

ISSN : 2085-8183

JURNAL STUDI SOSIAL

Jurnal Studi Sosial	Th. 5	No. 1	Hal 1-68	Malang Mei 2013	ISSN 2085-8183
---------------------	-------	-------	----------	--------------------	-------------------

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M)
Universitas Negeri Malang
Jalan Semarang No.5 Malang, 65145, Telp./fax. (0341) 580311
Laman : lp2m.um.ac.id, E-mail : info@lp2m.um.ac.id

JURNAL STUDI SOSIAL
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN
KEPADA MASYARAKAT (LP2M)
UNIVERSITAS NEGERI MALANG
Tahun 5, Nomor 1, Mei 2013
ISSN: 2085-8183

Terbit dua kali setahun (Mei dan Nopember): ISSN 2085-8183 berisi tulisan ilmiah berupa kajian konseptual dan hasil-hasil penelitian bidang sosial dan humaniora

Ketua Penyunting
Ahmad Munjin Nasih

Wakil Ketua Penyunting
Siti Nurrochmah

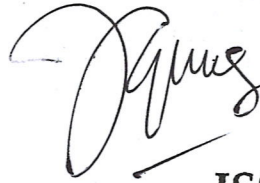
Penyunting Pelaksana
Margono
Maryaeni
Yazid Basthomi
Hariyono
Fattah Hanurawan
Nur Chasanah

Pelaksana Tata Usaha
Aminarti S. Wahyuni
Wahyudi Setiawan
Rahadi
Suwadi
Lilik Nuryanti
Yusniawati

Alamat Penyunting dan Tata Usaha JURNAL STUDI SOSIAL: Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang 5 Malang 65145, Gedung H4. Telepon: (0341) 551312, Pesawat 484. Faks (0341) 580311. E-mail: info@lp2m.um.ac.id.

Jurnal ini diterbitkan di bawah pembinaan Tim Pengembang Jurnal dan Berkala Universitas Negeri Malang: **Pembina**, Suparno, **Pengarah**: Hendyat Soetopo, **Penanggung Jawab Bidang Akademik**: Toto Nusantara, **Penanggung Jawab Bidang Administrasi**: Gatot Isnani, **Ketua**: Ali Saukah, **Anggota**: Suhadi Ibnu, Guntur Waseso, Amat Mukhadis, Margono, Effendy, Imam Agus Basuki, Aminarti S Wahyuni, **Pembantu Teknis**: Wahyudi Setiawan, Rahadi, Suwadi, **Pelaksana Administrasi**: Subandi, Arif Wicaksono, Lilik Nuryanti, Listiani

Dicetak oleh:
Percetakan UM Press
Isi di luar tanggung jawab percetakan



ISSN: 2085-8183

JURNAL STUDI SOSIAL

Tahun 5, Nomor 1, Mei 2013, hlm. 1-68

DAFTAR ISI

- Anik Dwiastuti
Nunung Nurjanah
Suparti* Upaya Menciptakan Wirausaha Baru dari Kalangan Ibu-Ibu Rumah Tangga dengan Model Pendampingan dan Konsultasi Bisnis, 1-6
- Abu Amar Bustomi* Jati Diri Mahasiswa (Kajian Sosiofilosofis Pendidikan Tinggi yang Memanusiakan Mahasiswa), 7-14
- Musthofa Kamal* Kajian Jender Dalam Sastra Muslim Kontemporer Hubungan antara Lingkungan Sosial Pengarang-Karya-Pembaca, 15-22
- Dewa Agung Gede Agung
Abdul Syukur Ibrahim* Wisata Niaga Tradisional di Malang Raya, 23-29
- Wasis, Pribadi,
Tony Sudianto* Pola Budaya dan Kinerja Manajemen Organisasi Subak (Studi Kasus pada Subak Jati Luwih), 30-35
- Ahmad Munjin Nasih
Joko Sayono* Pluralisme Agama Dalam Sorotan Elit Agama Islam di Malang Raya, 36-44
- Ali Mas'ud* Kerja Sama Orang Tua dan Guru Solusi Mengatasi Kenakalan Remaja, 45-51
- Anggaunita Kiranantika* Ledakan Urbanisasi dan Motif Urbanis dalam Tinjauan Sosiologis, 52-56
- Nur Hadi* Perilaku Adat Efektif Petani Sayur Tengger pada Lahan Miring di Kantong Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (BTS), 57-68

Wisata Niaga Tradisional Di Malang Raya

Dewa Agung Gede Agung
Abdul Syukur Ibrahim

Jurusan Sejarah, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Malang
Jurusan Sastra Indonesia, Fakultas Sastra, Universitas Negeri Malang
gede_agung2207@yahoo.com

