

STRATEGI KOMUNIKASI PEMBANGUNAN DALAM PENATAAN KEMBALI
PEDAGANG KAKI LIMA DI KAWASAN PASAR 45 OLEH DINAS PERINDUSTRIAN
DAN PERDAGANGAN KOTA MANADO

Christy Elisabeth Kapele

Debby D.V. Kawengian

Max Rembang

christykapele@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pembangunan dalam penataan kembali pedagang kaki lima di Kawasan Pasar 45 oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Manado. Keberadaan PKL merupakan pemenuhan lapangan pekerjaan dan menjadi kekuatan perekonomian rakyat, sedangkan disisi lain keberadaan PKL karena kegiatan usahanya berada pada lokasi yang bukan tempatnya, seperti trotoar, taman, bahu jalan dan lain-lain sehingga menimbulkan masalah-masalah ketertiban, kebersihan, keindahan, serta keamanan kota. Maka dari itu pemerintah perlu untuk melakukan penataan dan memberdayakan keberadaan PKL. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif dan pedoman wawancara sebagai pengumpulan data. Dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menemukan bahwa strategi komunikasi pembangunan belum optimal dilaksanakan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Manado. Pemerintah yang dalam hal ini Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Manado masih perlu untuk memfokuskan perhatian dalam menata dan memberdayakan keberadaan PKL.

Kata kunci: Strategi, Penataan, Pedagang Kaki Lima

1. PENDAHULUAN

Salah satu potensi pembangunan kota-kota di Indonesia adalah sektor informal. Keberadaan sektor informal yang terus berkembang dari waktu ke waktu kerap dianggap sebagai munculnya permasalahan di daerah perkotaan, terutama terkait dengan ruang publik, tata kota dan estetika kota, karena sektor informal yang dominan menghiasi wajah kota adalah Pedagang Kaki Lima.

Pedagang Kaki Lima (PKL) adalah bagian dari aktivitas ekonomi dan pencipta

lapangan kerja pada sektor informal. Pertumbuhan kegiatan PKL yang cukup pesat tanpa adanya penanganan yang baik dapat mengakibatkan ketidakaturan tata kota. Selain itu banyak PKL yang menjalankan aktivitasnya ditempat-tempat yang seharusnya menjadi ruang publik sehingga menyebabkan alih fungsi menjadi ruang komersil. Sehubungan dengan itu, keberadaan PKL dan aktivitas perdagangannya perlu ditata, dikelola dan diberdayakan oleh pemerintah daerah.

Kota Manado yang merupakan ibukota dari Provinsi Sulawesi Utara, tidak terlepas dari keberadaan PKL.

Kawasan Pasar 45 yang menjadi tempat penyebaran PKL terletak di pusat Kota Manado, merupakan kawasan yang berkembang pesat dari dahulunya berupa kawasan pusat-pusat kegiatan ekonomi kota seperti di daerah Taman Kesatuan Bangsa (TKB), Calaca, kawasan sekitar Pasar Bersahati, kawasan Zero Point (Jln Sam Ratulangi) dan sekitarnya. Secara historik kawasan ini merupakan landmark kawasan perdagangan di kota Manado.

Keberadaan pedagang kaki lima di Kawasan Pasar 45 memiliki kecenderungan berada di pusat-pusat keramaian, diantaranya di TKB, kawasan Zero Point (Jln Sam Ratulangi) dan sekitarnya. Namun demikian mengingat asumsi yang dipergunakan oleh PKL erat kaitannya dengan masalah kebutuhan ekonomi maka pertumbuhan jauh lebih cepat dari upaya pemerintah kota untuk menata aktivitas mereka.

Di satu sisi, keberadaan PKL merupakan pemenuhan lapangan pekerjaan dan menjadi kekuatan perekonomian rakyat, sedangkan disisi lain keberadaan PKL karena kegiatan usahanya berada pada lokasi yang bukan tempatnya, seperti trotoar, taman, bahu jalan dan lain-lain sehingga menimbulkan masalah-masalah ketertiban, kebersihan, keindahan, serta keamanan kota.

