

Revitalisasi Budaya Melalui Pariwisata: Studi Kasus Pasar Kangen Yogyakarta Sebagai *Event Tourism* Berbasis Tradisi

M. Jia Ulhaq

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Indonesia
[:mjiaulhaq13@gmail.com](mailto:mjiaulhaq13@gmail.com)

Hasna Fillari Sofia

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Indonesia

Abstrak

Event tourism berperan penting untuk mempromosikan pelestarian budaya, pertumbuhan ekonomi dan pengembangan masyarakat. Study case Pasar Kangen mencontohkan bagaimana pendekatan berbasis acara dapat merevitalisasi pasar tradisional, menumbuhkan apresiasi budaya, dan berkontribusi pada ekonomi lokal. Secara keseluruhan, penelitian ini menawarkan wawasan ke dalam perspektif baru tentang pariwisata uacara di pasar kangen yang memberikan ambience saat event diselenggarakan. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini pertama event tourism menjadi model baru dalam pengembangan Masyarakat local. Kedua Pasar kangen dapat sebagai destinasi baru dalam konsep pariwisata. Pasar Kangen berhasil menggabungkan kebudayaan, kuliner, atraksi, dan pengalaman masa lalu menjadi satu kesatuan yang menarik minat pengunjung, baik lokal maupun mancanegara. Event tourism berbasis pasar seperti pasar kangen, memberikan alternatif baru dalam mengembangkan sektor pariwisata dengan tetap menjaga nilai-nilai lokal dan memanfaatkan keunikan dari tradisi budaya lokal.

Kata Kunci

Pengembangan Wisata, Wisata Acara, Pasar Kangen

Pendahuluan

Baru-baru ini di abad ke 21, isu mengenai ketegangan antara upaya melestarikan budaya tradisional dan kebutuhan untuk beradaptasi dengan tren

Author correspondence email: addressauthor@mail.ac.id

Available online at: <https://jurnal.poltekesos.ac.id/index.php/peksos/index>

Copyright (c) 2024 by Peksos: Jurnal Ilmiah Pekerjaan Sosial



modern menjadi sorotan karena generasi muda milenial sering kali menjadi jembatan antara masa lalu dan masa depan. (Indriani, 2021; Nawangsih, 2019; Wuryani & Purwiyastuti, 2012) Alasannya adalah terdapat dua aspek penting yakni pelestarian budaya dan modernisasi yang mana dalam pariwisata merupakan dua aspek yang sering kali berseberangan. (Atmadja, 2010) Isu ini menjadi sorotan karena generasi muda milenial memiliki peran penting dalam mempertahankan warisan budaya sembari mendorong inovasi dan modernisasi. (Aminah, 2022) Ketegangan muncul ketika nilai-nilai budaya tradisional tampak bertentangan dengan gaya hidup dan teknologi modern yang digemari oleh generasi ini. (Majid, 2017) Hal ini menciptakan situasi di mana ada kebutuhan untuk menyeimbangkan antara melestarikan identitas budaya dan merangkul perubahan yang tidak terelakkan. (Mubah, 2011)

Menurut Takdir & Hosnan (2021) dalam penelitiannya menekankan pentingnya revitalisasi budaya dalam konteks pariwisata untuk mempertahankan warisan budaya. Hasil penelitiannya juga menunjukkan bahwa revitalisasi budaya tidak hanya melibatkan pelestarian budaya tetapi juga penghidupan kembali praktik dan tradisi budaya yang dapat menghubungkan masyarakat modern dengan warisan budaya, terlebih lagi generasi milenial. Sejalan dengan hal ini maka generasi muda yang juga dapat berpartisipasi dalam pelestarian budaya di ajang pariwisata hasil penelitian oleh Muhammad Erwin (2023) juga menemukan bahwa generasi muda memiliki potensi besar dalam mengembangkan dan mempromosikan budaya lokal melalui berbagai platform modern seperti media sosial, yang dapat menarik perhatian wisatawan.

Hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa revitalisasi budaya melalui pariwisata memiliki potensi besar untuk melestarikan warisan budaya, meningkatkan apresiasi terhadap budaya lokal, dan mendukung keberlanjutan ekonomi lokal

Adapun salah satu contohnya adalah Yogyakarta yang merupakan salah satu kota tujuan wisata di Indonesia. Sebagai kawasan wisata, kota ini menawarkan berbagai destinasi pariwisata yang menarik seperti sejarah, kuliner, budaya, religi, dan wisata alam. (Harsana & Triwidayati, 2020). Keberagaman destinasi tersebut tidak lepas dari inovasi, dana keistimewaan, regulasi dan partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata (Setyawati, 2022; Syah, 2020) Adapun salah satu keunikan dari Yogyakarta adalah memiliki dana keistimewaan yang dapat dimanfaatkan menjadi penguatan pariwisata yang dapat meningkatkan kunjungan wisatawan. (Arum et al., 2021; Kholik, 2022; Tanjung et al., 2018) Selain itu, pengembangan pariwisata yang dilakukan seperti pemasaran lewat media

sosial dan kolaborasi multisektor menjadikan wisata di Yogyakarta ramai dikunjungi (Nurchayono, 2017; Ramadhan & Khadiyanto, 2014) Dibuktikan jumlah pengunjung wisatawan di Yogyakarta pada bulan Desember tahun 2023 yang mencapai 11.338 wisatawan mancanegara yang naik daripada bulan November 2023 yang berkisar 9.675.(Yogyakarta, 2024) ,

Adapun dalam perkembangan pariwisata di Yogyakarta terdapat *event* yang menjadi salah satu kebudayaan di masyarakat modern yang banyak diminati karena menawarkan pengalaman menarik bagi wisatawan. (Umami, 2015; D. Wahyuni, 2021) . Sebagai kota yang terus berinovasi Yogyakarta turut menghadirkan *event-event* dengan jenis yang beragam mulai dari *event* music, pemeran seni rupa, film, festival, kebudayaan tradisional, hari besar agama, peringatan hari jadi, fenomena alam dan *event* lain yang dapat menarik minat pengunjung.(H. I. Wahyuni, 2008) Selain itu, *event* dapat menjadi lokomotif terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat seperti peningkatan ekonomi, ajang kreatifitas, kualitas lingkungan, interaksi sosial, pelestarian ekonomi, tersedianya infrastruktur dan media pembelajaran. (Gandhi & Kurniati, 2012) Konsep pariwisata Yogyakarta dikemas dalam *event tourism* sehingga menyuguhkan destinasi baru terhadap para pengunjung yang di dalamnya terdapat budaya. Berikut daftar jadwal *event-event* di Yogyakarta :

Tabel. 1 Jadwal *event* di Yogyakarta

Tanggal	<i>Event</i>
Januari	Pekan Budaya Tionghoa Yogyakarta.
Februari	Asita Volcano Cycling, Coast to Coast Night, Trail Ultra.
Maret	Warsimah Pasaran, JogjaVaganza, Tinggalan Jumenengan Dalem Sri Sultan Hadeging Kraton Ngayogyakarta, Upacara Melasti, Festival Vander Wick, Labuhan Merapi, Pasar Tiban Ramadhan.
April	Sarkem Fest, Merti Tuk Umbul,

	Ngabuburit Budaya.
Mei	Gelar Macapat, Tour De Kota Baru , Jogja Cross Culture, Festival Kampung Wisata, City Fest Market, Volcano Run.
Juni	Jemparingan Paku Alam Cup, Pawai Alegoris Harmony in Old Mataram, Jogja Dragon Boat Festival, Pemilihan Dimas Diajeng Kota Yogyakarta,
Juli	Artjog, Bienalle, Prambanan Jazz, Vredeburg Fair,
Agustus	Pasar Kangen, Festval Prawirotaman, Jogja Gamelan Fest, Jogja Fashion Week, Upacara Nguras Enceh, Konser Kamardikan, Yogyakarta Royal Orchestra, Saparan Kalurahan, Cokro Diningratan, Labuhan Puro Pakualaman, Festival Kangen Jogja, Indonesian Custom Show.
September	Maulid Nabi Muhammad Saw, Jogja Airshow, Sumonoar, Festival Kebudayaan Yogyakarta

	Zhong Qiu Jie Mid Autumn Festival (Festival Pertengahan Musim Gugur), Miyos Gongso, Keroncong Plesiran, Jogja Cofee Week, Jogja Bike Rendezvous.
Oktober	Wayang Jogja NightCarnival, Kustom Fest 2023, Jogja Fashion Carnival, Festival Sastra Yogyakarta, JogjaROCKarta, Rumaket, Asia Tri, Jogja Plesiride, Menoreh Tourism Festival, Malioboro Cofee Night.
November	Ngayogjazz, Sleman Temple Run Lunching COE JVWF (Jogjakarta Volkswagen Festival), Jogja Halal Fest #3.
Desember	Festival Jogja Kota, Jogja TIATEX EXPO 2023 (Pameran Investasi, Pariwisata, Perdagangan, UMKM dan Pertanian), Malioboro Run.

