

**MEDIA PUBLIKASI
HASIL PENATAAN PASAR TRADISIONAL
SEBAGAI PRODUK BUDAYA BERBASIS KEARIFAN LOKAL DI
KOTA SURAKARTA**

Istijabatul Aliyah, Galing Yudana

Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Sebelas Maret,
Surakarta

Abstrak

Pengabdian ini diharapkan dapat menghasilkan media publikasi hasil penataan pasar tradisional sebagai produk budaya berbasis kearifan lokal. Adapun tujuan umum pengabdian ini adalah membuat media publikasi hasil penataan pasar tradisional sebagai produk budaya berbasis kearifan lokal di Kota Surakarta. Sedangkan Tujuan Khusus Pengabdian: 1) menginventarisasi pasar tradisional di Kota Surakarta; 2) membuat buku katalog tentang penataan pasar tradisional sebagai produk budaya terhadap terwujudnya Kota Wisata di Kota Surakarta; 3) Membuat website sebagai publikasi penataan pasar tradisional sebagai produk budaya berbasis kearifan lokal di Kota Surakarta. Disamping itu, pengabdian ini menggunakan partisipan pengguna pasar tradisional di Kota Surakarta dengan pertimbangan bahwa pihak konsumen dan pedagang-lah yang menjadi pengguna utama terkait dengan pasar tradisional dalam ranah ruang kota.

Kata Kunci: Media Publikasi, Pasar Tradisional, Produk Budaya, Kearifan Lokal

PENDAHULUAN

Kota Surakarta merupakan salah satu kota yang terbentuk dengan konsep Kosmologi Jawa. Dan sebagai kota tradisional Jawa, Kota Surakarta terkenal sebagai 'surga'nya pasar tradisional. Sejak terbentuknya Kota Surakarta dengan konsep Catur Gatra Tunggal (keraton, alun-alun, masjid, dan pasar), pasar tradisional merupakan bagian dari komponen kota yang dibentuk dengan struktur Kosmologi Jawa. Penetapan peran dan fungsi pasar tradisional telah disesuaikan dengan karakter dan lingkup layanan masing-masing pasar tradisional tersebut. lingkup makro, pasar tradisional merupakan bagian dari struktur dasar tipikal Kota Jawa. Beberapa tipikal kota tradisional Jawa mengidentifikasi bahwa pasar tradisional merupakan bagian yang selalu ada dalam pola penataan ruang kota-kota di Jawa. Tipikal struktur ruang kota Jawa telah dikemukakan oleh Stutterheim, Maclaine Point, Palmier, Witkamp, Van Mook, dan Santoso, menunjukkan bahwa komponen dan posisi pasar tradisional menempati wilayah inti kerajaan yang disebut *Negara Agung* atau pusat kota. (Santoso, 2008).

Dalam perjalanan waktu dan perubahan jaman, pasar tradisional telah tumbuh dan berkembang tanpa memperhatikan konsep Kosmologi Jawa yang telah ada sebelumnya. Persoalan konsepsi filosofis dan tuntutan kebutuhan masyarakat serta kebijakan Pemerintah Kota Surakarta menjadi pemicu adanya transformasi peran pasar tradisional sebagai komponen ruang kota Tradisional Jawa. Pasar tradisional di Kota Surakarta sekarang telah

berkembang menjadi 43 pasar, yang semula hanya 6 pasar, baik yang tumbuh dari eksisting yang ada maupun penambahan atau pembangunan baru.

Respon hal tersebut, para pemangku kebijakan berargumen bahwa pasar tradisional sebagai salah satu pusat pelayanan ekonomi, sehingga perencanaan ataupun pembangunan pasar tradisional lebih difokuskan pada kajian aspek ekonomi dan optimalisasi pemanfaatan lahan. Pembangunan baru ataupun pembangunan kembali (penataan) yang dilakukan pihak pemerintah belum menunjukkan adanya perencanaan yang berlandaskan pertimbangan karakteristik peran pasar tradisional dalam konstelasi kota, jangkauan layanan dan komoditas yang dapat diakses bagi konsumen, dan implementasi konsep penataan ruang di Kota Surakarta yang dicanangkan sebagai Kota Wisata MICE (*meeting, incentive, convention, exhibition*) baik secara fisik maupun non fisik.

Dengan adanya penancangan Kota Surakarta sebagai Kota Wisata, membawa konsekuensi bahwa penataan ruang kota sudah selayaknya untuk disinergikan dengan *branding* pariwisata Indonesia, *Wonderful Indonesia* dengan fokus utama pada *trend* pasar wisata dunia yang menekankan pada objek wisata *cultural tourism* yang tidak saja menjual daya tarik budaya dan tradisi tetapi menyumbang pada upaya pelestarian hasil budaya itu sendiri. Salah satu kota di Indonesia yang menduduki peringkat lima besar sebagai kota wisata budaya adalah Kota Solo atau Kota Surakarta. Wisata budaya dan MICE merupakan "dua sisi dari sebuah mata

uang” sehingga pengembangannya perlu disinergikan secara tepat.

