



STRATEGI PENGEMBANGAN PASAR TRADISIONAL SEBAGAI DAYA TARIK WISATA DI KOTA DENPASAR BALI: STUDY KASUS PASAR KRENENG

I Ketut Saskara¹; I Wayan Wirawan²; I Ketut Ardiasa³

¹ Dosen Akademi Pariwisata Denpasar
e-mail : datengs@yahoo.com

² Dosen Akademi Pariwisata Denpasar
e-mail : wayanmebalik@gmail.com

³ Dosen Akademi Pariwisata Denpasar
e-mail : iketutardiasa39@gmail.com

Abstract

The tourism industry on the island of Bali which is the largest foreign exchange contributor for Indonesia has not been able to provide significant economic benefits for the Balinese people. This can be seen from the increasing number of poor people in Bali covering urban and rural areas from 2012 to 2020, before the tourism sector experienced a significant decline due to the Covid-19. Based on these conditions, it is necessary to develop tourism which prioritizes improving the economy of the local Balinese community by involving local communities directly in tourism development. One of them is by developing traditional markets as a tourist attraction. The reason is because traditional markets are places for buying and selling transactions from all levels of society in Bali. In addition, the development of traditional markets into tourist attractions is expected to be able to compete with the increasing number of modern markets in Bali. The research location chosen is Kreneng Market which is located at kamboja street, dangin puri village, in Denpasar city. Kreneng is one of the biggest traditional markets in Bali. Before the pandemic Covid-19 spread in Bali, become a place to earn a living for hundreds of people of Bali. Kreneng market open from early in the morning to 5PM, and from 6PM to 11PM it open for night market. This development strategy using SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Internal and external factors before renovation analyzed to find various conditions whether it be shortcomings / weaknesses, threats, opportunities and strengths. This can be considered in efforts to improve the quality of the market, so it could be a place worth a visit for both local and foreign tourist so as to provide the maximum benefit for the economic improvement of the people of Bali.

Keywords: *tourism, traditional markets, local people, economic improvement*

Abstrak

Industri pariwisata di Pulau Bali merupakan penyumbang devisa terbesar bagi Indonesia, akan tetapi belum mampu memberikan manfaat ekonomi secara signifikan bagi masyarakat Bali. Hal ini terlihat dari meningkatnya jumlah penduduk miskin di Bali yang meliputi wilayah perkotaan dan pedesaan dari tahun 2013 hingga 2021, sebelum sektor pariwisata mengalami penurunan secara signifikan yang disebabkan oleh pandemi Virus

CORONA. Berdasarkan kondisi tersebut maka perlu dilakukan pengembangan pariwisata yang lebih memprioritaskan pada peningkatan ekonomi masyarakat lokal Bali dengan melibatkan masyarakat lokal secara langsung pada pengembangan pariwisata. Salah satunya dengan mengembangkan pasar tradisional sebagai dayatarik wisata. Adapun yang melatarbelakangi upaya ini adalah karena pasar tradisional merupakan tempat transaksi jual beli dari seluruh lapisan masyarakat di Bali. Selain itu, pengembangan pasar tradisional menjadi tempat wisata diharapkan mampu bersaing dengan semakin banyaknya pasar modern yang tumbuh di Bali. Lokasi penelitian yang dipilih adalah Pasar Kreneng yang berlokasi di jalan kamboja desa dangin puri, kota Denpasar. Pemilihan lokasi ini dilatarbelakangi karena Kreneng merupakan salah satu pasar terbesar di Bali yang berlokasi di jantung kota Denpasar. Pasar ini pada masa sebelum pandemi *Covid-19*, menjadi tempat mencari nafkah bagi ratusan masyarakat Bali. Pasar ini buka untuk kebutuhan sehari-hari dari pagi sampai jam 5 sore, sedangkan pada malam hari dari jam 6 sore sampai jam 23.00 buka untuk pasar malam. Strategi pengembangan ini menggunakan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Faktor-faktor internal dan eksternal yang dimiliki oleh pasar tradisional khususnya pasar Kreneng sebelum dilakukan renovasi dianalisa sehingga ditemukan berbagai kondisi baik itu berupa kekurangan/ kelemahan, ancaman, peluang dan kekuatan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam upaya peningkatan kualitas pasar padasaat dan setelah dilakukan upaya renovasi. Hingga akhirnya renovasi pasar Kreneng dapat dilakukan sesuai dengan kebutuhan serta dapat dijadikan sebagai salah satu tempat yang layak untuk dikunjungi wisatawan baik lokal maupun mancanegara, sehingga dapat memberikan manfaat secara maksimal bagi peningkatan ekonomi masyarakat Bali.

