Pasar Kebon Watu Gede Sebagai Media Pemberdayaan Masyarakat: Studi Di Dusun Jetak Sidorejo Magelang

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunukasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagai Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I

Disusun Oleh:
Rizka Arovatun Kartini
NIM: 15230019

Pembimbing:
Dr.Aziz Muslim, M. Pd.
NIP: 197005281994031002

PROGRAM STUDI
PENGEMBANGAN MASYARAKAT ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2019

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto, Telp. 0274-515856,Yogyakarta 55281, E-mail: fd@uin-suka.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nomor : B- 1663/Un.2/DD/PP.05.3/01/2019

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

PASAR KEBON WATU GEDE SEBAGAI MEDIA PEMBERDAYAAN MASYARAKAT : STUDI DI DUSUN JETAK SIDOREJO MAGELANG

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama	: Rizka Arovatun Kartini
NIM/Jurusan	: 15230019/PMI
Telah dimunaqasyahkan pada	: Kamis, 8 Agustus 2019
Nilai Munaqasyah	: 94 / A -

dan dinyatakan diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM MUNAQASYAH

Ketua Sidang/Penguji I,

Dr. Azis Muslim, M.Pd.
NIP 19700528 199403 1 002

Penguji II,

Dr. Sriharini, S.Ag, M.Si.
NIP 19710526 199703 2 001

Penguji III,

M. Fajrul Munawir, M.Ag.
NIP 19700409 199803 1 002

Yogyakarta, 8 Agustus 2019
Dekan,

Dr. Nurjannah, M.Si.
NIP 19600310 198703 2 001

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Alamat : Jl. Marsda Adisucipto, Telp. (0274) 515856, Fax. (0274) 552230 *E-mail: fd@uin-suka.ac.id* Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudari :

Nama	: Rizka Arovatun Kartini
NIM	: 15230019
Prodi	: Pengembangan Masyarakat Islam
Judul	: Pasar Kebon Watu Gede Sebagai Media Pemberdayaan Masyarakat (Studi Kasus di Dusun Jetak Sidorejo Magelang)

Sudah dan diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam (PMI) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Pengembangan Masyarakat Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 24 Juli 2019

Mengetahui

Ketua Prodi PMI

Dr. Pajar Hatma Indra Jaya, S.Sos, M.Si
NIP: 19810428 200312 1003

Pembimbing

Dr. Aziz Muslim, M. Pd
NIP: 19700528 199403 1002

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizka Arovatun Kartini

NIM : 15230019

Prodi : Pengembangan Masyarakat Islam

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi yang berjudul "Pasar Kebon Watu Gede Sebagai Media Pemberdayaan Masyarakat: Studi Di Dusun Jetak, Desa Sidorejo, Bandongan, Magelang" adalah asli hasil karya atau penelitian saya sendiri dan bukan hasil dari karya dan ataupun bukan merupakan hasil plagiasi. Semua sumber yang dijadikan rujukan peneliti sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta,

Yang menyatakan

Rizka Arovatun Kartini

NIM. 15230019

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini penulis persembahkan kepada;

Kedua orang tua saya Bapak Yam Yaeni dan Ibu Endang yang selalu memberikan kasih sayangnya sampai saat ini dan juga yang selalu memberikan motivasi kepada penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini yang selalu memberi teguran kepada penulis jika melakukan kesalahan. Terimakasih Pak, Mak atas segala sesuatu yang telah diberikan sehingga penulis bisa meraih gelar sarjana.

Terimakasih juga kepada kedua adek saya Ira dan Oya yang selalu memberikan ejekan untuk segera menyelesaikan skripsi ini, terimakasih atas ejekan yang menjadikan sebuah motivasi untuk segera menyelesaiakn sripsi ini.

Terimakasih sebesar-besarnya untuk semua dosen pengembangan masyarakat islam UIN Sunan Kalijaga yang telah memberikan ilmu bagi saya

MOTTO

“Jangan Tunda Sampai Besuk Apa Yang Bisa Kamu Kerjakan Hari Ini”

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbilalaamiin, segala puji bagi Allah SWT penulis haturkan karena atas berkah rahmat Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Pasar Kebon Watu Gede Sebagai Media Pemberdayaan Masyarakat. Tak lupa sholawat serta salam penulis haturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini dapat diselesaikan berkat bantuan dari beberapa pihak, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Prof. Drs. KH. Yudian Wahyudi, M.A, Ph. D, selaku Rektorat Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. Nurjanah, M Si, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
3. Dr. Pajar Hatma Indra Jaya, S.Sos., M.Si, selaku Ketua Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam.
4. Dr. Aziz Muslim, M. Pd., selaku Dosen Pembimbing skripsi saya yang telah sabar membimbing dan menuntun penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dan selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu membimbing penulis selama menjadi mahasiswa di UIN Sunan Kalijaga.
5. Seluruh Dosen Pengembangan Masyarakat Islam yang telah mendidik dan berbagi ilmu kepada penulis. Terimakasih atas semua jasa dan bekal bapak ibu yang diberikan kepada penulis
6. Seluruh pengurus Pasar Kebon Watu Gede dan semua orang yang berada disana yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Seluruh warga Dusun Jetak yang telah mau menjadi informan bagi penulis untuk mendapatkan data.
8. Kedua orang tua ku bapak dan emak tersayang yang selalu memberikan semangat serta tak henti-hentinya selalu mendoakan penulis agara bisa menyelesaikan skripsi ini.
9. Kedua adek-adek ku Ira dan Oya, yang selalu memberikan motivasi ala-ala mereka untuk membuat penulis segera menyelesaikan skripsinya.
10. Teman-teman ku dari jaman bocah Afi, Winda, Fatim, Puput, Khafid, Ipul, Dani, Deni, Diky, Tanto,
11. Squad Bidadari Surga Afi, Winda yang selalu mau menerima keluhkesah penulis dalam perjuangan menyelesaikan skripsi.
12. Sahabat-sahabatku team gabuters Alifia, Nci, Tiwi, Utek terimakasih telah menenamin hari-hari penulis selama berada di Jogja dari jaman belum saling mengenal sampai mengenal hingga akar-akarnya terimakasih untuk 4 tahun kebersamaan ini.
13. Teman-teman KKN Sobat misquen dan misking Dea, Ineke, Dewi, Arin, Wildan, Alfin, Rahmat, Dhanil, Fahmi terimakasih telah menjadi teman sejak satu tahun yang lalu
14. Teman-teman PMI 2015 yang tidak bisa bisa disebutkan satu persatu terimaksih telah menjadi teman dari awal menjadi mahasiswa baru sampai saai ini sudah mulai sarjana satu persatu
15. Teman-teman sebimbingan Pak Aziz, Hisar, Maiko, Masitoh, Dinda, Febri, Putri, Maya yang selalu memberikan bantuan kepada penulis jika mengalami kesulitan dalam menyelesaikan skripsi

16. Keluarga besar SUKA TV yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terimaksih atas pengalaman yang telah diberikan kepada penulis selama berkuliah di sini
17. Teman-teman SUKA TV Generasi 8 yang selalu kompak dalam segala situasi,terimakasih telah memberikan suport kepada penulis.
18. Team Marketing SUKA TV, Alifia, Fia, Mala, Pipit, Zaky terimakasih atas segalan bentuk dukungan kalian bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini
19. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaiakan skripsi ini terimakasih atas segala bentuk bantuan kalian
20. Teruntuk kalian-kalian semua yang selalu menanyakan kapan kelar skripsi, terimakasih atas selentingan yang diberikan.

Semoga Allah SWT memberikan balasan kepada kalian semua atas bantuan yang diberikan kepada penulis. Sebelumnya penulis meminta maaf jika dalam penulisan skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Demi perbaikan selanjutnya saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga karya sederhana ini bisa memberikan manfaat kepada pembaca.

Penulis,

Rizka Arovatu Kartini

15230019

ABSTRAK

Rizka Arovatun Kartini, **Pasar Kebon Watu Gede Sebagai Media Pemberdayaan Masyarakat: Studi di Dusun Jetak, Desa Sidorejo, Bandongan, Magelang**. *Skripsi*, Yogyakarta: Prodi Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yoyakarta. Pasar Kebon Watu Gede merupakan sebuah pasar wisata yang dibuat oleh karang taruna sebagai media pemberdayaan masyarakat untuk mengangkat aset potensi alam serta untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui konsep, implementasi dan hasil pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh karang taruna melalui pembuatan pasar wisata (Pasar Kebon Watu Gede) di Dusun Jetak. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitataif. Subyek dalam penelitian ini adalah pengelola Pasar Kebon Watu Gede, penjual di pasar, pengunjung Pasar Kebon Watu Gede. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Validitas data yang digunakan yaitu menggunakan triangulasi dan analisis datanya menggunakan reduksi data, penyajian data, kemudian penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwasannya konsep pemberdayaan masyarakat melalui pasar wisata yang dilakukan oleh karang taruna Dusun Jetak adalah sebuah usaha untuk mengangkat nama dusun mereka dengan mengembangkan potensi alam yang ada di daerah tersebut serta mengajak masyarakat untuk ikut berperan aktif di dalam proses pelaksanaannya sabagai bentuk kekompakan warga dan juga merupakan sebuah usaha untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Implementasinya adalah adanya program-program yang dibuat untuk menunjang proses pemberdayaan yaitu melalui pemanfaatan potensi, partisipasi masyarakat, pemasaran, dan menjalin kerjasama.