Upaya dalam melakukan penertiban dan penataan sudah cukup sering dilakukan oleh pemerintah Kota Manado. Khususnya, ditangani oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Manado, PD Pasar Kota Manado dan Satuan Petugas Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Manado. Meski begitu sulit untuk melakukan penataan sampai benar-benar rapih. PKL masih berdagang ditempat yang tidak semestinya.

Pemerintah dalam hal ini Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota

Manado perlu untuk membangun hubungan yang baik dengan Pedagang Kaki Lima agar program penataan PKL dan relokasi bisa disosialisasikan dan terealisasikan. Melalui komunikasi pembangunan yang bertujuan sebagai suatu aktivitas pertukaran pesan secara timbal balik, khususnya antara masyarakat dan pemerintah yang dimana terlibat langsung dalam usaha pembangunan sejak dari proses perencanaan, pelaksanaan, dan penilaian terhadap pembangunan.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis membuat suatu penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi Pembangunan Dalam Penataan Kembali Pedagang Kaki Lima di Kawasan Pasar 45 Oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Manado”

Tujuan Penelitian

Dengan memperhatikan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Komunikasi Pembangunan Dalam Penataan Kembali Pedagang Kaki Lima di Kawasan Pasar 45 Oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Manado.

Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dari dua aspek berikut

Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi dan sumbangan ilmiah bagi pengembangan Ilmu Komunikasi, Khususnya Komunikasi Pembangunan.

Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini, diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran serta masukan bagi pemerintah kota dalam proses kebijakan penataan pedagang kaki lima terlebih bagi Dinas Perindustrian dan Perdagangan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasional.

Menurut Rusday Ruslan, strategi adalah memutuskan apa yang harus dikerjakan dalam langkah-langkah tertentu dalam proses manajemen dimulai dengan penentuan suatu rencana (*plan*), dimana rencana tersebut merupakan produk dari suatu perencanaan (*planning*), yang pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dasar dari proses manajemen (Ruslan, 2002:120).

Demikian pula dengan strategi komunikasi yang merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bias berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi. (Effendy, 2013: 32).

Konsep Komunikasi

Istilah komunikasi secara etimologis, menurut Wilbur Schramm berasal dari bahasa Inggris "*communication*" (pemberitahuan, pemberian bagian, pertukaran, ikut ambil bagian, pergaulan, persatuan, peran serta atau kerjasama). Asal katanya berasal dari kata "*communis*" yang berarti "*common*" (bersifat umum, sama atau bersama-sama). Sedangkan kata kerjanya "*communicare*" yang berarti berdialog, berunding atau bermusyawarah. Jadi komunikasi terjadi apabila terdapat kesamaan makna mengenai suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator dan

diterima oleh komunikan. (Rosmawaty, 2010: 14)

Tujuan dan Fungsi Komunikasi

- 1) Tujuan Komunikasi
 - 1) Mengubah sikap (*to change the attitude*)
 - 2) Mengubah opini/ pendapat/ pandangan (*to change the opinion*)
 - 3) Mengubah perilaku (*to change the behavior*)
 - 4) Mengubah masyarakat (*to change the society*)
- 2) Fungsi Komunikasi
 - 5) Menginformasikan (*to inform*)
 - 6) Mendidik (*to educate*)
 - 7) Menghibur (*to entertain*)
 - 8) Mempengaruhi (*to influence*). (Effendy, 2003: 55)

Pengertian Komunikasi Pembangunan

Komunikasi Pembangunan dalam arti luas meliputi peran dan fungsi komunikasi (sebagai suatu aktivitas pertukaran pesan secara timbal balik) diantara semua pihak yang terlibat dalam usaha pembangunan. Terutama antara masyarakat dengan pemerintah. Sejak dari proses perencanaan, kemudian pelaksanaan, dan penilaian terhadap pembangunan. Komunikasi pembangunan dalam arti sempit merupakan segala upaya dan cara, serta teknik penyampaian gagasan, dan keterampilan pembangunan dan ditujukan kepada masyarakat luas. Kegiatan tersebut bertujuan agar masyarakat yang dituju dapat memahami, menerima, dan berpartisipasi dalam melaksanakan gagasan-gagasan yang disampaikan tadi. (Harun dan Elvinaro 2012: 162)

