

## **Aktivitas manusia sebagai pembentuk ruang pasar: dengan pendekatan *placemaking* dalam revitalisasi pasar Masomba**

**Muliati Muliati\*, Rizki Aldillah**

Program Studi S1 Arsitektur, Fakultas Sains Dan Teknologi, Universitas Aisyiyah Yogyakarta

\*Email: muliatiar16@gmail.com

### **Abstrak**

Pasar tradisional merupakan ruang public yang berfungsi tidak hanya sebagai tempat kegiatan ekonomi, tetapi juga sebagai wadah interaksi sosial masyarakat. Banyak pasar tradisional menghadapi penurunan kualitas ruang yang berdampak pada kenyamanan dan aktivitas penggunaannya. Pasar Masomba di kota palu merupakan salah satu pasar yang memiliki aktivitas sosial dan ekonomi yang kuat, namun belum didukung oleh kondisi fisik pasar. penelitian ini bertujuan untuk mengkaji kondisi eksisting Pasar Masomba serta potensi dan permasalahannya melalui pendekatan *placemaking*. Metode penelitian menggunakan kualitatif deskriptif dengan observasi dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan *placemaking* dapat digunakan sebagai dasar dalam upaya revitalisasi Pasar Masomba agar mampu mendukung aktivitas pasar dan memperkuat fungsi sosialnya yang sudah terbentuk didalam pasar masomba.

**Kata Kunci:** Pasar Tradisional; Placemaking; Revitalisasi Pasar

## ***Human activities as shapers of market space: with a placemaking approach in the revitalization of Masomba market***

### **Abstract**

*Traditional markets function not only as places for economic activities but also as public spaces that support social interaction within communities. Many traditional markets face a decline in spatial quality, which affects user comfort and market activities. Pasar Masomba in Palu City is a traditional market with strong social and economic activities; however, these activities are not yet supported by adequate physical conditions. This study aims to examine the existing conditions of Pasar Masomba as well as its potentials and problems through a placemaking approach. The research employs a descriptive qualitative method using observation and interviews. The results indicate that the placemaking approach can serve as a basis for the revitalization of Pasar Masomba in order to support market activities and strengthen the social functions that have already developed within the market.*

**Keywords:** Traditional Market; Placemaking; Market Revitalization

### **1. Pendahuluan**

Pasar merupakan salah satu prasarana tertua dalam peradaban manusia, suatu institusi yang mencakup system, mekanisme, serta hubungan sosial yang berlangsung dalam suatu prasarana tempat terjadinya aktivitas jual beli barang, jasa, maupun tenaga kerja. (Wikipedia, n.d.) pasar tidak hanya berfungsi sebagai tempat pertukaran barang dan jasa, tetapi juga sebagai ruang sosial yang membentuk interaksi, budaya, dan kehidupan kolektif masyarakat. Secara historis, pasar berkembang sebagai ruang publik yang cair dan dinamis, tempat terjadinya pertemuan sosial, komunikasi, serta menemukan kebutuhan sehari-hari. Di Indonesia, pasar rakyat memiliki peranan penting dalam sistem ekonomi sekaligus sosial masyarakat, berfungsi sebagai tempat transaksi kebutuhan pokok, serta sebagai ruang interaksi sosial yang erat (Adila Permatasari, 2024) Ruang publik seperti pasar lokal memiliki peran sosial yang penting karena membentuk kehidupan sosial masyarakat. Pasar menjadi wadah terjadinya berbagai bentuk interaksi sosial, sekaligus berkontribusi dalam pembentukan identitas komunitas. (Navapan 2019 dalam (Y et al., 2022))

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 tentang perdagangan, pasar didefinisikan sebagai Lembaga ekonomi tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi perdagangan. Pasar memiliki fungsi yang melampaui aspek ekonomi, karena di

dalamnya terbentuk relasi sosial yang erat melalui proses tawar-menawar yang mencerminkan kedekatan, kepercayaan, dan interaksi sosial antar pelaku pasar. (TS Wibowo · 2021, dalam 2007)

Salah satu pasar yang memiliki peran penting dalam kehidupan ekonomi dan sosial masyarakat adalah Pasar Masomba. Pasar ini berlokasi di Jalan Tanjung Pangimpunan, Kelurahan Masomba, Tatura Utara, Kecamatan Palu Selatan, Kota Palu, Sulawesi Tengah. Pasar Masomba mulai berdiri sejak era 1980an, tepatnya pada tahun 1986. (Ansar et al., 2021) kepemilikan lahan masih bersifat campuran, sekitar 80% merupakan milik masyarakat dan 20% milik Pemerintah Kota Palu. Lapak sayuran dan ruko umumnya milik masyarakat, sedangkan area tengah berupa los pakaian bekas merupakan milik pemerintah. (Haqir Muhakir, n.d.)