Kata Kunci: pariwisata, pasar tradisional, masyarakat lokal, peningkatan Ekonomi

I. PENDAHULUAN

Industri pariwisata di Bali merupakan industri yang berkembang dengan pesat. Hal ini disebabkan oleh berbagai manfaat positif yang timbulkan terutama manfaat ekonomi. Manfaat dari segi ekonomi dari perkembangan sektor pariwisata telah terbukti meningkatkan perkonomian masyarakat serta mampu mengurangi angka kemiskinan di daerah tujuan wisata. Menurut Penelitian (Anwar, 2012) dengan judul *“Poverty Alleviation Through Sustainable Tourism: A Critical Analysis of Pro Poor Tourism And Implications For Sustainability InBangladesh”* dilakukan di daerah pariwisata berpenduduk miskin di Bangladesh menyatakan bahwa pariwisata telah terbukti yaitu: (1) berpengaruh signifikan terhadap peningkatan perekonomian masyarakat miskin di Bangladesh, (2) mampu mempertahankan nilai sosial budaya masyarakat lokal dari pengaruh asing, dan (3) mampu meningkatkan penghasilan dan kesejahteraan masyarakat.

Menurut (World Tourism Organization, 2002) "*Tourism is one of the strongest drivers of world trade and prosperity*", jika diartikan bahwa pariwisata merupakan salah satu penggerak terkuat dalam perdagangan dunia dan untuk menciptakan kemakmuran. Di Indonesia tujuan pengembangan pariwisata tercantum (*Undang-Undang Republik Indonesia NO. 10 Tentang Kepariwisataan, 2009*) yakni (1) meningkatkan pertumbuhan ekonomi, (2) Meningkatkan kesejahteraan rakyat, (3) Menghapus kemiskinan, (4) Mengatasi pengangguran, (5) Melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya, (6) memajukan kebudayaan, (7) mengangkat citra bangsa, (8) memupuk rasa cinta tanah air, (9)memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa, (10) mempererat persahabatan antar bangsa. Pulau Bali sebagai destinasi wisata bertaraf internasional merupakan salah satu penyumbang devisa terbesar bagi Indonesia melalui sektor pariwisata.

Namun semaraknya perkembangan pariwisata di pulau yang terkenal dengan julukan pulau seribu pura tidak memberikan manfaat ekonomi secara menyeluruh bagi masyarakat Bali. Nikmatnya pundi-pundi dolar yang dibawa oleh wisatawan asing tidak dirasakan secara merata oleh masyarakat Bali. Gemerlapnya industri pariwisata sebelum pandemi COVID- 19 sebagian besar dinikmati oleh kaum kapitalis/ pemilik modal sedangkan masih banyak penduduk Bali yang hidup di bawah garis kemiskinan. Data dari BPS Bali menyatakan bahwa tingkat kemiskinan masyarakat Bali pada Maret 2017 mencapai 4,25 persen, naik 0,10 poin dibandingkan kondisi September 2016 yang mencapai 4,15 persen, sedangkan ketimpangan pendapatan rumah tangga mengalami peningkatan di daerah perkotaan dari 0,378 pada September 2016 menjadi 0,382 pada Maret 2017, namun di daerah pedesaan mengalami penurunan dari 0,335 pada September 2016 menjadi 0,325 pada Maret 2017 (Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, 2017).

Belum terwujudnya pengentasan kemiskinan di Bali serta ketimpangan pendapatan antara masyarakat perkotaan dan pedesaan merupakan satu bukti bahwa pengembangan pariwisata di Bali masih belum merata. Oleh karena itu pengembangan pariwisata berbasis masyarakat perlu terus dilakukan untuk mewujudkan masyarakat Bali yang sejahtera secara merata. Berdasarkan atas fenomena tersebut, dibutuhkan pengembangan pariwisata yang lebih memihak

kepada masyarakat lokal. Salah satu potensi yang dapat dikembangkan adalah pasar tradisional. Beberapa negara di dunia telah mampu mengembangkan Pasar tradisional menjadi daya tarik wisata dunia antara lain: pasar La Boqueria di kota Barcelona, Spanyol; Grand Bazaar di kota Istanbul, Turki; Pasar Chatuchak di Kota Bangkok, Thailand, dan lain-lain.

