

## PENGELOLAAN PASAR TRADISIONAL BERBASIS MUSYAWARAH UNTUK MUFAKAT

Siti Fatimah Nurhayati

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta  
Jalan A Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartasura Sukoharjo 57102  
E-mail: siti\_fatimah@ums.ac.id

### Abstract

*A traditional market certainly differs from modern retail market. Therefore, management of traditional market is not similar with that of modern one. Because traditional market has unique characteristics that the modern one has not.*

*Recently, growth of traditional market is much left behind quantitatively and qualitatively by the modern, while existence of traditional market is perceived as still needed by people. The article aims to discuss ways of managing traditional market in order to produce win-win solutions for all related parties, namely, consumers are satisfied, traders have better earnings, and local government can enhance its income from local resource. It is expected, therefore, traditional market can survive from competition, and well-developed. Actually, traditional market has good enough potency in developing local economic.*

**Key words:** *traditional market, modern market, local income*

### 1. Pendahuluan

Sektor perdagangan, hotel dan restoran merupakan salah satu sektor yang cukup penting perannya dalam menyumbang perekonomian daerah Surakarta maupun daerah lain. Hal ini menunjukkan bahwa sektor perdagangan mampu menjadi penggerak perekonomian daerah. Sektor perdagangan terbagi atas perdagangan besar dan perdagangan kecil. Pasar tradisional termasuk sektor perdagangan kecil.

Dengan adanya globalisasi, persaingan antara pasar tradisional dan retail modern tidak bisa dihindari. Membanjirnya retail modern di kota-kota seolah-olah tidak bisa dibendung. Kondisi ini tentunya dapat menjadi ancaman bagi keberadaan pasar tradisional. Dalam hal ini kebijakan pemerintah daerah sangat dibutuhkan untuk menjaga keseimbangan jalannya perekonomian. Pemerintah harus peka dan peduli untuk melindungi pasar tradisional yang memang masih dibutuhkan masyarakat, terutama masyarakat kelas menengah ke bawah dan juga masyarakat di daerah pinggiran atau pedesaan. Keberadaan pasar tradisional juga harus mendapatkan perhatian lebih serius dari pemerintah. Keberpihakan pemerintah dalam hal ini menjadi penting, mengingat aset pasar adalah milik pemerintah dan pedagang hanya memegang hak pakai. Pemerintah wajib melindungi pasar sebagai upaya terpadu guna membangun daya tahan pasar yang berkelanjutan dan mampu

memberdayakan pasar sebagai ruang kegiatan ekonomi dalam rangka mencapai kesejahteraan masyarakat.

Pada tahun 2010 Pemerintah Pusat melalui menteri perdagangan mengeluarkan biaya untuk revitalisasi 120 pasar tradisional di Indonesia dengan total anggaran Rp. 505 miliar yang bersumber dari APBN. Program ini ditujukan untuk mengembangkan pasar tradisional dengan harapan agar tidak mati dan kalah bersaing. Revitalisasi pasar yang dilakukan dengan cara merenovasi bangunan pasar diharapkan mampu meningkatkan daya tarik pasar tradisional agar mampu bersaing secara dinamis. Dengan demikian diharapkan akan dapat meningkatkan aktivitas pasar tradisional dan memperbaiki taraf hidup pedagangnya.

### 2. Permasalahan yang Dihadapi

Program revitalisasi pasar tradisional yang semula diharapkan akan mampu mensejajarkan posisi pasar tradisional sejajar dengan pasar modern ternyata tidak dengan serta merta terjadi. Penelitian Anak Agung Ketut Ayuningsari (2012) yang berjudul "Analisis Pendapatan Pedagang Sebelum dan Sesudah Program Revitalisasi Pasar Tradisional di Kota Denpasar" dengan menggunakan uji beda menunjukkan bahwa pendapatan pedagang setelah program revitalisasi semakin menurun. Peningkatan pengunjung pasar hanya mempercepat lakunya barang dagangan dan tidak meningkatkan pendapatan

## PENGLOLAAN PASAR TRADISIONAL BERBASIS MUSYAWARAH UNTUK MUFKAT

pedagang. Demikian pula penelitian Fatimah dan Sujadi (2013) yang berjudul “Analisis Dampak Sosial Ekonomi Revitalisasi Pasar Tradisional : Studi pada Pasar Nusukan dan Sidodadi” dengan menggunakan analisis kualitatif, hasilnya menunjukkan bahwa pendapatan pedagang setelah program revitalisasi semakin menurun dan untuk meningkatkan pendapatan pedagang tidak hanya dengan memperbaiki bangunan fisik pasar saja tetapi harus ditunjang dengan sarana prasarana yang mendukung.