Pasar Masomba memiliki potensi sosial yang kuat dalam beragam aktivitas perdagangan dan interaksi masyarakat di dalam pasar. Kehidupan Pasar Masomba memiliki potensi yang kuat. Interaksi antara pedagang dan pembeli, melalui proses tawar-menawar dengan terbentuknya rasa saling percaya. Selain itu, relasi sosial antar pedagang dan pengguna pasar terjalin secara rukun melalui berbagai aktivitas seperti arisan pedagang, kebiasaan berkumpul di sela maupun setelah berjualan, serta keberadaan anak-anak pedagang yang bermain di area pasar. Dinamika tersebut menunjukkan Pasar Masomba tidak hanya berfungsi sebagai ruang ekonomi, tetapi juga sebagai ruang sosial yang kuatnya dan menjadi bagian dari keseharian masyarakat.



**Gambar 1.** Kondisi Aktivitas Sosial Pasar Masomba

Namun, potensi tersebut belum sepenuhnya didukung oleh kualitas ruang pasar yang memadai. keberlangsungan kebermanfaatannya pada kualitas ruang Pasar Masomba menghadapi tantangan yang ditandai oleh ketidakteraturan tata ruang dan utilitas, rendahnya kebersihan, serta identitas visual pasar yang lemah. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi sosial yang masih hidup dengan kualitas ruang yang belum mampu mendukung aktivitas dan interaksi penggunanya secara optimal. kondisi ini, berpotensi mengalami penurunan fungsi tidak hanya sebagai ruang ekonomi, tetapi juga sebagai ruang sosial, yang pada akhirnya dapat menurunkan kenyamanan dan daya Tarik bagi pelaku pasar.



**Gambar 2.** Kondisi Ruang Pasar Masomba

Dalam konteks Revitalisasi Pasar Masomba, Revitalisasi pasar tradisional merupakan salah satu strategi penting dalam menjaga keberlanjutan pasar tradisional dan meningkatkan daya saing terhadap pasar modern.

pendekatan Placemaking sebagai landasan untuk membaca bahwa pasar tidak hanya sebagai objek fisik, tetapi sebagai *place* yang terbentuk melalui aktivitas, kebiasaan, dan interaksi manusia di dalamnya, dengan harapan memperkuat kualitas ruang dan kehidupan sosial Pasar Masomba. Rubiantoo, Ldia, dan Navastarai (2018) mengutip Wyckoff (2014 menyatakan bahwa placemaking merupakan strategi pengembanganekonomi yang berfokus pada penciptaan kualitas tempat guna mendorong munculnya berbagai aktivitas masyarakat di ruang publik. (Rochsanthi et al., 2021). Berdasarkan Perda Tata Ruang Kota Palu (Pasal 41) pengembangan pusat-pusat pelayanan, termasuk pusat perdagangan dan jasa, menjadi prioritas dalam struktur ruang kota. (PERDA RTRW KOTA PALU, 2021), hal ini menegaskan peran strategis Pasar Masomba sebagai pusat kegiatan perdagangan dan interaksi sosial.

Placemaking merupakan pendekatan yang berfokus pada bagaimana suatu ruang dapat menjadi tempat yang bermakna bagi penggunaannya. Berbeda dengan ruang yang sekadar berfungsi secara fisik, "place" mengandung nilai sosial, kultural, emosional, dan identitas yang terbentuk melalui interaksi manusia di dalamnya. Manusia tidak hanya sebagai pengguna ruang, tetapi juga sebagai pembentuk tempat (*placemaker*). (Ibrahim & Mahendra, 2019)

Pendekatan ini digunakan untuk membaca potensi sosial-spasial Pasar Masomba, serta merumuskan strategi perancangan yang mampu menumbuhkan ketertarikan emosional dan sosial antara manusia dan tempat (*sense of belonging*). Sejalan dengan hal tersebut, Whyte dalam *The Social Life of Public Spaces* menegaskan bahwa kehidupan sosial yang berlangsung di ruang publik memiliki peran mendasar dalam meningkatkan kualitas hidup individu maupun masyarakat secara kolektif. Ia berpandangan dalam merancang dan menyediakan ruang fisik yang mampu mendorong keterlibatan warga serta memperkuat interaksi sosial di dalam komunitas. Ruang publik merupakan wadah bagi aktivitas jual beli, pertemuan sosial, kegiatan bermain, dan tempat berpapasan satu sama lain (PPS, 2016).

