

Sense of Place Pasar 16 ilir Palembang

By Tuter Lussetyowati

Sense of Place Pasar 16 Ilir Palembang

Tutur Lussetyowati¹, Almira Ulfa¹

¹ Program Studi Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Sriwijaya.

Email korespondensi: tuturlusse@gmail.com

Diterima: 20-11-2022

Direview: 21-11-2022

Direvisi: 27-12-2022

Disetujui: 28-12-2022

ABSTRAK. *Sense of place* atau kesan tempat merupakan elemen penting yang dapat memperkuat hubungan antara pengguna dan tempat. Karakter tempat sangat berpengaruh terhadap bagaimana seseorang menilai sebuah tempat dan memaknainya. Pasar 16 Ilir, salah satu pasar lama di Kota Palembang, menjadi salah satu kawasan yang dari dulu hingga sekarang memiliki peran penting di kota Palembang. Namun saat ini pasar tersebut mulai menghadapi banyak permasalahan, seperti masalah kemacetan dan bentuk fisik bangunan. Selain itu, interior bangunan menjadi kurang menarik. Hal-hal ini mempengaruhi *sense of place* dari Pasar 16 Ilir tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah melihat *sense of place* Pasar 16 Ilir pada saat ini yang dipengaruhi beberapa aspek. Analisis akan mengacu pada beberapa aspek yang dapat menimbulkan adanya *sense of place* kepada pengguna tempat, yaitu: aktivitas (*activity*); makna (*meaning*); dan bentuk fisik (*physical setting*). Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif yang terdiri dari pengumpulan data lapangan dan wawancara terhadap pengelola, pedagang dan pengunjung. Data diolah menggunakan metode analisis deskriptif. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *sense of place* Pasar 16 Ilir bukan hanya dibentuk oleh pasarnya saja, tetapi juga oleh kawasan di sekitarnya. Menariknya, justru kawasan sekitar pasar yang memiliki peran lebih besar dalam pembentukan *sense of place* tersebut.

Kata kunci: Palembang, pasar 16 ilir, *sense of place*, sungai Musi

ABSTRACT. A *sense of place* is an important element that can strengthen the relationship between the user and the place. The character of a place greatly influences how a person evaluates and interprets it. The 16 Ilir Market, one of Palembang's oldest markets, has played an important role in the city. But now, the market is starting to face many problems, such as congestion problems and the physical shape of the building. In addition, the interior of the building becomes less attractive. These factors influence the *sense of place* at 16 Ilir Market. The purpose of this research is to look at the current *sense of place* at Pasar 16 Ilir, which is influenced by several aspects. The analysis will refer to several aspects that can give rise to a *sense of place* for users, such as: activity; meaning; and physical setting. The method used is a qualitative search method, which consists of collecting field data and interviewing managers, merchants, and visitors. Then the data was processed using the descriptive analysis method. According to the study's findings, the *sense of place* in 16 Ilir Market is shaped not only by the market itself, but also by the surrounding area. Interestingly, the area around the market has a bigger role in creating the *sense of place*.

Keywords: Palembang, 16 ilir market, *sense of place*, Musi river

PENDAHULUAN

Pasar 16 Ilir merupakan salah satu pasar lama di kota Palembang. Sejarah panjang pasar 16 Ilir membuat pasar ini mempunyai daya tarik tersendiri. Pasar 16 Ilir sebagai salah satu pusat kegiatan ekonomi kota telah berdiri sejak jaman kolonial Belanda, pada sekitar tahun 1821, dimana mulai dilakukan pembangunan pasar 16 Ilir dan kawasan sekitarnya sebagai kawasan perdagangan.

Pada perkembangan selanjutnya pasar 16 Ilir makin berkembang dan sampai saat ini masih merupakan kawasan perdagangan yang tidak hanya melayani penduduk Kota Palembang saja, tetapi juga melayani penduduk dalam wilayah Provinsi Sumatera Selatan, bahkan pasar ini juga banyak dikunjungi oleh penduduk dari luar wilayah Sumatera Selatan.

Pasar 16 Ilir mempunyai lokasi yang sangat strategis yaitu di kawasan pusat perdagangan yang sudah berkembang sejak zaman kolonial (Gambar 1). Banyak bangunan ¹³ *heritage* di kawasan tersebut. Pasar 16 Ilir ini juga berada di tepian Sungai Musi yang memiliki peran penting dalam sejarah perekonomian di Kota Palembang (Irwanto & Santun, 2010). Keberadaan Sungai Musi menjadi sebuah daya tarik di area Pasar 16 Ilir, yang mana keberadaannya menghidupkan kawasan yang ada di sekitarnya, yang tercipta oleh interaksi antara manusia dan sungai (Agumsari et al., 2020). Selain itu, Pasar 16 Ilir juga berada dekat dengan kawasan wisata kota antara lain Jembatan Ampera, Benteng Kuto Besak, Museum Monpera, Masjid Agung pada satu sisi dengan pasar 16 Ilir, serta terdapat juga Kelenteng Chandra Nadi dan Kampung Kapitan di seberang Sungai Musi. Di samping posisinya yang menarik, Pasar 16 Ilir yang merupakan pasar tradisional, sesungguhnya tidak hanya berfungsi sebagai tempat jual beli semata, tetapi juga memiliki peran dalam memudahahi interaksi sosial dan sarana rekreasi, terutama sebagai destinasi wisata belanja (Aliyah et al., 2017).



