

# Model Pasar Tradisional Urban

Ari Winarno<sup>1</sup> | M Zaini Alif<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Seni Rupa dan Desain (FSRD)  
Institut Seni Budaya Indonesia (ISBI) Bandung  
ariwinisbi@gmail.com<sup>1</sup> | kolecer@gmail.com<sup>2</sup>

## ABSTRACT

*This article discusses an alternative marketplace that is distinct and unique. Most markets facilitate the transaction of primary or secondary needs without heeding either the local cultural potential or educational values for its surrounding society. Thus, buyers and sellers complete the transaction without acquiring either additional values or experiences. This condition occurs in traditional markets at large, modern markets, and even online marketplaces. Qualitative approach and critical analysis applied in processing the data resulted in a market model. The Grimpon market is a design that fuses traditional and urban markets by implementing the management approach of Planning, Organization, Actuating, and Controlling (POAC) and executed through some stages, such as making market organization concept, appointing market organizing committee, writing a proposal of market organization, publication and promotion, sponsor issues, displays, implementation, control, and evaluation of the market.*

**Keywords:** Market model, traditional urban

## ABSTRAK

Tulisan ini membahas keberadaan pasar tempat jual beli alternatif yang memiliki keunikan dan berbeda. Mayoritas pasar merupakan tempat jual beli kebutuhan pokok maupun kebutuhan lainnya sehingga mengabaikan potensi kultural setempat maupun edukasi terhadap masyarakat, sehingga para pembeli maupun penjual bertransaksi tanpa mendapatkan nilai tambah maupun pengalaman yang lain setelah kegiatan itu usai. Kondisi yang seperti ini terjadi di pasar tradisional pada umumnya, pasar modern maupun pasar yang dilaksanakan secara online yang masih eksis hingga kini. Melalui pendekatan kualitatif dan analisa kritis disertai dengan data acuan lapangan pasar yang sudah ada maka dapat diformulasikan sebuah tahapan sebagai model pasar. Adalah pasar Grimpon merupakan rancangan perwujudan menggabungkan antara pasar tradisi dan urban yang dirancang melalui pendekatan manajemen Planning, Organisation, Actuating, dan Controlling (POAC) dan kemudian dieksekusi melalui tahapan: Konsep Penyelenggaraan Pasar, Penentuan Tim Pelaksana Pasar, Penyusunan Proposal penyelenggaraan pasar, Publikasi dan Promosi Pasar, Masalah Sponsor, Penataan/display Pasar, Acara Pelaksanaan, Pengendalian dan Evaluasi Pasar.

**Kata Kunci:** Model Pasar, Tradisional Urban

## PENDAHULUAN

Ketika kita mendengar istilah pasar maka yang terbersit di pikiran kita adalah tempat jual beli, wahana transaksional antara penjual dan pembeli dengan berbagai produk sesuai dengan keinginan baik itu kebutuhan pokok

maupun kebutuhan yang lainnya. Bermula dari pasar tradisional, muncul pula pasar modern dan saat ini berkembang pula pasar dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi komunikasi yaitu pasar online.

Penjelasan secara konsep Pasar menurut

Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah merupakan tempat orang berjual beli. Secara terminologi pasar adalah salah satu dari berbagai sistem, institusi, prosedur, hubungan sosial, dan infrastruktur tempat usaha menjual barang, jasa, dan tenaga kerja untuk orang-orang dengan imbalan uang. Dalam bahasa Latin, pasar dapat ditelusuri melalui akar dari kata "*mercatus*", yang bermakna berdagang atau tempat berdagang. Sebagai pintu awal kita masuk ke dalam paparan pasar ini adalah kita melihat dahulu beberapa pasar yang ada dan secara model dapat dikelompokkan ke dalam beberapa kategori dibawah ini.

### **Pasar tradisional**

Pasar yang muncul paling awal dan bermula sejak masa kerajaan sudah ada. Pasar ini merupakan pusat roda perekonomian masyarakat sekitar dengan dagangan mayoritas hasil dari sekitar dan pembeli dari masyarakat sekitar pula. Pada pasar tradisional memiliki keunikan tersendiri yaitu dengan adanya tawar-menawar dalam jual beli. bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los terbuka kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah-buahan, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian, barang elektronik, jasa, dan lain-lain. Pasar seperti ini masih banyak ditemukan di Indonesia Pada umumnya terletak dekat kawasan perumahan agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar. Beberapa pasar tradisional yang sangat populer di Jawa antara lain adalah Pasar Beringharjo Yogyakarta, Pasar Klewer di Solo, Pasar Johar Semarang.

