



## **DAMPAK REVITALISASI PASAR TRADISIONAL TERHADAP KONDISI SOSIAL EKONOMI PEDAGANG SOUVENIR DI PASAR RAKYAT TEMATIK WISATA UBUD**

### *THE IMPACT OF TRADITIONAL MARKET REVITALISATION ON THE SOCIO-ECONOMIC CONDITIONS OF SOUVENIR VENDORS IN THE UBUD TOURISM THEMED PEOPLE'S MARKET*

**I Wayan Sandika Putra<sup>1</sup>, Ida Bagus Suryawan<sup>2</sup>, Putri Kusuma Sanjiwani<sup>3</sup>,**

Program Studi Pariwisata Program Sarjana, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana, Indonesia

Email: [iwayann34@student.unud.ac.id](mailto:iwayann34@student.unud.ac.id)

#### **ABSTRAK**

Revitalisasi yang membawa perubahan fisik, sosial, dan ekonomi pada Pasar Rakyat Tematik Wisata Ubud menimbulkan berbagai dampak termasuk pada kondisi sosial ekonomi pedagang souvenir. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan perubahan-perubahan yang terjadi serta menganalisis dampak revitalisasi terhadap kondisi sosial ekonomi pedagang souvenir di Pasar Rakyat Tematik Wisata Ubud. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa revitalisasi berdampak positif terhadap kondisi pendidikan pedagang melalui peningkatan keterampilan digital, seperti penggunaan sistem pembayaran QRIS dan EDC serta mulai diterapkannya pembukuan. Namun, untuk pelatihan bahasa asing dan pemasaran digital belum tersedia. Pada kondisi pekerjaan, dampak positif terlihat dari meningkatnya jam kerja yang didukung oleh meningkatnya efisiensi, keamanan, kenyamanan dan motivasi kerja. Namun, terjadi dinamika sosial berupa kesenjangan antara pedagang lantai 1 dan lantai 2. Meski demikian, revitalisasi tetap memberikan dampak positif berupa meningkatnya interaksi dan kerjasama antar pedagang. Dampak terhadap pendapatan menunjukkan peningkatan yang belum optimal atau bahkan penurunan dibandingkan periode sebelum COVID-19 yang disebabkan oleh bertambahnya jumlah pedagang tanpa diversifikasi produk serta akses lantai 2 yang kurang strategis.

**Kata Kunci:** Revitalisasi Pasar Tradisional, Kondisi Sosial Ekonomi, Pedagang Souvenir, Pasar Rakyat Tematik Wisata UBUD.

#### **ABSTRACT**

*The revitalization of the Ubud Thematic Tourism Public Market has brought physical, social, and economic changes that have affected the socio-economic conditions of souvenir traders. This study aims to describe these changes and analyze the impact of revitalization on the socio-economic conditions of souvenir traders. The research employs a descriptive qualitative method, with data collected through observation, interviews, and documentation. Data analysis follows the interactive model of Miles and Huberman, consisting of data collection, data reduction, data display, and conclusion drawing. The results show that revitalization has had a positive impact on traders' educational conditions through the improvement of digital skills, including the use of QRIS and EDC payment systems and the adoption of basic bookkeeping practices. However, training related to foreign languages and digital marketing has not yet been provided. In terms of working conditions, revitalization has increased working hours, supported by improved efficiency, security, comfort, and work motivation. Nevertheless, social disparities have emerged between traders located on the first and second floors. Despite this, revitalization has also contributed positively by enhancing interaction and cooperation among traders. Regarding income conditions, the findings indicate that income improvements remain suboptimal or have even declined compared to the pre-COVID-19*



period, mainly due to the increasing number of traders without product diversification and the less strategic access to the second floor.

**Keywords:** *Revitalisation of Traditional Markets, Socio-Economic Conditions, Souvenir Vendors, Thematic Tourist Markets UBUD*

## PENDAHULUAN

Keterkaitan berkembangnya produk ekonomi kreatif di Provinsi Bali ditunjang dari adanya permintaan dari konsumen. Konsumen yang dimaksud merupakan wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik. Kunjungan wisatawan menjadi penting karena wisatawan merupakan penggerak utama dari berjalannya roda sektor pariwisata. Menurut data yang diterbitkan oleh Badan Pusat Statistik Provinsi Bali 2022-2024 dapat dijabarkan sebagai berikut.

**Tabel 1**  
**Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara dan Mancanegara di Provinsi Bali Pada Rentang Tahun 2022 – 2024**

No.	Jenis wisatawan	Jumlah Kunjungan Wisatawan		
		2022	2023	2024
1.	Wisatawan Mancanegara	2.175.747	5.272.351	6.330.805
2.	Wisatawan Nusantara	8.052.974	9.877.911	10.120.786
Total		10.228.721	15.150.262	16.451.591

(Sumber: Badan Pusat Statistik Prov. Bali, 2024)

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan baik nusantara maupun mancanegara ke Bali di tahun 2022 sampai 2024 menunjukkan tren yang terus mengalami kenaikan disetiap tahunnya dan mencerminkan pemulihan sektor pariwisata pasca pandemi COVID-19 yang sempat menurunkan drastis aktivitas kunjungan wisata. Tingginya kunjungan wisatawan dan

pengeluaran mereka selama berwisata secara langsung maupun tidak langsung berpengaruh terhadap destinasi wisata (Pitana, 2019).