Indonesia khususnya Bali memiliki potensi pasar tradisional yang tidak kalah menarik untuk dijadikan destinasi wisata namun belum dikembangkan secara optimal. Beberapa pasar tradisional di Bali yang berpotensi dikembangkan menjadi destinasi wisata antara lain: Pasar umum Klungkung yang terletak di depan objek wisata Kertha Gosa Klungkung, Pasar Seni Sukawati, Gianyar; Pasar Seni Guwang, Gianyar; Pasar Kumbasari, Denpasar; Pasar Badung, Denpasar; pasar seni Ubud, Gianyar; dll. Adapun hal yang melatar belakangi upaya pengembangan pasar tradisional adalah pasar tradisional merupakan tempat terjadinya transaksi jual beli dari seluruh lapisan masyarakat di Bali khususnya masyarakat dari golongan ekonomi menengah ke bawah, sehingga dengan dikembangkannya pasar tradisional masyarakat tersebut dapat ikut merasakan manfaat dari pariwisata.

Keberadaan pasar tradisional tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan masyarakat, karena dipasar ini dijual berbagai kebutuhan masyarakat baik itu pangan dan sandang. Khususnya di Bali, pasar tradisional juga menyediakan berbagai kebutuhan untuk kegiatan keagamaan seperti janur serta berbagai perlengkapan lainnya. Pengembangan pasar tradisional ini diharapkan akan membawa manfaat positif bagi perekonomian masyarakat setempat. Dengan datang ke pasar tradisional, wisatawan dapat berinteraksi langsung dengan masyarakat lokal sehingga tercipta kedekatan emosional dan wisatawan dapat belajar secara langsung tentang budaya dan kebiasaan masyarakat lokal. Selain itu, keberadaan pasar tradisional yang semakin tersisih akibat dibangunnya pasar modern yang berkembang dengan pesat di Bali, sehingga pengembangan pasar tradisional menjadi daya tarik wisata ini diharapkan mampu meningkatkan minat masyarakat untuk berbelanja ke pasar tradisional.

Objek dalam penelitian ini adalah Pasar Keneng. Pasar Kreneng merupakan pasar tradisional yang terletak di kota Denpasar. Pokok permasalahan:

Bagaimana pengembangan pasar Kreneng menjadi objek wisata alternatif di kota Denpasar? Tujuan penelitian: Pengembangan pasar Kreneng sebagai objek wisata Alternatif diharapkan mampu memberikan sumbangsih dalam upaya meningkatkan perekonomian masyarakat kota Denpasar dan Bali secara menyeluruh.

Berdasarkan keputusan Menteri Perindustri dan Perdagangan Republik Indonesia No. 420/MPP/Kep/10/1997, pasar adalah tempat bertemunya pihak penjual dan pihak pembeli untuk melaksanakan transaksi dimana proses jual beli terbentuk, yang menurut kelas mutu pelayanan dapat digolongkan menjadi pasar tradisional dan pasar modern, dan menurut sifat pendistribusiannya dapat digolongkan menjadi pasar eceran dan pasar perkulakan/grosir.

Pasar tradisional adalah pasar yang di bangun dan dikelola oleh pemerintah pusat, pemerintah daerah, BUMN, BUMD dan pihak swasta yang tempat usahanya berupa kios, toko, tenda dan los yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah, koperasi atau swadaya masyarakat yang proses jual belinya dilakukan lewat proses tawar menawar (Peraturan presiden no. 12 tahun 2007). Pasar tradisional bukan sekedar sebagai tempat jual beli semata, namun lebih dari itu pasar terkait dengan konsepsi hidup dan interaksi sosial budaya. Pasar tradisional tidak semata mewedahi kegiatan ekonomi, akan tetapi pasar tradisional dapat menjadi wadah interaksi sosial budaya, dan sekaligus sarana rekreasi (Pamardhi, dalam Aliyah, 2017) Interaksi yang terjalin antara penjual dan pembeli di pasar biasanya kental dengan adat istiadat daerah setempat seperti bahasa yang digunakan dan perilaku atau sikap penduduk.