Kata Kunci : Pemberdayaan Masyarakat, Pasar Wisata, Pasar Kebon Watu Gede

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....i
HALAMAN PENGESAHAN.....ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....v
MOTTO.....vi
KATA PENGANTAR.....vii
ABSTRAK.....x
DAFTAR ISI.....xi
BAB I PENDAHULUAN.....1
A. Penegasan Judul.....1
B. Latar Belakang.....3
C. Rumusan Masalah.....7
D. Tujuan Penelitian.....8
E. Manfaat Penelitian.....8
F. Kajian Pustaka.....9
G. Kerangka Teori.....16
H. Metode Penelitian.....29
I. Sistematika Pembahasan.....36
BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....37
A.Gambaran Umum dan Luas Wilayah.....37
1.Letak Geografis dan Luas Wilayah.....37
2.Topografi dan Iklim.....39
3.Kondisi Demografi dan Sosial Ekonomi.....40
4.Kondisi Sosial Budaya Dusun Jetak.....44

B.Gambaran Umum Pasar Kebon Watu Gede.....46
1.Sejarah Pasar Kebon Watu Gede 46
2.Profil Pasar Kebon watu Gede 47
3.Struktur Kepengurusan Pasar Kebon Watu Gede 48
4. Devisi-Devisi Pasar Kebon Watu Gede.....50
BAB III KONSEP PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PEMBUATAN PASAR KEBON WATU GEDE.....53
A. Konsep Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pasar Kebon watu Gede.....53
1.Visi dan Misi Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pasar Kebon WatuGede 53
2.Tujuan Pemberdayaan Masyarakat di Pasar Kebon Watu Gede.....55
3.Program Pemberdayaan di Pasar Wisata 56
4.Strategi Pemberdayaan Pasar Wisata 65
B.Implementasi Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pasar Kebon Watu Gede.....74
1.Pemanfaatan Potensi 75
2.Partisipasi Masyarakat.....78
3.Pemasaran.....82
4.Menjalin Kerjasama 84
C.Hasil Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pasar Kebon Watu Gede 86
1.Pemanfaatan Potensi 86
2.Partisipasi Masyarakat.....90
3.Pemasaran.....95
4.Menjalin Kerjasama 97
D.Pembahasan Hasil Penelitian 99

BAB IV PENUTUP.....107
A.Kesimpulan 107
B.Rekomendasi dan Saran 108
DAFTAR PUSTAKA 110
LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Penduduk Menurut Penyebaran Tingkat Dusun 40
Tabel 2 Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin.....41
Tabel 3 Susunan Kepungurusan Dusun Jetak.....41
Tabel 4 Jumlah Penduduk Berdasarkan Usia 42
Tabel 5 Mata Pencaharian Masyarakat Dusun Jetak.....43
Tabel 6 Tingkat Pendidikan Dusun Jetak.....44
Tabel 7 Sasaran dan Prasarana Dusun Jetak.....45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Peta Dusun Jetak.....38
Gambar 2 Peta Desa Sidorejo.....39
Gambar 3 Pintu Masuk Pasar Kebon Watu Gede.....48
Gambar 4 Pengurus Pasar Kebon Watu Gede.....49
Gambar 5 Akun Instagram Pasar Kebon Watu Gede.....62

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Stuktur Kepengurusan Pasar Kebon Watu Gede.....49

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Untuk menghindari kesalahpahaman maksud dan pengertian serta mempermudah penafsiran dalam penelitian yang berjudul **"Pasar Kebon Watu Gede Sebagai Media Pemberdayaan Masyarakat"**, maka terlebih dahulu penulis tegaskan beberapa istilah dalam judul di atas. Adapun pengertian yang perlu di tegaskan adalah:

1. Pasar Kebon Watu Gede

Pasar Kebon Watu Gede adalah pasar wisata yang dibuat secara tradisional untuk melestarikan kebudayaan dan kekhasan daerah Magelang. Pasar ini didaulat menjadi pasar digital di daerah Kabupaten Magelang karena dalam mempromosikannya pasar ini menggunakan media *online* sehingga lebih mudah untuk menarik minat masyarakat untuk datang berkunjung ke pasar dan juga target pengunjung yang dicapai akan lebih luas[1].

2. Media Pemberdayaan

Kata media berasal dari bahasa latin yaitu *medius* yang artinya tengah, perantara atau pengantar, kata media merupakan bentuk jamak dari kata medium yang secara eminologi yaitu perantara atu pengantar. Sedangkan pemberdayaan adalah sesuatu yang dilakukan individu, kelompok, ataupun komunitas untuk berusaha mengontrol kehidupan mereka sendiri dan berusaha untuk

---

[1] Tribun Jogja, "Pasar Kebon Watu Gede Didaulat Jadi Pasar Digital di Magelang", http://jogja.tribunnews.com/2018/10/28/pasar-kebon-watu-gede-didaulat-jadi-pasar-digital-di magelang, diakses tanggal 6 Maret 2019.

membuat masa depan sesuai dengan apa yang mereka inginkan.[2] Jadi dapat diartikan media pemberdayaan yaitu suatu perantara antara yang digunakan masyarakat untuk dijadikan sebagai obyek mereka melakukan proses kemandirian sesuai dengan apa yang mereka inginkan.

3. Pemberdayaan Mayarakat

Secara etimologi kata berdaya memiliki arti berkemampuan, bertenaga, berkekuatan. Untuk kata daya sendiri bermakna kesanggupan berbuat atau melakukan kegiatan. Sedangkan masyarakat yang dalam bahasa Inggris disebut dengan *society* berasal dari bahasa latin yaitu *socius* yang berarti kawan. Masyarakat memiliki makna sejumlah orang dalam satu kelompok tertentu yang membentuk perikehidupan berbudaya dan merakyat[3]. Dengan demikian pemberdayaan masyarakat dapat diartikan sebagai proses pembangunan dimana masyarakat berinisiatif untuk memulai proses kegiatan untuk memperbaiki keadaan masyarakat tersebut dan masyarakat ikut berpartisipasi secara langsung[4].

Berdasarkan penegasan istilah di atas , maka maksud judul skripsi Pasar Kebon Watu Gede Sebagai Media Pemberdayaan Masyarakat adalah penelitian tentang keberadaan sebuah pasar yang dibuat oleh sekelompok masyarakat guna sebagai tempat mereka untuk mengembangkan semua potensi alam maupun potensi sumber daya manusia yang ada di daerah tersebut.

---

[2] Isbandi Rukminto Adi, *Intervensi Komunitas Pengembangan Masyarakat Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat* (Jakarta: Rajawali Press, 2008), hlm. 78.

[3] Sabirin, *Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Kearifan Lokal* (Yogyakarta: Samudra Biru, 2015), hlm.19.

[4] *Ibid*., hlm. 22.

B. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara multikultural yang memiliki ciri khas berupa keanekaragaman budaya dan aset pariwisata yang dimilikinya. Kekayaan alam dan kearifan lokal mampu dijadikan sebagai daya tarik bagi para wisatawan lokal maupun mancanegara.[5] Aset pariwisata yang dimiliki Indonesia dan juga ciri khas negara Indonesia tersebut dapat dijadikan sebagai potensi keunggulan tersendiri untuk dikembangkan di bidang pariwisata, terlebih negara Indonesia banyak terdapat tempat-tempat menarik bagi wisatawan lokal maupun mancanegara. Diantaranya wisata alam, wisata religi, wisata kuliner, wisata sejarah dan wisata-wisata lainnya.[6]

Wisata atau rekreasi merupakan salah satu kebutuhan manusia yang harus dipenuhi dengan tujuan untuk menemukan suasana lain dan melepaskan diri dari rutinitas. Maka dari itu pengembangan pariwisata memiliki efek yang berlipat ganda terutama dalam upaya mempertahankan kondisi lingkungan atau sisi ekologisnya, namun juga tidak melupakan tentang peningkatan perekonomian masyarakat lokal ataupun sisi ekonominya.[7]

Pasar tradisional adalah salah satu bentuk ekonomi kerakyatan yang memberikan kontribusi besar terhadap

---

[5] Gita Novia Putri, *Strategi Perencanaan Komunikasi Komunitas Generasi Pesona Indonesia Jogja Dalam Mempromosikan Destinasi Digital*, Skripsi (Yogyakarta:Jurusan ILKOM Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga, 20 Februari 2018), hlm.4.

[6]Rizky Prasetyo Aji, *"Analisis Morfo-Semantis Nama-Nama Camilan Tradisional Berkorelasi dengan Sifat dan Bagian Tubuh Manusia di Daerah Istimewa Yogyakarta"*, (Yogyakarta: Prodi Sastra Jawa Fakultas Ilmu Budaya UGM, 2014), hlm 1.

[7] Muhammad Attar, dkk, *Analisis Potensi dan Arahan Strategi Kebijakan Pengembangan Desa Wisata di Kecamatan Bumiaji-Kota Baru, Jurnal of Indonesia Tourisme an Development Studies*, volume 1, nomor 2, April 2013, hlm. 68

perokonomian Indonesia.[8] Pasar sebagai tempat usaha bagi pedagang kecil memilik nilai-nilai yang sangat strategis. Nilai strategis dari pasar tersebut yaitu terletak pada pengaruh sosial budaya yang terbangun dimana lebih sesuai dengan budaya bangsa Indonesia sendiri[9]. Nilai kekeluargaan juga terjalin di pasar karena dengan kita datang kepasar maka proses tawar menawar antara penjual dan pembeli akan terjalin sehingga dengan adanya proses tersebut akan menimbulkan rasa keakraban. Pasar tradisional juga lebih bisa memberikan pelayanan terhadap kebutuhan masyarakat bawah, sehingga dengan adanya hal ini maka terciptalah pemerataan pembangunan bagi masyarakat bawah.[10]

Namun pada saat ini eksistensi pasar tradisional bisa dibilang sudah mulai memudar, hal ini dikarenakan pada zaman sekarang mulai banyak bermunculan pasar modern seperti mall, supermarket, plaza, dll dan juga masyarakat mulai lebih memilih pasar modern tersebut[11]. Dengan adanya fenomena seperti ini maka pemerintah mulai berpikir untuk bagaimana caranya pasar tradisional tetap eksis di zaman modern ini. Upaya yang dilakukan dalam mempertahankan dan melestarikan keberadaan pasar tradisional ini yaitu dengan melakukan proses pemberdayaan terhadap orang-orang dilingkungan pasar kemudian juga mencoba

---

[8] Saifullah Hasan, "*Peran Pemerintah Dalam Perlindungan Dan Pemberdayaan Pasar Tradisional Di Kota Makassar*", Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanudin Makassar Tahun 2016, hlm 1.

[9]Supardiono, Pemberdayaan Pelaku Pasar Tradisional Prawirotaman oleh Dinas Pengelolaan Pasar Kota Yogyakarta, Skripsi (Yogyakarta: Jurusan PMI Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, 7 Mei 2013), hlm 6.

[10] *Ibid, hlm. 10*

[11] Sumintarsih, dkk., *Eksistensi Pasar Tradisional: Relasi dan Jaringan Pasar Tradisional di Kota Surabaya Jawa Timur* (Yogyakarta: Balai Pelestaraian Sejarah dan Nilai Tradisional, 2011), hlm.3.

mengemas kembali konsep pasar yang ada di daerah-daerah menjadi pasar yang lebih unik lagi tanpa meninggalkan nilai tradisionalnya.

Pemberdayaan merupakan suatu proses yang dilakukan untuk menjadikan seseorang yang hidup dalam masyarakat menjadi orang yang berdaya dan dapat mengembangkan beragam kemampuan yang dimiliki sesuai dengan potensi yang ada[12]. Dengan kemampuan yang dimiliki kemudian dikembangkan secara baik dan benar maka masyarakat pada nantinya akan dapat hidup secara mandiri dengan hasil usaha yang telah dilakukannya. Kunci dari pemberdayaan sendiri adalah menjadikan masyarakat sebagai pelaku dalam kegiatan pemberdayaan tersebut, sehingga dalam hal ini masyarakat dapat berperan aktif dalam segala kegiatannya[13].

