



Jurnal Kajian dan Terapan
Pariwisata
(JKTP)
ISSN (cetak) 2747-0601
ISSN (online) 2747-0636
Vol. 2, No.1, November 2021

STRATEGI PENGEMBANGAN PASAR TRADISIONAL SEBAGAI DAYA TARIK WISATA DI KOTA DENPASAR BALI: STUDY KASUS PASAR KUMBASARI

Ni Ketut Sutrisnawati¹; A.A.A Ribeka Martha Purwahita²; I Ketut Saskara³;
A.A. Sagung Ayu Srikandi Putri⁴; Putu Bagus Wisnu Wardhana⁵
Akademi Pariwisata Denpasar^{1,2,3,4,5}
nksutrisnawati@gmail.com¹; ribeka54@gmail.com²; dateng@yahoo.com³;
srikandiputri1509@gmail.com⁴; baguswisnuwardhana@gmail.com⁵

Received: Oct. 1, 2021 | Accepted: Oct. 30, 2021 | Published: Nov. 1, 2021
Permalink/DOI: 10.53356/diparojs.v2i1.45

ABSTRAK

Perkembangan pariwisata di pulau Bali yang merupakan penyumbang devisa terbesar bagi Indonesia belum mampu memberikan manfaat ekonomi secara signifikan bagi masyarakat Bali. Hal ini terlihat dari meningkatnya jumlah penduduk miskin di Bali meliputi wilayah perkotaan dan perdesaan dari tahun 2012 hingga 2020, sebelum sektor pariwisata mengalami penurunan secara signifikan yang disebabkan oleh pandemi Virus CORONA. Berdasarkan kondisi tersebut maka perlu dilakukan pengembangan pariwisata yang lebih memprioritaskan pada peningkatan ekonomi masyarakat lokal Bali dengan melibatkan masyarakat lokal secara langsung pada pengembangan pariwisata. Salah satunya dengan mengembangkan pasar tradisional sebagai daya tarik wisata. Adapun yang melatarbelakangi upaya ini adalah karena pasar tradisional merupakan tempat transaksi jual beli dari seluruh lapisan masyarakat di Bali. Selain itu, pengembangan pasar tradisional menjadi tempat wisata diharapkan mampu bersaing dengan semakin banyaknya pasar modern yang tumbuh di Bali. Lokasi penelitian yang dipilih adalah Pasar Kumbasari yang berlokasi di kota Denpasar. Pemilihan lokasi ini dilatarbelakangi karena Kumbasari merupakan salah satu pasar terbesar di Bali dan saat ini dalam proses renovasi. Pasar ini pada masa sebelum pandemi *Covid-19* beroperasi selama 24 jam dan menjadi tempat mencari nafkah bagi ratusan masyarakat Bali. Strategi pengembangan ini menggunakan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Faktor-faktor internal dan eksternal yang dimiliki oleh pasar tradisional khususnya pasar Kumbasari sebelum dilakukan renovasi dianalisa sehingga ditemukan berbagai kondisi baik itu berupa kekurangan/ kelemahan, ancaman, peluang dan kekuatan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam upaya peningkatan kualitas pasar pada saat dan setelah dilakukan upaya renovasi. Hingga akhirnya renovasi pasar Kumbasari dapat dilakukan sesuai dengan kebutuhan serta dapat dijadikan sebagai salah satu tempat yang layak

untuk dikunjungi wisawatan baik lokal maupun mancanegara, sehingga dapat memberikan manfaat secara maksimal bagi peningkatan ekonomi masyarakat Bali.

Kata Kunci: pariwisata, pasar tradisional, masyarakat lokal, peningkatan Ekonomi

ABSTRACT

The development of tourism on the island of Bali which is the largest foreign exchange contributor for Indonesia has not been able to provide significant economic benefits for the Balinese people. This can be seen from the increasing number of poor people in Bali covering urban and rural areas from 2012 to 2020, before the tourism sector experienced a significant decline due to the CORONA Virus pandemic. Based on these conditions, it is necessary to develop tourism which prioritizes improving the economy of the local Balinese community by involving local communities directly in tourism development. One of them is by developing traditional markets as a tourist attraction. The reason is because traditional markets are places for buying and selling transactions from all levels of society in Bali. In addition, the development of traditional markets into tourist attractions is expected to be able to compete with the increasing number of modern markets in Bali. The research location chosen is Kumbasari Market which is located in the city of Denpasar. Kumbasari is one of the biggest traditional markets in Bali and currently in the process of renovation. Before the pandemic Covid-19 spread in Bali, Kumbasari was open for 24 hours and became a place to earn a living for hundreds of people of Bali. This development strategy using SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Internal and external factors before renovation analyzed to find various conditions whether it be shortcomings / weaknesses, threats, opportunities and strengths. This can be considered in efforts to improve the quality of the market, so it could be a place worth a visit for both local and foreign tourist so as to provide the maximum benefit for the economic improvement of the people of Bali.