Revitalisasi tidaklah sekedar merubah bangunan pasar tetapi lebih dari itu. Merubah kondisi sosial ekonomi pedagang pasar menjadi lebih penting daripada sekedar merubah fisik bangunan pasar. Gagalnya revitalisasi dalam merubah nasib pedagang pasar tradisional menunjukkan lemahnya manajemen pasar tradisional yang disebabkan karena pengelola pasar belum menjalankan fungsinya secara optimal dan tidak didukung dengan standard operation procedure (SOP) yang jelas. Demikian pula para pedagangnya, kebanyakan mereka mendapatkan pengalaman berdagang secara otodidak, sehingga merekapun perlu bantuan pembinaan dari segi manajemen juga permodalan.

Bahkan, jika terjadi ketidaksepakatan antara pedagang dan pengelola pasar seringkali diakhiri dengan terbakarnya pasar. Ada indikasi pasar dibakar, tetapi tidak mudah untuk membuktikannya. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya kasus yang terjadi, yaitu rata-rata pasar terbakar adalah pasar yang dalam konflik antara pedagang dan pengelola.

### 3. Mengapa Pasar Tradisional perlu Dilindungi

Menurut Peraturan Presiden RI No. 112 Tahun 2007, pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah daerah, swasta, badan usaha milik Negara dan badan usaha milik daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar. Berbeda dengan pasar modern, pasar tradisional sejatinya memiliki keunggulan bersaing alamiah yang tidak dimiliki oleh pasar modern. Diantaranya adalah lokasi yang strategis, area penjualan yang luas, keragaman barang yang lengkap, harga yang rendah dan sistem tawar menawar yang menunjukkan keakraban antara penjual dan pembeli.

Dalam pasar tradisional transaksi barang tidak dapat ditarik menurut perspektif dikotomis “keuntungan yang maksimal, kerugian yang minimal”. Seorang pedagang tidak sekedar menerima uang dan pihak lain menerima barang, tetapi terdapat kebutuhan sosial yang ingin didapat dari pihak lain, yakni penghargaan yang bersifat timbal-balik dalam

hubungan yang setara, terjalin ikatan hubungan personal emosional. Demikian juga dengan konsumen atau pelanggan, tidak semata mendapat sesuatu barang yang diperlukan tetapi terdapat “kepuasan” lain yang diperlukan, diantaranya tempat dan dengan siapa penjual yang dihadapinya. Dalam budaya masyarakat timur, berbelanja sambil bersosialisasi adalah lebih menjadi preferensi dari pada berbelanja secara individualis, maka berbelanja sambil tukar bicara adalah salah satu modus pemuas kebutuhan, atau sebagai salah satu bagian yang menyertai komoditi yang harus dipenuhi.

Dalam penelitian S.Leksono (2009) menemukan bahwa pasar tradisional adalah sebagai modus interaksi sosial-budaya bahkan pasar juga mengandung fungsi religius sebagai sarana ibadah. Selain itu pasar tradisional dengan harga luncurnya, padanya terkandung transaction cost dan bahkan asymmetric information. Dari korbanan waktu, proses tawar-menawar adalah merupakan biaya transaksi, akan tetapi jika didalamnya berlangsung pula proses komunikasi yang dapat menunjukkan kejelasan tentang karakter obyek barang yang diperjual-belikan serta terjadi proses penyesuaian harga maka asymmetric information akan menyusut jauh. Disini proses transaksi mempunyai peluang akan berkelanjutan berdasarkan interaksi sosial yang terjadi karena diantara keduanya menjadi saling kenal.