Saat ini pemerintah bidang pariwisata daerah Magelang sedang gencar-gencarnya mengembangkan dan meningkatkan potensi wisata yang ada di Magelang. Pemerintah mulai bekerjasama dengan pihak-pihak yang ada di daerah untuk melihat serta menganalisis potensi apa yang ada di sana sehingga dapat dikembangkan menjadi sebuah detinasi wisata. Selain sebagai upaya untuk mengembangkan potensi hal ini juga bertujuan untuk melakukan proses pemebrdayaan kepada masyarakat pedesaan untuk dapat berkembang secara mandiri memajukan daerah mereka.

Magelang menjadi salah satu destinasi wisata yang sering dikunjung oleh orang-orang untuk berlibur. Daerah yang masih

[12] Alfitri, *Community Development Teori Dan Aplikasi* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), hlm.23.
[13] *Ibid*., hlm. 25.

menjunjung tinggi nilai-nilai kebudayaan dan kearifan lokal yang dimiliki ini menjadikan wisatawan ingin berkunjung ke daerah ini. Wisata alam yang begitu banyak menawarkan berbagai keindahan dari pelosok penjuru daerah juga dapat dinikmati jika wisatawan berkunjung ke Magelang. Berbagai makanan khas yang sangat beragam juga menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan untuk melakukan wisata kuliner di sini.[14]

Salah satu destinasi wisata baru di Magelang yaitu Pasar Kebon Watu Gede. Pasar ini terletak di Dusun Jetak, Desa Sidorejo, Bandongan, Magelang. Pasar ini dibuat dengan konsep tradisional dan dikelola secara mandiri oleh warga Dusun Jetak. Sesuai dengan namanya pasar ini dibuat di tengah-tengah kebun bambu yang begitu rindang. Kesan tradisional sangatlah kentara jika kita datang berkunjung ke pasar tersebut. Kesan tradisional tersebut tergambarkan dari seluruh pedagang yang menggunakan pakai adat berupa baju lurik untuk pedagang perempuan dan baju sorjan untuk pedagang laki-laki. Dagangan yang dijual pun hanya berupa makanan khas daerah Magelang dan sekitarnya. Tempat berjualan yang dibuat seperti gubuk juga semakin menambahkan kesan tradisional pada pasar tersebut. Satu hal lagi yang menjadi menarik dari pembuatan pasar ini yaitu mata uang yang digunakan untuk melakukan transaksi jual beli tidaklah menggunakan mata uang rupiah melainkan menggunakan mata uang zaman dahulu yaitu benggol. .

Pembuatan pasar ini sendiri tidak lain bertujuan untuk memperkenalkan daerah mereka agar dikenal oleh masyarakat luas

[14]Sammeng, Andi Mappi. 2000. Cakrawala Pariwisata. Jakarta

dengan destinasi wisata yang telah mereka buat. Tujuan lainnya yaitu ingin memberdayakan masyarakat agar mampu berkembang secara mandiri dengan mengembangkan aset potensi yang dimiliki sehingga terwujudlah masyarakat yang sejahtera.[15] Adanya Pasar Kebon Watu Gede ini juga mendatangkan lapangan pekerjaan baru bagi warga setempat yang masih belum bekerja. Dimana sebelumnya warga Dusun Jetak lebih banyak bekerja di sektor pertanian dan ada juga beberapa yang belum memiliki pekerjaan.

Semua kesuksesan yang telah dicapai sampai saat ini tidaklah terlepas dari peran masyarakatnya sendiri yang saling menjunjung nilai kekompakan dan kebersamaan sehingga terwujudlah Pasar Kebon Watu Gede. Hal ini yang menjadikan peneulis tertarik melakukan penelitian di tempat ini. Sehingga penulis melakukan penelitian dengan judul "Pasar Kebon Watu Gede Sebagai Media Pemberdayaan Masyarakat".

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana konsep pemberdayaan masyarakat yang dilakukan di Pasar Kebon Watu Gede Magelang?
2. Bagaimana implementasi konsep pemberdayaan masyarakat yang dilakukan di Pasar Kebon Watu Gede Magelang?
3. Bagaimana hasil pemberdayaan masyarakat yang dilakukan di Pasar Kebon Watu Gede Magelang?

[15] Wawancara dengan Pak Beni, Ketua Pasar Kebon watu Gede (11 November 2018)

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan di dalam rumusan masalah. Secara kongkrit, tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui konsep pemberdayaan masyarakat yang dilakukan di Pasar Kebon Watu Gede Magelang.
2. Mengetahui implementasi pemberdayaan yang dilakukan di Pasar Kebon Watu Gede Magelang.
3. Mengetahui hasil pemberdayaan masyarakat yang dilakukan di Pasar Kebon Watu Gede Magelang.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan baik secara teoritis maupun praktis yaitu:

1. Manfaat secara teoritis

   Dengan dilakukannya penelitian di Pasar Kebon Watu Gede Dusun Jetak, Desa Sidorejo, Bandongan, Magelang diharapkan dapat memberikan banyak pandangan dan pengetahuan mengenai pemberdayaan masyarakat melalui potensi yang dimiliki oleh setiap wilayah untuk dapat dikembangkan secara mandiri sehingga menghasilkan masyarakat yang sejahtera. Serta dapat menjadi referensi atau informasi untuk penelitian selanjutnya agar lebih baik.

2. Manfaat secara praktis

   a. Bagi masyarakat: Penelitian ini diharapkan mampu memberikan inspirasi dan motivasi bagi masyarakat luas agar mereka dapat melakukan hal yang sama dengan yang sudah dicontohkan.

b. Bagi pemerintah: Penelitian ini diharapkan mampu membantu pemerintah mewujudkan masyarakat yang mandiri dan mendukung program pemerintah dalam mengembangkan potensi wisata yang ada di Magelang
c. Bagi warga Desa Sidorejo: Penelituan ini diharapkan mampu membantu warga sekitar dalam memajukan pasar kuliner yang telah mereka buat agar dapat dikenal banyak orang dan membantu mereka dalam proses pemberdayaan.

F. Kajian Pustaka

Untuk mengetahui perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang lain, maka peneliti melakukan beberapa tinjauan terhadap beberapa penelitian ataupun jurnal yang hampir sama dengan yang dilakukan oleh peneliti. Dari tinjauan tersebut dapat dijadikan sebagai bahan acuan dalam peneliti melakukan penelitiannya dan juga dengan adanya perbandingan tersebut dapat mengurangi kesamaan dalam fokus penelitian yang dilakukan peneliti. Berikut merupakan beberapa penelitian yang digunakan sebagai pembanding oleh peneliti.

Pertama, jurnal yang ditulis oleh Istijabatul Aliyah dan kawan-kawan yang berjudul "*Peran Pasar Tradisional dalam Mendukung Pengembangan Pariwisata Kota Surakarta"*.[16] Penelitian ini membahas tentang peran beberapa pasar yang ada di daerah Surakarta untuk dapat dijadikan sebagai tempat menarik minat masyarakat berkunjung ke pasar dan juga hal-hal apa saja yag perlu dilakukan dalam mewujudkan pasar tradisional dapat dapat dijadikan sebagai destinasi wisata pada era modern saat ini. Penelitian ini dibuat

[16] Istijbatul Aliyah,dkk., "Peran Pasar Tradisional dalam Mendukung Pengembangan Pariwisata Kota Surakarta", Gema Teknik Nomor 2/Tahun X Juli 2017

dengan metode kualitatif. Hasil dari penelitian ini yaitu menjelaskan usaha dan strategi apa saja yang telah dilakukan oleh pihak-pihak yang berperan dalam melakukan pengembangan pasar tradisional sehingga dapat mendukung peningkatan pariwisata di Surakarta.

Sesuai dengan pemaparan diatas ada kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu kedua penelitian ini sama-sama menjadikan pasar sebagai upaya untuk menarik dan mendukung penegmbanagn pariwisata daerah. Namun adapula perbedaan diantara kedua penelitian ini yaitu dalam penelitian ini pengembangan yang dilakukan lebih memfokuskan terhadap staretegi yang dilakukan untuk mendatangkan wisatawan untuk berkunjung ke pasar wisata, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti lebih fokus mengajak masyarakat untuk mengembangkan potensi yang dimiliki untuk menciptakan sebuah destinasi pasar pariwisata yang dapat menarik minat wisatawan berkunjung dan juga untuk mengajarkan masyarakat untuk hidup secara mandiri dengan usaha yang telah mereka buat.

Kedua, penelitian yang ditulis oleh Michel,dkk yang berjudul "*Konsep Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Pariwisata*".[17] Penelitian ini membahas tentang pentingnya peran dan keikutsertaan masyarakat untuk mewujudkan sebuah pemberdayaan yang berhasil dengan mengembangkan potensi yag dimiliki setiap individu ataupun potensi alam yang ada di daerah. Dengan adanya potensi tersebut kemudian masyarakat mencoba untuk mengembangkan sesuai dengan konsep yang mereka miliki (pengembangan pariwisata). Hasil dari

[17] Michel,dkk., "Konsep Pemberdayaan Berbasis Masyarakat", 2010, http://file.upi.edu/Direktori/FPIPS/LAINNYA/GUMELAR S/HAND OUT MATKUL KONSEP ESORT AND LEISURE/PEMBERDAYAAN MASYARAKAT BERBASIS PARIWISATA.pdf, diakses pada tanggal 2 April 2019.

penelitian ini yaitu dengan adanya pemberdayaan yang dilakukan atas dasar penyadaran, kemauan dan inisiatif dari masyarakat sendiri maka hal tersebut membuat masyarakat menjadi lebih hidup mandiri dan juga dengan pemberdayaan yang telah dilakukan membuat tingkat kesejahteraan masyarakat semakin meningkat.

Sesuai dengan pemaparan tersebut ada kesamaan antara kedua penelitian ini, yaitu sama-sama mengajak masyrakat untuk mengembangkan semua potensi yang ada dan menjadikan sebuah potensi tersebut dapat menghasilkan sesuatau perkembangan yang dapat memberikan dampak baik terhadap masyarakat. Ada juga perbedaan diantara kedua penelitian ini adalah masyarakat masih butuh penyadaran dan ajakan untuk melakukan pemberdayaan dan pengembangan terhadap dirinya maupun lingkungannya, sedangkan dalam penelitian yang dilakukan peneliti masyrakat sudah mulai berfikir untuk mencoba mengembangkan semua potensi yang dimiliki.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Hesti Purwaningtyas yang berjudul "*Pengelolaan dan Pengembangan Pasar Wisata Tawangmangu Kabupaten Karanganyar*".[18] Penelitian ini membahas tentang pengelolaan yang dilakukan oleh pemerintahan daerah Karanganyar bersama pengurus pasar dalam mengembangkan pasar wisata yang ada di Tawangmangu sehingga dapat dijadikan sebagai salah satu daya tarik bagi wisatawan yang datang ke daerah Karanganyar. Hasil dari penelitian ini yaitu semakin banyaknya wisatawan yang datang ke Karanganyar setelah dilakukannya

[18] Hesti Purwaningtyas, "Pengelolaan dan Pengembangan Pasar Wisata Tawangmangu Kabupaten Karanganyar", Skripsi (Surakarta: Jurusan Diploma III Usaha Perjalanan Pariwista Fakultas Sastra dan Seni Rupa, Universitas Sebelas Maret, 2010)

pengembangan pasar wisata maka berpengaruh juga trehadap penghasilan pefagang pasar dan juga peningkatan perekonomian daerah Surakarta.

