

PEMBERDAYAAN PASAR TRADISIONAL
(Hasil Penelitian di Pasar Gamping Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta)

Andi Sudarmanto, Yenny Dwi Artini

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) “AAN” Yogyakarta

Abstract

The rapid development of modern markets has an impact on the existence of traditional markets because modern markets are professionally managed with complete facilities, on the other hand, traditional markets are difficult to compete, one of which is due to people's buying interest which prefers modern stores to traditional markets because the traditional market image is still dwell on classic issues around managing less professionals and the inconvenience of shopping.

The object of this research is the Gamping Traditional Market of Sleman Yogyakarta. The purpose of this study is to find out the success of the empowerment program conducted by the Sleman Market Service in an effort to create a good market service in the Gamping Market in Yogyakarta. The method used in this study is qualitative descriptive. The data collection technique uses a purposive sampling method, while the technique of collecting data is structured interviews. Data analysis used through interactive analysis techniques consisting of data reduction, data presentation, and conclusion drawing.

Based on the results of the study, it was found that efforts to create a good market service in the Gamping Traditional Market in Yogyakarta by the Sleman District Market Service of the Special Region of Yogyakarta have been proven, with access to merchant development, merchant participation in market associations, control as a solution to traders' problems, and in general traders have equality in the selection of trade places. While the empowerment process consists of three stages, namely awareness, capacity building, and empowerment.

Empowerment in the Gamping market in Sleman Yogyakarta has been well implemented by increasing manager professionalism, seeking alternative funding sources for market empowerment in accordance with legislation, increasing the competency of market traders, prioritizing opportunities for obtaining business places for market traders who have previously carried out renovations or relocations market, as well as improving the quality and revamping of physical facilities.

Keywords: Empowerment, traditional market, awareness, capacity building, enrichment.

Pendahuluan

Pasar tradisional di Indonesia merupakan tempat usaha bagi para pedagang kecil dan memiliki banyak nilai-nilai strategis. Dari segi ekonomi, pasar tradisional sebagai salah satu tempat perputaran uang yang berarti penguat bagi struktur ekonomi tingkat mikro. Sebagai sarana perputaran ekonomi pasar tradisional terbukti efektif memberikan pelayanan terhadap kebutuhan masyarakat yang berpenghasilan rendah, sehingga tercipta pemerataan pembangunan.

Pasar tradisional di Indonesia sudah menyatu dan memiliki tempat penting dalam kehidupan masyarakat. Bagi masyarakat, pasar bukan hanya sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli tetapi juga sebagai wadah interaksi sosial dan representasi nilai-nilai tradisional yang ditunjukkan oleh perilaku sosial di dalamnya. Selain itu, juga mengajarkan budaya sopan santun, ramah tamah, gotong royong, silaturahmi dan juga rasa kekeluargaan.

Permasalahan yang dihadapi oleh pasar tradisional yaitu terkait dengan banyak munculnya pusat perbelanjaan dan toko modern. Hilangnya minat masyarakat untuk berbelanja di pasar-pasar tradisional akan berdampak pada pertumbuhan ekonomi suatu daerah yang berdampak pada bertambahnya pengangguran di masyarakat, melemahnya sektor perdagangan informal, dan terhambatnya arus distribusi bahan pokok.

Kabupaten Sleman saat ini memiliki 41 pasar tradisional yang dikelola oleh Dinas Pasar Kabupaten Sleman. Berdasarkan komoditas yang diperjualbelikan, pasar tradisional di Sleman dibedakan menjadi pasar umum, pasar produk pertanian dan pasar hewan. Mayoritas pasar yang ada adalah pasar umum dengan komoditas yang dijual adalah sembilan bahan kebutuhan pokok (sembako).

Pasar Gamping merupakan salah satu pasar umum tradisional di Kabupaten Sleman yang tergolong potensial di kawasan Yogyakarta. Laporan Akhir Dinas Pasar Kabupaten Sleman pada tahun 2014 menyebutkan bahwa ada sekitar 1.045 pedagang dan 13 orang pengelola pasar. Jumlah pedagang yang cukup besar yang terlibat di pasar Gamping tersebut sayangnya tidak diimbangi dengan pembangunan dan tata kelola yang memadai. Hal tersebut mengakibatkan kondisi Pasar gamping menjadi tidak beraturan (semrawut—bahasa Jawa), kurang nyaman untuk berbelanja dan rawan kebakaran.

Kondisi tersebut semakin memperparah situasi kawasan yang berdekatan langsung dengan jalan raya Wates yang selalu ramai.

Agar tidak kalah bersaing dengan toko modern dan pusat-pusat perbelanjaan, maka pasar tradisional perlu diberdayakan dengan tujuan terciptanya pasar tradisional yang tertib, teratur, aman, bersih dan sehat; meningkatnya pelayanan kepada masyarakat. Dengan demikian, pasar tradisional diharapkan mampu menjadi roda penggerak perekonomian daerah.

Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah tersebut di atas, dapat dirumuskan masalah bahwa: Kondisi pasar tradisional Gamping Sleman Yogyakarta belum diberdayakan secara optimal karena belum mampu menciptakan kenyamanan dan keamanan berbelanja bagi pembeli, belum mampu memberikan pelayanan pasar yang baik.

Tujuan penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana program pemberdayaan yang dilakukan oleh Dinas Pasar Sleman dalam upaya menciptakan pelayanan pasar yang baik di Pasar Gamping Yogyakarta.

Kajian Pustaka

Pasar Tradisional

Malano (2011:13) menuliskan pasar tradisional adalah representasi dari ekonomi rakyat, ekonomi kelas bawah, serta tempat bergantungnya para pedagang skala kecil dan menengah. Pasar tradisional menjadi tumpuan harapan para petani, peternak, pengrajin, atau produsen lainnya selaku pemasok. Jutaan penduduk Indonesia masih mempercayakan pengadaan kebutuhan sehari-hari mereka pada pasar tradisional yang identik dengan kelompok menengah ke bawah tersebut.

