

EKSISTENSI PASAR TRADISIONAL DAN PEDAGANG KAKI LIMA DALAM Mendukung SEKTOR PARIWISATA UNTUK MEWUJUDKAN TABANAN SERASI

I WAYAN ASTAWA

Program Studi Manajemen STIE Bali International Institute of Tourism Management

ABSTRAK

Pasar Tradisional sebagai salah satu pasar ritel adalah simbol perekonomian rakyat. Nilai utilitas atau nilai guna pasar tradisional sangat urgen bagi masyarakat bawah, karena terdapat puluhan ribu orang rakyat kecil (pedagang) yang menggantungkan biaya hidupnya, sumber penghidupannya. Di satu sisi perkembangan pasar modern menimbulkan suatu kekhawatiran akan dapat menggeser posisi pasar tradisional. Di sisi lain kehadiran pasar modern dirasa lebih menguntungkan konsumen karena memunculkan berbagai alternatif tempat untuk berbelanja dengan fasilitas yang menyenangkan. Pasar modern berhasil menangkap kebutuhan konsumen, mampu memenuhi keinginan serta selera konsumen, sementara pasar tradisional lambat merespons perubahan perilaku berbelanja konsumen yang semakin dinamis. Akibatnya, perilaku berbelanja konsumenpun ikut berubah dan mulai berpaling ke pasar modern. Mengantisipasi perkembangan pola berbelanja masyarakat (perubahan perilaku) dan peningkatan tuntutan masyarakat yang menginginkan pelayanan pasar yang lebih profesional dan sekaligus mengantisipasi perkembangan atau persaingan perdagangan eceran (*retail business*) yang semakin tajam dan semakin ketat di masa yang akan datang, maka dituntut untuk melakukan upaya pembenahan untuk mengubah / memperbaiki citra (*image*) pasar tradisional yang terkesan negatif untuk kemudian tampil dalam performa baru menyangkut manajemen/restrukturisasi, sumber daya manusia, sumber dana, kualitas pelayanan, penyediaan sarana prasarana berbelanja yang memadai serta kualitas dan kuantitas komoditas yang dijual sesuai dengan tuntutan masyarakat. Para pedagang dan pengelola pasar tradisional perlu melakukan introspeksi diri dengan melihat apakah selama ini pedagang telah memahami keinginan konsumen ataukah belum.

Kata Kunci : Pasar Tradisional, Pedagang Kaki Lima, Pariwisata

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Aktivitas perdagangan akan selalu membutuhkan fasilitas yang berupa ruang dengan prasarana dan sarana yang memadai untuk mewadahi aktivitas tersebut. Pasar merupakan salah satu fasilitas bagi aktivitas perdagangan tersebut. Pasar tradisional merupakan tempat di mana para penjual dan pembeli dapat mengadakan tawar-menawar secara langsung dan barang yang diperjualbelikan merupakan barang kebutuhan pokok. Pasar Tradisional sebagai salah satu pasar ritel adalah simbol perekonomian rakyat. Nilai utilitas atau nilai guna pasar tradisional sangat urgen bagi masyarakat bawah, karena terdapat puluhan ribu orang rakyat kecil (pedagang) yang menggantungkan biaya hidupnya,

sumber penghidupannya. Di satu sisi perkembangan pasar modern menimbulkan suatu kekhawatiran akan dapat menggeser posisi pasar tradisional. Di sisi lain pasar modern dirasa lebih menguntungkan konsumen karena memunculkan berbagai alternatif tempat untuk berbelanja dengan fasilitas yang menyenangkan. Pasar modern berhasil menangkap kebutuhan konsumen, mampu memenuhi keinginan serta selera konsumen, sementara pasar tradisional lambat merespons perubahan perilaku berbelanja konsumen yang semakin dinamis. Akibatnya, perilaku berbelanja konsumenpun ikut berubah dan mulai berpaling ke pasar modern. Mengantisipasi perkembangan pola berbelanja masyarakat (perubahan perilaku) dan peningkatan tuntutan masyarakat yang menginginkan pelayanan pasar yang lebih

