

## CITRA PASAR TRADISIONAL (PASAR PAGI) SEBAGAI KEBERHASILAN CITY BRANDING KOTA PANGKALPINANG

**Aditia Syaputra<sup>1)</sup>, Refranisa<sup>2)</sup>**

- 1) Mahasiswa Program Studi Arsitektur Institut Teknologi Indonesia  
E-mail: [aditiasyaputra.id@gmail.com](mailto:aditiasyaputra.id@gmail.com)

- 2) Dosen Program Studi Arsitektur Institut Teknologi Indonesia

### **Abstrak**

*Traditional markets play an important economic role and are a vital part of the city's identity. This study investigated Pangkalpinang's Morning Market as part of the city's marketing strategy using a descriptive quantitative approach involving 71 survey participants. The results indicate strong imagery in terms of cultural values, social interaction, and accessibility. However, physical elements such as drainage, facades, amenities, and layout show significant weaknesses. To maximize the market's role in enhancing the city's image, an integrated revitalization approach involving community participation is needed.*

**Kata kunci:** Traditional Market Image, City Branding, Market Revitalization, Pangkalpinang.

### **Pendahuluan**

Pasar tradisional memiliki peran penting dalam sistem sosial dan ekonomi masyarakat Indonesia. Selain berfungsi sebagai pasar untuk melakukan transaksi jual-beli, pasar juga berfungsi sebagai tempat berkumpulnya masyarakat yang merepresentasikan identitas lokal. Dalam lingkungan perkotaan yang modern, pasar tradisional menghadapi persaingan yang signifikan dari pasar-pasar baru dan estetika kota; oleh karena itu, “perlu dilakukan penyesuaian untuk memastikan pasar tradisional tetap relevan” [1]. “Modernisasi sering kali menggusur pasar tradisional dari tata letak strategis kota, dan dampaknya sangat penting bagi ekonomi lokal” (Larasati & Rohman, 2023).

Salah satu pasar tradisional tertua dan paling aktif di provinsi Bangka Belitung adalah Pasar Pagi Pangkalpinang. Sejak awal perkembangan Kota Pangkalpinang sebagai pusat perdagangan, pasar ini telah berkembang menjadi kegiatan ekonomi lokal yang utama, terutama dalam penyediaan produk dan kebutuhan UMKM. Kegiatan di pasar ini biasanya dimulai sejak pagi hari. Pasar ini menjadi wadah interaksi antara pembeli, penjual, dan pengusaha informal yang mendukung perekonomian lokal.

Banyaknya revitalisasi pasar tradisional yang lebih focus pada perbaikan fisik serta mengabaikan partisipasi masyarakat dari nilai sosial yang sudah lama melekat. “Hal ini menciptakan kesenjangan antara kebijakan dan kebutuhan warga sebagai pengguna utama” [3]. Pendekatan baru perlu untuk menjadi pertimbangan sebagai kesatuan strategi sebuah citra kota/city branding terkhusus yang memiliki identitas lokal yang kuat.

“Pasar dapat menjadi aset branding kota yang autentik dan inklusif jika dikelola dengan baik” [4]. Karena persepsi masyarakat tentang pasar sangat bergantung pada gambaran tradisionalnya, yang digambarkan melalui fitur visual dan fungsional seperti kenyamanan, nilai budaya, dan kebersihan. Indikator visual dan fungsional dapat digunakan untuk menilai kontribusi pasar tradisional dalam citra kota.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menilai persepsi masyarakat terhadap Pasar Pagi Pangkalpinang dengan menggunakan 15 indikator, dan melihat bagaimana hal itu berdampak pada pemasaran kota. Rumusan masalahnya adalah: bagaimana masyarakat melihat citra pasar ini, dan apakah itu mendukung rencana branding kota? Data diperoleh melalui analisis deskriptif kuesioner terhadap 71 responden.

Penelitian ini memberikan gambaran bukti empiris yang bersumber dari masyarakat sebagai elemen citra kota. Penelitian ini menambah wacana akademik tidak hanya aspek fisik semata tapi juga menekankan pentingnya mengintegrasikan nilai lokal ke dalam kebijakan branding yang inklusif (Bataric & Komala, 2023).