Sumintarsih, dkk. (2011:17) menuliskan bahwa pasar merupakan organisasi dimana antara penjual dan pembeli dapat bertemu secara langsung. Pasar tradisional adalah tempat jual-beli yang merupakan gambaran sosial budaya masyarakat

bersangkutan (terkait ekonomi, teknologi, struktur sosial, politik, kekerabatan). Transaksi jual-beli terjadi secara langsung dan biasanya melalui proses tawar-menawar. Selain itu, pasar juga memiliki peran dalam perubahan dan pembaharuan kebudayaan, seperti dituliskan oleh Ikram (1990:189) bahwa melalui pasar masyarakat dapat mengenal aneka macam barang kebudayaan yang berlainan dengan kebudayaan setempat. Akibat adanya interaksi dan pembauran antar masyarakat serta integrasi di bidang kebudayaan.

Pasar tradisional memiliki potensi yang tidak bisa diabaikan, baik secara ekonomis maupun sosial. Potensi-potensi yang dimiliki oleh pasar tradisional menurut Himawan dalam Sadilah, dkk. (2011:6) adalah:

- a. Secara ekonomis, pasar mampu menghidupi ribuan orang, atau merupakan arena untuk memenuhi kebutuhan hidup atau ruang bagi pemberdayaan ekonomi rakyat.
- b. Pasar sebagai ruang publik merupakan arena untuk membentuk jalinan relasi sosial-ekonomi, yang di dalamnya terbangun nilai-nilai untuk saling percaya, saling menghormati, dan perasaan empati terhadap sesamanya.
- c. Secara alami, di pasar terbangun sebuah komunitas dari berbagai kelompok sosial, mulai dari pedagang besar, pedagang kecil, lesehan, pedagang kaki lima, buruh angkut/gendong, dan pembeli.

Perbedaan antara pasar tradisional dan pasar modern, seperti yang dipaparkan Sumintarsih, dkk. (2011: 103-104), antara lain adalah:

- a. Bangunan pasar tradisional nampak lebih sederhana, tidak semewah pasar modern.
- b. Fasilitas pasar tradisional relatif sederhana.
- c. Kebersihan pasar tradisional secara umum kalah jauh dengan pasar modern.
- d. Penataan ruang pasar tradisional kurang teratur bila dibandingkan dengan pasar modern.
- e. Pengaturan dan penempatan barang dagangan di pasar modern lebih teratur bila dibandingkan dengan pasar tradisional. Pasar tradisional terkesan acak-acakan, tidak sistematis.

- f. Kenyamanan di pasar tradisional kalah jauh dengan pasar modern.
- g. Keamanan konsumen jauh lebih terjamin di pasar modern daripada pasar tradisional.

Menurut Feriyanto (dalam Sumintarsih, 2011: 104-105), pasar tradisional memang memiliki beberapa kelemahan namun ternyata juga memiliki kelebihan dibandingkan dengan pasar modern, antara lain:

- a. Lokasinya strategis karena dekat dengan pemukiman.
- b. Masih mengenal proses tawar-menawar yang secara psikologis memberikan nilai positif pada proses interaksi antara penjual dan pembeli.
- c. Menjual barang kebutuhan sehari-hari dengan harga relatif murah karena jalur distribusi lebih pendek, tidak kena pajak atau pungutan lain yang besar.

Dengan demikian, pasar tradisional dapat diartikan sebagai tempat bertemunya pelaku-pelaku pasar seperti pedagang, pembeli, penyedia jasa dan lain sebagainya yang membangun hubungan-hubungan sosial yang berkesinambungan. Pola hubungan antarpelaku pasar terdiri dari berbagai peran yang saling terkait, di samping terjadinya pola tawar-menawar, tukar-menukar barang dan jasa, juga terjadi hubungan yang sifatnya non-ekonomi yaitu tolong-menolong yang tidak dijumpai di pasar modern.

Pemberdayaan

Pemberdayaan berasal dari bahasa Inggris "*empowerment*" yang dapat bermakna "*pemberian kekuasaan*" karena *power* bukan sekedar "*daya*" tapi juga "*kekuasaan*", sehingga kata "*daya*" tidak hanya bermakna "*mampu*" tapi juga "*mempunyai kuasa*" (Wrihatnolo dan Dwijowijoto, 2007:1).

Selain itu, Mardikanto (2012: 27) menuliskan bahwa "pemberdayaan dapat diartikan sebagai upaya memenuhi kebutuhan yang diinginkan individu, kelompok dan masyarakat luas yang memiliki kemampuan untuk melakukan pilihan dan mengontrol lingkungannya termasuk sumber daya yang terkait dengan pekerjaan dan aktivitasnya". Berdasarkan teori tersebut, peneliti berpendapat bahwa pemberdayaan dalam kehidupan masyarakat berorientasi pada pemenuhan kebutuhan hidup masyarakat dengan memanfaatkan sumber daya lingkungannya.

Prijono & Pranarka dalam Sulistiyani (2004:77-78) berpendapat bahwa pemberdayaan mengandung dua arti. Pengertian yang pertama adalah “*to give power or authority*”, sedangkan pengertian kedua adalah “*to give ability to or enable*”. Pemaknaan pengertian pertama meliputi memberikan kekuasaan, mengalihkan kekuatan atau mendelagasikan otoritas kepada pihak yang kurang/belum berdaya. Di sisi lain pemaknaan pengertian kedua adalah memberikan kemampuan atau keberdayaan serta memberikan peluang kepada pihak lain untuk melakukan sesuatu.

Berbeda dengan pendapat Sumodiningrat dalam Sulistiyani (2004: 78), yang menjelaskan bahwa pemberdayaan sesungguhnya merupakan istilah yang khas di Indonesia daripada di dunia bagian barat. Di bagian barat istilah tersebut diterjemahkan sebagai *empowerment*, dan istilah itu benar tetapi tidak tepat. Pemberdayaan yang kita maksud adalah memberi “*daya*” bukanlah “*kekuasaan*”. *Empowerment* dalam khasanah barat lebih bernuansa “*pemberian kekuasaan*” daripada “*pemberdayaan*” itu sendiri. Mungkin istilah yang paling tepat adalah “*energize*” atau dalam arti “*memberi energi*”. Pemberdayaan adalah memberi energi supaya yang bersangkutan mampu bergerak untuk mandiri.

