

KEBIJAKAN PENGEMBANGAN PEDAGANG PASAR CIGOMBONG KOTA JAYAPURA

Akhmad Kadir¹, Lodewijk Luis Wanggai², Anwar Saragi³

Jurusan Antropologi FISIP Universitas Cenderawasih, Jayapura

ABSTRACT

Alamat korespondensi:

Jurusan Antropologi FISIP
Uncen, Kampus UNCEN-
Waena, Jl. Kamp. Wolker
Waena, Jayapura Papua.
99358. Email:

1. akhmaduncen@gmail.com
Koresponden author

Manuskrip:

Diterima: 11 November 2023

Disetujui: 31 Januari 2024

The aim of the community empowerment program which is related to the policy of developing the Cigombong traditional market as a traditional market in Jayapura City, is to increase the competitiveness of traditional Papuan people's traditional trade in Jayapura City. Traditional Markets, to encourage traditional markets to be able to compete and be competitive with modern shopping centers and shops requires professional management and empowerment of traditional markets. It is hoped that the results of the service will create an orderly, safe, clean and healthy traditional market. In another aspect, it can increase sales results, and traditional markets can act as a driving force for the regional economy.

Keywords: *Jayapura City; traditional market; Cigombong*

PENDAHULUAN

Bila kita mengunjungi pasar-pasar tradisional di Papua, tampaklah bahwa roda ekonomi pasar tidak lagi menjadi dominasi kaum pendatang dari luar Papua. Akan tetapi juga terdapat banyak orang-orang Papua ikut berjualan di Pasar. Masuknya penduduk asli Papua di pasar dapat kita maknai secara positif sebagai pembuka bagi berlangsungnya pembangunan sosial-ekonomi dan kebudayaan. Pasar tradisional dapat dilihat sebagai transformasi sosial ekonomi yang paling nyata terutama di Kota Jayapura, sekaligus untuk melihat kontestasi antar etnis pada skala menengah dan kecil. Menurut Akhmad (2005), pengaruh kaum migran dari luar Papua sangat terasa dalam dinamika kehidupan ekonomi pasar di Kota Jayapura.

Keberadaan pasar-pasar tradisional dapat kita maknai secara positif sebagai pembuka bagi berlangsungnya pembangunan sosial-ekonomi dan kebudayaan. Masyarakat tidak menafikan bahwa kehadiran kaum pendatang membawa perubahan yang nyata, sekaligus menjadi pesaing yang kemungkinan akan memarginalkan dalam meraih peluang ekonomi pasar dan sektor jasa lainnya. Pertemuan tersebut telah melahirkan reproduksi perdagangan. Orang Papua yang dari asalnya sebagai pemburu,

meramu, peladang, sekarang menjadi pedagang kecil di pasar tradisional. Dengan cara ini orang Papua telah merespon perubahan-perubahan yang terjadi di sekeliling mereka.

Pasar tradisional merupakan basis ekonomi rakyat yang memiliki potensi besar dan mampu menggerakkan roda perekonomian rakyat, memberikan pelayanan kepada masyarakat luas dari berbagai kalangan. Pasar tradisional terus berkembang dengan pesat namun pola dan strategi penjualan bertahan dengan pola yang lama. Walaupun ada perubahan, namun perubahan tersebut berjalan dengan lambat; berbeda dengan perkembangan pasar modern yang terus berkembang dengan pelayanan dan fasilitas yang lebih baik. Walaupun demikian pasar tradisional hingga saat ini tetap mampu bertahan sebagai salah satu pilar perekonomian sebagaimana disebutkan bahwa fungsi dan peran pasar tradisional tercermin dalam berbagai hal di antaranya sebagai indikator nasional terkait pergerakan tingkat kestabilan harga kebutuhan sembilan bahan pokok (Magdina dkk., 2012).

Masyarakat umum mengenal pasar tradisional dengan kondisi yang kotor, semrawut, jorok dan minim fasilitas seperti tempat parkir yang terbatas, tempat sampah dan fasilitas umum lainnya. Kondisi pasar tradisional yang demikian membuat sebagian masyarakat memilih

berbelanja di pasar modern, seperti: mal, supermarket, hypermarket, minimarket, dan sejenisnya (Brata, 2016; Poesoro, 2007).

