

# Perubahan Persepsi Pengunjung Terhadap Revitalisasi Pasar Baru Magetan

Inna Hidayani dan Rulli Pratiwi Setiawan

Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota, Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS)

*e-mail:* rulli.setiawan@urplan.its.ac.id

**Abstrak**—Pasar Baru Magetan merupakan pasar tradisional yang strategis dan menjadi jantung perekonomian Magetan. Namun, popularitasnya menurun akibat perkembangan sektor perdagangan dan industri, pusat perbelanjaan modern, serta tren belanja *online*. Untuk menghidupkan kembali kejayaannya, Pemerintah Kabupaten Magetan memutuskan revitalisasi Pasar Baru Magetan pada tahun 2019 hingga tahun 2023. Revitalisasi dilakukan melalui empat tahap yang meliputi modernisasi *interior*, pembaruan fasad, pembangunan *foodcourt*, dan penataan ruang publik. Revitalisasi diharapkan dapat meningkatkan kualitas ruang publik Pasar Baru Magetan dan menarik lebih banyak pengunjung. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui perubahan persepsi pengunjung terhadap Pasar Baru Magetan sebelum dan sesudah revitalisasi berdasarkan komponen *placemaking*. Metode analisis yang digunakan adalah metode campuran yaitu secara kuantitatif dan kualitatif. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan komponen *placemaking*. Identifikasi komponen *placemaking* di Pasar Baru Magetan Teknik analisis perubahan persepsi pengunjung menggunakan uji beda dan deskriptif. Revitalisasi Pasar Baru Magetan berdampak pada peningkatan jumlah kunjungan. Hasil analisis berdasarkan persepsi pengunjung menunjukkan perubahan yang positif dalam kenyamanan, keamanan, akses dan penghubung, aktivitas dan fungsi, serta sosiabilitas. Meskipun revitalisasi telah meningkatkan kualitas ruang publik, masih terdapat beberapa masalah yang perlu diperhatikan, seperti fasilitas yang kurang terawat dan kios yang kosong. Rekomendasi untuk pemeliharaan dan pengembangan Pasar Baru Magetan setelah revitalisasi meliputi pemeliharaan dan penambahan fasilitas, penyediaan Wi-Fi gratis, penambahan CCTV dan APAR, peningkatan kebersihan di area pasar, penambahan pencahayaan dalam ruangan, penataan kios dan los yang lebih rapi, perbaikan plafon, penambahan penanda (*signage*), dan penambahan sarana dan prasarana transportasi umum. Rekomendasi diharapkan Pasar Baru Magetan dapat kembali menjadi pusat perbelanjaan yang ramai dan hidup, serta dapat meningkatkan perekonomian.

**Kata Kunci**—Pasar Tradisional, Persepsi, *Placemaking*, Revitalisasi, Ruang Publik.

## I. PENDAHULUAN

PASAR didefinisikan sebagai tempat umum untuk transaksi jual dan beli. Seiring dengan pesatnya perkembangan kehidupan masyarakat menuju arah modern, muncul pasar-pasar modern yang kehadirannya semakin dilirik oleh masyarakat. Eksistensi pasar tradisional saat ini mulai tersisihkan dengan adanya perkembangan pasar modern seperti swalayan dan mal [1]. Penyebab utama dari lemahnya daya saing pasar tradisional terhadap pasar modern dikarenakan tidak teraturnya pengelolaan pasar dan belum teroganisasinya infrastruktur [2]. Selain itu disebutkan bahwa citra negatif pasar tradisional disebabkan oleh masalah

kondisi lingkungan yang berkaitan dengan aspek kenyamanan, keamanan, dan kebersihan.

Pasar Baru Magetan, sebagai pasar tradisional yang letaknya strategis, pernah menjadi ikon pusat perbelanjaan dan jantung perekonomian Magetan. Namun, seiring dengan perkembangan sektor perdagangan dan industri, pusat perbelanjaan modern, serta transformasi belanja *online*, popularitas Pasar Baru Magetan meredup sehingga kurang diminati pengunjung. Jumlah kunjungan Pasar Baru Magetan pada tahun 2018 sekitar 200 hingga 350 orang dan pada tahun 2019 mengalami penurunan menjadi 50 hingga 300 orang per hari.

Untuk menghidupkan kembali kejayaan pasar baru, Pemerintah Kabupaten Magetan memutuskan untuk melakukan revitalisasi dengan konsep pusat penjualan oleh-oleh khas Magetan, barang dan aksesoris khas Magetan, serta tempat wisata kuliner dan mengintegrasikan dengan Kantor Pelayanan Terpadu. Proses pembangunan Pasar Baru meliputi pemugaran area dalam, sirkulasi dan zonasi, pemugaran ruang terbuka di sekitar pasar, pemugaran area luar dan parkir, serta pembangunan *foodcourt*. Tujuan adanya revitalisasi oleh pemerintah Kabupaten Magetan tersebut selaras dengan fungsi utama dari ruang publik.

Ruang publik adalah suatu tempat yang digunakan untuk menampung aktivitas masyarakat, baik secara individu maupun secara kelompok [3]. Peranan ruang publik memiliki fungsi interaksi sosial, aktivitas perekonomian, dan wadah apresiasi kebudayaan. Ruang publik komersial merupakan ruang yang mengoptimalkan kualitas dalam menyediakan berbagai layanan di luar belanja dan ruang publik memperkaya fungsi terkait untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin beragam [4].