Salah satu usaha percepatan pembangunan adalah dengan cara peningkatan pendapatan asli daerah (PAD). Pasar tradisional merupakan salah satu sumber PAD yang potensial yaitu berasal dari retribusi pasar dan parkir. Dalam sehari, hasil retribusi pasar Sidodadi sekitar empat ratus ribu rupiah dan pasar nusukan sekitar delapan ratus ribu rupiah, belum ditambah hasil retribusi parker (Fatimah dan Sujadi, 2013). Bagaimanapun pasar tradisional punya andil yang terhadap pembangunan ekonomi daerah.

### 4. Fungsi Layanan Pasar

Fungsi pasar adalah menjadi sarana pertemuan antara penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi pemenuhan barang yang dikehendaki. Kedudukan pasar sebagai salah satu bentuk fasilitas umum (publik) yang dikuasai oleh pemerintah daerah digunakan untuk meningkatkan perekonomian dan perdagangan daerah. Sebagai fasilitas publik diharapkan dapat memberikan pelayanan prima bagi penggunaanya (baca : konsumen). Untuk mempermudah pemahaman pasar sebagai sebuah bentuk pelayanan prima, dapat dilakukan dengan menempatkan pelayanan sebagai sebuah produk, yaitu sebagai sesuatu yang bias dibangun, dihasilkan, ditawarkan, dijual dan dikonsumsi.

Pemahaman pasar sebagai sebuah produk pelayanan mestinya mempertimbangkan aspek managerial pasar sebagai priorotas pengkajian. Muara

pemikiran ini akan menghasilkan sebuah langkah yang konkret untuk melakukan penataan pasar tradisional dengan pola manajerial yang maju (baca : modern), dengan tidak menghilangkan karakteristik dari sebuah pasar tradisional, maka pendekatan manajemen komunitas menjadi alternatif penataan yang dilakukan.

### **5. Manajemen komunitas, pedagang menjadi bagian dari pembangunan**

Menurut Perda kota Surakarta nomor 1 tahun 2010 tentang pengelolaan dan perlindungan pasar tradisional, disebutkan bahwa pemerintah daerah berkewajiban menyelenggarakan pengelolaan dan perlindungan pasar tradisional yang terarah dan terencana berdasarkan asas manfaat, adil dan merata serta memberdayakan perekonomian masyarakat yang berkelanjutan. Pengelolaan dan perlindungan pasar tradisional ini bertujuan untuk:

- a. Menciptakan, memperluas dan meratakan kesempatan kerja di bidang perdagangan
- b. Meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat
- c. Memanfaatkan sumberdaya milik pemerintah daerah untuk kepentingan masyarakat
- d. Memberikan kesempatan kepada masyarakat atau badan dalam mengelola dan memanfaatkan pasar untuk kemajuan daerah
- e. Mempertahankan, menjaga dan melestarikan pasar sesuai peran dan fungsinya sebagai lembaga ketahanan ekonomi, sosial dan budaya
- f. Mendukung pendapatan asli daerah (PAD)

Pengelolaan pasar meliputi fisik dan non fisik (menciptakan situs yang kondusif) yang dilakukan oleh dinas dengan tugas:

- a. Menumbuhkembangkan dan meningkatkan kesadaran masyarakat dalam pengelolaan dan perlindungan pasar
- b. Melakukan penelitian, evaluasi, pengembangan, penanganan, pengendalian, pengelolaan dan perlindungan pasar
- c. Melakukan pengelolaan pendapatan dan perizinan pasar
- d. Melakukan pengaturan dan penataan pedagang pasar
- e. Melakukan pembinaan, pengawasan, penertiban dan pengamanan pasar
- f. Melakukan kebersihan, pemeliharaan dan menyediakan sarana prasarana pasar
- g. Melakukan promosi dalam upaya peningkatan daya saing pasar
- h. Melakukan koordinasi antar lembaga pemerintah, masyarakat, pelaku pasar dan instansi terkait agar terdapat keterpaduan dalam pengelolaan dan perlindungan pasar

Menurut Perda kota Surakarta nomor 1 tahun

2010 tentang pengelolaan dan perlindungan pasar tradisional, disebutkan bahwa hak pedagang adalah:

