



Pasar Beringharjo, Etalase Lokal yang Kebal Globalisasi

Legendaris dan Makin Kuatkan Ikon Kota Jogja

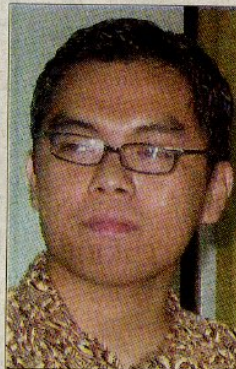
Pasar Beringharjo, secara tradisi adalah etalase budaya lokal Jogja yang hingga kini masih bertahan eksistensinya. Di sisi lain, Ambarukmo Plaza (Amplaz) datang sebagai ikon budaya kontemporer yang moderen. Tidak bisa dipungkiri, Amplaz muncul akibat derasnya arus globalisasi yang masuk ke Jogja. Namun, apakah globalisasi menciutkan eksistensi Beringharjo sebagai pasar tradisional?

Ternyata tidak. Beringharjo bertahan melalui perilaku transformasionalis para pelakunya.

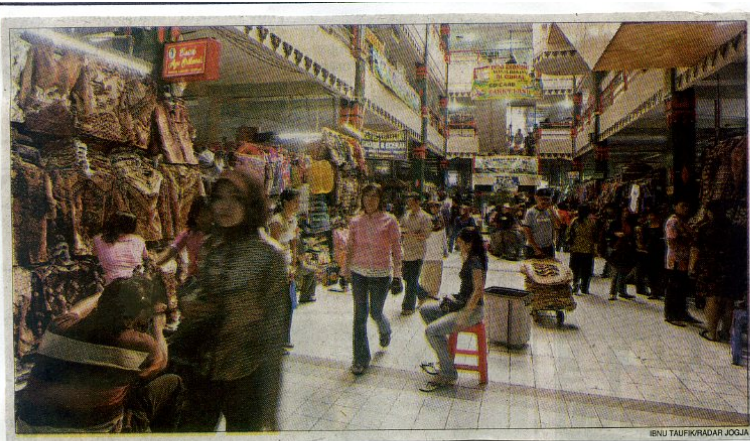
LUTFI RAKHMAWATI, Jogja

DALAM kerumitan globalisasi, kaum transformasionalis berada di tengah kaum tradisional dan globalis. Globalis percaya budaya lokal akan hilang dengan adanya globalisasi. Sebaliknya, tradisional tidak mengakui globalisasi tengah terjadi. Yang sebenarnya terjadi adalah proses kapitalisme selama ratusan tahun. Globalisasi hanyalah tahap lanjutan atau evolusi dari kapitalisme.

Baca **Legendaris ... Hal 13**



LUTFI RAKHMAWATI RADJA
IKON JOGJA: Di tengah membanjirnya mal atau pusat perbelanjaan, Pasar Beringharjo tetap eksis sebagai pasar tradisional. Sihol Siahaan (foto atas), salah seorang peneliti.



Harga Lebih Murah, 65 Persen Responden Puas

■ LEGENDARIS

Sambungan dari hal 3

Sementara itu, kaum transformasional berpendapat globalisasi memang sedang terjadi. Namun, mereka melihatnya sebagai kesempatan untuk maju. Tidak bisa dipungkiri, globalisasi juga memberikan ancaman. Dengan demikian, perlu adanya upaya dari pasar dan negara untuk memanfaatkan globalisasi dengan maksimal.

Pasar Beringharjo punya mekanisme unik dalam menyikapi globalisasi. Mereka tidak menolak globalisasi. Industri kecil tetap bisa bertahan, meskipun Jogja saat ini ramai dengan serbuan pusat perbelanjaan moderen. Di sisi lain, Amplaz, meskipun moderen dan membawa ikon globalisasi yang jelas, secara unik merangkul budaya lokal Jogja lewat beberapa produknya.

Demikian hasil penelitian

yang dilakukan kelompok mahasiswa Jurusan Hubungan Internasional, Fisipol UGM, beberapa saat lalu. *Encountering Globalization* adalah tema besar penelitian program hibah yang disponsori Fisipol UGM, Jurusan Hubungan Internasional dan Laboratorium Studi Globalisasi (LSG). Tema besar itu lantas dikembangkan oleh kelompok mahasiswa (terdiri 3-4 orang) ke dalam tema-tema kecil yang lain.

Seminar hasil penelitian dari empat kelompok terbaik digelar di Ruang Seminar Fisipol UGM, kemarin. *Jogja, Ikon Budaya Lokal dan Etalase Global, Studi Kasus terhadap Pasar Tradisional Beringharjo dan Plaza Ambarukmo Ditinjau dari Perspektif Transformasionalis* adalah judul penelitian Sihol Siahaan, Yusuf Muna, Bagus Handoko, Bondan A.S.

Dalam menghadapi globalisasi, Pasar Beringharjo banyak memanfaatkan publikasi lewat

media cetak dan elektronik. Selain itu, pasar tradisional terbesar di DIJ ini adalah sumber kekuatan ekonomi utama Kota Jogja. "Melalui berbagai media ini, Beringharjo terus menguatkan dirinya sebagai ikon kota Jogja yang legendaris," tutur Sihol, di sela-sela seminar hasil penelitian. Dia dan kelompoknya menghabiskan satu bulan untuk melakukan penelitian dengan metode observasi langsung.

"Globalisasi berarti semakin luasnya jangkauan informasi, dan ini dimanfaatkan secara maksimal oleh Beringharjo dengan cara membangun imej tradisi lokal yang kuat. Upaya transformasionalis ini yang kami lihat dari Beringharjo," papar mahasiswa jurusan HI angkatan 2005 ini.

Hasil penelitian mereka menunjukkan Pasar Beringharjo, meskipun berwujud pasar tradisional, tetapi mampu menjaga kualitas produk yang dijual.

"Sebanyak 65 persen responden kami merasa puas dengan barang yang dijual di Beringharjo. Selain itu, harganya lebih murah," tambahnya.

Dengan terus berbenah diri, Beringharjo bisa tetap eksis di tengah gempuran globalisasi. Imej tradisional yang dibawa Beringharjo justru menjadi salah satu kelebihanannya. Sementara itu, Amplaz, meskipun datang sebagai budaya moderen, tetap berusaha mengakomodasi nilai-nilai lokal di Jogja.

"Buktinya, banyak juga jenis-jenis barang lokal yang dipasarkan di Amplaz. Tidak hanya batik dan kerajinan, tetapi juga kebutuhan rumah tangga lainnya," katanya.

Memang, sebagian barang dipasarkan dengan label perusahaan tertentu. Carrefour misalnya. "Tetapi barang-barang seperti kacang hijau, beras, gula, dan banyak barang lain diambil dari hasil petani lokal," tukasnya. ***

| Instansi | Nilai Berita | Sifat | Tindak Lanjut |
|----------------------------------|--------------|--------|-----------------|
| 1. Dinas Pemukiman dan Prasarana | Positif | Segera | Untuk Diketahui |

Yogyakarta, 30 Desember 2024
Kepala

Ig. Trihastono, S.Sos. MM
NIP. 19690723 199603 1 005