## **2. Metode**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk memahami keterkaitan antara aktivitas manusia dan ruang pasar dengan berlandaskan prinsip-prinsip placemaking. Objek penelitian adalah Pasar Masomba di Kota Palu. Kajian difokuskan pada kondisi eksisting pasar sebagai dasar dalam mengidentifikasi permasalahan dan potensi yang ada. Tahapan penelitian dilakukan sebagai berikut:

### **2.1. Pengumpulan Data kondisi eksisting**

Pengumpulan data melalui observasi dan wawancara. Observasi mengarah pada kondisi eksisting Pasar Masomba, mencakup penataan ruang zonasi, sirkulasi, aksesibilitas, dan elemen arsitektural, serta pola aktivitas dan interaksi sosial pedagang dan pengunjung. Wawancara dilakukan kepada pedagang, warga, dan pembeli untuk mendapatkan gambaran pengalaman, kebutuhan, dan persepsi pengguna terhadap ruang pasar (Fitriana et al., 2020)

### **2.2. Analisis Data kondisi eksisting berlandaskan Aspek Placemaking**

Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif dengan menggunakan analisis SWOT yang disusun berdasarkan Aspek Placemaking. Analisis ini bertujuan mengidentifikasi kekuatan (Strengths), Kelemahan (Weaknesses), Peluang (Opportunities), dan Ancaman (Threats) pada Pasar Masomba. Implementasi Placemaking (Aina, 2024)

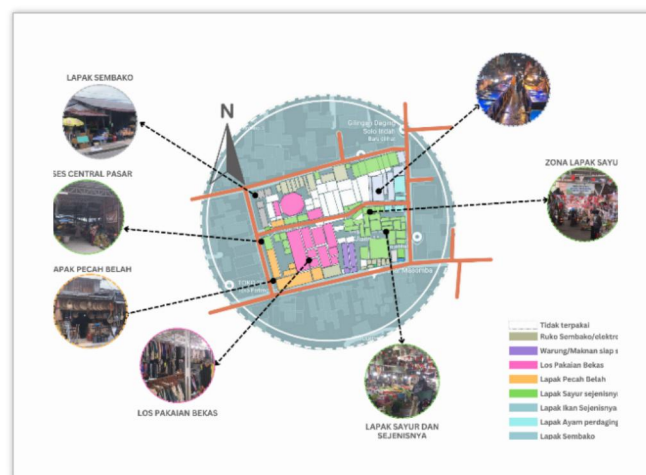
## **3. Hasil dan Pembahasan**

### **3.1. Kondisi Eksisting Pasar Masomba**

Berdasarkan kondisi eksisting Pasar Masomba, pengumpulan data hasil wawancara. Tabel 1 aspek nonfisik, serta Gambar 3 & 4 aspek fisik adalah temuan yang diperoleh.

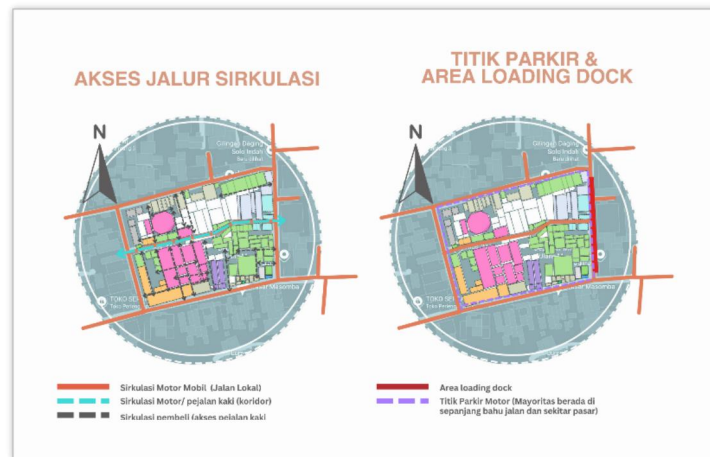
**Tabel 1.** Ringkasan Hasil Wawancara Pengguna Pasar Masomba