- a. Mendapatkan pelayanan dalam pengelolaan pasar secara baik dan berkualitas dari pemerintah daerah
- b. Berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan, penyelenggaraan dan pengawasan di bidang pengelolaan pasar
- c. Memperoleh informasi yang benar dan akurat mengenai penyelenggaraan pengelolaan pasar
- d. Memperoleh pembinaan agar dapat melaksanakan fungsinya secara baik dan terarah
- e. Memperoleh bukti pembayaran retribusi pelayanan pasar dan bukti pembayaran pelayanan administrasi maupun pungutan penyelenggaraan kegiatan pengelolaan pasar lainnya.

Pendekatan manajemen komunitas menempatkan unsur pemerintah kota (melalui Dinas Pasar dan Instansi terkait), warga pasar dan stakeholder lain dalam sebuah transparansi komunikasi dan saling mempercayai sehingga suasana pasar nyaman dan aman bagi kelangsungan usaha para pedagang dan komponen pasar lainnya. Pada manajemen komunitas, sasaran utamanya adalah pelaku usaha di pasar tradisional yang dipandang menjadi komponen utama dalam pelayanan perdagangan. Pelaku usaha ini meliputi pedagang kios, pedagang oprokan, pedagang pelataran, pedagang kaki lima, buruh angkut, pengemudi becak, dan petugas parkir yang ada di kawasan tersebut.

Manajemen komunitas diperlukan sebagai pendekatan terhadap pemecahan persoalan yang ada. Hal ini disebabkan karena komunitaslah yang paling merasakan persoalan, mengerti permasalahan serta pemecahannya. Berdasarkan pandangan inilah maka perlu dibangun komunitas secara internal dengan melibatkan pemerintah kota, asosiasi lokal serta seluruh stakeholder untuk mencegah dan mengatasi krisis lebih lanjut. Inilah pentingnya paradigma pemerintah sebagai pelayanan publik yang berprinsip pada musyawarah untuk mufakat, partisipasi masyarakat, pemerataan dan keadilan serta potensi dan keanekaragaman daerah.

### **6. Merevitalisasi Pasar Tradisional dan Bersinergi dengan Pasar Modern**

Revitalisasi adalah upaya untuk memvitalkan kembali suatu kawasan atau bagian kota yang dulu pernah vital atau hidup, akan tetapi kemudian mengalami kemunduran atau degradasi. Dengan demikian revitalisasi pasar adalah merupakan suatu usaha untuk mencoba memvitalkan kembali fungsi pasar tradisional yang semakin mundur karena persaingan dengan pasar modern. Skala revitalisasi bisa terjadi pada tingkatan mikro maupun makro.

## PENGLOLAAN PASAR TRADISIONAL BERBASIS MUSYAWARAH UNTUK MUFKAT

Proses revitalisasi melalui beberapa tahapan, yaitu (diunduh dari [www.scribd.com](http://www.scribd.com) pada Juni 2012):

- a. Aspek fisik  
Meliputi perbaikan dan peningkatan kualitas dan kondisi fisik bangunan, tata hijau, sistem penghubung, reklame dan ruang terbuka kawasan (urban realm). Dalam hal ini isu lingkungan menjadi penting dan perlu diperhatikan. Perencanaan fisik tetap harus dilandasi pemikiran jangka panjang.
- b. Aspek Ekonomi  
Revitalisasi yang diawali dengan proses peremajaan artefak urban harus mendukung proses rehabilitasi kegiatan ekonomi formal maupun informal (local economic development) sehingga bisa memberikan nilai tambah bagi daerah yang bersangkutan.
- c. Aspek sosial atau institusional  
Revitalisasi tidak hanya sekedar fisik tetapi juga harus memberi dampak positif bagi dinamika dan kehidupan sosial masyarakat yang harus didukung dengan pengembangan institusi yang baik. Dalam hal ini unsur budaya juga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan revitalisasi sebuah kawasan.  
  