Saat ini telah ada berbagai penelitian yang membahas mengenai penataan pasar tradisional. Penelitian yang telah ada dapat dibagi dalam tiga kecenderungan utama. Kecenderungan *Pertama* penelitian yang menganalisis pembangunan pasar tradisional secara mikro bahwa faktor kualitas layanan, peningkatan jumlah pedagang dan identifikasi konsumen memainkan bagian penting untuk mendorong pembangunan dan peningkatan aktivitas perbelanjaan di pasar tradisional (Rahadi, 2012). Kecenderungan *Kedua* yaitu tentang peran pasar tradisional secara makro dalam lingkup perkotaan yang menyatakan bahwa pembangunan atau pemindahan lokasi pasar tradisional mampu merubah tata guna lahan, pola jalan, pergerakan dan pola atau tipe bangunan, pemerataan jalur sirkulasi, dan pemanfaatan lahan, dan pada akhirnya akan mempengaruhi perubahan bentuk ruang kota (Karnajaya, 2002). Hal tersebut diperkuat dengan hasil penelitian yang mengungkapkan bahwa pasar tradisional sebagai simpul dari pertukaran barang dan jasa secara regional yang kemudian tumbuh dan berkembang membangkitkan berbagai aktivitas di dalam kota. (Sirait, 2006). Dan kecenderungan yang *ketiga* adalah penelitian yang membahas pasar tradisional sebagai bagian dari produk budaya bahwa pasar tradisional berperan sebagai ruang publik perkotaan, tempat di mana masyarakat kota berkumpul, dan membangun relasi sosial di antara mereka. (Ekomadyo, 2007).

Dari hasil telaahan terhadap penelitian dan pengabdian yang ada,

banyak pendekatan yang telah diterapkan untuk meneliti peran pasar tradisional secara mikro maupun makro, dan pasar tradisional sebagai salah satu produk budaya. Bukti-bukti yang dimunculkan pada umumnya tidak jauh berbeda bahwa pasar tradisional bukan sekedar sebagai tempat jual beli semata, namun lebih dari itu pasar terkait dengan konsepsi hidup dan interaksi sosial budaya, dan sekaligus sarana rekreasi baik dalam lingkup kawasan maupun kota.

Namun kenyataan yang ada, kegiatan pengabdian yang terkait dengan penataan pasar tradisional dalam penataan ruang kota masih sedikit dan belum diimplementasikan secara nyata. Dengan demikian dapat diketahui bahwa pengabdian yang terkait dengan penataan pasar tradisional sebagai produk budaya berbasis kearifan lokal masih sedikit dan belum ada kegiatan riil dilapangan. Begitu pula secara khusus yang terkait dengan penataan ruang kota sebagai kota wisata. Langkanya informasi dan publikasi tentang pasar tradisional bagi pengguna pasar tradisional, tentu saja sangat disayangkan. Mengingat pentingnya informasi tersebut dapat menjadi arahan bagi para konsumen dan pedagang dalam mengenal spesifikasi pasar tradisional dalam melakukan aktivitas berbelanja dan jual beli tanpa terhalang kendala aksesibilitas, kurangnya area parkir, kesesuaian zonasi dengan karakter komoditas dan berbagai fasilitas penunjang.

Untuk itu dengan melalui kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat menghasilkan temuan tentang media publikasi hasil penataan pasar tradisional

sebagai produk budaya berbasis kearifan lokal di Kota Surakarta.

METODE PENGABDIAN

1) Obyek Pengabdian

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Kota Surakarta dengan obyek pasar tradisional yang telah mengalami proses penataan fisik dan non fisik. Pasar Tradisional yang ada di Kota Surakarta ada 43 unit pasar tradisional, dan dari 43 unit pasar belum semua unit menerima program ataupun melakukan upaya penataan. Pasar tradisional yang telah dipenataan dalam aspek fisik ada 16 unit pasar sejak tahun 2006 hingga tahun 2012. Sedangkan penataan dalam aspek non fisik hampir semua pasar tradisional di Kota Surakarta telah melakukan upaya penataan non fisik, baik dalam pengelolaan berupa paguyuban pedagang maupun kegiatan sosial budaya sesuai dengan karakter masing-masing pasar. Adapun pasar tradisional yang aktif melakukan kegiatan sosial budaya ada 4 pasar yaitu Pasar Gede, Pasar Windujenar, Pasar Legi dan Pasar Kembang.