Berkenaan dengan pemaknaan konsep pemberdayaan masyarakat (Winarni, 1998:75-76), inti dari pemberdayaan meliputi tiga hal, yaitu:

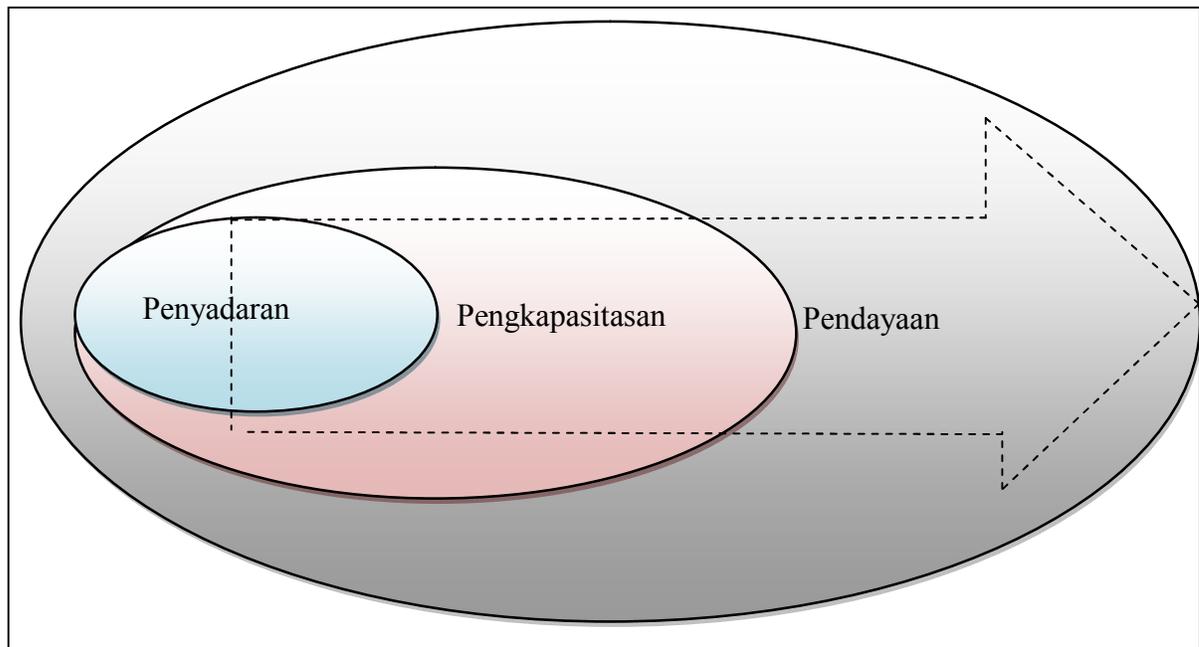
1. Pengembangan (*enabling*)
2. Memperkuat potensi atau daya (*empowering*),
3. Terciptanya kemandirian.

Pada hakikatnya, pemberdayaan merupakan penciptaan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang (*enabling*). Logika ini didasarkan pada asumsi bahwa tidak ada masyarakat yang sama sekali tanpa memiliki daya. Setiap masyarakat pasti memiliki daya, akan tetapi kadang-kadang mereka tidak menyadari, atau daya tersebut masih belum dapat diketahui secara jelas (*eksplisit*). Oleh karena itu, daya harus digali, dan kemudian dikembangkan. Jika asumsi ini yang berkembang, maka pemberdayaan adalah upaya untuk membangun daya, dengan cara mendorong, memotivasi dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki serta berupaya untuk mengembangkannya. Di samping itu, pemberdayaan hendaknya jangan menjebak

masyarakat dalam perangkap ketergantungan (*charity*), pemberdayaan sebaiknya harus mengantarkan proses kemandirian.

Menurut Wrihatnolo dan Dwidjowijoto (2007:2), pemberdayaan merupakan “*proses menjadi*” dengan tiga tahapan yang secara sederhana dapat digambarkan:

Gambar 1. Tiga Tahapan Pemberdayaan



Sumber: Wrihatnolo dan Dwidjowijoto (2007:3).

Pada tahap penyadaran, target yang hendak diberdayakan diberi “*pencerahan*” dalam bentuk pemberian penyadaran bahwa mereka mempunyai hak untuk mempunyai “*sesuatu*”. Program-program yang dapat dilakukan pada tahap ini misalnya memberikan pengetahuan yang bersifat percaya (*kognisi*), yakin (*belief*) dan menyetatkan (*healing*). Prinsip dasarnya adalah membuat target mengerti bahwa mereka perlu membangun permintaan (*demand*) diberdayakan, dan proses pemberdayaan itu dimulai dari diri mereka sendiri.

Pada tahap pengkapasitasan (*capacity building*) atau memampukan, agar dapat diberikan daya atau kuasa, maka target harus mampu terlebih dahulu. Misalnya, sebelum memberikan otonomi daerah, seharusnya daerah-daerah yang hendak otonomikan diberi

program kemampuan atau *capacity building* untuk membuat mereka cakap dalam mengelola otonomi yang diberikan. Proses *capacity building* terdiri dari tiga jenis, yaitu manusia, organisasi, dan sistem nilai.

Pada tahap pemberian daya itu sendiri atau "*empowerment*", kepada target diberikan daya, kekuasaan, otoritas, atau peluang. Pemberian ini sesuai dengan kualitas kecakapan yang telah dimiliki.

Pemberdayaan merupakan proses alami, artinya proses yang berlangsung dalam kehidupan sehari-hari secara wajar. Meskipun kehidupan itu adalah proses yang alami, tetapi harus ada manajemennya. Jadi pemberdayaan bukan hanya sekedar konsep politik, melainkan pada suatu konsep manajemen serta memiliki indikator keberhasilan. Indikator keberhasilan tersebut menurut Wrihatnolo dan Dwijowijoto (2007:10) adalah:

- a. Akses, artinya target yang diberdayakan pada akhirnya mempunyai akses akan risorsis yang diperlukan untuk mengembangkan diri.
- b. Partisipasi, yang berarti target yang diberdayakan pada akhirnya dapat berpartisipasi mendayagunakan resources yang diaksesnya.
- c. Kontrol, dalam arti target yang diberdayakan pada akhirnya mempunyai kemampuan mengontrol proses pendayagunaan resources tersebut.
- d. Kesetaraan, dalam arti pada tingkat tertentu saat terjadi konflik, target mempunyai kedudukan sama dengan yang lain dalam hal pemecahan masalah.