Sumber: Dinas Pariwisata Yogyakarta tahun, 2022-2023

Dari daftar *event-event* diatas terdapat *event* yang menarik yakni *event* Pasar Kangen. Pasar Kangen di Yogyakarta merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh komunitas dengan tujuan menyediakan pasar khusus bagi para pelaku yang merawat dan melestarikan tradisi budaya masa lalu yang dikemas dalam promosal modernitas sehingga generasi milenial dapat mengetahui dan

merasakan pengalaman budaya di masa lalu. Keunikan dalam Pasar Kangen adalah komoditi yang dijual seperti kuliner khas nusantara, kerajinan, dan barang-barang antik. Pasar Kangen diselenggarakan pada waktu tertentu saja dan tidak menetap di lokasi yang permanen. Tidak seperti pasar pada umumnya, pasar Kangen menyediakan atraksi berupa pertunjukan-pertunjukan lokal yang menarik minat pengunjung, sehingga dapat dimaknai sebagai pariwisata acara atau lebih populer disebut *event tourism*. Kajian soal *event tourism* telah banyak dilakukan seperti kegiatan berbasis olahraga, music, pameran, kebudayaan, dan agama. Namun sedikit penelitian yang mengeksplorasi kegiatan wisata berbasis pasar. Selama ini pasar masih dipersepsikan sebagai arena transaksi masyarakat semata. Padahal keberadaan pasar yang dikombinasikan dengan kegiatan lain dapat berorientasi menjadi kegiatan pariwisata yang berdampak pada peningkatan ekonomi masyarakat. Sejalan dengan itu pariwisata acara dapat mempromosikan produk, memperluas segmen pasar, dan keberlanjutan. Maka, pasar sebagai arena ekonomi memiliki nilai lebih ketika dipadukan dengan *event tourism*.

Pengembangan pasar sejauh ini cenderung mendiskusikan aktivitas ekonomi, strategi pemasaran, pengembangan pasar, dan kurang memperhatikan unsur wisata sebagai alternatif baru dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Untuk memetakan penelitian yang telah dilakukan peneliti membagi tiga kecenderungan. Pertama, pasar masih dianggap sebagai arena aktivitas ekonomi antara konsumen dan produsen. Kedua, strategi pemasaran yang terjadi dengan mengalihwahkan ruang seperti konvensional ke digital. Ketiga, pengembangan pasar berbasis tradisional, modern, dan digital. Dari ketiga kecenderungan tersebut terlihat bahwa pengembangan pasar berbasis acara pariwisata belum dilakukan. Sedangkan pasar sebagai ruang ekonomi telah bertransformasi menjadi atraksi baru yang dapat dijadikan pariwisata dan menghasilkan kegiatan-kegiatan baru untuk meningkatkan surplus dan peningkatan kesejahteraan masyarakat yang dapat dikembangkan melalui *event tourism* berbasis pasar.

Penelitian ini dilakukan untuk melengkapi kekurangan-kekurangan terdahulu yang kurang melihat pengembangan pariwisata berbasis pasar sebagai arena baru untuk mendorong kesejahteraan masyarakat. Secara lebih khusus penelitian ini akan mendalami prospek *event tourism* berbasis pasar melalui kegiatan pasar Kangen. Selanjutnya penelitian ini akan menganalisis bagaimana kegiatan pasar Kangen dapat menjadi solusi alternatif sebagai wacana baru dalam pengembangan *event tourism*. Jadi ini adalah ISUNYA ! Salah satu yang dapat

menjadi objek penelitian yakni pasar kangen Yogyakarta yang tidak hanya dijadikan tempat aktivitas ekonomi di pasar-pasar pada umumnya, lebih dari itu pasar ini juga diakui sebagai wisata masalalu sehingga dapat memberi variasi baru dalam pengembangan *event tourism*.

Saat ini area pasar telah mengalami transformasi mulai dari bentuk dan strategi, hal ini memungkinkan *event tourism* dapat berbasiskan pasar. Terlebih saat ini pasar adalah ruang sosial yang tidak hanya dijadikan tempat membeli kebutuhan. lebih dari itu pasar banyak menampilkan tampilan artistic, masa lalu dan destinasi lain. Oleh karena itu peneliti berargumentasi bahwa pasar yang dikombinasikan dengan wisata tidak hanya menjadi tempat transaksi ekonomi semata, akan tetapi dapat menjadi bentuk dan pengalaman baru bagi pengunjung untuk meningkatkan kesejahteraan dan destinasi baru dalam pengembangan *event tourism*.

Literatur

Para peneliti menerangkan bahwa *event* bagian dari pariwisata karena memiliki unsur-unsur wisata seperti atraksi, amenity, dan aksesibilitas. Sehingga, *event* dapat berpadu dengan wisata dan disebut sebagai *event tourism* (Getz, 2008; Marris, 1987). Perkembangan wisata ini merupakan transformasi yang dipengaruhi oleh minat masyarakat modern yang berorientasi pada hal-hal unik dan kreatif. *Event* juga dapat diartikan sebagai wisata minat khusus karena pengunjung memiliki tujuan yang sama ketika mengunjungi acara. *Event tourism* merupakan tren yang cukup baru dalam kajian pariwisata baik di dunia maupun di Indonesia. Zhukov (2018) dan Getz & Page (2016) memberikan gambaran bahwa *event tourism* merupakan pengembangan baru dalam dunia pariwisata yang tujuannya agar wisatawan datang ke tempat diadakannya suatu acara sehingga dapat berpartisipasi di dalamnya (Kim, 2011). selain itu *event tourism* dianggap sebagai wisata paruh waktu dan hemat biaya yang kemudian dapat merevitalisasi tujuan selama musim sepi pengunjung . *event tourism* dapat menarik wisatawan untuk mengenal destinasi wisata di sekitar acara. Dengan begitu jenis wisata ini dapat memberikan manfaat dalam hal pemasaran, pembangunan dan pengembangan wisata disekitar acara. Maka wisata acara menciptakan sumber ekonomi alternatif di tengah sepi pengunjung di sektor pariwisata yang dikemas lewat *event-event* seperti acara budaya, olahraga, agama, sejarah, hari jadi kota dan festival.

Tabel. 2 Definisi *Event tourism*

Peneliti	Definisi <i>Event tourism</i>
----------	-------------------------------

Zhukov (Zhukov, 2018)	<i>Event tourism</i> merupakan kegiatan dengan skala waktu yang berkala, terorganisir, terdapat batas waktu, daya tarik dan pengalaman unik, tidak permanen. yang bertujuan menarik banyak wisatawan dari berbagai negara di dunia untuk mengenal peristiwa internasional dan nasional.
(Grzinic & Vojnovic, 2014)	<i>Event tourism</i> adalah istilah yang digunakan untuk semua bentuk lalu lintas wisata yang dimotivasi oleh pementasan berbagai acara dan itu termasuk kunjungan ke semua acara. yang terencana memiliki tujuan wisata dan menjadi bagian dari daya tarik dasar tujuan tertentu.
(Getz, 2008)	Pariwisata acara dapat diartikan dengan perencanaan sistematis dan pengembangan serta pemasaran acara yang direncanakan sebagai atraksi wisata, yang dampaknya positif terhadap pengembangan ekonomi, sosial dan budaya.