No	Responden	Hasil Wawancara
1	Pedagang Trifthing	aktivitas jual beli antar pedagang dan pembeli terjalin dekat. pedagang harian dengan pedagang tetap pasar berlangsung rukun dalam keseharian, adanya kecemburuan sosial sesama pedagang terkait barang serta selisih harga, tetapi tidak berlangsung lama. kekompakan sesama pedagang sangat baik.
2	Pedagang Sayur dan ikan	aktivitas interaksi sosial pedagang terjadi saat malam setelah berjualan disela bongkar muat barang seperti main catur dan kegiatan lainnya, rukun sesama pedagang sangat baik di waktu informal (luar aktivitas jual beli) sebagai strategi tarik menarik pembeli.
3	Pedagang Sembako	rukun sesama pedagang pasar terjalin baik dalam kegiatan perayaan besar, tidak adanya selisih antar pedagang, semua terjalin baik.
4	Pembeli	rukun sesama pedagang, warga dan pembeli terjalin baik. Adanya kegiatan rukun pada saat hari besar seperti perayaan Maulid Nabi. terdapat anak-anak beraktivitas seperti bermain, berlari di area pasar saat berlangsungnya jual beli. tiap hari Rabu rutin mengadakan kegiatan kumpul sosial arisan antar warga dan pedagang. terdapat anak-anak bermain bola, gambar di alam pasar sesama anak pedagang.
5	Warga Sekitar 1	sesama pedagang dan warga sangat terjalin baik karena adanya kegiatan positif yang dilakukan serta kegiatan rukun dan kompak saat penyambutan hari besar.
6	Warga Sekitar 2	adanya kumpul kegiatan arisan, masak-masak bersama, dari sesama pedagang dan warga terbilang baik, anak-anak pedagang ikut dalam aktivitas sosial tersebut, terjalinlah kekompakan dan rukun. bermain, berlarian di area pasar sebagai rumah ke dua bagi anak pedagang karena mengikuti orang tua yang berjualan.



**Gambar 3.** Zonasi Komoditas pada kondisi eksisting Pasar Masomba

Hasil observasi menunjukkan adanya area los yang terbengkalai, yang berdampak pada menurunnya fungsi dan kualitas visual pasar. selain itu, pemetaan zonasi eksisting adanya pencampuran komoditas pada area pasar.



**Gambar 4.** Jalur Sirkulasi dan Titik Parkir & Bongkar Muat pada kondisi eksisting Pasar Masomba

pemetaan jalur sirkulasi pasar. umumnya, pola sirkulasi mengikuti grid sesuai dengan tatanan blok lapak pedagang, terdapat beberapa koridor terlihat rusak dan kurang terawat. Sepanjang koridor, pedagang menempatkan barang dagangan yang dapat mengganggu pergerakan pengunjung. selanjutnya pemetaan titik parkir dan area bongkar muat, pasar ini tidak memiliki lahan khusus parkir dan bongkar muat, sehingga kegiatan parkir terbatas pada ruas jalan disepanjang area pasar.

### 3.2. Analisis Data Kondisi Eksisting berlandaskan Aspek Placemaking

Berdasarkan temuan kondisi eksisting Pasar Masomba yang telah diidentifikasi, analisis selanjutnya dilakukan menggunakan prinsip placemaking untuk mengidentifikasi permasalahan dan merumuskan strategi pemecahannya.

**Tabel 2.** Analisis SWOT Berlandaskan Aspek Placemaking (Sociability)

SOCIABILITY	Kekuatan (Strengths)		Kelemahan (Weaknesses)	
	1.	Relasi sosial pedagang yang sudah lama hidup dan tumbuh bersama sehingga tercipta keakraban.	1.	Terdapat permasalahan kecil antar pedagang terkait selisih harga jual dalam upaya menarik pelanggan
	2.	Interaksi sesama pedagang-pengunjung-Warga berlangsung cair dan informal.	2.	Tidak ada ruang komunal yang memadai interaksi positif.
	3.	Rasa Kebersamaan dan saling bantu pada momen tertentu (arisan, Peringatan hari besar, Main catur setelah tutup pasar)	3.	Sosiabilitas hanya terbentuk karena kedekatan personal, bukan karena ruang yang mendukung.
	4.	Anak-anak pedagang bermain bersama disela pedagang berjualan		
Peluang (Opportunities)		Ancaman (Threats)		
1.	Potensi membangun ruang communal untuk Mewadahi interaksi sosial sesama Pedagang-Warga yang terjadi didalam pasar	1.	Tanpa ruang komunal yang jelas, interaksi sosial dan tidak adanya sense of belonging	
2.	Menyediakan area bermain untuk para anak pedagang untuk mewedahi aktivitas mereka	2.	Aktivitas anak-anak di area jual dapat mengganggu kenyamanan dan relasi antar pengguna ruang saat pasar ramai.	