Abstrak: Malang sebagai kota kedua terbesar di Jawa Timur memiliki potensi besar untuk dijadikan daerah tujuan wisata. Lokasi Malang yang strategis, dilihat dari sudut pandang geografis, demografis, sosilogis, dan ekonomis merupakan faktor penting bagi Malang untuk eksis di bidang pariwisata. Dukungan aneka ragam kekayaan alam, latar sejarah, seni budaya, dan keadaan masyarakat yang plural merupakan faktor penunjang daya tarik para wisatawan baik wisatawan domestik maupun manca negara. Diantara potensi pariwisata Malang yang layak dikembangkan adalah pasar-pasar tradisional yang bernilai sejarah dengan aneka barang yang dijual.

Kata kunci: wisata niaga, tradisional, Malang Raya

Abstract: Malang as the second biggest city in East Java has a great potential to become a tourism destination. The strategic location of Malang, it can be seen from the point of geographic view, demographic, sociologist, and economically is an important factor for Malang to exist in the field of tourism. The support of natural variety resources, historical background, cultural arts, and the state of a pluralistic society is a supporting attraction factor for tourists both domestic and foreign travelers. Among the potential for tourism development is available Malang traditional markets which have a historical value with the various goods sold.

Key words: *commercetourism, traditional, Malang Raya*

Menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia (1996: 1628) wisata berarti bepergian kemana-mana untuk bersenang-senang (melihat-lihat atau menikmati keindahan alam dsb.) atau untuk mempelajari sesuatu guna menambah pengetahuan. Sedangkan niaga (1999: 942) berarti kegiatan jual-beli untuk mendapatkan keuntungan. Dari definisi tersebut terdapat benang merah yang harus ditarik yaitu mengupayakan suatu tempat sedemikian rupa sehingga berfungsi untuk prose jual beli dan tempat untuk bersenang-senang. Menurut Macintos (dalam Yoeti, 1996: 85-86) setidaknya ada empat faktor pendorong seseorang mengadakan perjalanan wisata yaitu: (1) Physical Motivations. Motivasi ini berhubungan erat dengan hasrat untuk mengembalikan kondisi fisik, beristirahat, santai, berolah raga, atau pemeliharaan kesehatan agar kegairahan bekerja timbul kembali. (2) Cultural Motivations. Motivasi ini erat hubungannya dengan keinginan pribadi seseorang untuk melakukan perjalanan wisata agar dapat melihat dan mengetahui negara

lain mulia dari keberadaan penduduknya, tata cara hidupnya serta adat-istiadatnya yang mereka lakukan. (3) Interpersonal Motivations. Motivasi interpersonal banyak berkaitan dengan keinginan seseorang untuk mengunjungi sanak keluarga, kawan-kawan, atau ingin menghindarkan diri dari lingkungan kerja, ingin mencari teman-teman baru dan lain-lain. Secara singkat motivasi ini erat hubungannya dengan keinginan untuk melarikan diri dari kesibukan rutin sehari-hari. (4) Status dan Prestige Motivations. Motivasi ini jelas untuk memperlihatkan siapa dia, kedudukannya, status dalam masyarakat tertentu demi prestise pribadi dan emosionalnya.

Faktor-faktor yang menjadi motivasi orang berwisata sebagaimana disampaikan oleh Macintos di atas tampaknya belum menyentuh kebutuhan sebagian masyarakat modern yang cenderung mengkaitkan wisata dengan unsur niaga. Dalam berwisata masyarakat modern tidak hanya ingin memuaskan diri dengan menikmati keindahan

alam, tetapi juga memuaskan diri dengan berbelanja. Karenanya, trend memadukan wisata dengan unsur niaga belakangan ini menjadi tema yang diminati oleh banyak pemerintah daerah dalam rangka mengembangkan potensi wisata di wilayahnya. Salah satunya adalah Kab. Malang yang terkenal kaya dengan keindahan alamnya.

Secara konstitusi upaya pemerintah daerah mengembangkan daerahnya secara umum dan pariwisata secara khusus, sejalan dengan semangat UU tentang otonomi daerah. Keberadaan UU tentang otonomi daerah pada satu sisi memberikan peluang kepada daerah untuk berkreasi dalam mengembangkan daerahnya, namun pada sisi yang lain hal ini menjadi tantangan tersendiri dari pihak Pemda. Kreatifitas dan terobosan baru, khususnya dalam upaya mengembangkan industri pariwisata menjadi mutlak harus dilakukan (Yoeti, 1996: 120). Apalagi dengan sistem kepegawaian daerah yang sangat strukturalis, mengakibatkan kreativitas aparatur pemerintah menjadi sulit berkembang.