Sedangkan indikator keberhasilan pemberdayaan, menurut Pranawati (2009:122), adalah keberhasilan pemberdayaan yang paling mudah dilihat apakah masyarakat dapat secara mandiri melaksanakan program atau tidak. Proses menjadi lebih mandiri merupakan proses yang mutlak direncanakan karena jika proses ini berhasil berarti program pemberdayaan dapat berjalan dengan baik.

Pemberdayaan Pasar Tradisional di Kabupaten Sleman

Dalam Peraturan Daerah Kabupaten Sleman Nomor 9 Tahun 2009 tentang Organisasi Perangkat Daerah Pemerintah Kabupaten Sleman Pasal 25 ditetapkan bahwa

Dinas Pasar Kabupaten Sleman Yogyakarta bertugas melaksanakan penyelenggaraan pemerintahan daerah di bidang pengelolaan pasar agar semua aktivitas pasar berjalan dengan baik. Pelaksanaan pengelolaan pasar tersebut meliputi beberapa tahapan pemberdayaan antara lain tahap penyadaran, tahap pengkapasitasan, dan tahap *empowerment*.

Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia (Permendagri) Nomor 20 Tahun 2012 tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional (bab 1 pasal 1) ditetapkan bahwa:

“Pengelolaan pasar tradisional adalah penataan pasar tradisional yang meliputi perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian pasar tradisional, sementara pemberdayaan pasar tradisional adalah segala upaya pemerintah daerah dalam melindungi keberadaan pasar tradisional agar mampu berkembang lebih baik untuk dapat bersaing dengan pusat perbelanjaan dan toko modern”.

Selanjutnya, dalam bab 2 pasal 2 Permendagri Nomor 20 Tahun 2012, ditetapkan bahwa tujuan pengelolaan dan pemberdayaan pasar tradisional adalah:

- a) Menciptakan pasar tradisional yang tertib, teratur, aman, bersih dan sehat.
- b) Meningkatkan pelayanan kepada masyarakat.
- c) Menjadikan pasar tradisional sebagai penggerak roda perekonomian daerah.
- d) Menciptakan pasar tradisional yang berdaya saing dengan pusat perbelanjaan dan toko modern.

Selanjutnya melalui Peraturan Daerah (Perda) Kabupaten Sleman Nomor 17 Tahun 2012 tentang Pengelolaan Pasar Kabupaten Sleman, dalam pasal 34 ditetapkan bahwa dalam rangka pembinaan dan pemberdayaan pasar Dinas Pasar Kabupaten Sleman melakukan:

- a) Peningkatan profesionalisme pengelola.
- b) Mengupayakan sumber alternatif pendanaan untuk pemberdayaan pasar sesuai peraturan perundang-undangan.
- c) Peningkatan kompetensi pedagang pasar.

- d) Memprioritaskan kesempatan memperoleh tempat usaha bagi pedagang pasar yang telah ada sebelumnya dilakukan renovasi atau relokasi pasar.
- e) Peningkatan kualitas dan pembenahan sarana fisik.

Metode Penelitian

Pendekatan Penelitian

Berdasarkan masalah yang diangkat dalam penelitian ini, yang menekankan pada proses dan makna dengan memahami fenomena, maka bentuk penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif dengan maksud memberikan gambaran masalah dengan memahami fenomena secara cermat, rinci dan mendalam mengenai Pemberdayaan Pasar Tradisional Gamping oleh Dinas Pasar Kabupaten Sleman Yogyakarta. Pendekatan kualitatif adalah suatu penelitian ilmiah yang bermaksud untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti (Herdiansyah, 2010: 9).

Teknik Pengumpulan Data

- a. Wawancara, dilaksanakan dengan wawancara terstruktur menggunakan pedoman pertanyaan yang telah dibuat sebelumnya sebagai acuan.
- b. Dokumentasi, karena “dokumen atau arsip merupakan bahan tertulis yang berhubungan dengan suatu peristiwa atau aktivitas tertentu” (H.B. Sutopo, 2002:54). Dalam penelitian ini dokumentasi dilakukan dengan mencatat dan mengambil sumber-sumber tertulis yang ada, baik berupa dokumen atau arsip.
- c. Observasi, yaitu teknik pengumpulan data apabila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan apabila responden yang diamati tidak terlalu besar (Sugiyono, 2013: 145). Observasi dilakukan dengan cara mengamati dan membuat catatan berkaitan dengan kegiatan yang ada dan sedang berlangsung di pasar tradisional Gamping Sleman Yogyakarta.

Penentuan Sampling

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Dalam teknik ini peneliti cenderung untuk memilih informan dengan pertimbangan yang dianggap mengetahui informasi dan masalahnya secara mendalam dan dapat dipercaya untuk memberikan sumber data yang benar.