Event tourism mencakup kegiatan wisata acara yang mampu memperkuat sektor pariwisata di setiap negara (Kireeva, 2020). Kegiatan-kegiatan *event tourism* juga memiliki prospek bagus terhadap perkembangan pariwisata di mancanegara. Tidak hanya di Indonesia tetapi banyak negara yang menjadikan *event tourism* sebagai induk di sektor pariwisata. Pertama, Coachella valley di Indio, California, Amerika Serikat. Dalam *event* ini musik dan seni menjadi konsep utama menarik sehingga banyak pengunjung datang saat musim wisata mulai sepi. Pelaksanaannya Coachella melibatkan penampilan musik dari beberapa genre dan film usang (Date, 2019). Kedua, Edinburgh Fringe yang diselenggarakan di Edinburgh, Scotland, Inggris. Konsep *event* ini disajikan dalam bentuk festival terbesar di Dunia yang di dalamnya mempersembahkan acara teater, musik, tari, komedi dan seni jalanan. *Event* ini menjadi populer di Inggris sebagai inspirasi unik dalam pengalaman seni dan budaya di Inggris (Munro & Jordan, 2013). Ketiga, Festival Avignon di Perancis. *Event* ini mungusung tema seni pertunjukan yang sudah berjalan rutin satu tahun sekali dibulan juli. Kegiatan ini mencakup kesenian, teater, drama, tari serta seni instalasi, di adakan untuk menampilkan produksi pertunjukan yang nantinya berpengaruh dalam perkembangan wisata di perancis dan Eropa (Quinn, 2005). Keempat ,yakni *event* Darwin Beer Can

Regatta yang diselenggarakan di Australia. *Event* ini mencakup olahraga air yang telah berhasil menarik wisatawan dengan kegiatan keolahragaan yang unik dengan membuat rakit dari kelang bir dan berlomba di teluk Darwin. *Event* ini di adakan setiap bulan juli dan menjadi *event* yang ramai pengunjung di Australia (Analysis & Journal, 1988). Hal ini sejalan dengan mempromosikan keunikan suatu tempat, daerah, dan negara sebagai daya tarik sektor wisata dan memberikan peningkatan ekonomi yang signifikan. Upaya keberlanjutan program *event tourism* sangat diperhatikan karena memberikan prospek jangka panjang kepada komunitas lokal (Page & Connell, 2020).

Di sisi lain, pasar tradisional sebagai arena ekonomi masyarakat memiliki penurunan secara signifikan (Hadif & Jamal, 2018). Keadaan tersebut disebabkan karena kegiatan-kegiatan yang ada di pasar terpacu pada kegiatan transaksi semata yang menjadi habit dalam lingkup pasar. Ditambah hadirnya pasar modern memperkecil peluang diminatinya pasar tradisional sebagai tempat membeli kebutuhan. Hal itu memicu kurangnya produktivitas pengelolaan pasar, seperti. Pertama, kegiatan pasar tani yaitu hasil panen petani yang hanya dijual dan hanya masyarakat setempat yang membeli karena kurangnya pengetahuan terhadap akses promosi. Kurang berkembangnya pasar tani ini mengakibatkan kuliner yang dijual pasar tani tidak memiliki konsumen luas dan mengandalkan masyarakat setempat (Beras et al., 1999). Kedua, pasar tradisional dinilai semakin sepi dan kumuh seiring berkembangnya zaman. Banyak masyarakat khususnya masyarakat yang tinggal di daerah perkotaan lebih memilih belanja di supermarket dibandingkan pasar tradisional (Hadif & Jamal, 2018).

Konsep *event tourism* berbasis pasar menyuguhkan ide baru terhadap kajian *event tourism* yang mampu membranding keanekaragaman destinasi di mancanegara agar tetap eksis di zaman yang semakin berkembang (Zlatanov, 2017). Hal ini menjadi cara unik dalam proses meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal yang memiliki keterbelakangan. Kegiatan *event tourism* berbasis pasar memberikan ruang sosial dan peluang kesejahteraan hidup melalui destinasi baru dalam pengembangan *event tourism* (Getz et al., 2012). Penelitian ini memberikan kajian baru terhadap literature terdahulu yang menilai konsep *event tourism* sebatas olahraga, music, pameran, kebudayaan, alam dan agama. Lebih dari itu pasar bisa dijadikan sebagai objek yang dapat menjadi ceruk pasar dalam konsep *event tourism*.

Metode Penelitian

Daftar jadwal *event* di daerah istimewa Yogyakarta yang dibuat oleh dinas pariwisata yogyakarta berfungsi sebagai informasi tentang *event* yang ada dan banyak menarik minat pengunjung dari Januari hingga bulan Desember 2023 telah terdaftar di sana. (Dian Permana, 2018) Setelah menemukan *event* yang sustainable, kemudian kami mengambil salah satu *event* untuk dijadikan *study case* yaitu Pasar Kangen. Peneliti memilih Pasar Kangen karena sesuai dengan indikator *event tourism* yang telah peneliti sampaikan dalam kajian literatur (table 1). Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk menjelaskan secara terstruktur kegiatan yang ada di pasar kangen Yogyakarta. Peneliti dalam melakukan pengambilan data menggunakan teknik triangulasi observasi, wawancara, dan dokumentasi (Moleong, 2018).

kegiatan penelitian langsung mengunjungi pasar kangen yang digelar pada tanggal 27 juli sampai 5 agustus, dengan mengikuti proses kegiatan acara seperti pentas untuk melakukan observasi yang ditulis sebagai catatan lapangan dan pendokumentasian. Sejalan dengan itu proses wawancara dilakukan dengan memetakan narasumber inti sesuai dengan tema yang diteliti. dalam melakukan wawancara kepada narasumber terpilih dilakukan dengan *indepth reporting* untuk menggali detail-detail informasi selama wawancara yang dilakukan pada juli-agustus 2023. Wawancara juga lebih memudahkan pengambilan data yang eksploratif apabila ada jawaban menarik untuk diperdalam yang memunculkan pertanyaan baru. Dalam melakukan pendokumentasian kami menggunakan alat bantu berupa handphone yang memudahkan untuk mendokumentasikan beberapa objek foto yang bermanfaat untuk menguatkan data lapangan (Bogdan, 1992). Dalam menggali informasi data melalui narasumber/informan, kami menggunakan purposive sampling yang bertujuan untuk mendapatkan deskriptif tentang ciri unit observasi yang tercantum di dalam sampel, serta untuk melaksanakan generalisasi dan mengevaluasi kriteria populasi. Adapun Keriteria tersebut disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel. 3. Key Informan

Daftar narasumber			
	Penunjukan narasumber kunci	Jenis kelamin	Kode
1	Ketua Penyelenggara	Pria	R1
2	Koordinator Acara	Perempuan	R2
3	Koordinator Lapangan	Pria	R3

4	Pengunjung Pasar Kangen	Perempuan	R4
5	Pengunjung Pasar Kangen	Perempuan	R5
Sumber kerja lapangan, 2023			

Dalam melakukan pemilahan data kami menggunakan interpretasi data verifikasi dan penarikan kesimpulan. interpretasi data dilakukan dengan memilah hasil wawancara, dokumentasi dan hasil observasi berupa catatan lapangan, kemudian data yang relevan dengan tema kami masukan sebagai sumber data utama sedangkan data yang tidak sesuai kami eliminasi agar memudahkan kami dalam membunyikan hasil penelitian. Setelah tahap interpretasi data dilakukan kami melakukan verifikasi kepada pihak-pihak terkait agar data tersebut valid dan dapat digunakan sebagai sumber utama. Adapun data-data pendukung lain seperti dokumen-dokumen terkait dan dokumentasi kegiatan terdahulu yang kami peroleh dari website pemerintah maupun penyelenggara acara dan dokumen pemerintah.

Dalam penarikan kesimpulan kami berdiskusi untuk mendapatkan kebaruan dari apa yang kami teliti. Diskusi yang dilakukan meliputi relevansi kajian penelitian terdahulu, rumusan masalah dan hasil penelitian yang telah melewati tahapan interpretasi data dan verifikasi. Maka setelah itu kami bersepakat untuk membunyikan data sebagai hasil dari penelitian yang telah dilakukan melalui tahapan penelitian. Untuk itu, hasil penelitian yang dilakukan dirasa cukup valid sebagai hasil karya ilmiah.