Dengan merevitalisasi pasar tradisional yang sesuai sasaran akan dapat menciptakan pasar tradisional dengan berbagai fungsi, seperti tempat bersantai, berekreasi, bahkan untuk berolah seni dan raga. Hal lain yang tidak kalah pentingnya untuk dilakukan adalah mensinergikan pasar tradisional dan tempat perbelanjaan modern sebagai satu kesatuan fungsional, tetapi tidak dalam satu bangunan fisik, apalagi barang yang diperjual belikan hampir sama. Dengan demikian maka pasar tradisional tidak kalah bersaing dengan pasar modern dan tetap eksis, bahkan menjadi “icon” bagi daerah yang bersangkutan. Hal ini konsisten dengan penelitian Rokhmat Slamet (2012) yang berjudul “Analisis Daya Tarik dan Strategi Manajemen Pasar Tradisional” dengan menggunakan analisis matriks, hasilnya menunjukkan:
  - a. Keberadaan pasar tradisional masih dibutuhkan
  - b. Pasar tradisional bersifat statis. Kondisi inilah yang menjadikan orang banyak meninggalkan pasar tradisional
  - c. Upaya revitalisasi pasar harus memperhatikan faktor manajemen pasar dan distribusi yang berdampak pada berbagai aspek tata kelola
  - d. Pemerintah harus lebih responsif untuk menjaga kelangsungan hidup pasar tradisional
  - e. Pasar tradisional dengan konsep manajemen modern merupakan solusi untuk mensejajarkan diri dengan pasar modern

Salah satu contoh daerah yang berhasil melakukan konsep ini adalah daerah Yogyakarta, terutama yang terkenal dengan pasar Beringharjo dan Malioboronya.

## 7. Kekuatan Modal Sosial Pedagang di pasar Tradisional Kota Yogyakarta

Pedagang di kota Yogyakarta sangat dipengaruhi oleh norma lokal atau nilai-nilai budaya

yang mengikat dan mengatur perilaku individu dalam berinteraksi. Norma internal atau norma lokal menumbuhkan kepercayaan pedagang terhadap pembeli, supplier, dan pengelola yang akhirnya akan membentuk jejaring yang kuat baik jejaring yang bersifat bonding, bridging, dan linking. Dari hubungan kuat yang terbentuk ini, akan terbentuk tatanan sosial dan berbagai norma eksternal terimplementasi. Dari tatanan sosial ini kesepakatan antar pihak akan terbentuk lebih mudah dan implikasinya adalah keberlanjutan perdagangan di pasar tradisional.

Norma lokal yang berkembang di pasar tradisional ini misalnya adalah budaya “pekwuh”. Norma lokal ini merupakan nilai sosial yang terbentuk secara indigenous bukan sebagai hasil dari intervensi. Budaya ini mendorong pedagang untuk bersedia mengikuti kesepakatan bersama yang telah dicapai, mencegah konflik yang terjadi agar tidak menjadi berkepanjangan, serta mendorong pedagang membayar retribusi sesuai dengan jadwalnya.

Norma eksternal atau nilai-nilai sosial yang ditanamkan oleh pengelola berupa Filosofi “pasarku resik rejekiku apik” yang ditekankan oleh pengelola pasar untuk mendorong pedagang menjaga kenyamanan dan kebersihan pasar. Selain itu juga penanaman filosofi “SEMAR” yang merupakan singkatan dari Senyum, Eling dengan Yang Maha Kuasa, Manunggal diadakan paguyuban untuk persatuan, Arahan dari pengelola pasar, dan Ramah. Dari norma ini akan terbentuk kepercayaan antar pedagang maupun pedagang dengan pihak lain yang terkait. Tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap sesama pedagang terlihat pada saat seorang pedagang dapat melakukan jual beli dengan cara menjualkan komoditas dari pedagang lain dan pembayaran dilakukan saat komoditas telah terjual. Selain itu juga toleransi terhadap sesama pedagang sangat kuat, misalnya pada kasus para pedagang pasar Pakuncen yang berusaha membela dan mempertahankan barang dagangan salah satu pedagang lain yang dicurigai aparat menerima barang curian. Selain kepercayaan dengan sesama pedagang, kepercayaan juga terbangun antara pedagang dengan supplier. Hal ini terbukti dengan fleksibilitas pembayaran komoditas dari pedagang kepada supplier. Sementara contoh kepercayaan yang terbentuk dengan pembeli adalah pedagang tidak memaksakan pembeli untuk

membayar cash. Pedagang juga memberikan garansi terhadap mutu komoditas untuk menjaga kepercayaan pembeli pada pedagang.