Revitalisasi Pasar Baru Magetan direalisasikan melalui empat tahap, dilakukan pada tahun 2019 dan masih terus berlanjut dengan target selesai pada tahun 2023. Revitalisasi Pasar Baru Magetan mencakup modernisasi *interior*, pembaruan fasad, pembangunan *food court*, dan penataan lorong/kios serta area parkir. Revitalisasi Pasar Baru Magetan bertujuan untuk menyelesaikan masalah yang ada melalui perbaikan kondisi fisik dan pengelolaan pasar. Menurut data jumlah kunjungan Pasar Baru Magetan meningkat dengan sangat signifikan sekitar 100 hingga 500 orang per hari. Meskipun revitalisasi ini memberikan dampak positif seperti peningkatan jumlah kunjungan, namun kondisi Pasar Baru Magetan belum sepenuhnya efektif.

Adanya revitalisasi Pasar Baru Magetan membuat aktivitas yang terjadi bukan lagi hanya sekadar aktivitas belanja. Revitalisasi menjadikan Pasar Baru Magetan menjadi sebuah kawasan yang mendekati mal di kota-kota besar. Dengan konsep berjualan pedagang, penataan ruang, dan penyediaan fasilitas yang ada dapat membuat pengunjung nyaman,

Tabel 1.  
Variabel dan Sub Variabel Penelitian

Variabel	Sub variabel
Kenyamanan	Sub Variabel
	Sirkulasi dan Penataan Ruang
	Penyediaan fasilitas umum
	Penyediaan fasilitas penunjang
	Kebersihan
	Pencahayaan, sirkulasi udara, dan suhu
Keamanan	Vegetasi
	Keamanan beraktivitas di lokasi
Akses dan penghubung	Keamanan dari tindak kriminal
	Kemudahan akses pejalan kaki
Aktivitas dan Fungsi	Kemudahan akses kendaraan
	Konektivitas
	Akses menuju lokasi
	Keberagaman aktivitas
Sosiabilitas	Event atau pertunjukkan
	Penggunaan ruang
	Penyediaan <i>assembly point</i>
	Penyediaan ruang makan
	Penyediaan ruang ibadah
	Interaksi antar penjual dan pembeli

Tabel 2.  
Hasil Uji Normalitas Data One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Variabel	Revitalisasi	Asymp. Sig.	Periode
Kenyamanan	Sebelum	0,200	Berdistribusi normal
	Sesudah	0,052	Berdistribusi normal
Keamanan	Sebelum	0,006	Tidak berdistribusi normal
	Sesudah	0,000	Tidak berdistribusi normal
Akses dan penghubung	Sebelum	0,200	Berdistribusi normal
	Sesudah	0,200	Berdistribusi normal
Aktivitas dan Fungsi	Sebelum	0,009	Tidak berdistribusi normal
	Sesudah	0,021	Tidak berdistribusi normal
Sosiabilitas	Sebelum	0,00	Tidak berdistribusi normal
	Sesudah	0,00	Tidak berdistribusi normal

penelitian ini, akan diketahui perubahan persepsi pengunjung saat beraktivitas di Pasar Baru Magetan sebelum dan sesudah revitalisasi. Selain itu, dapat memberikan rekomendasi untuk pemeliharaan dan pengembangan pasar baru Magetan kedepannya.

## II. METODE PENELITIAN

### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Konsep pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan rasionalistik yang didasarkan pada asumsi tentang pengetahuan datang dari pemahaman intelektual yang dibentuk atas kemampuan beragumen secara logis. Dengan menggunakan pendekatan ini maka akan didapatkan hasil penelitian yang disesuaikan dengan landasan teori dan diharapkan hasil penelitian berupa fakta maupun prediksi.

Jenis penelitian yang digunakan merupakan jenis penelitian campuran yang memadukan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan penelitian kualitatif untuk mencapai sasaran satu dan pendekatan penelitian kuantitatif untuk mencapai sasaran dua.

### B. Variabel Penelitian

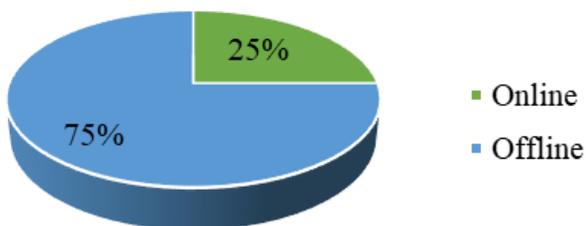
Untuk menganalisis perbedaan persepsi pengunjung terhadap revitalisasi Pasar Baru Magetan variabel terkait komponen *placemaking*. Terdapat 5 variabel penelitian yang dihasilkan melalui sintesa pustaka dari berbagai kajian penelitian terdahulu dengan rincian pada Tabel 1.