Apabila pihak Pemda serius dalam mengembangkan pariwisata daerah, maka hal itu setidaknya bisa memberikan empat keuntungan: (1) meningkatkan pendapatan devisa daerah baik pemerintah maupun masyarakat, (2) perluasan kesempatan serta lapangan kerja dan mendorong kegiatan industri-industri masyarakat, (3) memperkenalkan dan mendayagunakan keindahan alam dan potensi lainnya suatu daerah serta, dan (4) meningkatkan rasa persaudaraan baik di tingkat regional, nasional maupun internasional.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan masuk pada jenis penelitian eksploratif. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. *Pertama*, observasi. Peneliti mengadakan pengamatan langsung di lokasi dengan melihat transaksi yang ada secara intensif pada peristiwa yang sedang berlangsung. Dengan cara ini data yang diperoleh adalah data faktual dan aktual. Berdasarkan pengamatan awal peneliti (pra-penelitian) hari efektif, hari libur dan Minggu mempengaruhi jumlah pengunjung yang datang. Karena itu peneliti dalam mengadakan observasi tetap mempertimbangkan hari-hari tersebut untuk mengetahui strategi apa yang dilakukan.

Kedua, wawancara. Peneliti melakukan wawancara (*interview*) dengan para pedagang dan pengunjung

di lokasi wisata. Ini dilakukan untuk mendapatkan informasi yang cukup mengenai pandangan para pihak yang terlibat dalam dunia pariwisata. *Ketiga*, dokumentasi. Peneliti melakukan pelacakan terhadap sumber-sumber tertulis yang memberikan informasi tentang objek penelitian. Setelah itu peneliti melakukan analisa dokumenter terhadap data-data yang ditemukan. Tidak lupa peneliti juga melakukan pengambilan gambar pada objek-objek wisata, termasuk gambar bagaimana transaksi jual beli yang terjadi di sana.

Selanjutnya, setelah seluruh data telah terhimpun, peneliti kemudian menganalisis dengan analisis deskriptif.

HASIL

Pasar Oro-Oro Dowo



Gambar 1. Pasar Oro-Oro dowo

Pasar Oro-Oro Dowo berlokasi di Jalan Guntur, termasuk wilayah kelurahan Oro-Oro Dowo Kecamatan Klojen, Kota Malang. Berdasarkan *Malang Stuies* <<http://malang.endonesa.net>> diketahui bahwa Pasar Oro-Oro Dowo didirikan tahun 1934. Suatu kisah yang menarik disampaikan oleh kepala pasar bahwa suatu saat pernah ada orang Belanda yang datang di pasar Oro-Oro Dowo dengan anak-anaknya menceritakan maksud kedatangannya yaitu untuk bernostalgia karena pasar tersebut tempat mereka berbelanja kebutuhan sehari-hari pada waktu berada di Malang. Hal itu juga disampaikan kepada semua anak-anaknya dan kepala pasar bahwa tempat ini merupakan pasar yang lengkap dan sudah diminati oleh masyarakat Malang di samping Pasar Besar (Pecinan).

Memperhatikan bentuk bangunannya, pasar Oro-Oro Dowo masuk dalam kriteria bangunan

peninggalan Belanda yaitu dengan tumpang berbentuk benteng yang berfungsi sebagai tempat untuk mengawasi segala aktivitas di pasar. Bentuk semacam ini sudah ada sejak jaman Belanda, dan ini peninggalan yang masih ada dan belum berubah dan tata letak atau denah pasar yang ada di dalamnya. Pasar Oro-Oro Dowo menjadi saksi sejarah yang menunjukkan bahwa di tempat ini sudah menjadi aktivitas perekonomian yang penting sejak masa Belanda, ini berarti di daerah ini ada sejak masa Belanda.

Tentang kebersihan jangan diragukan lagi. Di samping ditata sedemikian rupa sesuai dengan jenis barang dagangan, Pasar Oro-Oro Dowo dilengkapi dengan mesin pengolah sisa-sisa sampah pasar menjadi kompos (*Composing*). Sampah yang ada tidak dibuang begitu saja, tetapi di proses dengan mesin khusus sehingga menjadi pupuk yang berguna bagi tanaman.