Penyelenggaraan operasional pasar

merupakan kewenangan pengelola yang diberi kewenangan namun banyak diantaranya Pasar tradisional menggunakan penanggalan hijriyah ataupun penanggalan Jawa sesuai dengan pasaran yang berlaku secara tradisional turun temurun di wilayah tersebut dalam beroperasi ataupun titik ramai penyelenggaraan pasar

### **Pasar Modern**

Pasar modern adalah pasar yang dikelola dengan manajemen modern, umumnya berlokasi di kawasan perkotaan dan sekitarnya, sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen (pada umumnya anggota masyarakat kelas menengah ke atas). Pasar modern antara lain mall, supermarket, *departement store*, *shopping centre*, waralaba, minimarket, swalayan, dan lain sebagainya.

Pasar modern merupakan tempat transaksi jual beli dengan ciri tidak terjadi aktivitas tawar-menawar harga barang, Harga setiap barang sudah tertera pada masing-masing barang dan biasanya diberi *barcode*, Jenis barang yang dijual di pasar ini sangat beragam dan memiliki kualitas yang baik. Pada umumnya pasar ini berada pada suatu bangunan dimana pelayanannya dilakukan oleh pembeli (swalayan).

Kondisi pasar jenis ini umumnya bersih dan nyaman karena dilengkapi dengan *Air Conditioner* dan suasana yang menyenangkan, memiliki tata ruang yang rapih dan terstruktur sehingga memudahkan konsumen menemukan barang yang ingin dibeli, serta minim campur tangan pemerintah. Cara pembayaran produk yang dibeli adalah melalui kasir khusus yang

telah disiapkan masing-masing *took*. Pelayanan di pasar ini umumnya memuaskan para konsumen dengan sarana parkir yang memadai dan suasana yang nyaman.

Penyelenggaraan pasar modern ini di setiap saat jam kerja tergantung manajemen operasionalnya, dimulai jam 08.00 hingga 21.00 malam dan ada juga minimarket dengan pertimbangan tertentu dengan sengaja buka 24 jam dalam melayani konsumennya

### **Pasar online**

Pasar *Online* adalah pasar dimana pembeli memesan lewat aplikasi dan kemudian barang diantar melalui jasa pengiriman paket. Pasar ini makin marak dengan adanya pandemi oleh karena masyarakat melakukan *social distancing* sehingga segala sesuatu banyak diantaranya kebutuhan dapat terpenuhi dengan layanan pasar model ini.

### **Jenis Pasar Menurut Waktu**

Jenis pasar menurut waktu penyelenggaraannya dapat diklasifikasi sebagai berikut:

- a. Pasar harian, yaitu pasar yang mempertemukan penjual dan pembeli pada setiap harinya. Pasar harian yang umumnya menjual berbagai jenis barang kebutuhan pokok, konsumsi, kebutuhan jasa, kebutuhan bahan-bahan mentah, dan kebutuhan produksi.
- b. Pasar mingguan, yaitu pasar yang beroperasi setiap satu minggu sekali. Pasar mingguan biasanya terdapat di daerah pedesaan.
- c. Pasar bulanan, yaitu pasar yang dilakukan sebulan sekali, dan terdapat di daerah-

daerah tertentu. Umumnya, terdapat para pembeli di pasar tersebut yang membeli barang-barang tertentu dan kemudian dijual kembali, contohnya yaitu pasar hewan.

- d. Pasar tahunan, yaitu pasar yang diselenggarakan setiap satu tahun sekali, pada umumnya bersifat nasional serta diperuntukkan untuk promosi terhadap suatu produk baru di kabupaten dan daerah. Contoh: pameran, pekan raya, dan lain sebagainya.
- e. Pasar temporer, yaitu pasar yang diselenggarakan pada waktu tertentu (tidak rutin) tergantung kesiapan penyelenggara. Contoh dari pasar temporer yaitu bazar.

Dari beberapa tipe pasar tersebut pada dasarnya adalah untuk pemenuhan kebutuhan pokok maupun tambahan yang belum mengemas kekuatan budaya daerah/lokal sebagai sandaran pelaksanaan operasionalnya. Berikut pasar dengan tampilan alternatif mengangkat budaya setempat dan mengoptimalkan kekuatan masyarakat setempat untuk menopang penyelenggaraannya.