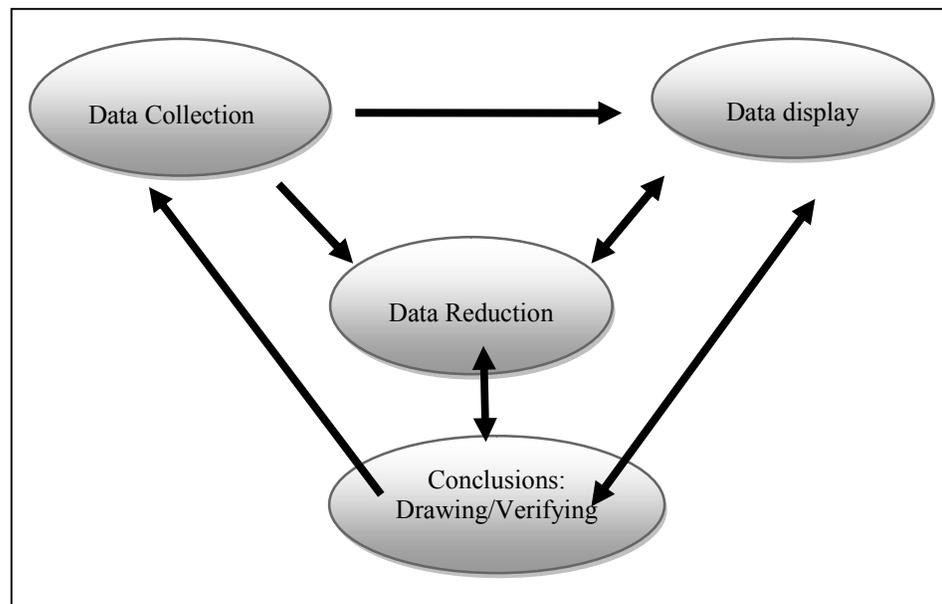
Pihak-pihak yang dijadikan informan:

- a) Kepala Bidang Pembinaan dan Pengembangan Pasar Kabupaten Sleman Yogyakarta.
- b) Kepala Seksi Unit Pelaksana Teknis Pasar Gamping Kabupaten Sleman Yogyakarta.
- c) Ketua Kelompok Pedagang Pasar Gamping Yogyakarta.
- d) Pedagang (5 orang).

Analisis Data

Proses analisis data dalam penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman, yaitu menggunakan analisis interaktif.

Gambar 2. Komponen Dalam Analisis Data (Interactive Model)



Sumber: Sugiyono (2013: 247).

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Deskripsi Singkat Dinas Pasar Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta

Landasan Hukum melaksanakan tugas Dinas Pasar meliputi:

- a. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012 tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional.
- b. Peraturan Daerah Kabupaten Sleman Nomor 9 Tahun 2009 Tentang Organisasi Perangkat Daerah Pemerintah Kabupaten Sleman.
- c. Peraturan Bupati Sleman Nomor 19 Tahun 2009 Tentang Uraian Tugas, Fungsi, dan Tata Kerja Dinas Pasar.
- d. Peraturan Daerah Kabupaten Sleman Nomor 17 Tahun 2012 tentang Pengelolaan Pasar Kabupaten.
- e. Peraturan Daerah Kabupaten Sleman Nomor 2 Tahun 2012 tentang Retribusi Pelayanan Pasar.
- f. Peraturan Daerah Kabupaten Sleman tentang Retribusi Pemakaian Kekayaan Daerah.
- g. Peraturan Daerah Kabupaten Sleman Nomor 11 Tahun 2004 tentang Pedagang Kaki Lima.
- h. Peraturan Bupati Sleman Nomor 4/Per.Bup/2005 tentang Pengelolaan Tempat Usaha Informal Pemerintah Kabupaten Sleman.

Visi Dinas Pasar Kabupaten Sleman DIY adalah: “Terwujudnya Pasar Tradisional yang Berdaya Saing pada Tahun 2015”, sedangkan Misi Dinas Pasar Kabupaten Sleman DIY adalah:

- a. Meningkatkan tata kelola pasar tradisional yang baik melalui peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM).
- b. Meningkatkan kualitas pelayanan pasar tradisional.
- c. Memantapkan sarana dan prasarana dan lingkungan pasar tradisional.

Pasar Tradisional Gamping merupakan pasar tradisional yang potensial di Kabupaten Sleman dengan luas 14.781 m², terletak di Jl. Wates Km 5 Gamping Kidul Ambarketawang Gamping Sleman Yogyakarta.

Pasar Tradisional Gamping merupakan pasar harian yang selalu ramai tiap harinya, dengan aktivitas 24 jam, bahkan pasar mulai ramai pada dini hari sekitar jam 03.00 WIB, dengan sebagian pedagang menjual dagangannya dalam jumlah besar kepada pedagang untuk belanja/kulakan, namun juga ada beberapa pedagang yang menjual dagangannya secara eceran. Pasar Gamping merupakan salah satu pasar besar potensial di Kabupaten Sleman sebagai penyumbang Pendapatan Asli Daerah (PAD). Dana tersebut berasal dari retribusi yang ditarik setiap hari yang besarnya tergantung luas area maupun jenis fasilitas yang diperoleh pedagang.

Pembahasan

Pemberdayaan pasar tradisional merupakan suatu proses penguatan kapasitas dan kapabilitas untuk mendorong pedagang agar mampu mengakses potensi diri, dapat berpartisipasi aktif, dapat mengontrol pendayagunaan, serta memiliki kesetaraan untuk pemecahan permasalahan yang sering dihadapi para pedagang di pasar tradisional.

Dalam pelaksanaan pemberdayaan hendaknya untuk menciptakan suasana kondusif, penguatan kapasitas dan kapabilitas masyarakat, perlindungan dari ketidakadilan, bimbingan dan dukungan, memelihara keseimbangan dalam kondisi yang kondusif. Pemberdayaan yang dilakukan merupakan salah satu unsur di dalam penataan pasar yang meliputi beberapa tahapan meliputi penyadaran, pengkapasitasan, dan pemberian daya. Penyadaran adalah tahap memberikan penyadaran atau pengertian kepada pedagang bahwa mereka harus diberdayakan. Pengkapasitasan yaitu tahap untuk memberikan kemampuan atau membuat pedagang merasa mampu untuk melaksanakan proses penataan pasar. Sedangkan Pemberian daya maksudnya pedagang diberikan daya, kekuasaan, atau peluang untuk ikut serta di dalam penataan pasar.

Strategi pemberdayaan pasar yang dilaksanakan oleh Dinas Pasar Kabupaten Sleman di antaranya meningkatkan profesionalisme pengelola, mengupayakan sumber alternatif pendanaan untuk pemberdayaan pasar sesuai peraturan perundang-undangan, meningkatkan kompetensi pedagang pasar, memprioritaskan kesempatan memperoleh tempat usaha bagi pedagang pasar yang telah ada sebelumnya dilakukan renovasi atau relokasi pasar, dan peningkatan kualitas dan pembenahan sarana fisik.