Gambar 1. Foto udara Kawasan Pasar 16 Ilir
Sumber: Penulis (diolah dari *Google Maps*), 2022

Akses ke Pasar 16 Ilir juga mudah. Bangunan Pasar bisa diakses dari jalan darat, sungai, dan LRT, karena terdapat stasiun LRT di dekatnya. Pengunjung bisa memanfaatkan berbagai moda transportasi, ini menjadi salah satu keunikan pasar

tersebut. Pasar 16 Ilir dari dulu sampai saat ini memiliki peran penting di Kota Palembang. Namun terdapat berbagai permasalahan yang cukup mempengaruhi fungsi pasar tersebut. Permasalahan tersebut antara lain adalah kemacetan yang cukup parah pada jalan menuju lokasi pasar. Selain itu pintu utama bangunan pasar tidak bisa dilihat, karena tertutup oleh banyaknya pedagang kaki lima. Permasalahan ini sudah berlangsung selama bertahun-tahun, didukung oleh penelitian terdahulu oleh Rhomadona et al. (2016) yang menemukan bahwa bukan hanya pada pintu utama saja, tetapi sudah sejak dulu pedagang kaki lima juga menempati sebagian area koridor maupun jalan kendaraan, sehingga memberikan efek tidak nyaman karna pengunjung terpaksa berjalan berdesak-desakan (Rhomadona et al., 2016). Hal ini juga sesungguhnya telah disadari oleh pengelola, sehingga mereka juga sudah meminta ke dinas terkait untuk menertibkan pedagang kaki lima di depan pasar.

Permasalahan lain yang terkait dengan bangunan adalah mulai menurunnya kualitas fisik bangunan yang memerlukan penanganan berupa perbaikan fisik bangunan. Di samping itu juga perlu penataan pada tata ruang dalam bangunan. Selain itu, jalur sirkulasi kurang jelas arahnya, tangga yang ada tidak nyaman, dan kurang terlihat dari jalur sirkulasi.

Selain permasalahan tersebut, bisa dilihat terdapat potensi pasar yang besar, selain sebagai pusat perdagangan, juga sebagai destinasi wisata belanja. Ada beberapa yang menarik untuk dikembangkan dan sudah ada potensinya saat ini. Pada lantai 1 bangunan pasar, oleh pengelola, sudah dialokasikan untuk area penjualan pakaian, kain, dan asesories khas Palembang. Selain itu juga terdapat dermaga di sebelah bangunan pasar yang dilengkapi dengan ruang tunggu penumpang serta area untuk kuliner. Kemudian yang lebih menarik lagi, terdapat warung makan terapung yang berada di bagian belakang pasar di tepian Sungai Musi.

Permasalahan-permasalahan yang ada pada Pasar 16 Ilir tersebut, dapat menyebabkan citra dan performa Pasar 16 Ilir sebagai pasar wisata, maupun ketertarikan pengunjung pasar menjadi

menurun. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana kesan tempat atau *sense of place* dari pengunjung terhadap kondisi Pasar 16 Ilir Palembang, yang ditinjau dari aspek bentuk fisik, makna, dan aktivitas. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan observasi lapangan, berupa survei terhadap obyek bangunan dan kawasan di sekitarnya. Selain itu juga dilakukan wawancara terhadap aktor yang terkait, yaitu pengelola, pedagang dan pengunjung. Diharapkan, hasil kajian ini dapat dimanfaatkan sebagai acuan dalam pengembangan Pasar 16 Ilir selanjutnya.

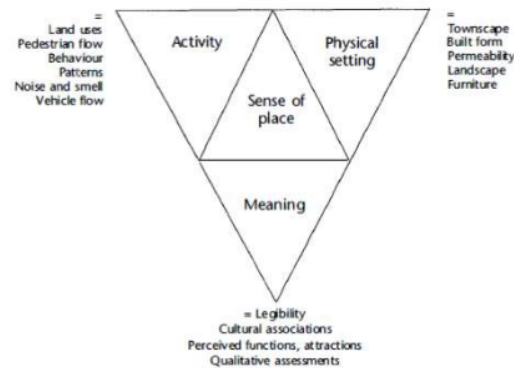
Sense of Place

“Place” atau tempat, dapat juga berupa lingkungan atau kawasan, dianggap sebagai konstruksi mental, gambaran, atau citra lingkungan, yang dibuat dan dihargai secara berbeda oleh setiap individu (Carmona et al., 2003). Karakter tempat sangat berpengaruh terhadap bagaimana seseorang menilai sebuah tempat. Kemudian penilaian tersebut akan berpengaruh terhadap terciptanya *sense of place*, karena sesungguhnya konsep dari *sense of place* ialah sebuah tempat (*place*) yang memiliki pemaknaan (Dameria et al., 2017).