### **METODE**

Pada paparan tulisan ini bertujuan untuk mengungkap kekayaan budaya masyarakat yang pada dasarnya memiliki kekuatan dan nilai jual dalam pemberdayaan sebuah pasar, dengan menggunakan identifikasi sumber pasar berikut pendekatan kualitatif dan analisa terhadap data yang diperoleh guna mengungkap fakta yang ada di lapangan

Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam pencarian, pengolahan dan pemaparan pasar alternatif adalah sebagai berikut:

1. Penentuan prioritas kerja analisis situasi dan menentukan pokok masalah dan perancangan program kaitannya dengan pasar tradisional yang pengangkat budaya setempat;
2. Mencari data yang diperlukan, seperti halnya eksistensi pasar Papringan di Temanggung Jawa Tengah maupun pasar Talawengkar di Subang Jawa Barat sebagai bandingan dan padanan dasar pengembangan;
3. Diskusi kecil dengan kolega maupun rekan sejawat serta lokasi tempat simulasi model;
4. Merumuskan data yang sudah diperoleh sehingga tercipta model pasar yang sesuai dengan karakter masyarakat urban bernuansa tradisional

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut diuraikan selayang pandang potret pasar Papringan dan pasar Talawengkar;

### Pasar Papringan

Sekilas melihat Pasar Papringan di Jawa Tengah ini merupakan pasar yang digelar di bawah rindangnya rumpun bambu. Hal ini membuat kesan asri dan alami dan menjadikan kita nyaman oleh karena udaranya yang sejuk. Hal ini jugalah yang membuat pasar ini dinamakan Pasar Papringan yang diambil dari kata *'pring'* yang berarti bambu. Di dalam Bahasa Jawa, "papringan" berarti pohon bambu. Pasar ini



**Gambar 1. Pasar Papringan**

( Sumber : <https://www.brilio.net/creator/uniknya-pasar-papringan-temanggung--072395.html> diunduh pada tanggal 11/04/20



**Gambar 2. Koin Bambu**

( Sumber : <https://www.brilio.net/creator/uniknya-pasar-papringan-temanggung--072395.html> diunduh pada tanggal 11/04/20

mulai dibuka awal pada tanggal 10 Januari 2016 di Dusun Kelingan, Desa Caruban, Kecamatan 6 Kandangan, Kabupaten Temanggung, luas lahan pasar sekitar 1 hektar. Ketika dirasakan lahan di sana kurang luas, maka kemudian lokasi Pasar Papringan dipindahkan ke Dusun Ngadiprono, Desa Ngadimulyo Kecamatan Kedu, Kabupaten Temanggung luasnya mencapai 2 hektar.

Pasar Papringan Ngadiprono mulai dioperasikan kembali pada tanggal 14 Mei 2017 Buka mulai pada pukul 06.00 s/d 12.00 WIB. dan beroperasi setiap 35 hari (selapan dino) dua kali Minggu Pon dan Wage, dengan tujuan untuk mengangkat kearifan lokal berupa pasaran Jawa



**Gambar 3. Busana Penjual Menggunakan Baju Lurik**

( Sumber : <https://www.brilio.net/creator/uniknya-pasar-papringan-temanggung--072395html> diunduh pada tanggal 11/04/20)

(pon, wage, kliwon, legi, pahing). agar nama pasaran-pasaran tersebut tidak dilupakan dan akan terus dikenal oleh masyarakat.

Ada beberapa hal menarik dan unik yang dapat kita temukan di pasar ini yang dapat dipaparkan sebagai berikut:

1. Lokasi pasar menyatu dengan alam dengan mengoptimalkan kebun bambu yang ditata sedemikian rupa sehingga menjadikan keunikan tersendiri dalam pelaksanaan sebuah pasar.
2. Sistem pembayarannya dilakukan bukan dengan uang rupiah namun menggunakan koin yang terbuat dari bambu. Oleh karena pembayarannya menggunakan koin yang hanya ada di Pasar Papringan, maka disediakan Bank tempat penukaran uang untuk menukarkan uang rupiah kita dengan uang koin dari bambu. Satu koin bambu setara dengan Rp 2.000. Jika koin bambu kita masih tersisa, koin tersebut tidak bisa ditukarkan lagi dengan uang rupiah. Koin itu juga tetap berlaku untuk transaksi di gelaran Pasar Papringan berikutnya.