Sesuai dengan penjelasan tersebut hal ini hampir sama dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis di Pasar Kebon Watu Gede, yaitu kedua pasar ini memiliki tujuan untuk menjadikan pasar sebagai tempat destinasi wisata baru bagi wisatawan yang datang, sehingga eksistensi pasar dimata masyarakat tidak akan hilang. Sedangkan perbedaan diantara kedua penelitian ini yaitu, jika pasar Karanganyar merupakan pasar tradisional yang sudah ada sejak lama kemudian dikembnagkan menjadi pasar yang lebih modern lagi untuk menarik minat masyarakat untuk berkunjung, maka berbeda dengan Pasar Kebon watu Gede yang dibuat dari hasil inisiatif masyarakat setempat untuk mengembangkan sebuah potensi alam yanga da di daerah mereka dengan mengusung tema pembuatan pasar tradisional sehingga kesan historis dan kekhasan dari derah tersebut tetap ditampilkan agar terjaga kelestariannya.

Keempat, jurnal yang ditulis oleh Takariadinda Diana Ethika yang berjudul "*Pengembangan Pariwisata Berbasis Budaya Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Di kabupaten Sleman*".[19] Penelitian ini membahas tentang pengembanagan pariwisata yang ada di daerah Sleman dengan mengembangkan aset potensi budaya yang ada di daerah tersebut sesuai dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 di Kabupaten Sleman. Pengembangan kegiatan pariwisata ini sebagai upaya meningkatkan pendapatan asli

[19] Takariadinda Diana Ethika, "Pengembangan Pariwisata Berbasis Budaya Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Di kabupaten Sleman", Vol. 1, No. 2 (2016),

daerah sehingga nantinya dapat mengangkat kesejahteraan masyarakat, khususnya masyarakat yang tinggal disekitar destinasi wisata dimana wisata budaya dikembangkan. Hasil dari penelitian ini adalah dengan adanya pengembangan aset potensi wisata yang ada di daerah Sleman yang dilakukan oleh pihak pemerintah daerah dengan melibatkan masyarakat untuk ikut berperan dalam proses tersebut maka dapat menjadikan masyarakat yang lebih sejahtera serta potensi-potensi yang ada di daerah tersebut dapat terkelola secara baik.

Berdasarkan penjelasan tersebut penelitian ini hampir sama dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis di Pasar Kebon Watu Gede, yaitu dalam proses pemberdayaannya sama-sama menggunakan aset potensi yang dimiliki di daerah tersebut dengan tujuan untuk melestarikan potensi tersebut. Sedangkan untuk perbedaan antara kedua penelitian yaitu, jika pengembangan pariwisata di daerah Sleman dimulai dari pihak pemerintah daerah kemudian mengajak masyarakat untuk ikut berperan dalam proses pemberdayaannya maka untuk proses pemberdayaan yang ada di Pasar Kebon Watu Gede secara keseluruhan murni atas inisiatif dari masyarakat sekitar.

Kelima, Jurnal yang ditulis oleh Eis Al Masitoh yang berjudul "*Upaya Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional: Studi Revitalisasi Pasar Piyungan Bantul*".[20] Penelitian ini membahas tentang adanya dukungan serta peran pemerintah daerah untuk ikut serta menjaga eksistensi pasar tradisional agar tetap dikunjungi oleh masyarakat. Serta dalam penelitian ini juga menjelaskan tentang dampak dari kebijakan revitalisasi pasar tradisional oleh Pemerintah Kabupaten Bantul. Hasil dari penelitian ini yaitu menjelaskan bahwasannya

[20] Eis Al Masitoh, "Upaya Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional: Studi Revitalisasi Pasar Piyungan Bnatul", Jurnal PMI Vol.X No. 2 (2 Maret 2013)

Pemerintah Kabupaten Bantul sangat mendukung proses revitalisasi Pasar Piyungan. Dimana Pasar Piyungan merupakan salah satu pasar traditional yang yang telah di revitalisasi oleh pihak Pemerintah Kabupaten Bantul dan juga pemerintah menata kembali tata kelola dan fasilitas yang ada di pasar agar pengunjung yang datang semakin merasa nyaman ketika berkunjung ke pasar tradisional.

Seperti penjelasan di atas, penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang penulis lakukan di Pasar Kebon Watu Gede yaitu sama-sama ingin menjadikan pasar tradisional tetap dikenal oleh masyarakat dengan sedikit merubah tatanan pasar menjadi lebih nyaman lagi sehingga dapat dijadikan sebagai destinasi wisata bagi masyarakat. Adapula perbedaan antara kedua penelitian ini yaitu pasar Piyungan merupakan sebuah pasar tradisional yang kemudian dirubah oleh pemerintah daerah untuk dijadikan pasar wisata sedangkan Pasar Kebon Watu Gede merupakan pasar wisata yang dibuat oleh masyarakat setempat dengan tetap mengusung nilai kebudayaan dan tradisional.

Keenam, penelitian yang ditulis oleh Ahmad Azzam yang berjudul "*Pengembangan Pasar Tradisional Karangpandan Sebagai Destinasi Wisata Kreatif*"[21]. Tujuan penelitian ini yaitu menjadikan pasar Karangpandan sebagai destinasi wisata dengan konsep penerapan arsitektur tropis pada bangunan serta bentuk yang modern minimalis namun tidak meninggalkan unsur tradisi yang merupakan ciri khasnya sehingga akan menambah daya tarik pasar tersebut. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwasannya dengan adanya

[21] Ahmad Azzam, "Pengembangan Pasar Tradisional Karangpandan Sebagai Destinasi Wisata Kreatif", Skripsi (Surakarta: Jurusan Arsitektur Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2019).

pengembangan pasar tradisional menjadi pasar wisata dengan konsep wisata kreatif akan meningkatkan kualitas pengunjung pasar yang semula hanya sekedar buying product menjadi buying experince. Serta melalui pengembangan konsep ini diharapkan mampu menaikkan perekonomian masyarakat lokal di sekitar pasar Karangpandan.

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis. Kedua penelitian ini sama-sama ingin menjadikan pasar sebagai tempat wisata baru bagi masyarakat dengan menerapkan konsep-konsep yang sangat unik sebagai penunjang pengembangan. Sedangkan untuk perbedaannya yaitu jika dalam penelitian di pasar Karangpandang lebih membahas tentang penerapan arsitektur tropis bangunan dalam mengembangkan pasar menjadi pasar wisata, maka dalam penelitian di Pasar Kebon Watu Gede membahas tentang bagaimana cara masyarakat dalam membuat sebuah pasar untuk dijadikan sebagai sebuah destinasi wisata dengan pengelolaan lahan secara baik serta penerapan konsep tradisional dalam pembuatannya.

Ketujuh, penelitian yang dilakukan oleh Siti Inayatul Faizah yang berjudul *"Peran Pasar Tradisional dalam Penyerapan Angkatan Kerja Perempuan"*[22]. Penelitian ini membahas tentang pasar tradisional yang dijadikan sebagai tempat mencari penghasilan bagi perempuan-perempuan yang ingin membantu perekonomian keluarganya. Pasar dianggap sebagai tempat yang cocok bagi mereka perempuan-perempuan yang tidak bisa bekerja di dunia industry maupaun perkantoran. Hasli dari penelitian ini adalah bagaiman

[22] Siti Inayatul Faizah, "Pasar Tradisonal dalam Penyerapan Tenaga Kerja Perempuan", Jurnal Keuangan dan Ekonomi Islam, vol. 1: 2 (Juli 2011), hlm. 190.

perempuan dapat berperan dalam kegiatan perekonomian rumah tangga yang bersifat subsisten. Dengan harapan peran aktif mereka bisa mendapatkan perhatian dari pemerintah sehingga kegiatan yang dilakukan tidak rawan terhadap segala kebijakan dan bisa semakin meningkatakan pendapatan mereka. Sehingga kondisi ini dapat mengurangi angkatan pengangguran perempuan.

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu kedua penelitian ini sama-sama menjadikan pasar sebagai tempat meningkatkan taraf kesejahteraan masyarakat dengan memberikan peluang bagi perempuan yang ingin mendapatkan penghasilan dengan cara berdagang di pasar. Sedangkan untuk perbedaanya sendiri yaitu jika penelitian ini lebih terfokus pada perempuan yang bekerja di pasar untuk ikut membantu menopang kehidupan keluarga mereka sedangkan untuk penelitian di Pasar Kebon Watu Gede lebih terfokus kepada setiap orang yang terlibat dalam proses pemberdayaan masyarakat tersebut.

Dari beberapa penelitian di atas maka bisa dijadikan sebagai sumber rujukan bagi penulis dalam menyelesaikan penelitiannya. Dengan adanya beberapa perbedaan anatra penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis di Pasar Kebon Watu Gede, maka penelitian yang dilakukan oleh penulis layak untuk diteliti.

G. Kerangka Teori

Agar penelitian yang dilakukan oleh penulis tidak keluar dari fokus penelitian maka dibutuhkan beberapa teori yang dipergunakan untuk mempermudah penulis dalam penelitian, penulis menggunakan beberapa teori dalam penelitiannya;

1. Konsep Pemberdayaan Masyarakat

Konsep berasal dari bahasa latin *conceptum*, yang artinya sesuatu yang dipahami. Konsep merupakan abstraksi suatu ide atau gagasan yang dinyatakan dalam suatu kata atau simbol. Secara konseptual pemberdayaan berasal dari kata power yang berarti kekuasaan atau keberdayaan.[23] Maka konsep pemberdayaan adalah gagasan atau ide yang dibuat untuk melakukan suatu pemberdayaan, yang kemudian dijelaskan melalui:[24]

a. Pengertian Pemberdayaan Pasar Wisata

Menurut KBBI pemberdayaan masyarakat adalah proses, cara, membuat, memberdayakan dari kata daya yaitu kemampuan melakukan sesuatu atau kemampuan untuk bertindak. Sedangkan menurut Totok dan Purwoko, pemberdayaan dapat diartikan sebagai upaya memenuhi kebutuhan yang diinginkan oleh individu, kelompok dan masyarakat luas agar memiliki kemampuan untuk melakukan pilihan dan mengontrol lingkungan agar dapat memenuhi keinginannya, termasuk aksebilitas terhadap sumberdaya yang terkait dengan pekerjaannya, aktivitas social, dll.[25]

Pasar wisata adalah sebuah tempat dengan sekumpulan orang yang mengikuti berbagai macam kegiatan wisata yang

---

[23] Prasetyo, "Konsep Dan Teori Pemberdayaan Masyarakat", https://prasfapet.wordpress.com/2015/05/07/konsep-dan-teori-pemberdayaan-masyarakat/, diakses tanggal 12 Agustus 2019.