Hasil

Event tourism Base Pasar

Pasar Kangen adalah bentuk pasar tradisional yang dikemas dengan kegiatan di bidang kebudayaan dan diperuntukan bagi para pelaku dan pelestari yang masih memegang teguh nilai-nilai tradisi.(Wijayanti, 2022) Tidak seperti banyak pasar tradisional lainnya, pasar kangen merupakan *event* yang digelar pada waktu tertentu dengan lokasi berbeda-beda.(Sari et al., 2020) Selain itu, pasar kangen menyediakan pengalaman baru bagi para pengunjung dengan adanya kegiatan lain seperti atraksi, dan workshop untuk para pengunjung. Di sisi lain pasar kangen menghadirkan keberagaman lintas aktor mulai dari penyelenggara acara, para pegiat kesenian, para pengrajin, pedagang kuliner tradisional, tukang pijat, dan pedagang barang antik.(Rifki, 2021) Dengan berbagai macam sajian yang

diadakan oleh *event* pasar kangen, dapat menjadi ceruk pasar yang banyak mendatangkan para pengunjung sehingga menjadi konsep baru dalam pengembangan *event tourism*.

Pasar kangen didirikan pada tahun 2007. (Vertika, 2019) Awalnya pasar kangen didirikan setelah gempa di Yogyakarta sebagai trauma healing, akan tetapi lambat laun kegiatan ini bertransformasi menjadi konsep pasar yang dinamai pasar kangen. Pasar kangen sudah berdiri selama 16 tahun dan semakin ramai. Hadirnya Pasar kangen bertujuan untuk ketahanan pangan yang mulai tergerus oleh zaman ditambah lagi arus globalisasi memudahkan akses terhadap makanan luar negeri masuk ke Indonesia seperti korean food, western food, dan indian food yang akhirnya melemahkan kuliner nusantara. Menyusutnya kuliner tradisional akan berakibat pada runtuhnya satu ekosistem kebudayaan seperti hilangnya para petani, pengrajin, dan penyaji makanan itu sendiri.

“Makanan tradisional itu harus dipertahankan kalau itu hilang berarti kita kehilangan kebudayaan karena pangan itu kebudayaan. Jadi, ada budaya pengolahan, budaya pengetahuan tentang resep. kalau itu sampai hilang maka kita akan kehilangan semuanya. Jadi ini adalah ketahanan pangan, nah ini harus ada terus, gak boleh hilang karena pasar kangen adalah satu media supaya makanan tradisional itu berkelanjutan ada sustanablenya.” Ri

Gambar 1. Para pengunjung memadati *event* pasar kangen



Sumber: Dokumentasi lapangan tahun, 2023

Pasar kangen menghadirkan atraksi, aksesibilitas dan amenitas yang sejalan dengan indikator pariwisata. Sehingga cocok dijadikan sebagai bentuk baru pariwisata yang dapat dikembangkan melalui *event tourism* berbasis pasar. Sejauh ini pasar masih menjadi arena transaksi semata, terlebih pasar tradisional mengalami penurunan minat karena dinilai sebagai tempat yang kumuh dan

mulai ditinggalkan. (Ariyani & Nurcahyono, 2014) Sehingga dengan adanya *event tourism* berbasis pasar dapat memberi rekonseptualisasi terhadap pasar tradisional. Pasar kangen memberikan contoh pembaharuan pasar yang tidak hanya menjadi arena trans saksi. Lebih dari itu, pasar kangen mampu menjadi destinasi wisata baru yang banyak dikunjungi.

Gambar 2 dan 3. Stand kuliner dan barang antic



Sumber: Dokumentasi Lapangan tahun, 2023

Cara unik terhadap *event* yang diberikan oleh pasar kangen memberikan kesan baru terhadap para pengunjung. Dengan menggabungkan kuliner, kebudayaan, dan suasana masa lampau membuat *event* ini menjadi center publik yang menarik wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Di pasar Kangen pengunjung dapat mengeksplor aneka ragam budaya yang hadir ditampilkan lewat kuliner tradisional, atraksi tradisional, barang-barang antik dan *display* lokasi yang unik. Hal itu memberikan kesan tersendiri serta pengetahuan terhadap khazanah kebudayaan nusantara. Suasana masa lalu yang tercipta memberikan rasa berbeda bagi para pengunjung termasuk kaum milenial.

“Uniknya lagi penjualnya banyak yang pakai baju adat daerah jadi menambah vibes masa lalu, ada yang pake kebaya, songket dan baju adat lainnya yang membuat aku merasa kalau di sini itu ada keunikan tersendiri dalam mempertahankan lokalitas di Jogja.” R4

Gambar 4. menggunakan baju adat



Sumber: Dokumentasi Instagram pasar kangen tahun, 2022

Pasar kangen menyuguhkan bentuk atraksi baru yang dirancang beda dari destinasi wisata acara pada umumnya. Suguhan kesenian lokal seperti music, tarian, dan teater tradisional yang ditampilkan selama kegiatan serta hiasan stand, kostum pedagang hingga interaksi sosial. Didukung dengan konsep masa lalu menciptakan pengalaman berbeda selama mengunjungi *event* tersebut. Para pengunjung seolah-olah dibawa kembali untuk merasakan suasana zaman dulu menjadi kesan tersendiri bagi para pengunjung. konsep tradisional menjadikan *event* pasar populer di zaman milenial. *Event tourism* berbasis pasar ini mampu menghidupkan kembali nilai-nilai tradisional didalam generasi saat ini terlebih tujuan kaum milenial mengunjungi objek wisata adalah suasana yang dapat menyembuhkan perasaan atau lebih populer disebut *healing*.

Oleh karena itu penting menghadirkan suasana dalam sebuah wisata agar dapat menjadi media penyembuhan bagi wisatawan dan dapat memperluas segmen pasar.

Gambar 4. Pentas tari tradisional.



Sumber: Dokumentasi Instagram pasar kangen, 2022

“Di pasar kangen mendapatkan vibes masa lalu karena setelah jajan makanan tradisional jadi keinget masa kecil. Dan itu flashback banget, kita gak nemuin konsep itu di jaman sekarang biasanya kalo orang jualan pake banner pas saya kesana itu menunya ada yang ditulis pake kapur jadi itu

sangat menarik banget kita dibawa ke suasana masa lalu. Kita kaya menarik kenangan lama, cuman gara-gara suasana yang diberikan pasar kangen sederhana tetapi sangat mengenang.” R5

Melalui *event* pasar kangen, membuat kaum milenial merasakan suasana zaman dulu, dan dapat menjadi ajang pembelajaran serta menggali kebudayaan nusantara. Sehingga berkontribusi pada terawatnya kebudayaan dan dapat meningkatkan kepercayaan diri terhadap keunggulan lokalitas. Untuk itu, kegiatan ini merupakan wahana baru bagi berbagai macam masyarakat yang dikemas dengan keunikan-keunikan kreatifitas penyelenggara acara. (Kurniadi, 2022)

Sejalan dengan itu, lokasi-lokasi pasar kangen berada di lokasi yang strategis seperti di pusat-pusat kota. Dengan demikian mempermudah aksesibilitas wisatawan yang ingin mengunjungi acara tersebut. Lebih dari itu, lokasi yang berada di pusat kota dapat mempromosikan destinasi-destinasi wisata kota disekitar acara. Di sisi lain tempat yang strategis dapat menjangkau segmen pasar yang lebih luas dan mempermudah promosi sehingga acara tersebut dapat menarik jumlah wisatawan yang beragam.

Pasar kangen menjadi sebuah *event* yang banyak dikunjungi seiring waktu. Hal ini membuktikan bahwa pentingnya menciptakan wahana yang menyatukan berbagai elemen dalam masyarakat dalam sebuah *event*. Lebih dari itu, pengalaman pengunjung tidak hanya mendapatkan kesan rasa terhadap kuliner yang disuguhkan. Terciptanya suasana yang ramah, bersih dan tertata dapat memberikan kesan nyaman terhadap pengunjung. Maka, tidak dapat dipungkiri *event* ini menjadi ajang yang banyak dinanti oleh masyarakat.

