

PROSPEK PENGEMBANGAN PASAR TRADISIONAL DI KECAMATAN TUMPANG MALANG

Sunyoto, Ambar Sutjahjanti dan Yosta Yoserizal

Abstrak: Pasar tradisional di kecamatan Tumpang sebagai tempat kegiatan ekonomi perdagangan mulai dari berbagai hasil pertanian sampai pada semua kebutuhan pokok masyarakat. Tumpang sebagai pusat kota kecamatan yang terdapat terminal, pasar tradisional serta tempat transit wisatawan menuju Bromo Tengger dan Semeru. Untuk itu peneliti tertarik mengkaji prospek pengembangan pasar tradisional di kecamatan Tumpang. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penentuan sampel dipilih berdasarkan kelompok populasi yaitu wisatawan, pelaku usaha/pedagang pasar dan masyarakat sekitar pasar. Analisis data yang dipakai adalah analisis deskriptif dalam merumuskan strategi yang berkaitan dengan prospek pengembangan pasar tradisional. Hasil penelitian menunjukkan prospek pengembangan pasar tradisional Tumpang sangat baik karena pengembangan pasar diarahkan pada konsep pasar tradisional semi modern. Konsep penataan pasar yang bersih dan ramah lingkungan sudah sejalan dengan situasi dan kondisi saat ini guna menangkap peluang dari dampak pengembangan wisata bromo.

Kata kunci: prospek, pengembangan, pasar tradisional

PENDAHULUAN

Pasar merupakan tempat dimana sekelompok penjual bertemu dengan sekelompok pembeli untuk melakukan transaksi jual beli barang atau jasa (Dewi dan Winarni, 2014). Pasar bisa dijadikan sebagai sarana untuk saling berinteraksi masyarakat dalam memasarkan hasil bumi berupa polowijo, padi, sayur mayur, buah-buahan, pakaian dan kebutuhan pokok lainnya. Pasar Tumpang adalah pasar tradisional yang berlokasi di pusat keramaian kota kecamatan sebagai tempat berinteraksi dalam kegiatan ekonomi jual beli dari hasil pertanian penduduk wilayah sekitar serta kebutuhan pokok. Tingkat kemampuan ekonomi atau perekonomian masyarakat bisa dilihat dari tingkat keramaian masyarakat dalam melakukan aktifitas jual beli yang ada di pasar-pasar. Semakin ramai aktifitas masyarakat di pasar mengindikasikan perekonomian masyarakat semakin baik.

Selama ini banyak penelitian yang membahas tentang keberadaan pasar tradisional dalam mendukung obyek-obyek pariwisata yang ada di suatu wilayah. Namun sebaliknya, masih minim penelitian yang membahas tentang dampak pengembangan tempat-tempat wisata terhadap keberadaan pasar tradisional. Strategi pengembangan antara pasar tradisional dan pengembangan pariwisata seyogyang dilakukan secara terpadu, namun kenyataannya masih banyak pengembangan pasar tradisional yang belum memanfaatkan secara optimal keberadaan para wisatawan dalam mendukung pengembangan pasar tradisional.

Keaneekaragaman pasar tradisional di suatu wilayah diharapkan bisa menjadi nilai tambah dalam upaya menarik para wisatawan untuk datang atau mengunjungi pasar tradisional (Devi, 2006). Kesesuaian strategi pengembangan pasar tradisional secara tidak langsung akan berdampak pada peningkatan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Mengingat keberadaan pasar tumpang sebagai tempat yang strategis terdapat terminal antar kota kecamatan serta sebagai tempat transit para wisatawan yang akan ke tempat wisata gunung Bromo, Tengger dan Semeru, maka penulis tertarik untuk mengkaji tentang prospek pengembangan pasar tradisional yang ada di wilayah kajian.

Sunyoto, Ambar Sutjahjanti dan Yosta Yoserizal adalah dosen Fakultas Teknik Universitas Wisnuwardhana Malang. Email: sunyoto@wisnuwardhana.ac.id

Pasar Tradisional

Pasar tradisional merupakan pasar yang dikelola dengan manajemen yang lebih sederhana dan simpel jika dibandingkan dengan pasar modern. Pasar tradisional cenderung menjual dagangan lokal yang secara kuantitas, umumnya mempunyai persediaan barang dagangan dengan jumlah yang relatif sedikit, karena sesuai dengan modal yang dimiliki. Dari segi harga, pasar tradisional tidak memiliki label harga yang pasti, harga disesuaikan dengan besarnya keuntungan yang diinginkan oleh setiap pemilik usaha sendiri atau menyesuaikan harga yang berlaku dipasaran sesuai kesepakatan tawar menawar antara penjual dan pembeli. Di pasar tradisional pengunjung tidak selalu menjadi pembeli, namun ia bisa menjadi penjual. Bahkan setiap orang bisa menjual dagangannya di pasar tradisional (Masitoh, 2013).