Dari hal tersebut dapat tercermin identitas asli yang dimiliki sebuah kota. Identitas ini kemudian dapat menjadi potensi yang dikembangkan sebagai wisata budaya didalam kota. Sehingga melestarikan kegiatan dan interaksi sosial yang terjadi di dalam pasar tradisional merupakan hal penting (Komariah and Hapsari, 2020). Ujang Sukriswanto dalam Komariah and Hapsari 2020) menyebutkan bahwa ada tiga konsep yang digunakan dalam penelitiannya berkaitan dengan revitalisasi pasar yaitu :

- a. Konsep Daya Tarik Wisata konsep tersebut yang dimaksudkan dalam penelitian ini untuk mengetahui atraksi- atraksi unik yang dimiliki oleh

pasar tradisional untuk menarik para wisatawan.

- b. Konsep Revitalisasi (Danisworo, 2000), konsep ini berkaitan dengan strategi pemulihan pasar sebagai daya tarik Wisata Kota.
- c. Konsep Pasar Tradisional (Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 112 tahun 2007), konsep pasar tradisional dalam penelitian ini untuk memberikan pengertian mengenai pasar tradisional.

II. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Fokus dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi yang tepat dalam mengembangkan Pasar tradisional Kumbasari sebagai tujuan wisata di kota Denpasar disesuaikan dengan potensi dan peluang yang dimiliki dengan mempertimbangkan kelemahan dan ancaman yang dihadapi.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Data primer diperoleh melalui observasi/ pengamatan langsung di pasar Kumbasari penulis datang untuk melakukan pengamatan secara langsung ke Pasar Kreneng yang beralamat di Jalan Gajah Mada Denpasar Bali. Observasi ini dilakukan beberapa kali di akhir tahun 2020 sebelum pandemi Covid 19 merebak di Bali. Selain itu dilakukan wawancara dengan beberapa pedagang di pasar Kreneng. Sedangkan data sekunder didapat melalui studi literatur didapat dari jurnal, internet dan pustaka yang merupakan hasil dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh orang lain, digunakan untuk mendukung proses penelitian ini.

III. PEMBAHASAN

Potensi Wisata Pasar Kreneng Sebagai salah satu pasar tradisional terbesar dipulau Bali, pasar Kreneng memiliki berbagai potensi diantaranya adalah potensi budaya berupa interaksi sosial antara pedagang dan pembeli seperti aktifitas tawar-menawar. Aktivitas tawar-menawar diantara para pedagang dan pembeli sebagai ciri khas dari pasar tradisional dapat

dijadikan sebagai suatu daya tarik bagi wisatawan. Mereka dapat belajar bagaimana budaya tawar-menawar yang tidak ditemukan dipasar modern serta dapat berinteraksi dengan masyarakat lokal Bali. Oleh bagi wisatawan. Sedangkan mulai jam 6 sore hingga menjelang pagi pasar Kreneng menjadi pasar malam yang menawarkan berbagai kebutuhan masyarakat berupa makanan siap makan, sayuran segar, buah-buahan lokal, ikan segar serta berbagai kebutuhan pokok lainnya. Wisatawan dapat menyaksikan langsung aktivitas masyarakat Bali saat bertransaksi di pasar ini. Dari segi lokasi pasar ini terletak di pusat kota Denpasar serta memiliki akses yang mudah untuk dikunjungi. Pasar Kreneng berjarak 1,5 km dari alun-alun kota Denpasar.

Faktor-Faktor Penghambat

Sebagai sebuah pasar tradisional terdapat beberapa hal yang dapat menjadi faktor penghambat dalam pengembangan pasar Kreneng menjadi daya tarik wisata. Adapun faktor-faktor tersebut antara lain: Masyarakat lokal kurang mempunyai visi atau pemahaman tentang pengembangan pariwisata, Kualitas sumber daya manusia (SDM) yang dimiliki oleh masyarakat lokal khususnya dalam hal bahasa yang terbatasserta keterampilan dalam berinteraksi dengan wisatawan yang terbatas. Selain itu beberapa kelemahan lainnya antara lain: Keterbatasan fasilitas antara lain fasilitas parkir. Ketersediaan fasilitas parkir yang aman dan memadai dapat memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi konsumen.