### Studi Pustaka

Dari teori place identity dan city branding citra pasar tradisional bisa dipahami bahwa penempatan ruang publik menjadi representasi identitas lokal. “Pasar tidak hanya berfungsi secara ekonomi, tetapi juga sebagai simbol budaya dan visual kota yang dapat dimanfaatkan dalam strategi branding wilayah” (Bataric & Komala, 2023).

Pasar tradisional memiliki peran penting dalam struktur kota dan interaksi sosial masyarakat dari beberapa studi seperti ”Ardhiansyah dan Mahiansyah menekankan pentingnya pendekatan spasial dalam revitalisasi pasar yang berakar pada sejarah dan budaya lokal.” [4]. ”Larasati dan Rohman menemukan bahwa hambatan utama revitalisasi pasar adalah lemahnya sinergi kebijakan dan persepsi negatif masyarakat”. (Larasati & Rohman, 2023). ”M Saharuddin menekankan peran pasar sebagai pengikat memori kolektif kota sekaligus penyanga ekonomi lokal.” [1].

Keterbatasan kajian untuk mengukur citra pasar secara kuantitatif dengan indikator visual dan fungsional yang terstruktur. Misalnya ”Alfianita dan Wijaya menyoroti aspek tata kelola tanpa menautkan persepsi publik dengan pencitraan kota.”[3] Adanya celah menguatkan pendekatan kuantitatif berbasis indikator persepsi dalam konteks city branding.

Penelitian ini mengisi gap tersebut dengan mengukur persepsi masyarakat terhadap Pasar Pagi Pangkalpinang melalui 15 indikator, yang mencakup elemen visual dan fungsional pasar. Dengan pendekatan survei, penelitian ini memberikan gambaran objektif kontribusi pasar terhadap pencitraan kota berbasis lokalitas di Kota Pangkalpinang.

Umumnya penelitian sebelumnya menggunakan pendekatan kualitatif atau spasial arsitektural. Pendekatan kuantitatif seperti yang digunakan dalam studi ini menawarkan sudut pandang yang lebih sistematis dalam menilai keterkaitan citra pasar dan strategi branding kota secara partisipatif dan berbasis data dari masyarakat.

### Metodologi Penelitian

Pendekatan kuantitatif dengan strategi deskriptif digunakan dalam penelitian ini untuk mengevaluasi persepsi masyarakat terhadap citra pasar tradisional Pasar Pagi Pangkalpinang berdasarkan 15 indikator yang berkaitan dengan visual dan fungsional pasar tradisional. ”Pendekatan ini bertujuan mengungkap pola umum persepsi publik secara terukur, sehingga relevan untuk menilai elemen spasial dan sosial ruang publik pasar tradisional” [7].

Dalam penelitian ini mengambil data primer dengan penyebaran kuesioner secara daring dengan platform Google Form. Ada 71 sampel responden yang berdomisili di Kota Pangkalpinang atau sekitarnya dengan pengalaman langsung berkunjung ke pasar tradisional Pasar Pagi dengan status paling rendah adalah mahasiswa dan masyarakat umum, karyawan, pengusaha.

Instrumen penelitian berupa kuesioner tertutup dengan skala Likert lima poin, yang mencakup 15 indikator citra pasar tradisional, yaitu: parkir, zoning, drainase, fasad, Sejarah, kebersihan, kenyamanan, aksesibilitas, visual, keamanan, interaksi sosial, nilai budaya, harga, tata letak, dan keamanan. ”Indikator-indikator ini dirumuskan berdasarkan literatur sebelumnya yang menekankan pentingnya atribut fungsional dan sosial dalam mendukung keberlangsungan pasar tradisional di lingkungan urban” [8].

Kriteria inklusi mencakup responden yang mengisi kuesioner secara lengkap dan memberikan jawaban yang konsisten. Data responden yang tidak memenuhi kriteria ini dikeluarkan dari analisis. Unit analisis penelitian adalah individu, sedangkan teknik analisis data dilakukan secara manual melalui Google Spreadsheet menggunakan metode statistik deskriptif sederhana, yakni perhitungan nilai rata-rata dari setiap indikator yang diukur.

Dari penelitian ini memberikan pemahaman kuantitatif yang sistematis terhadap bagaimana masyarakat memaknai kualitas dan kontribusi pasar tradisional dalam membentuk citra kota.