3. Hanya buka setiap Minggu Wage dan Minggu Pon. Penyelenggaraan pasar Papringan, hanya buka '*selapan dino ping pindo*' atau Dalam hitungan 35 hari dua kali, yaitu pada hari Minggu Wage dan Minggu Pon. dua kesempatan dalam satu putaran hitungan penanggalan Jawa/hijriyah.
4. Salah satu keunikan pada Pasar Papringan juga terletak pada busana yang dikenakan oleh penjualnya. Mereka memakai baju lurik, Inilah merupakan salah satu kearifan lokal yang tidak ditemui di pasar tradisional yang lain.
5. Aneka produk yang diujakan di pasar Papringan. Suguhan produk lainnya adalah aneka kerajinan dari bambu yang sangat unik dan menarik dengan harga yang cukup murah. Dengan harga kisaran antara 1-15 koin bambu atau mulai Rp 2.000 sampai Rp 30.000. Disamping itu menyediakan juga berbagai jajanan pasar dijual di pasar ini.
6. Selain sajian kerajinan dan makanan, pasar Papringan juga menjual bahan mentah berupa buah-buahan dan sayur-sayuran dengan kondisi yang masih sangat segar karena merupakan hasil pertanian dan perkebunan yang ditanam oleh warga setempat. Berikut daftar produk yang dijual di Pasar Papringan:
  - a. Makanan tradisional: gono jagung, kupat tahu, gudheg, gablog pecel, pepes, sego gono, sego kuning, gorengan, godoghan, lentho, kocomoto, ketan cambah corak, thiwul, kemplang, ndas borok,



langgeng, gemblong, bajingan kimpul, bajingan telo, jenang, combro, srowol, jadah bakar, yangko, rondo kemul, sawut, rujak, soto ayam, lesah, gule ayam, bubur, sego abang, lontong mangut, dan lain-lain.

- b. Minuman tradisional: susu kedele, wedang tape, jajan ndeso, jamu, kopi, dawet ayu, sop buah, wedang jahe dan sebagainya.
  - c. Hasil kebun dan pertanian: sayur mayur, buah, bumbu dapur, dan kopi.
  - d. Hasil ternak: kambing dan kelinci.
7. Berikut disajikan alunan gamelan tradisional yang tentunya menambah kesan tersendiri bagi para pengunjung. Pengunjung bisa berjalan-jalan sambil berwisata kuliner di bawah rindangnya rumpun bambu disertai dengan suasana yang tidak biasa dirasakan pada pasar tradisional yang lainnya.

### Pasar Talawengkar

Pasar Talawengkar berlangsung di sekitar Saung Budaya Kampung Bolang, kampung Bolang, Desa Cibuluh, Kecamatan Tanjungsang, Kabupaten Subang.

Dalam bertransaksi di pasar ini menggunakan mata uang kepingan genting gerabah (Talawengkar). Seperti, layaknya uang rupiah, pada kepingan genting tersebut tertera nilainya mulai 1tl, 2tl, 5tl, dan 20tl, pasar ini disebut "Pasar Talawengkar Bolang". "Pedagang yang ada mengisi di setiap Saung Budaya yang disediakan area khusus bagi warga yang hendak



**Gambar 4. Istri Gubernur Jawa Barat, Atalia Ridwan bersama Hj. Yoyoh Ruhimat belanja menggunakan uang Talawengkar**

( Sumber: <https://www.radarbandung.id/jabar-area/subang/2019/04/29/atalia-belanja-gunakan-talawengkar/> Diunduh tanggal 11/08/20)

berjualan.

Ide awal penggunaan mata uang ini adalah berasal dari tradisi Sunda jaman dulu ketika acara syukuran tujuh bulanan bayi. Ketika itu sang pemilik hajat yang syukuran selalu menyediakan rujak, namun demikian tidak langsung dibagikan. "Bagitamu yang menginginkan rujak tersebut harus menggunakan kepingan genting yang dibikin sendiri. Semakin bulat bentuk gentingnya, semakin banyak dapat rujaknya." Oleh karenanya penggunaan *keping talawengkar* dalam transaksi di pasar ini juga sebagai upaya pengingat dan penyadaran warga akan budaya tersebut disamping itu pula mengingatkan kembali bahwa di daerah ini dahulu pernah terkenal dengan produksi genting, tetapi sekarang sudah tidak ada lagi. Dan dengan adanya pasar ini maka membangkitkan kembali produksi gerabah untuk membuat koin mata uang.

Pelaksanaan buka pasar Talawengkar dilaksanakan pada tiap tujuh bulan sekali dan selama jeda waktu tujuh bulan tersebut diadakan pelatihan penggerakkan ekonomi masyarakat setempat yang produk hilirisasi nantinya yang dijual di pasar tersebut. Produk



**Gambar 5. Pelatihan Penggerakkan Ekonomi Masyarakat Setempat**

( Sumber: <https://www.kemenkopmk.go.id/kampung-bolang-cermin-budaya-sunda> diunduh pada tanggal 11/08/20)

yang diujakan berupa aneka kuliner setempat, dan kerajinan hasil pengembangan pelatihan.