Keywords: tourism, traditional markets, local people, economic improvement

1. PENDAHULUAN

Industri pariwisata merupakan industri yang berkembang dengan pesat. Hal ini disebabkan oleh berbagai manfaat positif yang timbulkan terutama manfaat ekonomi. Manfaat ekonomi dari perkembangan sektor pariwisata telah terbukti meningkatkan perekonomian masyarakat serta mampu mengurangi angka kemiskinan di daerah tujuan wisata. Menurut Penelitian (Anwar, 2012) dengan judul *“Poverty Alleviation Through Sustainable Tourism: A Critical Analysis of Pro Poor Tourism And Implications For Sustainability In Bangladesh”* dilakukan di daerah pariwisata berpenduduk miskin di Bangladesh menyatakan bahwa pariwisata telah terbukti

yaitu: berpengaruh signifikan terhadap peningkatan perekonomian masyarakat miskin di Bangladesh, (2) mampu mempertahankan nilai sosial budaya masyarakat lokal dari pengaruh asing, dan (3) mampu meningkatkan penghasilan dan kesejahteraan masyarakat. Sedangkan menurut (World Tourism Organization, 2002) *“Tourism is one of the strongest drivers of world trade and prosperity”*, jika diartikan bahwa pariwisata merupakan salah satu penggerak terkuat dalam perdagangan dunia dan untuk menciptakan kemakmuran. Di Indonesia tujuan pengembangan pariwisata tertantum (Undang-Undang Republik Indonesia N0. 10 Tentang Kepariwisata, 2009) yakni (1) meningkatkan pertumbuhan ekonomi, (2) Meningkatkan kesejahteraan

rakyat, (3) Menghapus kemiskinan, (4) Mengatasi pengangguran, (5) Melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya, (6) memajukan kebudayaan, (7) mengangkat citra bangsa, (8) memupuk rasa cinta tanah air, (9) memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa, (10) mempererat persahabatan antar bangsa.

Pulau Bali sebagai destinasi wisata bertaraf internasional merupakan salah satu penyumbang devisa terbesar bagi Indonesia melalui sektor pariwisata. Namun semaraknya perkembangan pariwisata di pulau yang terkenal dengan julukan pulau seribu pura tidak memberikan manfaat ekonomi secara menyeluruh bagi masyarakat Bali. Nikmatnya pundi-pundi dolar yang dibawa oleh wisatawan asing tidak dirasakan secara merata oleh masyarakat Bali. Gemerlapnya industri pariwisata sebelum pandemi COVID-19 sebagian besar dinikmati oleh kaum kapitalis/ pemilik modal sedangkan masih banyak penduduk Bali yang hidup di bawah garis kemiskinan. Data dari BPS Bali menyatakan bahwa tingkat kemiskinan masyarakat Bali pada Maret 2017 mencapai 4,25 persen, naik 0,10 poin dibandingkan kondisi September 2016 yang mencapai 4,15 persen, sedangkan ketimpangan pendapatan rumah tangga mengalami peningkatan di daerah perkotaan dari 0,378 pada September 2016 menjadi 0,382 pada Maret 2017, namun di daerah pedesaan mengalami penurunan dari 0,335 pada September 2016 menjadi 0,325 pada Maret 2017 (Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, 2017). Belum terwujudnya pengentasan kemiskinan di Bali serta ketimpangan pendapatan antara masyarakat perkotaan dan pedesaan merupakan satu bukti bahwa pengembangan pariwisata di Bali masih belum merata. Oleh karena itu pengembangan pariwisata berbasis masyarakat perlu terus dilakukan untuk mewujudkan masyarakat Bali yang sejahtera

secara merata.

Berdasarkan atas fenomena tersebut, dibutuhkan pengembangan pariwisata yang lebih memihak kepada masyarakat lokal. Salah satu potensi yang dapat dikembangkan adalah pasar tradisional. Beberapa negara di dunia telah mampu mengembangkan Pasar tradisional menjadi daya tarik wisata dunia antara lain: pasar La Boqueria di kota Barcelona, Spanyol; Grand Bazaar di kota Istanbul, Turki; Pasar Chatuchak di Kota Bangkok, Thailand, dan lain-lain. Indonesia khususnya Bali memiliki potensi pasar tradisional yang tidak kalah menarik untuk dijadikan destinasi wisata namun belum dikembangkan secara optimal. Beberapa pasar tradisional di Bali yang berpotensi dikembangkan menjadi destinasi wisata antara lain: Pasar umum Klungkung yang terletak di depan objek wisata Kertha Gosa Klungkung, Pasar Seni Sukawati, Gianyar; Pasar Seni Guwang, Gianyar; Pasar Kumbasari, Denpasar; Pasar Badung, Denpasar; pasar seni Ubud, Gianyar; dll.