Munculnya pasar modern (minimarket) memberikan dampak positif maupun negatif bagi masyarakat. Hal ini memunculkan persaingan bagi pasar tradisional maupun toko kebutuhan sehari-hari (kelontong) hal ini terjadi karena karena fasilitas, kenyamanan maupun pelayanan dari minimarket yang lebih baik sehingga membuat konsumen lebih memilih ritel modern tersebut. Kondisi ini jelas dapat mematikan keberadaan pasar dan warung tradisional yang jumlahnya lebih besar dan menyangkut hajat hidup masyarakat yang lebih luas. Penurunan omset yang didapat penjual pasar tradisional akan berkurang jauh lebih sedikit dibandingkan dengan sebelum munculnya minimarket di sekitar mereka.

Akhir-akhir ini, fenomena revitalisasi pasar tradisional menjadi salah satu agenda pembangunan di setiap kota dengan tujuan agar pedagang tradisional tidak semakin terpinggirkan, dan perannya tidak tergantikan dengan pedagang yang lebih modern sehingga eksistensi pasar tradisional tetap terjaga.

Revitalisasi pasar tradisional dapat dilakukan dengan menata dan membenahi pasar tradisional, dimana kelemahan-kelemahan pada pasar tradisional yang menyebabkan penurunan daya saing pasar tradisional sendiri harus segera dibenahi. Pasar tradisional harus maju bersamaan dengan tuntutan dan kebutuhan masyarakat.

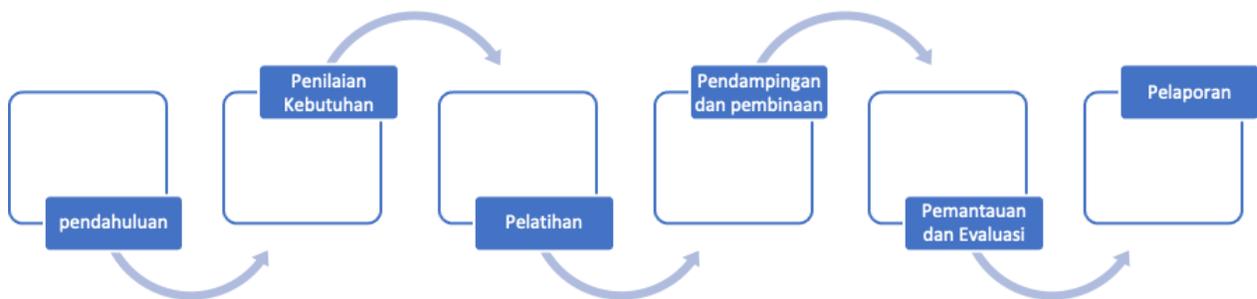
Adapun kebijakan-kebijakan yang dapat dilaksanakan oleh pemerintah dalam rangka merevitalisasi pasar tradisional. Dimana mampu merubah wajah pasar tradisional agar bisa lebih

higienis, lebih nyaman dan lebih teratur. Pembenahan pasar tradisional ini hendaknya mengedepankan kepentingan para pedagangnya dan konsumen. Diperlukan koordinasi dan kerjasama yang erat antar semua pihak agar tidak terjadi kerancuan dalam menyikapi kebijakan-kebijakan yang telah dikeluarkan (Restu & Paramita, 2010).

Seiring dengan perkembangan jaman, teknologi dan pola hidup masyarakat pun semakin cepat berubah dan kebutuhan akan proses dan prosedur transaksi yang cepat, tuntutan higienitas yang semakin tinggi, variasi permintaan akan kualitas dan kuantitas barang/jasa yang semakin meningkat serta hal-hal implikatif lainnya yang sering cepat berubah telah menyebabkan pergeseran pola prosedur dan wadah transaksi antara produsen atau distributor dengan konsumen. Mengacu pada hal tersebut perlu dilakukan revitalisasi dan pengembangan pasar tradisional agar tidak tertinggal dalam perkembangan jaman.

Salah satu pasar tradisional di Kota Jayapura adalah pasar Cigombong. Pasar Cigombong menjadi pasar tradisional utama yang berkembang sejak 2 dekade yang lalu. Perkembangan pasar ini karena didukung oleh infrastruktur yang memadai, berada di deretan perkotaan.

