

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pasar Cicadas adalah salah satu pasar tradisional yang terkenal di Kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia. Pasar ini memiliki sejarah panjang dan menjadi salah satu pusat perekonomian warga Bandung sejak zaman kolonial Belanda. Pasar Cicadas masih mempertahankan suasana tradisional dengan para pedagang yang ramah dan tawar-menawar yang menjadi ciri khas pasar tradisional di Indonesia. Pasar Cicadas adalah salah satu ikon pasar tradisional di Bandung yang memiliki nilai sejarah dan ekonomi yang penting. Meskipun menghadapi berbagai tantangan, pasar ini tetap menjadi tempat yang penting bagi warga Bandung dan sekitarnya. Dengan upaya revitalisasi dan inovasi, Pasar Cicadas diharapkan dapat terus bertahan dan berkembang di masa depan. Revitalisasi pedagang kaki lima memiliki kaitan erat dengan keberadaan dan perkembangan pasar tradisional seperti Pasar Cicadas di Bandung. Pedagang kaki lima (PKL) sering kali menjadi bagian tak terpisahkan dari pasar tradisional, baik di dalam maupun di sekitar area pasar.

Pedagang Kaki Lima (PKL) merupakan salah satu tulang punggung perekonomian masyarakat Indonesia, terutama di kota-kota besar seperti Bandung. Sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), termasuk PKL, menyumbang sekitar 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dan menyerap lebih dari 90% tenaga kerja. Di Kota Bandung, PKL tidak hanya menjadi sumber mata pencaharian bagi ribuan keluarga, tetapi juga bagian dari identitas budaya dan dinamika sosial perkotaan. Namun, keberadaan PKL seringkali dihadapkan pada persoalan kompleks, seperti tata kelola ruang publik yang tidak tertib, persaingan dengan usaha formal, serta keterbatasan akses terhadap modal, pelatihan, dan teknologi.

Pemerintah Kota Bandung, melalui Dinas UMKM, berupaya mengoptimalkan peran PKL melalui program revitalisasi yang bertujuan meningkatkan kualitas usaha, kesejahteraan pedagang, dan penataan ruang

publik. Salah satu lokasi prioritas adalah Pasar Cicadas, kawasan yang dikenal sebagai pusat perdagangan tradisional sekaligus area PKL padat. Revitalisasi di sini mencakup penataan infrastruktur, pemberdayaan kapasitas pedagang, serta integrasi PKL ke dalam sistem ekonomi formal. Namun, dalam praktiknya, program ini seringkali menghadapi tantangan, seperti resistensi dari pedagang, kurangnya koordinasi antarpemangku kepentingan, dan miskomunikasi dalam sosialisasi kebijakan.

Komunikasi strategis menjadi faktor krusial dalam memastikan keberhasilan revitalisasi. Tanpa pendekatan yang tepat, program pemerintah berisiko tidak diterima atau dianggap sebagai upaya represif, alih-alih solusi kolaboratif. Dinas UMKM Kota Bandung dituntut untuk merancang strategi komunikasi yang inklusif, transparan, dan adaptif, melibatkan dialog dengan PKL, masyarakat sekitar, pelaku usaha lain, serta instansi terkait. Namun, belum ada kajian mendalam mengenai bagaimana strategi komunikasi tersebut dirancang, diimplementasikan, dan dievaluasi, khususnya dalam konteks revitalisasi PKL di Pasar Cicadas.

Revitalisasi ini diharapkan dapat memperbaiki infrastruktur , meningkatkan daya tarik bagi pembeli, serta memperkuat posisi PKL dalam menghadapi persaingan. Strategi komunikasi dibutuhkan dalam penyampaian kebijakan dan informasi dari pemerintah terhadap masyarakat agar kebijakan serta informasi tersebut dapat diterima secara optimal



VIDEO: Revitalisasi Lapak PKL Cicadas

| CNN Indonesia

Kamis, 03 Okt 2019 18:10 WIB

Jakarta, CNN Indonesia -- Pemerintah kota Bandung melakukan penataan pedagang kaki lima, di kawasan Cicadas. Penataan dilakukan, dengan mengganti lapak menjadi lebih layak dan representatif. Penataan ini menjadi solusi, setelah rencana relokasi tidak pernah terealisasi.