[24] Aziz Musli, Dasar-Dasar Pengembangan Masyarakat (Yogyakarta: Samudra Biru,2012), 11.

[25] Ayu Purnami Wulandari, "*Pemberdayaan Masyarakat Desa Dalam Upaya Peningkatan Kesejahteraan Keluarga Melalui Pelatihan Pembuatan Sapu Gelagah Di Desa Kajongan Kecamatan Bojongsari Kabupaten Purbalingga",* Skripsi (Yogyakarta: Program Studi Pendidikan Luar Sekolah Universitas Negeri Yogyakarta, 2014), hlm 10. *Eprints.uny.ac.id*

didukung oleh daya beli, kemauan untuk membelanjakan dari layanan ataupun fasilitas yang tersedia.[26]

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwasannya pemberdayaan masyarakat melalui pasar wisata adalah upaya yang dilakukan seseorang atau kelompok dalam memberdayakan masyarakat dengan menggunakan pasar sebagai tempat pemberdayaannya sehingga dengan adanya proses pemberdayaan tersebut nantinya akan menjadikan masyarakat lebih mandiri dan sejahtera.

b. Visi Misi Pasar Wisata Dalam Pemberdayaan Masyarakat

Visi dan misi dalam sebuah pemberdayaan merupakan salah satu hal terpenting dalam sebuah pelaksanaan. Dengan adanya visi dan misi yang dibuat dengan jelas maka segala bentuk kegiatan yang dilakukan dapat terarah dnegan baik sehingga apa yang dicapai dapat terwujud dengan baik.

Dalam pelaksanaannya pasar wisata juga memiliki visi dan misi untuk mencapai pencapaian yang lebih baik. Visi pasar wisata adalah terwujudnya dunia usaha perdaganagn dan pengelolaan pasar yang semakin kondusif dan berdaya saing menuju masyarakat yang sejahtera. Sedangkan untuk misi pasar wisata adalah suatu hal yang harus dilakukan untuk mewujudkan visi yang sudah ada dengan cara menjadikan pasar lebih nyaman lagi, bersih dan rapi dengan meningkatkan fasilitas yang ada di pasar dan juga memperluas jaringan usaha

[26] Sofia Rusdiana, *Perencanaan Pasa Wisata Dengan Pendekatan Historicims Di Malang*, Skripsi (Malang: Jurusan Arsitektur Fakultas Sains Dan teknologi, UIN Maulana Malik Ibrahim, 2018), hlm. 20.

perdagangan dan pengembangan pasar lokal yang mampu berdaya saing.[27]

c. Tujuan Pasar Wisata Dalam Pemberdayaan Masyarakat

Tujuan dari adanya pasar wisata dalam pemberdayaan masyarakat adalah menarik minat masyarakat luas untuk berkunjung ke pasar tradisional sehingga dnegan semakin banyaknya pengunjung yang datang ke pasar tradisional maka eksistensi pasar semakin meningkat. Juga dengan semakin banyaknya pengunjung yang datang maka ikut membantu meningkatkan penjualan barang-barang yang ada di pasar.

Perlu diketahui juga mengenai pemberdayaan masyarakat juga memiliki tujuannya. Seperti yang dijelaskan oleh Wrihatnolo dalam bukunya bahwasanya tujuan pemberdayaan masyarakat adalah mewujudkan masyarakat yang maju, mandiri, dan sejahtera.[28] Sesuai dengan pengertian di atas tujuan pemberdayaan masyarakat meliputi empat bidang yaitu:[29]

a. Bina Manusia

Upaya yang diutamakan dan harus diperhatikan dalam setiap pengembangan masyarakat. Dilandasi dengan tujuan pembangunan yaitu untuk memperbaiki mutu hidup atau kesejahteraan manusia. Upaya-upaya tersebut meliputi:

---

[27] Pemda Kab Magelang, "Visi dan Misi-disdagkopukm-kabupaten Magelang", http://disdagkopukm.magelangkab.go.id/home/detail/visi-dan-misi/8 diakses tanggal 8 april 2019.

[28] Wrihatnolo, dkk., Manajemen Peberdayaan: Sebuah Pengantar dan Panduan Untuk Pemberdayaan Masyarakat (Jakarta: PT Elex Media Komputindo,2007)

[29] Azis Muslim, *Dasar-Dasar Pengembangan Masyarakat* (Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru, 2012), hlm.28.

1) Pengembangan kapasitas individu, yaitu kapasitas kepribadian yang meliputi karakter, keberagaman dan nilai-nilai, kapasitas di dunia kerja, dan pengembangan keprofesionalan.
2) Pengembangan kapasitas sistem
   a) Pengembangan interaksi antar entitas (organisasi) dalam system yang sama
   b) Pengembangan interaksi dengan entitas atau organisasi di luar sistem
3) Pengembangan kapasitas entitas atau kelembagaan, seperti:
   a) Kejelasan visi,misi dan budaya organisasi
   b) Kejelasan struktur organisasi, kompetensi, dan strategi organisasi
   c) Proses organisasi atau pengelolaan organisasi
   d) Pengembangan jumlah dan mutu sumberdaya
   e) Interaksi antar individu di dalam organisasi
   f) Interaksi dengan entitas, organisasi dengan pemangku (stakeholders) yang lain.

b. Bina Usaha

Menjadikan suatu upaya penting dalam setiap pemberdayaan karena bina manusi yang tanpa memberikan manfaat bagi perbaikan kesejahteraan maka tidak akan laku bahkan menambah kecewa.

c. Bina Lingkungan

Pelestaraian lingkungan sangat menentukan keberlanjutan kegiatan utama yang terkait dengan

tersedianya bahan baku. Perlu diketahui juga bahwasannya lingkungan sosial juga sangat berpengaruh terhadap keberlanjutan kehidupan.

d. Bina Kelembagaan

Dengan tersedianya kelembagaan maka akan sangat berpengaruh terhadap keberhasilan bina manusia, bina usaha, dan bina lingkungan. Adanya bina kelembagaan yang baik diharapkan jejaring kemitraan usaha berjalan lancar.

d. Jenis-jenis Pasar dalam Pemberdayaan Masyarakat

Pasar memiliki beberapa jenis yang terbagi menjadi dua bagian yaitu:[30]

1) Pasar di Tinjau Dari Kegiatannya

a) Pasar Modern

Tempat bertemunya penjual dan pembeli yang ditandai dengan adanya transaksi jual beli secara tidak langsung. Pembeli melayani sendiri kebutuhan barang yang dibutuhkan dengan mengambil sendiri barang yang sudah ditata di rak. Harganya juga sudah tertera di rak tersebut sehingga proses tawar menawar tidak terjadi di pasar modern ini.

b) Pasar Tradisional

Tempat bertemunya penjual dan pembeli yang ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung. Pasa pasar ini sebagian besar menjual kebutuhan sehari-hari entah itu sayur, sembako, dll. Selain itu juga menjual kue tradisional dan makanan nusantara lainnya.

[30] SA Bintoro, "BAB II Tinjauan Pasar Tradisional", Jurnal Pemberdayaan Pasar, vol.2: 3 (2016), hlm. 28.

Proses transaksi terjadi di pasar ini yaitu pedagang melayani pembeli yang datang ke lapak mereka memilih barang yang akan dibeli dan proses tawar menawar terjadi dalam pasar ini.

2) Pasar di Tinjau dari Segi Dagangannya

a) Pasar Umum

Pasar dengan jenis barang yang diperjualbelikan lebih dari satu jenis. Biasanya meliputi kebutuhan sehari-hari.

b) Pasar Khusus

Pasar dengan barang dagangan yang diperjualbelikan biasanya terdiri dari satu jenis barang dengan kelengkapannya.

Berdasarkan penjelasan diatas, Pasar Kebon Watu Gede masuk kedalam jenis pasar khusus, karena dalam pasar ini hanya menjual berbagai macam makanan tradision khas daerah Magelang. Kalupun ada barang dagangan lain selain makanan itu hanya sebagai pelengkap saja.

e. Sasaran Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pasar Wisata

Pemberdayaan masyarakat merupakan salah satu program pemerintah Desa dalam memanfaatkan sumberdaya yang ada agar dapat berkembang dan maju. Sasaran program pemberdayaan masyarakat sendiri mencakup semua bidang, mulai dari pemerintahan, kelembagaan, kesehatan, ekonomi masyarakat, teknologi, dan pendidikan.[31] Untuk mencapai

[31] Amin Jaya, "Program Pemberdayaan Masyarakat Desa", http://aminjya .desa.id/page/detail/program-pemberdayaan-masyarakat-desa", diakses tanggal 8 April 2019.

kemandiriannya sasaran pemberdayaan yang dilakukan adalah sebagai berikut:[32]

1. Terbentuknya kesadaran dan tumbuhnya keterlibatan masyarakat dalam mengorganisir diri untuk kemajuan dan kemandirian bersama.
2. Diperbaikinya kondisi sekitar kehidupan kaum rentan, miskin dengan kegiatan peningkatan pemahaman, peningkatan pendapatan dan usaha kevil diberbagai bidang swadaya.
3. Ditingkatkan kemampuan dan kinerja kelompok swadaya dalam ketrampilan teknis dan manajemen untuk perbaikan produktifitas dan pendapatan masyarakat.

f. Program pemberdayaan Masyarakat Di Pasar Wisata

Dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat harus mengacu pada suatu program yang telah dibuat. Berikut ini merupakan program-program pemberdayaan masyarakat:[33]

1. Pemberdayaan Masyarakat Bidang Pemerintahan

   Mencakup semua sumberdaya yang ada ditigkat pemerintahan. Bentuk pemberdayaannya dapat berupa pelatihan, musyawarah, peningkatan kualitas kinerja pemerintahan.