2) Metode Pelaksanaan Pengabdian

a) Penyusunan Inventarisasi

Penyusunan inventarisasi dilakukan dengan pengumpulan data tentang penataan pasar tradisional sebagai produk budaya berbasis kearifan lokal di Kota Surakarta dilakukan dengan metode sebagai berikut:

Tabel 1: Teknik Penyusunan Inventarisasi

No	Teknik Pengumpulan Data	Digunakan untuk
1	Teknik wawancara	Memperoleh informasi tentang keberadaan pasar tradisional dalam konstelasi ruang kota di Kota Surakarta dan upaya penataan yang telah dilakukan
2	Pengamatan lapangan /observasi	Rekam tempat dan peristiwa kondisi fisik dan non fisik, penataan pasar tradisional di Kota Surakarta. Dan pengambilan data lokasi persebaran menggunakan perangkat GPS (<i>Global Positioning System</i>).
3	Analisis isi/ Metode simak	Mengkaji data-data sekunder (data eksisting) berupa peta atau dokumen lain yang terkait dengan keberadaan dan upaya penataan pasar tradisional di Kota Surakarta
4	FGD	Sebagai sarana untuk melakukan pengecekan kebenaran data dengan metode Triangulasi data agar dapat diperoleh keabsahan data atau validitas data juga untuk menjemput aspirasi dan informasi upaya penataan pasar tradisional pada pihak terkait.

b) Penyusunan Buku Katalog

Sumber data yang dapat digunakan dalam penyusunan buku katalog berupa informasi tentang lokasi, kondisi fisik pasar, situasi kegiatan yang berlangsung di pasar serta arsip dan dokumen yang ada. Dalam hal ini informan terdiri atas unsur swasta, masyarakat serta

pemerintah, termasuk pejabat terkait di Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta, Dinas Tata Ruang Kota Surakarta, serta Badan Perencanaan Daerah (BAPEDA) Kota Surakarta, yang memiliki kapasitas dalam penataan pasar tradisional dalam penataan ruang kota di Surakarta, termasuk komunitas pengguna baik penjual maupun pembeli pasar tradisional di Kota Surakarta. Data yang disajikan dalam buku katalog pasar tradisional meliputi, peta, foto, dan deskripsi spesifikasi pasar.

c) Penyusunan Website

Penyusunan website dilakukan dengan mengunggah data yang terkompilasi dari buku katalog, sehingga dapat diakses oleh khalayak umum. Hal ini dilakukan untuk memperluas jejaring informasi dan publikasi tentang pasar tradisional sebagai produk budaya berbasis kearifan lokal di Kota Surakarta

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat Media Publikasi Hasil Penataan Pasar Tradisional Sebagai Produk Budaya Berbasis Kearifan Lokal di Kota Surakarta, yakni pengembangan penyusun data based, penyusunan media publikasi berupa buku katalog, dan pembuatan website.

Di dalam melaksanakan kegiatan “ Media Publikasi Hasil Penataan Pasar Tradisional Sebagai Produk Budaya Berbasis Kearifan Lokal di Kota Surakarta” digunakan pendekatan partisipatif, eksploratif, dan pendekatan spasial. Di samping itu kegiatan pengabdian juga dilakukan dengan metode diskusi/tanya jawab langsung

untuk mendapatkan hasil berupa informasi tentang data based pasar tradisional yang ada di Kota Surakarta. Pendekatan partisipatif digunakan agar semua pelaku pasar tradisional ikut berpartisipasi aktif dalam memberikan informasi mulai dari awal (identifikasi kondisi fisik dan non fisik, dan permasalahan yang ada di lingkungan pasar tradisional) sampai akhir (penyusunan databased. Di samping menggunakan pendekatan partisipatif, kegiatan ini juga dilaksanakan dengan pendekatan eksploratif terhadap kondisi lingkungan disekitar pasar tradisional. Pendekatan eksploratif berguna untuk mendapatkan informasi terkait sarana dan prasarana yang ada disekitar pasar tradisional.

Sedangkan pendekatan spasial digunakan untuk mendata kondisi fisik yang difokuskan pada kondisi pasar dan lingkungan yang ada disekitar pasar. Data spasial sangat diperlukan untuk memberi informasi terkait letak atau posisi pasar, akses yang bisa dilalui untuk mencapai pasar, keadaan lingkungan sekitar pasar serta bentuk dan luas lahan pasar.