Pasar Cigombong Kotaraja merupakan pasar tradisional yang terletak dekat pemukiman masyarakat maupun akses jalan yang baik sehingga mudah dijangkau. Pasar Cigombong menyediakan berbagai kebutuhan sehari-hari, sebagian besar dagangan yang tersedia merupakan produk masyarakat lokal seperti ikan asar, makanan ringan (kue) yang merupakan panganan tradisional sehingga seringkali pasar



Gambar 1. Alur pelaksanaan kegiatan

ini menjadi tujuan dalam pemerolehan kebutuhan khusus baik untuk dikonsumsi maupun sebagai oleh-oleh seperti ikan asar, hal ini menjadikan pasar ini menjadi pasar tradisional yang mempunyai ikon tersendiri. Aspek tradisional ini bisa terus dikembangkan dan akan menjadi daya tarik dengan menyesuaikan penataan pasar tradisional dan mengembangkannya menjadi lebih baik dan menarik. Perlu dilakukan kajian terkait potensi pasar dengan menghimpun sejumlah informasi yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan pasar, tradisional Cigombong ke depan, melakukan analisis prospek dan arah pengembangan pasar serta mengkaji hubungan pengembangan tersebut dengan kemajuan perekonomian masyarakat dan pertumbuhan perekonomian di Pasar Tradisional Cigombong di Abepura Kota Jayapura.

Adapun tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan daya saing pedagang tradisional orang asli Papua, terutama dalam kegiatan ekonomi pasar.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pelaksanaan pengabdian pada masyarakat ini dilaksanakan pada masyarakat sasaran pedagang tradisional di Pasar Cigombong Kotaraja, Jayapura (Gambar 1). Guna mencapai tujuan yang hendak dicapai, maka tahapan dalam pelaksanaan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

1. Pendahuluan. Pelaksanaan kegiatan ini diawali dengan penjelasan umum yang dilakukan oleh fasilitator mengenai pentingnya peningkatan daya saing dalam melakukan aktivitas perdagangan tradisional seperti di pasar tradisional Cigombong. Pada tahap ini kelompok sasaran pemberdayaan diajak berdiskusi kaitannya dengan permasalahan-permasalahan yang tengah dihadapi dengan tujuan memperoleh solusi ataupun jalan keluar dari permasalahan yang terkait dengan pengelolaan pasar tradisional. Diskusi atau dialog interaktif penting untuk dilakukan dengan tujuan mendapatkan informasi yang nantinya dapat melahirkan solusi dalam menjawab permasalahan-permasalahan tertentu. Diskusi antara fasilitator dan kelompok sasaran yaitu pedagang tradisional diharapkan dapat ditemukan solusi untuk

2. Peningkatan daya saing pedagang tradisional di Pasar Cigombong, Kotaraja, Jayapura.
2. Penilaian kebutuhan. Pada tahapan pelaksanaan analisis kebutuhan, fasilitator memberikan pemahaman mengenai berbagai kebutuhan dalam pengelolaan pasar tradisional. Penilaian kebutuhan melibatkan kelompok binaan secara aktif. Dalam hal penilaian kebutuhan harus diidentifikasi sejauh mana peran mitra dalam memenuhi kebutuhan tersebut.
3. Pelatihan. Pada bagian pelaksanaan, mitra sasaran diberi pelatihan tentang cara-cara pengelolaan pasar tradisional mulai dari pengelolaan tempat penjualan, pemasaran, dan penegelolaan modal usaha.
4. Pendampingan dan pembinaan. Berbagai program pemberdayaan pada masyarakat asli (*indigenous peoples*) Papua terutama di wilayah perkotaan mengalami kegagalan karena tidak dilakukan pendampingan secara berkelanjutan. Dalam hal ini, pengabdian pada masyarakat, mutlak dilakukan pendampingan dan pembinaan secara berkelanjutan.
5. Pemantauan dan Evaluasi. Dalam hal pemantau dan evaluasi merupakan penilaian apakah program yang dilakukan berhasil atau gagal.



