

**POTENSI PASAR RAKYAT BATUAH
DALAM Mendukung Pengembangan Pariwisata
DI KABUPATEN BANJAR, KALIMANTAN SELATAN TAHUN 2019**

***POTENTIAL OF BATUAH TRADITIONAL MARKET IN SUPPORTING
TOURISM DEVELOPMENT IN BANJAR DISTRICT, SOUTH
KALIMANTAN***

Tri Fitriani Puspitasari

Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah Provinsi Kalimantan Selatan
Jl. Dharma Praja I, Kawasan Perkantoran Pemerintah Provinsi Kalimantan Selatan, Banjarbaru,
Kalimantan Selatan, Indonesia
e-mail: fitrilitbangda@gmail.com

Diserahkan: 19/04/2020; Diperbaiki: 22/05/2020; Disetujui: 29/05/2020

Abstrak

Eksistensi pasar rakyat saat ini mulai tergerus dengan derasnya arus perdagangan global yang diwujudkan dengan maraknya retail modern yang terdapat di sekeliling pasar rakyat sehingga membuat masyarakat beralih dari membeli kebutuhan pokok di pasar dan menggantinya dengan berbelanja di pasar modern dengan berbagai fasilitas. Kondisi ini membuat pasar rakyat semakin ditinggalkan, sehingga pasar rakyat mau tidak mau harus berubah sesuai dengan perkembangan zaman.. Tulisan ini bertujuan untuk mengeksplorasi potensi pariwisata yang dimiliki oleh Pasar Batuah yang dikelola oleh Perusahaan Daerah (PD) Pasar Bauntung Batuah. Tulisan ini juga bertujuan untuk memberikan informasi dan rekomendasi kepada pemerintah Kabupaten Banjar terhadap beberapa Peraturan Daerah (Perda) terkait pariwisata dan pasar rakyat yang sudah harus direvisi. Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif eksploratif. Pasar Batuah merupakan pasar yang sudah dikenal luas baik di dalam maupun di luar negeri karena komoditas yang diperjualbelikan seperti emas, batu-batuan alam, kuliner dan hasil kerajinan alam. Di samping itu lokasi pasar terintegrasi dengan pasar lainnya termasuk Pasar Cahaya Bumi Selamat, Pusat Pertokoan Sekumpul (PPS) dan juga Kawasan Wisata Kuliner (KWK). Pasar Batuah juga berdekatan dengan salah satu destinasi wisata religi yang sudah cukup terkenal di Kalimantan Selatan yakni Makam Guru Sekumpul menjadikan pasar ini potensial untuk dikembangkan dan di-*branding* sebagai salah satu destinasi wisata belanja di Kalimantan Selatan. Rekomendasi bagi pemerintah Kabupaten Banjar dan PD pasar bauntung batuah adalah memperkuat organisasi pedagang pasar dengan membentuk paguyuban pedagang pasar, membuat lokasi penghubung antara pasar bauntung batuah dengan pasar CBS dengan membuat showroom kerajinan batu-batu alam dan perhiasan, serta membuat kendaraan sambung untuk menyiasati minimnya lahan parkir.

Kata Kunci: Pasar Rakyat, Pasar Batuah, Potensi Pariwisata

Abstract

The existence of the traditional market is currently being eroded by the swift flow of global trade which is realized by the rise of modern retail that is also available around the market, making people switch from buying necessities in the market and replacing them with shopping in the modern market with various facilities. This condition makes traditional markets increasingly abandoned so that traditional markets inevitably have to change by the times. This paper aims to explore the tourism potential of the Pasar Batuah which is managed by the Regional Company called PD Pasar Bauntung Batuah. This paper also aims to provide information and recommendations to the

Banjar Regency government on several local regulations related to tourism and local market regulations which must be revised. By using an explorative qualitative analysis method in which the writer explores as much information as possible from the source to explore the potential of the Pasar Batuah. Pasar Batuah is a well-known market both at home and abroad because of its commodities such as gold, natural stones, culinary and natural handicrafts. Besides that, the location of the market is integrated with other markets, including the Cahaya Bumi Selamat market (CBS), the Sekumpul Shopping Center (PPS), and also the Culinary Tourism Area (KWK). Pasar Batuah is also close to one of the most well-known religious tourism destinations in South Kalimantan, the Tomb of Guru Sekumpul making this market a potential to be developed and branding as one of the shopping tourism destinations in South Kalimantan. Suggestions for the Banjar district government and PD Pasar Bauntung Batuah are to strengthen the market traders organization by forming a market traders association, establishing a connecting location between the Pasar Bauntung and the CBS by creating a showroom of handicraft of natural stones and jewelry, and making connecting vehicles to get around the lack of land parking.

Keywords: *Traditional market, Pasar Batuah, Tourism potential.*

PENDAHULUAN

Pasar Rakyat Batuah merupakan pasar yang lahir dari kebutuhan masyarakat akan keperluan sehari-hari. Pasar ini terlebih dahulu muncul baru kemudian ditata oleh pemerintah di bawah Dinas Perdagangan. Pasar Batuah yang merupakan pasar rakyat yang lokasinya terintegrasi dengan pasar Cahaya Bumi Selamat (CBS), Kawasan Wisata Kuliner (KWK), serta Makam Guru Sekumpul sebagai obyek wisata religi juga terintegrasi dengan masjid Al-Karomah. Lokasi pasar yang terintegrasi ini juga didukung dengan sistem pengelolaan pasar yang berada di bawah Perusahaan Daerah (PD) Pasar Batuah sebenarnya memiliki potensi pariwisata yang lebih besar jika dikelola dengan lebih baik lagi.

Beberapa pasar tradisional di luar negeri seperti Korea Selatan sudah mulai melakukan revitalisasi pasar dengan menonjolkan sisi budaya dan memisahkannya dengan area pasar modern. (Jeong *et al.* 2020) mengatakan bahwa ada karakteristik lokasi dan tampilan pada sisi jalan Pasar Yukgeori Korea Selatan. Lokasi ini dapat dengan mudah diakses karena terkonsentrasi dengan berbagai persimpangan jalan. Lingkungan jalan terbuka dan toko-toko menghadap jalan dan kios-kios di jalan pasar Yukgeori menawarkan kesempatan bagi pengunjung untuk terpapar berbagai produk dan pengalaman kegiatan budaya.

Ada batas pemisahan pelindung yang membagi area dan membentuk zona pelestarian budaya dengan pengembangan karakteristik tradisional pasar rakyat agar tidak diserap dan atau digabungkan dengan area komersial pasar modern. Pasar tradisional memiliki potensi untuk menjadi kekuatan pendorong yang sehat dan berkelanjutan. Pengembangan kota-kota Korea yang mewarisi dan melestarikan budaya Korea dan menarik pelanggan dan wisatawan. Hal ini tentu bermanfaat bagi pembangunan yang sehat dan berkelanjutan di kota-kota modern yang kehilangan unsur tradisionalnya. Selain pasar Yukgeori, ada juga pasar tradisional Jungang di Iksan-Si yang memperhatikan momentum dan fasilitas pendukung seperti transportasi. (Lee *et al.* 2017) mengatakan bahwa eksistensi pasar tradisional Jungang Korea yang representatif, telah menurun karena kurangnya daya saing. Bahkan setelah pembangunan kembali proyek pasar pada tahun 2005, distrik perbelanjaan pinggir jalan belakang dan pasar dengan dua lantai masih gagal menarik pelanggan karena lingkungan yang tidak menarik. Untungnya, Iksan-si terpilih sebagai kota kuno distrik pada 2012 dan kereta api berkecepatan tinggi Honam selesai pada 2014. Berdasarkan dua keunggulan ini, warisan sejarah dan budaya dan transportasi yang nyaman, pasar tradisional Iksan Jungang dapat

direvitalisasi dan reputasinya sebagai pasar tradisional dapat dilestarikan.