Trust yang tinggi ini berimplikasi pada terbentuknya jejaring yang kuat. Jejaring bonding atau kepaduan yang paling mudah di temukan di pasar tradisional kota Yogyakarta adalah asosiasi pedagang atau paguyuban. Paguyuban ini aktif membangun kolaborasi yang tinggi baik dari anggota yang bersifat formal maupun informal. Beberapa contoh paguyuban di pasar tradisional Beringharjo kota Yogyakarta, yang diinisiasi oleh pedagang dan asosiasi yang terbentuk berbasis komoditas:

- Pagerharjo: khusus pedagang kios atau los konveksi
- Sejahtera Bersama Yogyakarta (SBY): pedagang lapak didalam pasar
- Langgeng raharjo: pedagang kuliner di metro bringharjo
- Papela: pedagang makanan di depan pasar (sebelah barat pasar)
- Paguyuban sumber rejeki: pedagang makanan di sebelah utara pasar
- Paguyuban kemasan: khusus pedagang kemasan
- Paguyuban Metro: pedagang kios atau los di metro Bringharjo lantai 2
- Kelompok pengajian Dewi Khodijah: kelompok pengajian untuk semua pedagang pasar Beringharjo

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 Bringharjo 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.

Jejaring bridging pedagang merupakan hubungan yang bersifat kohesif dari berbagai lintas latarbelakang yang terlihat dengan adanya penerimaan pedagang terhadap pembeli maupun supplier yang berasal dari lintas etnis, lintas daerah, atau lintas profesi. Bahkan variasi pembeli pun meliputi pembeli lokal-internasional, pedesaan-perkotaan, pribumi-non pribumi. Selain itu kolaborasi bridging juga terjalin kuat dengan bank-bank konvensional seperti Bank Rakyat Indonesia, Bank Mandiri, Bank Nasional Indonesia, dll. Jejaring yang kuat ini tidak jarang berakhir pada skema hubungan kekeluargaan.

Jejaring yang bersifat kemitraan atau linking network terlihat dengan adanya koordinasi aktif antara pedagang atau paguyuban dengan pengelola pasar di setiap kegiatan, kerjasama dan berbagi peran dalam event promosi, serta pada proses penyelesaian konflik saat Lurah pasar ikut duduk bersama dalam menyelesaikan permasalahan pedagang yang tidak terselesaikan di level paguyuban. Sikap saling dukung antara pedagang dengan pengelola juga terlihat pada proses renovasi bangunan fisik pasar bringharjo dimana renovasi tersebut dilakukan oleh pedagang dan paguyuban dengan disupport oleh pengelola pasar. Dari jejaring-jejaring inilah akan muncul kesepakatan bersama atau transaksi yang menghasilkan sebuah tatanan sosial yang menekankan pada pembagian peran dan tanggungjawab dari masing-masing pihak yang terkait. Hal ini akan memberikan implikasi positif terhadap keberlanjutan perdagangan pasar tradisional.

## 8. Pasar Beringharjo sebagai Landmark Kota Yogyakarta

Pasar Beringharjo telah menjadi pusat kegiatan ekonomi selama ratusan tahun dan keberadaannya mempunyai makna filosofis. Pasar yang telah berkali-kali dipugar ini melambangkan satu tahapan kehidupan manusia yang masih berkuat dengan pemenuhan kebutuhan ekonominya. Selain itu, Beringharjo juga merupakan salah satu pilar 'Catur Tunggal' (terdiri dari Kraton, Alun-Alun Utara, Kraton, dan Pasar Beringharjo) yang melambangkan fungsi ekonomi.

