

BAB III

PROSES INOVASI MANAJEMEN PARTISIPASI DALAM PENGELOLAAN PASAR BERINGHARJO

Pada bab ini akan dipaparkan hasil dari penelitian yang sudah dilaksanakan pada bulan desember 2017 – januari 2018 di Pasar Beringharjo dan kantor Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Yogyakarta. Penelitian ini dilaksanakan dengan metode dokumentasi serta wawancara. Berdasarkan hasil penelitian tersebut telah diperoleh sebuah hasil mengenai proses inovasi manajemen partisipatif pasar Beringharjo adalah sebagai berikut.

Proses keputusan inovasi berdasarkan pada teori Nuryamin (dalam Roger, 2003:420) terbagi menjadi 5 tahap yaitu sebagai berikut :

1. Tahap pengetahuan (Knowledge)

Hal pertama yang akan dilakukan pada proses keputusan inovasi ialah pada tahap pengetahuan yang merupakan tahap dimana seseorang mengetahui tentang adanya suatu inovasi serta keingintahuan bagaimana kegunaan inovasi tersebut. Hal ini berarti seseorang dapat membuka diri dalam memahami inovasi namun secara aktif bukan pasif. Seseorang mengetahui perlunya inovasi berdasar pada pengamatan terkait inovasi itu sendiri sesuai pada kebutuhan, atau kepercayaannya.

Dalam wawancara yang penulis lakukan kepada Kepala Seksi bagian P3P (Penataan, Pengembangan, dan Pendapatan Pasar) di Dinas Perindustrian dan Perdagangan kota Yogyakarta yaitu Bapak Ir. Supartama, M.Sc :

“Dalam hal ini Dinas mengajak pedagang ke banyak tempat seperti yang ada di Bandung, Jakarta dan Bali untuk melihat-lihat toko-toko modern disana agar bisa ditiru tetapi tidak hanya kiosnya saja namun juga lingkungannya. Sehingga dengan melihat contoh toko modern tersebut pedagang dapat mendapatkan pengetahuan atau wawasan tentang contoh model kios yang dapat dicontoh untuk inovasi pasar Beringharjo”.

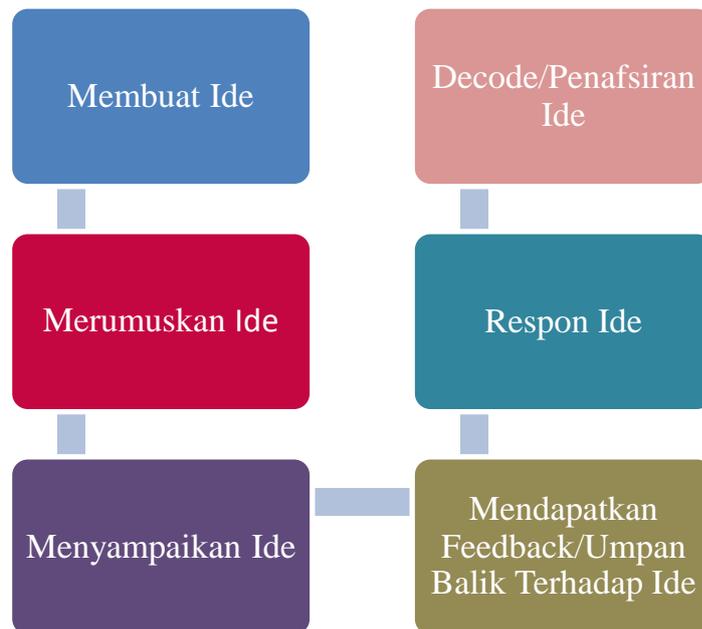
Kemudian hasil wawancara yang penulis lakukan terhadap Bp. Ujun Junaedi selaku Ketua Paguyuban Pasar :

“Para pedagang ingin membuat perubahan dengan mengikuti perkembangan zaman bagaimana kebiasaan masyarakat yang modern adalah pasar yang bersih serta memberikan pelayanan yang baik maka dari itu dilakukannya study banding ke kota lain pada tahun 2010 lalu yang berdasarkan keinginan dari para pedagang itu sendiri”.

