

COMTE: Journal of Sociology Research and Education is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Kerangka Konseptual Kelayakan Sosiologis Revitalisasi Pasar Tradisional: Studi Kasus Pasar Gunung Batu Kota Bogor

*A Conceptual Framework of the Sociological Feasibility of Traditional Market Revitalization:
The Case Study of Pasar Gunung Batu Bogor*

Rhiza S. Sadjad¹, Romi Mesra²

¹Program Studi S1 Sosiologi, FHSIP, Universitas Terbuka, e-mail: rhiza@unhas.ac.id

²Universitas Negeri Manado, e-mail: romimesra16@gmail.com

Abstract. *Revitalisasi pasar tradisional pada umumnya dilaksanakan sebagai proyek pembangunan infrastruktur yang rentan kegagalan karena mengabaikan kajian kelayakan sosiologis dalam tahap perencanaannya. Penelitian ini bertujuan menghasilkan suatu kerangka konseptual sebagai dasar dari suatu kajian kelayakan sosiologis ketika merencanakan revitalisasi pasar tradisional. Landasan teoritis dari penelitian ini adalah teori ekonomi identitas dari Meagher dan teori sistem ekonomi dunia dari Wallerstein untuk mempertajam analisis atas berbagai masalah terkait dengan pasar tradisional ditinjau dari perspektif sosiologi perkotaan. Penelitian dilaksanakan dengan pendekatan deskriptif kualitatif mengambil Pasar Gunung Batu di Kota Bogor sebagai kasus yang dikaji, melalui pengamatan langsung dan wawancara. Pengamatan dilakukan di dua lokasi, yaitu Pasar Gunung Batu dan Pusat Grosir Bogor Merdeka sebagai rujukan pembandingan. Salah satu pemangku kepentingan utama, yaitu para penjual di Pasar Gunung Batu, diwawancara sebagai informan. Dari hasil pengamatan dan wawancara diperoleh kesimpulan bahwa Pasar Gunung Batu dapat di-revitalisasi dengan meningkatkan status-nya menjadi pasar modern. Untuk itu perlu disusun kerangka konseptual kajian kelayakan sosiologis yang pertama-tama harus melibatkan semua pemangku kepentingan.*

Keywords: *kelayakan sosiologis, kerangka konseptual, pasar modern, pasar tradisional, revitalisasi*

A. Pendahuluan

Pasar Gunung Batu adalah pasar tradisional yang lokasinya sekarang berada di tepi jalan raya Cibungbulang (Jalan Mayjen Ishak Djuarsa) di bagian barat Kota Bogor, di Kelurahan Gunung Batu Kecamatan Bogor Barat (lihat Gambar 1). Sebelum peningkatan status Bogor dari kotamadya menjadi kota, pasar tersebut pada mulanya masih termasuk wilayah Kabupaten Bogor, di Kecamatan Ciomas dekat perbatasan dengan Kotamadya Bogor. Fungsi ekonomis dari pasar tersebut pada awalnya adalah sebagai *hub* (penghubung) antara wilayah pedesaan di Kabupaten Bogor dengan wilayah perkotaan di bagian barat Kota Bogor. Setelah menjadi bagian dari wilayah Kota Bogor, pasar tersebut sepenuhnya menjadi bagian dari wilayah perkotaan.

Setelah berlalunya masa Pandemi COVID-19 (2020 – 2023) Pasar Gunung Batu tidak pulih kembali kondisinya seperti sebelumnya, sebagaimana dikeluhkan oleh para penjual (Sadjad, 2025). Penelitian ini bertujuan membangun kerangka konseptual yang akan mendasari penyusunan studi kelayakan (*feasibility study*) dalam perspektif sosiologi dari suatu perencanaan program revitalisasi Pasar Gunung Batu. Kelayakan sosiologis (*sociological feasibility*) adalah kontribusi utama dari penelitian ini. Landasan teoretisnya diturunkan dari beberapa teori dasar sosiologi ekonomi, antara lain ekonomi identitas yang dibahas dalam (Meagher, 2010), teori sistem ekonomi dunia yang menjelaskan tentang sektor informal dalam (Wallerstein, 1974, 1979, 2004) serta teori-teori sosiologi lainnya yang terkait dengan masalah-masalah dalam sosiologi perkotaan.