Wisatawan yang berkunjung ke Bali memiliki beragam pola aktivitas, salah satunya adalah wisata belanja. Berdasarkan survei terhadap 600 wisatawan mancanegara dalam buku *Karakteristik dan Indeks Kepuasan Wisatawan Mancanegara di Provinsi Bali* (Wiranatha et al., 2025), sebanyak 66,2% wisatawan mengunjungi pusat perbelanjaan selama berada di Bali, dengan pasar seni tradisional menjadi salah satu pilihan dengan persentase kunjungan sebesar 22,5%. Meskipun bukan yang tertinggi, angka tersebut menunjukkan bahwa pasar seni tradisional tetap memiliki daya tarik signifikan sebagai ruang wisata belanja yang menawarkan produk khas dan merepresentasikan budaya lokal Bali, sekaligus memperkuat perannya dalam mendukung pariwisata dan ekonomi kreatif melalui interaksi langsung antara wisatawan dan pedagang.

Menurut Kuntowijoyo (1994) dalam Marlianty dan Putri (2022), dipahami bahwa pasar secara sederhana diartikan sebagai suatu pusat dari aktivitas ekonomi yang mempertemukan penjual dan pembeli. Pasar yang bergerak khusus untuk menopang pariwisata disebut Pasar Seni dan menurut Howard S. Becker (1982) pasar seni adalah suatu jaringan kolaboratif antara seniman, kolektor, pengelola pameran, dan pembeli yang bekerja sama dalam menciptakan dan menyebarkan karya seni melalui transaksi



jual-beli. Pasar seni tradisional juga berperan dalam menyerap perputaran ekonomi pariwisata di luar 13 usaha pariwisata sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata.

Di Provinsi Bali, pasar seni tradisional tetaplah menjadi *icon* yang tidak dapat dihilangkan eksistensinya sebagai pusat perdagangan kerajinan khas Bali dan telah tersebar luas di beberapa destinasi wisata, seperti Pasar Seni Sukawati, Pasar Seni Ubud, Pasar Seni Seminyak, Pasar Seni Kumbasari, dan lain-lain. salah satu Pasar Seni terkenal di Bali adalah Pasar Seni Ubud yang terletak di jantung Kelurahan Ubud dengan beragam produk-produk *souvenir* yang dibuat oleh pengrajin produk kesenian di Bali. Pasar Umum Ubud sendiri diperkirakan berkembang menjadi pasar seni sejak 1980-an karena seiring dengan meningkatnya kunjungan wisatawan ke Ubud yang tertarik dalam membeli produk-produk seni dan kerajinan masyarakat lokal sebagai *souvenir*.

Dalam perkembangannya, Pasar Umum Ubud mengalami kebakaran pada tahun 2016 yang menyebabkan kerusakan pada bangunan bagian barat dan relokasi pedagang ke bagian timur pasar. Kondisi ini mengakibatkan pasar menjadi semrawut, sempit, kurang terawat, serta kurang nyaman dan aman bagi wisatawan. Berdasarkan kondisi tersebut, Pemerintah Daerah melakukan program revitalisasi sebagai upaya menghidupkan kembali kawasan pasar. Revitalisasi dipahami sebagai upaya pembangunan kembali kawasan untuk mengoptimalkan potensi sosio-ekonomi, sosio-kultural, dan fisik (Departemen Kimpraswil, 2003 dalam Hardiansyah et al., 2021).

Pasar Umum Ubud berkembang menjadi Pasar Seni sejak tahun 1980-an dan memiliki peran penting dalam mempertahankan ketahanan ekonomi pedagang lokal khususnya pedagang souvenir. Sehingga, revitalisasi menjadi bentuk intervensi penting untuk memperkuat posisi Pasar Umum Ubud dan meningkatkan kondisi sosial-ekonomi pedagang souvenir. Sejalan dengan Bintarto (1988), kondisi sosial ekonomi mencerminkan upaya individu atau kelompok dalam menghadapi kesulitan hidup dan dapat diukur melalui indikator usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, dan tingkat pendapatan.

Berdasarkan fungsi dan perannya, Pasar Rakyat Tematik Wisata Ubud diharapkan tetap mampu mendukung perkembangan pariwisata Ubud serta memberikan pengaruh positif terhadap kondisi sosial ekonomi pedagang souvenir. Kondisi sosial ekonomi pedagang menjadi indikator penting keberhasilan revitalisasi karena mencerminkan kemampuan adaptasi pedagang terhadap lingkungan pasar yang baru. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk mengkaji dampak revitalisasi pasar tradisional terhadap kondisi sosial ekonomi pedagang souvenir di Pasar Rakyat Tematik Wisata Ubud, mengingat masih terbatasnya kajian yang membahas revitalisasi pasar berbasis produk souvenir dalam konteks sosial ekonomi pedagang.

## METODE

Lokasi penelitian ini adalah Pasar Rakyat Tematik Wisata Ubud di Jalan Raya Ubud, Kecamatan Ubud, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan data kuantitatif. Adapun sumber data dalam



penelitian ini adalah data primer yang diperoleh langsung melalui wawancara dan observasi mengenai tahapan, model dan dampak revitalisasi terhadap kondisi sosial ekonomi pedagang souvenir di Pasar Rakyat Tematik Wisata Ubud. Kemudian, data sekunder yang diperoleh melalui kajian literatur seperti jurnal ilmiah, buku, skripsi, dan media online lainnya. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini melalui tahapan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik penentuan informan penelitian ini melakukan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* merupakan teknik menggunakan penentuan informan dengan pertimbangan tertentu dan informan yang akan dipilih dalam penelitian ini adalah Koordinator Pasar Rakyat Tematik Wisata Ubud sebagai pengelola operasional pasar, Kepala Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD) Pasar Gianyar sebagai pihak pengelola pasar yang dibawah langsung oleh Disperindag Kabupaten Gianyar, Sejumlah pedagang *souvenir* dan wisatawan. Pada penelitian ini menggunakan teknik analisis data deskriptif kualitatif dengan model interaktif dari Miles dan Huberman dengan langkah-langkah analisis datanya seperti pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Tahapan-Tahapan Revitalisasi Pada Pasar Rakyat Tematik Wisata Ubud**