Pengembangan Pasar Tradisional

Ada beberapa wisata yang bernilai tradisional dan hanya berada di waktu tertentu. Pasar adalah salah satu wisata belanja tradisional, meskipun nama pasar terdengar sangat tradisional (Utama dan Martina, 2013). Pengembangan pasar tradisional dilakukan dengan melakukan revitalisasi sarana dan prasarana fisik, peningkatan kualitas barang dagangan dan pemberdayaan pelaku pasar (Dewi dan Winarni, 2014).

Pengembangan pasar dilakukan dengan meningkatkan kualitas pasar tradisional dan barang yang dijual di pasar tradisional. Kualitas pasar tradisional dari segi fisik saat ini mutlak harus dilakukan guna menarik masyarakat untuk berkunjung ke pasar. Kebersihan dan keindahan pasar perlu ditingkatkan untuk menarik pembeli dan memberi kenyamanan berbelanja sehingga pasar menjadi lebih ramai dan pendapatan pedagang bisa meningkat (Utama dan Martina, 2013).

Pariwisata dan Pengembangan Pasar Tradisional

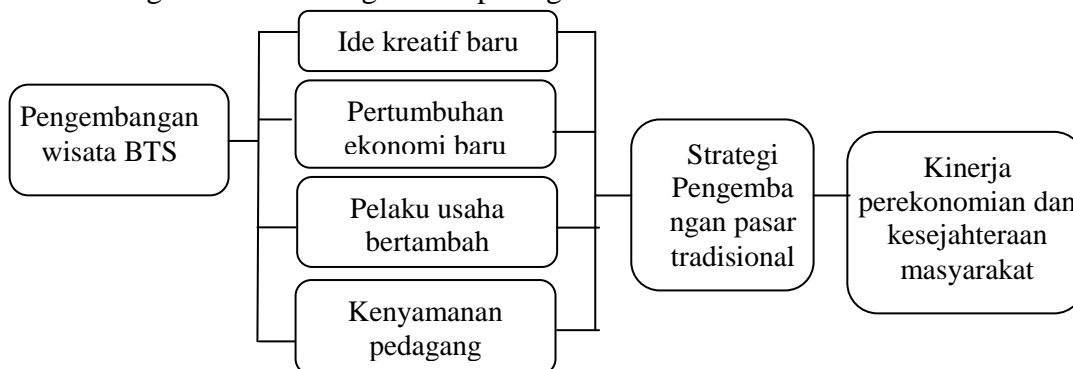
Pengembangan pariwisata berpengaruh terhadap lingkungan masyarakat sekitar. Kegiatan pariwisata dapat menyerap atau menyediakan lapangan kerja baik secara sektoral maupun secara menyeluruh bagi daerah pariwisata. Dengan semakin berkembangnya pariwisata di suatu daerah, maka hal itu sejalan bertambahnya lapangan kerja di daerah tersebut maupun akses menuju daerah wisata. Oleh karena itu pengembangan pasar-pasar tradisional yang kebetulan sebagai akses jalan menuju obyek wisata harus diselaraskan guna menangkap peluang sebagai dampak yang ditimbulkan oleh obyek wisata.

Dalam pemanfaatan peluang dari dampak yang ditimbulkan obyek wisata, umumnya pengusaha lokal cenderung menggunakan pendekatan pemasaran langsung, sebagai contoh manakala ada wisatawan datang, terutama wisatawan asing maka menawarkan seperti jasa penginapan, transportasi, jasa *tour guiding* atau memandu wisata terhadap para wisatawan. Hal ini juga merangsang ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan, sehingga secara tidak langsung dapat meningkatkan daya saing wilayah setempat

METODE

Penelitian ini, penulis merancang menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan metode survei yang dilakukan di pasar tradisional Tumpang dengan maksud untuk menggali suatu fenomena atau menggambarkan kondisi yang ada (Hiariey, 2013). Pengamatan pada penelitian kualitatif menekankan pada perilaku sesuatu kejadian atau keadaan lingkungan sosial bukan ekonomi, jadi tidak hanya sebatas pada orang-orangnya (Leksono, 2013), sehingga bukan banyaknya responden yang menjadi ukuran melainkan kualitas sumber informasi (Puhantoro, 2010).