### C. Sampel Penelitian

Responden dalam penelitian ini berhubungan langsung dengan aktivitas yang ada di Pasar Baru Magetan yaitu masyarakat pengunjung. Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah teknik *non probability sampling* menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan cara pengambilan sampel sumber data berdasarkan alasan tertentu [7]. Sampel dalam penelitian ini ditentukan oleh peneliti berdasarkan kriteria tertentu. Terdapat kriteria yang ditetapkan untuk menentukan responden yaitu berusia minimal 17 Tahun dan pernah mengunjungi Pasar Baru Magetan sebelum dan sesudah revitalisasi

### D. Teknik Analisis

Penelitian ini menggunakan teknik analisis kualitatif dan kuantitatif. Analisis dekriptif kualitatif berdasarkan data yang

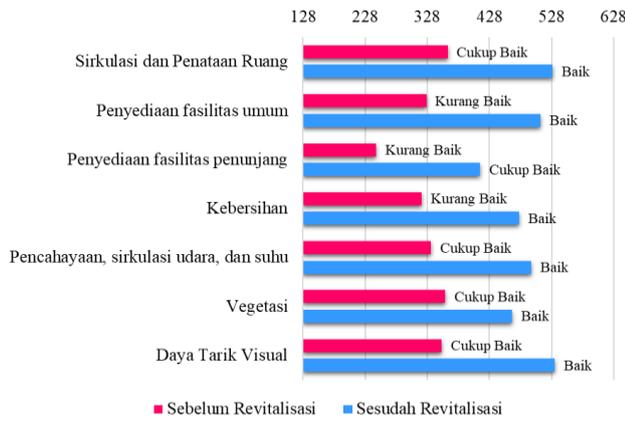


Gambar 1. Persentase Penyebaran Kuesioner *Online* Dan *Offline*.

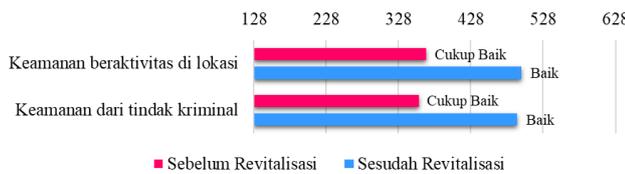
tertarik, dan memutuskan berbelanja di pasar Baru Magetan. Saat ini fungsi Pasar Baru cukup beragam diantaranya adalah aktivitas perdagangan, interaksi sosial, pelayanan publik, dan menjadi pusat hiburan.

Revitalisasi Pasar Baru Magetan harusnya dapat meningkatkan kualitas ruang publik didalamnya sehingga pengunjung maupun pedagang dapat lebih nyaman ketika beraktivitas didalamnya. Namun pada kenyataannya masih banyak fasilitas ruang publik yang kurang terawat, belum dimanfaatkan secara penuh bahkan belum tersentuh adanya revitalisasi. Untuk itu diperlukan identifikasi terkait *placemaking* untuk lebih detail melihat kondisi ruang publik di Pasar Baru Magetan. *Placemaking* adalah salah satu upaya yang digunakan untuk meningkatkan kualitas ruang dalam suatu lingkungan [5]. Tujuan *Placemaking* adalah untuk mewujudkan suatu ruang yang dapat memikat orang-orang disekitarnya maupun luar negeri [6]. Sederhananya konteks *placemaking* atau cipta tempat itu bagaimana secara bersama-sama mengubah dan mengelola suatu ruang dan kawasan yang kurang berkualitas menjadi lebih bersahabat, nyaman, dan aman.

Tujuan dalam penelitian ini adalah mengidentifikasi perubahan persepsi pengunjung terhadap Pasar Baru Magetan pasca revitalisasi berdasarkan konsep *placemaking*. Melalui



Gambar 2. Perbedaan Persepsi Pengunjung terhadap Kenyamanan.



Gambar 3. Perbedaan Persepsi Pengunjung terhadap Keamanan.

bersumber dari observasi, wawancara, dan studi literatur. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi komponen *placemaking* sehingga dapat memberikan gambaran terkait kondisi eksisting ruang publik Pasar Baru Magetan berdasarkan komponen *placemaking*.

Selanjutnya untuk menganalisis Perbedaan Persepsi Masyarakat Sebelum dan Sesudah Revitalisasi Pasar Baru Magetan Sebagai Ruang Publik Berdasarkan Komponen *Placemaking* menggunakan analisis kuantitatif berupa uji beda (*Paired Sample T-Test* dan uji *Wilcoxon*) dan analisis statistik deskriptif berupa scoring berdasarkan skala likert. Data-data yang diperoleh dalam analisis ini bersumber dari survei primer (kuesioner).

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

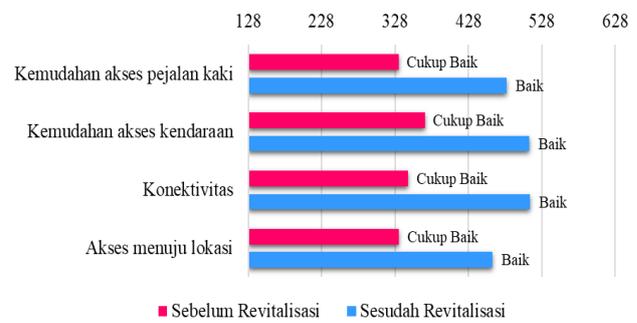
#### A. Gambaran Umum

Wilayah studi pada penelitian ini berada di Kabupaten Magetan, tepatnya di Pasar Baru Magetan yang berada pada Jalan Jendral Sudirman No.73, Desa Kebonagung, Kecamatan Magetan, Kabupaten Magetan, Jawa Timur 63317. Lokasi Pasar Baru Magetan berada dekat dengan Pusat Kota Kabupaten Magetan dan berdiri di lahan Pemerintah daerah Kabupaten Magetan dengan luas lahan sebesar 6.740 m<sup>2</sup>.

#### B. Pengujian Kualitas Data

Kuesioner survei utama disebarakan secara *online* dan *offline* dengan responden berjumlah 128 orang. Penyebaran kuesioner dilakukan kurang lebih selama satu bulan pada tanggal 18 April – 21 Mei 2023. Kuesioner disebarakan secara *offline* dengan langsung mengunjungi Pasar Baru Magetan. Kuesioner secara *online* dilakukan menggunakan platform *google form* yang kemudian disebarakan melalui media sosial. Gambar 1 merupakan persentase penyebaran kuesioner yang dilakukan secara *online* dan *offline*.