Pada hal ini komunikasi eksternal dilakukan antara pejabat pengelola pasar dengan para pedagang pasar tradisional di Pasar Beringharjo yang tergabung dalam paguyuban komunitas pasar. Terbentuknya komunikasi yang baik maka akan berpengaruh terhadap

keberhasilan organisasi yang berarti dalam penyampaian pesan komunikasi hendaknya *accepted* atau pesan itu sampai dan diterima, sehingga menimbulkan partisipasi dan akhirnya terwujud loyalitas.

Gambar 3.1 Alur Penyampaian Ide Inovasi



Dengan hal ini paguyuban pedagang berfungsi sebagai penghubung untuk menyambung informasi dari pedagang kepada pengelola dan sebaliknya dari aparat pengelola kepada pedagang. Hal ini berkaitan dengan cara bagaimana pedagang menjelaskan tentang inovasi pembangunan Zona Metro Beringharjo kepada Disperindag namun terlebih bukan hanya menceritakan atau menyampaikan saja tetapi juga bagaimana menciptakan keterbukaan, dukungan dan

kepercayaan antara kedua belah pihak demi kelancaran jalannya inovasi tersebut.

2. Tahap Bujukan (Persuasion)

Pada tahap ini seseorang dapat membangun perilaku menyukai atau tidak suka pada inovasi. Seseorang bisa tidak menyukai inovasi karena ia tidak tahu tentang inovasi itu, sedangkan seseorang yang menyukai inovasi karena ia telah mengetahui inovasi itu sendiri. Dalam informasi yang telah diberikan atau diterima seseorang akan mengetahui lebih banyak tentang inovasi.

Sementara tahap ini amat berguna dalam kesanggupan mengestimasi kemungkinan pelaksanaan inovasi di periode yang akan datang dalam pemikiran berdasar pada kondisi dan situasi yang ada. Di harapkan hasil dari tahap bujukan ini akan mengarahkan proses keputusan inovasi ke kecondongan kesesuaian antara menyukai inovasi dan melaksanakan inovasi tersebut.

Dalam wawancara yang penulis lakukan terhadap Ketua Paguyuban pedagang Pasar yaitu Bp. Ujun Junaedi :

“Para Pedagang mengajukan permohonan kepada Dinas Perindustrian dan Perdagangan untuk diberikan ijin dalam memperbaharui dengan membangun kiosnya menggunakan biaya pedagang sendiri karena jika

mengharapkan pemerintah tidak akan bisa berjalan maka pada saat itu sekelompok paguyuban sepakat untuk mengajukan permohonan ijin, lalu pedagang diminta mengisi formulir blanko yang telah disediakan dinas. Kemudian setelah itu para pedagang diberi jawaban dengan diijinkannya pembangunan lapak menjadi kios dengan biaya sendiri, maka setelah diijinkan tersebut kemudian terciptanya cluster”

Dinas Perindustrian dan Perdagangan telah berdiskusi kepada para pedagang agar pedagang dapat mewujudkan pembangunan Metro Beringharjo, dengan dorongan yang diberikan oleh Dinas diharapkan pedagang dapat membangun kios menjadi lebih baik, kemudian setelah itu dengan adanya cluster yang telah terbentuk yang dikelompokkan berdasarkan letak yang ada di dalam pasar, maka para pedagang kemudian melihat contoh toko modern seperti yang sudah dijelaskan diatas pada tahap pengetahuan. Setelah mengetahui bagaimana bentuk toko modern tersebut para pedagang kemudian sepakat untuk menerapkan inovasi pasar Beringharjo seperti model toko tersebut sehingga nantinya dapat bersaing dengan pasar modern dengan memberikan pelayanan yang lebih baik.

Dengan adanya inovasi tersebut juga diimbangi dengan kenaikan retribusi pasar. Maka sesuai Perda Nomor 3 Tahun 2009 tentang Retribusi Pelayanan Pasar, retribusi pasar naik 10-50 persen, tergantung kelas pasar, dan tempat jualan. Misalnya, jika dulu cukup membayar Rp 3.000 per hari untuk kios yang berukuran 7,08 m² maka selanjutnya mesti mengeluarkan uang Rp 4.600.