Fungsi Komunikasi Pembangunan

Schramm dalam Harun dan Elvinaro (2012: 169), tugas pokok komunikasi dalam suatu pembangunan sosial dalam rangka pembangunan nasional, yaitu:

- 1) Menyampaikan kepada masyarakat, informasi tentang pembangunan nasional, agar mereka memusatkan perhatian pada kebutuhan akan perubahan, kesempatan dan cara mengadakan perubahan, sarana-sarana perubahan, dan membangkitkan aspirasi nasional.
- 2) Memberikan kepada masyarakat untuk mengambil bagian secara aktif dalam proses pembuatan keputusan, memperluas dialog agar melibatkan semua pihak yang akan membuat keputusan mengenai perubahan, memberikan kesempatan kepada para pemimpin masyarakat untuk memimpin dan mendengarkan pendapat rakyat kecil, dan menciptakan arus informasi yang berjalan lancar dari bawah ke atas.
- 3) Mendidik tenaga kerja yang diperlukan pembangunan, sejak orang dewasa hingga anak-anak, sejak pelajaran baca tulis, hingga keterampilan teknis yang mengubah masyarakat.

Strategi Komunikasi Pembangunan

Menurut AED dalam Harun dan Elvinaro (2012: 164), ada empat strategi komunikasi pembangunan yang telah digunakan selama ini, yaitu:

- 1) strategi-strategi berdasarkan media (media-based strategies);
- 2) strategi-strategi desain instruksional;
- 3) strategi-strategi partisipatori;
- 4) strategi-strategi pemasaran.

Masing-masing strategi mencerminkan suatu rangkaian prioritas tertentu mengenai bagaimana menggunakan komunikasi untuk mencapai kebutuhan-kebutuhan pembangunan.

Penataan Pedagang Kaki Lima

Penataan merupakan suatu proses perencanaan dalam upaya meningkatkan keteraturan, ketertiban dan keamanan. Penataan menjadi bagian dari suatu proses

penyelenggaraan pemerintah dimana dalam proses penataan tersebut dapat menjamin terwujudnya tujuan pembangunan nasional. Penataan dapat dirumuskan sebagai hal, cara, hasil atau proses menata. (Badudu, Zain, 1996:132)

Dalam Peraturan Presiden Nomor 125 Tahun 2012, Pedagang Kaki Lima yang selanjutnya disingkat PKL adalah pelaku usaha yang melakukan usaha perdagangan dengan menggunakan sarana usaha bergerak maupun tidak bergerak, menggunakan prasarana kota, fasilitas sosial, fasilitas umum, lahan dan bangunan milik pemerintah dan/atau swasta yang bersifat sementara/ tidak menetap.

Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan suatu instrumen pengidentifikasian berbagai faktor yang terbentuk secara sistematis yang digunakan untuk merumuskan strategi perusahaan. Pendekatan ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*) sekaligus dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Secara singkat analisis SWOT dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah hal-hal yang memengaruhi keempat faktornya. (Fatimah, 2016: 7-8)

Teori Interaktif

Pada akhir dasawarsa 1960, sebuah model komunikasi baru mulai mendapat dukungan para peneliti komunikasi. Model tersebut dikenal sebagai model komunikasi “interaktif” atau “konvergen” (Schramm, 1973; Rogers dan Kincaid, 1981). Model ini menganggap komunikasi sebagai suatu transaksi diantara partisipan, yang setiap orang memberikan kontribusi pada transaksi itu, meskipun dalam derajat yang berbeda. Terlebih lagi, model ini berlaku baik untuk situasi komunikasi interpersonal maupun komunikasi massa.

Pada akhirnya apa yang telah dipelajari akan ditentukan oleh kemampuan dari

masing-masing individu. Dalam hal ini seperti juga dalam hal-hal lain, komunikasi ialah suatu pertukaran informasi, yang setiap individu memberikan kontribusi pada proses itu.