Ada beberapa tahap yang penelitian lakukan mulai dari studi literatur, pengumpulan data, analisis studi kasus, serta perumusan daya tarik para wisatawan dalam menciptakan lapangan kerja, merangsang ide kreatif, jumlah pelaku usaha, pedagang pasar, serta keberlanjutan usaha masyarakat di pasar tradisional (Sunyoto, 2017), melalui kerangka berfikir sebagaimana pada gambar berikut.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penelitian

Pengumpulan data baik data primer maupun data sekunder, penulis datang langsung ke lokasi penelitian untuk mendapatkan informasi secara langsung (Irianto, 2011), melalui wawancara dan kuesioner yang berhubungan data kegiatan pasar, fasilitas fisik, situasi dan motivasi wisatawan pada pasar tradisional. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif yaitu semula menyajikan fakta secara sistematis mengenai keberadaan pasar tradisional. Setelah melakukan analisis, maka dapat diinterpretasikan apa saja yang menjadi faktor dalam pengembangan pasar tradisional.

PEMBAHASAN

Analisis Faktor Internal dan Eksternal Pada Pengembangan Pasar Tradisional

Pertama mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan keberadaan pasar tradisional dalam menghadapi persaingan sebagai faktor lingkungan internal. Ada beberapa faktor yang termasuk lingkungan internal pada pasar tradisional antara lain:

a. Pedagang

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, rata-rata tingkat pendidikan pedagang adalah berpendidikan DS, SLTP dan SLTA. Ada pendapat melakukan perdagangan atau sebagai dagang tidak harus berpendidikan tinggi yang penting punya modal, bisa baca tulis hitung atau bisa menghitung uang. Namun berdasarkan pengamatan penulis pedagang yang tingkat pendidikan rendah kebanyakan cenderung berganti-ganti jenis dagangan, hal ini mengindikasikan semakin rendah pendidikan, dalam manajemen pengelolaan usaha juga semakin banyak kendala yang mereka hadapi sehingga tidak konsisten dengan usahanya. Selain itu juga daya kreatifitas masih rendah, begitu juga dalam pemanfaatan teknologi dalam menunjang penjualan dagangannya. Keberadaan pasar tradisional tumpang juga bisa menyerap tenaga kerja setidaknya bisa menampung 1 sampai 2 orang pekerja yang membantu pedagang/pemilik usaha.

b. Pemodal

Dalam kegiatan operasional usaha pedagang kebanyakan berasal dari pendapatan hasil usaha dengan kata lain hanya melakukan penjualan sesuai dengan besarnya modal yang dia miliki. Namun demikian masih ada beberapa pedagang yang masih

menggunakan jasa pinjaman bank konvensional/seseorang dengan bunga diluar kewajaran/tinggi.

c. Kualitas Barang Dagangan

Barang yang didagangkan mempunyai kualitas yang bisa bersaing, misal pada jenis kain/pakaian, model, motif pakaian mengikuti trend, sedangkan kualitas pada sayur-mayur bisa dilihat dari kesegaran/fress dari sayur yang didagangkan, mengingat pasar tradisional Tumpang dekat dengan daerah pertanian.

d. Supply Barang Dagangan

Kodisi geografi Kecamatan Tumpang yang merupakan daerah agraris pertanian dan perkebunan, maka ketersediaan sayur sayuran sangat melimpah, tidak menjadi kendala, sehingga supply bahan dari hasil pertanian bisa dijamin.

e. Variasi jenis Dagangan

Barang dagangan yang beraneka ragam dan mengikuti tren memungkinkan bisa menarik minat pembeli/komsumen, mereka mempunyai kesempatan untuk memilih sesuai dengan selera dan rasa kepuasan konsumen bisa dipenuhi. Perlu diketahui bahwa pasar tradisional Tumpang terdapat barang dagangan basah dan kering. Barang kering seperti barbagai macan pakaian mulai untuk anak-anak sampai dewasa dengan variasi jenis / model mulai yang bermerk sampai yang tidak. Namun sampai saat pengamatan ini berlangsung masih belum ada barang dagangan khas yang dapat mencirikan asal daerah setempat.