Tabel 3.1 Tarif Retribusi Per m² Dalam Sehari

Golongan Jenis Dagangan	Kios 1	Kios 2	Kios 3	Los 1	Los 2	Los 3	Lapak 1	Lapak 2	Lapak 3
A	4.600	3.300	2.800	2.800	1.950	1.700	2.500	1.750	1.500
Pakaian, sepatu, tas, souvenir									
B	3.000	2.200	1.900	1.800	1.300	1.100	1.600	1.150	1.000
Pakaian, sepatu, tas, souvenir									
C	1.500	1.000	900	900	600	500	800	550	500
Pakaian jadi, barang kelontong, hasil bumi, barang bekas									
D	700	500	400	400	300	250	350	300	200
Pakaian jadi, barang kelontong, hasil bumi, barang bekas									

Sumber : Analisis Penentuan Tarif Retribusi Pasar Tradisional Beringharjo

Tahun 2014:77

Sesuai dengan prosedur atau peraturan yang ada di Dinas pasar tersebut pedagang sepakat mentaati berbagai peraturan yang telah dibuat atau ditentukan karena dengan dibangunnya Zona Metro akan membuat keuntungan bagi Dinas dan juga bagi para pedagang. Jika sebelumnya pasar beringharjo lantai 2 sangat sepi pengunjung, kemudian setelah terealisasinya inovasi dengan merubah interior pasar menjadi zona modern menjadi diminati pengunjung. Maka pemasukan penghasilan pedagang menjadi meningkat, dan juga pemasukan retribusi bagi Dinas.

3. Tahap Keputusan (Decision)

Tahap ini terjadi apabila individu atau seseorang telah melaksanakan program atau kegiatan yang menuju untuk menerapkan menerima atau menolak inovasi.

Pada hal ini para pedagang sudah siap untuk melaksanakan inovasi dalam upaya perbaikan yaitu usaha sistematis untuk melakukan penyempurnaan dan melakukan perbaikan (improvement) pasar yang terus menerus sehingga buah inovasi itu dapat dirasakan manfaatnya dikemudian hari. Sehingga nantinya dapat mampu bersaing dengan pasar modern dengan mengatasi kejenuhan konsumen atau masyarakat terhadap pasar selama ini. Dengan inovasi ini mampu melawan kejenuhan dengan menciptakan Zona Pasar yang nyaman bagi konsumen.

Untuk mewujudkan Zona Metro Beringharjo, tiap pedagang mengeluarkan biaya sekitar Rp. 300 Juta. Selanjutnya dengan biaya tersebut akan digunakan untuk membangun kios yaitu Rp. 100 Juta untuk kios berukuran 10 m², atau Rp. 200 Juta untuk kios 20 m². Dana yang dikeluarkan tersebut dirasa sudah cukup untuk pembangunan yang dikumpulkan melalui paguyuban yang akan digunakan juga untuk membangun fasilitas di dalam Metro Beringharjo dengan hal tersebut pedagang dapat mendapatkan hak pakai atas kios yang diperpanjang tiap tahunnya.

Meskipun dalam pembangunan Metro Beringharjo ini tidak dibantu oleh pemerintah, pedagang atau masyarakat dapat membuktikan jika mereka mampu dan setuju membangkitkan pasar tradisional secara mandiri. Dengan dibangunnya Metro Beringharjo bertujuan sebagai tempat untuk bertemunya pasar tradisional dengan manajemen modern dengan menyediakan tempat yang bersih dan aman bagi para pelanggannya.

Berdasarkan hasil wawancara kepada Bp. Ujun Junaedi selaku Ketua Paguyuban Pasar :

“Dinas Perindustrian dan Perdagangan memfasilitasi kepada perbankan untuk masuk ke pasar untuk memberikan pinjaman kepada para pedagang dengan jaminan KBP (Kartu Bukti Kepemilikan Pedagang) dengan suatu harapan pengusaha di pasar itu dapat maju

karena bekerja sama dengan perbankan dan biaya itu bisa digunakan untuk perbaikan kios bahkan untuk tambahan modal”

Pada tahap keputusan ini pedagang dan pemerintah saling bekerja sama agar pelaksanaan inovasi dapat berjalan dengan baik. Dengan biaya yang akan dikeluarkan oleh pedagang sendiri dan dengan pemerintah yang membantu dengan menyediakan fasilitas perbankan diharapkan nantinya dengan pembangunan Zona Metro tidak akan kalah dengan pasar modern yang mulai menggeser peran pasar tradisional. Prioritas atau pilihan belanja masyarakat telah berubah dari pasar tradisional ke pusat perbelanjaan dan pasar modern.