Namun fasilitas parkir dipasar Kreneng khususnya bagi pengendara roda 4 masih sangat terbatas. Hal ini menyebabkan konsumen yang mengendarai kendaraan roda 4 enggan untuk datang. Ini tentunya akan menjadi faktor penghambat jika pasar ini dijadikan daya tarik wisata. Wisatawan yang berkunjung tentu akan merasa kurang nyaman jika parkirnya tidak memadai. Faktor lainnya yang merupakan kelemahan yang dapat menjadi faktor penghambat adalah Kebersihan. Kebersihan adalah pangkal kesehatan. Hal ini sangat penting dalam dunia pariwisata. Lingkungan yang bersih merupakan salah satu faktor penting dalam menciptakan keindahan dan juga kesehatan serta kenyamanan yang pada akhirnya akan menarik wisatawan untuk datang

berkunjung. Kebersihan baik dari sarana dan prasarana serta kebersihan produk yang ditawarkan, seperti kebersihan makanandan minuman serta kebersihan diri dari penjual produk makanan dan minuman serta kebersihan lingkungan. Wisatawan asing yang berkunjung tentunya ingin menikmati makanan khas/tradisional dari tempat yangdikunjungi sebagai bagian dari wisata kuliner. Namun jika hygiene dan sanitasi dari makanan dan minuman yang dijual rendah, akan menyebabkan penyakit bagi wisatawan yang pada akhirnya akan menimbulkan kesan negative bagi daerah wisata tersebut. Kondisikebersihan yang terjadi di pasar Kreneng adalah masih kurang. Hal ini dapat dilihat dari ketersediaan toilet bersih untuk wisatawan,dimana toilet umum masih terkesan kotor.Selain itu, kebersihan, hygieneitas serta cara pengemasan dari produk khususnya makanan dan minuman yang masih harus ditingkatkan. Pasar tradisional pada umumnya memiliki kesan kotor dan kumuh. Kondisi ini juga terlihat di pasar Kreneng. Ketersediaan tempat sampah serta toilet umum yang bersihjuga perlu menjadi perhatian dari pihak -pihak terkait. Selain itu penataan letak pedagangjuga harus dibenahi.

Opportunity / Kesempatan

Saat ini pasar Kreneng sedang dalam tahaprenovasi. Renovasi difokuskan pada penataantampilan depan dan juga untuk pejalan kaki. Dengan adanya renovasi ini diharapkan menambah keindahan pasar sehingga menambah daya tarik wisatawan untuk berkunjung. Peluang lain adalahberkembangnya model pariwisata minat khusus dimana wisatawan datang berkunjungkesuatu destinasi untuk mengetahui budaya suatu daerah. Interaksi langsung dengan masyarakat lokal merupakan kelebihan yang dapat dijadikan sebagai sebuah peluang. Pasar Kreneng yang mayoritas pedagang dan pembelinya adalah orang Bali dapat dikembangkan dengan model pengembangan pariwisata berbasis masyarakat lokal. Adapuntarget wisatawan yang diharapkan untukberkunjung ke pasar ini adalah wisatawan yang memiliki minat atau ketertarikan khusus tentang kehidupan sosial masyarakat Bali, sehingga ini dapat dijadikan sebagai salah satupeluang yang sangat bagus.

Selain pasar Kreneng adalah pasar ini merupakan salah satu destinasi dari program paket wisata *Heritage City Tour* kota Denpasar. Perkembangan ilmu pengetahuan serta teknologi dapat dijadikan sebagai peluang dalam pengembangan pasar Kreneng. Media elektronik dapat dijadikan sebagai media untuk mempromosikan pasar ini. Selain itu kemajuan teknologi dapat dipergunakan sebagai sarana untuk mengatasikelemahan dalam hal bahasa. Adanya fasilitas terjemahan online dapat dipakai sebagai alat bantu jika ada kendala pada saat berkomunikasi dengan bahasa asing.

Threat / Ancaman

Keberadaan pasar tradisional pada saat sekarang ini mengalami ancaman seiring dengan maraknya pasar modern di tengah masyarakat. Keberadaan pasar tradisional yang terkesan kotor dan kumuh menyebabkan banyak kalangan masyarakat berpaling ke pasar modern. Rasa nyaman, aman, kebersihan dan pelayanan yang lebih profesional menjadikan pasar modern menjadipilihan bagi masyarakat untuk berbelanja. Selain pasar modern, kemajuan teknologi yang memicu maraknya pertumbuhan pasar online juga salah satu ancaman bagi keberadaan pasar tradisional. Pasar online ini memberikan kemudahan bagi masyarakat sebagai konsumen untuk berbelanja tanpa harus datang secara langsung ke pasar.