Munculnya pasar modern menjadi tantangan tersendiri bagi eksistensi pasar rakyat karena komoditas yang dijual di pasar rakyat juga dapat ditemukan di pasar modern. Pasar rakyat tidak lagi familiar di kalangan anak-anak muda maupun masyarakat dengan ekonomi menengah keatas karena pasar rakyat dianggap kumuh, kotor, becek dan tidak menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman. Menurut Prastyawan (2017), masalah revitalisasi pasar tradisional di Indonesia sebenarnya mencakup masalah utama, yaitu kurangnya keterlibatan pedagang sebagai pemangku kepentingan dalam perencanaan, implementasi dan pengawasan. Meskipun ada beberapa undang-undang setempat yang menyarankan keterlibatan pedagang, tetapi pada kenyataannya keterlibatan mereka hanya sebagai pelengkap objek belaka.

Disrupsi terhadap pasar tradisional juga disebabkan karena peluang yang ditimbulkan dari kebijakan yang ada saat ini cenderung diberikan lebih besar kepada pasar modern, oleh karenanya perlu ada perlindungan hukum dan proteksi bagi pasar rakyat. Paradigma pembangunan yang cenderung berpihak kepada ekonomi dan perdagangan berskala besar daripada pedagang berskala kecil menyebabkan kegiatan ekonomi berskala kecil mulai ditinggalkan dan terpinggirkan (Dewi 2018). Hasil analisis persepsi pembeli pasar tradisional dan modern menunjukkan mayoritas responden menjawab bahwa alasan utama untuk membeli di pasar tradisional atau pasar modern adalah karena jarak pasar dekat dengan rumah mereka. Jika jarak antara pasar tradisional dan pasar modern terlalu dekat, maka akan ada persaingan tidak sehat karena mayoritas pembeli di pasar tradisional dan pasar modern memperhitungkan jarak dalam berbelanja (Bahkri 2017).

Undang-undang Dasar 1945 mengamatkan untuk berpihak pada ekonomi kerakyatan. Pasal 4 dari Peraturan Presiden No.112/ 2007 mensyaratkan pendirian pusat

perbelanjaan dan toko modern harus mempertimbangkan kondisi sosial dan ekonomi, situasi masyarakat, keberadaan pasar tradisional, usaha kecil menengah dan juga mengamati jarak antara Hypermarket dan pasar tradisional yang sudah ada disana. Selain itu, Keppress ini juga memberikan wewenang kepada otoritas lokal di Indonesia dalam hal pemberian izin. Dengan adanya delegasi ini, otoritas lokal harus memberikan izin, namun hanya Sebagian kecil dari otoritas local yang membatasi retail modern dan membuat arahan zonasi (Rokan 2017)

Menurut Tanuwidjaja (2017), dalam memahami pentingnya pasar tradisional di Malang diusulkan sebuah strategi baru dalam perencanaan dan desain terpadu yang kreatif berdasarkan studi kasus Singapura dengan strategi mencakup; *Pertama*, mengembangkan *database* pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern berbasis GIS di Web-GIS. *Kedua*, mengatur rantai pasokan ke pasar modern termasuk dari industri kecil. *Ketiga*, Perencanaan tata ruang dan control pengembangan pasar tradisional, pusat perbelanjaan, modern. *Keempat*, Revitalisasi pasar tradisional dengan pemberdayaan berbasis masyarakat. *Kelima*, evaluasi program dengan semua pemangku kepentingan. Dalam standar pelayanan masyarakat (SPM) pada pasar rakyat sebagai salah satu layanan fasilitas publik standar pelayanan masyarakat merujuk pada SNI 8152: 2015 tentang SNI Pasar Rakyat, bahwa fasilitas didalam pasar rakyat merujuk kepada SNI 8152: 2015 dan kesepakatan internasional terkait *Sustainable Development Goals* (SDG's) terutama agenda 12 dan implementasi agenda 12 tentang implementasi *Sustainable Consumption and Production* (SCP) yang terdiri dari pengelolaan sampah, pemanfaatan sumber daya alam secara efisien termasuk air, energi, makanan dan bahan baku, kesadaran gaya hidup 3r (*re-use, re-duce, re-cycle*). Kesemuanya merujuk kepada standar pasar yang bersih dan ramah lingkungan.

Fauzy (2017) menyatakan, dalam *base line* pasar rakyat, pentingnya perilaku masyarakat saat berada di dalam

pasar terutama budaya membuang sampah pada tempatnya, budaya 3r, serta pentingnya memberikan fasilitas kebersihan berupa tempat cuci tangan, kamar mandi yang bersih dan saluran buangan (limbah) yang memadai sesuai dengan SNI 8152: 2015 tentang standar nasional pasar rakyat. Selain persoalan kebersihan, ada pula persoalan timbangan dan harga yang tidak seragam didalam pasar rakyat. Kecurangan-kecurangan harga komoditas, premanisme, dan pedagang kaki lima (PKL) juga masih menjadi persoalan besar di pasar rakyat sampai saat ini (Superti 2017)

Peran pemerintah daerah sangat besar dalam melestarikan pasar rakyat dan menjadikan pasar rakyat tetap berkelanjutan. Beberapa persoalan dasar di pasar rakyat dapat dilihat dari beberapa aspek termasuk pengelolaan pasar rakyat, pemberian izin untuk membangun pasar modern, aspek sosiokultural, dan peran pemerintah daerah. Kios-kios pasar tradisional tutup karena sejumlah hal termasuk banyak pedagang yang pergi ke PKL karena aksesnya ke pembeli lebih mudah, retribusi pedagang dengan kios lebih mahal dibanding PKL dan lokasi kios kurang strategis (Suryanto *et al.* 2018).

Pedagang tradisional di pasar tradisional sangat penting, karena merupakan saluran distribusi utama produk pertanian rakyat Indonesia, saat ini tidak mampu bersaing dengan pedagang di pasar modern. Padahal tidak sedikit orang yang mengandalkan hidupnya untuk pasar tradisional. Ketika dilanda krisis ekonomi, pedagang di pasar tradisional mampu mendukung kehidupan sebagian orang Indonesia, baik pedagang maupun petani yang memasarkan produk pertanian mereka melalui pedagang di pasar tradisional. Oleh karena itu, pemerintah perlu membuat kebijakan yang dapat mengakomodasi harapan masyarakat, hasil pertaniannya dapat disalurkan dengan mudah dan profesional. Dengan kehadiran pedagang yang cepat di pasar tradisional, dampaknya terhadap pemasok lokal yang umumnya tidak dapat memasuki pengecer besar (Sahban & Perwira 2018).

Pasar tradisional di Tomohon masih eksis karena budaya turun temurun berbelanja di pasar tradisional adalah budaya yang harus dilakukan. Selain itu, Pasar Beriman adalah tujuan wisata bagi wisatawan domestik dan asing. Salah satu faktor yang juga mendukung bahwa pasar modern tidak mempengaruhi pendapatan adalah, sayuran dijual segar dan dipetik baru, tanpa diawetkan. Pedagang tradisional harus memberikan strategi untuk menghadapi invasi pasar modern. Penurunan hanya terjadi pada pedagang ayam karena harga di pasar modern lebih murah daripada pasar tradisional (Nelwan 2017). Menurut Sudrajat (2018), banyaknya persoalan yang terjadi di pasar rakyat, terutama berkaitan dengan kelayakan fasilitas yang minim, diperlukan adanya komitmen yang kuat dari pimpinan daerah yang diwujudkan dengan perumusan strategi kebijakan pengelolaan pasar rakyat yang sesuai dengan potensi dan kearifan lokal. Perumusan kebijakan mulai dari level yang tertinggi sampai dengan level teknis.