#### **Intervensi Fisik**

Intervensi fisik merupakan tahapan awal revitalisasi Pasar Rakyat Tematik Wisata Ubud yang bertujuan meningkatkan kualitas fisik kawasan sekaligus memperkuat citra pasar sebagai destinasi wisata. Revitalisasi dilakukan pasca kebakaran tahun 2016 yang menyebabkan penurunan kualitas bangunan

dan ketidakteraturan aktivitas berdagang. Proses revitalisasi dimulai dengan pembongkaran bangunan pada Februari 2022 dan selesai serta diresmikan pada April 2023.

Revitalisasi membawa perubahan signifikan pada struktur dan visual bangunan pasar. Pasar yang sebelumnya hanya terdiri dari dua lantai kini memiliki dua lantai utama dan satu lantai basement yang difungsikan untuk pedagang kebutuhan pokok serta parkir kendaraan. Bangunan utama direhabilitasi menjadi dua blok terpisah (blok barat dan timur) dengan struktur yang sama, sebagai hasil masukan dari Puri Ubud, masyarakat adat, dan pedagang pasar. Desain bangunan pasca revitalisasi mengadopsi arsitektur tradisional Bali dengan ornamen khas Ubud, sehingga selaras dengan lingkungan Puri Ubud dan memperkuat daya tarik visual pasar. Penyesuaian ini tidak hanya meningkatkan aspek estetika, tetapi juga berkontribusi pada kenyamanan, keamanan, dan pengalaman wisata belanja, sebagaimana dirasakan oleh wisatawan domestik maupun mancanegara.

Perubahan luas dan tata bangunan berdampak pada penataan lapak pedagang yang menjadi lebih terstruktur dan tertata. Pasar kini menampung 1.033 pedagang yang terbagi atas pedagang souvenir di lantai satu dan dua, serta pedagang kebutuhan pokok di basement. Penataan zonasi ini dilakukan untuk mendukung konsep pasar tematik wisata tanpa mengabaikan fungsi pasar rakyat. Lapak pedagang souvenir memiliki ukuran standar yang lebih jelas dengan sekat permanen, sehingga menciptakan kerapian visual, kenyamanan berbelanja, serta sirkulasi pengunjung yang lebih baik. Kondisi ini meningkatkan kualitas pengalaman wisata belanja dan memperkuat citra pasar sebagai destinasi wisata.



Revitalisasi juga meningkatkan kualitas fasilitas penunjang pasar, terutama penyediaan basement parkir yang mampu mengurangi parkir liar dan kemacetan di kawasan *Central Ubud*. Selain itu, fasilitas sanitasi mengalami peningkatan signifikan dengan tersedianya toilet di setiap lantai, termasuk toilet disabilitas, yang dikelola secara rutin oleh tenaga kebersihan profesional. Keberadaan fasilitas ini meningkatkan kenyamanan pedagang dan wisatawan, serta membentuk persepsi positif terhadap kebersihan dan kualitas amenities pasar sebagai destinasi wisata.

Pasca revitalisasi, pasar dilengkapi dengan fasilitas teknis modern seperti CCTV, sistem pemadam kebakaran, pencahayaan, kipas angin, dan tangga penghubung antar lantai. Namun, penempatan tangga menuju lantai dua dinilai kurang strategis sehingga mempengaruhi distribusi kunjungan wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa aspek navigasi dan informasi visual masih perlu ditingkatkan. Selain itu, pasar kini memiliki fasilitas umum berupa alun-alun terbuka yang berfungsi sebagai ruang publik dan lokasi penyelenggaraan kegiatan budaya. Keberadaan alun-alun serta patung ikonik Tjokorda Gde Agung Sukawati memperluas fungsi pasar tidak hanya sebagai ruang ekonomi, tetapi juga sebagai ruang sosial dan budaya yang memperkuat identitas Pasar Rakyat Tematik Wisata Ubud.

#### Rehabilitasi Ekonomi

Rehabilitasi ekonomi berfokus pada penguatan kegiatan ekonomi kawasan atau bangunan yang direvitalisasi untuk dapat mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Sebelum revitalisasi dan pandemi COVID-19, pasar merupakan salah satu pusat wisata

belanja utama di Ubud. Namun, penurunan kualitas fisik pasar dan dampak pandemi menyebabkan berkurangnya aktivitas perdagangan. Pasca revitalisasi, aktivitas ekonomi pasar kembali berjalan dengan penataan pedagang yang lebih terstruktur dan berorientasi pada wisata belanja, khususnya pedagang souvenir.

**Tabel 2. Jumlah Pedagang Souvenir di Pasar Rakyat Tematik Wisata Ubud Sebelum dan Sesudah Revitalisasi**

Jenis Pedagang	Jenis lapak	Jumlah Pedagang	
		Sebelum Revitalisasi	Sesudah Revitalisasi
Pedagang Souvenir	Kios/toko	132 pedagang	151 pedagang
	Los	324 pedagang	444 pedagang
<b>Jumlah</b>		<b>456 pedagang</b>	<b>595 pedagang</b>

(Sumber: Pengelola Pasar Rakyat Tematik Wisata Ubud, 2024)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan terjadinya peningkatan pedagang souvenir di Pasar Rakyat Tematik Wisata Ubud dan peningkatan jumlah pedagang ini tentu akan mempengaruhi pemasukan pasar melalui pembayaran retribusi yang harus dibayarkan setiap pedagang *souvenir* dengan harga berbeda-beda sesuai dengan jenis lapak yang mereka sewa.