Sense of place atau kesan tempat merupakan sebuah elemen penting yang dapat memperkuat hubungan antara pengguna dan tempat (Ahmed & Zeile, 2020). Otak manusia memiliki kemampuan untuk memahami, menghafal, menghubungkan, menilai, dan menggunakan informasi spasial, sehingga mereka dapat membentuk sebuah persepsi dalam memaknai sebuah tempat yang pernah mereka lihat ataupun kunjungi (Lengen & Kistemann, 2012). *Sense of place* berkaitan dengan adanya ikatan emosional dan keterikatan yang berkembang atau dialami oleh seseorang pada sebuah tempat atau lingkungan tertentu, baik skala lingkungan pribadi maupun perkotaan (Foote & Azaryahu, 2009). Foote & Azaryahu (2009) berpendapat bahwa *sense of place* juga digunakan untuk menggambarkan sebuah kekhasan atau karakter unik dari lokalitas dan wilayah tertentu yang muncul dari sejarah atau *setting* lingkungan tertentu. *Sense of place* dapat juga dikatakan sebagai sebuah sensasi yang dirasakan oleh manusia dan memberi makna subjektif sehingga

menimbulkan sebuah kesan atau perasaan terhadap sebuah tempat (Dameria et al., 2017). Oleh karena itu, kekhasan atau karakter unik yang dimiliki suatu tempat tersebut dapat mempengaruhi bagaimana seseorang memandang dan memaknai sebuah tempat atau lingkungan tersebut. Apakah akan meninggalkan bekas atau kesan khusus di dalam diri pengguna, atau hanya menjadi sekedar tempat biasa yang tidak memiliki perbedaan dengan tempat-tempat lain.

Punter (1991) dalam Montgomery (1998) menyatakan terdapat tiga elemen yang dapat menimbulkan adanya *sense of place* kepada pengguna tempat (Gambar 2). Tiga elemen tersebut terdiri dari aktivitas (*activity*), makna (*meaning*), dan bentuk fisik (*physical setting*) (Montgomery, 1998). Aktivitas berkaitan dengan bagaimana sebuah tempat digunakan, seperti peruntukan lahan, pergerakan manusia, pola perilaku, kebisingan, serta aroma. Bentuk fisik (*physical setting*) berkaitan dengan sesuatu yang membentuk identitas kawasan seperti pemandangan kota, lanskap, struktur, serta permeabilitas. Kemudian untuk makna (*meaning*) atau keterjelasan (*legibility*), berkaitan dengan keterbacaan, asosiasi budaya, fungsi yang dirasakan, dan penilaian secara kualitatif.



Gambar 2. Elemen Sense of Place

Sumber: Punter, 1991

Setiap tempat yang sering dikunjungi oleh masyarakat umum, pasti memiliki faktor-faktor penarik, berupa elemen fisik maupun non-fisik, yang menarik mereka untuk memilih tempat tersebut sebagai destinasi yang akan mereka

kunjungi (Awaritefe, 2004; Crompton, 1979). *Sense of place* pada suatu tempat menjadi penting, karena ia terbentuk oleh pengalaman yang dialami pengunjung pada sebuah tempat (Dameria et al., 2017). Elemen-elemen tersebut akan menjadi sebuah pengalaman yang menyenangkan apabila ia memberikan kesan atau *sense of place* yang baik terhadap pengunjung.

Makna pada suatu tempat dapat timbul berdasarkan pengalaman berupa aktivitas yang pernah dilakukan pada suatu tempat ataupun ingatan terhadap elemen fisik yang ada di tempat tersebut. Keterjelasan atau legibilitas (*legibility*), sebagai aspek dalam makna, dapat diukur berdasarkan seberapa jelas seseorang dapat menggambarkan tempat tersebut (Bleszynski & Widyastuti, 2018). Hal tersebut dapat berkaitan dengan makna yang ditimbulkan melalui pengalaman terhadap aktivitas yang berlangsung di sana, maupun berdasarkan gambaran dari elemen fisik yang ada pada tempat tersebut. Oleh karena itu, untuk mengetahui apakah Pasar 16 Ilir telah memberikan *sense of place* yang baik kepada pengunjung, perlu diidentifikasi elemen-elemen yang membentuk *sense of place* tersebut, yaitu: bentuk fisik (*physical setting*); aktivitas (*activity*); dan makna (*meaning*).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui *sense of place* yang dirasakan oleh pengguna Pasar 16 Ilir Palembang dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Pengumpulan data primer dilakukan menggunakan metode wawancara dengan pertanyaan terbuka kepada pengunjung, pengelola, dan pedagang Pasar 16 Ilir Palembang. Data primer juga diperoleh dengan metode observasi lapangan untuk melihat kondisi terkini dari Pasar 16 Ilir Palembang. Selain itu, didukung dengan pengumpulan data sekunder dengan melakukan kajian literatur. Kemudian analisis data dilakukan dengan menggunakan metode analisis deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan dan meringkas atau mengelompokkan data yang diperoleh melalui proses wawancara sehingga dapat ditemukan komponen apa saja yang paling berpengaruh dalam pembentukan *sense of place* di Pasar 16 Ilir Palembang.

Penelitian ini mengacu pada tiga elemen dari *sense of place*: yaitu bentuk fisik (*physical setting*), untuk melihat susunan fisik dari Pasar 16 Ilir; aktivitas (*activity*) yang berlangsung; serta makna (*meaning*) yang dirasakan oleh pengguna pasar. Tiga elemen tersebut dielaborasi ke dalam indikator dan variabel penelitian yang nantinya dikembangkan ke dalam pertanyaan-pertanyaan wawancara kepada pengunjung, pengelola, dan pedagang Pasar 16 Ilir Palembang. Indikator dan variabel penelitian tersebut dijabarkan ke dalam Tabel 1.