f. Harga Barang Dagangan

Harga barang yang di dagangkan di pasar Tumpang cukup bersaing, menurut pengamatan penulis tingkat harga barang-barang dagangan yang dijual di pasar Tumpang termasuk murah meriah terutama terkait bahan pokok kebutuhan rumah tangga, hal ini mengingat keberadaan pasar ini dekat dengan sumber hasil pertanian.

g. Lokasi Pasar

Lokasi pasar tradisional tumpang sangat strategis, lokasi yang bersebelahan atau dekat dengan terminal angkutan umum antar kota kecamatan, sehingga sarana transportasi sangat mudah. Selain itu juga sebagai tempat transit para wisatawan yang dari arah Malang menuju wisata Bromo Tengger Semeru. Sedangkan luasan lokasi usaha, para pedagang menempati kios ukuran antara 2m x 3m sampai dengan 2m x 6m. Dengan ukuran tersebut pedagang masih merasa kurang tapi hal itu bisa memaklumi dan bersyukur karena kios yang ditempati selama ini tidak beli mereka gratis dari pemerintah daerah dan tinggal menempati saja.

Adapun yang termasuk lingkungan eksternal yang menimbulkan peluang dan ancaman dalam pengembangan pasar tradisional Tumpang antara lain.

a. Tingkat Persaingan Pedagang

Jumlah pedagang di pasar Tumpang tercatat sebanyak 853 pedagang pasar dan sebanyak 572 PKL dilingkungan pasar. Jumlah pedagang yang cukup banyak akan mendorong persaingan yang semakin tajam sehingga bagaimanapun juga akan berpengaruh pada tingkat penjualan pedagang.

b. Tingkat Pertumbuhan penduduk

Tingkat pertumbuhan penduduk yang tinggi akan berdampak pada jumlah pengunjung yang cenderung meningkat dan secara tidak langsung berpengaruh pada kinerja perekonomian masyarakat terutama disekitar pasar.

c. Luas pasar

Pasar merupakan sebagai sarana pertemuan untuk saling berinteraksi antara penjual dan pembeli. Oleh karena itu luas pasar berpengaruh terhadap kapasitas dan aktivitas

yang ada di dalam pasar. Pasar tradisional tumpang menempati tanah seluas 1,3 Ha dan menampung 853 pedagang pasar dan setelah selesai pembangunan nantinya sekitar 572 PKL yang ada dilingkungan pasar akan ditampung kedalam pasar sehingga lingkungan diluar pasar bersih dari PKL.

d. Kebijakan pemerintah

Pemerintah daerah telah memberikan perhatian besar pada pasar tradisional Tumpang. Saat ini sedang dalam tahap pembangunan dengan konsep pasar tradisional semi modern. Pemerintah daerah telah mengalokasikan sekitar 5 miliar setiap tahun sejak tahun 2011 dan sekarang sudah mencapai 70% pembangunan. Dengan konsep pasar tradisional yang bersih dan dilengkapi dengan rest area akan memungkinkan keberadaan pasar ini menjadi maju, apalagi didukung dengan semakin bertambahnya calon wisatawan Bromo Tengger Semeru dari arah Malang yang transit di wilayah kajian.

e. Pertumbuhan Ekonomi

Pertumbuhan ekonomi nasional tahun 2017 rata-rata 5,01% sedang di Jawa Timur rata-rata 5,03% atau lebih tinggi dari pertumbuhan ekonomi nasional, yang secara tidak langsung juga berpengaruh akan meningkatkannya daya beli masyarakat dan akan memberikan peluang pada para pedagang untuk lebih sejahtera.

Berdasarkan hasil identifikasi lingkungan internal dan eksternal diatas dapat di simpulkan beberapa faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pengembangan pasar tradisional sebagai berikut:

a. Kekuatan

- 1) Lokasi pasar yang strategis
- 2) Ketersediaan ragam varian dan macam dagangan
- 3) Kualitas barang dagangan bersaing
- 4) Lokasi dekat wilayah pertanian
- 5) Suplpy dagangan dari hasil pertanian melimpah
- 6) Sebagai tempat transit wisatawan Bromo Tengger Semeru
- 7) Sarana transportasi mudah