Elemen wisata acara pasar kangen	
Keterangan	
Atraksi	Kegiatan ini banyak menampilkan atraksi berupa pertunjukan-pertunjukan tradisional berupa music, tari, dan teater. Selain itu, desain panggung, tempat, stand penjual dikemas secara artistik. Lebih dari itu, para aktor yang terlibat dalam kegiatan ini khususnya para pedagang memakai kostum unik. Yang dapat menarik minat

	<p>pengunjung sehingga menjadi bentuk atraksi baru dalam kegiatan pasar kangen.</p>
Aksesibilitas	<p>Penyelenggaraan pasar kangen berada di lokasi yang strategis seperti di taman budaya Yogyakarta. Lokasi tersebut memberikan akses yang mudah bagi para pengunjung sehingga memberi kenyamanan, keamanan dan waktu tempuh, terlebih lokasi tersebut merupakan public space dan disekitar lokasi terdapat destinasi wisata kota seperti malioboro, nol KM, keraton, dan alun-alun.</p>
Amenity	<p><i>Event</i> di pasar kangen menyediakan fasilitas-fasilitas umum dengan dipilihnya taman budaya yang sudah menunjang kebutuhan umum seperti tempat ibadah, wc, tempat sampah, panggung pertunjukan, dan ruang sekretariat sehingga menambah kenyamanan serta dapat memaksimalkan berjalannya acara.</p>
Ambiance	<p>Hal unik yang terdapat dalam kegiatan pasar kangen adalah dengan terciptanya suasana masa lalu yang dapat menarik jumlah wisatawan secara luas. Suasana tercipta dari beberapa elemen yang hadir seperti interaksi sosial antara pedagang dan pembeli, desain tempat, penampilan kesenian, dan suguhan komoditas yang selaras dengan tema tempo dulu. Sehingga suasana unik <i>event</i> tersebut menjadi daya tarik yang berbeda dengan <i>event tourism</i> yang lain.</p>

Sustainable Event Tourism in Pasar Kangen.

Event Pasar kangen merupakan hal penting bagi terciptanya sebuah *event* yang berkelanjutan. Sustainable *event tourism* dalam kegiatan ini pertama, menerapkan kegiatan yang ramah lingkungan seperti penggunaan bahan-bahan alami dan dihimbau untuk mengurangi penggunaan plastik. Penyelenggara acara memberi kebijakan tentang pengurangan penggunaan plastik. Dimana para pedagang diharuskan memakai bahan organik seperti penggunaan daun pisang dan daun jati sebagai pembungkus makanan, stand yang dibuat dengan bahan

alam, dan tidak menggunakan banner untuk media informasi. Disisi lain konsep tersebut membantu permasalahan pencemaran lingkungan di Indonesia. Sekaligus mengedukasi masyarakat agar mulai kembali memakai bahan-bahan ramah lingkungan dalam kehidupan sehari-hari. Sehingga, kegiatan ramah lingkungan di pasar kangen dapat menjadi role model dalam setiap jenis *event* sehingga berkontribusi dalam menjaga lingkungan (Ding et al., 2019).

“Saya itu sangat melarang ada yang pake digital printing, jadi semua itu ditulis tangan, saya juga melarang menggunakan styrofoam, kalau plastic masih dalam tahap pengurangan. Dan bisa menggunakan yang organic, di sini gak ada dan aturannya, saya orang lingkungan jadi aku sangat sadar terhadap lingkungan.”R1

Pada aspek sosial acara ini dibentuk dengan cara partisipatif dimana keberagaman aktor ikut berkontribusi seperti pemerintah, pedagang, dan seniman. Inklusivitas dalam acara ini memberikan dampak positif bagi para pelaku yang terlibat maupun para pengunjung. Sehingga menghasilkan timbal balik yang positif antar elemen, seperti adanya panggung sebagai wadah ekspresi bagi para seniman, stand sebagai wadah para pelaku ekonomi, dan dapat menjadi media mempromosikan destinasi wisata yang ada disekitar acara. Dalam penyelenggaraan acara tersebut juga melibatkan partisipasi pemerintah yang dapat memaksimalkan kegiatan-kegiatan dalam pasar kangen seperti fasilitas, dana, informasi, regulasi dan keamanan. Dengan demikian *event* menjadi wahana inklusif yang dapat memberdayakan masyarakat yang melalui *event tourism*.

“Kalau di jogja itu ada dana istimewa, membangun manusia itu gak bisa langsung ekonominya bagaimana kita harus membangun sustainablenya ini pemberdayaan masyarakat itu mendidik manusia kan tidak semudah itu bagaimana dibikin rutin dan dengan konsep yang khas.”R1

Selanjutnya interaksi sosial menjadi komponen utama dalam menciptakan suasana harmonis yang berkesan bagi para pengunjung. Pengunjung bebas mengeksplor, dan berinteraksi dengan pedagang. Adanya interaksi membentuk ikatan sosial kuat antara komunitas lokal dan pengunjung. Lebih dari itu, interaksi sosial mampu menghidupkan suasana sebagai wadah pertukaran pikiran, informasi dan berbagi pengetahuan. Konsep ini menambah komponen wisata yang tadinya hanya mementingkan amenity, aksesibilitas, atraksi ternyata interaksi sosial mampu menciptakan *ambiance*. Yang tercipta oleh kontribusi pedagang dalam terselenggaranya *event* pasar kangen yakni menghidupkan *event* melalui penjualan makanan tradisional dan barang antik didukung oleh kreatifitas pedagang dengan hiasan stand tradisional. Kreatifitas dikemas untuk

menghidupkan suasana pasar kangen berkembang menjadi *Event tourism*. *event* pasar kangen memberikan pengetahuan lebih mengenai kuliner zaman dulu dan cara-cara pembuatannya yang ditenarkan kembali sekarang, cakupannya lebih luas tidak hanya pengunjung yang mendapatkan pengetahuan mengenai pangan tradisional, tetapi pedagang pasar tradisional juga mendapatkan impact, karena produk pasar tradisional yang telah punah seiring berkembangnya zaman dipromosikan kembali dalam sebuah *event* (Maguire & Hanrahan, 2013).

“Sebenarnya pasar kangen ini cuman buat melestarikan budaya, tradisi dan ketahanan pangan mungkin akan bersinggungan Ketika sebuah event yang ada di area wisata yang akhirnya disitu juga mengundang pasar kangen”R3

Aktor utama terciptanya pasar kangen adalah para seniman yang berangkat dari isu ketahanan pangan hingga menemukan solusi mendirikan *event* pasar kangen sebagai bentuk kreatifitas yang mampu mempertahankan kebudayaan lokal dan mengembangkan sektor wisata dalam konsep *event tourism*. Prospek *event tourism* dirancang totalitas. Untuk mencapai hal itu perlu adanya jalur karir Pertama, fasilitator, koordinator acara yang membantu merealisasikan ide sebagai potensi pariwisata, dan menjadi perantara kolaborasi komunitas. Kedua, produser *event* bertugas merancang ide *event tourism* supaya bernilai. Ketiga, perencana acara bertugas mengembangkan strategi *event* dalam proses pembuatan konsep. Keempat, analisis dan peneliti kebijakan acara bertugas memberikan penilaian terhadap acara dan mengevaluasi kinerja dalam *event* tersebut. Kelima, penawaran acara mengemangkan *event* dalam proses promosi. Keenam layanan acara bertugas akomodasi dan mengurus tempat acara.

“Sebenarnya konsepnya dulu itu pameran, tapi lama-lama jadi pasar pusat ekonomi pusat pertemuan antar manusia bukan sekedar pusat ekonomi tapi pusat pertemuan antar manusia saling memberi saling menyampaikan pengetahuan makanya disini orang belinya pake uang tapi bisa ngobrol sama penjualnya. Potensi bersosialisasi meningkat.”R1

Sejalan dengan itu, pasar kangen merupakan kegiatan yang fokus utamanya adalah pelestarian kebudayaan seperti kuliner, pentas tradisional, dan penjualan barang barang zaman dulu. Masyarakat lokal memiliki peningkatan ekonomi signifikan dibuktikan adanya pendapatan mencapai 3,3 milyar dalam 10 hari ketika *event* berlangsung. Tentunya sebagai pasar kegiatan ini berdampak pada peningkatan ekonomi baik kepada aktor yang terlibat di dalam acara maupun masyarakat sekitar. Dampak dari adanya kegiatan ini menumbuhkan kegiatan ekonomi di luar area inti pasar kangen yang ikut berjualan.