Peraduan penyelenggaraan pasar jual beli barang dengan diiringi pertunjukan serta permainan tradisional rakyat sebagai perwujudan edukasi bagi masyarakat.

### Model Pasar Alternatif

Melalui ulasan dua pasar tersebut di atas maka dapat dijelaskan sebagai berikut; Bahwa Pasar Papringan dan Talawengkar sebagai dasar padanan memiliki beberapa keunikan dan kekhasan yang menjadikannya berbeda dengan pasar yang sudah ada pada umumnya. Keunikan tersebut adalah sebagai berikut

1. Menggunakan lokasi yang tidak biasa dipergunakan sebagai Pasar. Pada Pasar Papringan menggunakan kebun *pring* sebagai tempat kegiatannya adapun di pasar Talawengkar adalah di ladang persawahan. Suasana menyatu dengan alam sekitar merupakan keunikan tersendiri.
2. Sama-sama menggunakan mata uang alternatif yang ini juga menjadikan ciri khas tersendiri dari kedua pasar ini.

3. Menggunakan penanggalan tradisional pasaran Jawa/Hijriyah dan bukan perhitungan secara penanggalan masehi.
4. Dagangan yang disajikan merupakan hasil masyarakat setempat dan ini sekaligus meningkatkan perekonomian warga sekitar.
5. Mengangkat potensi setempat seperti halnya di bidang seni dan kerajinan yang dikemas menyatu dalam keseluruhan penyelenggaraan pasar.

Bentuk model Pasar alternatif yang digagas pada paparan ini adalah rancangan pasar tradisional urban yang bersumber dari dasar tradisi masyarakat sekitar wilayah Griya Mitra Cinunuk Bandung yang merupakan daerah urban tempat bermukimnya para pendatang dari berbagai daerah sekitar maupun lain propinsi. Dari keaneka ragaman ini bila dikelola dan diformulasikan dengan baik merupakan kekuatan tersendiri yang mewarnai penyelenggaraan sebuah pasar. Apalagi didukung oleh Visi dan Misi Desa Cinunuk yang merupakan Desa tujuan wisata budaya di Kabupaten Bandung.

Strategi Teknis untuk melaksanakan pembuatan pasar dapat dilakukan dengan beberapa tahapan layaknya pelaksanaan kegiatan manajemen. yang lainnya yaitu perencanaan/ persiapan, pengorganisasian, Aktualisasi/ pelaksanaan, kontrol dan evaluasi. Seperti halnya yang di Paparkan Dedy Ansory (2018) dalam bukunya *Pengantar Managemen* menjelaskan bahwa: Dalam ilmu manajemen lebih ditekankan lagi yang dikenal dengan tindakan *Planing, Organizing, Actuation* dan *Controlling* (POAC).

*Planing* adalah perencanaan. Segala sesuatu dalam kegiatan perlu adanya perencanaan secara matang dan terperinci serta logis untuk dilaksanakan. *Organizing*, pengorganisasian perlu dilakukan agar segala sesuatunya berjalan sesuai dengan perencanaannya serta tidak tumpang tindih dalam pelaksanaan di lapangan. *Actuation*, merupakan tindakan nyata yang dilaksanakan dan diharapkan dapat efektif dan efisien sesuai dengan apa yang telah direncanakan. dan *Controlling* adalah mengawasi agar semua berjalan tidak lepas dari rel yang sudah ditetapkan sebagai tujuan utamanya. Keempat fungsi Manajemen dari Terry, yaitu POAC Perencanaan, Pengorganisasian, Penggerakan dan Pengawasan adalah saling bergantung, saling berhubungan tak dapat dipisahkan.

Dalam paparan pemodelan Pasar Tradisional Tempoe Doeloe Griya Minggu Pon (PTDGMP) ini penulis menggunakan tatacara yang sama dalam mempersiapkan kegiatan sebuah pameran yang dijelaskan oleh Mikke Susanto (2004) dalam bukunya *Menimbang Ruang Menata Rupa*. Dengan beberapa penyesuaian dan penekanan sesuai dengan kebutuhan dijelaskan secara runut sehingga dapat dipahami dalam tata kelolanya.

Kegiatan penyelenggaraan pasar secara bertahap dapat di jabarkan sebagai berikut:

- a. Konsep Penyelenggaraan Pasar;
- b. Penentuan Tim Pelaksana Pasar;
- c. Penyusunan Proposal penyelenggaraan pasar;
- d. Publikasi dan Promosi Pasar;
- e. Masalah Sponsor;
- f. Penataan/display Pasar;

- g. Acara Pelaksanaan;
- h. Pengendalian dan Evaluasi Pasar.