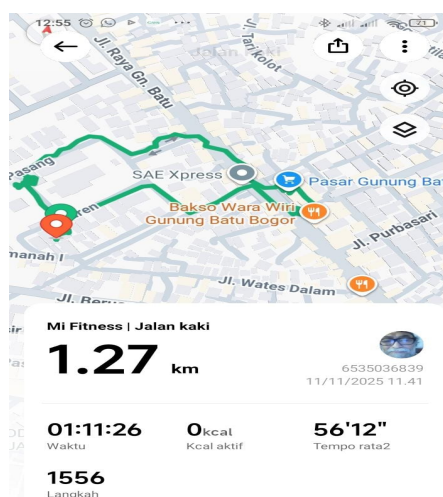
Kebaruan (*novelty*) yang diajukan dalam kajian ini adalah kelayakan sosiologis (*sociological feasibility*) karena sesuai dengan kajian-kajian seperti 3 (tiga) penelitian sebelumnya yang dilaporkan dalam (Adityanto & Paselle 2024), (Agustin, *et.al.*, 2025) dan (Alhudha & Maani, 2020), program atau proyek revitalisasi pasar

tradisional di Indonesia lebih merupakan penerapan kebijakan pemerintah (*top-down policy*) sebagai salah satu proyek pembangunan infrastruktur. atau sarana-prasarana. Sebagaimana diketahui, pembangunan infrastruktur umumnya dalam perencanaannya hanya memperhatikan sisi kelayakan teknis seperti dalam penelitian (Anggraini, G., *et.al.*, 2017) dan (Fathir, M, *et.al.*, 2024) serta kelayakan ekonomis (*cost-benefit analysis*) seperti dalam penelitian (Atmadji & Putri, 2024) , yang mengabaikan perspektif sosiologis dari sisi para pemangku kepentingan (*stakeholders*). Memang ada beberapa kajian yang melihat revitalisasi pasar tradisional sebagai kebijakan publik, atau perubahan metode transaksi jual-beli, ada pula yang memperhatikan adaptasi dari perilaku penjual dan pembeli, serta memudarnya hubungan-hubungan yang tersemat (*embedded*) dalam pasar tradisional seiring dengan dilaksanakannya proyek revitalisasi pasar tradisional. Kesenjangan penelitian (*research gap*) yang akan ditutup dengan penelitian ini adalah belum adanya perencanaan revitalisasi pasar tradisional yang memperhatikan kajian kelayakan sosiologis yang komprehensif di samping kelayakan teknis dan kelayakan ekonomis. Tulisan ini bermaksud menyajikan suatu kerangka konseptual dari suatu kajian komprehensif yang menghasilkan kelayakan sosiologis dari proyek revitalisasi pasar tradisional, yang diharapkan menjadi dasar dalam tahapan perencanaannya, di samping kajian kelayakan teknis dan kelayakan ekonomis. Tanpa kajian kelayakan sosiologis yang komprehensif, revitalisasi pasar tradisional akan menghadapi berbagai hambatan, sebagaimana dilaporkan dalam penelitian (Panyusunan, R. *et.al.*, 2024), atau bahkan kegagalan.

Dari pengalaman sebelumnya, yaitu ketika dilakukan pengalihan fungsi Gedung Olahraga Merdeka menjadi Pusat Grosir Bogor (PGB) Merdeka yang telah gagal meng-integrasi-kan dan me-revitalisasi 3 (tiga) pasar tradisional di sekelilingnya, maka diperoleh pemikiran bahwa studi kelayakan dalam proses perencanaan suatu program revitalisasi pasar tradisional haruslah mengkaji secara mendalam kelayakan sosiologis-nya, disamping kelayakan teknis dan ekonomis sebagai suatu proyek pembangunan infra-struktur. Penelitian dan penulisan artikel ini bertujuan untuk menghasilkan suatu kerangka konseptual dari suatu kajian kelayakan sosiologis rencana revitalisasi pasar tradisional dengan menjadikan Pasar Gunung Batu sebagai studi kasus.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan pengamatan langsung di lokasi-lokasi yang diteliti dan wawancara dengan beberapa informan, yaitu para penjual di pasar tradisional (dan sekitarnya) yang dianggap sebagai pemangku kepentingan (*stakeholders*) utama. Pertanyaan penelitian yang diharapkan akan terjawab adalah apakah revitalisasi Pasar Gunung Batu nantinya akan membuat pasar tersebut *status quo* sebagai pasar tradisional, atau ditingkatkan statusnya, menjadi pasar modern atau bentuk-bentuk lainnya, kemudian bagaimana menyusun kerangka konseptual untuk mengkaji kelayakan sosiologisnya.