Adapun hal yang melatar belakangi upaya pengembangan pasar tradisional adalah pasar tradisional merupakan tempat terjadinya transaksi jual beli dari seluruh lapisan masyarakat di Bali khususnya masyarakat dari golongan ekonomi menengah ke bawah, sehingga dengan dikembangkannya pasar tradisional masyarakat tersebut dapat ikut merasakan manfaat dari pariwisata. Keberadaan pasar tradisional tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan masyarakat, karena dipasar ini dijual berbagai kebutuhan masyarakat baik itu pangan dan sandang. Khususnya di Bali, pasar tradisional juga menyediakan berbagai kebutuhan untuk kegiatan keagamaan seperti janur serta berbagai perlengkapan lainnya.

Pengembangan pasar tradisional ini diharapkan akan membawa manfaat positif

bagi perekonomian masyarakat setempat. Dengan datang ke pasar tradisional, wisatawan dapat berinteraksi langsung dengan masyarakat lokal sehingga tercipta kedekatan emosional dan wisatawan dapat belajar secara langsung tentang budaya dan kebiasaan masyarakat lokal. Selain itu, keberadaan pasar tradisional yang semakin tersisih akibat dibangunnya pasar modern yang berkembang dengan pesat di Bali, sehingga pengembangan pasar tradisional menjadi daya tarik wisata ini diharapkan mampu meningkatkan minat masyarakat untuk berbelanja ke pasar tradisional.

Objek dalam penelitian ini adalah Pasar Kumbasari. Pasar Kumbasari merupakan pasar tradisional yang terletak di kota Denpasar. Pasar ini berdampingan dengan pasar Badung yang telah beroperasi pasca renovasi setelah insiden kebakaran di tahun 2016 yang melalap seluruh isi dan bangunan pasar Badung. Saat ini pasar Kumbasari sedang dalam proses renovasi dan penataan yang diharapkan akan rampung pada bulan Desember 2021.

Pokok permasalahan: Bagaimana pengembangan pasar Kumbasari menjadi objek wisata alternatif di kota Denpasar?

Tujuan penelitian: Pengembangan pasar Kumbasari sebagai objek wisata Alternatif diharapkan mampu memberikan sumbangsih dalam upaya meningkatkan perekonomian masyarakat kota Denpasar dan Bali secara menyeluruh.

2. KAJIAN LITERATUR

2.1 Pengertian Pasar

Berdasarkan keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia No. 420/MPP/Kep/10/1997, pasar adalah tempat bertemunya pihak penjual dan pihak pembeli untuk melaksanakan transaksi dimana proses jual beli terbentuk, yang menurut kelas mutu pelayanan dapat digolongkan menjadi pasar

tradisional dan pasar modern, dan menurut sifat pendistribusiannya dapat digolongkan menjadi pasar eceran dan pasar perkulakan/grosir.

Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah pusat, pemerintah daerah, BUMN, BUMD dan pihak swasta yang tempat usahanya berupa kios, toko, tenda dan los yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah, koperasi atau swadaya masyarakat yang proses jual belinya dilakukan lewat proses tawar menawar (Peraturan presiden no. 12 tahun 2007).

Pasar tradisional bukan sekedar sebagai tempat jual beli semata, namun lebih dari itu pasar terkait dengan konsepsi hidup dan interaksi sosial budaya. Pasar tradisional tidak semata mewadahi kegiatan ekonomi, akan tetapi pasar tradisional dapat menjadi wadah interaksi sosial budaya, dan sekaligus sarana rekreasi (Pamardhi, dalam Aliyah, 2017)

Interaksi yang terjalin antara penjual dan pembeli di pasar biasanya kental dengan adat istiadat daerah setempat seperti bahasa yang digunakan dan perilaku atau sikap penduduk. Dari hal tersebut dapat tercermin identitas asli yang dimiliki sebuah kota. Identitas ini kemudian dapat menjadi potensi yang dikembangkan sebagai wisata budaya di dalam kota. Sehingga melestarikan kegiatan dan interaksi sosial yang terjadi di dalam pasar tradisional merupakan hal penting (Komariah and Hapsari, 2020).