Namun, disamping itu pasar tradisional memiliki keunggulan yang tidak dimiliki oleh pasar modern yaitu pada intensitas interaksi di dalam pasar tradisional, dimana segala macam ekspresi perilaku dan nilai yang melekat dalam masyarakat terekspresikan didalamnya. Pasar sebagai pusat budaya terlihat ketika pasar tradisional tidak hanya menjadi ruang jual beli tetapi dapat lebih dari itu pasar tradisional juga menjadi ruang ekspresi kesenian dan kebudayaan. Pasar tradisional mempunyai peran penting dalam usaha menciptakan wawasan kebangsaan untuk ikut

membangun suatu bentuk kebudayaan masa depan yang tidak lepas dari akar tradisinya.

Dengan dilaksanakannya pembangunan Zona Metro tidak menghilangkan kesan pasar tradisional apalagi Beringharjo selain memiliki keterkaitan sejarah dengan Kraton Jogja dan budaya Jawa, juga menjadi ikon wisata Jogja seperti halnya Malioboro.

4. Tahap Implementasi (Implementation)

Pada tahap implementasi terjadi jika seseorang telah melaksanakan inovasi. Dalam tahap ini mengikuti hasil keputusan inovasi dan berlangsung keaktifan baik mental maupun perbuatan kemudian dibuktikan dalam praktiknya.

Perubahan pada inovasinya yaitu dalam hal penggerakan para pedagang, pedagang berpartisipasi dalam proses penerapan inovasi, namun bukan hanya menggerakkan dalam melaksanakan pekerjaan saja tetapi digerakkan untuk mewujudkan inovasi secara swadaya. Dalam manajemen partisipatif dalam pengelolaan pasar tersebut memiliki makna yang sangat positif, karena menyangkut pedagang kecil yang membiayai, melaksanakan dan menggunakan pembangunan. Hal ini memperbaiki kondisi pasar seperti halnya kebersihan, pemeliharaan, keamanan, keindahan, penataan dagangan menjadi lebih teratur. Dalam peningkatan kualitas pelayanan di Zona Metro misalnya dapat ditingkatkan dengan penjual dan barang yang dijual harus bersih. Pedagang

dapat juga memakai seragam yang sama supaya terlihat lebih bersih dan rapi. Disamping itu pedagang juga meningkatkan kecepatan layanan dan tentunya keramahan ketika melayani pembeli.

Ketua Paguyuban Pasar Beringharjo, Bp. Ujun Junaedi mengatakan :

“Pembangunan Metro Beringharjo sudah dimulai sejak 15 Mei 2010 dan selesai dibangun pada bulan Agustus 2010 dan kemudian di Zona Metro ini telah ada sekitar 98 pedagang yang terdiri dari kios pakaian, sembako, makanan dan kuliner dan dalam hal ini berharap jika Metro Beringharjo dapat menjadi contoh untuk pasar-pasar tradisional lainnya di DIY”.

Tabel 3.2 Data Pedagang Pasar Beringharjo Tengah

No	Pasar Beringharjo Tengah	
1.	Golongan Barang Dagangan	B, C, dan D
2.	Jam Aktivitas Pasar	Pukul 09.00 – 17.00 WIB
3.	Pedagang Kios	326 pedagang
4.	Pedagang Los	167 pedagang
5.	Pedagang Lapak	89 pedagang
6.	Jumlah Pedagang	582 pedagang

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Yogyakarta, 2013

Di Pasar Beringharjo tengah yang pengelolaannya berada dalam satu gedung yang sama dengan Zona Metro Beringharjo menyediakan barang dagangan dari golongan B,C, dan D seperti pakaian jadi, barang kelontong, hasil bumi, barang bekas, dan sebagainya.