## Hasil dan Pembahasan

**Tabel 1. Ringkasan Indikator dari 71 Responden**

No	Indikator	Rata-rata Skor
1	Bentuk fisik Parkiran (kapasitas, sirkulasi)	2,44
2	Area dagang (layout, zoning)	2,49
3	Drainase (fungsi, kebersihan)	1,93
4	Fasad/tampak depan (estetika, pemeliharaan)	2,15
5	Unsur sejarah (tarasi, unsur bangunan)	2,62
6	Kebersihan Pasar Tradisional Pasar Pagi	2,03
7	Kenyamanan Pasar Tradisional Pasar Pagi	2,27
8	Aksesibilitas Pasar Tradisional Pasar Pagi	3,2
9	Keunikan visual Pasar Tradisional Pasar Pagi	2,61
10	Keamanan Pasar Tradisional Pasar Pagi	3,04
11	Interaksi sosial Pasar Tradisional Pasar Pagi	3,63
12	Nilai budaya Pasar Tradisional Pasar Pagi	3,07
13	Keterjangkauan harga Pasar Tradisional Pasar Pagi	3,52
14	Kerapian tata letak Pasar Tradisional Pasar Pagi	2,41
15	Daya tarik sebagai destinasi Pasar Tradisional Pasar Pagi	2,76

Sumber:

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSehypm7iNKG3NtJCklQ4p6TDixSpCsAOR7jKy6v\\_LvDlGltuw/viewform?usp=header](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSehypm7iNKG3NtJCklQ4p6TDixSpCsAOR7jKy6v_LvDlGltuw/viewform?usp=header)

Dari 71 responden yang menilai citra Pasar Pagi Pangkalpinang melalui 15 indikator visual dan fungsional. Dengan indikator diukur menggunakan skala 1–5. Hasil pengolahan data yang tercantum dalam tabel menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap elemen-elemen pasar tradisional di Pasar Pagi memperlihatkan kombinasi yang positif serta kebutuhan mendesak akan pembenahan.

Indikator skor tertinggi adalah interaksi sosial (3,63) dan keterjangkauan harga (3,52) yang menunjukkan Pasar Pagi ini merupakan sarana interaksi sosial yang baik didukung dengan harga yang terjangkau yang mengidentifikasi menjadi ruang ekonomi kerakyatan dan ruang temu sosial warga yang baik. Disusul dengan rata-rata di atas 3 yaitu Aksesibilitas 3,20, Nilai Budaya (3,07), dan Keamanan Pasar (3,04) yang menandakan letak Pasar Pagi cukup strategis di Tengah masyarakat serta masih kuatnya nilai budaya lokal dengan keamanan yang cukup tinggi merupakan salah satu unsur masyarakat lokal yang masih memegang nilai budaya untuk tidak saling mencuri atau tindakan yang tidak mencerminkan nilai warga lokal.

Daya tarik sebagai destinasi pasar tradisional (2,76), keunikan visual (2,61), unsur Sejarah (2,62), tata letak (2,41) walapun indikasi masih belum cukup baik ini bisa menjadi acuan untuk mencerminkan ketertarikan visual, Sejarah yang dimiliki pasar. Hal ini bisa mendukung potensi pasar sebagai elemen strategis dalam city branding yang berbasis karakter lokal untuk diupayakan revitalisasi.

Namun, sejumlah indikator yang lebih rendah yang mengarah pada isu-isu prioritas dalam upaya perbaikan. Drainase (1,93), kebersihan (2,03), Kenyamanan (2,27), Fasad (2,15), dan Parkiran (2,44) menjadi indikator dengan nilai terendah, yang merepresentasikan kelemahan infrastruktur dasar dan pengalaman pengunjung yang kurang optimal. Indikator Fasad juga memiliki skor rendah (2,15), mengindikasikan pentingnya penataan ulang tampilan fisik pasar agar lebih representatif terhadap citra kota yang ingin dibangun. Rendahnya nilai pada elemen-elemen tersebut menunjukkan bahwa pasar belum sepenuhnya mampu mendukung citra kota yang nyaman, bersih, dan menarik dalam kerangka city branding.



Gambar 1. Drainase, tampilan fasad, interaksi sosial dan visual pasar pagi

Sumber: Dokumen Peneliti

Melihat indikator ini mengisyaratkan menjadi dasar penting bagi perumusan strategi revitalisasi yang tidak hanya berfokus pada aspek fisik, tetapi juga pada lebih ditingkatkan fungsi sosial, estetika visual, nilai budaya dan aksesibilitas, demi memperkuat posisi Pasar Pagi sebagai bagian dari keberhasilan city branding Kota Pangkalpinang.