**Tabel 3. Biaya Retribusi Pedagang Souvenir di Pasar Rakyat Tematik Wisata Ubud Sebelum dan Sesudah Revitalisasi**

Jenis Pedagang	Lokasi lapak	Biaya Retribusi	
		Sebelum Revitalisasi	Sesudah Revitalisasi
Pedagang Souvenir	Kios/toko lantai 1	Rp 4.000,00	Rp 11.250,00
	Kios/toko lantai 2	Rp 4.000,00	Rp 9.000,00
	Los lantai 1	Rp 2.000,00	Rp 3.750,00
	Los lantai 2	Rp 2.000,00	Rp 3.000,00

(Sumber: Pengelola Pasar Rakyat Tematik Wisata Ubud, 2024)





Berdasarkan tabel diatas biaya retribusi pedagang *souvenir* dari sebelum revitalisasi ke pasca revitalisasi terlihat mengalami perubahan yang secara umum didasari oleh meningkatnya kualitas dari fasilitas atau infrastruktur fisik yang dimiliki oleh pasar pasca revitalisasi. Namun, secara mendetail perbedaan biaya retribusi berdasarkan lokasi lapak setiap pedagang souvenir yang memiliki tingkat keramaian berbeda-beda. Selain penataan lapak dan retribusi, rehabilitasi ekonomi juga ditandai dengan peningkatan fasilitas pendukung aktivitas jual beli, seperti ruang berdagang yang lebih luas serta penggunaan sistem pembayaran non-tunai (QRIS dan EDC). Upaya ini mendukung kenyamanan wisatawan dan memperkuat citra Pasar Rakyat Tematik Wisata Ubud sebagai pasar tradisional yang adaptif terhadap perkembangan ekonomi pariwisata.

#### Revitalisasi Sosial/Institusional

Revitalisasi sosial atau institusional pada Pasar Rakyat Tematik Wisata Ubud ditandai oleh perubahan signifikan dalam sistem pengelolaan, tata kelola kelembagaan, serta pola interaksi sosial di lingkungan pasar. Sebelum revitalisasi, pasar dikelola secara sederhana oleh Kepala Pasar dengan struktur organisasi yang terbatas dan minim kerja sama dengan pihak eksternal. Pasca revitalisasi, pengelolaan pasar berada di bawah koordinasi Pemerintah Daerah Kabupaten Gianyar melalui Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) serta Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD) Pasar, yang menggantikan peran Kepala Pasar dengan Koordinator Pasar. Perubahan ini mencerminkan adanya sentralisasi pengelolaan yang lebih terkoordinasi, transparan, dan efisien.

Secara institusional, pasar pasca revitalisasi menjalin kerja sama dengan berbagai pihak eksternal, seperti PT. Asta Nadi Karya Utama sebagai perusahaan penyedia tenaga kerja *outsourcing* untuk kebersihan dan keamanan, lembaga keuangan Bank BPD Bali, serta Yayasan Bina Wisata Ubud sebagai lembaga pariwisata yang berkontribusi dalam penyelenggaraan kegiatan budaya dan promosi pasar guna meningkatkan kunjungan wisatawan.

Revitalisasi juga mendorong perubahan regulasi dan praktik kelembagaan, khususnya melalui penerapan sistem pembayaran digital. Pedagang pasar difasilitasi dengan penggunaan QRIS dan mekanisme pembayaran retribusi secara non-tunai, yang meningkatkan transparansi dan efisiensi administrasi pasar. Meskipun demikian, implementasi digitalisasi ini masih memerlukan pendampingan karena belum seluruh pedagang memiliki tingkat literasi digital yang sama.

Dari sisi sosial, sebelumnya pengelolaan sumber daya manusia masih belum sepenuhnya bersifat formal, namun saat ini budaya kerja setiap anggota karyawan menjadi lebih disiplin dan profesional. Selain itu, keberadaan alun-alun pasar sebagai ruang terbuka publik turut memperkuat fungsi sosial pasar melalui pemanfaatannya sebagai ruang interaksi sosial dan kegiatan budaya. Dengan demikian, revitalisasi Pasar Rakyat Tematik Wisata Ubud tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi, tetapi juga memperkuat struktur kelembagaan dan kohesi sosial di lingkungan pasar.



## **Model Revitalisasi Pasar Rakyat Tematik Wisata Ubud**

### **Pasar Tematik Sebagai Model Revitalisasi Pasar Rakyat Tematik Wisata Ubud**

Model revitalisasi Pasar Rakyat Tematik Wisata Ubud diwujudkan melalui penerapan konsep pasar tematik sebagai fokus utama pengembangan pasar. Pasca revitalisasi, Pasar Umum Ubud bertransformasi menjadi Pasar Rakyat Tematik Wisata Ubud dengan mengusung tema wisata budaya yang selaras dengan citra Ubud sebagai destinasi pariwisata budaya di Bali. Sebelum revitalisasi, pasar berfungsi sebagai pasar tradisional umum tanpa tema pengembangan yang jelas, meskipun dikenal sebagai pusat penjualan souvenir. Penerapan tema wisata budaya pasca revitalisasi mengintegrasikan fungsi pasar kebutuhan pokok dan pasar seni dalam satu kawasan yang didukung oleh desain arsitektur bernuansa tradisional Bali, fasilitas modern, serta penyelenggaraan kegiatan budaya. Sejalan dengan Westriani et al. (2020), penerapan tema dalam revitalisasi pasar mampu memperkuat identitas pasar sebagai destinasi wisata, sehingga Pasar Rakyat Tematik Wisata Ubud tidak hanya berfungsi sebagai ruang transaksi ekonomi, tetapi juga sebagai bagian dari daya tarik wisata budaya.