Gambar 1. Tempat kegiatan Pengabdian

HASIL DAN PEMBAHASAN

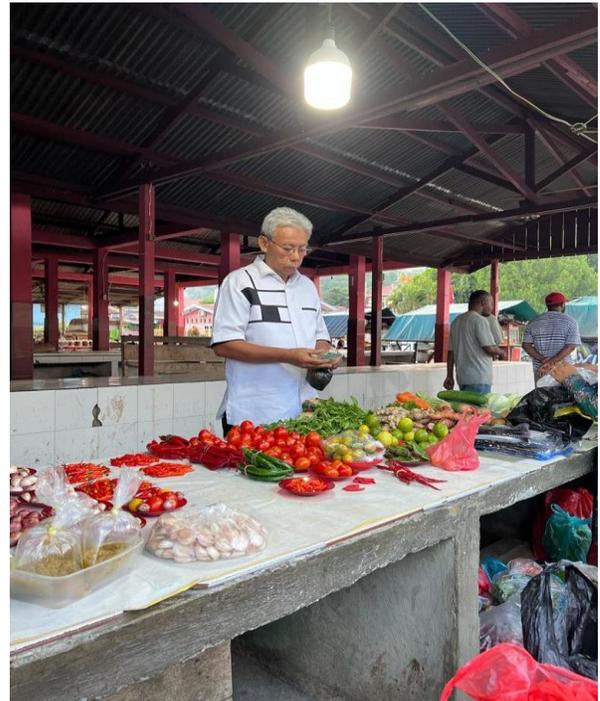
Pengabdian ini menekankan pada kebijakan pengelolaan pasar tradisional Cigombong di Kota Jayapura. Pasar ini adalah sebuah pasar tradisional yang dibangun oleh pemerintah Kota Jayapura untuk dijadikan

tempat berjualan bagi pedagang-pedagang di Kota Jayapura. Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli yang ditandai dengan transaksi secara langsung.

Sementara, pada aspek kebijakan pengembangan dan revitalisasi pasar tradisional sebagaimana diatur dalam Perpres No.112 Tahun 2007) adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar. Peraturan ini mempertimbangkan bahwa dengan semakin berkembangnya usaha perdagangan eceran dalam skala kecil dan menengah, usaha perdagangan eceran modern dalam skala besar, maka pasar tradisional perlu diberdayakan agar dapat tumbuh dan berkembang serasi, saling memerlukan, saling memperkuat serta saling menguntungkan.

Permendagri No 20 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional, untuk mendorong pasar tradisional mampu berkompetisi dan berdaya saing dengan pusat perbelanjaan dan toko modern diperlukan pengelolaan dan pemberdayaan pasar tradisional secara profesional. Dalam hal ini yang dimaksud adalah pengelolaan pasar tradisional adalah penataan pasar tradisional yang meliputi perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian pasar tradisional, pemberdayaan pasar tradisional adalah segala upaya pemerintah daerah dalam melindungi keberadaan pasar tradisional agar mampu berkembang lebih baik untuk dapat bersaing dengan pusat perbelanjaan dan toko modern. Tujuan pengelolaan dan pemberdayaan pasar tradisional meliputi: Menciptakan pasar tradisional yang tertib, teratur, aman, bersih dan sehat; Meningkatkan pelayanan kepada masyarakat; Menjadikan pasar tradisional sebagai penggerak roda perekonomian daerah; dan Menciptakan pasar tradisional yang berdaya saing dengan pusat perbelanjaan dan toko modern. Ruang lingkup pengaturan dalam Peraturan Menteri ini meliputi pengelolaan dan pemberdayaan pasar tradisional yang dimiliki, dibangun dan/atau dikelola oleh Pemerintah Daerah. Kemudian dijelaskan dalam Dalam PERPRES No.112 Th.2007 dan

PERMENDAGRI No.70 Th.2013 bahwa pasar tradisional adalah pasar yang "Pasar Tradisional" adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.