2. Pemberdayaan Masyarakat Bidang Kelembagaan

   Dalam bidang ini mencakup semua lembaga masyarakat yang ada.Program ini bertujuan untuk membangun lembaga yang terarah, produktif, dan terorganisir. Dengan adanya program ini maka diharapkan dapat meningktakan kinerja

[32] Walid Rahmanto, "Pemberdayaan Masyarakat-Action, Action, Action", http://walidrahmanto.blogspot.com/2011/12/pemberdayaan-masyarakat.html, diakses tanggal 8 April

[33] *Ibid*

lembaga agar dapat membantu pemerintah dalam menjalankan pembangunan.

3. Pemberdayaan Masyarakat Bidang Ekonomi

   Merupakan program pemerintah untuk meningkatkan perekonomian Desa. Program ini mencakup pemberdayaan UKM, industri rumah tangga, BUMDes, kelompok tani, pasar, serta penunjang ekonomi masyarakat lainnya. Denga adanya program ini sangat diharapkan sekali dapat membantu masyarakat dalam meningkatkan perekonomian serta kesejahteraan masyarakat.

4. Pemberdayaan Masyarakat Bidang Teknologi

   Pemberdayaan dalam bidang teknologi merupakan program pemerintah untuk meningkatkan perkembangan zaman yang semakin modern. Penggunaan teknologi juga dapat meningktakan kinerja menjadi lebih cepat dan akurat. Bnetuk kegiatannya seperti pelatihan, pengembangan teknologi. Denga adanya pemberdayaan ini nantinya akan dapat meningktakan daya saing masyarakat serta memudahkan masyarakat dalam melakukan kegiatannya.

5. Pemberdayaan Masyarakat Bidang Kesehatan

   Merpakan salah satu program untuk meningkatkan kulitas hidup dan kesejahteraan masyarakat. Kegiatannya dapat berupa peningkatan saran dan prasarana kesehatan, promosi dan penyuluhan program kesehatan, dan membangun desa siaga. Dengan adanya program ini maka diharapkan kehidupan dan kesehatan masyarakat semakin baik dan juga kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan semakin meningkat.

Berikut ini merupakan beberapa model-model perencanaan program:[34]

1. Model Perencanaan Top Down

   Dilakukan oleh elit politik dan melibatkan lebih banyak teknokrat serta mengandalkan otoritas dan diskresi.

2. Model Perencanaan Buttom Up

   Dilaksanakan secara kolektif dan melibatkan unsur-unsur pemerintahan serta mengandalkan persuasi

3. Model Perencanaan Partisipatif

   Dilakukan secara kolektif oleh masyarakat sendiri

4. Model perencanaan Teknokrat

   Dilakukan oleh ahli (pihak luar) yang paham dengan permasalahan yang sedang ditangani.

2. Implementasi Pemberdayaan Masyarakat dalam Pembuatan Pasar

Secara umum implementasi adalah tindakan atau pelaksanaan dari sebuah rencana yang disusun dengan matang dan tersusun. Menurut KBBI implementasi adalah pelaksanaan atau penerapan. Sedangkan menurut Pressman & Wildavsky implementasi adalah accomplishing, fulfilling, carrying out, producing, and completing apolicy yang berartikan menyelesaikan, memenuhi, melaksanakan, memproduksi, serta menyelesaikan sebuah kebijakan[35].

Berbicara tentang implementasi pemberdayaan masyarakat maka dalam proses tersebut digunakan teori pendekatan bottom up

[34] Aziz Muslim, "Dasar-Dasar Pengembangan Masyarakat", hlm. 92.

[35] Zakky, "Pengertian Implementasi Menurut Ahli, KBBI dan Secara Umum", https://www.zonareferensi.com/pengertian-implementasi/, diakses tanggal 12 oktober 2018

dan juga top down dalam pedoman pelaksanaannya. Top down planning merupakan proses perencanaan yang dilakukan pemimpin kemudian dari keputusan tersebut dibuat perencanaan ditingkat yang lebih rendah dimana peran masyarakat tidak begitu berpengaruh. Kemudian bottom up planning merupakan perencanaan yang dilakukan ditingkat rendah kemudian disusun rencana organisasi untuk dibawa ketingkat pusat atau dalam artian masyarakat lebih berperan dalam proses pemberdayaan sedangkan pemerintah hanya sebagai pengawas dan juga fasilitator saja[36].

Shucksmith berpendapat pendekatan bottom up dalam pembangunan pedesaan berpacu pada asumsi bahwa sumber daya alam, manusia dan budaya adalah kunci utama untuk perkembangannya. Sedangkan pembangunan dengan top down melihat terlebih dahulu tantangan utama memanfaatkan pemeliharaan khas lokal kapasitas manusia dan lingkungan melalui promosi ketrampilan teknis universal dan modernisasi infrastruktur[37].

Mengacu dari penjelasan di atas implementasi dalam sebuah proses pemberdayaan memang sangat dibutuhkan. Terlebih dalam proses pemberdayaan yang dilakukan di pasar akan membutuhkan sebuah perencanaan yang dibuat secara matang. Sesuai dengan Peraturan Daerah pemberdayaan pelaku pasar dilakukan dengan:[38]

---

[36] Aziz Muslim, "Dasar-Dasar Pengembangan Masyarakat", hlm. 80

[37] Prasetyo, "Konsep dan Teori Pemberdayaan Masyarakat", https://prasfapet.wordpress.com/2015/05/07/konsep-dan-teori-pemberdayaan-masyarakat/, diakses tanggal 12 oktober 2018

[38] Helina Kuncahyawati, "Pemberdayaan Pasar Tradisional dan Pedagang Pasar Menurut Peraturan Daerah Kabupaten Purworejo Nomor 6 Tahun 2014", hlm.7.

- Pembinaan terhadap pengelola pasar tradisional serta pedagang pasar
- Fasilitasi terhadap pedagang pasar untuk mendapatkan modal usaha
- Membantu meningkatkan prasarana dan sarana pasar tradisonal
- Fasilitasi pembentukan wadah atau asosiasi pedagang sebagai sarana memperjuangkan hak dan kepentingan para pedagangan.

3. Hasil Pemberdayaan Masyarakat Pasar

Menurut teori George C. Edward III yang kemudian dikutip Elwin Himawan Edi, terdapat empat indikator yang mempengaruhi penerapan pemberdayaan:[39]

a. Indikator Komunikasi

Indikator komunukasi terbagi menjadi transmisi, kejelasan dan konsisten. Dalam pelaksanaanya komunikasi yang baik dan lancar antara pembuat pasar dan masyarakat sekitar yang nantinya akan berperan dalam berjalannya pasar akan menghasilkan kerjasama yang baik tanpa adanya hambatan dalam pelaksanaannya.

b. Indikator Sumber Daya

Sumber daya merupakan hal yang sangat penting dalam menunjang keberhasilan dari pemberdayaan pasar yang akan dilakukan. Karena jika dalam pelaksanaannya saja sudah tidak didukung dengan sumber daya yang baik entah itu sumber daya manusia, sumber daya alam maupun sumber daya yang lain

[39] Elwin Himawan Adi, "Implementasi Peraturan Daerah Nomor 12 Tahun 2013 Tentang Pengelolaan, Pemberdayaan dan Perlindungan Pasar Tradisonal Kota Salatiga" (2016), hlm. 10.

maka nantinya hasil yang didapat dalam proses pemberdayaan tersebut juga akan kurang maksimal

c. Indikator Disposisi

Salah satu penentu yang akan berpengaruh dalam hasil pelaksanaan pemberdayaan pasar adalah sikap dari pelaksana pemberdayaan pasar. Komitmen ini dapat terlihat dari bagaiman mereka berperan sesuai dengan tugas masing-masing dalam melakukan proses pemberdayaan pasar.

d. Indikator Struktur Birokrasi

Dalam indikator ini terbagi menjadi dua indikator lagi yaitu Standar Operasional Prosedur (SOP) dan Fragmentasi. Dengan adanya SOP yang dibuat maka setiap pelaku pasar sudah memiliki panduan dalam menjalankan perannya secara benar. Indikator yang kedua yaitu fragmentasi, yang berarti bagaiman para pelaku pasar bertanggung jawab atas segala tugas dan peran yang dimiliki.

Indikator keberhasilan yang digunkan untuk mengukur keberhasilan program pmerdayaan yang telah dilakukan yaitu:[40]

a) Berkurangnya jumlah penduduk miskin
b) Berkembangnya usaha peningkatan pendapatan yang dilakukan oleh penduduk miskin dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia
c) Meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap peningkatan kesejahteraan keluarga miskin di lingkungannya

[40] "Dimensi dan Indikator Pemberdayaan Masyarakat", http://ppg.spada.ristekdikti.go.id/pluginfile.php/31358/mod_resource/content/6/21.5.pdf, diakses tanggal 12 oktober 2018

d) Meningkatkan kemandirian kelompok yang ditandai dengan makin berkembangnya usaha produktif anggota dan kelompok

e) Meningkatnya kapasitas masyarakat dan pemerataan pendapatan yang ditandai oleh peningkatan pendapatan keluarga miskin yang mampu memenuhi kebutuhan pokok dan kebutuhan sosial dasarnya.

H. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan salah satu cara ilmiah yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh sumber data meliputi tujuan dan kegunaan tertentu, agar tata cara ilmiah yang dilakukan tidak menyimpang, sehingga hasil penelitian mempunyai nilai ilmiah yang tinggi.

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di daerah Dusun Jetak, Desa Sidorejo, Kecamatan Bandongan, Kabupaten Magelang. Alasan yang melatar belakangi penulis untuk melakukan penelitian di tempat ini karena: *Pertama*, tempat ini merupakan pasar pertama yang menjadikannya sebagai destinasi wisata di derah Magelang. K*edua*: Tempat ini dibuat atas kesadaran warganya untuk mengembangkan potensi alam yang dimiliki. *Ketiga:* Pasar ini mengusung tema tradisional dan melestarikan budaya daerah.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Penelitian ini dimaksud untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan secara holistic serta dengan cara deskriptifdalam bentuk

kata dan bahasa yang alamiah dan memanfaatkan berbagai metode alami.[41]

3. Subyek Penelitian

Subyek penelitian adalah orang-orang yang menjadi sumber informasi yang dapat memberikan data yang sesuai dengan masalah yang diteliti.[42] Dalam penelitian ini subyek penelitiannya adalah:

a. Pengurus dan pengelola Pasar Kebon Watu Gede
b. Pedagang Pasar Kebon Watu Gede
c. Pengunjung Pasar Kebon Watu Gede
d. Masyarakat sekitar Pasar Kebon Watu Gede

4. Teknik Sampling

Pengambilan penentuan informan adalah proses memilih sejumlah elemen secukupnya dari populasi, sehingga penelitian terhadap sampel dan pemahaman tentang sifat atau karakteristiknya dapat tergeneralisasi.[43] Teknik yang digunakan untuk memperoleh sumber data adalah teknik kriteria, adapun kriteria yang digunakan adalah :

a. Slamet Edi sebagai Kadus Dusun Jetak 1
b. Silviana bagian kasi pelayanan kantor Desa Sidorejo
c. Beni Pamuji sebagai ketua periode 1 Pasar Kebon Watu Gede
d. Ahmad Efendi sebagai bendahara Pasar Kebon Watu Gede

---

[41] Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya,2015) hlm. 6.

