

PEMBERDAYAAN PASAR TRADISIONAL di Era Hypermarket

(Perlu kepedulian Pemerintah, Masyarakat dan Swasta)



Direktorat
budayaan

328

M



DEPARTEMEN KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA
DIREKTORAT JENDERAL NILAI BUDAYA SENI DAN FILM
DIREKTORAT TRADISI

2006

PEMBERDAYAAN PASAR TRADISIONAL di Era Hypermarket

(Perlu kepedulian Pemerintah, Masyarakat dan Swasta)



DEPARTEMEN KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA
DIREKTORAT JENDERAL NILAI BUDAYA SENI DAN FILM
DIREKTORAT TRADISI

2006



Pasar Gamping Sleman



Pasar buah Pasar Rebo

Pasar di daerah Toraja



Pasar Apung



Pasar Apung, Pasar Buah, Pasar Hewan dan yang lainnya, menunjukkan ciri khas budaya masyarakat lokal yang dominan

PEMBERDAYAAN PASAR TRADISIONAL di ERA HYPERMARKET (Perlu kepedulian Pemerintah, Masyarakat, dan Swasta)

Bagi sebagian besar masyarakat awam, pasar dipandang hanya sebagai tempat jual-beli atau kegiatan transaksi antara penjual dan pembeli. Namun yang lebih penting, pasar pada hakekatnya adalah suatu sistem, yang terdiri dari komponen-komponen dan memiliki fungsi yang saling terkait satu sama lainnya. Dengan kata lain, pasar merupakan gambaran kehidupan ekonomi, sosial budaya, teknologi, politik, agama suatu masyarakat dan lingkungan sekitarnya.

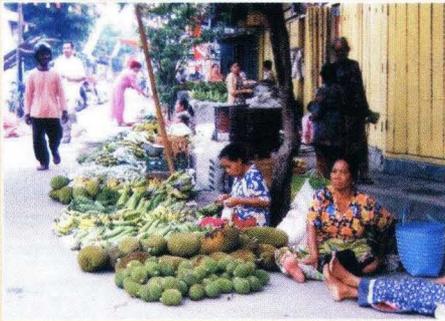
Pasar merupakan pranata penting dalam kegiatan ekonomi dan kehidupan masyarakat sejak lama. Timbulnya pasar tidak lepas dari kebutuhan ekonomi masyarakat. Kelebihan produksi setelah kebutuhan sendiri terpenuhi memerlukan tempat penyaluran untuk dijual. Selain itu, tidak semua kebutuhan dapat dipenuhi dengan hasil produksinya sendiri. Untuk itu, diperlukan "arena" sebagai tempat untuk bisa memperoleh barang atau jasa yang diperlukan.

Pemenuhan kebutuhan akan barang-barang memerlukan tempat yang praktis, baik dengan cara menukar maupun membeli. Adanya kebutuhan dan kelebihan inilah yang mendorong timbulnya arena perdagangan tukar-menukar barang dan jasa, yang disebut pasar.

Berdasarkan kajian arkeologis, ternyata sistem pasar sudah ada pada masa Jawa Kuna (abad 8 -11) dalam bentuk yang sangat sederhana. Bukti-bukti berupa prasasti menyebutkan bahwa pada masa itu telah dikenal pejabat-pejabat yang mengurus pasar. Dengan adanya istilah jabatan pengurus pasar, dapat digambarkan bahwa pasar telah dikenal pada masa Jawa Kuna sebagai tempat berlangsungnya transaksi jual-beli atau tukar-menukar barang yang telah teratur dan teroganisir.

Pada prinsipnya pasar merupakan tempat di mana para penjual dan pembeli bertemu. Apabila penjual dan pembeli sudah bertemu serta barang-barang kebutuhan telah terdistribusikan, maka peran pasar akan tampak bukan hanya sebagai suatu kegiatan ekonomi tetapi juga sebagai pusat kegiatan sosial budaya.