1. Pelaksanaan Kegiatan Penyusunan Data Base Publikasi Pasar tradisional

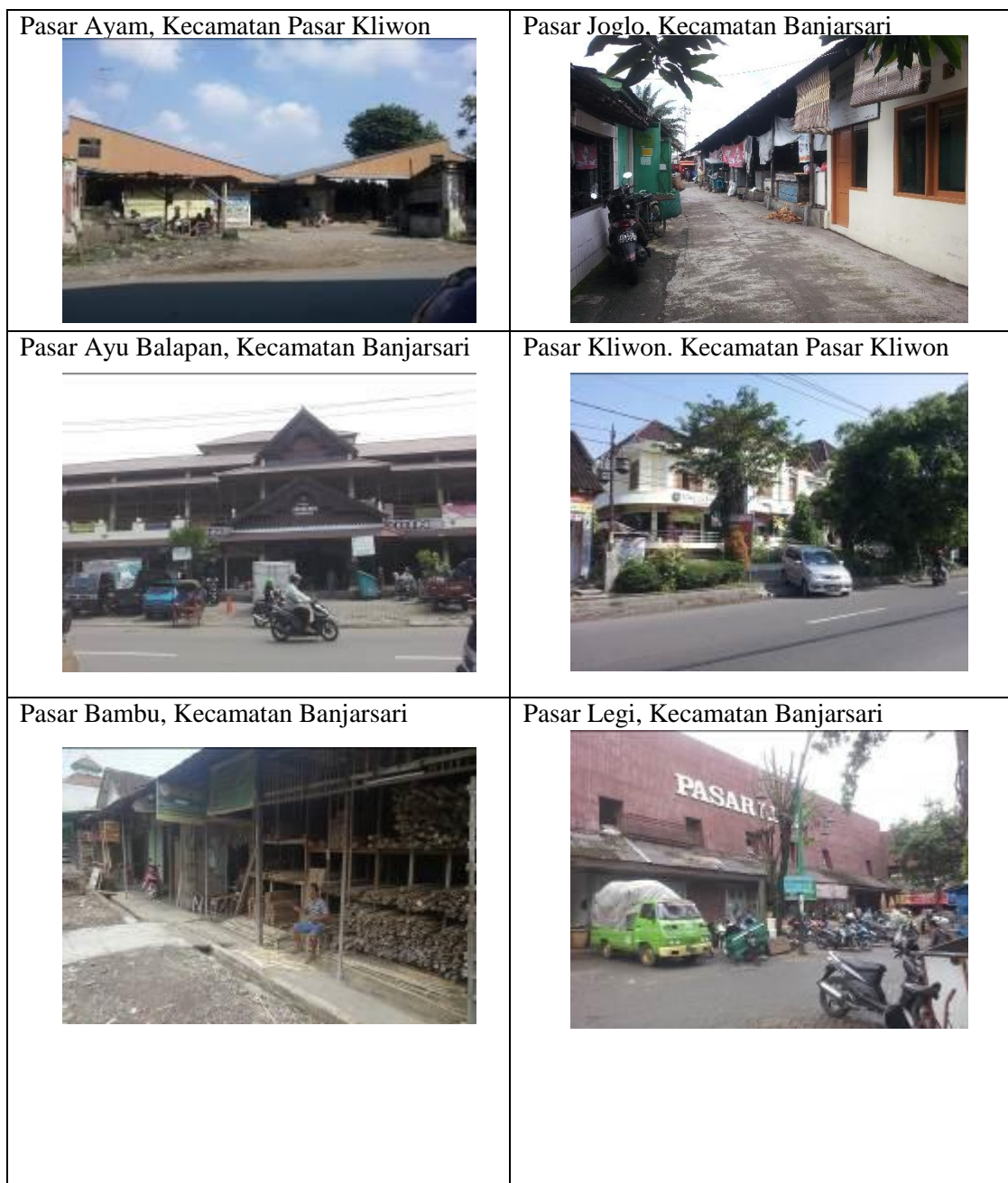
Kegiatan penyusunan *data base* untuk publikasi pasar tradisional meliputi beberapa hal, antara lain meliputi identifikasi bangunan, lahan parkir, akses jalan, informasi tentang keberadaan bangunan atau fasilitas yang ada disekitar pasar, serta komoditas yang diperjual belikan di pasar tradisional.