### **Produk Souvenir Sebagai Representasi Tema Pengembangan Pasar Rakyat Tematik Wisata Ubud**

Produk souvenir menjadi representasi utama dari tema pengembangan Pasar Rakyat Tematik Wisata Ubud sebagai pasar berbasis wisata budaya. Produk yang ditawarkan tidak hanya berfungsi sebagai komoditas ekonomi, tetapi juga mencerminkan identitas dan positioning pasar sebagai destinasi wisata

belanja. Pasca revitalisasi, produk souvenir diposisikan sebagai bagian integral dari kerangka pengembangan pasar, berbeda dengan kondisi sebelumnya ketika penjualannya masih terpisah dari pasar kebutuhan pokok. Berbagai jenis souvenir seperti lukisan, patung dan ukiran kayu, perhiasan perak, serta kerajinan tekstil dan rajutan mencerminkan nilai seni dan budaya khas Ubud. Meskipun secara kuantitas produk tekstil dan rajutan lebih mendominasi, produk-produk seni yang bersifat lebih otentik tetap menjadi daya tarik utama bagi wisatawan. Dengan demikian, keberadaan produk souvenir tidak hanya memperkuat fungsi ekonomi pasar, tetapi juga menegaskan identitas Pasar Rakyat Tematik Wisata Ubud sebagai destinasi wisata budaya.

### **Arsitektur dan Visualisasi Pasar Rakyat Tematik Wisata Ubud**

Arsitektur dan visualisasi Pasar Rakyat Tematik Wisata Ubud pasca revitalisasi merepresentasikan penerapan tema pengembangan pasar berbasis wisata budaya melalui perpaduan antara arsitektur modern dan unsur budaya tradisional Bali. Revitalisasi tidak hanya memperbaiki kondisi fisik bangunan, tetapi juga menghidupkan kembali identitas dan nilai budaya pasar. Perubahan arsitektur terlihat pada desain bangunan yang lebih bersih, tertata, dan modern, namun tetap mempertahankan ciri khas lokal melalui penggunaan atap limasan, ornamen ukiran Bali, serta material alami seperti kayu dan batu. Penataan interior yang lebih minimalis, sirkulasi pengunjung yang lebih jelas, serta fasilitas penunjang yang lebih lengkap meningkatkan kenyamanan tanpa menghilangkan nuansa pasar tradisional. Dengan demikian, arsitektur Pasar Rakyat



Tematik Wisata Ubud tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi juga menjadi strategi penguatan identitas pasar dan daya tarik wisata budaya.

### **Event-event Kebudayaan di Pasar Rakyat Tematik Wisata Ubud**

Pasca program revitalisasi, Pasar Rakyat Tematik Wisata Ubud tidak hanya berfungsi sebagai ruang transaksi ekonomi, tetapi juga berkembang sebagai ruang atraksi wisata budaya melalui penyelenggaraan event-event kebudayaan Bali. Sejalan dengan pandangan Ulhaq dan Sofia (2024) bahwa pasar tradisional memiliki potensi wisata yang dapat dikembangkan, pasar ini mulai menghadirkan pertunjukan seni tari dan musik tradisional Bali, drama gong, hingga tradisi upacara ngaben dengan peleton-peleton besar sebagai daya tarik wisata tambahan setelah mengusung tema wisata budaya Ubud. Event-event kebudayaan tersebut umumnya melibatkan komunitas lokal seperti STT (Sekaa Truna Truni), masyarakat adat, serta difasilitasi oleh Yayasan Bina Wisata Ubud dan pihak puri, dengan alun-alun pasar sebagai ruang publik utama penyelenggaraan kegiatan. Meskipun penyelenggaraannya masih bersifat insidental dan belum memiliki jadwal rutin, keberadaan event kebudayaan ini memperkuat fungsi Pasar Rakyat Tematik Wisata Ubud sebagai ruang sosial, ekonomi, dan kultural yang menawarkan pengalaman budaya Bali yang otentik bagi wisatawan, sekaligus merepresentasikan penerapan tema pengembangan pasar pasca revitalisasi.

### **Dampak Revitalisasi Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Pedagang Souvenir di Pasar Rakyat Tematik Wisata Ubud**

Pada penelitian ini, analisis dampak revitalisasi terhadap kondisi sosial ekonomi

pedagang souvenir hanya difokuskan pada tiga indikator utama, yaitu kondisi pendidikan, kondisi pekerjaan, dan kondisi pendapatan.