b. Kelemahan

- 1) Kemampuan manajemen usaha pedagang masih rendah
- 2) Pemanfaatan teknologi dalam pemasaran belum ada
- 3) Luas tempat usaha terbatas
- 4) Belum ada barang dagangan yang menjadi kekhasan
- 5) Daya kreativitas pedagang masih rendah
- 6) Masih adanya pedagang yang memakai jasa bank konvensional dengan bunga yang diluar kewajaran

c. Peluang

- 1) Pertumbuhan penduduk yang meningkat
- 2) Peluang usaha yang luas
- 3) Dukungan pemerintah terhadap pasar tradisional
- 4) Kemajuan teknologi informasi
- 5) Kondisi ekonomi

d. Ancaman

- 1) Persaingan pedagang
- 2) Kebijakan pemerintah terhadap pasar modern
- 3) Masih adanya bank konvensional yang dimanfaatkan para pedagang

Matrik SWOT Keberadaan Pasar Tradisional

Analisis matrik SWOT berikut digunakan untuk menghasilkan alternatif strategi dalam pengembangan pasar, dengan mengkawinkan antar faktor untuk mendapatkan gambaran peluang, ancaman kekuatan dan kelemahan yang ada pada pasar tradisional Tumpang.

Tabel 1
Matrik SWOT Pengembangan Pasar Tradisional

Faktor Internal Faktor Eksternal	Kekuatan: 1. Lokasi pasar yang strategis 2. Ketersediaan ragam varian dan macam dagangan 3. Kualitas barang dagangan yang bersaing 4. Lokasi dekat wilayah pertanian 5. Supply dagangan dari hasil pertanian melimpah 6. Sebagai tempat transit wisatawan Bromo Tengger Semeru 7. Sarana transportasi mudah	Kelemahan: 1. Kemampuan manajemen usaha pedagang masih rendah 2. Pemanfaatan teknologi dalam pemasaran belum ada 3. Luas tempat usaha terbatas 4. Belum ada barang dagangan yang menjadi kekhasan 5. Daya kreativitas pedagang masih rendah 6. Masih adanya pedagang yang memakai jasa rentenir
Peluang: 1. Pertumbuhan penduduk yang meningkat 2. Peluang usaha yang luas 3. Dukungan pemerintah terhadap pasar tradisional 4. Kemajuan teknologi informasi 5. Kondisi ekonomi 6. Minat wisatawan meningkat	Strategi S-O 1. Menjadikan pasar tradisional semi modern yang bersih dan ramah lingkungan 2. Perlu adanya fasilitas penerangan dalam pasar agar dapat beroperasi sampai malam hari. 3. Mengoptimalkan peran koperasi pedagang dalam pemasaran melalui teknologi informasi.	Strategi W-O Perlu adanya kelompok dagang untuk menjual barang yang menjadi khas daerah setempat, souvenir oleh-oleh bagi wisatawan
Ancaman: 1. Persaingan pedagang 2. Kebijakan pemerintah terhadap pasar modern 3. Masih adanya bank rentenir	Strategi S-T Memperkuat koperasi pedagang	Strategi W-T Menumbuhkan daya kreatifitas pedagang

Berdasarkan matrik SWOT diatas didapatkan beberapa strategi alternatif, yaitu:

a. Strategi S-O (*Strenghts-Opportunity*)

Strategi ini merupakan strategi yang menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang. Strategi yang dihasilkan adalah pertama menjadikan pasar tradisional semi modern yang bersih dan ramah lingkungan, untuk meningkatkan minat seseorang untuk berkunjung ke dalam pasar. Strategi ini dengan menggunakan kekuatan yang ada yaitu letak pasar yang strategis dan sekaligus sebagai tempat transit wisatawan dengan memanfaatkan peluang dari pertumbuhan penduduk yang meningkat serta dukungan pemerintah daerah terhadap pembangunan pasar saat ini.

Kedua perlu dipertimbangkannya adanya penerangan di dalam pasar saat malam hari. Hal ini mengingat letak pasar yang setrategis, kelengkapan dari barang dagangan, calon wisatawan serta sarana transportasi yang mudah sebagai kekuatan untuk memanfaatkan peluang dari dukungan pemerintah dan pertumbuhan ekonomi yang baik selama ini.