### **Konsep Penyelenggaraan Pasar**

Sebagai sebuah pemodelan mengambil tema, Pasar Grimpon adalah dengan menggunakan model pasar tradisional tempo doeloe namun bernuansa urban. Model ini merupakan penggabungan antara pelaksanaan pasar tradisional dan modern kekinian dengan konsep pasar model urban dimana unsur-unsur pendukungnya merupakan masyarakat dan kebudayaan yang heterogen. Unsur tradisi mengambil dari latarbelakang masing-masing masyarakat pendukung di sekitar adapun unsur modern terkait dengan lingkungan sekitar yang secara geografis maupun penataan lingkungan sebuah perumahan.

Oleh karena berkonsepkan masyarakat urban maka mata uang yang digunakan juga mengacu ke material yang ada dan melimpah di sekitar masyarakat urban. Bila pasar Papringan dengan konsepnya *pring* maka menggunakan bahan bambu sebagai bahan mata uangnya dan uang *kepeng* gerabah keramik di pasar talawengkar, maka di Pasar PTDGMP menggunakan bahan dari kardus bekas dan beberapa kertas bungkus yang sangat melimpah di sekitar yang diolah untuk dijadikan sebagai alat jual beli. Kardus bahan kertas lainnya dihancurkan dan kemudian dibuat kertas daur ulang dan dicetak dan diberi warna sesuai dengan kebutuhan untuk menjadi mata uang dengan nama Grimpon. Nama tersebut mengambil dari tempat penyelenggaraan pasar, yaitu di Perumahan Griya dan diselenggarakan pada tiap pasaran Minggu Pon.





**Gambar 6. Mata uang Grimpon**  
(Sumber: Dokumen Pribadi, 2021)



**Gambar 7. Ukuran Mata uang Grimpon**  
(Sumber: Dokumen Pribadi, 2021)

Mata uang ini dirancang layaknya rupiah namun dipangkas tiga enol dibelakangnya sehingga konversinya seribu rupiah menjadi satu Grimpon. Limaratus Rupiah menjadi setengah Grimpon dan seterusnya.

Ukuran mata uang Grimpon seukuran dengan besaran emas *minigold* (7x3,5cm) dan yang setengah Grimpon (bulat) seukuran dengan uang pecahan Limaratus Rupiah.

Dalam penentuan materi dagangan yang akan disajikan juga dengan pertimbangan untuk dapat mengoptimalkan potensi setempat yaitu dengan menggali kembali kemampuan dan kebiasaan tempat asal daerah warga yang kemudian disajikan bersama dalam pasar sehingga dengan demikian akan tersaji aneka jajanan yang variatif sesuai dengan asal masyarakat penjual di pasar Grimpon. Demikian pula dengan kesenian yang diangkat dalam penyelenggaraan pasar tersebut mengacu pada

potensi masyarakat setempat/ pendukung.

Dalam penentuan properti maupun kelengkapan pasarpun divisualkan sebagai gabungan dari berbagai unsur lokal nasional yang disusun sedemikian rupa sehingga menjadikan pasar ini menjadi milik bersama tanpa harus kehilangan kekhasan masing-masing kekuatan asal daerah.

Rancangan kostum Busana penjualnya pun diarahkan untuk menggunakan busana kedaerahan asal masing-masing pendukung pasar, sehingga terasa ke nusantara-an di dalam penyelenggaraan pasar ini

### **Tim Pelaksana operasional Pasar**

Pola dasar struktur kepanitiaan dalam model pasar ini adalah penggabungan antara Hirarki dan jejaring. Penggunaan bagan hirarki oleh karena perlu adanya koordinasi yang tepat dari penentu kebijakan berikut pelaksana operasional di lapangan. Adapun sistem jejaring dipergunakan untuk menghimpun partisipasi masyarakat sekitar agar dengan suka bergabung dan ada rasa kepemilikan terhadap penyelenggaraan pasar.

Guna terselenggaranya pasar ini perlu adanya beberapa divisi agar mempermudah koordinasi dan kelancaran kegiatan pasar. Kebutuhan minimal divisi dalam kegiatan pasar ini adalah sebagai berikut:

1. Divisi perencanaan/kesekretariatan;
2. Divisi humas/pelayanan;
3. Divisi pemasaran/promosi pasar;
4. Divisi produk/dagangan masyarakat yang akan dijajakan;
5. Divisi teritorial/tempat penyelenggaraan pasar;

6. Divisi dokumentasi kegiatan pasar.

### Penyusunan Proposal

Sebagai sebuah tawaran maka fungsi proposal adalah

- a. Sebagai sarana untuk menunjukkan program secara menyeluruh pada pihak-pihak tertentu yang tidak ada kaitannya dengan *sponsorship*.
- b. Sebagai sarana untuk penggalangan dana (*fundarsing*) bagi para *sponsorship* yang ingin berperan dalam mensukseskan penyelenggaraan pasar tradisional urban Grimpon.