Tabel 2: Pasar Tradisional di Kota Surakarta

No	PASAR	KELAS	ALAMAT PASAR		
			JALAN	KELURAHAN	KECAMATAN
1	LEGI	I A	Jl. Jend. S Parman	Setabelan	Banjarsari
2	KLEWER	I A	Jl. Dr. Rajiman	Gajahan	Pasar Kliwon
3	SINGOSAREN	I A	Jl. Gatot Subroto	Kemlayan	Serengan
4	GEDHE	I A	Jl. Jend Urip Sumoharjo	Sudiroprajan	Jebres
5	NUSUKAN	I A	Jl. Kapten P Tendean	Nusukan	Banjarsari
6	NONGKO	I A	Jl. RM. Said	Mangkubumen	Banjarsari
7	HARJODAKSINO	I B	Jl. Kom. Yos Sudarso	Danukusuman	Serengan
8	JONGKE	I B	Jl. Dr. Rajiman	Pajang	Laweyan
9	NOTOHARJO	I B	Jl. Serang, Semanggi	Semanggi	Pasar Kliwon
10	TAMAN PASAR BURUNG & IKAN HIAS	I B	Jl. Balekambang Lor	Manahan	Banjarsari
11	GADING	II A	Jl. Veteran	Baluwarti	Pasar Kliwon
12	REJOSARI	II A	Jl. Sindutan	Jebres	Jebres
13	PUCANGSAWIT	II A	Jl. Ir. Juanda	Pucangsawit	Jebres
14	PURWOSARI	II A	Jl. Brigjen Slamet Riyadi	Purwosari	Laweyan
15	PANGGUNGREJO	II A	Jl. Panggungrejo	Jebres	Jebres
16	NGARSOPURO	II A	Jl. Ronggowarsito	Timuran	Banjarsari
17	SIDODADI	II A	Jl. Brigjen Slamet Riyadi	Karangasem	Laweyan
18	CINDERAMATA	II A	Barat Alun Alun Utara	Kauman	Pasar Kliwon
19	AYUBALAPAN	II A	Jl. Mongonsidi	Kestalan	Banjarsari
20	MOJOSONGO	II A	Jl. Brigjen. Katamso	Mojosongo	Jebres
21	LEDOKSARI	II A	Jl.Jend. Urip Sumoharjo	Jebres	Jebres
22	KADIPOLO	II A	Jl. Dr. Rajiman	Panularan	Laweyan
23	TANGGUL	II B	Jl. RE Martadinata	Kampungsewu	Jebres
24	KABANGAN	II B	Jl. Dr. Rajiman	Sondakan	Laweyan
25	PENUMPING	II B	Jl. Sutowijaya	Penumping	Laweyan
26	AYAM	II B	Jl. Serang,Semanggi	Semanggi	Pasar Kliwon
27	KLIWON	II B	Jl. Kapten Mulyadi	Kedunglumbu	Pasar Kliwon
28	JEBRES	II B	Jl.Prof. B. Z. Yohanes	Jebres	Jebres
29	KEMBANG	II B	Jl. Dr. Rajiman	Sriwedari	Laweyan
30	MEBEL	II B	Jl. A. Yani	Gilingan	Jebres
31	TRIWINDU	II B	Jl. Seram, Keprabon	Keprabon	Banjarsari
32	NGEMPLAK	III A	Jl. A. Yani	Gilingan	Jebres
33	BANGUNHARJO	III A	Jl. K. S. Tubun	Manahan	Banjarsari
34	SIDOMULYO	III A	Jl. S. Parman	Gilingan	Banjarsari
35	ELPABES	III A	Jl. E. Saleh	Setabelan	Banjarsari
36	SANGKRAH	III A	Barat Stasiun KA. Sangkrah	Sangkrah	Pasar Kliwon

37	TUNGGULSARI	III A	Jl. Untung Suropati	Semanggi	Pasar Kliwon
38	JURUG	III A	Jl. KH. Maskur	Jebres	Jebres
39	MOJOSONGO P	III B	Jl. Sibela, Mojosongo	Mojosongo	Jebres
40	NGUMBUL	III B	Jl. RM. said	Manahan	Banjarsari
41	BAMBU	III B	Jl. Tentara Genie Pelajar Nusukan	NUsukan	Banjarsari
42	BESI	III B	Jl. Serang,Semanggi	Semanggi	Pasar Kliwon
43	JOGLO	III B	Jl. Kol. Sugiyono, Kadipiro	Kadipiro	Banjarsari
44	NGUDI REJEKI	I		Gilingan	Banjarsari

Gambar 1: Identifikasi Bangunan Pasar Tradisional



Pasar Besi, Kecamatan Pasar Kliwon



Pasar Ngarsopuro, Kecamatan Banjarsari



Pasar Batik Cinderamata, Pasar Kliwon



Pasar Ngumbul, Kecamatan Pasar Kliwon



Pasar Depok, Kecamatan Banjarsari



Pasar Nongko, Kecamatan Banjarsari



Pasar Gading, Kecamatan Pasar Kliwon



Pasar Notoharjo, Kecamatan Pasar Kliwon



<p>Pasar Joglo, Kecamatan Banjarsari</p> 	<p>Pasar Elpabes, Kecamatan Banjarsari</p> 
<p>Pasar Sangrah, Kecamatan Pasar Kliwon</p> 	<p>Pasar Sidomulyo Kecamatan Banjarsari</p> 
<p>Pasar Tunggulsari, Kecamatan Pasar Kliwon</p> 	<p>Pasar Windujenar / Triwindu, Banjarsari</p> 

2. Pelaksanaan Kegiatan Sosialisasi dan Jemput Informasi Tentang Pasar tradisional

Kegiatan sosialisasi dan jemput informasi untuk publikasi pasar tradisional meliputi beberapa hal, antara lain meliputi mengajukan berbagai informasi tentang media publikasi, menampung dan menjemput informasi

terkait dengan keberadaan pasar tradisional dan fasilitas yang ada disekitar pasar, serta komoditas yang diperjual belikan di pasar tradisional.