[42] Tatang Amirin, *Penyusun Rencana Penelitian* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998), hlm.135.

[43] Juliansyah Noor, Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah, (Jakarta: Kencana, 2011) hlm.148.

e. Imam sebagai devisi kegiatan dan acara Pasar Kebon Watu Gede
f. Ibu As sebagai pedagang sate di Pasar Kebon Watu Gede
g. Ibu Watik sebagai pedagang mainan di Pasar Kebon Watu Gede
h. Pak Mahfud sebagai pemilik lahan Pasar Kebon Watu Gede
i. Ibu Santi sebagai pengunjung Pasar Kebon watu Gede
j. Mbak Ana sebagai pengunjung Pasar Kebon Watu Gede

5. Data dan Sumber Data

No	**Rumusan Masalah**	**Data di Cari**	**Metode Pengumpulan Data**	**Sumber Data**
1	Konsep pemberdayaan masyarakat yang dilakukan di pasar kuliner di Pasar Kebon Watu Gede	a) Visi dan misi pasar wisata dalam pemberdayaan masyarakat b) Tujuan pasar wisata dalam pemberdayaan masyarakat c) Program pasar wisata dalam pemberdayaan masyarakat d) Sasaran pemberdayaan masyarakat	Wawancara dan Observasi	Pengurus Pasar Kebon Watu Gede

		Strategi pasar wisata dalam pemberdayaan masyarakat		
2	Implementasi pemberdayaan masyarakat yang dilakukan di Pasar Kebon Watu Gede	Bentuk kegiatan-kegiatan pemberdayaan masyarakat yang ada di Pasar Kebon Watu Gede serta pelaksanaan kegiatan-kegiatan tersebut	Wawancara dan observasi	Pengurus Pasar Kebon watu Gede
3	Hasil pemberdayaan masyarakat di Pasar Kebon Watu Gede	Hasil yang dirasakan dari adanya pemberdayaan yang dilakukan	Wawancara dan observasi	Pengurus pasar dan masyara kat yang terlibat

6. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi.

a. Wawancara

Wawancara yaitu proses kegiatan antara pewawancara mengajukan beberapa pertanyaan dengan yang diwawancarai

bertujuan untuk memperoleh informasi secara langsung[44]. Jenis penelitan yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terbuka dan wawancara terstruktur. Peneliti dapat langsung berinteraksi dengan informan atau narasumber ecara leluasa untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan, sehingga peneliti dapat memahami fenomena yang ada di lapangan secara leluasa.[45]

b. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati perilaku, maupun kegiatan atau sekelompok orang yang diteliti dari fenomena yang sedang berlangsung.[46] Teknik yang digunakan yaitu observsasi terfokus, di mana dalam pengamatan difokuskan pada aspek yang secara spesifik merujuk dalam rumusan masalah peneliti.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan penggalian dokumen, biografi, arsip-arsip, foto atau gambar yang berhubungan dengan data yang dicari.

7. Teknik Validitas Data

Dalam validitas data, penulis menggunakan metode triangulasi. Triangulasi yaitu cara untuk memperoleh data yang absah guna pengecekan maupun sebagai pembanding terhadap

[44]. Aunu Rofiq Djaelani, "*Teknik Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif",* (Semarang: FPTK IKIP Veteran,2013) Jurnal Vol : XX, No : 1. hlm. 87. (download.portalgaruda.org/article.php?article=251834&val=6766&title=TEKNIK%20PENGUMPULAN%20DATA%20DALAM%20PENELITIAN%20KUALITATIF)

[45] *Ibid* hlm., 87.

[46] *Ibid* hlm., 84

suatu data[47]. Triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber, yaitu membandingkan atau mengecek ulang keakuratan informasi yang diperoleh dari sumber.[48] Langkah-langkah yang dilakukan dalam triangulasi sumber adalah:

a) Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara, dalam penelitian ini dilakukan dengan pengamatan observasi peneliti dengan hasil wawancara dengan beberapa pengurus Pasar Kebon Watu Gede mengenai program pemberdayaan yang ada di pasar.
b) Membandingkan hasil wawancara satu orang dengan informasi lain, dalam penelitian ini terjadi antara Imam Kurniawan selaku pengurus Pasar Kebon Watu Gede dengan Watik selaku pedagang Pasar Kebon Watu Gede mengenai partisipasi masyarakat dalam proses pemberdayaan.
c) Membandingkan hasil wawancara dengan dokumen yang terkait, dalam penelitian ini dilakukan dengan mewawancarai Kepala Dusun Jetak kemudian mencocokan dengan arsip kependudukan yang ada di kantor Desa Sidoreja dengan dibantu Silviana selaku kasi pelayanan kantor Desa Sidorejo.

8. Metode Analisis Data

Analisi data adalah upaya yang dilakukan dengan bekerja menggunakan data, mengorganisasikan data, memilahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang

[47] Lexy J. Moleong, "Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revis", (Bandung: PT Remaja Rodakarya, 2014) hlm 330
[48] *Ibid*., hlm 330-331

dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat dicerikan kepada orang lain.[49]

Dalam melakukan penelitian, analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah analisis interaktif. Dalam tahap ini memiliki 4 komponen analisis yaitu :

a. Pengumpulan data yaitu mengumpulkan data dengan melakukan observasi dan wawancara dilokasi penelitian dengan menentukan strategi pengumpulan data yang dirasa tepat. Selain itu juga menentukan fokus dan pendalaman data pada proses pengumpulan data berikutnya.
b. Reduksi data adalah proses menyeleksi, memfokuskan, mengabstrakkan, dan mentransformasikan data kasar yang didapat dari lapangan secara langsung yang diteruskan pada waktu pengumpulan data. Dengan begitu reduksi data dimulai sejak peneliti memfokuskan wilayah penelitian.
c. Penyajian data yaitu rangkaian pengorganisasian segala informasi yang memungkinkan peneliti melakukan penelitian.
d. Penarikan kesimpulan yaitu proses akhir dalam analisis data. Dalam proses ini peneliti harus mengerti terhadap sesuatu yang telah diteliti langsung di lapangan. Penarikan kesimpulan sebaiknya dapat menjadi jawaban dari rumusan masalah yang diajukan[50].
e.

[49] *Ibid*., hlm 248

[50]. Ningrum dan Aminah Oktavia Cahaya, "*Analisis Pengamen Jalanan di Kota Surakarta (Studi Kasus Pengamen Jalanan di Kota Surakarta (BAB III METODE PENELITIAN)",* Karya Ilmiah UMS, 2015 (*http://eprints.ums.ac.id/34000/8/BAB%20III.pdf*) diakses pada 1 November 2018

I. Sistematika Pembahasan

Dalam rangka mempermudah pemahaman yang diteliti, maka pembahasan dalam penelitian akan disusun dengan sistematis yang sesuai dengan tatanan urutan serta permasalahan yang ada

BAB I bagian pendahuluan yang menjelaskan tentang penegasan judul, latar belakang, tujuan penelitian, menfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II bagian pembahasan, pada bagian ini dijelaskan tentang gambaran umum Pasar Kebon Watu Gede, sejarah, letak geografis, luas dan kondisi geografis, demografi, sosial ekonomi.

BAB III berisi tentang uraian mengenai proses pelaksanaan pemberdayaan yang dilakukan dan juga hasil yang dirasakan dalam pemberdayaan tersebut.

BAB IV merupakan bagian penutup yang berisikan kesimpulan dari bab-bab sebelumnya serta saran.

BAB IV
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan di atas maka penulis dapat menarim kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut.

1. Konsep pemberdayaan masyarakat melalui pembuatan pasar wisata (Pasar Kebon Watu Gede) adalah usaha dalam mengangkat potensi daerah yang ada di Magelang untuk diperkenalkan kepada masyarakat luas yang kemudian dikembangkan dan dikelola secara mandiri oleh masyarakat setempat untuk menjadikan masyarakat yang lebih sejahtera. Konsep tersebut yang kemudian di jelaskan secara lengkap melalui visi, misi, tujuan, program kerja, dan strategi. Pasar Kebon Watu Gede sendiri merupakan sebuah pasar wisata yang dibuat sebagai media pemberdayaan bagi masyarakat Dusun Jeta, Desa Sidorejo, Bandongan, Magelang. Dengan tujuan dari adanya pasar tersebut dapat mengangkat nama dusun mereka di kenal oleh masyarakat luas.
2. Implementasi dari program pemberdayaan melalui Pasar Kebon Watu Gede telah terlaksana dengan baik, adapun program-program tersebut yaitu pemanfaatan potensi, partisipasi masyarakat, pemasaran, dan menjalin kerjasama. Program-program tersebut tidak akan berhasil jika tanpa peran dari karang taruna Dusun Jetak bersama masyarakat yang sangat antusias dalam mewujudkan Pasar Kebon Watu Gede.
3. Hasil dari pemberdayaan masyarakat melalui pembuatan Pasar Kebon Watu Gede setelah dilihat dari beberapa indikator keberhasilan adalah sebagai berikut: *Pertama*, pemanfaatan potensi.

Adapun hasil yang didapatkan yaitu terangkatnya nama Dusun Jetak di masyarakat luas, terkelolanya secara baik lahan-lahan warga, terjaganya kebudayaan lokal. *Kedua*, partisipasi masyarakat, dengan hasil yang didapatkan yaitu semakin rekatnya kekompakan warga, semakin bertambahnya tingkat produktif masyarakat, meningkatnya perekonomian masyarakat. *Ketiga*, pemasaran. Adapun hasil yang didapatkan yaitu semakin terkenalnya Pasar Kebon Watu Gede sehingga menjadikan bertambahnya pengunjung yang datang. *Keempat*, menjalin kerjasama. Adapu hasil yang dirasakan yaitu GenPi Magelang ikut mempromosikan adanya Pasar Kebon Watu Gede melalui media yang mereka miliki untuk menarik pengunjung semakin banyak.