Gambar 1 Lokasi Penelitian: **Pasar Gunung Batu**
Kelurahan Gunung Batu, Kecamatan Bogor Barat, Kota BOGOR, Jawa Barat



(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

B. Tinjauan Teoritis

Landasan teoritis penelitian ini diturunkan dari beberapa teori dasar sosiologi ekonomi, antara lain ekonomi identitas dari (Meagher, 2010), teori sistem ekonomi dunia dari (Wallerstein, 1974, 1979, 2004) khususnya ditinjau dari perspektif sosiologi perkotaan, karena Pasar Gunung Batu yang dahulunya berada di wilayah Kabupaten Bogor, sekarang sudah menjadi bagian dari wilayah Kota Bogor. Secara teoritis, pasar tradisional di Indonesia, khususnya yang lokasinya di perkotaan, dapat dipahami bukan hanya sekedar suatu institusi ekonomi belaka, akan tetapi lebih sebagai ruang sosial (*social space*) yang masih tersisa dari sekian banyak yang hilang di perkotaan karena proses industrialisasi dan modernisasi. Selain itu, sistem ekonomi global yang semakin mempersempit ruang-ruang sosial di wilayah perkotaan, masih dapat dipertahankan oleh pasar tradisional melalui jejaring ekonomi identitas dan informalitas.

1. Teori Ekonomi Identitas dari Maegher

Secara umum kajian pustaka menunjukkan bahwa revitalisasi pasar tradisional merupakan upaya yang rumit dan multi-dimensi. Pasar tradisional sendiri merupakan bagian yang sangat penting - khususnya di negara-negara berkembang - dari sektor ekonomi informal yang sejak lama menarik perhatian para ekonom seperti dibahas oleh **Kate Maegher**, gurubesar studi pembangunan dari *London School of Economics*, dalam (Meagher, 2010). Sektor informal ini disebut juga “ekonomi identitas” atau *identity economics*, dan karena banyak berkembang di perkotaan, disebut juga “informalitas perkotaan” atau *urban informality* oleh para ekonom penulis buku yang disunting dalam (Roy & AlSayyad, 2004). Terbukti bahwa banyak negara berkembang mampu mengatasi berbagai krisis ekonomi, karena kekuatan sektor informal dari sistem perekonomiannya, sebagaimana dijelaskan terkait negara *semi-peripheral* dalam (Wallerstein, 1974, 1979, 2004). Lebih jauh dikatakan bahwa sektor informal seperti pasar tradisional bukanlah suatu keterbelakangan atau ketidak-teraturan, melainkan suatu struktur ekonomi yang mapan, terbentuk oleh identitas sosial, rasa saling percaya dan berbasis jejaring (*network*), sebagaimana diungkapkan lebih jauh dalam (Meagher, 2010).

Sebagian besar dari pasar tradisional di Indonesia bermula tumbuh di wilayah pedesaan, sebagai “*hub*” perdagangan antara desa dan kota. Banyak di antara pasar tradisional di pedesaan itu yang sudah ada sejak jaman pra-kemerdekaan, sebagian hanya ramai sepekan sekali pada hari tertentu, sehingga banyak nama-nama tempat mengikuti hari-hari pasar, seperti *Pasar Senen*, *Pasar Rebo*, *Pasar Jum'at*, *Pasar Minggu*, atau mengikuti hari pasaran Jawa, seperti *Pasar Kliwon*, *Pasar Wage* dan *Pasar Pahing*, misalnya.