Tabel 1. Indikator dan Variabel Penelitian

Indikator: Elemen <i>Sense of Place</i>	Variabel
Bentuk Fisik/ <i>Physical setting</i>	- <i>Townscape</i> : - Arsitektur & <i>Focal Point</i> Khusus - <i>Build Form</i> - <i>Permeability</i> : - Interior/Penataan Toko/Penataan Barang Dagangan/ Varian Produk
Aktivitas/ <i>Activity</i>	- <i>Land use</i> : - Pembagian zona pasar - <i>Behaviour</i> : - Interaksi pedagang dan pengunjung - Aktivitas <i>Event</i> dan Promosi - Pengelolaan - Paguyuban pedagang - <i>Patterns</i> : - Perilaku berbelanja dan berdagang pada masa pandemi dan pasca pandemi
Makna/ <i>Meaning</i>	- <i>Legibility</i> - <i>Cultural Association</i> : - <i>History</i> , Memori & Narasi - <i>Qualitative assesments</i> : - Keunikan tempat - Pengalaman Ruang

Sumber: Analisa Penulis, 2022

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan ini akan meliputi beberapa aspek yang terkait dengan *Sense of Place* dari Pasar 16 Ilir yang didasarkan dari wawancara terhadap pengelola, pedagang dan pengunjung. Merujuk pada Dameria, Akbar & Natalivan (2017), wawancara tersebut penting untuk melihat bagaimana mereka mempunyai pengalaman terhadap Pasar 16 Ilir. Kemudian dalam

pembahasan ini akan dibagi dalam beberapa aspek yang dapat menimbulkan adanya *sense of place* kepada pengguna tempat, merujuk pada Montgomery (1998), yaitu aktivitas (*activity*), makna (*meaning*), dan bentuk fisik (*physical setting*). Namun sebelum ini akan dibahas lebih dahulu tentang sejarah Pasar 16 Ilir.

Sejarah Pasar 16 Ilir Palembang

Pasar 16 Ilir memiliki sejarah yang panjang dibanding pasar-pasar lain di kota Palembang. Pasar ini mulai dibentuk sekitar tahun 1821 saat pendudukan Belanda. Pada saat itu dibuat rencana kota dimana termasuk di dalamnya adalah kawasan perdagangan di lokasi Pasar 16 Ilir.

Sampai tahun 1900, pasar tersebut masih berupa pasar dengan pedagang hamparan. Namun saat itu kegiatan perdagangan sudah mulai berlangsung. Los-los pasar baru mulai dibangun tahun 1918 dan kemudian menjadi bangunan permanen dua lantai pada tahun 1939.

Di sekitar bangunan Pasar 16 Ilir, pada saat yang bersamaan juga dibangun bangunan pertokoan atau rumah toko. Sampai saat ini bangunan-bangunan tersebut masih ada dan kalau dilestarikan akan menjadi daya tarik kawasan tersebut. Setelah itu, kawasan pun terus berkembang sehingga kawasan di sekitar Pasar 16 Ilir sudah berdiri banyak bangunan. Lebih lanjut, bangunan pasar 16 Ilir yang asli terbakar pada tahun 1993, dan kemudian dibangun kembali dengan gaya arsitektur yang berbeda dengan kawasan sekitarnya.

Pada tahun 1993, terjadi kebakaran yang menghancurkan sebagian besar bangunan, sehingga tidak bisa dipertahankan lagi dan dibongkar. Mulai tahun 1996 dilakukan pembangunan dan tahun 1997 selesai. Pembangunan pada tahun 1996 ini dilakukan dengan perjanjian BOT dengan PT Prabu Makmur. Kemudian tahun 2014 BOT diganti oleh PT Gandha Tahta Prima sampai sekarang.

Secara garis besar, produk yang dijual di Pasar 16 Ilir ialah pakaian (garmen), aksesoris, tas, sepatu, dan perhiasan, terutama emas. Selain itu di

lantai 1 juga dikhususkan untuk penjualan garmen dan aksesoris khas Palembang. Lebih lanjut, pada area belakang gedung Pasar 16 Ilir, terdapat banyak rumah makan khas Palembang yang dijual di tepi Sungai Musi dan mengapung di atas Sungai Musi menggunakan kapal.

Bentuk Fisik

Lokasi yang strategis merupakan salah satu faktor penarik pengunjung dalam memilih suatu tempat untuk dikunjungi (Awaritefe, 2004). Pasar 16 Ilir dianggap sebagai pusat perbelanjaan dan ikon dari aktivitas perdagangan di Kota Palembang. Pasar 16 Ilir dinilai memiliki lokasi yang strategis karena berada di pusat Kota Palembang. Pasar 16 Ilir berada tepat di area tepian Sungai Musi (Gambar 3). Lokasinya juga berdekatan dengan beberapa tempat menarik di Kota Palembang, seperti Jembatan Ampera, Benteng Kuto Besak, Monpera, dan lain-lain. Lebih lanjut, Pasar 16 Ilir memiliki luas sebesar 800 m². Pasar ini terdiri dari 6 lantai. Akan tetapi hanya 5 lantai yang dioperasikan dengan alasan efisiensi.