profesional dan sekaligus mengantisipasi perkembangan atau persaingan perdagangan eceran (*retail business*) yang semakin tajam dan semakin ketat di masa yang akan datang, maka dituntut untuk melakukan upaya pembenahan untuk mengubah / memperbaiki citra (*image*) pasar tradisional yang terkesan negatif untuk kemudian tampil dalam performa baru menyangkut manajemen/restrukturisasi, sumber daya manusia, sumber dana, kualitas pelayanan, penyediaan sarana prasarana berbelanja yang memadai serta kualitas dan kuantitas komoditas yang dijual sesuai dengan tuntutan masyarakat. Para pedagang dan pengelola pasar tradisional perlu melakukan introspeksi diri dengan melihat apakah selama ini pedagang telah memahami keinginan konsumen ataukah belum.

Masyarakat sudah terlanjur mempersepsikan pasar tradisional berada dalam kondisi yang tidak menyenangkan. Hal ini ditandai dengan keadaan yang becek, kumuh, tidak tertib, banyaknya pedagang kaki lima yang membuka lapak di luar area resmi. Keadaan ini sangat tidak menyenangkan bagi konsumen, dan membuat kepuasan konsumen pasar tradisional menurun dan banyak yang beralih ke pasar modern. Hal lain yang melekat pada keberadaan pasar tradisional adalah banyaknya pedagang kaki lima yang berada di area-area tak resmi dari sebuah pasar. Pandangan masyarakat tentang keberadaan pedagang kaki lima yang berada di luar area seringkali mengganggu kenyamanan pembeli, membuat kemacetan jalan dan kesan kotor yang ditimbulkan akibat sampah yang ditinggalkan begitu saja.

Pasar-pasar tradisional yang berada di kota Tabanan, misalnya Pasar Kota Tabanan, Pasar Dauh Pala Tabanan, dan lainnya, merupakan bentuk pasar tradisional yang sampai saat ini masih diminati oleh masyarakat. Masyarakat masih lebih memilih berbelanja di pasar tradisional karena menawarkan kontak sosial yang lebih intens, tawar-menawar dan harga yang lebih murah. Pada pasar-pasar yang disebutkan di atas, terbagi menjadi lapak-lapak resmi dan tidak resmi. Lapak resmi diisi oleh penjual yang membayar retribusi kepada pemerintah

setempat, sedangkan yang tidak resmi inilah yang disebut dengan pedagang kaki lima, yang berada di luar area resmi dan tidak membayar retribusi. Tidak resminya keberadaan pedagang dikarenakan beberapa hal, misalnya kurangnya jumlah lapak yang disediakan, tidak terjangkaunya biaya retribusi oleh pedagang.

Pada beberapa kota besar di Indonesia, keberadaan pasar dan pedagang kaki lima dimanfaatkan sebagai salah satu sektor pariwisata. Misalnya di Yogyakarta, pasar Beringharjo merupakan salah satu tujuan wisata, karena menyediakan berbagai cinderamata dan produk khas daerah tersebut. Kompleks pasar tersebut sebenarnya juga tak terlepas dari kesan pasar tradisional, namun ada pembatas yang memisahkan antara pedagang yang menjual kebutuhan konsumsi dan juga produk lain yang mencirikan daerah Yogyakarta.

Makalah ini bermaksud mengkaji keberadaan pasar dan pedagang kaki lima yang banyak memenuhi pasar, dan dukungan yang dapat diberikan pada sektor pariwisata. Sehingga dapat merekomendasikan bagaimana bentuk pasar tradisional dan pengelolaan pedagang kaki lima yang dapat mendukung sektor pariwisata nantinya.

Adapun tujuan dari penulisan karya ilmiah ini adalah menambahkan kajian / teori tentang eksistensi pasar tradisional dan pedagang kaki lima dalam mendukung sektor pariwisata. Dalam karya ilmiah ini nantinya akan muncul beberapa rekomendasi terkait sektor pariwisata yang mendapatkan dukungan dari pasar tradisional dan pedagang kaki lima yang dikelola dengan baik. Rekomendasi ini diharapkan dapat dipertimbangkan sebagai masukan bagi pemerintah kota dalam mewujudkan Tabanan Serasi (sehat, rapi indah).