Pentingnya membangun organisasi pasar seperti paguyuban pasar juga memiliki peran strategis dalam menyelesaikan konflik diantara para pedagang. Menurut (Sudarmo 2016) Meskipun pengelolaan pasar tradisional berada di bawah otoritas pemerintah kota, interaksi intensif antara aktor yang dapat menyebabkan konflik yang hebat tidak dapat dikelola oleh satu aktor tunggal. Pemerintah kota akan mendapati dirinya tidak berdaya untuk mengatur konflik yang kuat karena tuntutan dan kepentingan beragam dari berbagai pemangku kepentingan tetap ada. Untuk membuat konflik yang kuat diselesaikan secara efektif, alih-alih diselesaikan secara terpisah oleh dominasi pemerintah kota, itu membutuhkan pemerintahan kolaboratif dengan dialog otentik yang melibatkan pihak ketiga yang netral dan independen yang memiliki data yang cukup akurat sebagai fasilitator, konsultan atau mediator. Sangat mungkin bahwa pendekatan ini memungkinkan pemahaman yang lebih baik dan berbagi tentang masalah kompleks yang

melibatkan banyak pemangku kepentingan termasuk tiga pemangku kepentingan utama (Pemerintah Kota, asosiasi pedagang pasar, dan kelompok pedagang jalanan) dan pemangku kepentingan lainnya. Pedagang pasar selain sebagai pengguna, komunitas juga memiliki peran yang sangat besar dalam memaksimalkan manajemen pasar. Pedagang dapat memberikan masukan dan evaluasi bagi fasilitas yang tersedia di pasar, sekaligus sebagai komunitas yang memiliki kewajiban dalam memelihara fasilitas itu sendiri (Revitasari 2017)

Dotulong, dkk (2019) juga menyatakan bahwa perilaku pedagang pasar di Manado memiliki etos kerja dan mencintai pekerjaan mereka. Perilaku sosial pedagang ramah saat berada di pasar, karena perilaku itu merupakan respon atau reaksi individu terhadap rangsangan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk gerak atau sikap. Adanya interaksi social diantara para pedagang juga terbentuk karena adanya interaksi yang intens yang berlangsung setiap hari sehingga keterkaitan sosial antara pedagang terbangun dengan sendirinya karena ada kebutuhan bersama.

Pariwisata adalah salah satu industri baru, yang mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam hal kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup dan dalam mengaktifkan sektor produksi lain di dalam negara penerima wisatawan (Wahab 2003). Sektor pariwisata sangat memungkinkan untuk mendatangkan pendapatan asli daerah (PAD) karena ketersediaan berbagai potensi pariwisata yang ada serta dukungan pemerintah daerah dalam bentuk regulasi. Sifat pariwisata itu dinamis, dimana suatu saat akan muncul titik puncak kejenuhan atau kebosanan dari wisatawan untuk menikmati kondisi yang sudah ada dan hal itu sangat berpengaruh pada tingkat kunjungan wisatawan ke suatu objek wisata yang pastinya akan berdampak langsung pada Pendapatan Asli Daerah (PAD) (Nurhadi *et al.* 2014).

Pasar rakyat sejatinya merupakan representasi dari ekonomi rakyat, ekonomi kelas bawah sebagai tempat bergantung

para pedagang skala kecil dan menengah. Pasar rakyat menjadi tumpuan harapan kaum petani, peternak, pengrajin atau produsen lainnya selaku pemasok. Agar tetap eksis, pasar rakyat harus mampu mengembangkan dirinya menjadi pasar yang berorientasi pada perilaku konsumen. Perilaku konsumen dalam membeli barang dipengaruhi oleh dua hal yaitu eksternal dan internal. Faktor eksternal mencakup kebudayaan, kelompok sosial, kelas sosial dan keluarga. Faktor internal lebih terkait dengan kepribadian atau karakteristik konsumennya (Brata 2016).

Kegiatan pedagang di pasar rakyat dapat dilihat sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari mereka. Akuntansi semakin dipandang sebagai teknologi yang menyebar luas dan sangat umum yang dapat berkontribusi pada berfungsinya berbagai organisasi dan proses sosial-ekonomi. Akuntansi selalu ada di pasar rakyat, akuntansi pada pasar rakyat adalah akuntansi manajemen. Dengan memahami bidang akuntansi transaksi pada pasar rakyat, akademi akuntansi dapat membuat formula tentang cara menghitung harga pokok penjualan, cara mengontrol piutang dan inventaris dan banyak hal lainnya yang berkaitan dengan akuntansi manajemen yang dapat memberikan manfaat bagi pedagang di pasar rakyat (Wiyarni 2017).

Pembangunan terhadap pasar rakyat seharusnya tidak hanya pembangunan sarana fisik saja, lebih jauh pasar yang berkelanjutan tidak dapat dilepaskan dari peran serta pedagang pasar sebagai bagian dari pembangunan komunitas. Sebagaimana tertuang dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 37/M-DAG/PER/5/2017 pada pasal 34 bahwa pemerintah provinsi, kabupaten/kota juga harus memanfaatkan pasar rakyat sebagai sarana ekonomi bagi pedagang kecil dan mikro (UMKM) dan memberdayakan para pedagang dengan membentuk forum komunikasi bagi pedagang di pasar rakyat.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif eksploratif. Pengumpulan data primer dilakukan dengan wawancara mendalam kepada PD Pasar Bauntung Batuah selaku pengelola pasar rakyat di wilayah Kabupaten Banjar dengan orientasi utama adalah mendatangkan pemasukan (PAD) bagi Kabupaten Banjar. Wawancara dilakukan di kantor PD Pasar Bauntung Batuah yang berlokasi di Martapura, narasumber dalam wawancara merupakan jajaran direksi Perusahaan Daerah PD Pasar bauntung batuah. Wawancara dilakukan secara bebas terpimpin dengan panduan wawancara yang dibuat oleh penulis. Pemilihan sampel dilakukan dengan *snowball* dimana penulis mendapatkan narasumber berdasarkan rekomendasi dari narasumber sebelumnya. Data primer juga didapatkan melalui profil perusahaan (*company profile*) PD Pasar Bauntung Batuah tahun 2016.

Data sekunder didapatkan melalui studi pustaka dan telaah terhadap peraturan Daerah maupun Peraturan Bupati kabupaten Banjar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah (RIPPDA) Kabupaten Banjar tahun 2009-2019 yang beberapa bulan ke depan akan berakhir, sehingga perlu dibuat Peraturan Daerah (Perda) baru untuk pariwisata Kabupaten Banjar dan mengelola sumber-sumber pariwisata potensial agar menghasilkan PAD bagi Kabupaten Banjar. Menguraikan pasar dengan berbagai persoalannya memang diperlukan pendekatan yang holistik baik dari sisi eksistensi pasar, lokasi dan juga komoditas yang dipasarkan. Pasar rakyat yang sangat identik dengan budaya lokal, memiliki daya tarik pariwisata tersendiri. Dalam bagian ini akan diulas mengenai apa saja potensi yang dimiliki oleh Pasar Bauntung Batuah untuk dijadikan sebagai destinasi pariwisata maupun sebagai destinasi pendukung pariwisata yang sudah ada.

Eksistensi Pasar Batuah

Dari sisi pembagian wilayah pasar, pasar Batuah terletak di Area- I yakni pasar rakyat di kawasan Martapura, Aranio, Karang Intan dan Pusat Pertokoan Sekumpul (PPS). Menurut hasil wawancara dengan pihak PD Pasar Bauntung Batuah, selama dua tahun Pasar Batuah tidak banyak mengalami perubahan. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa kondisi pasar yang *stuck* dan tidak berinovasi menyebabkan pasar tidak memiliki daya tarik wisata. selama dua tahun, PD Pasar Bauntung Batuah hanya mengandalkan pendapatan dari sewa los dan kios pedagang di Pasar Batuah. Sebagai pasar rakyat yang terbentuk karena kebutuhan masyarakat sekitar akan aktifitas jual-beli pasar ini memiliki sejarah terutama sejarah islami yang sangat kuat. Aktifitas jual beli dilakukan dengan akad jual-dan beli sebagaimana disyariatkan dalam Islam.

Pasar Batuah merupakan pasar rakyat yang letaknya sangat berdekatan dengan Pasar Cahaya Bumi Selamat (CBS) yang juga menjadi salah satu destinasi pariwisata belanja paling diminati oleh wisatawan yang berkunjung ke Kalimantan Selatan, sayangnya pasar Batuah belum masuk sebagai salah satu destinasi wisata pasar di Kabupaten Banjar karena beberapa kondisi seperti lingkungan pasar yang masih kotor, pedagang kaki lima yang semrawut dan memenuhi badan jalan, lahan parkir yang sempit, WC umum yang belum memadai, serta belum adanya organisasi pedagang pasar menjadikan PD Pasar Bauntung Batuah selaku pengelola pasar mengalami kesulitan dalam mengelola infrastruktur dasar pasar Batuah.