Gambar 2. FGD dengan pihak paguyuban pasar se Surakarta dan pemerintah Kota Surakarta



Gambar 3. Diskusi tentang bewrbagai fasilitas yang ada di pasar tradisional dengan stakeholder pasar tradisional di Kota Surakarta

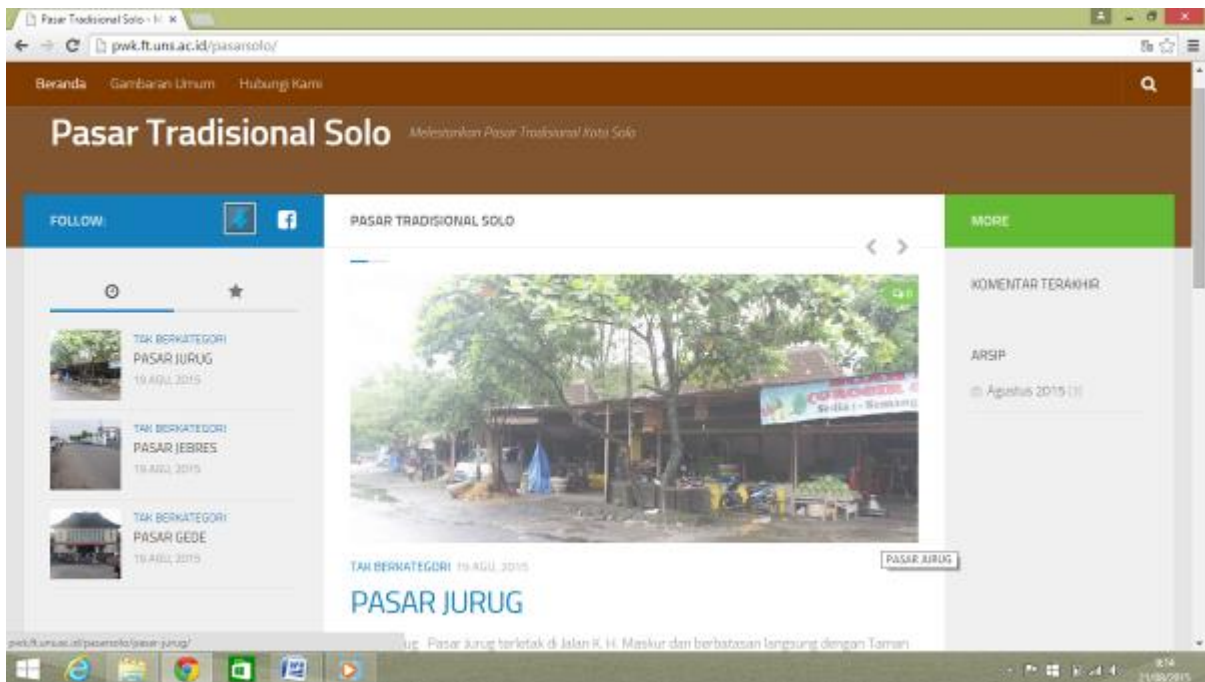
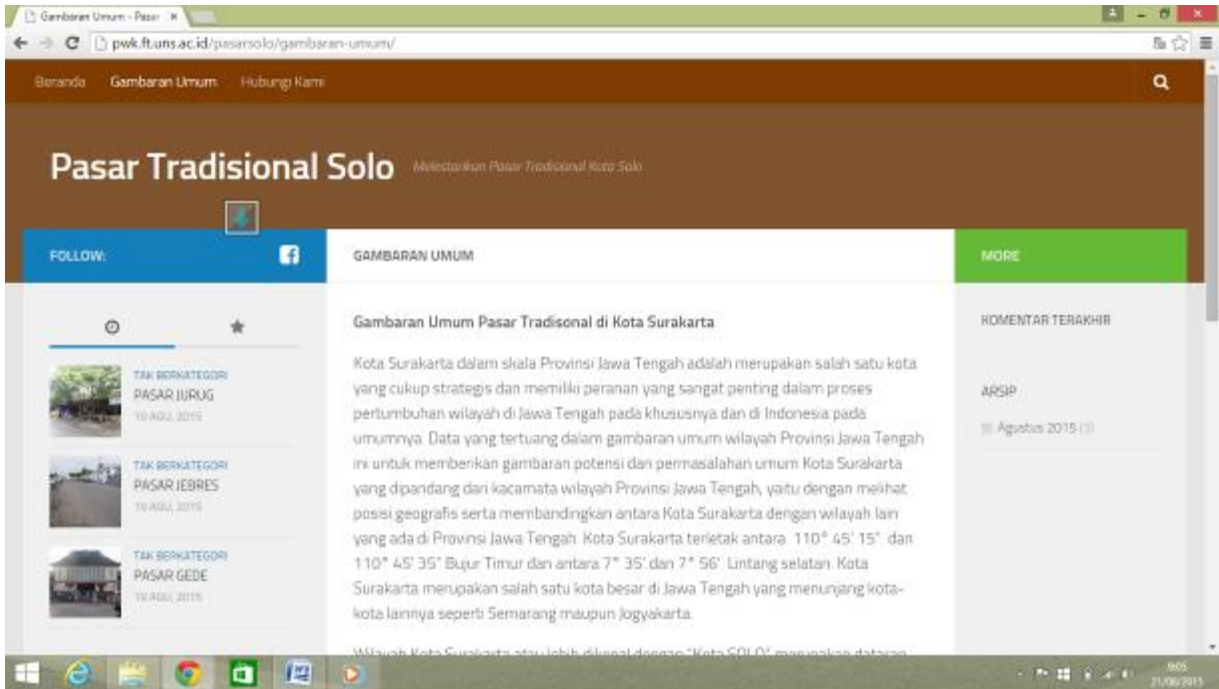