### **Dampak Terhadap Kondisi Pendidikan Pedagang souvenir**

Program revitalisasi Pasar Rakyat Tematik Wisata Ubud berdampak pada peningkatan keterampilan digital pedagang souvenir, khususnya dalam penggunaan metode pembayaran non-tunai seperti QRIS dan mesin EDC. Melalui kerja sama dengan Bank BPD Bali, pedagang mampu beradaptasi dengan sistem transaksi digital yang memudahkan interaksi dengan wisatawan, terutama wisatawan mancanegara. Perubahan ini mencerminkan peningkatan kapasitas pendidikan nonformal pedagang dalam menghadapi praktik perdagangan modern, meskipun tingkat adaptasi antar pedagang masih beragam. Selain itu, revitalisasi pasar juga mendorong munculnya kesadaran pedagang dalam pengelolaan keuangan usaha. Penggunaan transaksi digital memicu inisiatif pedagang untuk melakukan pembukuan sederhana guna mencatat pemasukan dan pengeluaran, meskipun tanpa dukungan pelatihan formal. Praktik pembukuan ini berkontribusi pada pengelolaan arus kas yang lebih terstruktur dan menunjukkan adanya peningkatan kemampuan manajemen keuangan sebagai dampak tidak langsung dari revitalisasi pasar.

Namun demikian, revitalisasi belum sepenuhnya diikuti dengan penguatan kapasitas sumber daya manusia melalui program pelatihan berkelanjutan. Minimnya pelatihan terkait bahasa asing, pemasaran digital, dan strategi pelayanan wisata membatasi optimalisasi peningkatan kualitas pedagang souvenir. Kondisi ini menunjukkan bahwa revitalisasi pasar masih lebih





menitikberatkan pada aspek fisik dan sistem transaksi, sementara pengembangan kompetensi pedagang sebagai pelaku utama pasar belum terintegrasi secara menyeluruh.

### **Dampak Terhadap Kondisi Pekerjaan Pedagang Souvenir**

Revitalisasi Pasar Rakyat Tematik Wisata Ubud berdampak pada perubahan kondisi pekerjaan pedagang souvenir, khususnya pada jam kerja dan efisiensi aktivitas berdagang. Perpanjangan jam operasional pasar hingga malam hari dan didukung peningkatan fasilitas fisik seperti pencahayaan yang semakin baik memungkinkan pedagang souvenir berjualan lebih lama dibandingkan sebelum revitalisasi, meskipun tidak terdapat aturan baku mengenai jam kerja dari pihak pengelola. Fleksibilitas ini memberikan peluang bagi pedagang untuk menyesuaikan waktu berdagang sesuai kondisi pasar dan preferensi pribadi tanpa mengganggu keseimbangan kehidupan sosial mereka.

Dari sisi efisiensi kerja, revitalisasi pasar meningkatkan kemudahan pedagang dalam menjalankan aktivitas usaha melalui perbaikan infrastruktur dan penyediaan fasilitas pendukung. Penataan lapak yang lebih teratur, luas lapak yang lebih memadai, serta perlindungan dari cuaca membuat pedagang dapat bekerja lebih efektif dan hemat tenaga. Kehadiran sistem pembayaran digital seperti QRIS dan EDC juga mempercepat proses transaksi dan memudahkan pelayanan terhadap wisatawan, khususnya wisatawan mancanegara. Peningkatan efisiensi ini tidak hanya dirasakan oleh pedagang, tetapi juga tercermin dalam persepsi wisatawan yang menilai pasar lebih nyaman dan tertata,

sehingga mendukung pengalaman wisata belanja yang positif.

Perubahan-perubahan yang terjadi pasca revitalisasi telah banyak memberikan dampak positif terhadap psikologis pedagang *souvenir* sebagai pekerja di Pasar Rakyat Tematik Wisata Ubud, seperti kondisi lapak yang lebih teratur dan luas, adanya fasilitas toilet yang bersih dan lengkap, tempat sampah disetiap sudut pasar, CCTV, lampu, kipas, alat pendeteksi kebakaran atau *fire alarm*, *fire sprinkler*, *hydrant*, APAR atau Alat Pemadam Api, serta penambahan karyawan *cleaning service* meningkatkan rasa aman, kenyamanan, dan motivasi kerja mereka dalam menjalankan usaha di Pasar Rakyat Tematik Wisata Ubud. Namun demikian, revitalisasi juga memunculkan dinamika sosial yang bersifat ambivalen di kalangan pedagang souvenir. Di satu sisi, muncul konflik laten berupa kesenjangan antara pedagang di lantai satu dan lantai dua akibat distribusi pengunjung yang tidak merata dan akses vertikal yang kurang strategis. Di sisi lain, hubungan sosial antar pedagang tetap ditandai oleh kerja sama dan solidaritas yang kuat, seperti saling menjaga lapak dan menjaga stabilitas harga.

### **Dampak Terhadap Kondisi Pendapatan Pedagang Souvenir**

Kondisi pendapatan pedagang souvenir di Pasar Rakyat Tematik Wisata Ubud pasca revitalisasi menunjukkan bahwa peningkatan pendapatan belum terjadi secara optimal. Meskipun revitalisasi membawa perbaikan fisik, kenyamanan, dan efisiensi kerja, sebagian besar pedagang justru mengalami penurunan pendapatan jika dibandingkan dengan periode sebelum revitalisasi, khususnya sebelum pandemi COVID-19.