Strategi Pengembangan Pasar Tradisional

Setelah mengetahui kondisi internal dan eksternal melalui analisis SWOT di pasar Kreneng, dikelompokkan empat alternatif strategi yaitu: SO (*Strength - Opportunities*) yaitu strategi gabungan antara kekuatan dan peluang); strategi WO (*weakness- opportunities*); ST (*Strength-threats*) strategi menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman; dan strategi WT (*weakness- threats*) yaitu strategi meminimalisir kelemahan- kelemahan serta mengatasi ancaman).

IV. PENUTUP

Hendaknya pengembangan industri pariwisata di Bali membawa manfaat bagi seluruh masyarakat setempat. Pasar Kreneng sebagai salah satu pasar tradisional terbesar di Bali, dapat dikembangkan sebagai atraksi wisata yang diharapkan dapat

memberikan manfaat positif khususnya manfaat ekonomi bagi masyarakat Bali. Pengembangan pasar Kreneng menjadi atraksi wisata disesuaikan dengan kondisi yang ada dengan mengedepankan kekuatan dan peluang serta meminimalisir kelemahan dan ancaman yang ada dengan memakai pedoman revitalisasi pasar tradisional yang telah dicanangkan oleh pemerintah. Program-program yang dilakukan antara lain: mengadakan pelatihan bahasa maupun teknik pelayanan dan keramahtamahan, menyelenggarakan lomba kebersihan, lomba penataan lapak, mengadakan acara bazar, menjual produk dengan harga yang kompetitif dan berkualitas, pemerintah mengadakan pengawasan secara berkala terhadap mutu dari produk yang dijual dipasar, serta meningkatkan sistem keamanan. Keberhasilan pengembangan pasar tradisional ini membutuhkan peran serta dan kerja sama dari berbagai pihak. Dengan diselenggarakannya program-program tersebut serta didukung dengan peran serta dari semua pihak, diharapkan pengembangan pasar tradisional Kreneng sebagai salah satu alternatif tujuan wisata dapat memberikan manfaat bagi masyarakat lokal Bali dan mewujudkan pariwisata yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliyah, Istijabatul (2017) 'Pemahaman Konseptual Pasar Tradisional Di Perkotaan', *Cakra Wisata*, 18 p. 16.
- Adikampana, I. M. (2017) 'Pariwisata Berbasis Masyarakat', In. Denpasar: Cakra Press, p. 74. Available at: https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_pendidikan_1_dir/2380508977a611bbad_b6e562e19_690b8.pdf.
- Anwar, J. M. (2012) 'Poverty Alleviation Through Sustainable Tourism: A Critical Analysis of "Pro-Poor Tourism" And Implications For Sustainability In Bangladesh'. Available at: file:///C:/Users/ekadh/Documents/poverty alleviation through sustainable tourism in Bangladesh.pdf.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Bali (2017) *Jumlah Penduduk Miskin Maret 2017 Mencapai 180,13 ribu orang*. Available at: <https://bali.bps.go.id/pressrelease/2017/07/17/314/jumlah-penduduk-miskin-maret-2017-mencapai-180-13-ribu-orang.html>.
- Komariah, S. L. and Hapsari, A. A. H. M. (2020) 'Strategi Pengembangan Pasar Tradisional sebagai Wisata Budaya di Dalam Kota : Studi Kasus Pasar Sekanak Palembang', (November), pp. 18–19.
- Suganda, A. D. (1970) 'Konsep Wisata Berbasis Masyarakat', *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics*, 4(1), pp. 29–41. doi: 10.19109/ieconomics.v4i1.2181.

Susanti, I., Darmawan, D. and Astiti, N. (2014) 'Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Kertha, Desa Kesiman Kertalangu, Kecamatan Denpasar Timur', *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 2(1), p. 26280. Syarifuddin, D. et al. (2018) 'Pasar Tradisional Dalam Perspektif Nilai Daya Tarik Wisata', *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure*, 15(1), pp. 19–32. doi:10.17509/jurel.v15i1.11266.