Hasil *pilot survey* yang telah dilakukan sebelumnya didapatkan keseluruhan kuesioner valid. Sehingga



Gambar 4. Perbedaan Persepsi Pengunjung terhadap Akses dan Penghubung.

dilanjutkan untuk penyebaran kuesioner untuk survei utama. Kuesioner ini terdiri dari 45 pernyataan yang berkaitan dengan persepsi pengunjung berdasarkan komponen *placemaking*. Berikut merupakan hasil uji validitas dan realibilitas dengan 128 responden:

#### 1) Uji Validitas

Seluruh item kondisi Pasar Baru Magetan sebelum revitalisasi memiliki nilai *r* hitung di atas 0,196 atau berarti *r* hitung > *r* tabel, maka semua item kuesioner kondisi Pasar Baru Magetan sebelum revitalisasi dinyatakan valid.

#### 2) Uji Reliabilitas

Seluruh item kondisi Pasar Baru Magetan sesudah revitalisasi memiliki nilai *r* hitung di atas 0,196 atau berarti *r* hitung > *r* tabel, maka semua item kuesioner kondisi Pasar Baru Magetan sesudah revitalisasi dinyatakan valid.

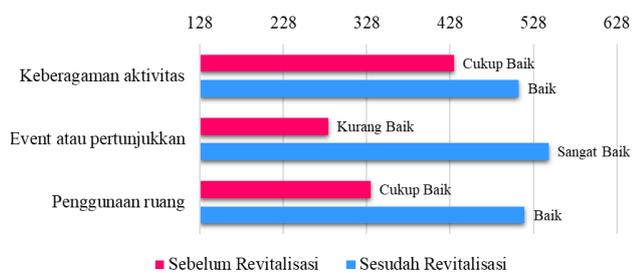
### C. Perubahan Persepsi Pengunjung Terhadap Pasar Baru Magetan Pasca Revitalisasi Berdasarkan Konsep *Placemaking*

Identifikasi perbedaan persepsi pengunjung terhadap kondisi Pasar Baru Magetan sebelum dan sesudah revitalisasi berdasarkan variabel yang ada bertujuan untuk mengetahui perubahann persepsi pengunjung sebelum dan sesudah revitalisasi. Teknik analisis yang digunakan dalam analisis ini adalah menggunakan *paired sample t-test* dengan bantuan software SPSS. *Paired sample t-test* merupakan bagian dari statistik parametrik. Oleh karena itu, sebagaimana aturan dalam statistik parametrik data yang diperoleh harus berdistribusi normal.

#### 1) Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah suatu data mengikuti sebaran normal atau tidak. Pengujian dilakukan dengan menggunakan metode *Kolmogorov – Smirnov*. Hasil pengujian normalitas untuk kuisioner pada variabel dapat dilihat pada Tabel 2.

Hasil pengujian normalitas data dengan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan hasil bahwa variabel yang digunakan untuk melihat kondisi Pasar Baru Magetan sebelum dan sesudah revitalisasi memiliki nilai yang beragam. Untuk variabel kenyamanan dan aksesibilitas baik sebelum dan sesudah revitalisasi memiliki nilai *Asymp. Sig. > 0,05*, sehingga data dalam variabel tersebut berdistribusi normal. Berdasarkan uji normalitas jika data berdistribusi normal, maka pengujian hipotesis untuk variabel kenyamanan dan aksesibilitas dapat menggunakan uji parametrik yaitu dengan *Paired Sample T-Test* atau uji beda.



Gambar 5. Perbedaan Persepsi Pengunjung terhadap Aktivitas dan Fungsi.

Sedangkan hasil uji normalitas untuk variabel keamanan, aktivitas dan fungsi, serta sosiabilitas didapatkan bahwa nilai *Asymp. Sig. < 0,05*, sehingga data dalam variabel tersebut tidak berdistribusi normal. Oleh karena itu, jika data tidak berdistribusi normal dapat menggunakan uji *wilcoxon* sebagai pengganti uji *Paired Sample T-Test*. Uji *Paired Sample T-Test* dan uji *wilcoxon* diatas merupakan uji yang sama untuk mengetahui perbedaan dua data yaitu sebelum dan sesudah adanya revitalisasi Pasar Baru Magetan.

2) Uji *Paired Sample T-Test* dan Uji *Wilcoxon*

Setelah melakukan uji normalitas didapatkan untuk data yang berdistribusi normal akan menggunakan metode analisis parametrik menggunakan *Paired Sample T-Test* yaitu variabel “kenyamanan” dan “akses dan penghubung”. Sedangkan untuk data yang tidak berdistribusi normal menggunakan metode analisis non parametrik dengan uji *Wilcoxon* yaitu variabel “keamanan”, “aktivitas dan fungsi”, serta “sosiabilitas”.