**Tabel 3.** Analisis SWOT Berlandaskan Aspek Placemaking (Uses & Activities)

USES & ACTIVITIES	Kekuatan (Strengths)		Kelemahan (Weaknesses)	
	1.	Aktivitas jual beli sangat hidup	1.	Zoning dibebberapa titik tidak tertata; area basah dan kering masih acak. dan sirkulasi masih kurang dari standar.
	2.	Jenis komoditas pasar beragam (basah, kering, harian)	2.	Koridor dibebberapa titik dipenuhi barang dagangan dan kendaraan, mengganggu arus aktivitas.
	3.	pedagang lama (tinggal disekitar pasar) ritme aktivitas stabil	3.	Tidak ada ruang publik untuk istirahat, duduk, atau menunggu.
			4.	tidak Terdapat parkir khusus di pasar
	4.	Rukunantar pedagang (Bermain catur atau duduk setelah Berjualan)	5.	Aktivitas bongkar muat sering menghambat sirkulasi jalan
Peluang (Opportunities)		Ancaman (Threats)		
1.	perbaikan zonasi ruang aktivitas perdagangan, parkir, sirkulasi, dan bongkar muat lebih tertata dan tidak saling mengganggu.	1.	Ketiadaan ruang pendukung aktivitas non-transaksional, seperti area duduk, ruang teduh, dan ruang tunggu, berpotensi membatasi variasi aktivitas serta membuat pasar hanya berfungsi sebagai tempat transaksi singkat.	
2.	Potensi pasar sebagai ruang publik aktif, misalnya dengan mengadakan event bulanan, atau pasar tematik (kuliner jajanan pasar, even thrifting, even freshmarket	2.	Tanpa pengelolaan aktivitas yang jelas, intensitas kegiatan pasar yang tinggi justru berpotensi memicu kekacauan ruang, menurunkan kualitas pengalaman pengguna, dan menghambat potensi pasar sebagai ruang publik yang aktif.	
3.	Pengembangan area duduk atau ruang teduh dapat meningkatkan kenyamanan dan memperpanjang waktu kunjungan pengunjung.			

**Tabel 4.** Analisis SWOT Berlandaskan Aspek Placemaking (Comfort & Image)

COMFORT & image	Kekuatan (Strengths)		Kelemahan (Weaknesses)	
	1.	Aktivitas pasar ramai sehingga memberi kesan "hidup"	1.	tidak ada fasad pintu utama sebagai image suatu bangunan pasar
	2.	pasar dan lokaksi sudah dikenal masyarakat	2.	Kondisi fisik banyak yang tidak nyaman: panas, bau, lantai licin, ventilasi minim.
			3.	terdapat area yang terbengklai/tidak produktif
			4.	Identitas visual pasar lemah; tampilan luar tidak menarik.
			5.	Jalur evakuasi tidak ada dan banyak instalasi listrik tidak standar.
Peluang (Opportunities)		Ancaman (Threats)		
1.	Penataan ulang keseluruhan pasar untuk nyaman pengguna sebagai peningkatan pengunjung	1.	Kondisi fisik pasar yang tidak nyaman dapat menurunkan kunjungan dan citra pasar di mata masyarakat.	
2.	Penggunaan fasad sebagai identitas Pasar	2.	Lemahnya identitas visual dan ketiadaan fasad utama membuat pasar sulit dikenali sebagai ruang publik yang representatif.	
		3.	Area terbengkalai yang tidak tertata berpotensi menimbulkan kesan kumuh dan tidak aman.	
3.	alih fungsi area yang tidak produktif menjadi hidup	4.	Ketiadaan jalur evakuasi serta instalasi listrik yang tidak standar berpotensi membahayakan keselamatan pengguna pasar.	