Pasar Batuah selain diapit oleh pasar CBS, juga diapit oleh Kawasan Wisata Kuliner (KWK) yang baru saja dibangun atas inisiasi dan perhatian serius Bupati Banjar terhadap potensi wisata kuliner di Kabupaten Banjar tentu ini juga menjadi peluang besar bagi Pasar Batuah.

Faktor Pendukung Pasar Batuah Sebagai Salah Satu Destinasi Pariwisata

Ada beberapa hal yang menjadi faktor utama yang dapat mendukung Pasar Rakyat Batuah sebagai salah satu tujuan “wisata pasar” di Kabupaten Banjar, Martapura. Beberapa faktor pendukung Pasar Batuah sebagai salah satu destinasi “wisata pasar” di Kabupaten Banjar antara lain adalah lokasi, pengelolaan oleh PD Pasar Bauntung Batuah, dan komoditas yang dijual.

Lokasi

1) Lokasi pasar batuah yang terintegrasi dengan tujuan wisata religi Makam Guru Sekumpul yang merupakan obyek wisata religi yang sudah dikenal luas baik di dalam negeri maupun luar negeri sebagai destinasi wisata religi; 2) lokasi pasar batuah juga terintegrasi dengan Pasar CBS yang memiliki komoditas berupa produk-produk kreatif baik kuliner, kriya, fashion maupun batu permata. Produk-produk kreatif ini sudah dikenal luas baik oleh wisatawan lokal maupun mancanegara sebagai bagian dari produk asli Kalimantan Selatan; 3) lokasi pasar yang terintegrasi dengan lokasi Masjid Besar Al-Karomah sebagai tempat ibadah setelah melakukan kunjungan wisata religi makam Guru Sekumpul. Di sisi lain, pengunjung tidak merasa kesulitan apabila akan melakukan ibadah sholat. 4) lokasi pasar juga terintegrasi dengan pusat wisata kuliner di Martapura yang diberi nama Kawasan Wisata Kuliner (KWK). KWK merupakan kawasan baru yang dibentuk berdasarkan instruksi langsung Bupati Banjar sebagai bagian pelestarian budaya kuliner khas Kabupaten Banjar; 5) Pasar Batuah berdekatan dengan pasar-pasar rakyat lainnya yakni CBS, KWK, dan PPS yang tergabung dalam Area -1 Pasar Rakyat meliputi Martapura, Aranio, Karang Intan, dan PPS. Ke-enam alasan ini merupakan faktor pendukung utama Pasar Batuah sebagai potensi “Wisata Pasar” di Kabupaten Banjar adalah lokasi pasar yang juga terhubung dengan kantor PD Pasar Bauntung Batuah sehingga operasional pasar dapat langsung dikontrol oleh pusat sehingga ketika ada persoalan-persoalan

urgent yang menyangkut operasional pasar dapat langsung ditangani.

Pengelolaan Pasar oleh PD Pasar Bauntung Batuah

Pasar Batuah dikelola oleh PD Pasar Bauntung Batuah. Berdasarkan data dari *Company Profile* PD Pasar Bauntung Batuah, beberapa kelebihan pengelolaan pasar oleh PD Pasar Bauntung Batuah adalah sebagai berikut: 1) Visi utama PD Pasar Bauntung Batuah adalah mendatangkan PAD bagi Kabupaten Banjar. Segala persoalan yang terjadi di pasar merupakan tanggung jawab PD Pasar. PD Pasar Bauntung Batuah merupakan perusahaan daerah yang mengelola seluruh pasar rakyat yang ada di Kabupaten Banjar. PD Pasar memiliki kewenangan penuh dalam mengelola pasar dan memungut retribusi dari pedagang pasar. Berdasarkan profil Perusahaan Daerah, PD Pasar Bauntung Batuah didirikan pada tahun 2009 berdasarkan perda Nomor 05 tahun 2009 tentang perusahaan daerah pasar Bauntung Batuah Kabupaten Banjar, kemudian direksi PD Pasar Bauntung Batuah dilantik pada bulan juli tahun 2009. Sementara penyerahan pengelolaan pasar dari Disperindag Kabupaten Banjar kepada PD Pasar Bauntung Batuah baru dilakukan bulan Agustus 2009; 2) Kewenangan pengelolaan pasar dalam melakukan kerjasama dengan pihak ketiga, penyesuaian tarif jasa pelayanan, perbaikan sarana dan prasarana dan hal-hal lain yang berkaitan dengan pasar rakyat di Kabupaten Banjar; 3) Dalam hal pengembangan pasar, PD Pasar Bauntung Batuah memiliki kewenangan sepenuhnya dalam melakukan pengembangan pasar, baik itu pembangunan, perbaikan maupun pengembangan-pengembangan potensi pendapatan yang ada di dalam pasar. Sebagai fungsi kontrol, PD Pasar Bauntung Batuah memiliki badan pengawas yang merupakan kepanjangan tangan dari Pemerintah Kabupaten Banjar selaku pemilik perusahaan, karena di dalam badan pengawas ini terdapat unsur dari pemerintahan dan profesional; 4) PD Pasar Bauntung Batuah selaku pengelola

pasar rakyat terus berusaha untuk menjadikan pasar rakyat menjadi tempat jual-beli yang memiliki nilai lebih dibandingkan dengan pasar modern, untuk mewujudkan hal tersebut PD Pasar terus berupaya untuk melakukan perbaikan, pemeliharaan dan peningkatan pelayanan maupun sarana dan prasarana penunjang di pasar-pasar rakyat agar pasar rakyat ini tetap menunjukkan eksistensinya di tengah kemunculan pasar-pasar modern.

Salah satu kendala yang dihadapi oleh PD Pasar Bauntung Batuah adalah sulitnya mengkomunikasikan keinginan perusahaan dengan para pedagang di pasar batuah, hal ini dikarenakan pasar batuah tidak memiliki paguyuban pedagang pasar. Untuk itu, selanjutnya akan dibahas tentang langkah strategis yang harus dilakukan PD Pasar bauntung Batuah yakni pembentukan paguyuban pasar, manfaat serta kelebihan dan kekurangan dari dibentuknya paguyuban pasar beserta skema awal pembentukannya.

Komoditas

Sebagai pasar rakyat, Pasar Batuah memiliki komoditas yang beragam, salah satu komoditas khas dari pasar ini adalah komoditas emas yang unik dapat dikombinasikan dengan batu permata yang juga merupakan komoditas khas Kalimantan Selatan. Disamping menjual komoditas emas yang didatangkan dari luar provinsi Kalimantan Selatan, di pasar batuah juga terdapat pengrajin emas yang juga unik untuk ditampilkan sebagai salah satu wisata “kreatif” pembuatan perhiasan khas Kalimantan Selatan. Produk kreatif yang dapat ditemukan di Pasar Rakyat Batuah adalah kuliner, kerajinan anyaman purun dan rotan serta beberapa souvenir khas seperti kaos dan kain sasirangan juga terdapat di pasar ini.

Selain komoditas emas dan batu permata, Pasar Batuah juga menjual komoditas lain berupa tekstil dengan harga yang terjangkau, komoditas produk-produk lokal berupa buah-buahan, hasil-hasil pertanian dan peternakan serta perikanan lokal yang dapat dibranding sebagai “komoditas lokal dan organik” memiliki pangsa pasar yang cukup luas

mengingat produk lokal dan organik saat ini sangat diminati oleh masyarakat menengah keatas. Komoditas yang paling menarik untuk dikembangkan menjadi salah satu tujuan wisata adalah emas dan batu permata. Batu-batuan di pasar ini dijual sudah dalam bentuk perhiasan dan batu siap olah, tidak ada show room untuk menunjukkan kepada pengunjung pasar tentang proses pembuatan perhiasan dari batu-batuan alam. Para pedagang hanya melakukan proses pembuatan perhiasan emas di tokonya masing-masing, akantetapi proses ini tidak ditampilkan atau diperlihatkan kepada pelanggan.