Secara umum dikenal dua jenis pasar, yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional maupun pasar modern masing-masing memiliki ciri yang berbeda baik dilihat dari bangunan, tempat berjualan, dan sistem jual-beli. Pasar tradisional umumnya terdiri dari los-los atau tenda-tenda, terkadang tidak permanen, lingkungannya kurang nyaman (becek, kotor, bau, sumpek, dan tidak aman) dan sering terjadi tawar-menawar dalam jual beli barang. Sedangkan pasar modern biasanya memiliki bangunan megah dan permanen, sarana/fasilitas penunjang yang memadai, nyaman, aman, dan jual-beli barang dengan harga yang pasti. Pasar modern atau yang lebih dikenal dengan hypermarket dapat berupa mall, plaza, pasar swalayan, carrefour, atau pusat perbelanjaan (*super market*).



Kondisi pasar tradisional dengan lingkungan yang kurang nyaman dengan fasilitas seadanya



Supermarket



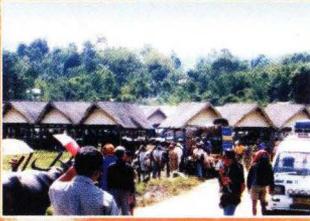
Pasar Kramat Jati

Hypermarket telah berdiri di berbagai sudut kota, bahkan sudah menyatu dengan pasar tradisional

Sebelum hypermarket merambah Indonesia, yang pada akhirnya menjadi trend belanja masa kini, pasar tradisional memiliki arti penting bagi masyarakat. Pasar merupakan arena sosial di mana pelaku-pelaku pasar (pedagang, pembeli, penyedia jasa angkutan, dan lain sebagainya) membangun hubungan-hubungan sosial yang terpolo secara berkesinambungan. Di dalamnya terdapat berbagai peran yang saling terkait. Aktivitas tawar menawar antara pedagang dan pembeli, atau tukar menukar barang dagangan, serta tolong-menolong dengan sesama pedagang menjadi ciri utama dari pasar tradisional, yang jarang ditemui di pasar modern. Hubungan baik diantara pembeli dan penjual dimungkinkan karena adanya pertemuan atau kontak yang berulang kali antara pembeli dengan pedagang yang sama. Sedangkan di pasar moderen (*supermarket*) hal ini tidak mungkin terjadi, karena pembeli jarang berkontak langsung dengan penjual/pelayan toko yang kebetulan pula mempunyai sistem pembagian waktu kerja (*shift*), sehingga pramuniaganya selalu berganti.

Pasar dapat dilambangkan sebagai “pintu gerbang” yang menghubungkan suatu kelompok masyarakat dengan kebudayaan tertentu dengan kelompok-kelompok masyarakat lain dengan kebudayaan yang berbeda. Di kota-kota besar yang komposisi penduduknya cenderung heterogen, pasar merupakan arena interaksi yang menunjukkan ciri heterogenitas tersebut. Tanpa disadari di situ telah terjadi kontak-kontak budaya di antara beragam kelompok masyarakat dengan latar belakang kebudayaan yang berbeda. Besar kemungkinan kontak budaya tersebut membawa perubahan-perubahan kebudayaan beserta nilai-nilai budaya yang terkandung di dalamnya.

Pasar tradisional sebagai tempat bertemunya warga masyarakat, juga berperan sebagai pusat-pusat komunikasi, hiburan, dan interaksi sosial. Peranan pasar dalam berbagai aktivitas sosial ini dapat menimbulkan kontak-kontak kebudayaan di antara orang-orang yang berkomunikasi dan berinteraksi dengan lebih intensif dibandingkan di pasar modern. Dengan adanya kontak kebudayaan, akan terjadi difusi pengetahuan di antara orang-orang yang melakukan aktivitas di pasar, dan pada akhirnya merangsang tumbuhnya inovasi yang penting bagi dinamika kebudayaan serta kehidupan masyarakat.