Pasar Klojen



Gambar 2. Pasar Klojen

Lokasi pasar Klojen terletak di Jalan Cokro Aminoto, yang berada di wilayah Kelurahan Klojen, Kecamatan Klojen, Kota Malang. Kawasan Pasar Klojen merupakan wilayah yang menggunakan nama-nama pahlawan sebagai nama jalan, seperti Patimura, Kartini dan sebagainya. Nama Cokroaminoto adalah nama seorang pendiri Sarekat Islam tahun 1912. Beliau berasal dari Surabaya yang banyak jasanya dalam masa Pergerakan Indonesia melawan kekuasaan Belanda melalui perjuangan yang sudah terorganisir.

Berdasarkan *Malang Stuies* <<http://malang.endonesa.net>> dinyatakan bahwa Pasar Klojen berdiri tahun 1919. Ini artinya, bahwa pasar Klojen masuk pada kriteria pasar kuno yang perlu dijaga kelestariannya. Berdasarkan pengamatan peneliti, terutama bentuk

bangunannya pasar ini masuk dalam peninggalan bangunan Indis. Hal ini sangat nampak dari bangunan ruko yang membentengi pasar Klojen. Ruko-ruko ini dengan struktur benteng, ketebalan dinding (tembok) layaknya bangunan Indis (dua kali lipat ketebalan tembok rumah sekarang). Sebagai pasar tradisional, di tempat ini disediakan berbagai kebutuhan hidup (sembako) baik bagi masyarakat sekitar maupun masyarakat Kota Malang pada umumnya.

Pasar ini sangat mudah diakses melalui angkutan umum baik dari terminal Arjosari, maupun terminal Gadang. Karena itu dipersimpangan pasar Klojen selalu dilalui oleh angkutan kota seperti ABG (Arjosari – Borobudur- Gadang), AMG (Arjosari – Madyopuro – Gadang), AT (Arjosari – Tidar), MM (Madyopuro – Mergan), ADL (Arjosari – Dinoyo – Landungsari), dan GA (Gadang – Arjosari).

Lokasi pasar Klojen dekat dengan masyarakat sentra produksi tempe yaitu di wilayah Sanan. Lokasi Sanan tersebut lebih kurang 1 km ke arah timur laut pasar, hal ini menyebabkan pasar Klojen menjadi tujuan utama pemasaran tempe produksi Sanan. Malang memang terkenal dengan produk tempe yang enak dan gurih. Tempe khas Malang, terasa berbeda dengan tempe produk kota-kota lainnya di Indonesia. Hal ini dimungkinkan karena kandungan air dalam udara Malang yang berbeda dengan kota-kota lain di Indonesia.

Di pasar Klojen ini dijumpai beragam produk tempe dengan segala variasinya. Mulai dari tempe setengah matang yang dikemas dalam plastik sebagai oleh-oleh ke luar kota, kripik tempe yang sangat gurih, sampai pada tempe mentah yang langsung dapat dimasak.

Pasar Kebalen



Gambar 3. Pasar Kebalen

Pasar Kebalen berlokasi di jalan Zaenal Zakse, masuk wilayah Kelurahan Kota Lama, Kecamatan Kedung Kandang. Jalan Zaenal Zakse adalah batas

dari dua wilayah yaitu di sebelah utara jalan, sudah masuk wilayah Kecamatan Blimbing, sedangkan sebelah selatannya masuk wilayah Kecamatan Kedung Kandang. Berdasarkan *Malang Studies* <<http://malang.endonesa.net>> dinyatakan bahwa Pasar Kebalen berdiri tahun 1934.

Lokasi Pasar Kebalen sangat mudah dijangkau, karena dekat dengan jalan poros yaitu Jalan Gatot Subroto yang dilalui oleh banyak angkutan kota, bahkan juga menjadi jalan utama bus jurusan Malang – Blitar – Tulungagung dan Trenggalek. Angkutan kota yang melewati pasar ini adalah AMG, ABG, MT, AJG dan MK. Yang menarik dari pasar tradisonoal ini adalah jam bukannya. Pasar ini dibuka mulai dini hari sampai dengan sore hari.

Pasar ini terbagi menjadi dua lokasi yaitu di dalam pasar, dalam bentuk kios yang permanen, sedangkan di luar pasar yaitu di pinggir jalan bersifat semi permanen. Pada prinsipnya kedua lokasi ini menawarkan jenis barang yang sama yaitu dari kebutuhan sandang, pangan sampai kebutuhan sekolah atau alat-alat kantor. Begitu juga dengan harga-harga barang, kualitas tidak ada perbedaan, hanya tipe para pedagangnya yang berbeda, yaitu di dalam pasar adalah pedagang tetap dengan tempat yang sudah diatur oleh Dinas Pasar Kota Malang, sedangkan di luar pasar (pinggir jalan) umumnya para pedagang dadakan dan tentu tidak tetap.