1. Peningkatan Profesionalisme Pengelola

Dalam suatu organisasi untuk mengembangkan potensi sumber daya manusia (SDM) diperlukan adanya peningkatan profesionalisme pengelola. Ibu Emmy Wulan Arumdati, S.Sos, MA, MSE (staf Seksi Pengembangan Pasar) menyatakan:

“Salah satu meningkatkan kompetensi pengelola yaitu melakukan pembinaan kepada pegawai secara berkala melalui diklat untuk menjaga komitmen pembinaan terhadap pedagang” (wawancara 31 Agustus 2015).

Peningkatan kompetensi pengelola tersebut diwujudkan melalui pendidikan dan latihan yang diprogramkan seperti diinformasikan dalam tabel 2 berikut.

Tabel 2. Pengembangan peningkatan SDM Pengelola

Pasar Potensial	Pasar Cukup Potensial
1. Peningkatan Rata-rata Kompetensi Pengelola: a) Pelatihan Peningkatan Manajemen pengelolaan Pasar Tradisional yang dapat bersanding dengan pasar modern. b) Pelatihan <i>service excellent</i> dan ketrampilan komunikasi efektif dengan pedagang tentang peraturan per-UU an. c) Melakukan pembinaan pegawai pasar secara berkala melalui refreshing/diklat untuk menjaga komitmen pembinaan terhadap pedagang.	1. Peningkatan Rata-rata Kompetensi Pengelola: a) Pelatihan Peningkatan Manajemen pengelolaan Pasar Tradisional b) Melakukan pembinaan pegawai pasar secara berkala melalui refreshing/diklat untuk menjaga komitmen pembinaan terhadap pedagang.

<p>2. Peningkatan efektifitas dan efisiensi pengelolaan pasar:</p> <p>a. Memberikan <i>reward and punishment</i> terhadap pegawai pasar yang sudah dianggarkan dari pengelolaan pasar.</p> <p>b. Pengelolaan terpadu dengan paguyuban pedagang, misalnya mengadakan promosi bersama</p> <p>c. Lomba Pasar dan lomba kreativitas pengelola pasar.</p>	<p>2. Peningkatan efektifitas dan efisiensi pengelolaan pasar:</p> <p>a) Memberikan <i>reward and punishment</i> terhadap pegawai pasar yang sudah dianggarkan dari pengelolaan pasar.</p>
--	--

Sumber: Data Dinas Pasar

Strategi peningkatan kompetensi pengelola yang dilakukan untuk setiap pasar berbeda-beda tergantung jenis pasar diantaranya pasar besar potensial, pasar cukup potensial dan pasar kurang potensial. Pasar besar potensial di Kabupaten Sleman ada 6 pasar yaitu: Pasar Prambanan, Pasar Sleman, Pasar Gamping, Pasar Godean, Pasar Pakem dan Pasar Tempel. Selain 6 pasar tersebut terdapat satu Pusat Kuliner Belut Godean yang mempunyai potensi besar dengan karakteristik spesifik, karena terkait dengan potensi daerah, sehingga perlu dilakukan pengembangan secara terintegrasi dengan sektor pariwisata. Pasar sedang potensial ada 21 pasar, yaitu: Pasar Kebonagung, Ngijon, Cebongan, Ngino, Balangan, Turi, Jangkang, Kejambon, Deggung, Condongcatur, Sambilegi, Gentan, Wonosari, Potrojayan, Tegalsari, Kenaran, Kalasan, Gendol dan Resto Sardjito, Resto Mrican, dan pasar Ngablak. Sedangkan pasar kurang potensial di Kabupten Sleman ada 10 pasar, yaitu: pasar Jombor, Srowolan, Medari, Pucung, Bronggang, Salakan, Setum, Kemloko, Monjali, dan pasar Manggung. Namun untuk pasar yang kurang potensial perlu terus dikembangkan sepanjang dapat sebagai fungsi untuk pengembangan ekonomi masyarakat sekitarnya. Jika tidak dapat sebagai fungsi pengembangan ekonomi masyarakat, karena lokasi yang tidak layak maka perlu dilakukan alih fungsi atau alih kelola agar tetap bermanfaat bagi perekonomian masyarakat sekitar.

2. Mengupayakan Sumber Alternatif Pendanaan untuk Pemberdayaan Pasar sesuai Peraturan Perundang-undangan.

Sumber utama pendanaan dalam Pemberdayaan Pasar adalah dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD). Hal ini terjadi karena Pasar di Indonesia pada umumnya dikelola oleh pemerintah. Pada kenyataannya, alokasi anggaran pemerintah relatif lebih sedikit dibandingkan dengan kebutuhan untuk pemberdayaan dan pengembangan pasar.

Bapak Haris Martapa S.E., M.T, selaku Kabid Pembinaan dan Pengembangan Dinas Pasar Kabupaten Sleman, mengungkapkan:

“Dalam mengupayakan sumber alternatif pendanaan biasanya kalau dari pusat kita mengajukan usulan ke Gubernur, kalau dari provinsi yang kemarin kita rehap pasar prambanan, selama ini kalau kita tidak punya usulan ya tidak dikasih, swasta juga biasanya begitu, yang terakhir ada CSR dari perusahaan Gas Negara dan Unilever Group, kalau yang dipasar Gamping kemarin waktu ada abu vulkanik dari gunung Kelud, kita merealisasikan dana untuk pembangunan los belakang dan pembuatan tenda sementara. Pernah juga ada bantuan dari Perusahaan Swasta yang memasang papan nama didalam pasar malah sifatnya mengganggu karena menutupi lalu lalang pembeli.” (wawancara 11 September 2015).