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif dilakukan pada kondisi alamiah, langsung ke sumber data dan peneliti adalah instrumen kunci. Penelitian kualitatif lebih bersifat deskriptif. Data-data yang terkumpul berbentuk kata-kata atau gambar, sehingga tidak menekankan pada angka. Penelitian kualitatif lebih menekankan pada proses dari pada produk atau outcome. Penelitian kualitatif melakukan analisis data secara induktif dan lebih menekankan makna (data dibalik yang teramati).

Dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

Adapun jumlah Informan sebanyak 5 orang yaitu Kepala Bidang Perdagangan, Kepala Bidang Pengawasan, Kepala Seksi Operasi dan Pengendalian Satuan Polisi Pamong Praja, Kepala Bagian Umum PD Pasar, Masyarakat pengguna jalan dan Pedagang Kaki lima yang berada di Kawasan Pasar 45.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan dari hasil wawancara dapat diketahui strategi komunikasi pembangunan yang digunakan Dinas Perindustrian dan Perdagangan dalam melaksanakan penataan kembali pedagang kaki lima di Kawasan Pasar 45 Manado.

Analisis SWOT difokuskan untuk melihat sejauh mana kekuatan dan kelemahan yang dimiliki serta peluang dan ancaman yang ada dalam pelaksanaan pembangunan.

Berdasarkan Media

Berdasarkan hasil wawancara langsung dengan informan, observasi lapangan, dan

studi dokumen, peneliti menemukan bahwa Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Manado tidak menggunakan media sebagai strategi komunikasi pembangunan dalam penataan pedagang kaki lima. Pemerintah tidak menggunakan media karena melihat komunikasi yang terjadi hanya akan bersifat satu arah yang dimana umpan balik (feedback) tertunda. Penyampaian informasi dilakukan dengan cara mengkomunikasikannya secara langsung (tatap muka) dengan PKL.

Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Manado, belum mengoptimalkan kemajuan teknologi dengan tidak menggunakan media sebagai sarana komunikasinya dan lebih memilih mengkomunikasikan segala bentuk pesan pembangunan secara langsung (tatap muka). Dari hasil observasi lapangan yang dilakukan oleh peneliti serta studi dokumen, peneliti menemukan bahwa memang tidak adanya penggunaan media dalam penyebaran informasi yang dilakukan pemerintah.

Berdasarkan hasil wawancara, ada kelemahan yang dilihat dapat menjadi ancaman jika menggunakan media, seperti yang disampaikan oleh informan bahwa informasi yang disebarkan melalui media hanya terbatas dan umpan balik (feedback) dari pesan yang disampaikan tertunda dan komunikasi yang terjadi hanya satu arah. Proses komunikasi memerlukan respon dari penerima pesan terhadap informasi yang diterima agar komunikasi yang terjadi dikatakan berhasil. Kendala lain yang dapat menjadi kelemahan yakni sifat kurang peduli dari PKL terhadap pesan pembangunan yang diinformasikan.

Selain itu, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Manado harus melihat peluang yang ada guna menjadi bahan masukan dalam melaksanakan penataan, sehingga pemerintah dapat mengemas strategi perencanaan agar lebih baik lagi.

Adapun peluang yang bisa didapat jika menggunakan media yakni jangkauan penyebaran informasi yang lebih luas, diterima secara serentak dan pesan bisa dilihat secara berulang kali. Hal ini menjadi keuntungan dalam penggunaan media mengingat masih kurangnya petugas dilapangan sehingga dengan digunakannya media sebagai media komunikasi dengan PKL dapat mempermudah penyebaran informasi yang disampaikan pemerintah dan/atau instansi terkait.

Dengan demikian, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Manado perlu untuk mengevaluasi strategi penataan PKL dengan melihat peluang yang dapat menjadi keuntungan berdasarkan penggunaan media.

Berdasarkan Desain Intruksional

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan informan, peneliti menemukan ada kegiatan pembelajaran yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan beserta instansi terkait melalui pembinaan, sosialisasi, penyuluhan, pemberian himbauan dan arahan kepada PKL.

