www.wartapasarjogya>.

<http://krjogja.com/read/116882/komisi-a-waralaba-nakal-wajib-ditutup.kr>).

<http://www.iradiofm.com/informatif/kabar-dari-jakarta/220-ekonomi-jakarta/1412-19-minimarket-di-diy-melanggar-aturan>.

BIODATA PENULIS

Utami Dewi, M.PP merupakan staf Pengajar pada Jurusan Ilmu Administrasi Negara, FIS, UNY. Penulis aktif melakukan penelitian dan mempresentasikan karya ilmiah pada seminar nasional dan internasional. Saat ini, penulis terlibat dalam penelitian Hibah Bersaing DIKTI 2013 dengan tema pelayanan publik pada difabel di Provinsi DIY.

F. Winarni, M.Si, merupakan staf Pengajar pada Jurusan Ilmu Administrasi Negara, FIS, UNY. Saat ini penulis terlibat dalam Penelitian Hibah Bersaing DIKTI 2013 dengan tema Implementasi E-Government di Yogyakarta.