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi Di Kecamatan Tabanan, Kabupaten Tabanan. Lokasi ini dipilih karena alasan berikut prospek Pendudukun Pariwisata sangat menjanjikan.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dilakukan sejak observasi berlangsung, analisis data dilakukan secara deskriptif-kualitatif dan interpretatif. Data yang berupa kalimat atau pernyataan diinterpretasikan untuk mengetahui makna yang terkandung di dalamnya, dan untuk memahami keterkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti. Menurut Moleong (2012:157), analisis data adalah proses mengorganisir dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan sebagai simpulan.

Data kualitatif disusun dalam pola atau kategori, atau tema/pokok permasalahan tertentu. Setiap catatan yang diperoleh dari pengumpulan data, hasil wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumen dikategorikan ke dalam tema/pokok permasalahan yang sesuai. Selanjutnya data yang diperoleh dari lapangan disajikan dalam bentuk pernyataan deskriptif dan tabel menggambarkan temuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabanan merupakan salah satu kota yang seringkali menerima penghargaan untuk kota yang bersih. Namun keberadaan pasar tradisional dan pedagang kaki lima yang tidak tertata dapat menyebabkan penurunan prestasi kota dalam hal kebersihan dan keindahan. Permasalahan berkenaan pasar tradisional dan pedagang kaki lima yang menjadi unsur komunitasnya adalah tidak sistematisnya pengelolaan, dampak yang ditimbulkan seperti tempat yang kumuh, becek, kotor dan tidak nyaman serta kurangnya fasilitas. Munculnya pasar modern sebagai pesaing, tentunya dapat menggeser posisi pasar tradisional dan keberadaan pedagang kaki lima. Sebagian pedagang pada pasar tradisional dan pedagang kaki lima merupakan pengusaha mikro, kecil dan menengah, yang berperan besar dalam perekonomian Indonesia. Pasar modern dengan segala fasilitas, kenyamanan, harga yang bersaing dan memenuhi aspek perilaku manusia modern, memiliki peluang yang sangat besar untuk menggeser bahkan

meniadakan keberadaan pasar tradisional dan pedagang kaki lima.

Saat ini konsumen masih banyak yang memilih pasar tradisional dengan alasan harga lebih murah dan produk yang masih segar untuk pilihan produk tertentu. Namun bukan tidak mungkin jika pasar tradisional ditinggalkan oleh konsumennya, dikarenakan ketidaknyamanan yang sering dialami oleh konsumen. Begitu pula dengan pedagang kaki lima, yang hampir kalah bersaing dengan retail yang menyediakan fasilitas yang nyaman dengan sistem swalayan dan pelayanan yang memuaskan.

Pasar tradisional dan pedagang kaki lima dapat dijadikan sebagai salah satu pendukung sektor pariwisata, dengan dukungan pemerintah daerah setempat. Hal inilah yang seringkali menjadi kendala, karena pemerintah daerah kurang mengakomodir kebutuhan pedagang. Pedagang membutuhkan tempat sehingga mereka tidak perlu lagi berpindah dari satu tempat ke tempat lain yang dapat berdampak pada keresahan masyarakat. Rendahnya tingkat pendidikan menyebabkan mereka kurang memahami esensi dari ketertiban, kebersihan dan kenyamanan kota bagi semua masyarakat. Perlunya penataan yang baik, tak hanya dari segi fisik semata, namun dibarengi dengan penataan mental para pedagang kaki lima tersebut.