Melihat langsung pengerjaan proses produksi intan akan memberikan nilai tambah. Pertama bagi pasar batuah sendiri maupun pasar disebelahnya yakni pasar Cahaya Bumi Selamat (CBS) yang komoditasnya khusus menjual batu-batuan alam dan souvenir khas Kalimantan Selatan. Pasar ini akan memiliki ciri khas dibandingkan pasar lainnya. Dengan konsep one stop shopping, pasar batuah dan CBS akan menjadi pasar yang lengkap karena mampu menyajikan rantai produksi mulai proses pengerjaan produk hingga produk menjadi layak jual. Manfaat khususnya bagi pasar batuah dan CBS adalah meningkatkan kepercayaan pembeli secara khusus dan masyarakat secara umum. Kepercayaan akan meningkat karena bisa melihat langsung perjalanan produk dari bahan mentah kemudian diproses menjadi barang jadi yang bisa dibeli oleh pembeli atau masyarakat. Dengan demikian hal ini bisa menghindarkan dari pandangan negatif bahwa barang yang dijual adalah barang palsu atau bukan barang asli dari Martapura.

Manfaat lainnya adalah adanya *showroom* diharapkan mampu menambah durasi waktu berkunjung ke lokasi pasar di seputaran Martapura termasuk pasar batuah dan CBS. Jika misalnya selama ini pembeli hanya menghabiskan waktu 1 jam untuk berkeliling, dengan adanya *showroom* maka diharapkan durasi waktu berkunjung bisa bertambah menjadi 1 jam 30 menit atau lebih. Dengan menambah durasi waktu diharapkan uang yang

dihabiskan oleh pembeli akan lebih banyak. Peluang dari barang yang ada di CBS untuk terjual juga semakin meningkat sehingga pendapatan pasar batuah dan CBS secara umum akan meningkat. Adanya *showroom* pengrajin intan juga diharapkan mampu menjadi sarana belajar bagi masyarakat untuk mengetahui seluk beluk Intan Martapura. Dengan lebih memahami diharapkan masyarakat semakin mencintai produk intan yang dijual di Pasar Batuah dan CBS. Tak hanya itu, masyarakat umum yang datang ke *showroom* juga bisa menyerap pengetahuan tentang proses pengerjaan intan. Di sini akan terlihat peran pasar batuah dan CBS tak hanya sebagai tempat jual beli tapi juga menjalankan fungsi edukasi bagi masyarakat. Peran pasar batuah dan CBS sebagai pasar milik BUMD akan semakin nyata dirasakan masyarakat.

Kedua adalah manfaat dari sisi pengrajin. Selain bermanfaat bagi pasar, adanya *Showroom* juga bermanfaat bagi pengrajin. Salah satu manfaatnya adalah peningkatan derajat pengrajin. Caranya adalah dengan pemberian bekal ilmu dan pengetahuan serta kemampuan mengolah intan kepada pengrajin. Tentunya jika ada *showroom*, pasar wajib menyiapkan SDM pengrajin dengan meningkatkan skill mereka. Sehingga ketika *showroom* dibuka pengrajin tak hanya mampu unjuk kebolehan dalam produksi intan tetapi juga mampu menjadi corong bagi upaya membangun citra positif intan di kalangan masyarakat. Tak hanya itu, pengrajin juga bisa berperan membangun citra positif pasar serta kota Martapura secara umum.

Manfaat lain bagi pengrajin adalah mereka dapat menambah penghasil. Dengan berada di *showroom*, peluang mereka bertemu langsung dengan pembeli semakin tinggi. Hal ini tentu berkorelasi dengan peningkatan pendapatan. Dengan cara yang baik dan ramah, pengrajin bisa menawarkan jasa mengolah intan atau memperbaiki perhiasan intan bagi para pengunjung. Dari sisi produk dalam hal ini intan dan turunannya, juga akan mendapatkan manfaat dari adanya *showroom* ini. Salah satu manfaatnya

adalah terjaganya kualitas produk. Pasar yang memiliki *showroom* yang menyajikan atraksi proses produksi diharapkan mampu mendorong para pengrajin menghasilkan kualitas terbaik. Masyarakat dalam hal ini calon pembeli memiliki ruang yang luas untuk mengawasi alur produksi khususnya dalam tahapan penggosokan atau pun cutting intan. Dengan adanya transparansi dan keterbukaan kepada publik diharapkan pengrajin akan mampu meningkatkan dan menjadi kualitas produk.

Manfaat lain dari sisi produk adalah memperluas cakupan pengenalan produk. Jika selama ini sarana pengenalan produk hanya ada di pasar, dengan adanya *showroom* diharapkan mampu menjadi sarana promosi produk. Pengrajin didukung oleh pengelola pasar wajib menyediakan detail informasi produk yang mereka tangani seperti informasi jenis intan, proses yang sudah dilalui, ukuran, berat beserta harga jual. Sementara itu dari sisi pembeli juga ada beragam manfaat yang bakal dirasakan dengan adanya *showroom* ini. Salah satunya adalah memberikan kemudahan bagi pembeli. Jika selama ini pembeli harus berpindah tempat untuk bisa bertemu pengrajin dan melihat langsung proses produksi, kini mereka bisa melakukannya dalam satu tempat sehingga menghemat waktu dan biaya.

Pembeli juga bisa merasakan manfaat langsung adanya *showroom* ini yakni mendapatkan produk terbaik sesuai keinginan. Pembeli selama ini membeli intan berbentuk perhiasan jadi yang terkadang tidak pas dengan keinginan. Dengan adanya *showroom* pengrajin maka pembeli berkesempatan berkomunikasi langsung dengan pengrajin untuk mengubah intan atau perhiasan sesuai dengan keinginan pembeli. Sehingga dengan kata lain, pembeli bisa mendapatkan layanan tambahan dari adanya *showroom* ini. Untuk lokasi *showroom* sendiri sebaiknya posisinya diletakkan di tengah-tengah antara pasar batuah dengan pasar CBS sehingga kedua pasar ini terkoneksi dan pengunjung

memiliki banyak pilihan tempat untuk berwisata sekaligus berbelanja.

Paguyuban Pedagang Pasar

Selanjutnya akan dibahas mengenai tujuan dibentuknya paguyuban pasar batuah. Pada bagian ini juga dibahas kelebihan/ keuntungan yang didapat baik oleh PD Pasar Martapura dan pedagang pada khususnya dengan dibentuknya Paguyuban Pedagang Pasar. Yang terakhir akan dibahas mengenai skema awal organisasi paguyuban pedagang pasar batuah. Usulan pembentukan paguyuban ini tidak detail sampai ke pengaplikasiannya ke dalam pedagang Pasar Batuah, karena memerlukan kajian tersendiri untuk sampai pada skema atau cara kerja paguyuban yang ideal. Untuk itu, rekomendasi ini hanya bersifat umum saja untuk memperkuat PD Pasar tentang pentingnya membentuk paguyuban pedagang pasar. Untuk meningkatkan kepercayaan dan transparansi, dalam proses pemilihan juga bisa diundang unsur pengawas seperti anggota DPRD yang membidangi masalah perdagangan dan BUMD, media massa serta tokoh masyarakat dan tokoh agama.

Paguyuban merupakan sekumpulan orang-orang dan merupakan himpunan atau kesatuan-kesatuan manusia yang hidup bersama. Hubungan tersebut antara lain menyangkut kaitan timbal balik yang saling mempengaruhi dan juga suatu kesadaran untuk saling menolong. Menurut Soekanto (2009), beberapa persyaratan setiap himpunan manusia dapat dinamakan kelompok sosial, antara lain: 1) adanya kesadaran pada setiap anggota kelompok bahwa dia merupakan sebagian dari kelompok yang bersangkutan; 2) ada hubungan timbal balik antara anggota yang satu dengan anggota lainnya; 3) ada suatu faktor yang dimiliki bersama sehingga hubungan antar mereka bertambah erat, yang dapat merupakan nasib yang sama, kepentingan yang sama, tujuan yang sama, ideologi politik yang sama dan lain-lain; 4) berstruktur, berkaidah dan mempunyai pola perilaku; 5) bersistem dan berproses.