Jalan Zakse sebenarnya masuk pada kelas jalan umum, tetapi karena masyarakat yang secara terus menerus menggunakan sebagai prasarana pasar maka terkesan agak *semerawut* karena berfungsi sebagai pasar dan sebagai jalan yang dilalui oleh kendaraan bermotor. Bagi pengunjung tidak perlu khawatir dengan semua itu, karena kalau ingin berbelanja sambil berekreasi, pasar ini hendaknya dikunjungi.

Berbagai jenis ikan segar juga tersedia di pasar ini seperti bandeng, kerang, cumi, udang, tombro, lele dan sebagainya. Lokasi ini nampaknya menjadi salah satu alternatif pasar terdekat bagi kawasan selatan kota Malang yang menghasilkan berbagai ikan laut maupun ikan air tawar. Pantai selatan Kota Malang sebagai sentra penghasil ikan seperti pantai Bale Kambang, pantai Sendang Biru, maupun daerah pantai Tamban.

Pasar Karangploso

Pasar Karang Ploso berlokasi di Jalan Raya Karangploso, Kecamatan Karangploso, Kabupaten Malang. Pasar ini diperkirakan sudah berdiri di sejak 1950-an. Tidaklah sulit untuk menjangkaunya, dari terminal Arjosari lebih kurang 10 km dan dari



Gambar 4. Pasar Karang Ploso

terminal Batu lebih kurang 7 km, sehingga dapat dijangkau dengan angkutan kota seperti BK (Batu – Karangploso), KL (Karagploso – Landungsari). Pasar ini dibuka setiap hari mulai pukul 04.00-17.00. Berbagai kebutuhan rumah tangga tersedia di sini, termasuk berbagai kebutuhan pertanian.

Pasar ini menjadi tempat tujuan bagi penjual dan pembeli daerah sekitarnya seperti desa Giri Purno, Sengkaling bahkan Karang Ploso. Masyarakat di sekitar daerah ini umumnya bermata pencaharian sebagai petani sehingga dapat dikatakan Pasar Karang Ploso sebagai sentra perdagangan hasil pertanian, peternakan maupun perkebunan.

Udara yang sejuk, kental dengan situasi pedesaan sangat menarik untuk dikunjungi dan berbelanja sambil menghilangkan kejenuhan bagi pengunjung yang berasal dari daerah perkotaan. Situasi ini sangat memungkinkan karena lokasi pasar ini tidak jauh dari kota Batu yang tidak asing lagi sebagai kota wisata.

Pasar Batu



Gambar 5. Pasar Batu

Pasar Batu terletak di Jalan Dewi Sartika Kota Batu, masuk wilayah Kelurahan Temas, Kecamatan Batu, Kota Batu. Oleh masyarakat setempat, pasar ini disebut juga dengan Pasar Baru karena baru berdiri sejak tahun 1983, sebagai pengganti pasar lama yang berlokasi di alun-alun. Pasar ini juga masuk kriteria pasar tradisional karena pengunjung, pedagang umumnya dari masyarakat biasa dan barang-barang yang diperjualbelikan adalah jenis kebutuhan pokok baik itu sandang maupun pangan.

Untuk menjangkau pasar ini tidaklah sulit, bisa menggunakan bus atau angkutan kota. Diantara angkutan yang melintasi pasar ini adalah BTL (Batu - Tolongrejo - Landungsari), BL (Batu - Landungsari), BK (Batu - Karangploso), B JL (Batu - Junrejo - Landungsari).

Kota Batu sudah terkenal sebagai kota wisata karena udaranya yang sejuk. Lokasinya yang berada di dataran tinggi dengan hawa yang sejuk memungkinkan banyak tumbuh berbagai jenis tanaman, baik sayur-mayur, buah-buahan dan berbagai jenis tanaman hias. Di Pasar Batu beragam tanaman ini sangat mudah didapatkan dengan harga yang terjangkau.

Secara umum ketika wisatawan mengunjungi kota Batu yang terlintas dalam benak mereka adalah Bonggoriti, Seleкта, Cangar dan beberapa tempat wisata favorit lainnya. Masyarakat bisa jadi lupa atau setidaknya belum menyadari bahwa ada obyek wisata yang tidak kalah menariknya, yakni pasar Batu. Sambil berwisata tidak salahnya pengunjung singgah di pasar ini. Di sini mereka akan dimanjakan dengan berbagai jenis hasil bumi dan produk-produk khas Kota Batu yang berkualitas dengan harga yang terjangkau. Hal ini sudah pasti berbeda dengan produk-produk yang dijajakan di lokasi-lokasi wisata. Bisa dipastikan harganya lebih mahal bila dibanding dengan yang ada di pasar Batu.