Wilayah Pasar Beringharjo mulanya merupakan hutan beringin. Tak lama setelah berdirinya Kraton Ngayogyakarta Hadiningrat, tepatnya tahun 1758, wilayah pasar ini dijadikan tempat transaksi ekonomi oleh warga Yogyakarta dan sekitarnya. Ratusan tahun kemudian, pada tahun 1925, barulah tempat transaksi ekonomi ini memiliki sebuah bangunan permanen. Nama 'Beringharjo' sendiri diberikan oleh Hamengku Buwono IX, artinya wilayah yang semula pohon beringin (bering) diharapkan dapat memberikan kesejahteraan (harjo). Kini, para wisatawan memaknai pasar ini sebagai tempat belanja yang menyenangkan.

Bagian depan dan belakang bangunan pasar sebelah barat merupakan tempat yang tepat untuk memanjakan lidah dengan jajanan pasar dan minuman. Di sebelah utara bagian depan, dapat dijumpai brem bulat dengan tekstur lebih lembut dari brem Madiun dan krasikan (semacam dodol dari tepung beras, gula jawa, dan hancuran wijen). Di sebelah selatan, dapat ditemui bakpia isi kacang hijau yang biasa dijual masih hangat dan kue basah seperti hung kwe dan nagasari. Sementara bagian belakang umumnya menjual panganan yang tahan lama seperti ting-ting yang terbuat dari karamel yang dicampur kacang. Jika

## PENGLOLAAN PASAR TRADISIONAL BERBASIS MUSYAWARAH UNTUK MUFKAT

haus, meminim es cendol khas Yogyakarta adalah adalah pilihan jitu. Es cendol Yogyakarta memiliki citarasa yang lebih kaya dari es cendol Banjarnegara dan Bandung. Isinya tidak hanya cendol, tetapi juga cam cau (semacam agar-agar yang terbuat dari daun cam cau) dan cendol putih yang terbuat dari tepung beras. Minuman lain yang tersedia adalah es kelapa muda dengan sirup gula jawa dan jamu seperti kunyit asam dan beras kencur. Harga minuman pun tak mahal, hanya sekitar Rp. 1000 sampai Rp. 2000.

Pasar Beringharjo juga merupakan tempat terbaik untuk mencari batik, koleksinya lengkap. Mulai batik kain maupun sudah jadi pakaian, bahan katun hingga sutra, dan harga puluhan ribu sampai hampir sejuta tersedia di pasar ini. Koleksi batik kain dijumpai di los pasar bagian barat sebelah utara. Sementara koleksi pakaian batik dijumpai hampir di seluruh pasar bagian barat. Selain pakaian batik, los pasar bagian barat juga menawarkan baju surjan, blangkon, dan sarung tenun maupun batik. Sandal dan tas yang dijual dengan harga miring dapat dijumpai di sekitar eskalator pasar bagian barat.

Berjalan ke lantai dua pasar bagian timur merupakan pusat penjualan bahan dasar jamu Jawa dan rempah-rempah. Bahan jamu yang dijual di sini sangat lengkap dan banyak macamnya misalnya kunyit, temulawak, jahe, kayu manis, dan lain-lain.

Pasar ini juga tempat yang tepat untuk berburu barang antik. Sentra penjualan barang antik terdapat di lantai 3 pasar bagian timur. Di tempat itu, anda bisa mendapati mesin ketik tua, helm buatan tahun 60-an yang bagian depannya memiliki mika sebatas hidung dan sebagainya. Di lantai itu pula, anda dapat membeli barang bekas berkualitas bila mau. Berbagai macam barang bekas impor seperti sepatu, tas, bahkan pakaian dijual dengan harga yang jauh lebih murah daripada harga aslinya dengan kualitas yang masih baik. Tentu butuh kejelian dalam memilih dan kepintaran menawar harga.

Kawasan Lor Pasar yang dahulu dikenal dengan Kampung Pecinan adalah wilayah yang paling terkenal. Anda bisa mencari kaset-kaset oldies dari musisi tahun 50-an yang jarang ditemui di tempat lain dengan harga paling mahal Rp 50.000,00. Selain itu, terdapat juga kerajinan logam berupa patung Budha dalam berbagai posisi seharga Rp 250.000,00. Bagi pengoleksi uang lama, tempat ini juga menjual uang lama dari berbagai negara, bahkan yang digunakan tahun 30-an.