Dari hasil wawancara dengan informan, diketahui bahwa Dinas Perindustrian dan Perdagangan membagi kegiatan pembinaan PKL berdasarkan lokasi pedagang. Pedagang yang berada dalam pasar atau memiliki izin diberikan sosialisasi, penyuluhan, dan pelatihan kegiatan usaha sebaliknya pedagang yang berada di emperan-emperan toko, bahu jalan, dan trotoar atau yang belum memiliki izin akan diberi himbauan untuk tidak berjualan pada lokasi yang bukan ditujukan untuk tempat berdagang dan akan diarahkan kembali ke lokasi yang memang disediakan untuk pedagang.

Pembinaan berupa penyuluhan, sosialisasi dan pemberian arahan dilakukan dengan mengkomunikasikannya secara langsung dengan PKL sebagai usaha memberikan pemahaman yang lebih kepada

mereka. Komunikasi yang dilakukan dinas dengan pedagang adalah untuk menyampaikan himbauan dan/atau larangan mengenai lokasi yang dilarang untuk PKL menjajakan dagangannya, serta lokasi yang diizinkan menurut kebijakan yang ada dan rencana untuk melakukan penataan.

Sementara itu, kurangnya kesadaran terhadap lingkungan membuat rasa kurang peduli dari PKL muncul dan menjadi sulit untuk diatur, bagaimana bisa ditata kalau tidak ada kepedulian yang datang dari PKLnya sendiri. Untuk itu dinas terkait perlu untuk melakukan komunikasi lebih dengan PKL agar PKL lebih memahami maksud dan tujuan dari penataan ini dan mengubah mindset (pola pikir) dari pedagang kalau penataan perlu untuk dilakukan, terlebih yang menjadi kunci utama dalam keberhasilan penataan ini yakni PKL itu sendiri.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, peneliti menemukan bahwa kondisi pertumbuhan pedagang kaki lima di Kota Manado sudah tidak dapat dibendung keberadaannya, setiap sudut kota terdapat PKL didalamnya sementara petugas untuk mengawasi dan mengatur PKL tidak jelas siapa yang bertanggung jawab. Kendala lain yang menjadi kelemahan yakni dengan tidak tersedianya lahan yang cukup untuk menampung para PKL. Ketersediaan lahan dalam pasar-pasar dikota Manado yang menjadi lahan relokasi tidak sebanding dengan jumlah pedagang saat ini.

Adapun yang menjadi kekuatan yakni pelaksanaan penataan melalui pembinaan, penyuluhan dan sosialisasi kepada PKL tertuang dalam Peraturan Presiden RI Nomor 125 Tahun 2012 Tentang Koordinasi Penataan dan Pemberdayaan Pedagang Kaki Lima.

Dengan demikian melihat berbagai kelemahan serta kelebihan yang ada, Pemerintah Kota yang dalam hal ini melalui Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota

Manado perlu untuk memberikan perhatian penuh mengenai keberadaan PKL, harus ada acuan/ media pembelajaran mengenai langkah-langkah yang akan dilakukan dalam melaksanakan penataan kembali PKL. Selain itu, Dinas yang bertanggung jawab terhadap keberadaan PKL perlu untuk menata serta memberdayakan pedagang seperti yang tertuang dalam Perpres No. 125 Tahun 2012, dan dalam Permendagri No. 41 Tahun 2012.

Berdasarkan Partisipasi

Dalam melaksanakan penataan perlu adanya partisipasi dari berbagai pihak sehingga rencana penataan kembali pedagang kaki lima boleh terlaksana. Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan informan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Manado, ada keterlibatan dari berbagai pihak dalam pembangunan yang mana untuk menata keberadaan para PKL baik dari SatPol PP, PD Pasar, kelompok PKL maupun dari PKL sendiri. Komunikasi yang terjadi dengan PKL melalui diskusi-diskusi ringan dengan maksud mendengarkan apa yang menjadi keinginan mereka dan memahami masalah PKL di lapangan. Banyak cara untuk dapat dikatakan berpartisipasi dalam pembangunan, begitupun dengan PKL yang dengan cara menyampaikan pendapat ataupun keinginan dari mereka. Dengan mendengarkan masukan dari PKL hal serupa juga berlaku terhadap PKL untuk mendengar arahan dari petugas.