“Pasar kangen memiliki dampak ekonomi yang bagus, karena diluar area acara jadi banyak yang jualan. Akhirnya menjadi dampak positif dari imbas adanya pasar kangen” R2

Untuk itu, pasar kangen tidak hanya sebagai kegiatan yang mengusung tema ketahanan pangan semata. akan tetapi pasar kangen berhasil memantik sektor-sektor lain tumbuh. Hal ini menjadikan konsep pasar kangen sustainable sehingga dapat dikembangkan melalui *event tourism*. Seiring berjalannya waktu solusi dari kepunahan makanan tradisional itu membentuk pengembangan *event* yang rutin dilakukan satu tahun sekali. Karena melihat dari adanya dampak yang signifikan yang lahir dari *event* pasar kangen, seperti ketahanan pangan. pelestarian kebudayaan, pertumbuhan ekonomi lokal, wadah kreatifitas dan penyadaran masyarakat terhadap lingkungan.

Gambar 5. aktivitas ekonomi di luar pasar kangen



Sumber: Dokumentasi Lapangan tahun, 2023

Discussion

Penelitian mengenai *event tourism* penting dilakukan sebagai cara untuk mempertimbangkan pengaruh *event* terhadap dunia pariwisata. hal ini juga memberikan gambaran pentingnya mengeksplorasi bentuk-bentuk baru yang dapat menarik wisatawan melalui *event tourism*. *Event tourism* menyodorkan strategi baru yang dapat membangun kohesi sosial, peningkatan ekonomi dan pelestarian kebudayaan. Sejalan dengan itu keterlibatan warga dan manajemen dalam acara merupakan hal penting untuk menciptakan pengembangan *event* yang sustainable. Menariknya *event tourism* dapat menjadi alternatif pada musim sepi pengunjung, sehingga dengan adanya *event* dapat menjadi wahana baru yang tidak kalah menarik dengan jenis destinasi lainnya. Atraksi yang ditampilkan

dalam *eEvent* seperti olahraga, kesenian, perayaan hari besar dan festival merupakan momen yang ditunggu sehingga dapat menarik minat pasar.

Konsep pariwisata telah berkembang secara paralel dengan integrasi multi sector. Acara dapat mempertemukan lintas disiplin dalam satu kegiatan sehingga menciptakan ekosistem yang baik dalam kehidupan masyarakat. Study ini mencontohkan bagaimana pertemuan itu berpadu, pertama, aspek kebudayaan dalam kegiatan di pasar kangen bertujuan untuk ketahanan pangan yang dikemas dalam kegiatan yang menjajakan kuliner nusantara. Kedua, aspek kesenian penampilan kesenian lokal yang disajikan dalam kegiatan menambah keunikan dalam acara. Ketiga, aspek lingkungan kegiatan ini mengusung kegiatan yang ramah lingkungan ini diimplementasikan lewat aturan mempergunakan bahan organik dalam semua aspek kegiatan seperti stand yang dibuat dari bahan alam, dan mengurangi jumlah plastik. Keempat, aspek ekonomi acara ini memicu kegiatan ekonomi lain di sekitar area acara seperti stand UMKM yang ikut menjual beragam kuliner. Kelima, nilai sosial dalam acara ini digambarkan lewat interaksi pedagang dan pengunjung yang dapat melakukan tawar menawar. Sehingga dapat memberikan suasana yang harmonis, senang dan nyaman. Dengan begitu suasana di pasar kangen dapat menarik minat pasar yang lebih luas baik kalangan tua, muda bahkan anak-anak.

Selain itu, dalam manajemen stand panitia memisahkan jenis komoditas yang sama agar tidak menimbulkan konflik dalam *event*. Sejalan dengan itu, walaupun *event* pasar kangen terkesan untuk nostalgia bagi generasi tua, nyatanya segmen pasar ini beragam terlihat dari banyaknya pengunjung dari generasi milenial bahkan lebih mayoritas. Maka tidak diragukan lagi *event* pasar kangen dapat menjadi model baru dalam pengembangan *event tourism* yang dapat menjadi ceruk pasar yang cukup besar dalam wisata acara. Pasar kangen dapat menjadi contoh penting dalam rekonseptualisasi pariwisata *event* yang dapat berpadu dengan sektor lain dan pantas menjadi prioritas dalam merencanakan *event tourism*.

Hal penting lainnya dalam *event* pasar kangen yaitu suasana, pasar kangen menyuguhkan suasana yang unik bagi pengunjung. Suasana di pasar kangen tercipta dari pengemasan yang unik mulai dari penampilan penjual, desain stand, ornament di lokasi acara, interaksi antara pengunjung dan penjual serta atraksi yang unik. Oleh karena itu suasana menjadi elemen penting dalam menyuguhkan pariwisata masa kini. Sejalan dengan itu generasi milenial cenderung mengunjungi tempat atau acara yang memiliki suasana, vibes, dan keunikan.

Pasar kangen telah membuktikan bahwa *event* dapat menjadi ceruk pasar dan dapat memicu sektor lain untuk berkembang. Karena *event* dapat menjadi masa depan pariwisata sehingga perlu didorong lewat regulasi, alokasi dana, dan partisipasi masyarakat. Yogyakarta merupakan salah satu kota yang mendapatkan dana keistimewaan sehingga dapat mendorong kegiatan-kegiatan yang mewarnai aktivitas kota. Selain itu, partisipasi masyarakat cukup antusias dalam setiap kegiatan yang digelar baik di pusat kota maupun di daerah pinggiran sehingga mampu menyediakan ruang kreatif dan inovatif dalam tubuh masyarakat. Namun, dalam regulasi mengenai *event* ini harus wawancara dulu. untuk itu perlu dimaksimalkan .

Event di Yogyakarta tidak habis-habisnya ini menjadi point penting dalam pembangunan kota. Di negara-negara maju *event tourism* sudah banyak dipertimbangkan sebagai salah satu sektor yang memberi sumbangsih besar terhadap peningkatan ekonomi. di Indonesia sendiri kajian *event* menjadi kajian yang terbilang baru, sedangkan Indonesia mempunyai beragam acara yang banyak mendatangkan wisatawan baik domestic maupun mancanegara. Sektor ini menjadi daya tawar yang dapat dikembangkan melalui *event tourism*. Motivasi pengunjung untuk datang ke dalam acara adalah suasana, keunikan, fenomena langka, dan biaya yang relatif terjangkau. Dengan begitu, para pengunjung mendapatkan pengalaman baru dan langka, serta pengetahuan akan khazanah kebudayaan di masyarakat. Karena itu, tak jarang masyarakat menunggu diselenggarakan *event- event* yang dapat menarik minat pengunjung.

Terlebih lokasi penyelenggaraan merupakan hal yang penting diperhatikan dalam menyelenggarakan sebuah *event*. Pasar kangen selama kegiatannya bertempat di lokasi yang strategis yang memudahkan para pengunjung mendatangi pusat kegiatan. Lokasi yang berada di pusat kota menjadikan kegiatan ini berdampak pada kenyamanan, keamanan dan waktu tempuh. Sejalan dengan itu, transportasi umum tersedia seperti bus trans jogja, becak, dan transportasi online di lokasi penyelenggaraan. Selain itu, kegiatan ini dapat mempromosikan destinasi-destinasi wisata di sekitar kegiatan. Sehingga *event* bukan hanya menjadi tempat kegiatan semata lebih dari itu *event tourism* dapat mendorong peningkatan ekonomi, sosial, dan budaya. Oleh karena itu kegiatan pasar kangen harus dipertahankan sebagai kegiatan yang dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat.