Gambar 1.1 Berita Terkait Revitalisasi PKL Cicadas Kota Bandung

Sumber : <https://www.cnnindonesia.com/tv/20191003181023-407-436507/video-revitalisasi-lapak-pkl-cicadas>

Penelitian terdahulu juga menunjukkan pentingnya komunikasi dalam proses e-retribusi pasar tradisional. Studi yang dilakukan oleh Abdul Latief dan Francisca Winarni (2020) di Pasar Beringharjo, Yogyakarta, menunjukkan bahwa komunikasi yang efektif antara pemerintah dan pedagang pasar dapat meningkatkan partisipasi pedagang dalam program revitalisasi dan mengurangi resistensi terhadap perubahan. Terkait latar belakang dan fenomena yang telah dipaparkan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “STRATEGI KOMUNIKASI DINAS USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH KOTA BANDUNG DALAM REVITALISASI PEDAGANG KAKI LIMA(studi Kasus Di Cicadas Market Kota Bandung)”.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh Pemerintah Kota Bandung dalam upaya revitalisasi Pedagang

Kaki Lima di kawasan Cicadas. Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini akan menggali lebih dalam tentang bagaimana komunikasi dilakukan, tantangan yang dihadapi, serta dampak yang dirasakan oleh para pelaku PKL. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang praktik komunikasi pemerintah dalam konteks revitalisasi, serta memberikan rekomendasi untuk perbaikan strategi komunikasi di masa mendatang. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya relevan bagi Pemerintah Kota Bandung, tetapi juga bagi kota-kota lain yang menghadapi tantangan serupa dalam mengelola dan mengembangkan PKL melalui revitalisasi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, peneliti mengambil kesimpulan bahwa rumusan masalah yang diambil yaitu: Bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Bandung terhadap revitalisasi PKL Cicadas Market?

1.3 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang di atas dan beberapa pemikiran yang dirangkum peneliti dalam rumusan masalah, maka peneliti dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Komunikasi Pemerintah dalam Melakukan Revitalisasi PKL di Cicadas Market?
2. Apa saja tantangan dan faktor pendukung efektivitas strategi komunikasi tersebut?
3. Bagaimana respons pedagang dan masyarakat terhadap strategi komunikasi yang dijalankan?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan deskripsi latar belakang dan rumusan masalah yang telah disusun, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis strategi komunikasi yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Bandung dalam proses revitalisasi Pasar Cicadas.

2. Menilai persepsi pelaku PKL (Cicadas Market) terhadap strategi komunikasi yang diterapkan oleh Pemerintah Kota Bandung dalam revitalisasi Cicadas Market
3. Mencari Sumber Hambatan atau kendala terkait revitalisasi PKL Cicadas Market dan memberikan solusi dari hambatan atau kendala yang terjadi

1.5 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan deskripsi latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan penelitian yang telah disusun, kegunaan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut

1.5.1 Kegunaan Teoritis

A. Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini akan memberikan kontribusi dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya dalam konteks komunikasi pembangunan dan pemasaran sosial. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai strategi komunikasi pemerintah dalam proses revitalisasi pasar tradisional.

B. Model Strategi Komunikasi

Penelitian ini dapat digunakan sebagai model atau referensi bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji strategi komunikasi dalam konteks revitalisasi atau intervensi pembangunan lainnya.

1.5.2 Kegunaan Praktis

A. Bagi Pemerintah Kota Bandung

Penelitian ini dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi pemerintah kota Bandung dalam mengevaluasi dan mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efektif dalam mendukung program revitalisasi Cicadas market dan program-program sejenis di masa mendatang.

B. Bagi Pelaku PKL (Pedagang Kaki Lima)

Penelitian ini dapat membantu pelaku PKL di Cicadas Market memahami strategi dan tujuan revitalisasi yang diimplementasikan oleh pemerintah, serta mendorong partisipasi aktif dalam proses tersebut.

C. Bagi Pembuat Kebijakan

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pembuat kebijakan di tingkat lokal maupun nasional dalam merancang dan mengimplementasikan program revitalisasi pasar tradisional dengan mempertimbangkan aspek komunikasi yang efektif.

D. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya revitalisasi pasar tradisional dan peran mereka dalam mendukung program-program pemerintah yang bertujuan untuk memperbaiki kondisi ekonomi dan sosial di lingkungan mereka.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang luas baik secara teoritis maupun praktis, serta memberikan dampak positif bagi pengembangan PKL dan revitalisasi pasar tradisional di Kota Bandung dan daerah lainnya.

1.6 Sistematika Penelitian

Penelitian ini menggunakan sistem penelitian sebagai berikut :

1. Bab I Pendahuluan : Latar belakang penelitian, rumusan masalah, identifikasi masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penelitian, serta lokasi dan waktu penelitian.
2. Bab II Tinjauan Pustaka : Rangkuman teori, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran.
3. Bab III Metode Penelitian : Pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, informan kunci, teknik pengumpulan data, teknik analisis dan keabsahan data

1.7 Lokasi Penelitian

Lokasi yang peneliti pilih untuk melakukan penelitian adalah Cicadas Market yang bertempat di jalan Ahmad Yani, Kecamatan Cibeunying Kidul, Kota Bandung.



Gambar 1.2 Cicadas Market Kota Bandung

Sumber: Humas.Bandung.go.id Artikel TribunJabar.id