Beberapa Pasar Tradisional dengan fasilitas apa adanya

Dewasa ini, ketika pemerintah tengah berupaya meningkatkan sektor pariwisata yang menjadi salah satu andalan sumber devisa negara, pasar-pasar tradisional yang berbasis budaya menjadi sangat potensial sebagai aset wisata. Tengok saja **“Pasar Beringharjo”** di Yogyakarta yang menjual berbagai jenis dan peruntukkan batik, **“Pasar Apung”** di Banjarmasin yang menjual berbagai kebutuhan sehari-hari, atau pasar-pasar tradisional di daerah lainnya. Pasar-pasar ini umumnya menunjukkan ciri khas budaya masyarakat lokal yang dominan. Batik identik dengan kebudayaan Jawa yang berkembang di Propinsi D.I. Yogyakarta. **Pasar Apung** menggambarkan kehidupan sosial dan budaya masyarakat Banjarmasin yang tidak terlepas dari air (sungai, laut atau danau).

Masih banyak lagi pasar tradisional yang bila dicermati menunjukkan identitas budaya dari suatu masyarakat atau kelompok etnis tertentu, misalnya dari bentuk fisik bangunan, istilah-istilah lokal untuk menyebut pasar itu sendiri, atau dari barang-barang dagangannya. Misalnya, di pasar tradisional Pontianak kita akan banyak menemukan buah terong asam yang digunakan untuk memasak hasil laut (ikan, udang, cumi dsb), sedangkan di pasar tradisional Manado kita akan banyak menemukan jeruk kecil yang sangat asam untuk mengolah hasil laut, selain itu kita juga akan menemukan kelelawar, tikus, dan binatang lain yang biasa dimakan di Manado. Di pasar tradisional Bali selain kebutuhan sandang pangan sehari-hari juga banyak di jual bahan-bahan untuk persembahyangan yang tentunya tidak akan ditemui di tempat lain. Kesimpulannya, latar belakang budaya termasuk seni memasak, serta ritual yang menjadi tradisi suatu masyarakat, sangat tercermin di pasar tradisionalnya.

Selain pasar-pasar tersebut, dikenal pula pasar yang semua pedagangnya menjual barang-barang sejenis, sehingga pasar tersebut diberi nama sesuai dengan jenis barang yang dijual seperti **pasar burung, pasar bunga, pasar batu/akik, pasar barang antik, pasar loak, pasar buah**, dan lain sebagainya.

Semua pasar tradisional yang telah disebutkan di atas, tersebar di seantero tanah air. Apabila dikelola dengan baik dan sungguh-sungguh serta dengan menggunakan strategi pengelolaan yang tepat dan cermat, pasti akan mendatangkan banyak wisatawan dengan dicanangkannya 'wisata belanja'. Banyak wisatawan mancanegara yang ingin berbelanja ke pasar tradisional di negara-negara yang mereka kunjungi. Di samping membeli barang-barang khas sebagai cinderamata, mereka juga akan memperoleh pengetahuan tentang kebudayaan masyarakat yang mereka kunjungi.

Di era otonomi daerah saat ini Pemda berusaha untuk mencukupi belanja daerah. Salah satu caranya adalah dengan menggenjot Pedapatan Asli Daerah (PAD). Alangkah bijaksananya apabila salah satu usahanya adalah membenahi pasar tradisional dengan kreatif agar menjadi lebih nyaman dan aman. Selain itu juga dibangun arena terbuka untuk mewedahi seniman-seniman lokal untuk berkreasikan dan menjadi ajang apresiasi seni masyarakat. Apabila kondisi pasar tradisional digarap dengan baik, maka tidak mustahil Pemda memiliki satu tujuan wisata berbasis budaya yang berfungsi sebagai perlindungan terhadap aset budaya, sekaligus menghasilkan pendapatan daerah.

Apabila pemerintah, masyarakat dan kalangan swasta kurang peduli terhadap upaya pemberdayaan ekonomi rakyat, yang mana pasar tradisional tidak diurus dengan baik, diperkirakan delapan tahun kedepan seluruh pasar tradisional di Indonesia hanya tinggal kenangan. Banyak masalah yang perlu kita pikirkan bersama untuk mencari solusi terbaik, agar keberadaan pasar tradisional tidak lagi dipandang sebelah mata baik oleh pemerintah, masyarakat, maupun para pengelola pusat perbelanjaan.