Khusus untuk sayur mayur dan buah-buahan, perlu diketahui harga murah yang ditawarkan dapat terjadi karena penjual buah atau sayuran maupun ubi-ubian ini adalah mereka sebagai penghasil di tanah pertanian atau perkebunan masing-masing. Mereka yang memproduksi dan mereka juga yang menjual.

PEMBAHASAN

Pasar tradisional di Malang Raya yang menjadi objek penelitian adalah (1) Pasar Oro-Oro Dowo, (2) Pasar Klojen, (3) Pasar Kebalen, (4) Pasar Karangploso, dan (5) Pasar Batu. Lima pasar tersebut memenuhi

syarat sebagai pasar tradisional karena dilihat dari latar belakang berdirinya, dimungkinkan ada sejak jaman Belanda. Letaknya yang strategis memungkinkan terjadinya akumulasi pertemuan antar pedagang dan pembeli dalam skala yang besar.

Pertimbangan lain sebagai pasar tradisional adalah, dilihat dari barang-barang yang diperjualbelikan yaitu pada umumnya adalah produksi masyarakat baik berasal dari masyarakat sekitar lingkungan pasar maupun di luar lingkungan pasar. Dan barang-barang dagangannya umumnya berkaitan langsung dengan kepentingan masyarakat sehari-hari. Begitu juga dengan harga yang ditawarkan dari setiap jenis barang dapat dikatakan sangat terjangkau, bahkan diperbolehkan dengan transaksi tawar menawar. Tentu hal semacam ini tidak akan terjadi pada pasar-pasar modern dan pasar swalayan.

Pasar tradisional adalah pasar rakyat, dari kelima pasar tradisional yang menjadi objek penelitian tersebut pada prinsipnya menawarkan barang-barang keperluan hidup yang sama seperti, sayur mayur, buah-buahan, sembako, berbagai jenis daging, ikan dan sebagainya. Setiap pasar mempunyai keunikan sendiri-sendiri. Seperti Pasar Oro-Oro Dowo, karena pembelinya umumnya dari masyarakat kelas menengah, mereka lebih mengutamakan kualitas sehingga harganya lebih mahal dan hanya di pasar inilah terdapat sistem pengolahan sampah pasar dengan sistem *Composting*. Suatu sistem di mana sampah pasar (terutama sisa dedaunan) diproses menjadi kompos dan dijual lagi kepada masyarakat untuk pupuk tanaman. Tentu ini semua berdampak kepada kebersihan dan ketertiban bahwa Pasar Oro-Oro.

Begitu juga dengan Pasar Klojen, dengan jenis jajanan tradisional masih didapatkan dengan harga yang terjangkau yang tidak terlalu nampak pada pasar-pasar tradisional yang lain. Terdapat bedak khusus untuk menjual jajanan tradisional tersebut sehingga tidak terkesan kotor karena tercampur dengan bedak sayuran dan berbagai jenis ikan dan daging. Begitu juga kalau ingin mendapatkan jenis tempe dan kripik tempe yang enak hanya terdapat di Pasar Klojen, karena penjualnya berasal dari Sanan, sebagai daerah yang terkenal sentra penghasil tempe di Kota Malang.

Pasar Kebalen, lokasinya berdekatan dengan daerah Kedung Kandang sebagai daerah di mana masyarakat pada lokasi ini pada umumnya bermata pencaharian petani, sehingga berbagai jenis sayuran dan buah-buahan relatif lebih murah dibandingkan

dengan Pasar Klojen dan Pasar Oro-Oro Dowo, begitu juga dengan berbagai jenis ikan segar. Semua ini disebabkan para pedagang umumnya juga sebagai penghasil barang-barang tersebut. Kondisi semacam ini hampir sama dengan Pasar Batu dan Pasa Karangploso di mana barang-barang yang diperdagangkan umumnya adalah hasil pertanian. Hal ini dimengerti sebab masyarakat sekitar pasar ini bermata pencaharian sebagai petani.