Hasil penelitian menunjukkan dilihat dari citra visual dan fungsional Pasar Pagi Kota Pangkalpinang belum sepenuhnya mendukung peran strategisnya dalam city branding. Skor rendah pada indikator drainase (1,93), kebersihan (2,03), fasad (2,15), kenyamanan (2,27), parkir (2,44) dan tata letak (2,41) menunjukkan adanya tantangan infrastruktur dan kualitas ruang yang belum optimal sebagai representasi ruang publik kota. Sebaliknya, skor tinggi pada indikator interaksi sosial (3,63), keterjangkauan harga (3,52), dan Aksesibilitas (3,20) menegaskan bahwa pasar ini masih kuat memegang fungsi identitas budaya yang kuat dan potensial untuk diperkuat dalam strategi penguatan citra kota.

Proses city branding sangat berpengaruh dari revitalisasi pasar tradisional karena pasar memainkan peran sebagai ruang budaya dan interaksi sosial masyarakat. “Ardhiansyah & Mahendarto menekankan bahwa penataan ruang pasar yang memperhatikan karakter lokal dan partisipasi masyarakat menjadi kunci dalam menghidupkan kembali daya tarik pasar sebagai ikon kota tradisional” [4].

“Nuzulianti menyoroti pentingnya perencanaan partisipatif dalam proses revitalisasi pasar agar tidak sekadar menjadi proyek fisik yang menghilangkan esensi pasar sebagai ruang sosial masyarakat tradisional” [9]. “Sama juga Susanna Saragih dan Vony Meak menekankan bahwa persepsi pengunjung terhadap aspek kebersihan, kenyamanan, dan keamanan sangat menentukan loyalitas terhadap pasar pascarevitalisasi” [10].

Studi ini memberikan kontribusi dalam menyediakan pendekatan berbasis data yang diambil dari masyarakat lokal untuk mengidentifikasi komponen citra pasar yang perlu diperbaiki untuk kepentingan branding kota. Selain itu, pendekatan ini memberikan dasar untuk mengembangkan strategi revitalisasi yang berbasis visual dan berbasis kebutuhan aktual pengguna ruang. Strategi ini dapat diterapkan pada kota-kota lain dengan karakteristik yang sebanding. Hasil ini juga meningkatkan pemahaman tentang bagaimana pasar tradisional dapat direvitalisasi secara strategis untuk mendukung penguatan identitas budaya dan niat kota sebagai branding kota.

Keterbatasan penelitian yaitu kurangnya responden yang masih terbatas serta pendekatan kuantitatif yang tidak mengarah ke dimensi simbolik atau narasi sejarah pasar. karena itu, disarankan untuk penelitian selanjutnya menggunakan metode kualitatif atau kombinasi (mixed methods) agar lebih dalam mengeksplorasi makna ruang pasar dalam budaya lokal.

Implikasi praktis dari temuan ini adalah perlunya kebijakan revitalisasi yang menggabungkan aspek fisik, sosial, dan budaya, serta memperkuat narasi kota melalui penguatan identitas pasar. “Pemerintah daerah dapat merujuk pada pendekatan revitalisasi tematik seperti yang diterapkan di Sukabumi, yang berhasil mengintegrasikan desain visual, kuliner lokal, dan ruang interaksi komunitas untuk memperkuat citra pasar sebagai ikon kota” (Bataric & Komala, 2023). Penelitian semacam ini memberikan gambaran city branding yang berbasis pasar tradisional perlu dibangun dengan pemahaman yang meliputi spasial, sosial, dan simbolik ruang yang hidup

### Kesimpulan

Sebagai hasil dari kuesioner yang diberikan kepada masyarakat, Citra Pasar Pagi Kota Pangkalpinang menunjukkan ketimpangan antara kekuatan lokal dan kelemahan fungsional. Elemen fisik seperti drainase, kenyamanan, kebersihan, dan fasad masih rendah, sementara aspek interaksi sosial, harga, dan aksesibilitas pasar dinilai cukup baik. Kondisi ini menunjukkan bahwa pasar belum ideal untuk mendukung upaya branding kota secara keseluruhan.