Berdasarkan data pada tabel, mayoritas pedagang mengalami penurunan pendapatan dengan persentase yang bervariasi, sementara sebagian kecil lainnya mengalami peningkatan dalam jumlah yang relatif terbatas. Penurunan pendapatan ini dipengaruhi oleh meningkatnya jumlah pedagang yang tidak diimbangi dengan keberagaman produk, persaingan yang semakin ketat, serta tata letak lapak yang kurang strategis, terutama bagi pedagang di lantai dua yang cenderung kurang terjangkau oleh pergerakan wisatawan akibat tangga yang kurang terlihat oleh wisatawan. Temuan ini menunjukkan bahwa revitalisasi pasar belum sepenuhnya berdampak langsung terhadap peningkatan pendapatan pedagang,

**Tabel 4. Perubahan Pendapatan Pedagang Souvenir Pasca Revitalisasi**

<b>Nama Pedagang Souvenir</b>	<b>Status Pedagang</b>	<b>Pendapatan Perbulan Sebelum Revitalisasi (Sebelum COVID-19)</b>	<b>Pendapatan Perbulan Sesudah Revitalisasi (Sesudah COVID-19)</b>
I Gede Dewa Dharmawangi	Pedagang lama	Rp 8.000.000	Rp 5.000.000 – Rp 4.000.000
Nengah Sumerta	Pedagang lama	Rp 5.000.000 – Rp 6.000.000	Rp 2.500.000 – Rp 3.000.000
Nyoman Sroja	Pedagang lama	Rp 10.000.000	Rp 12.000.000
Ayu Megantari	Pedagang lama	Rp 5.000.000	Rp 3.000.000
Ngakan Made Tirta	Pedagang lama	Rp 6.000.000	Rp 7.000.000
Kadek Astini	Pedagang lama	Rp 5.000.000	Rp 2.500.000 – Rp 3.000.000
Gusti Ketut Kiana	Pedagang lama	Rp 25.000.000	Rp 6.250.000
Kadek Sukerni	Pedagang lama	Rp 10.000.000	Rp 5.000.000
Made Japo	Pedagang lama	Rp 8.000.000	Rp 9.000.000
Wayan Sudarte	Pedagang lama	Rp 10.000.000	Rp 15.000.000

(Sumber: Olah data peneliti, 2024)



melainkan masih dipengaruhi oleh faktor pengelolaan dan distribusi aktivitas wisata belanja di dalam pasar.

Program revitalisasi juga turut memberikan pengaruh terhadap penjualan produk souvenir yang dijual, hal ini dilihat dari berkurangnya frekuensi transaksi, volume barang yang terjual, serta perubahan perilaku konsumsi wisatawan yang cenderung lebih selektif dalam membelanjakan uangnya. Kurangnya variasi produk souvenir, meningkatnya praktik

*window shopping*, kecenderungan wisatawan membandingkan harga melalui platform digital, serta pergeseran preferensi belanja ke *e-commerce* turut memengaruhi keputusan pembelian di pasar. Meskipun biaya operasional dan pengeluaran pedagang relatif tidak mengalami peningkatan signifikan pasca revitalisasi, penurunan penjualan membuat pedagang harus menurunkan harga atau memperpanjang jam kerja untuk mempertahankan pendapatan.

## SIMPULAN

Revitalisasi Pasar Rakyat Tematik Wisata Ubud dilaksanakan melalui tiga tahapan utama, yaitu pertama tahap intervensi fisik ditandai dengan perbaikan dan peningkatan kualitas bangunan, infrastruktur, serta fasilitas pasar yang menciptakan lingkungan berdagang yang lebih tertata, aman, dan nyaman. Tahap rehabilitasi ekonomi ditunjukkan melalui peningkatan jumlah pedagang souvenir, penerapan digitalisasi transaksi, serta penguatan aktivitas ekonomi pasar. Sementara itu, revitalisasi sosial/institusional tercermin dari pengelolaan pasar yang lebih terorganisir serta penguatan kelembagaan melalui kerja sama dengan berbagai pihak. Model revitalisasi pasar berfokus pada penerapan tema wisata budaya yang diwujudkan melalui penguatan produk souvenir berbasis budaya lokal, penerapan arsitektur pasar berciri Bali yang dipadukan dengan desain modern, serta penyelenggaraan event-event kebudayaan sebagai daya tarik wisata. Dampak revitalisasi terhadap kondisi sosial ekonomi pedagang souvenir meliputi

aspek sosial berupa peningkatan keterampilan digital, praktik pembukuan sederhana, perubahan jam dan efisiensi kerja, serta peningkatan kualitas lingkungan kerja yang lebih aman dan nyaman. Sedangkan pada aspek ekonomi menunjukkan bahwa kondisi pendapatan dan penjualan pedagang souvenir belum mengalami peningkatan yang optimal dibandingkan periode sebelum pandemi COVID-19, yang dipengaruhi oleh meningkatnya jumlah pedagang tanpa diferensiasi produk, penataan ruang yang belum maksimal, serta menurunnya *spend money* wisatawan.

## SARAN

Berdasarkan dan Kesimpulan penelitian, maka saran yang dapat menjadi pertimbangan yaitu:

1. Disperindag Kabupaten Gianyar dan UPTD Pasar sebagai pengelola pasar perlu melakukan pemantauan dan evaluasi berkala terhadap efektivitas revitalisasi Pasar Rakyat Tematik Wisata Ubud, khususnya dampaknya terhadap kondisi



sosial ekonomi pedagang souvenir. Evaluasi dapat difokuskan pada penataan ulang akses menuju lantai 2 pasar serta penguatan program pendukung nonfisik melalui sosialisasi dan pelatihan, seperti bahasa asing, pemasaran digital, dan diversifikasi produk melalui kerja sama dengan pihak eksternal. Selain itu, pengelola pasar perlu menjaga kualitas operasional pasar dengan memastikan kebersihan, kenyamanan, serta fungsi fasilitas keamanan dan keselamatan pasar.