Ketiga mengoptimalkan peran koperasi pedagang dalam pemasaran melalui teknologi informasi. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, proses penjualan barang bisa dilakukan dengan mudah menggunakan internet. Hal ini bisa dimanfaatkan dengan memaksimalkan peran koperasi pedagang yang telah dibentuk.

b. Strategi W-O (*Weakness-Opportunity*)

Strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang. Strategi yang dihasilkan adalah perlu adanya pendampingan kelompok dagang untuk menjual barang dagangan khas yang mencirikan daerah setempat, souvenir dan oleh-oleh bagi wisatawan. Strategi ini dilakukan mengingat jumlah wisatawan setiap tahun selalu mengalami peningkatan, sementara usaha kreatif pedagang untuk menangkap peluang tersebut masih kurang.

c. Strategi S-T (*Strengths-Threats*)

Strategi alternatif yang bisa dihasilkan adalah perlu memperkuat koperasi pedagang, strategi ini hasilkan mengingat lokasi pasar yang strategis, kualitas barang dagangan yang sudah bisa bersaing, tempat transit wisatawan, Sarana transportasi mudah, namun disisi lain masih adanya sejumlah pedagang yang menggunakan modal usaha pinjaman dari bank konvensional/seorang penyedia jasa dengan bunga yang diluar kewajaran. Untuk mengantisipasi ancaman tersebut maka perlu diperkuat koperasi pedagang guna mewadahi sejumlah pedagang yang mengalami kesulitan terkait pemodalannya.

d. Strategi W-T (*Weakness-Threats*)

Pada strategi ini berupaya meminimalkan kelemahan dan menghindari berbagai ancaman. Strategi yang dapat dihasilkan adalah menumbuhkan daya kreatifitas pedagang, dengan melihat banyaknya kelemahan dan ancaman yang dialami seperti manajemen usaha yang masih rendah, pemanfaata teknologi yang belum dilakukan, belum adanya barang dagangan khas yang mencirikan daerah dan lain sebagainya yang menjadi alasan mengapa memilih strategi ini.

Prospek Pengembangan Pasar Tradisional

Prospek merupakan gambaran keberlangsungan di masa yang akan datang. Berdasarkan hasil pengamatan dan analisis yang dilakukan, penulis dapat menggambarkan akan keberlangsungan yang cerah pada keberadaan pasar tradisional Tumpang. Segingga prospek pengembangan pasar tradisional Tumpang sangat baik. Hasil perumusan strategi sebagaimana dalam matrik SWOT pada tabel 1 sebagian sudah sejalan dengan program pengembangan yang telah dilakukam pemerintah.

Pengembangan dengan menjadikan pasar tradisional menjadi pasar tradisional semi modern adalah merupakan pengembangan yang tepat untuk kondisi saat ini dan kedepan. Dengan semakin menjamurnya pasar modern dapat membuat banyak pedagang tradisional yang ketakutan akan menurunnya daya beli masyarakat. Memang tidak bisa dipungkiri semakin banyak pilihan tentu masyarakat akan melakukan aktivitas belanja untuk kebutuhan sehari-hari cenderung mencari yang aman dan nyaman hal ini bisa jadi karena kecenderungan orang yang semakin sibuk dengan urusannya, semakin sedikit waktu luang, sehingga cenderung untuk mencari yang praktis. Masyarakat cenderung memilih di pasar medern karena merasa lebih aman, nyaman,

bersih. Oleh karena itu dengan konsep pasar tradisional yang dibuat bersih dan ramah lingkungan akan menarik minat kembali masyarakat untuk berkunjung di pasar tradisional.

Pasar tradisional mempunyai keunikan sendiri yang tidak ada pada pasar modern. Penjual dan pembeli bisa berinteraksi tawar menawar sehingga disitulah ada kepuasan tersendiri. Selain itu dengan konsep pasar tradisional semi modern ini juga bisa dijadikan sebagai tempat sarana refreking bagi masyarakat, apalagi di pasar tradisional ini dilengkapi dengan sarana rest area akan menambah rasa nyaman bagi pengunjung.

Selain itu koperasi pedagang pasar tradisional Tumpang juga sudah terbentuk. Keberadaan koperasi ini sebenarnya bisa dimaksimalkan perannya, tidak hanya sebagai simpan pinjam saja tetapi bisa sebagai sarana untuk membantu anggota dalam pemasaran barang dagangan, misal dengan pemanfaatan teknologi informasi. Penguatan koperasi perlu dilakukan supaya bisa memperkuat pemodalan anggota terutama bagi yang masih terkendala dengan pemodalan dalam pengembangan usaha. Jika keberadaan koperasi sudah bisa mengakomodir kebutuhan anggota secara tidak langsung juga akan bisa mempersempit gerak bagi bank konvensional/perorangan yang selama ini biasa memberlakukan bunga yang tidak wajar.