Ucang Sukriswanto dalam Komariah and Hapsari 2020) menyebutkan bahwa ada tiga konsep yang digunakan dalam penelitiannya berkaitan dengan revitalisasi pasar yaitu :

- a. Konsep Daya Tarik Wisata konsep tersebut yang dimaksudkan dalam penelitian ini untuk mengetahui atraksi-atraksi unik yang dimiliki oleh pasar tradisional untuk menarik para wisatawan.

- b. Konsep Revitalisasi (Danisworo, 2000), konsep ini berkaitan dengan strategi pemulihan pasar sebagai daya tarik Wisata Kota.
- c. Konsep Pasar Tradisional (Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 112 tahun 2007), konsep pasar tradisional dalam penelitian ini untuk memberikan pengertian mengenai pasar tradisional.

2.2 Daya Tarik Wisata

Menurut Swarbrooke (1998:44 dalam Syarifuddin *et al.*, 2018) mengatakan bahwa pada hakekatnya daya tarik wisata harus terintegrasi pada tiga dimensi, yaitu dimensi (1) lingkungan, bisa menjadi penentu wisatawan untuk berkunjung, karena aspek kemudahan berkunjung, baiknya aksesibilitas, kelayakan destinasi; (2) ekonomi, pariwisata bisa menjadi sumber devisa yang dapat meningkatkan perekonomian daerah, terutama bagi daerah yang minim sumber daya alam dan (3) sosial, menjadi penentu pertumbuhan pedagang Kaki Lima (PKL), karena bisa menciptakan kedekatan hubungan sosial, dalam bentuk “tawar menawar”.

2.3 Pariwisata Berbasis Masyarakat

Demartoto dan Sugiarti dalam (Suganda, 1970) mendefinisikan pariwisata berbasis masyarakat / community Based Tourism (CBT) sebagai pembangunan pariwisata “dari masyarakat oleh masyarakat dan untuk masyarakat”. Lebih lanjut definisi CBT diuraikan oleh Suansri dalam Suganda bahwa CBT sebagai pariwisata yang memperhitungkan aspek keberlanjutan lingkungan, sosial dan budaya. CBT merupakan alat pembangunan komunitas dan konservasi lingkungan. Dengan kata lain CBT merupakan alat untuk mewujudkan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa konsep pengembangan CBT adalah pengembangan

pariwisata yang mengedepankan adanya akses, peran, manfaat serta kontrol terhadap aspek- aspek kehidupan masyarakat lokal dalam bidang ekonomi, sosial, budaya, politik dan lingkungan. untuk mewujudkan keberhasilan dalam pengembangan masyarakat berbasis masyarakat lokal dibutuhkan panduan yang dapat menjadi acuan dalam pengembangan ini. D’amore dalam (Suganda, 1970) memberikan *guidelines* model bagaimana cara pengembangan pariwisata berbasis masyarakat, yakni;

- a. Mengidentifikasi prioritas pembangunan yang dilakukan penduduk lokal (resident)
- b. Mempromosikan dan mendorong penduduk lokal
- c. Pelibatan penduduk lokal dalam industri
- d. Investasi modal lokal atau wirausaha sangat dibutuhkan
- e. Partisipasi penduduk dalam event-event dan kegiatan yang luas
- f. Produk wisata untuk menggambarkan identitas lokal
- g. Mengatasi problem-problem yang muncul sebelum pengembangan yang lebih jauh.

Pada pelaksanaannya, pengembangan pariwisata berbasis masyarakat menemukan berbagai hambatan. Adapun menurut Tosun dalam (Adikampana, 2017) mengidentifikasi tiga hambatan dalam pembangunan pariwisata berbasis masyarakat terutama di negara berkembang. Adapun hambatan-hambatan tersebut berupa:

- a. Keterbatasan operasional; termasuk dalam hambatan ini adalah sentralisasi administrasi publik, lemahnya koordinasi, dan minimalnya informasi pariwisata.
- b. Keterbatasan struktural; berupa sikap pelaku pariwisata, terbatasnya tenaga ahli, dominasi elite masyarakat, aturan hukum yang belum tepat, sedikitnya jumlah sumber daya manusia (SDM) yang

berkompeten, dan minimnya akses ke modal ekonomi/finansial

- c. Keterbatasan kultural; terbatasnya kapasitas terutama pada masyarakat miskin dan apatis atau rendahnya kesadaran pariwisata masyarakat lokal.