Dengan berkembangnya wilayah perkotaan, terjadi pemekaran wilayah, sehingga pasar-pasar tradisional yang semula berada di wilayah pedesaan, menjadi bagian dari wilayah perkotaan. Dengan demikian permasalahan pasar tradisional kemudian menjadi bagian dari permasalahan perkotaan yang dikaji secara mendalam oleh peneliti dalam (Florida, 2017) dan (Gehl, 2010). Salah satu masalah di wilayah perkotaan dalam kaitannya dengan interaksi sosial warga kota adalah terjadinya ke-tidak-setara-an (*inequality*) dan ke-terkucil-an (*exclusion*) yang merupakan pokok bahasan kajian dalam (Florida, 2017). Padahal suatu pasar tradisional pada dasarnya bukan hanya sekedar tempat jual-beli, tapi lebih dari itu, pasar tradisional – walau pun sudah berlokasi di wilayah perkotaan – bisa berfungsi sebagai institusi sosial tempat warga masyarakat ber-interaksi sosial satu dengan lainnya. Pasar tradisional berpotensi menjadi salah satu bentuk “ruang sosial” (*social space*) seperti yang digagas dalam (Gehl, 2010), sehingga wilayah perkotaan pun dapat dirancang supaya memberikan prioritas pada interaksi sosial warga masyarakatnya.

Permasalahan-permasalahan yang terkait dengan proses revitalisasi pasar tradisional dirujuk dalam beberapa artikel jurnal. Oleh peneliti-peneliti dalam (Prakoso & Roolis, 2023) digambarkan dengan jelas bahwa revitalisasi pasar tradisional adalah suatu proses yang bersifat multi-dimensional, bukan hanya suatu proyek pembangunan infra-struktur, apalagi hanya sekedar renovasi fisik bangunan pasar. Terutama jika dalam sejarahnya, pasar tradisional pernah berfungsi maksimal dan optimal sebagai institusi sosial-ekonomi. Olehnya itu, suatu proses revitalisasi pasar tradisional, selain pembangunan fisik, juga harus meliputi reformasi dalam tata-kelola dan peng-aktif-an kembali berbagai kegiatan sosial-

ekonomi yang terhenti pada suatu periode, Oleh sebab itu, diperlukan intervensi pemerintah yang memposisikan proses revitalisasi pasar tradisional sebagai suatu implementasi dari kebijakan publik yang strategis, sebagaimana dibahas dalam (Agustin, A.F., *et.al.*, 2025).

Sebagaimana dijelaskan dalam (Akerlof & Kranton, 2010, pasar tradisional di Indonesia – sebagaimana pasar-pasar tradisional lainnya di Dunia Ketiga - bertahan secara eksistensial karena informalitas yang terbangun sejak lama berbasis jejaring kekerabatan dan/atau kesukuan, yang berbasis hubungan timbal-balik jangka panjang dan rasa saling percaya, yang disebut dengan istilah ekonomi identitas. Jejaring ini terbentuk oleh interaksi sosial yang *intense* antara penjual di pasar, dengan para pemasok dan para pelanggannya, serta komunitas warga masyarakat di sekitar pasar tradisional itu. Mekanisme tawar-menawar harga, sistem finansial informal berupa sistem simpan-pinjam dan hubungan dengan pelanggan yang bersifat personal menunjukkan bahwa interaksi dan transaksi yang berlangsung di pasar-pasar tradisional pada dasarnya adalah interaksi sosial, bukan sekedar suatu sistem ekonomi. Oleh karena itu, renovasi pasar tradisional yang direncanakan dengan pendekatan pembangunan infrastruktur semata tanpa sentuhan kajian kelayakan sosiologis akan dan sudah terbukti rentan dengan kegagalan.