Mengenai transportasi tidak ada masalah yang mendasar, semua dapat terjangkau dengan berbagai jenis angkutan antar kota, antar sub terminal dalam kota karena sudah dilalui oleh berbagai jenis angkutan. Bahkan seperti Pasar Batu persis di depannya terdapat terminal Batu yang menjadi tempat pemberhentian setiap angkutan kota dari Malang ke Kediri maupun Jombang, begitu juga sebaliknya.

Suatu keistimewaan yang terdapat di Pasar Karangploso, bahwa masih terdapat angkutan andong yang ditarik oleh kuda yang dianggap sangat praktis dan efektif. Penggunaan ini dengan beberapa pertimbangan yaitu, ongkos lebih murah, mampu memuat barang belanjaan lebih banyak, dapat menjangkau daerah-daerah terpencil yang tidak dilalui oleh angkutan kota. Begitu juga di pasar ini ditemui berbagai bentuk *capil* (topi) petani dengan bentuk yang sangat unik.

Berbagai kelebihan dan kekurangan tentu terdapat di setiap pasar ini. Karena itu perlu dipikirkan ke depan adalah prospek pengembangannya, khususnya aspek kebersihan sehingga tidak terkesan bahwa pasar rakyat adalah selalu kumuh. Memperbanyak mesin-mesin pengolah sampah sehingga sampah pasar tidak hanya dibuang di sekitar pasar yang menyebabkan bau busuk lebih-lebih pada musim hujan.

Selain faktor kebersihan, yang tidak kalah penting adalah faktor penataan pasar tradisional. Dengan semakin menjamurnya pusat perbelanjaan modern, posisi pasar tradisional bisa saja terancam keberadaannya. Harian Kompas (Mei 2006) melaporkan para bahwa pedagang pasar tradisional di Malang mengeluhkan menjamurnya perbelanjaan modern yang tumbuh seakan tanpa kontrol dari pemerintah. Dalam laporannya Kompas menulis "Pertokoan mulai menjamur di Kota Malang, pasar tradisional mulai sepi akibat berkurangnya pembeli. Pembeli mulai memilih pertokoan seperti mall, Alfamart, Indomart dan sebagainya yang lebih bergengsi, nyaman dan mudah".

Apa yang disampaikan oleh Kompas, juga disampaikan oleh pedagang buah-buahan di Pasar

Kebalen bernama Warni (40), dalam penuturannya ia mengatakan "pembeli di sini tidak lagi seperti tahun-tahun lalu, pasar tidak ramai. Dulu pasar menjadi tempat utama pembeli kebutuhan, sekarang lebih banyak ke toko-toko dekat rumahnya saja". Keluhan warga masyarakat yang bertumpu pasar tradisional sebagai tulang punggung kehidupan perlu diperhatikan oleh pemerintah daerah, sehingga menjadi dasar dalam mengambil kebijakan terutama terkait dengan pendirian pasar-pasar modern.

Pengembangan sektor wisata yang dimiliki oleh setiap kota di Indonesia sangat penting, hal ini sangat terkait dengan pemberdayaan potensi wilayah yang ada. Potensi yang dimaksud dapat berupa potensi alam, sosial-budaya, religi maupun ekonomi. Kalau ini tergarap dengan baik dan terpublikasikan dengan benar akan memberikan dampak akan peningkatan kesejahteraan masyarakatnya. Begitu juga dengan Malang Raya sebagai kota kedua terbesar di Jawa Timur memiliki potensi besar untuk dijadikan daerah tujuan wisata.

Lokasi Malang Raya yang strategis, dilihat dari sudut pandang geografis, demografis dan sosilogis serta aspek ekonomis merupakan faktor penting bagi kota Malang untuk eksis di bidang pariwisata. Dukungan aneka ragam kekayaan alam, latar sejarah seni budaya, dan keadaan masyarakat yang plural merupakan faktor penunjang daya tarik para wisatawan baik, wisatawan domestik maupun wisatawan manca negara.

Potensi-potensi objek wisata yang terdapat di Malang Raya perlu diinventaris dengan cermat dan akurat. Hal ini terkait dengan aspek pilihan objek wisata yang akan ditawarkan kepada para calon wisatawan. Pilihan yang beragam terhadap objek wisata merupakan dambaan para calon wisatawan yang akan berkunjung ke kota Malang. Upaya mengenalkan objek wisata di Malang Raya harus diimbangi oleh bentuk-bentuk kenyamanan yang ditawarkan.