2. 4 Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan sebuah metode perencanaan yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*) yang terjadi dalam sebuah usaha. Menurut Rangkuti dalam Susanti, Darmawan and Astiti, (2014), tahapan dalam merumuskan strategi melalui matriks SWOT sebagai berikut.

- a. Meletakkan faktor-faktor kekuatan dan kelemahan pada matriks IFAS, faktor-faktor peluang dan ancaman pada matriks EFAS.
- b. Merumuskan strategi SO, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
- c. Merumuskan strategi ST, yaitu dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman.
- d. Merumuskan strategi WO, yaitu berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
- e. Merumuskan strategi WT, yaitu berusaha meminimalkan kelemahan yang ada dan menghindari ancaman.

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Fokus dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi yang tepat dalam

mengembangkan Pasar tradisional Kumbasari sebagai tujuan wisata di kota Denpasar disesuaikan dengan potensi dan peluang yang dimiliki dengan mempertimbangkan kelemahan dan ancaman yang dihadapi.

3.1 Metode Pengumpulan Data

Data primer diperoleh melalui observasi/ pengamatan langsung di pasar Kumbasari penulis datang untuk melakukan pengamatan secara langsung ke Pasar Kumbasari yang beralamat di Jalan Gajah Mada Denpasar Bali. Observasi ini dilakukan beberapa kali di akhir tahun 2020 sebelum pandemi Covid 19 merebak di Bali. Selain itu dilakukan wawancara dengan beberapa pedagang di pasar Kumbasari. Sedangkan data sekunder di dapat melalui studi literatur didapat dari jurnal, internet dan pustaka yang merupakan hasil dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh orang lain, digunakan untuk mendukung proses penelitian ini.

4. PEMBAHASAN

4.1 Potensi Wisata Pasar Kumbasari

Sebagai salah satu pasar tradisional terbesar di pulau Bali, pasar Kumbasari memiliki berbagai potensi diantaranya adalah potensi budaya berupa interaksi sosial antara pedagang dan pembeli seperti aktifitas tawar menawar. Aktivitas tawar-menawar diantara para pedagang dan pembeli sebagai ciri khas dari pasar tradisional dapat dijadikan sebagai suatu daya tarik bagi wisatawan. Mereka dapat belajar bagaimana budaya tawar menawar yang tidak ditemukan dipasar modern serta dapat berinteraksi dengan masyarakat lokal Bali. Sebelum pandemi covid 19 merebak di Bali, aktivitas di pasar Kumbasari berlangsung setiap hari selama 24 jam. Pada pagi hari dari jam 9 AM- 5PM pasar ini menjual barang-barang kebutuhan masyarakat berupa pangan dan sandang serta menjadi pasar tempat untuk membeli oleh-

oleh bagi wisatawan. Sedangkan mulai jam 6 sore hingga menjelang pagi pasar Kumbasari menjadi pasar malam yang menawarkan berbagai kebutuhan masyarakat berupa makanan siap makan, sayuran segar, buah-buahan lokal, ikan segar serta berbagai kebutuhan pokok lainnya. Wisatawan dapat menyaksikan langsung aktivitas masyarakat Bali saat bertransaksi di pasar ini. Dari segi lokasi pasar ini terletak di pusat kota Denpasar serta memiliki akses yang mudah untuk dikunjungi. Pasar Kumbasari berjarak $\pm$ 500-meter dari alun-alun kota Denpasar yang memiliki atraksi air mancur menari. Selain itu pasar Kumbasari berada disebelah aliran sungai/tukad Badung yang telah ditata dengan baik menyerupai sungai Cheonggyecheon di Korea. Sungai ini telah ditata dengan rapi dan bersih yang dilengkapi dengan lampu –lampu di sepanjang sungai yang memberikan kesan indah dan romantis. Sungai ini merupakan salah satu daya Tarik wisata bagi masyarakat di Denpasar yang merindukan suasana alam berupa sungai.

4.2 Faktor-Faktor Penghambat

Sebagai sebuah pasar tradisional terdapat beberapa hal yang dapat menjadi faktor penghambat dalam pengembangan pasar Kumbasari menjadi daya tarik wisata. Adapun faktor-faktor tersebut antara lain: Masyarakat lokal kurang mempunyai visi atau pemahaman tentang pengembangan pariwisata, Kualitas sumber daya manusia (SDM) yang dimiliki oleh masyarakat lokal khususnya dalam hal bahasa yang terbatas serta keterampilan dalam berinteraksi dengan wisatawan yang terbatas. Selain itu beberapa kelemahan lainnya antara lain: Keterbatasan fasilitas antara lain fasilitas parkir. Ketersediaan fasilitas parkir yang aman dan memadai dapat memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi konsumen. Namun fasilitas parkir dipasar Kumbasari khususnya bagi