Menurut Ferdinand Tonnies (dalam Soekanto 2009) paguyuban merupakan bentuk kehidupan bersama dimana anggotanya diikat oleh hubungan batin yang murni dan bersifat alamiah serta bersifat kekal. Di dalam paguyuban terdapat suatu kemauan bersama, ada suatu pengertian serta juga kaidah-kaidah yang timbul dengan sendirinya dari kelompok tersebut. Beberapa tipe Paguyuban menurut Ferdinand Tonnies (dalam Soekanto 2009) adalah: 1) paguyuban karena ikatan darah (*gemmeinschaft by blood*): yaitu paguyuban yang merupakan ikatan yang berdasarkan pada ikatan darah dan pada ikatan keturunan; 2) paguyuban karena tempat (*gemmeinschaft by place*): yaitu suatu paguyuban yang terdiri dari orang-orang yang berdekatan tempat tinggal sehingga dapat saling tolong menolong; 3) paguyuban karena jiwa-pikiran (*gemmeinschaft of mind*) yaitu suatu paguyuban yang terdiri dari orang-orang yang walaupun tak mempunyai hubungan darah ataupun tempat tinggalnya tidak berdekatan, tetapi mereka memiliki jiwa dan fikiran yang sama, ideologi yang sama.

Paguyuban pasar *Sunday Morning* seperti pada pedagang kaki lima di Lapangan Murjani Banjarbaru merupakan kelompok paguyuban yang terdiri dari pedagang kaki lima di lapangan Murjani. Kelompok ini menamakan diri dengan Forkamu (Forum Pedagang Kaki Lima Murjani). Forkamu menjadi wadah aspirasi bagi para pedagang kaki lima di Murjani dan sekaligus menjembatani apabila terjadi konflik baik antara pedagang maupun antara pedagang dengan masyarakat serta pedagang dengan pemerintah. Dengan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa tujuan utama dibentuknya Paguyuban adalah untuk mewujudkan harmonisasi dan meningkatkan rasa kekeluargaan dalam mengelola Pasar Batuah terutama dalam meningkatkan kebersihan, keamanan dan sosial di Pasar Batuah Martapura. Dengan adanya paguyuban pedagang pasar, diharapkan ada kegiatan yang bersifat kolektif dan ada kesepakatan bersama sehingga aturan yang telah dibuat dapat

dipatuhi bersama sama pula oleh anggota paguyuban sehingga meminimalisir konflik-konflik sosial.

Paguyuban juga bisa menjadi wadah penyaluran aspirasi yang resmi dan memiliki kekuatan hukum. Ini penting sekali baik bagi pedagang maupun pengelola pasar dan pemerintah. Dengan wadah tersebut pedagang punya ruang penyampaian aspirasi yang resmi dan formal sehingga mengurangi kemungkinan penyampaian aspirasi dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan aturan yang berlaku. Bagi pengelola pasar, dengan adanya paguyuban juga memberikan kemudahan bagi pengelola untuk berkomunikasi. Tanpa paguyuban komunikasi bisa saja berjalan namun hanya kepada person to person. Tingkat efektivitas komunikasi semacam ini sangat rendah. Berbeda dengan model komunikasi antar organisasi dalam hal ini pengelola dengan paguyuban akan semakin efektif dan efisien.

Penyelesaian masalah dengan komunikasi antara paguyuban dengan pengelola juga akan semakin mudah. Ada kepentingan pedagang yang bisa diwakilkan kepada pengurus paguyuban. Di sisi lain juga ada kepentingan pengelola yang bisa dikomunikasikan kepada paguyuban. Bagi pemerintah, adanya paguyuban juga memudahkan pemerintah menyalurkan program baik peningkatan SDM, pembinaan maupun bantuan permodalan bagi pedagang. Dengan adanya paguyuban diharapkan juga dapat mempermudah pemerintah dalam membuat laporan pertanggungjawaban atas penyaluran program dari pemerintah itu sendiri.

Kelebihan/ Keuntungan Membentuk Paguyuban Pedagang Pasar

Ada banyak kelebihan/keuntungan yang akan didapatkan baik oleh PD Pasar bauntung Batuah maupun oleh pedagang pasar sendiri. Beberapa diantaranya adalah sebagai berikut: sebagai sarana penyaluran aspirasi dan sikap resmi pedagang, mengurangi risiko perbuatan melawan hukum yang dilakukan pedagang, mempermudah jalinan

komunikasi pedagang dengan pengelola pasar maupun pemerintah dan pihak-pihak lainnya, mempermudah pengelola dalam mengelola pasar, meningkatkan citra positif pedagang dan pengelola pasar. Paguyuban bisa membangun sinergisitas dengan pihak lain untuk meningkatkan sarana dan prasarana yang ada di pasar.

Skema Organisasi Paguyuban Pedagang Pasar Batuah

Jika paguyuban pedagang di pasar batuah berada dibawah binaan PD Pasar Bauntung Batuah, maka hal pertama yang harus dilakukan adalah memilih ketua paguyuban. Ketua yang dipilih haruslah memiliki jiwa pemersatu sehingga ketika ada konflik baik internal maupun eksternal ketua dapat memberikan solusi yang arif dan bijaksana. Setelah ketua terpilih barulah disusun anggota dan seksi-seksi. Tentu yang tidak kalah penting adalah para pengurus termasuk ketua merupakan aspirasi dari pedagang itu sendiri. Oleh karena itu langkah pertama yang harus dilakukan adalah membentuk tim formatur. Tim ini terdiri dari tiga unsur yakni pedagang, pengelola pasar dan pemerintah. Tim inilah yang kemudian menjaring para kandidat. Bisa saja tim ini menjaring para kandidat ketua saja. Bisa juga menjaring pengurus inti semisal ketua, sekretaris dan bendahara.

Setelah para kandidat terjaring, tim formatur bisa memulai proses selanjutnya yakni pemilihan. Pada proses ini, tim formatur bisa menawarkan dua konsep kepada para pedagang. Pertama adalah musyawarah. Konsep ini sangat mudah yakni para pedagang cukup bermusyawarah untuk menentukan siapa ketua, sekretaris dan bendahara tanpa menggunakan sistem voting. Kedua adalah voting. Dengan konsep ini tugas formatur tidak sesederhana konsep pertama. Tim formatur harus menyiapkan aturan terlebih dahulu. Tak hanya itu, tim formatur juga harus menyiapkan kandidat mana saja yang akan dipilih oleh pedagang termasuk juga sarana dan prasarana voting serta siapa saja yang memiliki hak suara. Yang perlu diingat dari semua proses itu adalah pedagang sebagai pemeran utama. Ini

menghindari pandangan bahwa paguyuban merupakan agenda khusus dari pengelola untuk mengatur para pedagang sesuai kehendak pengelola.

Tantangan Pasar Rakyat Batuah dalam Mengembangkan Pasar Wisata

Tantangan Internal

Pertama, tantangan terberat yang dimiliki oleh Pasar Batuah adalah belum adanya Paguyuban yang menaungi dan mengkoordinir pedagang Pasar Batuah sehingga komunikasi antara PD Pasar Bauntung Batuah dengan pedagang pasar belum terjalin efektif. Sebagaimana tercantum dalam Peraturan Bupati Banjar Nomor 41 Tahun 2014 Tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Direksi Perusahaan Daerah Pasar Bauntung Batuah Kabupaten Banjar bahwa ada beberapa tugas-tugas PD Pasar Bauntung Batuah yang harus dikomunikasikan secara intens kepada pedagang pasar terutama soal kebersihan, fisik pasar dan fasilitas perdagangan, termasuk memfasilitasi konflik-konflik yang terjadi antara pedagang pasar. Akan tetapi, tugas-tugas ini menjadi kurang efektif karena PD Pasar Bauntung Batuah berhadapan langsung dengan orang per-orang. Tentu akan lebih mudah jika PD Pasar Bauntung Batuah berhadapan dengan pimpinan paguyuban pedagang sehingga ada kesadaran dari kelompok pedagang untuk menyelesaikan persoalan-persoalan di pasar.

Kedua, tidak adanya parkir terintegrasi terutama untuk wilayah pasar pada area-1 yakni Martapura, Aranio, Karangintan dan PPS. Sehingga lokasi parkir dan lalu lalang kendaraan cukup semrawut karena secara umum pasar Kabupaten Banjar sudah lebih dahulu tumbuh baru kemudian dikelola oleh pemerintah sehingga sulit untuk merelokasi maupun mengelola lahan parkir.