Meski pasar resmi tutup pukul 17.00 WIB, tetapi dinamika pedagang tidak berhenti pada jam itu. Bagian depan pasar masih menawarkan berbagai macam minuman dan makanan khas. Martabak dengan berbagai isinya, terang bulan yang legit bercampur coklat dan kacang, serta klepon isi gula jawa yang lezat bisa dibeli setiap sorenya. Sekitar pukul 18.00 WIB hingga lewat tengah malam,

biasanya terdapat penjual gudeg di depan pasar yang juga menawarkan kikil dan varian oseng-oseng. Sambil makan, anda bisa mendengarkan musik tradisional Jawa yang diputar atau bercakap dengan penjual yang biasanya menyapa dengan akrab.

### Daftar Pustaka

- Andreas Yuniman Tjandra dan Marinus Wahjudi. 2006. *Analisa Perkembangan Pasar Tradisional Studi Komparatif Terhadap Pengguna Ruang Komersial di Pasar Atum, Pasar Turi, dan Pasar Wonokromo*. URL: [www.bibsonomy.org](http://www.bibsonomy.org).
- Anonim. 2007. *Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern*. URL : [www.bpkp.go.id](http://www.bpkp.go.id).
- Anonim. *Perda kota Surakarta nomor 1 tahun 2010 tentang pengelolaan dan perlindungan pasar tradisional* : Dinas Pasar kota Surakarta.
- Anonim. 2011. *Kajian Modernisasi Pengelolaan Pasar Tradisional Berbasis Modal Sosial*. Kementerian Pekerjaan Umum.
- Ayuningsari, Anak.AK. 2012. *Analisis Pendapatan Sebelum dan Sesudah Program Revitalisasi Pasar Tradisional di Kota Denpasar*.
- Cristina Whidya Utami. 2006. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat.
- Cornelis Rintuh dan Miar. 2009. *Kelembagaan dan Ekonomi Kerakyatan*. Edisi Pertama. Yogyakarta : BPFY Yogyakarta.
- Damsar. 1997. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Daryanto, Arief. 2009. *Revitalisasi Pasar Tradisional*. *Jurnal Manajemen Bisnis*. Vol. 2 No. 1.
- Devi, Ratna. 17 April 2012. *Revitalisasi Pasar Tradisional pada Masyarakat Modern*. Makalah diskusi bulanan FISIP UNS.
- Fatimah dan Sujadi (2013) yang berjudul “Analisis Dampak Sosial Ekonomi Revitalisasi Pasar Tradisional : Studi pada Pasar Nusukan dan Sidodadi. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat UMS : Penelitian Reguler Kompetitif.
- J. Smelser. 1987. *Sosiologi Ekonomi*, terjemahan. Penerbit Bahana Aksa.
- Leksono. S., 2009. *Runtuhnya Modal Sosial pasar Tradisional*. Malang : CV. Citra.
- Mark Granovetter & Richard Swedberg, 1992. *The Sociology of Economic Life*. Westview Press. Boulder.San Fracisco. Oxford
- Pemerintah kota Surakarta, 2008, *Bahan Presentasi Penataan PKL Kota Solo*

Slamet, Rokhmad. 2012. Analisis Daya Tarik dan Strategi Manajemen Pasar Tradisional. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Akuntansi Manajemen Pelita Ilmu*

Yunanto Wiji Utomo. 2006. *Beringharjo, Pasar Tradisional Terlengkap di Yogyakarta*. Copyrigh@YogYES.COM.

<http://cetak.kompas.com/read/xml/2010/03/15/03185351/pasar.tradisional.terjepit>

[http://www.jakarta.go.id/en/pemerintahan/perusahaan\\_pemda/pasar\\_jaya/pasar3a.htm](http://www.jakarta.go.id/en/pemerintahan/perusahaan_pemda/pasar_jaya/pasar3a.htm)

<http://hilmiarifin.com/pasar-tradisional-vs-pasar-modern/pasar>

[www.surakarta.go.id](http://www.surakarta.go.id) Kota Surakarta : *Clean Air For Smaller Cities Program*