2. Teori Sistem Dunia dari Wallerstein

Immanuel Wallerstein [1930 -2019] adalah sosiolog Amerika yang mengembangkan teori sistem (ekonomi) dunia atau *the world system theory* (Wallerstein 1974, 1979, 2004)). Secara sederhana, dalam teori ini, sistem ekonomi dunia dianggap berfungsi sebagai satu sistem yang ter-inter-koneksi walau pun terbagi-bagi dalam sekitar 200 negara. Perekonomian di suatu negara, menurut **Wallerstein**, tidak bisa dilihat sebagai suatu sistem yang ter-isolasi atau terpisah sendiri-sendiri, melainkan merupakan bagian dari suatu sistem kapitalisme global yang mulai terbentuk sejak abad ke 16 di Eropa (atau tepatnya: dari Eropa), yaitu sejak berkembangnya imperialisme dan kolonialisme. Sistem kapitalisme global ini membuat sebagian kecil negara menjadi dominan dan kaya-raya, yaitu negara-negara inti, atau *core countries* dan sebagian besar lainnya menjadi miskin, bergantung dan ter-eksploitasi, yaitu negara-negara pinggiran, atau *peripheral countries* (Shannon, 1996). Negara-negara inti adalah negara-negara dengan ciri-ciri negara yang maju perekonomian dan industrinya, dominan dalam kemajuan teknologi dan mendapatkan keuntungan besar dari perdagangan bebas dunia. Negara-negara inti ini menghasilkan produk-produk bernilai tinggi, lembaga-lembaga negaranya kokoh, menguasai sistem keuangan domestik dan internasional, dan kuat posisinya dalam percaturan geopolitik global (Chase-Dunn & Grimes, 1995). Negara-negara pinggiran sebaliknya, umumnya menjadi peng-ekspor material hasil sumber daya alam mentah, dan peng-impor barang jadi. Misalnya, negara-negara pinggiran meng-ekspor biji coklat ke negara-negara inti yang tidak memiliki kebun coklat, tapi meng-impor permen coklat dan coklat bubuk dari negara-negara tersebut, karena negara-negara pinggiran tidak menguasai teknologi industri pengolahan coklat. Minyak mentah, bauxit, nikel, dan masih banyak lagi hasil sumber daya alam, di-ekspor oleh negara-negara pinggiran ke negara-negara inti, kemudian negara-negara pinggiran meng-impor kembali dari negara inti bahan bakar minyak, aluminium, baja dan lain-lain, karena negara-negara pinggiran kekurangan kilang minyak dan *smelter* hasil tambang di negaranya masing-masing, serta tergantung teknologinya kepada negara-negara inti. Contoh negara-negara inti misalnya: Amerika Serikat, Cina, Jerman, Jepang, sedangkan contoh negara-negara pinggiran adalah negara-negara di benua Afrika, Asia dan Amerika Latin, mantan jajahan negara-negara inti pada masa lampau. Ringkasnya, **Wallerstein** memandang sistem ekonomi dunia sebagai sistem kapitalisme global yang “tidak adil” (*unequal*) karena misalnya untuk pekerjaan yang sama, perbedaan pendapatan di negara-negara inti, negara-negara pertengahan dan negara-negara pinggiran, bedanya sangat signifikan.

Dari teori sosiologi ekonomi sistem ekonomi dunia yang dikemukakan dalam (Wallerstein, 2004) di atas, posisi Indonesia dalam konstelasi ekonomi global di-kategori-kan sebagai negara “*semi-peripheral*” (setengah pinggiran). Tekanan globalisasi dalam bentuk ekspansi jejaring *retail* internasional modern dan perputaran komoditas dunia. ditambah dengan pembangunan wilayah perkotaan berbasis *neo-liberal*, membuat ekonomi nasional Indonesia, seperti negara-negara Dunia Ketiga lainnya, rentan terhadap krisis ekonomi, khususnya di sektor formal. Ketika ekonomi negara-negara maju dan negara-negara *peripheral* di Dunia Ketiga mengalami krisis yang parah hampir sampai mencapai titik keruntuhan (*collapse*), Indonesia dan negara-negara lainnya yang di-kategori-kan sebagai *semi-peripheral*, justru menunjukkan ketangguhan (*resilience*) yang signifikan. Ketangguhan menghadapi berbagai kiris ekonomi ini dibangun oleh sektor informal di perkotaan, di antaranya pasar tradisional sebagai institusi

sosial-ekonomi dalam masyarakat wilayah perkotaan, walau pun pada kenyataannya sektor informal ini masih berada dalam posisi sub-ordinasi dari sistem kapitalisme global.