Gambar 3.2 Zona Metro Beringharjo



Proses dalam pembangunan Zona Metro dilakukan secara bertahap untuk menumbuhkan kesadaran yang lebih dalam yaitu dengan menanamkan slogan “Pasare resik atine becik rejekine apik sing tuku ora kecelik”. Slogan ini memiliki makna yang sangat dalam dan selalu diucapkan sebagai pekik setiap ada pertemuan dengan paguyuban/pedagang, Kekuatan pekik ini yang menumbuhkan kesadaran pedagang untuk berpartisipasi dalam membangun fisik pasar (modernisasi pasar). Selain itu dengan slogan ini diharapkan para pedagang pasar tradisional benar-benar

bisa menjaga kebersihan supaya memperoleh lebih banyak rejeki apabila banyak masyarakat yang datang ke pasar tradisional mereka membeli karena pasarnya bersih dan nyaman.

Namun berdasarkan kenyataan di lapangan masih terdapat beberapa pedagang yang belum menyelesaikan pembangunan, sehingga kios yang sudah terlanjur dibangun hanya dibiarkan saja. Di samping itu sudah banyak pedagang yang telah melakukan perubahan dengan siap membangun kios di Zona Metro menjadi lebih baik.

Gambar 3.3 Kios Belum Jadi



Dinas Perindustrian dan Perdagangan khususnya Bidang Pengembangan mempunyai program yaitu Program Pengembangan Pasar, yang tentunya akan diimplementasikan dalam beberapa kegiatan. Kegiatan tersebut tentu saja berupa upaya untuk

peningkatan jumlah pedagang yang dibina, dan juga peningkatan frekuensi promosi.

Tabel 3.3 Rincian Program dan Kegiatan Dalam Peningkatan Jumlah Pengunjung.

No	Nama Program	Kegiatan	Tahun 2013	Tahun 2014	Tahun 2015
1	Program pemeliharaan sarana prasarana kebersihan	Pengadaan tenaga armada dan pembersih pasar	124 orang	124 orang	124 orang
		Pengadaan stiker tempat sampah untuk 33 pasar	900 lembar	900 lembar	900 lembar
		Tamanisasi perindangan pasar	14 pasar	14 pasar	14 pasar
		Operasi penertiban pasar	180 kali	180 kali	180 kali
		Keterampilan khusus kamtib	44 kali	44 kali	44 kali
		Pengamatan pasar dengan pembelian HT	33 pasar	33 pasar	33 pasar
		Membeli perlengkapan alat listrik serta elektronik	33 pasar	33 pasar	33 pasar

Sumber: Arsip Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Yogyakarta, 2013

a. Kegiatan : Pengadaan tenaga armada domzetan pembersih sampah

Pemeliharaan sarana prasarana kebersihan memang sangat diperlukan untuk meningkatkan kenyamanan bagi pelanggan dan juga pedagang. Pengadaan alat kebersihan yang dilakukan secara berkelanjutan serta pengadaan tenaga kebersihan disetiap tahunnya. Dalam hal ini yang tempat-tempat yang sangat diperhatikan seperti toilet, tempat pembuangan sampah, dan juga bagian daging yang ada di pasar tradisional. Tenaga kebersihan untuk Pasar Beringharjo sendiri berjumlah 30 orang.

Pada pasar beringharjo sudah menjadi pasar percontohan, kebersihan pasar menjadi penunjang eksistensi pasar tradisional menjadi pasar wisata.

b. Kegiatan : Pengadaan Stiker tempat sampah untuk 33 pasar

Kegiatan ini bertujuan untuk mengelompokkan jenis-jenis sampah yang ada dipasar, sehingga petugas kebersihan lebih mudah dalam mengolah kembali sampah atau limbah.