### Publikasi dan Promosi Pasar

Publikasi adalah membuat bahan berita yang berhubungan dengan penyelenggaraan pasar Grimpon (Baigo, poster, undangan pembukaan)

Promosi merupakan tindakan memperkenalkan/ menyebarluaskan berita untuk meningkatkan partisipasi publik (membuat siaran pers, konferensi pers, mengundang wartawan, dll)

### Masalah Sponsor dan Budget

Dalam meraih sponsor dalam penyelenggaraan pasar maka perlu pemikiran kreatif untuk memanfaatkan kondisi. Tindakan yang perlu dilakukan adalah sebagai berikut;

- a. Yakinkan bahwa visi dan misi penyelenggaraan pasar sebagai sebuah kegiatan sosial kemasyarakatan yang menarik;
- b. Membuka alternatif menawarkan seluruh program maupun item yang diselenggarakan dalam penyelenggaraan pasar;

c. Merespon selalu kepentingan sponsor namun demikian tidak harus mengorbankan niatan utama penyelenggaraan pasar secara konsep dasar tradisional urban;

d. Promosikan pihak sponsor dalam penyelenggaraan pasar sebaik mungkin;

e. Tawarkan pihak sponsor dengan cara kontraprestasi dengan usaha yang dijalankan.

Sumber sponsor kegiatan pasar ini bisa berupa Perusahaan yang terkait dengan produk yang dijual ataupun ikut mensponsori dengan beberapa kesepakatan dan ketentuan berlaku, Perseorangan yang memiliki kepedulian dengan kegiatan ini, dan bisa juga Instansi pemerintahan terkait yang terbuka buat pengembangan prioritas di wilayahnya

### Display Tata Letak Pasar

Display tata letak dalam sebuah pasar tentunya mengacu pada tema utama yaitu tradisional urban. Sirkulasi masuk dan keluar pengunjung di lingkungan pasar, penanda arah yang jelas dan dimengerti oleh masyarakat pengunjung, dan menyertakan juga beberapa elemen penunjang visual yang memberikan suasana yang khas dan berkesan bagi pengunjung. Oleh karenanya perlu penataan properti dan tata letak yang menyesuaikan dengan denah lokasi yang ada. Penentuan display ini bisa jadi diterapkan dalam denah dan lokasi yang berbeda namun demikian perlu kirannya ditetapkan mana lokasi inti pasar yang wajib ada dan mana lokasi tambahan pasar sebagai penunjang terselenggaranya pasar itu sendiri. Kata kunci dalam sebuah penataan pasar adalah dapat menyatukan antara konsep dengan visual penataan sehingga pengunjung

mendapatkan kesan di lokasi.

Bagian depan dan utama dari pasar adalah adalah Bank tempat penukaran uang rupiah konversi ke Grimpon, stan penjual yang terdiri dari aneka produk kuliner warga khas dari daerahnya masing-masing, stan penjual bahan dan alat kebutuhan properti rumah tangga tempo doeloe, seperti halnya anyaman bakul, piring dan sendok dari bahan kayu dan sebagainya. Stan permainan, dalam hal ini adalah permainan tradisional tempoe doeloe berikut tempat workshop kerajinan ataupun kesenian lain yang utamanya mengangkat potensi masyarakat setempat. Tidak luput dari perhatian adalah layanan parkir motor dan mobil pengunjung, *sign system* sebagai penunjuk arah pengunjung layanan bak sampah dengan berbagai tipe ( sampah kering plastik, sampah organik), MCK dan sebagainya.

### **Acara Pelaksanaan Pasar**

Rancangan acara sangat menentukan sukses dan tidaknya sebuah penyelenggaraan pasar tradisional urban ini. Dengan menyusun daftar acara pokok dengan baik maka para pengunjung dapat menikmati penyelenggaraan secara runut dan menyenangkan. Secara garis besar pasar merupakan tempat transaksi secara langsung antara pembeli/pengunjung dan penjual, meskipun demikian untuk lebih menarik maka ditambahkan beberapa acara tambahan yang diharapkan akan lebih semarak dan lebih menghidupkan suasana.