2. Pedagang *souvenir* di Pasar Rakyat Tematik Wisata Ubud disarankan untuk meningkatkan keterampilan digital, seperti mempromosikan produk souvenir melalui media sosial atau *e-commerce* untuk memperoleh pendapatan tambahan, serta melakukan diversifikasi produk agar mengurangi kesamaan produk antar pedagang dan persaingan yang ketat. Pedagang juga disarankan tetap menjaga keramahan dan menghindari paksaan dalam berinteraksi dengan wisatawan, guna menciptakan pengalaman belanja yang positif dan meningkatkan daya tarik wisata.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adiwibowo, S 1995. *Metode Evaluasi Dampak, Makalah Kursus Penyusunan AMDAL*. Fakultas Pertanian IPB, Bogor
- Angraini, L., & Lisdiana, A. (2020). Analisis Kondisi Sosial Ekonomi dan Tingkat Pendidikan Masyarakat Desa Labuhan Mulya, Kecamatan Way Serdang, Kabupaten Mesuji. *Social Pedagogy: Journal of Social Science Education*, 1(1), 1-10.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Bali. (2024). *Perkembangan Pariwisata Provinsi Bali 2022–2024*. Diakses dari situs resmi BPS Provinsi Bali.
- Basri, M. Chatib. (2012). *Rumah Ekonomi Rumah Budaya: Membaca Kebijakan Perdagangan Indonesia* / M. Chatib Basri, dkk. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Basrowi, & Juariyah, S. (2010). *Analisis kondisi sosial ekonomi dan tingkat pendidikan masyarakat Desa Srigading, Kecamatan Labuhan Maringgai, Kabupaten Lampung Timur*. Jurnal Ekonomi & Pendidikan, 7(1), 58–81.
- Becker, H. S. (1982). *Art worlds*. University of California Press.
- Bintarto. (1988). *Geografi Batasan Operasional*. Majalah Geografi Indonesia.
- Chairina, C., Ismayani, I., Sahid, M., Tulim, A., Nasution, R., & Rini, R. (2023). Sosialisasi Pentingnya mengadakan Souvenir dan Kuliner Ciri Khas Kawasan Wisata di Bukit Lawang. *Journal Liaison Academia and Society*, 3(2), 55-61.
- Hardiansyah, L. H. (2021, Juni). Pengaruh Revitalisasi Prasarana Terhadap Kualitas Pelayanan Di Puskesmas Mannanti. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Administrasi Publik (KIMAP)*, Vol. 2 No. 3, 831 - 845.
- Hariyanto, H. (2019). Analisis Kenyamanan Pengguna Koridor Pada Pasar Bandarjaya Plaza. *Jurnal Arsitektur*, 9(1), 1-8.
- J E Hosio, *Kebijakan Publik & Desentralisasi Laksbang*, Yogyakarta, 2007
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2022). *Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Nomor 7 Tahun 2022 tentang Revitalisasi Pasar Rakyat*. Jakarta.
- Margunani, M., Sucihatiningih Dian Wisika Prajanti, Asrori, Y. A. Rahman, & N. R. Kistanti. (2018). *Potensi pengembangan pasar tematik di Kota Semarang*. Riptek, Vol. 12(2), 95-106.
- Marlianty, L., & Putri, R. I. (2022). Penataan kawasan sekitar Pasar Pelangi Sepatan



- Kabupaten Tangerang. *Jurnal Hirarchi*, Vol. 19 No 01, 20-31.
- Muktadir, M. H., & Usman, M. (2023). Dampak Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Kondisi Ekonomi Pedagang Pasar Tani Kota Bandar Lampung. *Journal on Education*, 6(1), 6701-6711.
- Nainggolan, H., Tamba, O., Sihotang, D., & Sinaga, T. (2022). *Souvenir Traders and Their Impact on Cultural Tourism and Economic Development*. Jurnal Ilmu Pendidikan dan Humaniora, 11(3), 188–205.
- Peraturan Perundangan: Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata.
- Prof. Dr. I Gde Pitana, M. &. (2019). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Jakarta: Penerbit ANDI.
- Saputri, G. Y., & Islami, F. S. (2021). Analisis Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Bobotsari. *Jurnal Paradigma Multidispliner*, 2(2), 474116.
- Soemarwoto, Otto. (1998). *Analisis Mengenai Dampak Lingkungan*, Gajah Mada University Press, Yogyakarta.
- Sudarsono. 1990. Pengukuran Status Sosial Ekonomi dan Permasalahannya. *Populasi*, 2(1), hlm. 21-27.
- Ulhaq, M. J., & Sofia, H. F. (2024). Revitalisasi Budaya Melalui Pariwisata: Studi Kasus Pasar Kangen Yogyakarta Sebagai Event Tourism Berbasis Tradisi. *PEKSOS: Jurnal Ilmiah Pekerja Sosial*, 23 (1), 228–255.
- Westriani, C. A., Asrori, M., & Suastika, M. (2016). Revitalisasi Pasar Ikan Rejomulyo Sebagai Destinasi Wisata Dengan Pendekatan Arsitektur Perilaku Di Kota Semarang. *Arsitektura: Jurnal Ilmiah Arsitektur dan Lingkungan Binaan*, 14(1).
- Wiranatha, A. A. P. A. S., Pujaastawa, I. B. G., Ariana, N., Widjaya, I. G. N. O., & Yudiastina, I. G. B. A. (2025). *Karakteristik dan Indeks Kepuasan Wisatawan Mancanegara di Provinsi Bali*. Denpasar: Dinas Pariwisata Provinsi Bali.
- Yuliana, P. R., & Suryawan, I. B. (2016). Revitalisasi Daya Tarik Wisata Dalam Rangka Peningkatan Kunjungan Wisatawan (Studi Kasus: Daya Tarik Wisata Sangeh, Kabupaten Badung, Bali). *Jurnal Destinasi Pariwisata*, Vol. 4 No. 2, 53 - 56.