a. Kenyamanan

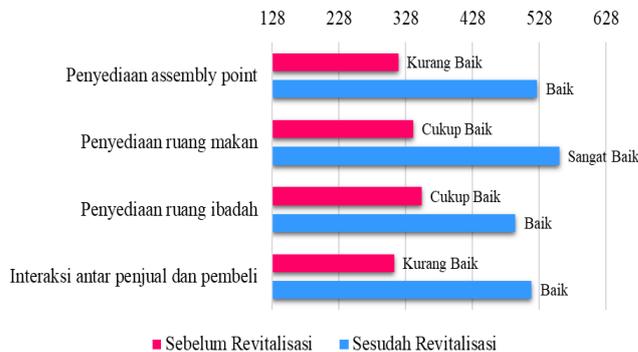
Kriteria kenyamanan memiliki data yang berdistribusi normal. Untuk mengetahui perbedaan persepsi pengunjung terhadap kondisi Pasar Baru Magetan sebelum dan sesudah revitalisasi dilakukan dengan uji beda atau *paired sample T-test*. Uji beda terhadap kenyamanan diketahui nilai signifikan seluruh item pernyataan sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai kriteria  $< 0,05$  yang berarti terdapat perubahan yang signifikan antara kondisi Pasar Baru Magetan sebelum dan sesudah revitalisasi dilihat dari persepsi pengunjung terhadap kenyamanan.

b. Keamanan

Kriteria keamanan memiliki data yang tidak berdistribusi normal. Untuk mengetahui perbedaan persepsi pengunjung terhadap kondisi Pasar Baru Magetan sebelum dan sesudah revitalisasi dilakukan dengan uji *wilcoxon*. Diketahui nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* atau nilai signifikansi seluruh item pernyataan sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai kriteria  $< 0,05$  yang berarti terdapat perubahan yang signifikan antara kondisi Pasar Baru Magetan sebelum dan sesudah revitalisasi dilihat dari persepsi pengunjung terhadap keamanan.

c. Akses dan Penghubung

Kriteria akses dan penghubung memiliki data yang berdistribusi normal. Untuk mengetahui perbedaan persepsi pengunjung terhadap kondisi Pasar Baru Magetan sebelum dan sesudah revitalisasi dilakukan dengan uji beda atau *paired sample T-test*. Diketahui nilai signifikan seluruh item pernyataan sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai kriteria  $< 0,05$  yang berarti terdapat perubahan yang signifikan antara kondisi Pasar Baru Magetan sebelum dan



Gambar 6. Perbedaan Persepsi Pengunjung terhadap Sosiabilitas.

sesudah revitalisasi dilihat dari persepsi pengunjung terhadap akses dan penghubung.

d. Aktivitas dan Fungsi

Pada uji normalitas, kriteria aktivitas dan fungsi memiliki data yang tidak berdistribusi normal. Untuk mengetahui perbedaan persepsi pengunjung terhadap kondisi Pasar Baru Magetan sebelum dan sesudah revitalisasi dilakukan dengan uji *wilcoxon*. Diketahui nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* atau nilai signifikansi seluruh item pernyataan sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai kriteria  $< 0,05$  yang berarti terdapat perubahan yang signifikan antara kondisi Pasar Baru Magetan sebelum dan sesudah revitalisasi dilihat dari persepsi pengunjung terhadap aktivitas dan fungsi.

e. Sosiabilitas

Pada uji normalitas, kriteria sosiabilitas memiliki data yang tidak berdistribusi normal. Untuk mengetahui perubahan perubahan persepsi pengunjung terhadap kondisi Pasar Baru Magetan sebelum dan sesudah revitalisasi dilakukan dengan uji *wilcoxon*. Diketahui nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* atau nilai signifikansi seluruh item pernyataan sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai kriteria  $< 0,05$  yang berarti terdapat perbedaan yang signifikan antara kondisi Pasar Baru Magetan sebelum dan sesudah revitalisasi dilihat dari persepsi pengunjung terhadap sosiabilitas.

D. Pembahasan

Revitalisasi Pasar Baru Magetan bertujuan untuk menyelesaikan masalah yang ada melalui perbaikan kondisi fisik dan pengelolaan pasar. Adanya revitalisasi diharapkan mampu menarik pengunjung untuk datang dan berbelanja sehingga dapat mendorong perekonomian dan memajukan pasar ditengah persaingan pasar modern saat ini. Selain itu, Revitalisasi Pasar Baru Magetan diharapkan dapat meningkatkan kualitas ruang publik sehingga pengunjung dan pedagang nyaman ketika beraktivitas. Namun pada kenyataannya revitalisasi Pasar Baru Magetan belum efektif. Hal ini dapat dilihat melalui komponen *placemaking* yang ada di Pasar Baru Magetan diantaranya kenyamanan, keamanan, identitas, aksesibilitas, aktivitas dan ruang, serta sosiabilitas. Dimana dalam kriteria umum *placemaking* ini dijabarkan lebih detail menjadi beberapa komponen atau indikator yang terukur dan tidak terukur.

Revitalisasi Pasar Baru Magetan dilakukan pada tahun 2019 dan masih terus berlanjut dengan target selesai pada tahun 2023 memberikan dampak yang positif salah satunya adalah banyak masyarakat yang datang dan berkunjung. Menurut data yang didapatkan dari Disperindag Kabupaten

Magetan jumlah kunjungan masyarakat ke Pasar Baru Magetan meningkat yang sebelumnya hanya 50 hingga 300 orang per hari pada tahun 2019 menjadi 200 hingga 500 orang per hari pada tahun 2023. Revitalisasi yang ada menjadikan fungsi Pasar Baru Magetan tidak hanya sebatas untuk aktivitas perdagangan, melainkan terdapat fungsi lain yaitu sebagai pelayanan publik dan gedung kesenian di Kabupaten Magetan. Masyarakat yang datang berkunjung ke Pasar Baru Magetan tidak hanya berbelanja, melainkan juga berjalan-jalan dan refreshing, mencari hiburan dan rekreasi, mencari oleh-oleh, berkuliner (mencari makanan dan minuman), dan mendapatkan pelayanan publik.