Ketiga, lokasi pasar yang semrawut, sirkulasi udara yang belum cukup baik serta infrastruktur dasar yang kurang seperti ruang laktasi, WC umum yang masih kotor serta genangan air yang masih

terdapat diselasar pasar masih mengganggu aktifitas pembeli. Hal ini juga berkaitan dengan minimnya alokasi dana pemeliharaan pasar sehingga fasilitas infrastruktur dasar pasar tidak dapat berfungsi dengan baik.

Keempat, terbatasnya jumlah personil lapangan pada PD Pasar sehingga tidak semua persoalan teknis yang terjadi di lapangan dapat teratasi dengan baik.

Kelima, terputusnya koordinasi dengan dinas pemerintah sehingga informasi yang didapat oleh PD Pasar terhadap event-event skala nasional maupun internasional yang diselenggarakan oleh pemerintah Provinsi Kalimantan Selatan sehingga pasar PD Pasar Bauntung Batuah tidak siap “menjual” pasar di wilayah Martapura termasuk pasar batuah.

Keenam, Pedagang Kaki Lima (PKL) yang berdagang di pinggir jalan maupun di depan los merupakan pedagang ilegal yang memenuhi selasar pasar yang menjadi kewenangan dinas perhubungan merupakan kewenangan dinas perhubungan, dan PKL ini sangat sulit untuk dihindari.

Tantangan Eksternal

Pertama, Alokasi anggaran yang kurang bagi pembenahan infrastruktur pasar dan promosi pasar. Pada prinsipnya Pasar Batuah punya potensi yang besar apabila infrastruktur dasar yang dimilikinya dapat terpelihara dengan baik. Menurut data yang ditemukan dilapangan, PD Pasar mengalami kesulitan untuk mengalokasikan anggaran dalam memelihara infrastruktur dasar yang ada di pasar batuah sehingga apabila hal ini dibiarkan berlarut-larut maka nilai jual pasar sebagai salah satu tujuan wisata menjadi menurun.

Untuk promosi pasar, Pasar Batuah memang tidak begitu sering dipromosikan oleh Pemerintah Kabupaten Banjar. Wisatawan yang datang ke Kalimantan Selatan hanya mengetahui pasar Martapura (dimaksudkan kepada CBS) sebagai pusat oleh-oleh khas Kalimantan Selatan. Padahal banyak sekali komoditas potensial yang dimiliki oleh

pasar batuah, salah satunya adalah emas dan perhiasan juga pakaian jadi, serta buah-buahan organik khas Kalimantan Selatan.

Kedua, “Zona Nyaman” bagi pemangku kepentingan sehingga pasar tidak berinovasi menyesuaikan dengan kebutuhan zaman dan teknologi. “Zona Nyaman” yang dimaksud di sini adalah minimnya keinginan pemangku kebijakan untuk membenahi pasar dengan sarana dan prasarana terutama yang berkaitan dengan perkembangan teknologi diantaranya akses internet publik, sambungan listrik umum, pusat informasi dan periklanan digital. Pasar dibiarkan dengan kondisi apa adanya sementara pasar rakyat yang berlokasi di seputaran Martapura sudah sangat dikenal wisatawan baik lokal maupun mancanegara.

Aturan/ Perda yang Mendukung Pengembangan Pariwisata Pasar Batuah

Pasar Rakyat Batuah memang tidak masuk kedalam RIPPDA Kabupaten Banjar tahun 2009-2019 yang termuat dalam Peraturan Daerah Kabupaten Banjar Nomor 4 tahun 2017 Tentang perubahan atas peraturan daerah kabupaten Banjar Nomor 7 tahun 2009 tentang Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah (RIPPDA) Kabupaten Banjar Tahun 2009 sampai dengan 2019. Untuk itu, ke depan diharapkan Pasar Batuah masuk sebagai salah satu destinasi pariwisata maupun destinasi pendukung lokasi pariwisata di sekitar pasar Martapura. Pasar Rakyat yang masuk kedalam RIPPDA Pariwisata kabupaten Banjar tahun 2009-2019 adalah Pasar terapung Lok Baintan kecamatan Sungai Tabuk sebagai obyek dan daya tarik wisata budaya, pasar Cahaya Bumi Selamat (CBS) yang merupakan pengembangan “Zona Kreatifitas” pembuatan serta penjualan batu permata serta produk-produk kerajinan. Perda ini juga segera akan berakhir, sehingga perlu dibentuk RIPPDA baru yang mengusung pasar rakyat sebagai salah satu potensi pariwisata kabupaten Banjar.

Pasar rakyat di Kabupaten Banjar sebagian besar merupakan pasar yang lahir

karena kebutuhan masyarakat dan memiliki ciri khas yang tidak ditemukan di daerah lain sebenarnya memiliki potensi pariwisata yang cukup tinggi apabila dikelola dengan baik oleh pemerintah daerah. Peraturan Daerah lainnya yang juga mendukung pengembangan pariwisata Pasar Batuah adalah Perda Nomor 5 tahun 2014 tentang perubahan atas peraturan daerah kabupaten Banjar nomor 19 tahun 2007 tentang kebersihan lingkungan dengan adanya Badan Layanan Umum Daerah (BLUD) yang mengelola sampah kedepan diharapkan untuk meningkatkan pelayanannya sampai ke pasar-pasar rakyat bekerjasama dengan paguyuban pasar agar kondisi kebersihan pasar dapat terjaga, dan pasar tidak kehilangan daya tariknya sebagai lokasi wisata belanja.

Untuk pedagang kaki lima (PKL) sebenarnya kabupaten Banjar sudah memiliki perda yang mendukung proses penertiban pedagang kaki lima yang berjualan di sekitar bahu jalan sehingga mengganggu jalur transportasi menuju kearah pasar Batuah. Perda Kabupaten Banjar Nomor 13 tahun 2001 Tentang Pengaturan dan Pembinaan Pedagang Kaki Lima sudah mengatur tentang pengawasan dan penertiban pedagang kaki lima. Akan tetapi pada praktiknya masih sulit untuk menertibkan pedagang kaki lima karena dari pedagang pasar sendiri tidak ada keberatan yang bersifat kolektif karena tidak memiliki paguyuban sehingga hal ini menjadi kendala yang cukup besar bagi PD Pasar Bauntung Batuah maupun oleh Dinas Perhubungan Kabupaten Banjar.

SIMPULAN & REKOMENDASI

Simpulan

Pasar Batuah yang lokasinya terintegrasi dengan Kawasan Wisata Kuliner (KWK) serta pasar Batu Permata Cahaya Bumi Selamat (CBS) jika dikelola dengan baik dan dilakukan pembinaan kepada pedagang pasar, pasar rakyat Batuah memiliki potensi pariwisata yang cukup menjanjikan. Kawasan Pasar Batuah, PPS dan CBS yang dikenal luas oleh pengunjung sebagai “ Pasar

Martapura” memang memerlukan pembenahan. Diawali dengan membenahi aturan baik berupa Perda maupun Perbup agar orientasi pasar tidak hanya sebagai sarana jual-beli kebutuhan masyarakat, akan tetapi juga sebagai salah satu destinasi pariwisata pasar yang mencakup wisata belanja, wisata budaya dan sejarah serta wisata religi, serta wisata kuliner khas Banjar. Penataan yang perlu dilakukan adalah penataan pedagang pasar terutama pedagang kaki lima, kebersihan lokasi pasar, kendaraan sambung, penyediaan fasilitas pendukung yang menyesuaikan dengan tuntutan zaman agar orang lain betah berlama-lama di pasar dan berbelanja lebih banyak produk di pasar rakyat Batuah. Fasilitas pendukung diantaranya adalah sarana *wi-fi* publik, tempat istirahat sementara, WC umum yang bersih dan layak serta pengaturan sampah pasar yang baik.