Oleh karena itu untuk memperkuat program pengembangan pasar tradisional yang sudah dilakukan dan menjamin keberlangsungan ekonomi masyarakat kedepan, ada beberapa hal yang bisa dipertimbangkan, yaitu (1) perlu adanya fasilitas penerangan dalam pasar agar kegiatan ekonomi maksimal dapat beroperasi sampai malam hari. (2) perlu pendampingan atau motivasi menumbuhkan daya kreatifitas pada sekelompok dagang untuk menjual barang yang dapat mencirikan atau menjadi khas daerah setempat, souvenir oleh-oleh bagi wisatawan dan lain sebagainya.

KESIMPULAN

Pengembangan pasar tradisional Tumpang dengan menjadikan pasar tradisional menjadi pasar tradisional semi modern, mempunyai prospek kedepan yang sangat baik. Pada saat ini jumlah pasar tradisional di kabupaten Malang ada 34 pasar, dari sejumlah tersebut, pasar tradisional Tumpang termasuk salah satu dari 7 pasar yang kategori kelas A dan nomor ke dua dari dua pasar kelas utama setelah pasar Lawang. Dengan penataan yang baik, bersih ramah lingkungan dan dilengkapi dengan fasilitas rest area, kedepan akan memberikan dampak nyata terhadap perekonomian masyarakat Tumpang. Dan diharapkan pasar tersebut juga bisa menarik minat pengunjung sebagai sarana refreking. Selain itu ada 572 PKL disekitar pasar saat ini kedepan semua masuk kedalam pasar menempati lantai dua dan diluar pasar bersih bebas PKL, sehingga bisa menjadi tempat wisata kuliner. Masyarakat juga semakin sadar bahwa para wisatawan yang transit di wilayah kajian merupakan tamu yang wajib dihormati, dilayani dengan baik supaya betah, puas dan kembali lagi dengan membawa sanak keluarga saudara temannya. Sebaliknya dengan semakin banyak tamu yang berkunjung akan berdampak pada kesejahteraan dengan menawarkan jasa kepada wisatawan. Masyarakat memanfaatkan peluang dengan mengoptimalkan sumberdaya yang ada, baik dalam pemanfaatan fasilitas umum maupun pribadi mulai toilet umum, parkir, becak, ojek dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

Devi, R. 2006. *Model Pelayanan Prima (Strategi Ketahanan Pasar Tradisional)*. Seminar Perencanaan Pasar Tradisional Menghadapi Tekanan Hypermarket di Perkotaan. FT UNS

- Dewi, U. Winarni. 2014. *Pengembangan Pasar Tradisional Menghadapi Gempuran Pasar Modern Di Kota Yogyakarta*. Proseding Simposium Nasional ASIAN III. Universitas 17 Agustus 1945 Semarang
- Hiariey, S.L. 2013. *Dampak Pariwisata Terhadap Pendapatan Dan Tingkat Kesejahteraan Pelaku Usaha Di Kawasan Wisata Pantai Natsepa, Pulau Ambon*. Jurnal Organisasi dan Manajemen, Volume 9 Nomor 1, Universitas Terbuka
- Irianto. 2011. *Dampak Pariwisata terhadap Kehidupan Sosial dan Ekonomi Masyarakat di Gili Trawangan Kecamatan Pemenang Kabupaten lombok Utara*. Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan Vol. 7 No. 3
- Leksono, Sonny. 2013. *Penelitian Ilmu Ekonomi Kualitatif Dari Metodologi ke Metode*. Raja Grafindo Persada PT. Jakarta
- Masitoh, Al Eis. 2013. *Upaya Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional: Studi Revitalisasi Pasar Piyungan Bantul*, Jurnal PMI Vol. X. No. 2, AIFIS
- Purhantoro, Wahyu. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. Yogyakarta. Graha Ilmu
- Sunyoto, 2017. *Pengaruh Pengembangan Wisata Bromo Terhadap Kinerja Perekonomian Masyarakat Tumpang*. Prosiding Seminar Nasional dan Gelar Produk. Universitas Muhammadiyah Malang
- Utama, B.I dan Martina, S. 2013. *Studi Deskriptif Daya Tarik Wisata Gasibu Sebagai Wisata Tradisional*. Jurnal Khasanah Ilmu Vol. IV No. 1, LPPM BSI Yogyakarta