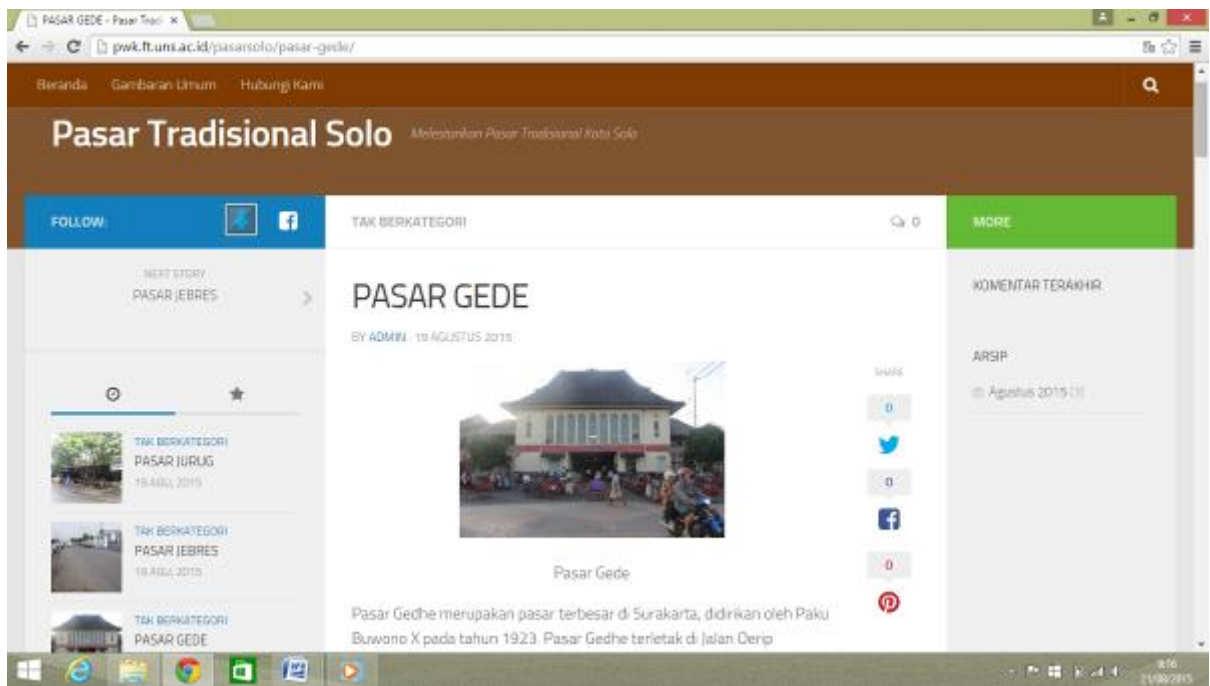
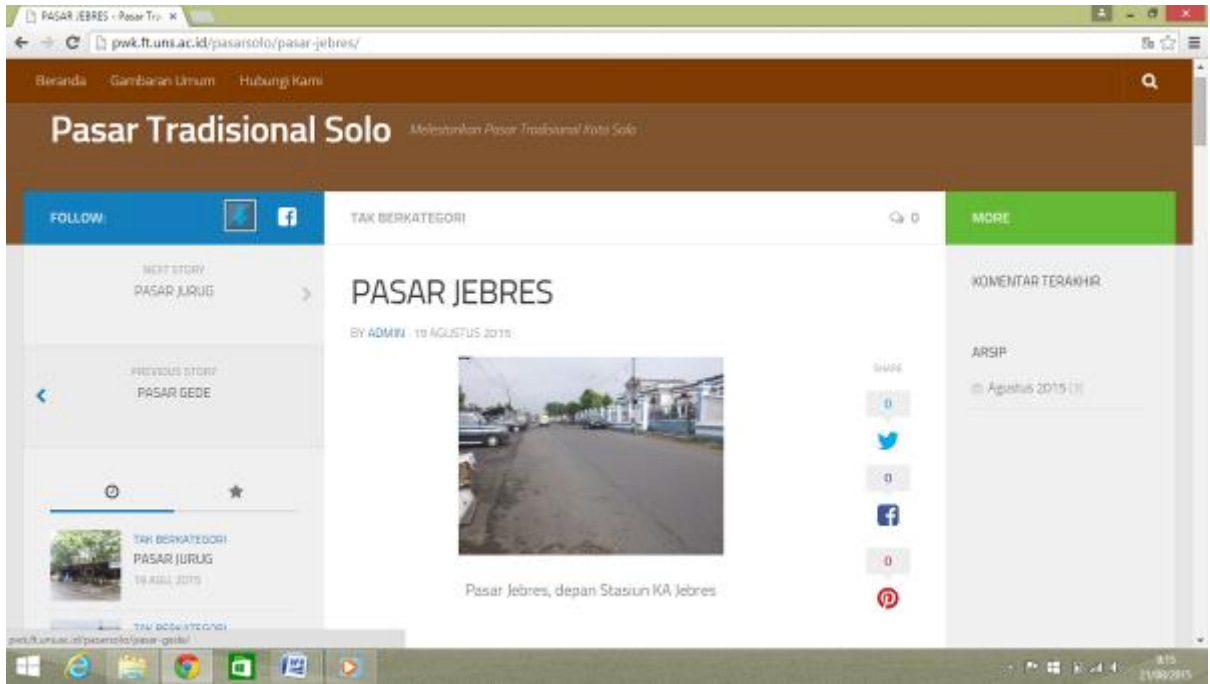
Gambar 4. Tanggapan dan sambutan yang baik dari semua pihak yang terkait dengan pasar tradisional di Kota Surakarta