pengendara roda 4 masih sangat terbatas. Hal ini menyebabkan konsumen yang mengendarai kendaraan roda 4 enggan untuk datang. Ini tentunya akan menjadi faktor penghambat jika pasar ini dijadikan daya tarik wisata. Wisatawan yang berkunjung tentu akan merasa kurang nyaman jika parkirnya tidak memadai. Faktor lainnya yang merupakan kelemahan yang dapat menjadi faktor penghambat adalah Kebersihan. Kebersihan adalah pangkal kesehatan. Hal ini sangat penting dalam dunia pariwisata. Lingkungan yang bersih merupakan salah satu faktor penting dalam menciptakan keindahan dan juga kesehatan serta kenyamanan yang pada akhirnya akan menarik wisatawan untuk datang berkunjung. Kebersihan baik dari sarana dan prasarana serta kebersihan produk yang ditawarkan, seperti kebersihan makanan dan minuman serta kebersihan diri dari penjual produk makanan dan minuman serta kebersihan lingkungan. Wisatawan asing yang berkunjung tentunya ingin menikmati makanan khas/tradisional dari tempat yang dikunjungi sebagai bagian dari wisata kuliner. Namun jika hygiene, sanitasi dari makanan dan minuman yang dijual rendah, akan menyebabkan penyakit bagi wisatawan yang pada akhirnya akan menimbulkan kesan negative bagi daerah wisata tersebut. Kondisi kebersihan yang terjadi di pasar Kumbasari adalah masih kurang. Hal ini dapat dilihat dari ketersediaan toilet bersih untuk wisatawan, dimana toilet umum masih terkesan kotor. Selain itu, kebersihan, hygieneitas serta cara pengemasan dari produk khususnya makanan dan minuman yang masih harus ditingkatkan. Pasar tradisional pada umumnya memiliki kesan kotor dan kumuh. Kondisi ini juga terlihat dipasar Kumbasari. Ketersediaan tempat sampah serta toilet umum yang bersih juga perlu menjadi perhatian dari pihak -pihak

terkait. Selain itu penataan letak pedagang juga harus dibenahi.

4.3 Opportunity / Kesempatan

Saat ini pasar Kumbasari sedang dalam tahap renovasi. Renovasi difokuskan pada penataan tampilan depan pasar serta akses jembatan untuk pejalan kaki yang menghubungkan antara pasar Kumbasari dengan Pasar Badung. Dengan adanya renovasi ini diharapkan menambah keindahan pasar sehingga menambah daya tarik wisatawan untuk berkunjung. Peluang lain adalah berkembangnya model pariwisata minat khusus dimana wisatawan datang berkunjung kesuatu destinasi untuk mengetahui budaya suatu daerah. Interaksi langsung dengan masyarakat lokal merupakan kelebihan yang dapat dijadikan sebagai sebuah peluang. Pasar Kumbasari yang mayoritas pedagang dan pembelinya adalah orang Bali dapat dikembangkan dengan model pengembangan pariwisata berbasis masyarakat lokal. Adapun target wisatawan yang diharapkan untuk berkunjung ke pasar ini adalah wisatawan yang memiliki minat atau ketertarikan khusus tentang kehidupan sosial masyarakat Bali, sehingga ini dapat dijadikan sebagai salah satu peluang. Peluang berikutnya yang tidak kalah penting adalah diseberang sungai Tukad Badung sedang di bangun pasar tradisional Badung yang mengalami kebakaran di tahun 2016. Selain pasar Kumbasari adalah pasar ini merupakan salah satu destinasi dari program paket wisata *Heritage City Tour* kota Denpasar. Perkembangan ilmu pengetahuan serta teknologi dapat dijadikan sebagai peluang dalam pengembangan pasar Kumbasari. Media elektronik dapat dijadikan sebagai media untuk mempromosikan pasar ini. Selain itu kemajuan teknologi dapat dipergunakan sebagai sarana untuk mengatasi kelemahan dalam hal bahasa. Adanya fasilitas terjemahan online dapat dipakai

sebagai alat bantu jika ada kendala pada saat berkomunikasi dengan bahasa asing.

