PEMERINTAH KOTA YOGYAKARTA
DINAS KOMUNIKASI, INFORMATIKA DAN PERSANDIAN
Jalan Kenari No. 56 Yogyakarta, KodePos 55165 Telp. (0274) 515865, 562682
EMAIL : kominfosandi@jogjakota.go.id
HOTLINE SMS : 081 2278 0001; HOTLINE EMAIL: upik@jogjakota.go.id;
WEBSITE : www.jogjakota.go.id

Media: Republika Hari: Rabu Tanggal: 24 Oktober 2012 Halaman: 24

Kolom Pak Wali...

Oleh:
Haryadi Suyuti
Wali Kota Yogyakarta

Tradisional tak Berarti *Jadul*

Apa yang berbau tradisional bukan berarti identik dengan zaman dahulu (*jadul*). Seperti halnya pasar tradisional.

Saat ini pasar tradisional di Kota Yogyakarta secara fisik sudah jauh dari kesan kumuh, kotor, dan bau. Dari 32 pasar tradisional yang ada di Kota Yogyakarta, hampir sebagian besar bangunannya sudah permanen. Lantainya sudah bersih dan tertata rapi. Revitalisasi pasar terus kita lakukan agar pasar tradisional di Yogyakarta semakin nyaman dan bersih.

Saat ini pasar Ttradisional di Kota Yogyakarta justru kita dorong untuk menjadi tempat tujuan wisata minat khusus. Hal ini sudah diawali di Pasar Beringharjo, Pasar Satwa dan Tanaman Hias (PASTY), hingga Pasar Klitikan.

Ribuan orang dari dalam dan luar Kota Yogyakarta bahkan mancanegara datang ke pasar tradisional tersebut. Mereka bahkan bertransaksi di pasar ini, karena barang-barang yang dijual di pasar tersebut adalah barang khusus.

Kota Yogyakarta juga memiliki pasar khusus lain yaitu Pasar Telo dan Pasar Sepeda. Ke depan pasar ini akan terus kita kembangkan dan perbaiki, sehingga menjadi pasar unggulan di Kota Yogyakarta dan menjadi tempat wisata khusus.

Ini tidak mudah, bukan hanya revitalisasi fisik saja yang dilakukan tetapi dari sisi sumber daya manusia (SDM), dalam hal ini pedagang juga dibutuhkan pembinaan dan pendampingan.

Bagaimana mengubah pola pikir pedagang dari manajemen tradisional ke manajemen modern itu yang kita lakukan. Selain itu dari sisi pelayanan, keramahan pedagang menjadi sebuah keharusan dari tuntutan pengembangan pasar agar mampu bersaing dengan pasar modern.

Perilaku kebersihan juga harus ditanamkan, sehingga lingkungan pasar bisa bersih, nyaman, dan aman. Selain itu keragaman barang dagangan atau produk pasar tradisional juga harus diperhatikan.

Kembali lagi ke SDM, bagaimana pedagang bisa menjamin kualitas dagangan mereka ke konsumen akan menjadi magnet tersendiri bagi pasar tradisional. Promosi pasar juga dibutuhkan untuk membuat pasar tradisional di Kota Yogyakarta semakin berkembang.

Promosi dibutuhkan juga untuk mengundang para konsumen datang ke pasar tradisional. Contoh promosi pasar modern bisa diambil metodenya untuk pengembangan pasar tradisional ini.

Jika pembinaan dari hulu ke hilir berupa revitalisasi fisik, SDM dan promosi dilakukan secara sinergis dan terus menerus maka saya optimistis pasar tradisional di Kota Yogyakarta akan terus berkembang bahkan menjadi tempat tujuan wisata khusus.

Tradisional bukan berarti *jadul*, pasar bukan bangunan *jadul*, manajemennya juga bukan *jadul*, SDM-nya bukan *jadul*, promosinya juga bukan *jadul*, tetapi transaksi jual beli dengan tawar menawar yang harus tetap dipertahankan sebagai ciri khas pasar tradisional.

Ciri khas inilah yang menjadi daya tarik bagi konsumen untuk datang ke pasar tradisional. Ciri khas yang tidak dimiliki pasar modern di manapun.

Salam Indonesia, Salam Yogyakarta, Salam Haryadi Suyuti. ■ yulianingsih

Instansi	Nilai Berita	Sifat	Tindak Lanjut
1.	Netral	Amat Segera	Untuk Ditanggapi

Yogyakarta, 18 Juli 2026
Kepala

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