3. Pembuatan Website sebagai Toko Online

Dalam pembuatan website dilakukan Tim Pengabdian dengan Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota Fakultas Teknik Universitas Sebelas Maret.





PENUTUP

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat merupakan kegiatan untuk mengaplikasikan hasil penelitian yang telah dirumuskan oleh tim peneliti. Terkait dengan pasar tradisional tim pengabdian melakukan upaya pengembangan media publikasi pasar tradisional dalam bentuk mendokumentasikannya hasil inventarisasi kondisi pasar dan lingkungannya dalam suatu buku katalag yang dapat digunakan secara offline. Disamping itu hasil inventarisasi tersebut tidak hanya disusun dalam buku katalog tetapi juga diunggah dalam bentuk website yang mudah diakses bagi semua khalayak umum secara online. Dengan demikian informasi tentang pasar tradisional di Kota Surakarta dapat terpublikasi dan diharapkan dapat memperkuat jati diri dan perekonomian pasar tradisional di Kota Surakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Ekomadyo, Agus S. (2007), *Menelusuri Genius Loci Pasar Tradisional sebagai Ruang Sosial Urban di Nusantara*
<http://www.ar.itb.ac.id/pa/wp-content/upload/2007/11/201212>
- Karnajaya, S. (2002). *Pengaruh Pemindahan Lokasi Pasar Terhadap Morfologi Kota*. Semarang: Pascasarjana Universitas Diponegoro.
- Rahadi, R, Aswin. (2012). *Factors Related to Repeat Consumption Behaviour: A Case Study in Traditional Market in Bandung and Surrounding Region*, Original Research Article *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Volume 36, 2012, Pages 529-539

Santoso, Jo. (2008). *Arsitektur-Kota Jawa, Kosmos, Kultur dan Kuasa*, Universitas Taruma Negara, Centropolis Press

Sirait, Tanda S. (2006). *Identifikasi Karakteristik Pasar Tradisional Yang Menyebabkan Kemacetan Lalu-Lintas Di Kota Semarang*, Jurusan Perencanaan Wilayah Dan Kota Fakultas Teknik Universitas Diponegoro Semarang