Aspek lain yang dipandang penting dalam eksistensi pasar tradisional dan pedagang kaki lima adalah perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan kajian penting yang mendukung pada perubahan peran dan keberadaan pasar tradisional dan pedagang kaki lima sebagai salah satu sektor pendukung pariwisata. Pengelolaan pasar tradisional dan pedagang kaki lima perlu mempertimbangkan aspek perilaku konsumen, sehingga mampu menangkap keinginan konsumen. Sebelum merevitalisasi pasar tradisional, pihak terkait perlu melakukan kajian tentang perilaku konsumen, sehingga kegiatan yang dilakukan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan menjadi satu ikon pariwisata kota dan dapat menjadi pilot project bagi kota lain.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Dari uraian yang sudah dikemukakan sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pasar tradisional dan pedagang kaki lima masih diminati oleh masyarakat luas, sehingga perlu penataan agar tidak kalah saing dengan pasar modern.
2. Pedagang kaki lima perlu direlokasi dalam satu pasar tradisional yang direvitalisasi sehingga dapat menjadi ikon wisata, untuk menarik lebih banyak konsumen.
3. Demi menjaga Tabanan Serasi dalam jangka panjang, perlu adanya perjanjian yang mengikat antara pengelola pasar tradisional dan segala pihak yang berkepentingan (penjual dan pembeli).

Saran

Pedagang kaki lima dan pasar tradisional bukan merupakan momok yang perlu ditakuti sebagai sumber kekumuhan, ketidakbersihan dan citra negatif lainnya. Keberadaan keduanya dapat difungsikan dengan layak. Maka saran yang dapat diberikan terkait makalah ini adalah sebagai berikut:

1. Menyediakan lahan bagi pedagang kaki lima, dengan sistem sewa maupun beli yang tidak memberatkan.
2. Merevitalisasi pasar tradisional, sehingga jauh dari kesan negatif yang selama ini melekat padanya.
3. Melekatkan ikon pariwisata di dalam pasar tradisional, dengan menata kebersihan, kerapian dan atributnya, dengan perjanjian yang mengikat.
4. Memberikan reward kepada pedagang yang mampu konsisten dalam menjalankan perjanjian tertulis, untuk meningkatkan motivasi mereka
5. Memberikan sosialisasi tentang ikon pariwisata kepada semua pihak, sehingga keberadaan pasar tradisional berbasis pariwisata ini mendapat dukungan dari semua pihak.
6. Memberikan punishment / denda kepada masyarakat yang melakukan transaksi dengan pedagang kaki lima di tempat

yang tidak semestinya (di luar area yang diijinkan)

DAFTAR PUSTAKA

- Agricultural Tourism Small Farm Center and Partners Launch Agrricultural Tourism Project, 12 November 2006 from <http://www.sfc.ucdavis.edu/agritourism/agritour.html>
- Anonim. 2019. *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Kamus versi Online/daring* (dalam jaringan). Jakarta: Google
- Arikunto. 2016. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Ardhana, I Putu Gede dan Mutria Farhaeni. *The Potencies and Opportunities for Development of Agrotourism Which is Seemed from The Aspect as Central Productive Areas in Province of Bali*. India: International Journal of Current Research
- Bagus Rai Utama I Gusti dan I Wayan Ruspindi Junaedi. 2018. *Agrowisata Sebagai Pariwisata Alternatif Indonesia*. Yogyakarta: Depublish
- Deptan, 2005. "Agrowisata Meningkatkan Pendapatan Petani" pada <http://database.deptan.go.id>
- Hendro. 2011. *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Lobo, R.E., Goldman G.E. and others. 1999. *Agricultural Tourism: Agritourism Benefits Agriculture in San Diego Country*. University of California: California Agriculture
- Mahendra Adi Wardana, I Putu. 2012. Sistem Informasi Agrowisata Budidaya Ulat Sutra Berbasis Web (Studi Kasus Sutera Sari Segara, Desa Sibangkaja, Abiansemal, Badung) "Skripsi". Singaraja: Jurusan Manajemen Informatika, Fakultas Teknik dan Kejuruan, Universitas Pendidikan Ganesha
- Mantra, Ida Bagus. 2008. *Demografi Umum*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Moleong, Lexy. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Rilla, E. 1999. *Bring the City & Country Together*. California Coast and Ocean. Vo. 15, No.2. 10p.
- Rujukan Internet. 2019. <http://www.entrepreneur.bisnis.com> diakses 19 September 2019
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet, CV.
- Suryana. 2008. *Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat
- Yeyen Maryani. 2011. *Kamus Bahasa Indonesia Untuk Pelajar*. Jakarta: Reality Publisher