4.4 Threat / Ancaman

Keberadaan pasar tradisional pada saat sekarang ini mengalami ancaman seiring dengan maraknya pasar modern di tengah masyarakat. Keberadaan pasar tradisional yang terkesan kotor dan kumuh menyebabkan banyak kalangan masyarakat berpaling ke pasar modern. Rasa nyaman, aman, kebersihan dan pelayanan yang lebih profesional menjadikan pasar modern menjadi pilihan bagi masyarakat untuk berbelanja. Selain pasar modern, kemajuan teknologi yang memicu maraknya pertumbuhan pasar online juga salah satu ancaman bagi keberadaan pasar tradisional. Pasar online ini memberikan kemudahan bagi masyarakat sebagai konsumen untuk berbelanja tanpa harus datang secara langsung ke pasar.

4.5 Strategi Pengembangan Pasar Tradisional

Setelah mengetahui kondisi internal dan eksternal melalui analisis SWOT di pasar Kumbasari, dikelompokkan empat alternatif strategi yaitu: SO (*Strength - Opportunities*) yaitu strategi gabungan antara kekuatan dan peluang); strategi WO (*weakness-opportunities*); ST (*Strength-threats*) strategi menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman; dan strategi WT (*weakness- threats*) yaitu strategi meminimalisir kelemahan-kelemahan serta mengatasi ancaman).

- a. Strategi SO (*Strength and Opportunities*) Kekuatan yang menjadi kelebihan dari pasar Kumbasari dipadukan dengan peluang-peluang yang dimiliki. Lokasi yang strategis, aliran sungai tukad Badung yang telah disulap menjadi objek wisata, serta dukungan dari semua pihak dan pemanfaatan kemajuan teknologi serta keterlibatan masyarakat

secara aktif dapat dijadikan sebagai modal utama untuk menarik wisatawan berkunjung. Lapak-lapak para pedagang dibuat sedemikian rupa agar terlihat menarik serta wisatawan dapat menikmati keindahan sungai serta melakukan transaksi belanja dengan para pedagang di pasar ini.

b. Strategi WO (*Weaknesses and Opportunities*)

Strategi WO (*weaknesses and Opportunities*) merupakan strategi memadukan antara kelemahan dengan peluang. Kelemahan-kelemahan yang dimiliki oleh pasar Kumbasari diminimalisir sedangkan memanfaatkan peluang yang ada. Kelemahan-kelemahan berupa keterbatasan ruang parkir, kebersihan, serta rendahnya kualitas sumber daya manusia dalam hal pemahaman bahasa asing, keterampilan melayani dan keramah tamahan dari para pedagang dapat diminimalisir dengan mengadakan pelatihan dengan melibatkan wisatawan yang memiliki minat khusus untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat lokal. Wisatawan dapat berbagi ilmu, pengetahuan dan keterampilan dengan masyarakat lokal. Dengan demikian akan tercipta hubungan emosional serta keakraban dari wisatawan dan masyarakat setempat.

c. Strategi ST (*Strength and Threats*)

Strategi ST (*Strength and Threats*) merupakan strategi yang memadukan antara kekuatan untuk meminimalisir dampak dari ancaman pengembangan pasar tradisional Kumbasari. Kekuatan yang dimiliki oleh pasar tradisional berupa berinteraksi antara penjual dan pembeli dalam proses tawar menawar yang tidak ditemukan di pasar modern dapat dijadikan suatu nilai tambah. Maraknya bermunculan transaksi jual beli secara online juga merupakan ancaman bagi

keberadaan pasar tradisional. Membutuhkan berbagai upaya serta dukungan dari berbagai pihak agar keberadaan pasar tradisional tetap terjaga di tengah kemajuan teknologi yang semakin canggih. Pemerintah di tahun 2015 mencanangkan program revitalisasi pasar tradisional dengan mencanangkan empat prinsip revitalisasi meliputi : revitalisasi Fisik (perbaikan dan peningkatan kualitas dan kondisi fisik bangunan, tata hijau, sistem penghubung, sistem tanda/reklame dan ruang terbuka kawasan); Revitaliasi Manajemen (pengelolaan pasar yang mengatur secara jelas tentang hak dan kewajiban pedagang, tata cara penempatan, pembiayaan, fasilitas-fasilitas yang harus tersedia di pasar, standar operasional prosedur pelayanan pasar); Revitalisasi ekonomi (mengakomodasi kegiatan ekonomi formal dan informal); Revitalisasi Sosial (menciptakan lingkungan sosial yang menarik dan berdampak positif bagi kehidupan masyarakat/ warga).

d. Strategi WT (*Weakness and Threats*)

Strategi WT (*Weakness and Threats*) merupakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman. Berbagai kelemahan dan ancaman yang dihadapi oleh pasar tradisional khususnya di pasar Kumbasari dapat dilakukan dengan menyelenggarakan berbagai kegiatan yang atraktif. Untuk meminimalisir kelemahan dalam hal kebersihan, dapat dilakukan dengan menyelenggarakan lomba kebersihan, lomba penataan lapak, bazar, dan lain-lain. Sedangkan untuk mengatasi ancaman akibat maraknya pasar modern dan pasar online dapat dilakukan dengan cara menyelenggarakan bazar murah, menjual produk seperti sayur-mayur, buah dan daging segar, menjual makanan yang bersih dan sehat serta memberikan pelayanan yang ramah, santun dan berbudaya sehingga dapat

menarik minat warga maupun wisatawan untuk datang dan berbelanja ke pasar tradisional Kumbasari.