Adapun terkait *event tourism* terdapat hasil penelitian yang sejalan dengan pembahasan di atas yakni sebagaimana hasil penelitian jurnal dari scopus yakni Agyeiwaah & Zhao (2024) di kota Macau, yang mengidentifikasi bahwa *event*

tourism tidak hanya menarik jumlah wisatawan yang besar, tetapi juga berdampak positif bagi partisipan dikarenakan adanya dukungan pariwisata yang dapat memberikan kelebihan dan keleluasaan, serta perlu diketahui bahwa *event tourism* dengan memperkenalkan kuliner dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat sekitar dan perkembangan yang positif bagi sektor pariwisata.

Adapun dari hasil penelitian dapat ditemukan bahwa penelitian ini memiliki kontribusi secara teoritis maupun praktis yang mana dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Kontribusi Teoritis

Rekonseptualisasi pasar tradisional. Penelitian pada Pasar Kangen dapat memberikan perspektif baru tentang bagaimana pasar tradisional dapat dihidupkan kembali melalui *event tourism*. Teori ini menantang pandangan konvensional yang menganggap pasar tradisional sebagai tempat kumuh dan terbelakang. Sebaliknya, Pasar Kangen menunjukkan bahwa dengan perencanaan yang baik, pasar tradisional dapat menjadi destinasi wisata yang menarik.

2. Kontribusi Praktis

Pengembangan ekonomi lokal. Penelitian pada Pasar Kangen dapat berkontribusi secara praktis dimana Pasar Kangen telah menjadi contoh sumber pendapatan yang signifikan bagi masyarakat lokal. Selama event berlangsung, pendapatan mencapai miliaran rupiah, yang menunjukkan dampak ekonomi positif dari event ini. Ini juga membuktikan bahwa *event tourism* dapat menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan ekonomi lokal.

Adapun dalam penelitian ini terdapat keterbatasan yang menurut penulis, peneliti selanjutnya dapat untuk menggali data lebih banyak. Adapun keterbatasan tersebut seperti sumber data yang terbatas, yang mana penelitian ini banyak bergantung kepada dokumentasi dan wawancara yang masih terbatas informanya, dan diharapkan untuk peneliti. Dokumentasi lapangan yang digunakan sebagai sumber data dapat berpotensi memiliki bias subjektif tergantung pada penilaian individu yang mendokumentasikan. Kedua, Keterbatasan dalam metodologi, Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif yang tidak dapat memberikan generalisasi statistik, sehingga interpretasi hasil mungkin lebih subjektif. Disarankan untuk penelitian lebih lanjut dapat menggunakan metode kuantitatif, atau penggabungan antara kuantitatif dan kualitatif.

Adapun terkait dengan banyaknya pengunjung yang datang pada *event* Pasar Kangen maka sebaiknya untuk meningkatkan fasilitas umum seperti tempat

parkir, sanitasi, dan keamanan di lokasi acara untuk meningkatkan kenyamanan pengunjung.

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan analisis data dalam pembahasan diambil kesimpulan yang sesuai dengan fokus penelitian yaitu pengembangan *event tourism* berbasis pasar study case pasar kangen. Pasar Kangen berhasil menggabungkan kebudayaan, kuliner, atraksi, dan pengalaman masa lalu menjadi satu kesatuan yang menarik minat pengunjung, baik lokal maupun mancanegara. Pasar Kangen mampu memberikan dampak positif dalam beberapa aspek, seperti pelestarian kebudayaan, pengembangan ekonomi masyarakat, dan promosi destinasi lokal. Konsep sustainable *event tourism* diterapkan dalam pasar Kangen, dengan memperhatikan aspek lingkungan, sosial, budaya, dan ekonomi. Melalui partisipasi berbagai aktor seperti pemerintah, pedagang, seniman, dan masyarakat. Pasar kangen menjadi contoh sukses bagaimana sebuah pasar dapat diubah menjadi daya tarik wisata yang berkelanjutan dan berdampak positif. *Event tourism* berbasis pasar seperti pasar kangen, memberikan alternatif baru dalam mengembangkan sektor pariwisata dengan tetap menjaga nilai-nilai lokal dan memanfaatkan keunikan dari tradisi budaya lokal.

Selain itu, hasil dari adanya penelitian *event tourism* study case pasar kangen membuktikan bahwa pasar tidak hanya sebagai pusat transaksi semata lebih dari itu pasar bisa berkembang di sektor wisata dan mampu meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat lokal. Sejalan dengan itu pasar kangen dapat dikembangkan melalui *event tourism*, hal unik dalam pasar kangen adalah pentingnya menciptakan suasana yang nyaman, bahagia dan harmonis menjadi tujuan utama bagi para kaum milenial. Untuk itu, suasana menjadi aspek penting yang harus hadir dalam menyuguhkan destinasi wisata agar dapat memperluas segmen wisatawan. ini harus didorong lewat kebijakan, serta partisipasi lintas sektor seperti pemerintah, pengusaha, seniman, akademisi, budayawan, chef, lembaga swadaya masyarakat, dan lembaga lain yang terkait dengan *event tourism*.

Penelitian ini masih mempunyai keterbatasan, baik sumber data maupun metodologi. Kami mengharapkan para peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang *event tourism* dalam konteks Indonesia. Selain itu kami mengharapkan untuk melihat *event* ini dengan perspektif yang berbeda untuk melihat pasar kangen sebagai sebuah *event tourism*. Terlebih suasana yang

tercipta dapat menjadi elemen penting melakukan pengembangan di sektor pariwisata. Suasana sebagai elemen baru harus hadir dalam sebuah destinasi karena sesuai dengan kebutuhan masyarakat terkhusus generasi milenial. Kami menyarankan agar *event tourism* menjadi prioritas utama dalam sektor pariwisata di Indonesia sehingga dapat menciptakan alternatif wisata di musim sepi pengunjung, wahana ekspresi, pelestarian kebudayaan, memicu sektor lain untuk tumbuh dan dapat meminimalisir pendanaan.

Bibliography

- Amil, A. Agyeiwaah, E., & Zhao, Y. (2024). Residents' perceived social sustainability of food tourism events. *Tourism Management Perspectives*, 53, 101276. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2024.101276>
- Aminah, A. (2022). *Kepemimpinan Milenial dan Dampaknya Terhadap Transformasi Sosial Desa (Analisis Strukturasi Kemunculan Kepemimpinan Milenial di Kalurahan Guwosari, Kapanewon Pajangan, Kabupaten Bantul)*. SEKOLAH TINGGI PEMBANGUNAN MASYARAKAT DESA STPMD" APMD".
- Analysis, S., & Journal, T. I. (1988). *DARWIN ' S ' BEERCAN REGATTA : Masculinity , frontier and festival in North Australia Author (s) : Peter G . Mewett Source : Social Analysis : The International Journal of Anthropology , August 1988 , No . Published by : Berghahn Books Stable URL : http. 23(23), 3–37.*
- Ariyani, N. I., & Nurcahyono, O. (2014). Digitalisasi pasar tradisional: Perspektif teori perubahan sosial. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 3(1), 1–12.
- Arum, H. F. S., Wijaya, S. R., & Abipraya, F. A. (2021). Pengaruh Dana Keistimewaan Yogyakarta Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Di Kabupaten Bantul. *Jurnal Politikom Indonesiana*, 6(1), 62–82.
- Atmadja, N. B. (2010). *Ajeg Bali; gerakan, identitas kultural, dan globalisasi: Gerakan, identitas kultural, dan modernisasi*. LKIS Pelangi Aksara.
- Beras, P., Basis, S., Usaha, P., & Masyarakat, T. (1999). *Pasar Beras Sebagai Basis Pengembangan Usaha Tani Masyarakat Pedesaan (Suparmo dkk.)*. 138–154.
- Bogdan, R. (1992). *Pengantar Metode Penelitian Kualitatif*. Usaha Nasional.
- Date, P. (2019). *Environmental gradients determine the potential for ecosystem engineering effects*. <https://doi.org/10.1111/oik.05768>