Disisi lain revitalisasi Pasar Baru Magetan masih banyak ditemukan fasilitas ruang publik yang kurang terawat, fasilitas yang belum dimanfaatkan secara maksimal, kios dan los yang kosong dan tutup akibat ditinggalkan pedagang, kios dan los yang belum tersentuh revitalisasi, sisi kenyamanan dan keamanan yang masih kurang, pedagang yang ada berjualan di sirkulasi jalan dalam pasar, dan berbagai permasalahan lainnya. Tentunya hal ini harus menjadi perhatian lanjut terutama bagi Pemerintah Kabupaten Magetan dikarenakan kondisi ruang publik yang ada di Pasar Baru Magetan belum maksimal bahkan setelah adanya revitalisasi.

Tahap selanjutnya adalah menganalisis perbedaan persepsi pengunjung sebelum dan sesudah revitalisasi Pasar Baru Magetan. Dimana hal ini diawali dengan pengujian kualitas data berdasarkan survei pendahuluan dan survei utama. Kemudian dilanjutkan untuk menganalisis perbedaan menggunakan uji beda yaitu *Paired Sample T-Test* dan Uji *Wilcoxon*. Untuk memperjelas perbedaan ini dilakukan analisis deskriptif berdasarkan skoring menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antara kondisi sebelum dan sesudah adanya revitalisasi Pasar Baru Magetan berdasarkan komponen *placemaking*.

Dari hasil analisis yang dilakukan, pembahasan perbedaan komponen *placemaking* sebelum dan sesudah revitalisasi Pasar Baru Magetan adalah sebagai berikut:

#### a. Kenyamanan

Berdasarkan analisis deskriptif yang disajikan dan dilengkapi dengan rentang skala, menunjukkan bahwa umumnya responden menyatakan kondisi kenyamanan sebelum revitalisasi adalah cukup baik. Setelah dilakukannya revitalisasi, persepsi pengunjung terhadap kenyamanan Pasar Baru Magetan menjadi kategori baik (Gambar 2). Setelah berlangsungnya program revitalisasi pasar tradisional kondisinya lebih nyaman, bersih, indah, dan rapi [2]. Revitalisasi meningkatkan kualitas ruang publik dan kenyamanan dari kurang baik menjadi cukup baik [8].

Perubahan paling signifikan dalam kenyamanan di Pasar Baru Magetan berkaitan dengan daya tarik visual dan penyediaan fasilitas umum seperti bangku, tempat parkir, toilet, dan kios. Disisi lain untuk sub variabel penyediaan fasilitas penunjang harus diperhatikan dan ditingkatkan dikarenakan masih mendapatkan penilaian yang cukup baik meskipun sudah mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Selain itu, untuk sub variabel vegetasi mendapatkan perubahan yang sangat minim pada kenyamanan. Tentunya hal ini harus menjadi perhatian khusus untuk meningkatkan kenyamanan terutama dalam hal penyediaan vegetasi yang ada di Pasar Baru Magetan.

#### b. Keamanan

Hasil dari jawaban responden menunjukkan bahwa kondisi keamanan sebelum revitalisasi dikatakan cukup baik dengan nilai terendah yaitu penerangan yang cukup saat malam hari. Setelah dilakukannya revitalisasi, persepsi pengunjung terhadap keamanan Pasar Baru Magetan meningkat menjadi kategori baik (Gambar 3). Keamanan setelah berlangsungnya revitalisasi menjadikan pasar lebih aman [2]. Perubahan yang signifikan dalam keamanan di Pasar Baru Magetan yaitu terkait dengan penerangan yang cukup di malam hari. Dengan adanya penerangan yang cukup tentunya menunjang keamanan saat beraktivitas di Pasar Baru Magetan.

#### c. Akses dan Penghubung

Berdasarkan analisis deskriptif menunjukkan bahwa umumnya responden menyatakan kondisi akses dan penghubung sebelum revitalisasi adalah cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari adanya kecenderungan jawaban tinggi yang berada di respon cukup baik dan kurang baik. Setelah dilakukannya revitalisasi, persepsi pengunjung terhadap kenyamanan Pasar Baru Magetan menjadi baik (Gambar 4). Kecenderungan persentase jawaban yang tinggi berada pada kriteria baik dengan nilai tertinggi yaitu kawasan dapat terlihat dengan jelas dan tidak menggunakan pagar yang masif. Hasil ini didukung adanya penelitian oleh Gisrana yang menyebutkan akses dan penghubung merupakan faktor yang berubah positif dan signifikan [8].

Disebutkan juga perubahan menunjukkan adanya peningkatan terhadap kemudahan akses dan konektivitas kegiatan akibat adanya ketersediaan ruang gerak yang leluasa serta akses masuk yang jelas. Tentunya hal ini berdampak positif untuk kegiatan jual beli di Pasar Baru Magetan.

Berdasarkan grafik pada Gambar 5. terkait perbedaan persepsi pengunjung terhadap variabel akses dan penghubung yang terdiri dari kemudahan akses pejalan kaki, kemudahan akses kendaraan konektivitas, dan akses menuju lokasi, didapatkan bahwa keseluruhan sub variabel meningkat dengan signifikan. Kondisi akses dan penghubung sebelum revitalisasi dikatakan cukup baik dengan nilai terendah yaitu kemudahan akses pejalan kaki dan akses menuju lokasi. Hal ini dikarenakan terbatasnya akses menuju lokasi menggunakan transportasi umum, peletakkan guiding blok yang tidak tepat, pijakan tangga yang disediakan cukup curam sehingga membahayakan. Revitalisasi bertujuan membuat Pasar Baru lebih terlihat dengan menghilangkan pagar disekitarnya dan mempercantik fasad bangunan sehingga lebih luas dan dapat terlihat jelas.