Gambar 2. Suasana kegiatan pengabdian

Untuk kaitan ini, revitalisasi pasar dapat dilakukan dengan menyusun sistem pengelolaan pasar yang baik. Pandangan yang selama ini berkembang adalah sebagai tempat melakukan transaksi, diganti dengan pemahaman bahwa pasar merupakan tempat berinteraksi sosial. Di samping itu, pasar tradisional mempunyai karakter humanis sehingga mampu membangun kedekatan dan hubungan "kekeluargaan" antara pedagang dengan pembeli (Aliyah, 2017).

Pasar dalam perspektif antropologi menurut Gerke (Alexander, 1999), adalah suatu sistem sosial, penekanannya pada penggambaran tipe-tipe pedagang, karier mereka dan lembaga-lembaga sosial yang menyalurkan mereka ke jaringan rumit melalui hubungan-

hubungan sosial. Variabel-variabelnya adalah tipe-tipe pedagang–pengecer, pedagang besar, pedagang perantara dihubungkan oleh hubungan yang melembaga secara simultan bersifat ekonomi dan sosial. Bersifat ekonomi karena mereka menghubungkan pasokan-pasokan barang dan uang; bersifat sosial karena mereka menghubungkan anggota keluarga, pelanggan dan klien atau para anggota kelompok yang sama. Terkait dengan pasar sebagai tempat perdagangan, Alexander (1999) menggunakan tiga konsep yang dianalisis secara berbeda yaitu "dagang", "pedagang", dan "perdagangan". Konsep dagang menempatkan pasar sebagai suatu sistem tukar menukar barang dan sirkulasi barang dagangan. Konsep pedagang menggambarkan tipe pedagang dan lembaga-lembaga sosial yang menyalurkan mereka ke hubungan sosial yang rumit. Sedangkan perdagangan diartikan sebagai suatu aliran informasi yang terstruktur berdasarkan budaya.

KESIMPULAN

Kehadiran pasar-pasar tradisional di Kota Jayapura, dapat kita maknai bahwa telah terjadi perubahan sosial ekonomi pada masyarakat perkotaan Jayapura. Pasar tradisional merupakan bagian integral dari masyarakat dan kehidupan sehari-hari di banyak kota di Indonesia, termasuk Jayapura. Pasar-pasar ini bukan hanya tempat pertukaran barang dan jasa, tetapi juga adalah pusat-pusat kehidupan sosial dan budaya, tempat komunitas lokal berkumpul, berinteraksi. Pasar tradisional menawarkan kelebihan yang tidak dimiliki mall modern yaitu sistem negosiasi yang mengekspresikan keakraban antara penjual dan pembeli. Pasar tradisional memiliki komunikasi yang tidak ditemukan di mall modern. Sistem tawar-menawar dalam transaksi jual beli di pasar tradisional menciptakan hubungan tertentu antara penjual dan pembeli.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Program Pascasarjana Universitas Cenderawasih yang telah memberi dukungan finansial pada pelaksanaan kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad, 2005. *Amber dan Komin, Studi Perubahan Ekonomi di Papua*, Yogyakarta, Bigraf Publishing.
- Alexander, J. 1999. *Wanita Pengusaha di Pasar-Pasar Jawa. Etnisitas, Gender, dan Semangat Kewirausahaan dalam Budaya Pasar*. Jakarta: LP3ES.
- Aliyah, I. 2017. Pemahaman konseptual pasar tradisional di perkotaan. *Cakra Wisata, Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 18(2), 1-16.
- Brata, I.B. 2016. Pasar Tradisional di Tengah Arus Budaya Global, *Jurnal Ilmu Manajemen Mahasaraswati*. <https://media.neliti.com/media/publications/102449-ID-pasar-tradisional-di-tengah-arus-budaya>.
- Magdina, T.M., Nasution, M.A., & Thamrin, H. 2018. Evaluasi Kebijakan Revitalisasi dalam Pengelolaan Pasar Tradisional oleh Perusahaan Daerah Pasar Kota Medan, *Anthropos: Jurnal Antropologi Sosial dan Budaya*, 4(1), 45–52.
- Permendagri No 20 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan Dan Pemberdayaan Pasar Tradisional.
- Poesoro, A. 2007. *Pasar Tradisional di Era Persaingan Global*, Jakarta: Semeru.
- Restu, D., & Paramita, N. 2010. Revitalisasi Pasar Tradisional di Indonesia. *Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik*, 2(1), 313–336.