- Dian Permana, S. (2018). *Aktivitas Promosi Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta dalam Mempromosikan Pariwisata Yogyakarta*.
- Ding, N., Mi, X., & Zhao, L. (2019). Research on Sustainable Development of Event Tourism under Environment-friendly growing path. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 300(3). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/300/3/032037>
- Echeta, D. (2022). Impact of Event Tourism on Lagos Residents Image. *Journal of Social Responsibility, Tourism and Hospitality*, 2(23), 32–41. <https://doi.org/10.55529/jsrth.23.32.41>
- Gandhi, A., & Kurniati, A. P. (2012). Perencanaan Strategis Sistem Informasi Berbasis Togaf ADM pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI)*.
- Getz, D. (2008). Event tourism : Definition , evolution , and research. *Tourism Management*, 29, 403–428. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017>
- Getz, D., & Page, S. J. (2016). Progress and prospects for event tourism research. *Tourism Management*, 52, 593–631. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.03.007>
- Getz, D., Svensson, B., & Gunnervall, A. (2012). Hallmark Events : Definition , Goals and Planning Process. *International Journal of Event Management Research Volume*, 7(1), 47–67.
- Grzanic, J., & Vojnovic, N. (2014). *Sustainable Event Tourism : Case Study City Of Pula , Croatia*. 5(1), 53–65.
- Hadif, A., & Jamal, A. (2018). Dampak Pasar Modern (Alfamart) Terhadap Usaha Pasar Tradisional Di Kabupaten Aceh Besar. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIM)*, 3(1), 59–67.
- Harsana, M., & Triwidayati, M. (2020). Potensi makanan tradisional sebagai daya tarik wisata kuliner di DI Yogyakarta. *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana*, 15(1).
- Indriani, K. S. (2021). Akomodasi komunikasi pada percakapan antar anggota keluarga multilingual. *Bahasa dan Seni: Jurnal Bahasa, Sastra, Seni, dan Pengajarannya*, 49(1), 4.
- Kholik, N. (2022). Penentuan Dana Keistimewaan Yogyakarta antara Pemerintah Pusat dengan Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta Menurut Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2012. *Ahmad Dahlan Legal Perspective*, 2(2), 130–152.
- Kim, J. (2011). Patterns and Trends in Event Tourism Study Topics Over 30 Years. *Revista de Química*, 9(1), 1–14.
- Kireeva, Y. A. (2020). The current state of event tourism in russia. *Journal Tourism Studies & Practices*, 1–11.

- Kurniadi, A. (2022). *PENGEMBANGAN OBJEK WISATA DANAU MAS HARUN BASTARI OLEH DINAS PARIWISATA KABUPATEN REJANG LEBONG PROVINSI BENGKULU (STUDI DI DESA KARANG JAYA KECAMATAN SELUPU REJANG)*. Institut Pemerintahan Dalam Negeri.
- Maguire, K., & Hanrahan, J. (2013). Sustainable event management in Ireland: A local authority perspective. *Tourism and Hospitality Research in ...*
- Majid, B. (2017). Revitalisasi Fungsi Tradisi Lisan Dola Bololo dalam Masyarakat Ternate Moderen. *ETNOHISTORI: Jurnal Ilmiah Kebudayaan dan Kesenjaraan*, 4(2), 114–135.
- Marris, T. (1987). The Role and impact of mega-events and attractions on regional and national tourism development resolutions. *Tourism Review*, 42, 3–12. <https://doi.org/10.1108/EB057975>
- Moleong, L. J. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Mubah, A. S. (2011). Strategi meningkatkan daya tahan budaya lokal dalam menghadapi arus globalisasi. *Jurnal Unair*, 24(4), 302–308.
- Munro, L., & Jordan, S. (2013). “Living Space” at the Edinburgh Festival Fringe: Spatial tactics and the politics of smooth space. *Human Relations*, 66(11), 1497–1525. <https://doi.org/10.1177/0018726713480411>
- Nawangsih, N. (2019). Event candipuro culture festival: strategi promosi pariwisata berbasis budaya. *Cakrawala Management Business Journal*, 1(1), 1–20.
- Nurchayono, O. H. (2017). Kapasitas Komunitas Lokal dalam Pengembangan Pariwisata Pedesaan. *Habitus: Jurnal Pendidikan, Sosiologi, & Antropologi*, 1(1), 42–60.
- Page, S., & Connell, J. (2020). *The Routledge Handbook of Events*. Routledge.
- Quinn, B. (2005). Arts festivals and the city. *Urban Studies*, 42(5–6), 927–943. <https://doi.org/10.1080/00420980500107250>
- Ramadhan, F., & Khadiyanto, P. (2014). Partisipasi Masyarakat dalam Mendukung Kegiatan Pariwisata di Desa Wisata Bejiharjo, Gunungkidul, YOGYAKARTA. *Teknik PWK (Perencanaan Wilayah Kota)*, 3(4), 949–963.
- Rifki, M. (2021). *Gaya Hidup Lawasan Sebagai Identitas Kelas Menengah (Fenomena Konsumsi Barang Bekas di Kalangan Kelas Menengah Yogyakarta)*. Universitas Islam Indonesia.
- Sari, Y. K., Santa Maria, A., & Hapsari, R. R. (2020). Kolaborasi Kreatif Kegiatan Pariwisata Dan Pelestarian Budaya Di Taman Budaya Yogyakarta (Tby). *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 3(1), 85–101.
- Setyawati, N. (2022). *PERAN DINAS PARIWISATA DIY DALAM IMPLEMENTASI*

- KEBIJAKAN PEMBANGUNAN PARIWISATA BERDASARKAN PARADIGMA PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN*. Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa STPMD" APMD".
- SP, M. E. (2023). Geliat Generasi Muda Riau Dalam Mengembangkan Usaha Ekonomi Kreatif yang berhasil pada Level Nasional. *MAPAN: Jurnal Manajemen, Akuntansi, Ekonomi, Perbankan*, 4(1), 79–94.
- Syah, F. (2020). Pariwisata Sebagai Faktor Pendukung Kesejahteraan Masyarakat. *Bisnis Event*, 1(3), 58–70.
- Takdir, M., & Hosnan, M. (2021). Revitalisasi kesenian batik sebagai destinasi wisata berbasis budaya dan agama: Peran generasi muda dalam mempromosikan kesenian batik di Pamekasan Madura. *Mudra Jurnal Seni Budaya*, 36(3), 366–374.
- Tanjung, L. N., Mutiarin, D., & Purnomo, E. P. (2018). Monitoring Dan Evaluasi Pemanfaatan Dana Keistimewaan Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2013-2017. *Jurnal Agregasi: Aksi Reformasi Government dalam Demokrasi*, 6(1).
- Umami, Z. (2015). Social strategy pada media sosial untuk promosi pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 195–201.
- Vertika, H. (2019). *Pasar Kangen Jogja, Bangkitkan Memori Jajanan Tempo Dulu*. IDN TIMES JOGJA. <https://jogja.idntimes.com/news/jogja/holy-kartika/pasar-kangen-jogja-bangkitkan-memori-jajanan-tempo-dulu>
- Wahyuni, D. (2021). Upaya Pemulihan Pariwisata Yogyakarta pada Masa Pandemi Covid-19. *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 12(2), 121–137.
- Wahyuni, H. I. (2008). Kecenderungan “framing” media massa Indonesia dalam meliput bencana sebagai media event. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 11(3), 307–330.
- Wijayanti, A. (2022). Strategi Pengembangan Wisata Malam Berbasis Perkotaan di Kota Yogyakarta. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 1(8), 597–606.
- Wuryani, E., & Purwiyastuti, W. (2012). Menumbuhkan Peran Serta Masyarakat Dalam Melestarikan Kebudayaan Dan Benda Cagar Budaya Melalui Pemberdayaan Masyarakat Di Kawasan Wisata Dusun Ceto. *Satya Widya*, 28(2), 147–154.
- Yogyakarta, B. P. S. P. (2024). *Perkembangan Pariwisata D.I. Yogyakarta, Desember 2023*. Badan Pusat Statistik. <https://yogyakarta.bps.go.id/pressrelease/2024/02/01/1563/perkembangan-pariwisata-d-i-yogyakarta--desember-2023.html>
- Zhukov, V. A. (2018). The development of tourism in Russia based on the event - events. *UPRAVLENIE / MANAGEMENT (Russia)*, 6(4), 16–20. <https://doi.org/10.26425/2309-3633-2018-4-16-20>

Zlatanov, S. (2017). The role of events in tourism development. *BizInfo Journal*, 5(51).
<https://doi.org/10.5937/BIZINFO1502083O>