Gambar 3. Fisik Pasar 16 Ilir dalam Skala Kawasan.
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022

Jika dilihat dari segi pemandangan kota (*townscape*), letaknya yang berada tepat di area tepian Sungai Musi memberikan pemandangan yang baik ke arah Sungai Musi dan Jembatan Ampera (Gambar 4). Keberadaan elemen air, seperti sungai, pada suatu kawasan dapat menjadi suatu daya tarik tersendiri sehingga para pengunjung akan cenderung tertarik untuk berada berdekatan dengan sungai tersebut (Do et al., 2019). Selain itu, juga terdapat dermaga, rumah makan tepian sungai, serta rumah makan terapung

yang berada di atas kapal-kapal yang ditambatkan ke dermaga pada pelataran di belakang Gedung Pasar 16 Ilir (Gambar 5). Kapal-kapal rumah makan terapung tersebut ditambatkan secara linier sepanjang dermaga. Penataan kapal-kapal dari restoran terapung tersebut dinilai sudah tertata dengan baik. Akan tetapi, antara dermaga dan plasa belakang pasar, dibatasi oleh pagar panjang dan hanya memiliki pintu yang berada di sudut pagar. Hal tersebut mempengaruhi permeabilitas (*permeability*) dari penataan sirkulasi menuju kapal karena pengunjung harus berjalan memutar untuk dapat mencapai kapal-kapal yang berjauhan dengan lokasi pintu pagar.



Gambar 4. View ke Jembatan Ampera dan Sungai Musi
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022



Gambar 5. Dermaga Serta Kapal-Kapal Kecil yang Sedang Bersandar pada Area Belakang Gedung Pasar 16 Ilir
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022

Jika dilihat dari segi wujud terbangun (*build form*), bentuk bangunan pasar 16 mengarah ke bentuk yang lebih modern, dibandingkan sebelum terjadi kebakaran (Gambar 6). Secara interior tidak ditemukan adanya keunikan. Penataan kios-kios di

dalam gedung menggunakan pola *grid*. Beberapa pengunjung dan pedagang menganggap bahwa Pasar 16 membutuhkan perbaikan pada bangunannya. Oleh karena kondisinya yang merupakan bangunan lama, Pasar 16 Ilir membutuhkan pemeliharaan dan pembaharuan terhadap beberapa bagian gedungnya. Salah satunya pada keramik-keramik di beberapa koridor pasar yang dinilai sudah rusak. Hal tersebut juga berpengaruh pada penilaian terhadap permeabilitas (*permeability*) pasar, kondisi beberapa keramik yang sudah rusak menyebabkan pengunjung kesulitan untuk menyusuri koridor. Selain itu, penataan *display* barang dagangan yang mengambil beberapa ruang jalan, juga menyebabkan terbatasnya gerak pengunjung ketika melewati koridor.

Aktivitas

Pasar 16 Ilir beroperasi setiap hari, mulai pukul 08.00-17.00 WIB. Dalam rentang waktu tersebut, Pasar 16 Ilir dipadati oleh pengunjung yang datang untuk berbelanja atau melakukan aktivitas jual beli di sana. Jenis aktivitas jual beli di pasar ini memiliki perbedaan pada setiap lantainya. Peruntukan lahan (*landuse*) pada Pasar 16 Ilir terbagi menjadi beberapa zona, yaitu:

- Basement: toko perhiasan, garmen dan sepatu;
- Lantai 1: pakaian dan kain khas Palembang seperti songket dan jumputan, juga aksesoris dan handicraft khas Palembang;
- Lantai 2: aksesoris dan tas;
- Lantai 3: tas; dan
- Lantai 4: garmen, pakaian *second* dan kantor pengelola.

Dilihat dari pembagian zona dan respon dari narasumber, Pasar 16 Ilir memang dinilai memiliki produk dagangan yang beragam. Lebih lanjut, jika dilihat dari segi perilaku (*behavior*), antara pedagang dan pembeli, mereka berkomunikasi dengan menggunakan bahasa Palembang. Selain itu, pedagang dinilai ramah, tidak memaksa, dan memberikan pelayanan yang baik terhadap pembeli. Selain itu, para pedagang menjajakan dagangan mereka dengan cara menyapa pengunjung lalu kemudian menawarkan

dagangannya. Selain aktivitas jual beli, terdapat pula aktivitas antar pedagang yang bergabung ke dalam beberapa paguyuban, yaitu:

- Paguyuban Pedagang Pasar 16 Ilir;
- Persatuan Pemilik dan Penyewa Kios;
- Persatuan Pemilik Satuan Rumah Susun Pasar 16 Ilir (status rumah susun berdasar HGB); dan
- Komunitas Pedagang Pasar.

Bukan hanya aktivitas perdagangan rutin saja yang terjadi, tetapi juga terdapat aktivitas *event* dan promosi yang berlangsung pada waktu-waktu tertentu. Contohnya seperti Lomba Perahu Air (Lomba Bidar) pada saat Asian Games yang dilaksanakan di Sungai Musi, perayaan HUT Kota Palembang, dan Festival Jazz²⁶ yang dilaksanakan di plaza belakang Pasar 16 Ilir dengan latar belakang Jembatan Ampera dan Sungai Musi. Kegiatan-kegiatan tersebut menjadi daya tarik yang menarik banyak wisatawan terutama wisatawan asing.