5. PENUTUP

Pengembangan industri pariwisata di Bali hendaknya membawa manfaat bagi seluruh masyarakat setempat. Pasar Kumbasari sebagai salah satu pasar tradisional terbesar di Bali, dapat dikembangkan sebagai atraksi wisata yang diharapkan dapat memberikan manfaat positif khususnya manfaat ekonomi bagi masyarakat Bali. Pengembangan pasar Kumbasari menjadi atraksi wisata disesuaikan dengan kondisi yang ada dengan mengedepankan kekuatan dan peluang serta meminimalisir kelemahan dan ancaman yang ada dengan memakai pedoman revitalisasi pasar tradisional yang telah dicanangkan oleh pemerintah. Program-program yang dilakukan antara lain: mengadakan pelatihan bahasa maupun teknik pelayanan dan keramahtamahan, menyelenggarakan lomba kebersihan, lomba penataan lapak, mengadakan acara bazar, menjual produk dengan harga yang kompetitif dan berkualitas, pemerintah mengadakan pengawasan secara berkala terhadap mutu dari produk yang dijual dipasar, serta meningkatkan sistem keamanan. Keberhasilan pengembangan pasar tradisional ini membutuhkan peran serta dan kerja sama dari berbagai pihak. Dengan diselenggarakannya program-program tersebut serta didukung dengan peran serta dari semua pihak, diharapkan pengembangan pasar tradisional Kumbasari sebagai salah satu alternatif tujuan wisata dapat memberikan manfaat bagi masyarakat lokal Bali dan mewujudkan pariwisata yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adikampana, I. M. (2017) 'Pariwisata Berbasis Masyarakat', In. Denpasar: Cakra Press, p. 74. Available at: https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_pendidikan_1_dir/2380508977a611bbadb6e562e19690b8.pdf.
- Aliyah, Istijabatul (2017) 'Pemahaman Konseptual Pasar Tradisional Di Perkotaan', *Cakra Wisata*, 18 p. 16.
- Anwar, J. M. (2012) 'Poverty Alleviation Through Sustainable Tourism: A Critical Analysis of "Pro-Poor Tourism" And Implications For Sustainability In Bangladesh'. Available at: [file:///C:/Users/ekadh/Documents/poverty alleviation through sustainable tourism in Bangladesh.pdf](file:///C:/Users/ekadh/Documents/poverty%20alleviation%20through%20sustainable%20tourism%20in%20Bangladesh.pdf).
- Badan Pusat Statistik Provinsi Bali (2017) *Jumlah Penduduk Miskin Maret 2017 Mencapai 180,13 ribu orang*. Available at: <https://bali.bps.go.id/pressrelease/2017/07/17/314/jumlah-penduduk-miskin-maret-2017-mencapai-180-13-ribu-orang.html>.
- Komariah, S. L. and Hapsari, A. A. H. M. (2020) 'Strategi Pengembangan Pasar Tradisional sebagai Wisata Budaya di Dalam Kota: Studi Kasus Pasar Sekanak Palembang', (November), pp. 18–19.
- Suganda, A. D. (1970) 'Konsep Wisata Berbasis Masyarakat', *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics*, 4(1), pp. 29–41. doi: 10.19109/ieconomics.v4i1.2181.
- Susanti, I., Darmawan, D. and Astiti, N. (2014) 'Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Kertha, Desa Kesiman Kertalangu, Kecamatan Denpasar Timur', *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 2(1), p. 26280.
- Syarifuddin, D. et al. (2018) 'Pasar Tradisional Dalam Perspektif Nilai Daya Tarik Wisata', *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure*, 15(1), pp. 19–32. doi: 10.17509/jurel.v15i1.11266.

*Undang-Undang Republik Indonesia NO. 10
Tentang Kepariwisataaan* (2009). Indonesia.
Available at:
file:///C:/Users/ekadh/Downloads/UU
Tentang Kepariwisataaannet1.pdf.

World Tourism Organization (2002) *Tourism
And Poverty Alleviation*. Madrid, Spain.