Sebagai sebuah simulasi, acara dibagi menjadi persiapan, Pembukaan, Pelaksanaan Pasar dan Penutupan. Pembukaan bisa diisi dengan acara seremonial kecil, Penukaran

uang di bank Grimpon, masuk pada Pasar dengan berbagai sajian. Kuliner, Pernak-pernik tradisional maupun unik, sudut permainan/game tradisional. Bisa juga dengan sewa permainan tradisional. Workshop dan sebagainya. Tidak lupa dalam pembukaan maupun salah satu sudut pasar Grimpon disisipkan edukasi pemecahan masalah masyarakat urban seperti halnya penanganan sampah. Dan etika berperilaku di kawasan masyarakat urban.

Acara pendukung di pasar ini bisa beragam sesuai dengan potensi yang ada di wilayah pasar. Salah satu diantaranya adalah pawai sepeda tua maupun berbagai tipe sepeda di belakangnya, workshop batik dan rajut bagi pengunjung yang berkenan ingin mengikutinya. Kegiatan workshop ini bisa diubah sesuai dengan kebutuhan dan kesiapan penyelenggara yang dirancang agar semakin mendekatkan teknik kerajinan Indonesia kepada masyarakat luas.

### **Pengendalian/Evaluasi Penyelenggaraan Pasar**

Pengendalian dan evaluasi penyelenggaraan pasar sangat diperlukan guna keberlangsungan pasar itu sendiri. Adapun secara umum fungsi evaluasi penyelenggaraan pasar Grimpon adalah sebagai berikut

1. Mengukur kinerja penyelenggaraan dengan kesesuaian yang telah direncanakan;
2. Mencoba memastikan semua rencana kerja telah dilaksanakan dengan baik;
3. Mempertimbangkan atau menilai hasil kerja tim inti dan pendukung lapangan;
4. Menghargai sejauh mana para tim telah

- bekerja sesuai yang telah dijadwalkan;
5. Hasil evaluasi sebagai laporan terhadap donatur, (bentuk pertanggungjawaban);
  6. Menjajaki kemungkinan ke depan;
  7. Jika telah tersusun dokumentasi/ portofolio dapat digunakan sebagai bagian dari proses hubungan masyarakat (promosi).

## PENUTUP

Pasar Grimpon merupakan menggabungkan antara kekuatan latar belakang tradisional pendukung dengan pengelolaan secara modern. Sebagai contoh kekhasan jual beli tawar menawar yang menjadikan ciri khas pasar tradisional sudah tidak ada namun demikian dalam penanggalan penyelenggaraan maupun pengemasan tetap dalam nuansa tradisional dalam konteks modern.

Pengenalan dan penanaman nilai tradisi serta edukasi bagi pengunjung oleh karena dibawa pada suasana, tatacara dan budaya setempat yang tentunya tidak ditemukan di pasar yang lainnya.

Penyelenggaraan pasar ini juga merupakan destinasi wisata belanja, oleh karena sajian dagangan yang digelar merupakan produk kuliner masa lalu sehingga para pengunjung mendapatkan suasana berbeda dan khas susana setempat. Hal ini merupakan keunikan sekaligus *branding* bagi penyelenggaraan pasar itu sendiri. Dengan suasana dan tatanan yang berbeda ini juga dapat meningkatkan/ menularkan transfer kebahagiaan (meningkatnya *index of happines*) melalui budayanya.

Sebagai sebuah modul, model pasar

ini dapat diterapkan dimana saja, tentunya dengan mempertimbangkan kekuatan potensi daerah setempat sebagai modal dasar untuk dikemas dan diangkat serta ditawarkan/jual ke masyarakat luas. Dengan demikian dapat mengangkat ekonomi masyarakat setempat oleh karena keterlibatan dalam pengurusan dan penyelenggaraan. Dengan kata lain mengajak masyarakat bukan lagi sebagai obyek penyelenggaraan pasar namun demikian subyek pelaku utama.

\*\*\*

## Daftar Pustaka

- Harahap, Dedy Ansori. 2018. *Pengantar Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, Mikke. 2004. *Menimbang Ruang Menata Rupa*. Yogyakarta: Galang Press.
- Susanto, Rachmad Yusuf dan Budi Prihatminingtyas. 2018. *Kajian Perdagangan Pasar Tradisional dan Pasar Modern Kota Malang*
- <http://repository.ut.ac.id/8031/1/FISIP201601-46.pdf>
- <https://www.brilio.net/creator/uniknya-pasar-papringan-temanggung--072395.html>
- <https://www.kemenkopmk.go.id/kampung-bolang-cermin-budaya-sunda>
- <https://www.radarbandung.id/jabar-area/subang/2019/04/29/atalia-belanja-gunakan-talawengkar/>