Akan tetapi pada masa pandemi, terjadi perubahan pola (*pattern*) dari aktivitas berdagang di Pasar 16 Ilir. Selama pandemi, pasar 16 Ilir dinilai menjadi lebih sepi pengunjung daripada sebelumnya, baik di pasar 16, maupun di restoran-restoran terapung. Pengelola pasar menyatakan bahwa omset perdagangan saat awal pandemi turun hingga 20% dari sebelum pandemi. Kemudian, pasca pandemi, turun menjadi 60% dibanding sebelum pandemi. Hal tersebut juga menyebabkan jumlah pedagang berkurang, hanya 70% pedagang yang masih berdagang di Pasar 16 Ilir. Akan tetapi, pengunjung mulai berdatang kembali setelah pandemi sudah mulai mereda. Selama pandemi, pengelola pasar melakukan beberapa upaya sesuai arahan dari Satgas Covid, antara lain: sosialisasi 3M; membagikan masker gratis; menyediakan tempat cuci tangan; penyemprotan desinfektan 2 kali sebulan; vaksinasi seluruh pedagang pasar; menyediakan Posko bersama; dan membagikan sembako kepada pedagang.

Masa pandemi memberikan dampak yang cukup besar kepada para pedagang. Beberapa pedagang mengaku mengembangkan dagangannya dengan membuka toko *online* melalui media sosial atau menggunakan *marketplace* untuk menutupi

dampak yang diterima akibat pandemi. Sehingga pola aktivitas pun berubah, dimana awalnya hanya dilakukan secara langsung di Pasar 16 Ilir, sekarang bertambah dengan menggunakan media sosial dan *marketplace*.

Makna

Pasar 16 Ilir yang berada di pusat kota dan dikelilingi oleh tempat-tempat menarik, membuatnya memiliki tingkat legibilitas (*legibility*) yang tinggi. Para pengunjung mengaku dapat mengenali keberadaan Pasar 16 Ilir dengan mudah. Meskipun Pasar 16 Ilir dapat dikenali dengan mudah dalam skala kawasan, tetapi dalam skala bangunan, Pasar 16 memiliki legibilitas yang rendah. Pengunjung sulit menemukan akses masuk dan tangga pada bangunan Pasar 16 Ilir karena banyaknya pedagang kaki lima yang menutupi akses sehingga akses menuju bangunan tidak terlihat dan seringkali membuat pengunjung kebingungan (Gambar 7).



Gambar 7. Kondisi Akses menuju Bangunan yang Ditutupi Pedagang Kaki Lima di Pasar 16 Ilir
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022

Pengunjung dapat merasakan keunikan tempat dari Pasar 16 Ilir justru karena posisinya yang berada di area tepi Sungai Musi dengan pemandangan sungai, aktivitas kapal, serta Jembatan Ampera. Selain itu keberadaan rumah makan terapung juga menambah keunikan dan minat pengunjung terhadap Pasar 16 Ilir (Gambar 8). Rumah makan terapung dinilai memberikan pemandangan yang menyenangkan dari arah gedung, serta memberikan pengalaman

menyantap makanan khas Kota Palembang sembari menikmati pemandangan Sungai Musi dan Jembatan Ampera dari dalam kapal. Keberadaan makanan atau kuliner memang biasanya akan membuat suatu tempat menjadi lebih menarik bagi orang-orang untuk datang dan berkumpul (Whyte, 2001). Selain itu, di dekat rumah makan terapung, juga terdapat dermaga dengan kapal-kapal kecil bersandar (Gambar 9). Kapal-kapal kecil tersebut merupakan kapal yang disewakan untuk melayani penumpang dengan rute jarak jauh dan dekat.



Gambar 8. Rumah Makan Terapung
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022



Gambar 9. Dermaga di Belakang Pasar 16 Ilir
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022

Meski kawasan di sekitar Gedung Pasar 16 Ilir dinilai lebih menarik, tetapi Pasar 16 Ilir tetap menjadi destinasi untuk wisata belanja di Kota Palembang, baik dalam kota maupun luar kota, terutama wisatawan yang sedang mencari kain atau pakaian serta aksesoris khas Palembang (Gambar 10). Salah satu pedagang batik mengaku pernah dikunjungi dan melakukan jual beli dengan beberapa wisatawan luar, seperti Belitang, Martapura, Jambi, Bengkulu, Medan, Jakarta dan Malaysia. Selain itu, barang dagangan yang beragam dan lengkap yang ada di dalam Pasar 16 Ilir juga dianggap sebagai salah satu keunikan yang dirasakan oleh pengunjung. Dua aspek tersebut menjadi salah satu kekhususan tempat yang ada di

Pasar 16 Ilir karena hal tersebut dirasa tidak dapat ditemukan di pasar lain di Kota Palembang.