Pasar Loak Jatinegara - Jakarta Timur



Pedagang Sayur Mayur di salah satu pasar Purworejo



Pedagang Bawang Merah di salah satu pasar Brebes



Suasana pasar hewan di Toraja

Pasar tradisional yang menjual berbagai produk lokal



Produk lokal yang dijual di berbagai pasar tradisional

Baik pasar tradisional maupun pasar moderen pada hakekatnya sama-sama memiliki fungsi dan peran yang sangat penting dalam pemberdayaan ekonomi rakyat. Satu harapan yang ideal, pasar tradisional dan pasar moderen dapat bersinergi dalam upaya mendorong pembangunan ekonomi Indonesia. Ini sesuai dengan kebijakan pemerintah dalam rangka pembangunan ekonomi nasional, yaitu mempercepat pemulihan ekonomi serta memperkuat landasan pembangunan berkelanjutan dan berkeadilan yang bersumber pada ekonomi kerakyatan. Dalam rangka inilah maka keberadaan pasar tradisional sebagai salah satu pusat kegiatan ekonomi kerakyatan perlu mendapat perhatian serius, baik dari pemerintah, masyarakat, pihak swasta (kalangan pengusaha dan pelaku ekonomi), maupun lembaga terkait lainnya.

Beberapa terobosan dan strategi telah dilakukan dalam upaya membangun sinergi antara pasar tradisional dengan hypermarket, namun hasilnya belum tampak nyata. Salah satu upaya yang pernah dilakukan oleh Asdep Urusan Tradisi, Deputy Bidang Pelestarian dan Pengembangan Kebudayaan Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata adalah "Workshop dan Pameran Pemberdayaan Ekonomi Rakyat Di Era Hypermarket" bertempat di Kota Depok, Jawa Barat pada bulan Juni 2004 yang lalu. Kegiatan ini merupakan bentuk kepedulian terhadap ekonomi rakyat, salah satunya pasar tradisional. Menindaklanjuti workshop itu pada tahun 2005, Direktorat Tradisi telah melakukan "Pengemasan dan Sosialisasi Pemberdayaan Ekonomi Rakyat" yang telah dilaksanakan di sebelas kota di Indonesia yaitu (1) Banda Aceh, (2) Tanjung Pinang, (3) Padang, (4) Pontianak, (5) Bandung, (6) Yogyakarta, (7) Denpasar, (8) Makassar, (9) Manado, (10) Ambon, (11) Jayapura.

Dari kegiatan sosialisasi ini, Direktorat Tradisi melihat point-point penting yang perlu ditindaklanjuti di antaranya :

1. Potensi produk lokal merupakan aset budaya dan wisata yang bisa dikembangkan secara serasi dengan hypermarket yang semakin marak tumbuh tidak hanya di kota-kota besar, bahkan merambah sampai ke kota-kota kecil.
2. Pengembangan pasar tradisional perlu direncanakan sesuai dengan kondisi sosial budaya masyarakat setempat.
3. Perlu implementasi konsep pemberdayaan dari berbagai pihak terutama pemerintah, untuk memberi kemampuan memberdayakan dan mengembangkan diri sendiri bagi pelaku pasar tradisional, yang dilakukan dengan :
pasar tradisional kemampuan untuk memberdayakan diri, lingkungan pasar an, kenyamanan dan dengan hypermarket, modal dengan masuk-pasar tradisional, dan

antara lain dapat membekali pelaku dengan berbagai berkembang dan memperbaiki kondisi (kebersihan, keamanan-lain-lain), kemitraan revitalisasi, akses nya perbankan ke deregulasi.



Pasar tradisional yang berkembang dan memberdayakan diri untuk memperbaiki kondisi pasar yang ada

Semoga kegiatan sosialisasi ini dapat menjadi pemicu bagi pemerintah pusat, pemerintah daerah, swasta, masyarakat dan lembaga terkait lainnya mempunyai *good will* untuk melestarikan dan mengembangkan pasar tradisional di tengah-tengah menjamurnya hypermarket.

Perpustakaan
Jenderal

38

S