Upaya pencarian sumber alternatif pendanaan untuk pemberdayaan pasar sesuai peraturan perundang-undangan sudah dilakukan dengan baik dan prosedur yang benar. Hasil dari upaya pencarian sumber alternatif pendanaan untuk pemberdayaan pasar tradisional dapat dibuktikan dengan adanya realisasi pembangunan los pasar gamping dan pembuatan tenda saat adanya abu vulkanik dari Gunung Kelud tahun 2014 maupun saat gempa Bantul pada tahun 2006 silam. Bantuan tersebut dapat mendukung sarana dan prasarana pasar yang bermanfaat khususnya bagi para pedagang untuk tetap melakukan aktivitas jual-beli di pasar.

3. Meningkatkan Kompetensi Pedagang Pasar

Untuk meningkatkan kompetensi para pedagang pasar, Dinas Pasar Kabupaten Sleman telah melaksanakan pengembangan peningkatan SDM Pedagang seperti informasi dalam tabel 3 berikut.

Tabel 3. Pengembangan Peningkatan SDM Pedagang

Pasar Potensial	Pasar Cukup Potensial
1. Pembinaan Ketrampilan SDM Pedagang a. Pelatihan ketrampilan layout lapak b. Keamanan pangan, c. Manajemen keuangan pedagang, d. Manajemen tata niaga dan pelatihan boga (utk pasar kuliner).	1. Pembinaan Ketrampilan SDM Pedagang a. Pelatihan ketrampilan layout lapak b. Keamanan pangan, c. Manajemen keuangan pedagang, d. Manajemen tata niaga dan pelatihan boga (utk pasar kuliner).
2. Peningkatan budaya maju dan sadar keberlanjutan dari para Pedagang dengan slogan “PASARKU KELUARGAKU”	2. Peningkatan budaya maju dan sadar keberlanjutan dari para Pedagang dengan slogan “PASARKU KELUARGAKU”
3. Diadakannya pelatihan pemahaman dan peluang MEA bagi pedagang pasar tradisional diikuti stimulan permodalan.	3. Diadakannya pelatihan pemahaman dan peluang MEA bagi pedagang pasar tradisional diikuti stimulan permodalan.

Sumber: Data Dinas Pasar

Dinas Pasar Kabupaten Sleman telah melakukan upaya peningkatan kompetensi pedagang di pasar potensial maupun pasar cukup potensial, dan mendapat tanggapan yang baik dari para pedagang. Pembinaan pedagang tersebut dimaksudkan untuk memberikan pengetahuan dan wawasan kepada para pedagang, sehingga terbentuk sikap, pola pikir dan perilaku pedagang yang lebih baik. Dengan demikian, para pedagang akan lebih menyadari hak dan kewajibannya sebagai pedagang, sehingga memudahkan dilakukannya pemberdayaan untuk kelancaran penataan pasar.

Pembinaan pedagang di Pasar Gamping Kabupaten Sleman Yogyakarta dilakukan melalui paguyuban-paguyuban. Paguyuban-paguyuban tersebutlah yang menjembatani komunikasi antara pedagang dengan Dinas Pasar, sehingga terbina rasa kebersamaan dan kekeluargaan di antara sesama pedagang. Pembinaan yang dilakukan di Pasar Gamping lebih diarahkan untuk mengenalkan pentingnya pelaksanaan penataan pasar. Pembinaan tersebut dilakukan secara langsung melalui pertemuan dengan pedagang dan melalui paguyuban.

Setelah diberikannya pembinaan kepada pedagang pasar, maka dapat dilihat adanya peningkatan kompetensi pedagang yang terwujud melalui sikap pedagang untuk berkomitmen menciptakan pelayanan pasar yang lebih baik, dengan demikian pasar menjadi lebih kondusif sehingga dapat meningkatkan hasil penjualan. Memang pada dasarnya pembinaan adalah upaya untuk menyadarkan pedagang akan pentingnya dilakukannya penataan pasar dan sekaligus meningkatkan kualitas sumber daya manusia pedagang pasar, sehingga Pasar Gamping dapat tertata dengan baik.

4. Memprioritaskan Kesempatan Memperoleh Tempat Usaha bagi Pedagang Pasar yang Telah Ada Sebelum Dilakukannya Renovasi atau Relokasi Pasar

Renovasi pasar dilakukan bertujuan mengembalikan fungsi pasar karena kerusakan, sedangkan relokasi adalah upaya memindahkan sementara tempat berjualan pedagang ke area tertentu tanpa menghentikan aktivitas perdagangan.

Permasalahan muncul ketika kios atau lapak yang sudah dibeli oleh pihak pertama dijual kembali ke pedagang lain yang jenis dagangannya berbeda dengan barang dagangan yang sudah ditentukan untuk zona tempat kios atau lapak tersebut berada. Inilah yang menjadi salah satu sumber ketidaktertiban zonanisasi barang dagangan. Dalam hal ini Dinas Pasar sudah memprioritaskan seluruh pedagang lama untuk mendapatkan tempat relokasi saat adanya renovasi pasar dan meminimalkan ketidaktertiban zonanisasi tersebut dengan dibantu petugas keamanan pasar.

5. Peningkatan Kualitas dan Pembenahan Sarana Fisik.

Secara rutin, Dinas Pasar Kabupaten Sleman Yogyakarta telah melaksanakan pemeliharaan pasara untuk meningkatkan kenyamanan kegiatan jual beli di Pasar. Untuk terus meningkatkan kualitas dan Pembenahan sarana fisik, maka pemberdayaan diteruskan dengan upaya penyadaran bahwa pedagang ikut berpartisipasi dalam memelihara bangunan dan sarana pasar, agar pedagang sadar bahwa bangunan dan kegiatan di pasar merupakan bagian dan milik semua pihak. Untuk itu peningkatan kualitas dan pembenahan sarana fisik harus dilakukan secara mandiri tanpa harus bergantung pada pihak lain. Pengkapasitasan dilakukan dengan cara memberikan kepercayaan sehingga setiap hari pedagang bersedia memelihara

sarana, bangunan. Pendayaan (*empowerment*) pedagang diwujudkan ketika pedagang ikut andil dalam perbaikan.