Jika dilihat dari pengalaman ruang yang dirasakan oleh pengguna di dalam Gedung Pasar 16 Ilir, penataan *display* barang dagangan dengan menggunakan manekin di sepanjang koridor dianggap cukup menarik, namun hal tersebut juga menyebabkan koridor menjadi terasa sempit dan sesak, karena banyaknya pengunjung pasar dan mengecilnya ruang gerak (Gambar 11). Kemudian pola *grid* yang digunakan dalam penyusunan kios serta tidak terlihatnya penanda ataupun kekhususan lain di dalam gedung, terkadang menyebabkan pengunjung kebingungan dalam orientasi arah. Selain itu, fasilitas sirkulasi vertikal juga dinilai kurang nyaman untuk dilalui. Tangga yang ada dianggap sulit untuk dilihat dari arah jalur sirkulasi.



Gambar 10. Interior Kios Pakaian Khas Palembang
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022

Jika dilihat dari pengalaman ruang yang dirasakan oleh pengguna di dalam Gedung Pasar 16 Ilir, penataan *display* barang dagangan dengan menggunakan manekin di sepanjang koridor dianggap cukup menarik, namun hal tersebut juga menyebabkan koridor menjadi terasa sempit dan sesak, karena banyaknya pengunjung pasar dan

mengecilnya ruang gerak (Gambar 11). Kemudian pola *grid* yang digunakan dalam penyusunan kios serta tidak terlihatnya penanda ataupun kekhususan lain di dalam gedung, terkadang menyebabkan pengunjung kebingungan dalam orientasi arah. Selain itu, fasilitas sirkulasi vertikal juga dinilai kurang nyaman untuk dilalui. Tangga yang ada dianggap sulit untuk dilihat dari arah jalur sirkulasi.



Gambar 11. Kondisi Koridor Pasar 16 Ilir
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022

Pengguna pasar, baik pengunjung, pedagang, maupun pengelola, juga memaknai Kawasan Pasar 16 Ilir melalui memori yang mereka miliki. Salah satu pengunjung teringat akan memori menyantap pempek yang dijajakan di Pasar 16 Ilir yang dinilai sungguh nikmat. Pengunjung lain memaknai dengan memori Pasar 16 sebagai sarana dalam memenuhi kebutuhan. Pengelola pasar bercerita tentang adanya bus air yang dulu pernah beroperasi di Sungai Musi, namun sudah tidak beroperasi lagi akibat kurang peminat. Akan tetapi, disamping itu terdapat pula beberapa pengguna yang tidak memiliki memori yang berkesan terhadap Pasar 16 Ilir.

28

KESIMPULAN

Dari pembahasan di atas, terdapat beberapa kesimpulan terkait *sense of place* Pasar 16 Ilir yaitu:

- 1) *Sense of place* Pasar 16 Ilir bukan hanya dibentuk oleh pasarnya saja, tetapi juga oleh kawasan di sekitarnya dan justru kawasan

sekitar pasar yang memiliki peran lebih besar dalam pembentukan *sense of place* tersebut;

- 2) Bentuk fisik dari Pasar 16 Ilir tidak memiliki keunikan khusus dan membutuhkan banyak perbaikan, baik pada eksterior maupun interior. Kondisi fisik ini menyebabkan penurunan kualitas pasar dan menurun pula penilaian terhadap kesan tempat atau *sense of place* pada Pasar 16 Ilir;
- 3) Aktivitas utama di Pasar 16 Ilir ialah aktivitas jual beli dan wisata belanja, selain itu terdapat pula aktivitas wisata kuliner pada rumah makan tepi sungai dan rumah makan terapung pada Sungai Musi yang berada di pelataran belakang Pasar 16 Ilir;
- 4) Makna yang paling signifikan pada Pasar 16 Ilir tercipta karena posisinya yang berada berdekatan dengan Jembatan Ampera dan Sungai Musi, sehingga sangat mudah untuk dikenali dan menciptakan adanya keunikan tempat;
- 5) Kekhususan dan keunikan tempat Pasar 16 Ilir, terletak pada adanya produk-produk khas Palembang, keberagaman produk, dan lengkapnya produknya yang dijajakan;
- 6) *Sense of place* yang terbentuk menunjukkan bahwa Pasar 16 Ilir dinilai sebagai sarana wisata belanja dan tidak lepas dari keberadaan objek-objek yang ada di sekitarnya yaitu Jembatan Ampera, Sungai Musi, aktivitas lalu lalang kapal, serta wisata kuliner pada rumah makan terapung.

29

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Ibu Dini dan Ibu Rossy dari Kemenparekraf, Ibu Yuska dan Ibu Hilda dari Universitas Ciputra, serta Oxana, Ferrza, Shielvana, dan Saeful selaku mahasiswa Universitas Sriwijaya yang turut berpartisipasi dalam pengumpulan data.

DAFTAR PUSTAKA

- Agumsari, D., Ekomadyo, A. S., Gumilang, M., Bintana, D., & Susanto, V (2020) *Capturing Genius Loci of Riparian Culture: The Case of Musi River Palembang*, Atlantis Press.
- Ahmed, M., & Zeile, P (2020) *Places' Representation on Social Media*, Real Corp.