**Tabel 5.** Analisis SWOT Berlandaskan Aspek Placemaking (Access & Linkages)

ACCESS & LINKAGES	Kekuatan (Strengths)		Kelemahan (Weaknesses)	
	1.	Lokasi pasar mudah dijangkau karena dekat permukiman dan berada di jalur utama.	1.	Sirkulasi internal tidak jelas antara jalur motor dan pejalan kaki.
	2.	Tersedia beberapa akses masuk meski tidak tertata jelas.	2.	tidak ada ruang untuk parkir, Parkir tidak teratur, hanya dibahu jalan saja
	3.	Mobilitas pedagang dan pengunjung cukup tinggi.	3.	Orientasi visual lemah; pengunjung baru sulit membaca arah dan zona dagang.
			4.	Tidak ada signage yang membantu navigasi.
	Peluang (Opportunities)		Ancaman (Threats)	
1.	Penataan jalur pedestrian dan kendaraan dapat meningkatkan keamanan.	1.	Akses darurat sulit karena jalur sering tertutup barang atau motor.	
2.	Sistem wayfinding sederhana dapat memperjelas orientasi.	2.	Kemacetan internal dapat memperburuk saat kondisi darurat seperti kebakaran.	
3.	Potensi membuat akses bongkar muat yang lebih teratur	3.	Pengunjung dapat menghindari pasar karena dianggap “semrawut”	

#### 4. Kesimpulan

Pendekatan placemaking digunakan sebagai dasar dalam perancangan revitalisasi Pasar Masomba untuk menyesuaikan ruang pasar dengan aktivitas dan kebiasaan pengguna yang lebih terarah. Penerapan aspek uses & activities membantu menata Kembali zonasi serta mewadahi aktivitas yang terjadi dipasar. Aspek Sociability berperan dalam mempertahankan dan memperkuat interaksi sosial pelaku pasar. melalui aspek Comfort& Image, kenyamanan, kebersihan, serta identitas pasar dapat ditingkatkan. Sementara itu, aspek Access & Linkages mendukung perbaikan sirkulasi dan keterhubungan antar area pasar

#### 5. Ucapan terimakasih

Terimakasih kepada Program Studi Arsitektur Universitas ‘Aisyiyah Yogyakarta dan Dosen Pembimbing yang telah membimbing penulis.

#### Daftar Pustaka

- Adila Permatasari. (2024). *Analisis+Mekanisme+Pasar+Dalam+Pasar+Tradisional+Di+Indonesia*. 1192, 688–698.
- Aina, N. (2024). Implementation of Placemaking Approach in Landscape Design of Barito Bridge Tourism Area. *Border*, 4(2), 125–138. <https://doi.org/10.33005/border.v4i2.753>
- Ansar, R., Antara, M., & Tangkesalu, D. (2021). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Permintaan Cabai Merah Keriting di Pasar Tradisional Kota Palu (Studi Kasus: Pasar Manonda dan Masomba). *Jurnal Agrotekbis*, 9(4), 943–953.
- Fitriana, M., Sari, S. R., Rukayah, S., & Diponegoro, U. (2020). Peterogan Semarang Pasca Revitalisasi. *Jurnal Arsitektur ARCADE*, 4(1), 65–72.
- Haqir Muhakir. (n.d.). *Syarat Revitalisasi Pasar Masomba Harus Bersertifikat Pemkot Palu, Kadis: 80 Persen Milik Pribadi*. <https://palu.tribunnews.com/2021/06/02/syarat-revitalisasi-pasar-masomba-harus-bersertifikat-pemkot-palu-kadis-80-persen-milik-pribadi>
- Ibrahim, R. M., & Mahendra, A. S. (2019). Arsitektur Pasar dan Manusia sebagai Penggerak Peradaban Kota. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 7(2). <https://doi.org/10.12962/j23373520.v7i2.34439>
- PERDA RTRW KOTA PALU. (2021). *PERATURAN DAERAH KOTA PALU NOMOR 2 TAHUN 2021* (Vol. 3, Issue 1).

<http://dx.doi.org/10.1016/j.bpj.2015.06.056><https://academic.oup.com/bioinformatics/article-abstract/34/13/2201/4852827><internal-pdf://semisupervised-3254828305/semisupervised.ppt><http://dx.doi.org/10.1016/j.str.2013.02.005><http://dx.doi.org/10.1016/j.str.2013.02.005>

PPS. (2016). Placemaking: What If We Built Our Cities Around Places? *Project for Public Space*, 1–24. <http://www.pps.org/wp-content/uploads/2016/10/Oct-2016-placemaking-booklet.pdf>

Rochsanthi, Shinta, & and Rini Darmawati. (2021). *Seminar Karya & Pameran Arsitektur Indonesia 2021 Sustainable Architecture & Building Performance*. 93–102.

TS Wibowo · 2021. (2007). *teori pasar tradisional*. 112, 11–33.

Wikipedia. (n.d.). *Wikipedia*.  
<https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Pasar&section=2&oldid=27841526&veaction=edit>