Penelitian ini berkontribusi dalam memperkuat basis konseptual revitalisasi pasar tradisional yang berbasis persepsi masyarakat lokal, sebagai bagian dari strategi penguatan identitas kota. Hasil ini dapat digunakan sebagai referensi untuk membuat kebijakan penataan ruang kota yang berorientasi lokalitas dengan mengukur persepsi masyarakat.

Untuk mendorong efektivitas pasar sebagai elemen strategis dalam sistem branding kota, rekomendasi ke depan mencakup integrasi kebijakan revitalisasi pasar dengan pendekatan desain partisipatif dan peningkatan kualitas infrastruktur dasar. Untuk memastikan keberlanjutan dan relevansi sosial dari transformasi pasar, pendekatan lintas sektor disarankan.

### Ucapan Terima kasih

Terima kasih kepada *civitas* akademik Institut Teknologi Indonesia terkhusus Prodi Teknik Arsitektur yang memberikan support atas selesaiannya penelitian ini.

### Daftar Pustaka

- [1] M. A.-H. M Saharuddin, A. S. M Tazilan, A. W. H. Kamal, and M. Zbiec, “Kepentingan Peranan Pasar Tradisi dalam Konteks Bandar Warisan,” *Jurnal Kejuruteraan*, vol. si5, no. 1, pp. 105–110, Oct. 2022, doi: 10.17576/jkukm-2022-si5(1)-11.
- [2] C. D. Larasati and Abd. Rohman, “Analisis Penghambat Revitalisasi Pasar dalam Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional,” *Journal of Urban Sociology*, vol. 1, no. 1, p. 31, May 2023, doi: 10.30742/jus.v1i1.2787.
- [3] E. Alfianita and A. Fefta Wijaya, “REVITALISASI PASAR TRADISIONAL DALAM PERSPEKTIF GOOD GOVERNANCE (Studi di Pasar Tumpang Kabupaten Malang)”.
- [4] N. N. Ardhiansyah and T. Mahendarto, “Revitalizing and Reimagining the Indonesian Traditional Market (Case Study : Salaman Traditional Market Indonesia),” in *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, Institute of Physics Publishing, Feb. 2020. doi: 10.1088/1755-1315/436/1/012010.
- [5] B. M. Bataric and O. N. Komala, “PASAR TEMATIK PELITA SUKABUMI: STRATEGI MENGHIDUPKAN KEMBALI PASAR DENGAN METODE URBAN AKUPUNKTUR,” *Jurnal Sains, Teknologi, Urban, Perancangan, Arsitektur (Stupa)*, vol. 4, no. 2, pp. 859–870, Jan. 2023, doi: 10.24912/stupa.v4i2.21756.
- [6] C. D. Larasati and Abd. Rohman, “Analisis Penghambat Revitalisasi Pasar dalam Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional,” *Journal of Urban Sociology*, vol. 1, no. 1, p. 31, May 2023, doi: 10.30742/jus.v1i1.2787.

- [7] D. A. Marsawal, H. Zubair, and A. S. Soma, “Green Open Space Planning in Improving the Quality of Space in the Mamuju Urban Area,” International Journal Papier Public Review, vol. 2, no. 3, pp. 29–41, Jul. 2021, doi: 10.47667/ijppr.v2i3.99.
- [8] Z. Tong, H. Yang, C. Liu, T. Xu, and S. Xu, “Quantification of the openness of urban external space through urban section,” Geo-Spatial Information Science, vol. 23, no. 4, pp. 316–326, 2020, doi: 10.1080/10095020.2020.1846464.
- [9] Nuzuliati, P. Lumbanraja, P. Gultom, and E. S. Rini, “The Effect of Traditional Market Revitalization in Medan City on Competitiveness, Trader Satisfaction and Increases in Sales of Traders with Perceived Value as a Mediation Variable,” Scitepress, May 2021, pp. 457 465. doi: 10.5220/0009216204570465.
- [10] L. Susanna Saragih and S. Vony Meak, “Post-revitalization of traditional market in a marketing perspective,” 2021.
- [11] B. M. Bataric and O. N. Komala, “PASAR TEMATIK PELITA SUKABUMI: STRATEGI MENGHIDUPKAN KEMBALI PASAR DENGAN METODE URBAN AKUPUNKTUR,” Jurnal Sains, Teknologi, Urban, Perancangan, Arsitektur (Stupa), vol. 4, no. 2, pp. 859–870, Jan. 2023, doi: 10.24912/stupa.v4i2.21756.