- Aliyah, I., Setioko, B., & Pradoto, W (2017) *Spatial Flexibility in Cultural Mapping of Traditional Market area in Surakarta* (A Case Study of Pasar Gede in Surakarta), *City, Culture and Society*, vol. 10, 41–51.
<https://doi.org/10.1016/j.ccs.2017.05.004>
- Awaritefe, O. D (2004) *Motivation and Other Considerations in Tourist Destination Choice: A Case Study of Nigeria*, *Tourism Geographies*, vol. 6, no. 3, 303–330.
<https://doi.org/10.1080/1461668042000249638>
- Bleszynski, T. P., & Widyastuti, D. T (2018) *Sense of Place* pada Kawasan Taman Tepian Mahakam, Samarinda, *September (Jurnal Arsitektur Dan Perencanaan)*, vol. 1, no. 2, 1–12.
- Carmona, M., Heath, T., Oc, T., & Tiesdell, S (2003) *The Dimensions of Urban Design*.
<http://www.elsevier.com>
- Crompton, J. L (1979) Motivations for Pleasure Vacation, *Annals of Tourism Research*.
- Dameria, C., Akbar, R., & Natalivan, P (2017) Siapa Pemilik Sense of Place? Tinjauan Dimensi Manusia dalam Konservasi Kawasan Pusaka Kota Lama, *Prosiding Seminar Heritage IPLBI 2017*, <https://doi.org/10.32315/sem.1.b235>
- Do, D. T., Cheng, Y., Shojai, A., & Chen, Y (2019) *Public Park behaviour in Da Nang: An Investigation into How Open Space is Used*, *Frontiers of Architectural Research*, vol. 8, no. 4, 454–470.
<https://doi.org/10.1016/j.foar.2019.05.006>
- Footo, K. E., & Azaryahu, M (2009) *Sense of Place*, 96–100, <http://www.elsevier.com>
- Irwanto, D., & Santun, M (2010) Venesia dari Timur: Memaknai Produksi dan Reproduksi Simbolik Kota Palembang dari Kolonial sampai Pascakolonial.
- Lengen, C., & Kistemann, T (2012) *Sense of Place and Place Identity, Review of neuroscientific evidence*, *Health and Place*, vol. 18, no. 5, 1162–1171,
<https://doi.org/10.1016/j.healthplace.2012.01.012>
- Montgomery, J (1998) *Making a City: Urbanity, Vitality and Urban Design*, *Journal of Urban Design*, vol. 3, no. 1, 93–116.
<https://doi.org/10.1080/13574809808724418>
- Rhomadona, R. P., Hairi, M. I. A., & Amaliatulwalidain (2016) Evaluasi Pelayanan Kawasan Pasar 16 Ilir Pasca Kebijakan Penertiban dan Tata Kota Palembang Tahun 2004. *Jurnal Pemerintahan Dan Politik*, 1.
- Whyte, H (2001) *The Social Life of the Small Urban Space*, Project for Public Spaces.

Sense of Place Pasar 16 ilir Palembang

ORIGINALITY REPORT

8%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	www.researchgate.net Internet	49 words — 1%
2	jurnal.universitaskebangsaan.ac.id Internet	23 words — 1%
3	seminar.iplbi.or.id Internet	21 words — < 1%
4	www.nyenyes.com Internet	18 words — < 1%
5	digilib.uinsby.ac.id Internet	11 words — < 1%
6	repository.radenfatah.ac.id Internet	11 words — < 1%
7	teses.usp.br Internet	11 words — < 1%
8	www.hrpub.org Internet	11 words — < 1%
9	aisyahnovianingrum.blogs.uny.ac.id Internet	10 words — < 1%
10	docplayer.info Internet	

10 words — < 1%

11 e-journal.unipma.ac.id
Internet

10 words — < 1%

12 eprints.mercubuana-yogya.ac.id
Internet

10 words — < 1%

13 repository.uinjambi.ac.id
Internet

10 words — < 1%

14 travel.tribunnews.com
Internet

10 words — < 1%

15 www.grafiati.com
Internet

10 words — < 1%

16 ejournal.unsri.ac.id
Internet

9 words — < 1%

17 id.123dok.com
Internet

9 words — < 1%

18 www.slideshare.net
Internet

9 words — < 1%

19 ymahgoub.blogspot.com
Internet

9 words — < 1%

20 Diki Tri Apriansyah Putra, Linda Sunarti. "THE SOCIO-ECONOMIC TRANSFORMATION IN PALEMBANG ON 1900-1930", International Review of Humanities Studies, 2022
Crossref

8 words — < 1%

21	Mustika Permatasari, Enos Julvirta, M. Rian Ahdian Morena. "Pengembangan Potensi Desa Wisata (Studi Kasus Desa Wisata Sugih Waras di Kabupaten Ogan Komering Ilir, Palembang)", <i>Tourism Scientific Journal</i> , 2022 Crossref	8 words — < 1%
22	atiragoblog.wordpress.com Internet	8 words — < 1%
23	core.ac.uk Internet	8 words — < 1%
24	gtg.webhost.uoradea.ro Internet	8 words — < 1%
25	journal.ipb.ac.id Internet	8 words — < 1%
26	myrazan.wordpress.com Internet	8 words — < 1%
27	placebranding.org Internet	8 words — < 1%
28	pustaka.islamnet.web.id Internet	8 words — < 1%
29	repository.ut.ac.id Internet	8 words — < 1%
30	text-id.123dok.com Internet	8 words — < 1%
31	www.neliti.com Internet	8 words — < 1%

EXCLUDE QUOTES ON

EXCLUDE SOURCES OFF

EXCLUDE BIBLIOGRAPHY ON

EXCLUDE MATCHES OFF