B. Rekomendasi dan Saran

Berdasarkan pemaparan di atas, program pemberdayaan masyarakat melalui pembuatan Pasar Kebon Watu Gede di Dusun Jetak, Desa Sidorejo, Bandongan, Magelang telah berjalan dengan sangat baik dan efektif serta mampu meningkatkan semangat masyarakat untuk merubah kehidupan menjadi lebih sejahtera. Akan tetapi ada beberapa masukan yang diberikan oleh peneliti untuk meningkatkan pemberdayaan yang lebih baik dan bersifat membangun untuk para peneliti selanjutnya dan juga kepada pihak Pasar Kebon Watu Gede yaitu sebagai berikut:

1. Untuk peneliti yang akan melakukan penelitian lebih lanjut masih banyak sekali hal-hal yang bisa diangkat menjadi sebuah pembahasan yang sangat menarik, tidak melulu tentang pemberdayaan nya bisa juga tentang pendanaanya, pengelolaannya, dll. Mengingat bahwasannya Pasar Kebon Watu Gede baru masuk

tahun ke 2 dalam pembuatannya jadi masih belum banyak orang-orang yang melakukan riset di tempat tersebut

2. Untuk pihak Pasar Kebon Watu Gede yaitu *pertama*, perlu adanya ketegasan untuk menetapkan program-program yang akan dijalankan agar nantinya mendapatkan hasil yang diinginkan. *Kedua*, perlu adanya tambahan kegiatan edukasi bagi para pedagang agar menambah wawasan bagi mereka. *Ketiga*, perlu adanya pembuatan agenda kegiatan yang tersusun dengan baik. *Keempat*, menambah kerjasama dengan berbagai pihak yang dapat membantu kemajuan Pasar Kebon Watu Gede. *Kelima*, perlu adanya pembuatan visi misi, susunan pengurus secara terstruktur agar dapat dijadikan sebagai arsip pribadi.

DAFTAR PUSTAKA

A. Referensi Buku

Alfitri, " Community Development Teori dan Aplikasi", Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011.

Aziz Muslim, *Dasar-Dasar Pengembangan Masyarakat*, Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru, 2012.

Edi Suharto, *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat: Kajian Strategi Pembangunan Kesejahteraan Sosial dan Pekerjaan Sosial*, Bandung: Refika Aditama, 2005.

Isbandi Rukminto Adi, *Intervensi Komunitas Pengembangan Masyarakat Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat*, Jakarta: Rajawali Press, 2008.

Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah, Jakarta: Kencana, 2011.*

Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014.

Sabirin, *Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Masyarakat Lokal*, Yogyakarta: Samudra Biru, 2015

Sammeng, Andi Mappi. 2000. Cakrawala Pariwisata. Jakarta

Sumintarsih, dkk., *Eksistensi Pasar Tradisional: Relasi dan Jaringan Pasar Tradisional di Kota Surabaya Jawa Timur* Yogyakarta: Balai Pelestaraian Sejarah dan Nilai Tradisional, 2011.

Tatang Amirin, *Penyusun Rencana Penelitian*, Jakarta:Raja Grafindo Persada, 1998.

Wrihatnolo, dkk., *Manajemen Pemberdayaan: Sebuah Pengantar dan Panduan untuk Pemberdayaan Masyarakat*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2007.

Zubaedi, *Pengembangan Masyarakat Wacana dan Praktek*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.

B. Referensi Skripsi

Ahmad Azzam, "*Pengembangan Pasar Tradisional Karangpandan Sebagai Destinasi Wisata Kreatif*", Skripsi (Surakarta: Jurusan Arsitektur Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2019).

Gita Novia Putri, "*Strategi Perencanaan Komunikasi Komunitas Generasi Pesoan Indonesia Jogja Dalam Mempromosikan Destinasi Digital*", Skripsi (Yogyakarta: Jurusan ILKOM Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga, 2018).

Rizky Prasetyo Aji, "*Analisis Morfo-Semantis Nama-Nama Camilan Tradisional Berkorelasi dengan Sifat dan Bagian Tubuh Manusia di Daerah Istimewa Yogyakarta*", (Yogyakarta: Prodi Sastra Jawa Fakultas Ilmu Budaya UGM, 2014).

Saifullah Hasan, "*Peran Pemerintah Dalam Perlindungan Dan Pemberdayaan Pasar Tradisional Di Kota Makassar*", (Makassar: Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanudin Makassar, 2016).

Sofia Rusdiana, "*Perancangan Pasar Wisata Dengan Pendekatan Historicms Di Malang*", (Malang: Jurusan Arsitektur

Fakultas Sains Dan Teknologi UIN Maulana Malik Ibrahim, 2018).

Supardiono, "*Pemberdayaan Pelaku Pasar Tradisional Prawirotaman oleh Dinas Pengelolaan Pasar Kota Yogyakarta*", Skripsi (Yogyakarta: Jurusan PMI Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, 2013).

Wulandari Ournami Ayu, "*Pemberdayaan Masyarakat Desa Dalam Upaya Peningkatan Kesejahteraan Keluarga Melalui Pelatihan Pembuatan Sapu Gelagah Di Desa Kajongan Kecamatan Bojongsari Kabupaten Purbalingga*", Skripsi (Yogyakarta: Program Studi Pendidikan Luar Sekolah Universitas Negeri Yogyakarta, 2014).

C. Referensi Jurnal

Aldi Elwin Himawan, *"Implementasi Peraturan Daerah Nomor 12 Tahun 2013 Tentang Pengelolaan, Pemberdayaan dan Perlindungan Pasar Tradisonal Kota Salatiga"* (2016).

Bintaro SA, "*BAB II Tinjauan Pasar Tradisional, Jurnal Pemberdayaan Pasar*", vol.2: 3 (2016).

Djaelani Anu Rofiq, "*Teknik Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif",* Jurnal Vol : XX, No : 1, 2013.

Eis Al Masitoh, "*Upaya Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional: Studi Revitalisasi Pasar Piyungan Bnatul*", Jurnal PMI Vol.X No. 2, 2 Maret 2013

Istijabatul Aliyah, dkk, "*Peran Pasar Tradisional Dalam Mendukung Pengembangan Pariwisata Kota Surabaya*", Vol X. No 2. Juli 2017.

Kuncahyawati Helina, "*Pemberdayaan Pasar Tradisional dan Pedagang Pasar Menurut Peraturan Daerah Kabupaten Purworejo Nomor 6 Tahun 2014".*

Muhammad Attar, dkk, "*Analisis Potensi Dan Arahan Strategi Kebijakan Pengembangan Desa Wisata Di Kecamatan Bumiaji Kota Baru*", Vol 1. No 2. April 2013.

Ningrum dan Aminah Oktavia Cahaya, "*Analisis Pengamen Jalanan di Kota Surakarta (Studi Kasus Pengamen Jalanan di Kota Surakarta",* Karya Ilmiah UMS, 2015.

SA Bintoro, "*Jurnal Pemberdayaan Pasar Tradisional*", Vol 2. No.3. 2016.

Siti Inayatul Faizah, "*Pasar Tradisonal dalam Penyerapan Tenaga Kerja Perempuan*", Jurnal Keuangan dan Ekonomi Islam, vol. 1: 2 (Juli 2011).

Takariadinda Diana Ethika, "*Pengembangan Pariwisata Berbasis Budaya Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Di kabupaten Sleman*", Vol. 1, No. 2 (2016),

D. Referensi Internet

Amin Jaya, "*Program Pemberdayaan Masyarakat Desa*", http://aminjaya.desa.id/page/detail/program-pemberdayaan-masyarakat-desa.

Pemda Kab Magelang, "*Visi dan Misi-disdagkopukm-Kabupaten Magelang*", http://disdagkopukm.magelangkab.go.id/home/detail/visi-dan-misi/8.

Prasetyo, *"Konsep dan Teori Pemberdayaan Masyarakat"*, https://prasfapet.wordpress.com/2015/05/07/konsep-dan-teori-pemberdayaan-masyarakat/.

Ristekdikti, "*Dimensi Dan Indikator Pemberdayaan Masyarakat*", http://ppg.spada.ristekdikti.go.id/pluginfile.php/31358/mood_resource/content/6/21.5.pdf.

Tribun Jogja, "*Pasar Kebon Watu Gede Didaulat Jadi Pasar Digital di Magelang*", http://jogja.tribunnews.com/2018/10/28/pasar-kebon-watu-gede-didaulat-jadi-pasar-digital-di-magelang

Walid Rahmanto, "*Pemberdayaan Masyarakat-Action, Action, Action*", http://walidrahmanto.blogspot.com/2011/12/pemberdayaan-masyarakat.html.

Zakky, *"Pengertian Implementasi Menurut Ahli, KBBI dan Secara Umum"*, https://www.zonareferensi.com/pengertian-implementasi/.

E. Referensi Lainnya

Arsip Data Dafar Penduduk Berdasarkan Usia Desa Sidorejo Tahun 2018

Arsip Data Kependudukan Desa Sidorejo Tahun 2017

F. Wawancara

Wawancara Slamet Edi, Kepala Dusun Jetak 30 April 2019

Wawancara Beni Pamuji, Ketua Pasar Kebon Watu Gede, 23 Januari 2019

Wawancara Ahmad Efendi, Bendahara Pasar Kebon Watu Gede, 23 Januari 2019

Wawancara Imam Kurniawan, Seksi Acara dan Kegiatan, 7 April 2019

Wawacara Fatimah, Pedagang Pasar Kebon Watu Gede, 7 April 2019

Wawancara Wati, Pedagang Pasar Kebon Watu Gede, 23 Januari 2019

Wawancara Mahfud, Salah Satu Pemilik Lahan Pasar Kebon Watu Gede 23 Januari 2019

Wawancara Ibu Yanti, Pengunjung Pasar Kebon Watu Gede, 7 April 2019

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Gambar Makanan Tradisional yang dijual

Sumber: Dokumen Pasar Kebon Watu Gede

Gambar Pengurus dan Pedagang Pasar Kebon Watu Gede

Sumber: Dokumentasi Pasar Kebon Watu Gede

Gambar . Besek dan Benggol Pengganti Rupiah

Sumber: Dokumentasi Pasar Kebon Watu Gede

Gambar. Suasana Pasar Kebon Watu Gede

Sumber: Dokumentasi Pasar Kebon Watu Gede

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama	: Rizka Arovatun Kartini
Tempat Tanggal Lahir	: Magelang, 21 April 2019
Jenis Kelamin	: Perempuan
Agama	: Islam
Negara	: Indonesia
Alamat	: Bandung Kalisari RT 02 RW 01 Mertoyudan Kec. Mertoyudan Kab. Magelang
Nama Ayah	: Yam Yaeni
Nama Ibu	: Sri Endang Mulyatiningsih

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
   a. TK AB Bustanul Athfal
   b. MI Negeri Sumberrejo
   c. SMP Negeri 1 Mertoyudan
   d. MA Negeri 1 Magelang
2. Pengalaman Organisasi
   a. Anggota Suka TV UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Periode 2015- 2018
   b. Bidang Marketing Suka TV UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Periode 2017-2018