Pemeliharaan pasar dalam penataan pasar yang dilakukan sudah baik dan terlihat dari perbaikan dan perawatan bangunan dan sarana seperti talang, atap, saluran dan listrik di dalam dan luar pasar melalui upaya secara optimal. Peningkatan kualitas dan pembenahan sarana fisik terhadap kerusakan ringan yang sudah dilakukan misalnya pelebaran pintu masuk, pembuatan portal pintu masuk tengah, pembenahan akses ke tempat pembuangan sampah (TPS). Pemeliharaan tersebut sudah diserahkan kepada petugas pasar, tetapi kalau petugas pasar tidak mampu menyelesaikan maka akan dilaporkan ke Dinas Pasar kabupaten Sleman agar dicarkani rekanan untuk membantu perbaikan.

Berikut ini diuraikan tentang keberhasilan program pemberdayaan yang ditinjau dari aspek-aspek berikut:

a. Akses

Pedagang yang diberdayakan mempunyai akses akan pendayagunaan yang diperlukan untuk mengembangkan diri. Dari ketersediaan sarana dan prasarana pasar yang sudah disediakan oleh Dinas Pasar cukup memadai, dan secara umum sudah dirasakan oleh pedagang.

b. Partisipasi

Pedagang yang diberdayakan dapat berpartisipasi mengikuti kelompok pedagang dalam lingkup paguyuban pedagang. Bentuk partisipasi lain dari pedagang adalah setiap anggota dari kelompok pedagang berperan mensosialisasikan atas pendayaan yang sudah diperolehnya ke pedagang lainnya.

c. Kontrol

Pedagang yang sudah diberdayakan mempunyai kemampuan dapat mengatasi permasalahan karena dapat mengendalikan pendayagunaan. Setelah para pedagang meningkat kesadarannya tentang penataan pasar, mereka berperilaku lebih positif antara lain: mereka memarkir kendaraannya di tempat yang disediakan, berpenampilan sopan, ramah kepada pembeli, menjaga kebersihan lingkungan dengan tidak membuang sampah secara sembarangan serta dapat melayani pembeli dengan baik. Hal tersebut membuat para pelanggan menjadi

lebih nyaman berbelanja di pasar Gamping dan akhirnya hasil penjualan mereka meningkat.

d. Kesetaraan

Pedagang sudah diperlakukan secara adil dalam pemilihan tempat berdagang, serta besaran jumlah tarif retribusi pasar sudah sesuai dengan tempat maupun jenis fasilitas yang didapatkan pedagang.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa proses dan hasil pemberdayaan pasar tradisional Gamping Sleman Yogyakarta dalam upaya menciptakan pelayanan pasar yang baik sudah berhasil, dapat dibuktikan dengan adanya akses untuk pengembangan pedagang, partisipasi pedagang dalam paguyuban pasar, kontrol sebagai bentuk solusi permasalahan pedagang, dan secara umum pedagang memiliki kesetaraan dalam pemilihan tempat berdagang.

Saran

- a. Pembinaan pegawai pasar harus terus dilakukan secara berkala melalui diklat untuk menjaga komitmen pembinaan terhadap pedagang potensi SDM pengelola dapat ditingkatkan.
- b. Sebaiknya pengelola pasar selalu berkoordinasi dengan pihak swasta agar wujud bantuan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat sesuai peruntukan dan lebih tepat sasaran sesuai dengan prioritas pasar yang akan dikembangkan.
- c. Pembinaan dalam rangka peningkatan kompetensi pedagang harus selalu dilakukan guna meningkatkan kapasitas dan kapabilitas pedagang. Serta perlu disediakan tempat yang layak untuk pelaksanaan pembinaan pedagang karena selama ini tempat yang digunakan masih berpindah-pindah dan tidak menentu.
- d. Saat melakukan renovasi dan relokasi pasar, maka setiap peralihan hak milik kios atau lapak harus sepengetahuan pihak pengelola pasar. Apabila jenis dagangan dari pedagang yang bertindak sebagai pembeli kios atau lapak berbeda dengan jenis barang dagangan yang ditetapkan untuk zona yang bersangkutan, maka

perpindahan tangan sebaiknya tidak diteruskan, dan seharusnya setiap pedagang memiliki identitas (kartu pedagang) supaya memudahkan petugas dalam membedakan antara pedagang resmi dan pedagang yang belum memiliki ijin.

- e. Dinas Pasar sebaiknya terus melakukan pemantauan ke seluruh pasar tradisional secara berkala yang ada di Kabupaten Sleman untuk mengetahui kondisi kerusakan terkini pasar, sehingga diharapkan dapat memperbaiki kerusakan yang ada di pasar lebih dini, sehingga tidak merugikan pedagang.
- f. Pemerintah seharusnya memperbaiki proses perizinan dalam pendirian ritel baru, terutama ritel asing. Meregulasi penataan dan kebijakan zonasi ritel asing dengan pasar tradisional. Misalnya, zonasi kawasan, zonasi jarak, dan zonasi rasio penduduk.

Daftar Pustaka

- Herdiansyah, Haris. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Malano, Herman. 2011. *Selamatkan Pasar Tradisional: Potret Ekonomi Rakyat Kecil*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012 tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional.
- Peraturan Daerah Kabupaten Sleman Nomor 17 Tahun 2012 tentang Pengelolaan Pasar Kabupaten.
- Sadilah, Emilia, dkk. 2011. *Eksistensi Pasar Tradisional Relasi dan Jaringan Pasar Tradisional di Kota Semarang*. Yogyakarta: Balai Pelestarian Sejarah dan Nilai Tradisional Kementerian Budaya dan Pariwisata.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sulistiyani, Ambar Teguh. 2004. *Kemitraan dan Model-model Pemberdayaan*, Yogyakarta: Gava Medika.

Sumintarsih, dkk. 2011. *Eksistensi Pasar Tradisional Relasi dan Jaringan Pasar Tradisional di Kota Surabaya*. Yogyakarta: Balai Pelestarian Sejarah dan Nilai Tradisional Kementerian Budaya dan Pariwisata.

Sutopo, H.B. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif - Dasar Teori dan Terapannya dalam Penelitian*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.

Wrihatnolo, Randy R. & Riant Nugroho Dwidjowito. 2007. *Manajemen Pemberdayaan Sebuah Pengantar dan Panduan Untuk Pemberdayaan Masyarakat*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.