Rekomendasi

Sebagai langkah awal bagi PD Pasar Bauntung Batuah untuk lebih memaksimalkan potensi khususnya potensi wisata pasar batuah, rekomendasi yang diberikan adalah membentuk paguyuban pedagang pasar. Langkah berikutnya adalah membangun infrastruktur berupa *showroom* untuk melihat proses pengerjaan perhiasan emas dan intan Martapura. Dalam membangun fasilitas ini, PD Pasar Bauntung Batuah dapat membuka kerjasama dengan pihak swasta yang juga ingin terlibat dalam proses pengembangan pasar batuah sebagai salah satu tujuan wisata belanja. Pasar Rakyat Batuah yang masuk dalam area-1 meliputi Martapura, Aranio, Karang Intan dan PPS bisa saja mem-*branding* diri sebagai tujuan “Wisata Pasar” dan menyiasati minimnya lahan parkir dengan menyediakan “kendaraan sambung” dengan konsep wisata dan menyediakan jalur tersendiri untuk masuk ke lokasi wisata pasar dan membedakannya dengan jalur belanja untuk umum.

DAFTAR PUSTAKA

- Bakhri, Syaeful. 2017. “Strategy for Increasing Traditional Market Competitiveness in Dealing with the Presence of Modern Market”. *Journal Eco-Regional Vol 12 (1) March 2017*.
- Brata, Ida bagus. 2016. “Pasar Tradisional Di Tengah Arus Budaya Global”. *Jurnal Ilmu Manajemen (Juima)*.
- Dewi, Ni Komang Devayanti. 2018. “Perlindungan Hukum Terhadap Pasar Tradisional di era Liberalisasi Perdagangan”. *Jurnal Law Reform, Volume 14 No.1 Tahun 2018*
- Dotulong, Lucky Otto Herman, Bernhard Tewel, Viktor P.K Lengkong, Adolfin. 2019. “Phenomenology Study of Survival Behavior of Traditional Market Traders in Manado. *Quest Journals: Journal of Research and Business Management Vol (7), Issue (3) 2019*. e-ISSN: 2347-3002.
- Fauzy, Akhmad. 2017. “Baseline Pasar Sejahtera Pasar Karangwaru Sejahtera”. *AJIE- Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, e-ISSN: 2477-0574; P-ISSN: 2477-3824 Vol.02, No.2, May 2017.
- Hermawan, Ferry, Himawan Indarto, Ismiyati. 2018. “Components of Indonesian Traditional Market: Design Tools for Revitalisations”. *MATEC Web of Conferences 159, 01020 (2018), IJCAET & ISAMPE 2017*.
- Jeong, Sang Kyu, Yong Un Ban. 2020. “Spatial Configurations for the Revitalization of a Traditional Market : The Case of Yukgeori Market in Cheongju, South Korea. *Sustainability Article, MDPI*.
- Lee, Sungkyun. 2018. “A Study on Traditional Market Decline and Revitalization in Korea – Improving the Iksan Jungang Traditional

- Market-. *Journal of Asian Architecture and Building Engineering*. (e)ISSN: 1346-7581 (p)ISSN: 1347-2852. <https://doi.org/10.3130/jaabe.16.455>
- Mudjiyanto, Bambang. 2018. "Tipe Penelitian Eksploratif Komunikasi", *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, ISSN: 1978-5003, e-ISSN: 2407-6015.
- Nelwan, Jovan Wiradhana. S.L.H.V. Joyce Lopian. Farlane S.Rumokoy. 2017. "Keberadaan Pasar Modern di Kota Tomohon". *Jurnal EMBA*, Vol. 5 (3). September 2017. ISSN: 2303-1174.
- Nurhadi, Febrianti Dwi Cahya. Mardiyono. Stefanus Pani Rengu. 2014. "Strategi Pengembangan Pariwisata Oleh Pemerintah Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah (Studi pada Dinas Pemuda, Olah Raga, Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Mojokerto)". *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol.2, Hal.325-331.
- Peraturan Daerah Kabupaten Banjar Nomor 3 Tahun 2014 Tentang Perubahan atas Peraturan Daerah Kabupaten Banjar Nomor 05 Tahun 2009 Tentang Perusahaan Daerah Bauntung Batuah Kabupaten Banjar.
- Peraturan Bupati Banjar Nomor Tahun 2014 Tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Direksi Perusahaan Daerah Pasar bauntung Batuah Kabupaten Banjar.
- Peraturan Daerah Kabupaten Banjar Nomor 4 tahun 2017 Tentang perubahan atas peraturan daerah kabupaten Banjar Nomor 7 tahun 2009 tentang Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah (RIPPDA) Kabupaten Banjar Tahun 2009 sampai dengan 2019.
- Peraturan Daerah Kabupaten Banjar Nomor 19 tahun 2007 tentang perubahan atas peraturan daerah kabupaten Banjar nomor 19 tahun 2007 tentang kebersihan lingkungan.
- Peraturan Daerah Kabupaten Banjar. 2001. Nomor 13 Tahun 2001 tentang Pengaturan dan Pembinaan Pedagang Kaki Lima . Martapura
- Peraturan Kepala Badan Standardisasi Nasional Nomor 7 Tahun 2015 Tentang Skema Sertifikasi Pasar Rakyat
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia. 2017. Nomor 37/M-DAG/PER/5/ 2017 Tentang Pedoman Pembangunan dan Pengelolaan Sarana Perdagangan
- Perusahaan Daerah Pasar Bauntung Batuah Kabupaten Banjar. 2016. "Company Profile" Martapura: Kalimantan Selatan
- Prastyawan, Agus, P. Isbandono. 2018. "The Role of Local Governments in Traditional Market Revitalization". *IOP.Conf.Series: Journal of Physics: Conf. Series 953 (2018) 012164*. The 2nd International Joint Conference on Science and Tekhnology (IJCST) 2017.
- Pusat Standardisasi Lingkungan dan Kehutanan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. 2015. *Standar Pelayanan Masyarakat (SPM) Pada Pasar Rakyat*. Jakarta: Republik Indonesia
- Revitasari, Evi. 2017. *Pengelolaan Pasar Tradisional oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan di Kabupaten Lebak*. Skripsi tidak dipublikasikan. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Rokan, Mustapa Khamal. 2017. "Conceptualization of Economic Right for Small Traders at Traditional Market in Indonesia". *Ahkam: Jurnal Ilmu Syariah, Volume 17 (1) 2017*. Jakarta: State

Islamic University (UIN)
Universitas Syarif Hidayatullah

Islam Negeri Raden Intan
Lampung.

- Sahban, Hernita dan Iwan Perwira. 2018. "Empowerment of Traders and Traditional Market Potential Development in Indonesia". *International Journal of Innovative Science and Research Technology (IJISRT)*, Volume 3, Issue 1 January 2018. ISSN: - 2456-2165.
- Soekanto, Soerjono. 2009. *Peranan Sosiologi Suatu Pengantar*, Edisi Baru, Jakarta: Rajawali Press.
- Sudarmo. 2016. "The Implications of Traditional Market Development for Governance of Conflicts: an Experience from Klewer Market of Surakarta, Indonesia". *Journal of Government and Politics*. Yogyakarta: UMY <http://dx.doi.org/10.18196/jpg.2016.0045.619-639>.
- Sudrajat, Arip Rahman. Asep Sumaryana, Rd. Ahmad Buchari dan Tahjan. 2018. "Perumusan Strategi Pengelolaan Pasar Tradisional di Kabupaten Sumedang". *JPPUMA: Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik UMA* 6 (1). e-ISSN: 2550-1305, p-ISSN: 2549-1660.
- Superti, Indah. 2017. Analisis Manajemen Pengelolaan Pasar Tradisional Guna Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kecil Dalam perspektif Ekonomi Islam (studi kasus pasar simpang agung, desa simpang agung, Lampung Tengah). *Skripsi tidak dipublikasikan*. Universitas
- Suryanto, Bambang Hermanto, R. Meisa Dai. 2018. "Traditional Market Issues". *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, Volume : 225. International Conference on Bussines, Economic, Social Science and Humanities (ICOBEST 2018).
- Tanuwidjaja, Gunawan, Richo Wirawan. 2017. "Creative-Sustainable Traditional Market Design in Malang". *The 2nd International Conference Planning in the Era of Uncertainty: Sustainable Development*.
- Wahab, Salah. 2003. *Manajemen Kepariwisataaan*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.
- Wiyarni. 2017. "Traditional Market Accounting: Management or Financial Accounting?". *Asian Journal of Accounting Research (AJAR) Vol.2 Issue 1*.