Gambar 3.4 Pengadaan Stiker Sampah Organik dan Non Organik



c. Kegiatan : Tamanisasi Perindangan Pasar

Pada pasar Beringharjo bagian selatan yang kini sudah ditata menjadi lebih rapi dan bersih dan kemudian lebih banyak tanaman yang ditanam. Sehingga dapat menambah kesan nyaman bagi pengunjung yang datang maupun bagi pedagang. Terdapat pula Tulisan Pasar Beringharjo yang sangat besar sehingga dapat menarik pengunjung untuk sekedar berfoto disana atau bersantai.

d. Kegiatan : Operasi Penertiban Pasar

Operasi penertiban pasar di Pasar Beringharjo dilakukan setiap hari pada saat akan berakhirnya waktu operasional pasar tradisional yaitu pada pukul 16.00 WIB. Hal ini dilakukan agar kegiatan jual beli sesuai dengan jadwal dan tidak menimbulkan kecemburuan antara pedagang satu dengan pedagang yang lainnya

karena jam operasional yang disama ratakan sehingga pedagang tidak diperbolehkan berjualan melebihi waktu tersebut.

e. Kegiatan : Keterampilan Khusus Kamtib

Pada akhirnya keterampilan petugas keamanan memang harus ditingkatkan. Dalam pembekalan beladiri kepada satuan keamanan yang ada di pasar tradisional yang dilakukan secara berkala bertujuan untuk mengantisipasi adanya kekerasan dan tindak kriminal yang marak terjadi di pasar tradisional.

f. Kegiatan : Pengamanan pasar dengan pembelian HT

Gambar 3.5 Pengamanan Pasar dengan Pengadaan HT



Untuk dapat meningkatkan keamanan pasar, maka dari itu petugas keamanan pasar atau kamtib diberikan peralatan elektronik seperti HT yang bertujuan untuk mempermudah komunikasi antar aparat keamanan.

g. Kegiatan : Belanja peralatan alat listrik dan elektronik

Gambar 3.6 Layar Monitor Pasar



Pada pasar Beringharjo menambah pembelian layar monitor berukuran besar yang berfungsi sebagai media informasi visual bagi para pengunjung.

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan terhadap Ib. Haryani selaku pedagang pasar :

“Dengan adanya layar monitor menjadi lebih bisa memantau pasar serta diadakannya penertiban membuat pedagang jadi lebih teratur”

Hasil wawancara terhadap Ib. Puji Lestari selaku pedagang pasar :

“Sangat setuju dengan adanya fasilitas yang diberikan oleh Dinas tersebut yang bertujuan membuat penataan pasar menjadi terlihat lebih bagus dan dapat menarik pengunjung”

Selain itu perbaikan yang dilakukan dalam inovasi tentunya juga berkaitan dengan penambahan dan perbaikan berbagai sarana fasilitas yang mendukung seperti bangunan/infrastruktur. Dari aspek infrastruktur yaitu pembuatan maupun perbaikan terhadap saluran air bersih yang dapat digunakan pada para pedagang dan pengunjung serta perbaikan sistem drainase yang baik dan layak, pemisahan arus sirkulasi barang dengan pengunjung baik yang keluar maupun yang masuk, perbaikan dan pengadaan fasilitas umum dan fasilitas sosial seperti ATM, P3K, toilet dan tempat ibadah yang memadai, tersedianya tempat parkir yang memadai dan aman, perlu pengaturan sistem Zoning berdasarkan barang yang dijual, adanya pemisahan antara komoditi basah dan kering, serta ada fasilitas bongkar muat yang memadai.

Dalam berbagai program pengembangan pasar bertujuan untuk menata pasar tradisional menjadi lebih baik dari sebelumnya sehingga mampu menjadi pusat belanja di Yogyakarta serta menciptakan pasar yang nyaman, bersih dan aman untuk dikunjungi.

Tabel 3.4 Perkembangan Pasar Beringharjo

No	Tahun	Kegiatan
1.	2010	Pembangunan Zona Metro
2.	2011	Peresmian Zona Metro

3.	2013	Pemberian Penghargaan Pasar Tradisional
4.	2015	Awal Kegiatan Promosi Belanja Pasar
5.	2016-2017	Tamanisasi Pasar Beringharjo, serta menjadi percontohan inovasi untuk pasar DIY lainnya.

Sumber : Penulis

Pada tahun 2010 merupakan tahun dimana dimulainya proses pembangunan Metro Beringharjo yang dimulai dengan tahap pengetahuan atau wawasan dengan melihat contoh model toko modern, kemudian pembuatan cluster, berdiskusi antara Dinas dan pedagang, kemudian setelah pedagang berkumpul menjadi satu mereka merancang dengan adanya rancangan tersebut mulai tergambar biaya pembangunannya. Setelah mengetahui besarnya biaya yang harus dikeluarkan kemudian membangun Zona Metro Beringharjo.