Upaya menjual potensi wisata Malang Raya semestinya diikuti oleh upaya menemukan objek wisata baru. Hal ini untuk mengantisipasi terjadinya kejenuhan-kejenuhan oleh para wisatawan. Upaya menjual objek wisata tidak hanya terbatas pada objek yang sudah ada dan dikenal oleh masyarakat. Lebih dari itu, usaha dan upaya untuk menemukan dan menjadikan objek wisata baru sangat perlu dilakukan. Objek wisata budaya, sejarah dan agro sudah menjadi andalan bagi kota Malang, hal ini sangat didukung oleh peninggalan-peninggalan

arkeologis yang ada dan kondisi alam yang menguntungkan. Ini saja tidak cukup, perlu upaya pengembangan di bidang yang lain, mungkin wisata pendidikan atau wisata niaga.

Upaya pengembangan objek wisata yang telah ada dan upaya pemunculan objek wisata baru Malang Raya merupakan upaya konkrit untuk mendukung program pemerintah kota Malang Raya. Pemerintah Kota Malang Raya telah lama menggalkan semboyan Tribina Kota Malang. Yaitu, Malang sebagai kota pendidikan, kota industri dan kota tujuan wisata. Segala daya upaya yang kreatif dan inovatif untuk mendukung program pemerintah harus terus dilakukan dan dapat dikerucutkan ke arah pemberdayaan potensi ekonomi masyarakat Malang. Hal ini sesuai dengan asas kepariwisataan yaitu; manfaat, kekeluargaan, pemerataan, adil dan merata, keseimbangan, kemandirian, kelestarian, partisipatif, berkelanjutan, demokratis, kesetaraan, kesatuan (Undang-Undang No 10 Tahun 2009).

Pasar tradisional nampaknya perlu dikemas dan dipublikasikan sebagai tempat kunjungan wisata disaat masyarakat banyak disuguhi dengan pasar-pasar modern seperti apakah dalam bentuk minimarket, supermarket dsb. Secara jujur dapat dikatakan banyak keuntungan yang dapat diperoleh dalam pasar tradisional seperti; terjadi interaksi dari semua golongan masyarakat, harga yang sangat kompetitif, jenis barang yang sangat variatif dari sembako sebagai kebutuhan primer sampai barang-barang kebutuhan sekunder. Terdapat proses tawar-menawar antara penjual dan pembeli yang memberikan romantika sendiri, ini terjadi tentu karena rasa kesetaraan yang tidak terdapat dalam pasar-pasar modern. Undang-Undang No,10 Tahun 2009 sudah mengamanatkan semua ini bahwa fungsi kepariwisataan adalah memenuhi kebutuhan rohani, jasmani dan intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan serta meningkatkan pendapatan negara serta mewujudkan kesejahteraan rakyat.

KESIMPULAN

Undang-Undang No.10 Tahun 2009 sudah mengamanatkan berbagai hal yang terkait dengan kegiatan kepariwisataan. Begitu juga dengan Undang-Undang No. 22 Tahun 1999 tentang otonomi daerah. Perpaduan kedua produk perundangan ini dapat dipakai sebagai dasar hukum yang kuat dalam mengembangkan potensi daerah diberbagai sektor, termasuk sektor wisata.

Kepekaan setiap orang apakah itu anggota masyarakat sampai pemangku kebijakan sangat perlu dalam menciptakan sampai pada peningkatan sector wisata di daerah. Anggota masyarakat mencari peluang dan pemangku kebijakan melegitimasi peluang tersebut dalam kebijakan politik ditingkat daerah dalam bentuk peraturan daerah dsb. Dengan demikian akan terjadi sinergi antara masyarakat dengan pemerintah.

Wisata Niaga Tradisional merupakan salah satu contoh yang potensial dikembangkan di Malang Raya. Pasar ini sudah mulai ditinggalkan menyamping semakin menjamurnya pasar-pasar modern. Wisata ini masih menjanjikan daya tarik tersendiri bagi wisatawan baik itu asing maupun domestik.

DAFTAR RUJUKAN

- KOMPAS. "Jawa Timur".Kamis. Mei 2006.
- Kusumayanti, S. 2000. *Metodologi Penelitian Dalam Bidang Kepariwisataan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sedarmayanti. 2005. *Membangun Kebudayaan dan Pariwisata*. Bandung: Mandar Maju.
- Undang-Undang Republik Indonesia No.10 Tahun 2009 Tentang *Kepariwisataan*. Jakarta: Lebaran Negera RI Tahun 2009 Nomor 11.
- Yoeti, O. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- Pemuda Pancasila. 1994. *Sektor Informal Dalam PJPT II*. Jakarta: Dewan Pimpinan Pusat Pemuda Pancasila.
- Malang Stuies <<http://malang.endonesa.net>>, 22 Oktober 2007.