Untuk itu dalam menjaga keberlangsungan kebijakan pemerintah dan menindak pelanggaran-pelanggaran yang terjadi. Tindakan yang diberikan yakni dengan melakukan penertiban, mengamankan barang dagangan dan melakukan sidang Tipiring (Tindak Pidana Ringan) terhadap pedagang yang tidak mengindahkan peraturan yang ada. Kemudian PD Pasar sebagai pengelola pasar menyediakan lokasi untuk tempat relokasi

dari PKL, dengan melihat ketersediaan lahan terlebih dahulu. Komunikasi antara PD Pasar bersama APKLI dalam membahas permasalahan yang ada memberikan kontribusi dalam rencana penataan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informanpeneliti melihat kurang optimalnya koordinasi yang terjalin antara Dinas Perindustrian dan Perdagangan dengan PD Pasar, SatPol PP dan APKLI. Bentuk partisipasi yang ada masih berdasarkan kepentingan masing-masing merujuk dari kurangnya koordinasi dilapangan.

Terutama kondisi real yang terjadi dilapangan dimana penanganan mengenai penataan dan penertiban PKL menjadi objek bersama oleh pemerintah dan adanya saling lempar tanggung jawab antara Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Manado dengan PD Pasar Kota Manado. Yang mana berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri RI No. 41 Tahun 2012 tentang Pedoman Penataan dan Pemberdayaan Pedagang Kaki Lima, dan Peraturan Presiden RI No. 125 Tahun 2012 tentang Koordinasi Penataan dan Pemberdayaan Pedagang Kaki Lima. Dinas Perindustrian dan Perdagangan yang bertanggung jawab terhadap PKL dibawa Koordinasi Menteri Dalam Negeri.

5. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Manado sebagaimana fokus penelitian yaitu Strategi Komunikasi Pembangunan Dalam Penataan Kembali Pedagang Kaki Lima di Kawasan Pasar 45 oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Manado maka kesimpulan yang dapat ditarik adalah sebagai berikut:

Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Manado, tidak menggunakan media sebagai strategi komunikasi pembangunan

dalam penataan kembali pedagang kaki lima. Dinas terkait lebih memilih komunikasi langsung (tatap muka) karena dinilai komunikasi yang terjadi akan lebih efektif dari penggunaan media.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti berpendapat bahwa tidak ada dinas atau instansi yang bertanggung jawab penuh terhadap penataan PKL di Kota Manado, dan dalam Peraturan Menteri Dalam Negeri, disebutkan Dinas Perindustrian dan Perdagangan yang ditugaskan dalam Penataan dan Pemberdayaan PKL.

Untuk itu disimpulkan Dinas Perindustrian dan Perdagangan melaksanakan pembangunan dalam penataan PKL tanpa daya desain pembelajaran yang jelas. Proses pembangunan berjalan tanpa sebuah acuan yang jelas.

Ada keterlibatan dari pihak-pihak memiliki kaitan dengan pelaksanaan penataan PKL, baik dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Manado, PD Pasar Kota Manado, SatPol PP Kota Manado, Masyarakat umum juga Pedagang itu sendiri. Adanya kerja sama yang dilakukan oleh pemerintah bersama PKL dalam menyelesaikan masalah penataan.

Berdasarkan hasil penelitian, berbeda dengan apa yang terjadi dilapangan dimana pemerintah seakan kurang menaruh perhatian terhadap keberadaan PKL yang seharusnya ditata dan diberdayakan sebagai pelaku usaha.

Dari hasil penelitian, diketahui bahwa untuk kondisi real dilapangan penanganan mengenai penataan dan penertiban PKL menjadi objek bersama oleh pemerintah dan saling lempar tanggung jawab antara Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Manado dengan PD Pasar Kota Manado.

Saran

1) Bagi pemerintah dalam hal ini Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota manado, perlu untuk memanfaatkan

kemajuan teknologi dengan menggunakan media sebagai salah satu strategi komunikasi pembangunan dalam menunjang penataan pedagang kaki lima.