Lalu setelah terselesaikannya pembangunan di Zona Metro, tepat ditanggal 21 Februari 2011 diresmikannya Zona Metro, diharapkan pasar tradisional akan mampu mengikuti perkembangan zaman seperti yang telah dijelaskan Ketua Paguyuban Bp.Ujun Junaedi :

“Pasar Tradisional tidak perlu khawatir dengan adanya mall. Justru sebaliknya, pasar tradisional harus membuktikan dengan berubah dan berinovasi”.

Setelah seminggu setelah diresmikannya Zona Metro tersebut omzet para pedagang pasar rata-rata naik 33% per hari. Para pembeli yang datang merasa nyaman ketika berbelanja, selain lorongnya lebih luas yang mencapai 3 m, Zona Metro ini juga terlihat lebih bersih dan rapi.

Kemudian pada tahun 2013 diberikannya penghargaan Inovasi Perkotaan Bidang Pengelolaan Pasar Tradisional dengan menyebut, Kota Yogya menduduki peringkat ke-2 setelah kota Payakumbuh Provinsi Sumatra Barat dan peringkat ke-3 di Pekalongan Jawa Tengah. Dalam hal ini Pasar Beringharjo disebut sebagai pasar terbaik nasional. Pasar Beringharjo merupakan pasar terbaik yang menyediakan berbagai koleksi batik yang sangat lengkap. Di samping itu juga pasar ini menjadi tempat menarik untuk membeli barang antik, mulai dari mesin tua, helm buatan tahun 1960-an, dsb. Penghargaan tersebut merupakan hasil kerja keras Pemkot dalam menata pasar Tradisional untuk mewujudkan inovasi yang berbeda dari daerah lain.

Pasar Beringharjo di sisi timur mengawali kegiatan promosi belanja pasar berhadiah pada 27 Juli 2015 yang disusul pasar tradisional lainnya.

Hasil wawancara Ib. Yuni Nur Iswati selaku pedagang pasar :

“Untuk pembeli yang mengikuti promosi pasar diharuskan membeli dagangan lalu mendapatkan satu kupon yang nantinya diundi pada saat itu ada hadiah utama motor, mesin cuci, dispenser serta mendapatkan voucher belanja. Lalu kegiatan promosi lainnya yaitu adanya kirab yang diadakan setiap setahun sekali pada bulan Agustus”

Dengan kegiatan promosi tersebut telah membuat peningkatan jumlah pengunjung dan kenaikan omzet pedagang. Dalam kirab pasar menampilkan pawai pedagang dari berbagai macam atraksi kesenian dan rayahan gunungan pasar yang berisi sayur mayur, buah, lauk, dan barang-barang konveksi sehingga masyarakat dapat mengetahui komoditas unik yang dijual di pasar tradisional. Diadakannya kirab selain sebagai puncak acara gebyar promo pasar juga sebagai wujud rasa syukur dan wujud kebersamaan seluruh pedagang

Pada tahun 2016 pasar Beringharjo membangun taman baru dengan tulisan beringharjo bercat kuning yang bertujuan sebagai ruang tunggu pengunjung pasar serta untuk mempercantik sisi selatan pasar.

Gambar 3.7 Tulisan Beringharjo



Dalam hal ini tulisan tersebut telah menjadi daya tarik bagi pengunjung dan beberapa dari mereka telah mengambil foto untuk sekedar berselfie didekat tulisan pasar Beringharjo tersebut. Dengan adanya taman tersebut juga membuat kesan pasar menjadi lebih bersih dan rapi tidak seperti sebelumnya yang digunakan sebagai pangkalan oleh sejumlah pedagang.

Tahun 2016 hingga saat ini telah menjadi percontohan bagi pasar lainnya yang ada di kota Jogja untuk berinovasi, seperti misalnya pasar Pingit yang pemugarannya dimulai sejak 2016 lalu, sebelum dipugar kios penjual ikan hias berada disamping dan belakang pasar, kemudian kini mereka menempati kios paling depan.