#### d. Aktivitas dan Fungsi

Berdasarkan analisis deskriptif menunjukkan bahwa umumnya responden menyatakan kondisi aktivitas dan fungsi sebelum revitalisasi adalah cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari adanya kecenderungan jawaban tinggi yang berada di respon cukup baik dan kurang baik. Hasil dari jawaban responden menunjukkan bahwa kondisi aktivitas dan fungsi, sebelum revitalisasi dikatakan kurang baik dengan nilai terendah yaitu event dan pertunjukkan. Dikarenakan sebelum adanya revitalisasi Pasar Baru Magetan hanya digunakan untuk kegiatan transaksi jual beli.

Setelah dilakukannya revitalisasi, persepsi pengunjung terhadap aktivitas dan fungsi Pasar Baru Magetan menjadi baik. Kecenderungan persentase jawaban yang tinggi berada pada kriteria baik dan sangat baik dengan nilai tertinggi yaitu

event dan pertunjukkan. Hal ini dikarenakan adanya revitalisasi menjadikan kegiatan utama Pasar Baru Magetan sebagai perdagangan dengan kegiatan penunjang yaitu Mal Pelayanan Publik dan gedung kesenian.

Selain itu setelah adanya revitalisasi Pemerintah Kabupaten Magetan rutin untuk mengadakan event atau pertunjukkan untuk menarik wisatawan untuk datang ke Pasar Baru Magetan. Tentunya hal ini menjadikan kegiatan dan aktivitas menjadi lebih beragam. Namun hal ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Gisrana terkait aktivitas dan fungsi mendapatkan penilaian negatif dari persepsi, hal ini dikarenakan revitalisasi yang ada tidak menguntungkan pihak terkait [8].

Berdasarkan grafik pada Gambar 5 terkait perbedaan persepsi pengunjung terhadap variabel aktivitas dan fungsi yang terdiri dari keberagaman aktivitas, event dan pertunjukkan, serta penggunaan ruang didapatkan bahwa keseluruhan sub variabel meningkat dengan signifikan. Peningkatan paling signifikan terkait event atau pertunjukkan. Hal ini dikarenakan Pasar Baru Magetan dilengkapi dengan panggung dan gedung kesenian yang digunakan untuk menarik pengunjung. Selain itu, juga terdapat acara-acara terutama pada akhir pekan seperti pameran dan *carfreeday* di kawasan Pasar Baru Magetan. Adanya kegiatan dan aktivitas ini menjadikan fungsi Pasar Baru Magetan tidak hanya untuk pusat perdagangan melainkan terdapat fungsi-fungsi lain seperti tempat untuk berekreasi, berjalan-jalan, mencari hiburan, bersantai, berkuliner, berbincang dan interaksi, menikmati pemandangan dan fasilitas yang ada, serta pelayanan publik.

Fungsi pelayanan publik di Pasar Baru Magetan mirip dengan konsep Mall Pelayanan Publik yang ada di Gedung Siola. Pelayanan ini mencakup beragam layanan dari berbagai instansi, baik Pemerintah pusat, daerah, BUMD, maupun swasta. Berbagai fungsi yang ada menarik pengunjung dari berbagai kalangan untuk sekedar berkunjung sehingga dapat menghidupkan kembali pamor Pasar Baru Magetan.

#### e. Sosiabilitas

Berdasarkan grafik pada Gambar 6. terkait perbedaan persepsi pengunjung terhadap variabel sosiabilitas yang terdiri dari penyediaan *assembly point*, penyediaan ruang makan, penyediaan ruang ibadah, interaksi antar penjual dan pembeli didapatkan bahwa keseluruhan sub variabel meningkat dengan signifikan. Peningkatan paling signifikan pada sub variabel penyediaan *assembly point*, dimana fasilitas ini tidak hanya digunakan untuk keadaan darurat saja melainkan juga digunakan sebagai sarana bersosialisasi dikarenakan ditempatkan di ruang terbuka yang dilengkapi tempat duduk. Berdasarkan pembahasan terkait komponen *placemaking* yang terdiri dari kenyamanan, keamanan, akses dan penghubung, aktivitas dan fungsi, serta sosiabilitas didapatkan bahwa keseluruhan variabel mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Persepsi pengunjung menyatakan bahwa pasca revitalisasi komponen yang ada mengalami peningkatan menjadi kategori cukup baik, baik, dan sangat baik. Sub variabel penyediaan fasilitas penunjang termasuk kategori cukup baik sehingga menjadi prioritas dalam pengembangan dan perbaikan revitalisasi Pasar Baru Magetan. Untuk sub variabel yang termasuk kategori sangat baik yaitu “event atau pertunjukkan” dan “penyediaan ruang

makan” harus dipertahankan dan bisa ditingkatkan agar menjadi daya tarik pengunjung untuk datang ke Pasar Baru Magetan. Selanjutnya untuk sub variabel lainnya termasuk kategori baik harus ditingkatkan lagi sehingga menjadi sangat baik. Peningkatan ruang publik berdasarkan komponen *placemaking* yang ada dapat memberikan rasa nyaman dan aman ketika beraktivitas di Pasar Baru Magetan sehingga dapat kembali mendorong masyarakat datang berkunjung. Ketersediaan sarana dan prasarana yang mendukung serta peningkatan kunjungan masyarakat akan berdampak menghidupkan pamor Pasar Baru Magetan dan menjadi penggerak perekonomian di Kabupaten Magetan.