- 2) Harus ada keseriusan dari pemerintah Kota Manado dalam menangani keberadaan PKL serta dalam melaksanakan penataan dan pemberdayaan pedagang kaki lima, yang mana harus jelas instansi yang bertanggung jawab terhadap keberadaan PKL sesuai Peraturan Menteri Dalam Negeri.
- 3) Perlu adanya lahan baru yang memadai dan strategis untuk merelokasi PKL, yang mana peremajaan lokasi PKL ada dalam Peraturan Menteri Dalam Negeri RI Nomor 41 Tahun 2012 Pasal 37 tentang Pedoman Penataan dan Pemberdayaan Pedagang Kaki Lima(PKL).
 - Pemerintah kabupaten/ kota dapat melakukan peremajaan lokasi PKL pada lokasi binaan.
 - Peremajaan lokasi PKL sebagaimana dimaksud pada ayat (1) untuk meningkatkan fungsi prasarana, sarana dan utilitas kota.
- 4) Perlu adanya peraturan daerah khusus untuk penataan pedagang kaki lima dan pemberdayaan PKL.
- 5) Pemerintah yang dimana Dinas Perindustrian dan Perdagangan perlu untuk melakukan pendataan secara menyeluruh PKL di Kota Manado, seperti pendaftaran untuk pedagang sebagai upaya untuk pengendalian PKL dan menjamin kepastian hukum berusaha, sesuai isi Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 41 Tahun 2012.
- 6) Penindakan yang dilakukan oleh petugas harus dilakukan secara tegas tanpa terkontaminasi dengan adanya pemberian suap. Serta perlu adanya

pengawasan untuk petugas yang bertugas dilapangan.

- 7) PKL diharapkan bersedia untuk terlibat dan berkontribusi langsung dalam proses pembangunan serta mau untuk dilakukan penataan oleh pemerintah. Dan PKL diharapkan juga untuk patuh terhadap kebijakan serta mengikuti dan tidak melanggar peraturan yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

Ali, Faried, Syamsu Alam dkk. 2012. *Studi Analisa Kebijakan*. Bandung: Refika Aditama

Aris Ananta. 2000. *Ekonomi Sumber Daya Manusia*. Jakarta: LPFE UI

Badudu J.S dan Zain, Sutan Mohammad. 1996. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan

Butterick, Keith. 2014. *Pengantar Public Relations: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada

Dilla. 2007. *Komunikasi Pembangunan*. Bandung: Refika Offset

Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti

-----, 2013. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Fatimah, Fajar Nuraini Dwi. 2016. *Teknik Analisis SWOT Pedoman Menyusun Strategi yang Efektif dan Efisien serta Cara Mengelola Kekuatan dan Ancaman*. Yogyakarta: Quadrant.

Harun, Rochajat & Ardianto, Elvinaro. 2012. *Komunikasi Pembangunan dan*

Perubahan Sosial: Perspektif Dominan, Kaji Ulang, dan Teori Kritis. Jakarta: Rajawali Pers

Jahi, Amri.1988. *Komunikasi Massa dan Pembangunan Pedesaan di Negara-Negara Dunia Ketiga: Suatu Pengantar*. Jakarta: PT GRAMEDIA

Kamus Tata Ruang, Edisi I, Direktorat Jendral Cipta Karya Departemen Pekerjaan Umum, Ikatan Ahli Perencanaan Indonesia. 1997. Jakarta

Kumpulan Peraturan Tentang Pedagang Kaki Lima. Dinas Koperasi UKM dan Perindustrian Perdagangan. 2016. Bandung

Pawito. 2008. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKIS

Rosmawaty. 2010. *Mengenal Ilmu Komunikasi*. Bandung: Widya Padjadjaran

Ruslan, Rosady. 2002. *Peranan Marketing Public Relations*. Jakarta: PT Rajagrafindo

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Cet. XCV. Bandung: CV Alfabeta

-----, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi*. Bandung: CV Alfabeta

Sujarto, Djoko. 2003. *Pengantar Planologi*. Departemen Perencanaan Wilayah Kota. ITB

Tjiptono, Fandi. 2001. *Strategi Pemasaran Edisi 2*. Yogyakarta: Andi Offset

-----, 2008 *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: Andi

INTERNET:

www.kemendagri.go.id

<https://kbbi.web.id>