Dalam perkembangannya, sejak dibangunnya Zona Metro pasar beringharjo terus meningkatkan pelayanannya. Dengan berbagai kegiatan yang telah dilakukan dapat menjadikan pasar

semakin diminati dan akan semakin sering dikunjungi oleh masyarakat. Bahkan di kalangan wisatawan sudah muncul istilah bila ke Jogja belum lengkap jika tidak menyempatkan diri untuk berbelanja ke pasar beringharjo.

Tabel 3.5 Omzet Pedagang dari Tahun 2013-2015

	2013	2014	2015
Omzet perhari	Rp. 33.305.469,53,-	Rp. 42.182.610,13,-	Rp. 42.182.610,13,-
Omzet pertahun	Rp. 24.439.586.979,-	Rp. 28.769.116.384,-	Rp. 29.145.696.664,27,-

Sumber : LAKIP Dinas Perindustrian dan Perdagangan Tahun 2013-2015

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa adanya kenaikan omzet pedagang dari tahun ke tahun, dengan rata-rata omzet pedagang pada tahun 2015 sebesar Rp. Rp. 29.145.696.664,27,- yang rata-rata omzet pedagang perhari Rp. 42.182.610,13,- telah mengalami kenaikan sebesar 5,82% dari tahun 2014 yang mengalami kenaikan sebesar 1,3% dari total omzet tahun 2014. Dalam hal ini menunjukkan jika tingkat kehidupan pedagang sudah baik karena tiap tahunnya ada kenaikan omzet pedagang.

5. Tahap Konfirmasi (Confirmation)

Pada tahap konfirmasi ini individu atau seseorang menggali penegasan kepada ketentuan inovasi yang sudah diperolehnya dan dapat mencabut lagi pertimbangannya apabila diterima data yang berlawanan dengan data semula.

Tahap konfirmasi ini terjadi secara menerus sejak terjadinya ketentuan dalam menyepakati atau menentang inovasi. Dalam hal ini terdapat hal-hal yang dilakukan para pedagang setelah dapat mewujudkan inovasi ke toko modern, yaitu sebagai berikut :

- a. Merancang
- b. Membiayai untuk memperbaiki lingkungan
- c. Membersihkan lingkungan
- d. Mempromosikan atas biaya pedagang sendiri

Dalam wawancara kepada Ketua Paguyuban Pasar yaitu Bp. Ujun Junaedi bahwa :

“Segala kegiatan yang bertujuan untuk membangun pasar menjadi lebih baik atas keinginan dari pedagang itu sendiri kemudian beberapa kegiatan promosi produk pasar yang bertujuan untuk menarik minat pembeli yaitu melalui media massa, internet, koran, serta radio dengan urunan dengan kelompok paguyuban pasar”

Dengan beberapa kegiatan yang telah dilakukan pedagang bertujuan supaya pasar tradisional dapat mempertahankan eksistensinya agar mampu bersaing dengan pusat perbelanjaan dan toko modern dengan menghilangkan kesan pasar tradisional yang kumuh, becek, kotor dan bau. Bahkan ada yang menganggap bahwa pasar tradisional sebagai tempat para preman/copet, terkenal dengan kemacetan dan mutu barang yang tidak terjamin. Sementara kalau dilihat pasar modern menawarkan berbagai keunggulan yang berupa kenyamanan, keamanan, kecepatan layanan, kualitas barang, produk yang lengkap dan ditata rapi, serta harga yang bersaing. Hal inilah yang dapat membuat para pelanggan pasar tradisional semakin lama semakin berkurang dan pada akhirnya beralih ke pasar modern.

Mengingat pentingnya peran Pasar Tradisional bagi perekonomian dan kesejahteraan masyarakat, permasalahan-permasalahan seputar pasar tradisional harus segera diatasi. Apalagi permasalahan tersebut tidak hanya berasal dari internal pasar tradisional sendiri namun juga melibatkan faktor eksternal hubungannya dengan pasar modern dan preferensi belanja masyarakat. Dengan adanya Metro Beringharjo ini sebagai pembuktian dari para pedagang jika mereka dapat membangun atau menciptakan pasar yang telah diharapkan oleh masyarakat pada saat ini