## IV. KESIMPULAN

### A. Kesimpulan

Persepsi pengunjung terhadap revitalisasi Pasar Baru Magetan berdasarkan konsep *placemaking* menunjukkan hasil yang cukup signifikan. Perubahan ini meliputi kenyamanan, keamanan, akses dan penghubung, aktivitas dan fungsi, serta sosiabilitas. Variabel aktivitas dan fungsi mendapatkan nilai tertinggi dan mengalami perubahan yang cukup signifikan. Selain itu, sosiabilitas meningkat paling signifikan diantara variabel lainnya.

Setelah adanya revitalisasi jumlah kunjungan Pasar Baru Magetan sudah mulai ada peningkatan yang sebelumnya hanya 50 hingga 300 orang per hari pada tahun 2019 menjadi 200 hingga 500 orang per hari pada tahun 2023.

Prioritas pengembangan dan perbaikan Pasar Baru Magetan berkaitan dengan kenyamanan yang ada. Sub variabel kenyamanan yang perlu ditingkatkan dan menjadi prioritas adalah penyediaan fasilitas penunjang. Variabel-variabel lainnya juga diperlukan pemeliharaan dan peningkatan agar kualitasnya menjadi lebih baik lagi.

### B. Rekomendasi

Rekomendasi untuk pemeliharaan dan pengembangan Pasar Baru Magetan setelah revitalisasi meliputi pemeliharaan dan penambahan fasilitas, penyediaan Wi-Fi gratis, penambahan CCTV dan APAR, peningkatan kebersihan di area pasar, penambahan pencahayaan dalam ruangan, penataan kios dan los yang lebih rapi, perbaikan plafon, penambahan penanda (*signage*), dan penambahan sarana dan prasarana transportasi umum.

Selain rekomendasi sebelumnya, terdapat beberapa rekomendasi tambahan yang dapat meningkatkan keberhasilan revitalisasi Pasar Baru Magetan. Pertama, diperlukan peningkatan promosi dan branding pasar secara aktif melalui media sosial, situs web, dan aplikasi mobile untuk menjangkau lebih banyak wisatawan dan pembeli potensial. Kedua, pemerintah daerah dapat menjalin kerjasama dengan pihak swasta untuk mengadakan event khusus dan festival di Pasar Baru Magetan guna menarik wisatawan dari luar daerah. Terakhir, memperhatikan penambahan dan desain fasilitas ataupun *street furniture* yang sesuai dan selaras sehingga fasilitas yang ada bermanfaat dan berfungsi dengan tepat. Dengan implementasi rekomendasi ini, diharapkan Pasar Baru Magetan dapat kembali menjadi pusat perbelanjaan yang ramai, daya tarik wisatawan, serta meningkatkan perekonomian pedagang dan masyarakat sekitar.

Rekomendasi bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti persepsi dengan membedakan responden berdasarkan karakteristik pengunjung seperti jenis kelamin, usia, pendapatan, tujuan berkunjung agar pola perilaku dan penilaian responden bisa diketahui lebih detail.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] G. Y. Saputri and F. S. Islami, "Analisis dampak revitalisasi pasar tradisional terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional Bobotsari," *Jurnal Paradigma Multidisipliner (JPM)*, vol. 2, no. 2, pp. 119–128, 2021, doi: 10.1210/v2i2.76.
- [2] I. G. N. A. Anom Arimbawa and A. A. I. N. Marhaeni, "Analisis efektivitas program revitalisasi pasar tradisional di Pasar Desa Adat Intaran Sanur," *PIRAMIDA*, vol. 13, no. 1, pp. 18–26, Jul. 2017, [Online]. Available: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/piramida/article/view/35730>
- [3] I. S. Hasim, A. S. Saputra, F. T. Kusuma, Y. Fitriani, and P. O. Nugraha, "Penyalahgunaan fungsi ruang publik sebagai sarana penunjang aktivitas penghuni hunian vertikal kota," *Reka Karsa: Jurnal Arsitektur*, vol. 4, no. 2, 2016, doi: 10.26760/REKAKARSA.V4I2.1390.
- [4] S. Sun and Y. Yu, "Dimension and formation of placeness of commercial public space in city center: A case study of Deji Plaza in Nanjing," *Frontiers of Architectural Research*, vol. 10, no. 2, pp. 229–239, Jun. 2021, doi: 10.1016/j.foar.2020.08.001.
- [5] Project for Public Spaces (PPS), "Placemaking: What If We Built Our Cities Around Places?" Project for Public Spaces, Inc., 2022.
- [6] A. A. Lew, "Tourism planning and place making: place-making or placemaking?," *Tourism Geographies*, vol. 19, no. 3, pp. 448–466, 2017, doi: 10.1080/14616688.2017.1282007.
- [7] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- [8] A. G. Gistrana, "Perubahan kualitas ruang publik dan kenyamanan pejalan kaki pasca revitalisasi PKL di Jalan Ahmad Yani Kota Bandung," in *Prosiding FTSP Series*, 2020. [Online]. Available: <https://eproceeding.itenas.ac.id/index.php/ftsp/article/view/393>