Dalam perspektif sosiologi perkotaan sebagaimana dibahas dalam (Gehl, 2010) dan (Florida, 2017) institusi sosial di perkotaan seperti pasar tradisional merupakan ruang sosial tempat warga masyarakat kota melakukan utamanya kegiatan ekonomi seperti jual-beli komoditas kebutuhan sehari-hari, dan juga berbagai interaksi sosial lainnya sehingga terjadi pertukaran identitas antar berbagai komunitas. Marginalisasi institusi sosial seperti pasar tradisional akan memperlemah ketangguhan ekonomi nasional dalam menghadapi tantangan kapitalisme global, termasuk penetrasi pasar global ke dalam kehidupan sehari-hari warga masyarakat, yang rentan dengan ancaman ke-tidak-setara-an (*inequality*) di tengah masyarakat perkotaan. Sudah dapat dipastikan, ujung-ujungnya ke-tidak-setara-an ini akan menimbulkan potensi berkembangnya berbagai patologi sosial di masyarakat perkotaan sebagaimana dikemukakan dalam karya-karya klasik (Durkheim 1951) dan (Lemert, 1951).

Dengan tinjauan teoritis dari perspektif sosiologi perkotaan sebagaimana diuraikan di atas, maka teori ekonomi identitas dari Meagher dan teori sistem ekonomi dunia dari Wallerstein menjadi landasan bagi urgensi untuk membangun kerangka konseptual dari suatu kajian kelayakan sosiologis dalam perencanaan revitalisasi pasar tradisional di Indonesia, yang seyogyanya tidak hanya menggunakan pendekatan pembangunan infrastruktur semata.

3. Beberapa Definisi Operasional

- (a) *pasar tradisional*: di Indonesia, pasar ini sudah dikenal jauh sebelum Indonesia merdeka sebagai tempat transaksi jual-beli antara pemasok, pedagang dan pelanggan. Interaksi antara ketiga pemangku kepentingan utama ini bukan hanya terbatas pada interaksi formal-transaksional perdagangan semata, melainkan lebih berupa hubungan yang didasari oleh interaksi sosial yang tersemat (*embedded*) dalam pasar tersebut sebagai suatu institusi sosial-ekonomi masyarakat tradisional. Pasar tradisional lebih merupakan “ruang” sosial-budaya (*socio-cultural space*) daripada hanya suatu lembaga perekonomian semata, yang dicirikan oleh hubungan berbasis komunitas, interaksi jual-beli langsung antara penjual dan pembeli dalam perdagangan informal, harga yang bisa ditawar-tawar, serta transaksi menggunakan uang tunai, walau pun ditengarai sudah ada transaksi non-tunai menggunakan QRIS di beberapa pasar tradisional (Nihe & Mesra, 2026)..
- (b) *revitalisasi*: dalam kajian ini, revitalisasi dipahami sebagai upaya untuk memulihkan kembali dan memperkuat sistem pengelolaan dan peng-operasi-an (pasar tradisional) baik secara fisik-nya sebagai infrastruktur perekonomian masyarakat, mau pun fungsinya sebagai lembaga sosial-ekonomi-budaya, sehingga lebih relevan dalam mengikuti perkembangan jaman.
- (c) *kelayakan sosiologis*: adalah kebaruan yang diajukan dalam kajian ini, merupakan ukuran seberapa jauh suatu program atau proyek (dalam hal ini revitalisasi pasar tradisional) selaras dan sesuai (*fit and proper*) dengan parameter-parameter sosiologis yang berlaku di masyarakat setempat – khususnya para pemangku kepentingan utama – seperti struktur sosial, nilai-nilai budaya, kapasitas kelembagaan, dan pola interaksi sosial yang ada, sehingga program revitalisasi tersebut dapat diterima, diterapkan dan terjamin keberlangsungannya, karena memang dianggap bermanfaat bagi masyarakat, khususnya untuk para pemangku kepentingan utama, bukan hanya untuk pemilik modal.
- (d) *kerangka konseptual*: tulisan ini merupakan upaya untuk membangun suatu kerangka konseptual dari kajian kelayakan sosiologis – bukan kajian kelayakan sosiologis itu sendiri – yang akan digunakan sebagai dasar dari kajian kelayakan sosiologis, sehingga mendapatkan konsep, asumsi yang tepat dan landasan teoritis. Jadi kerangka konseptual merupakan kumpulan dari konsep, asumsi dan teori yang disusun sedemikian rupa sehingga dapat digunakan sebagai dasar pemikiran dari pengusulan dilakukannya suatu kajian kelayakan sosiologis.

C. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif berupa pengamatan langsung dan wawancara di lokasi yang diteliti yaitu Pasar Gunung Batu, dan pengamatan langsung di satu lokasi lain sebagai rujukan pembanding, yaitu Pusat Grosir Bogor (PGB) Merdeka yang pernah di-alih-fungsi-kan untuk meng-integrasi-kan dan me-revitalisasi pasar-pasar tradisional di sekitarnya, yaitu Pasar Kebon

Jahe, Pasar Mawar dan pasar “kaget” di pertigaan Jalan Merdeka – Jalan M.A. Salmun (d/h Jalan Pabrik Gas).

Analisis Data

Data hasil pengamatan dan wawancara yang telah terkumpul kemudian di-analisis dalam sub-bab Pembahasan menggunakan teori-teori yang dibahas dalam Bab Tinjauan Teoritis, yaitu teori identitas dari Maegher dan teori sistem dunia dari Wallerstein, ditinjau dari perspektif sosiologi perkotaan. Analisis menghasilkan sebuah kerangka konseptual dari kelayakan sosiologis yang dapat digunakan dalam proses perencanaan revitalisasi pasar tradisional seperti Pasar Gunung Batu, sehingga tidak mengalami kegagalan sebagaimana yang terjadi dengan PGB Merdeka, yaitu kegagalan meng-integrasi-kan dan me-revitalisasi 3 (tiga) pasar tradisional di sekitarnya.

Keabsahan Data

Pengamatan dan wawancara dilakukan sendiri oleh peneliti, sehingga menghasilkan data primer. Gambar-gambar diambil menggunakan kamera di HP merk “Redmi”, sedangkan wawancara dilakukan dengan berbekal *form* yang telah berisi daftar pertanyaan terkait profil informan dan pertanyaan-pertanyaan substantif. Pencatatan dilakukan secara manual oleh peneliti sendiri.

D. Hasil Penelitian

Pengamatan langsung pada PGB Merdeka dan pasar-pasar tradisional di sekitarnya, Pasar Gunung Batu yang menjadi kasus yang dikaji, serta wawancara dengan 8 (delapan) orang informan (lihat Tabel 1 dan Tabel 2) di pasar tradisional tersebut, menghasilkan sedikitnya 3 (tiga) temuan, yaitu:

- (1) kegagalan revitalisasi,
- (2) pasar yang semakin sepi, dan
- (3) aspirasi pemangku kepentingan,

yang diuraikan lebih lanjut sebagai berikut:

1) Kegagalan revitalisasi.

Hasil wawancara

Untuk temuan ini tidak dilakukan wawancara, hanya berdasarkan pengamatan langsung ke lokasi penelitian, yaitu ke PGB Merdeka dan 3 (tiga) pasar tradisional di sekitarnya.

Hasil pengamatan

Pada tahun 1970an, gedung yang sekarang menjadi PGB Merdeka, asal-mulanya adalah Gedung Olahraga Merdeka yang digunakan untuk berbagai *event* dan tempat latihan olahraga *indoor*. Di lantai dasar waktu itu juga ada Perpustakaan Daerah Kotamadya Bogor lengkap dengan tempat diskusi para pencinta dan penulis buku. Setelah pemekaran Kota Bogor, dengan alasan *zonasi* agar sekitarnya menjadi *Central Business District* (CBD), maka Gedung Olahraga tersebut di-alih-fungsi menjadi PGB Merdeka.

Alih fungsi Gedung Olahraga Merdeka menjadi PGB Merdeka, selain untuk memenuhi *zonasi*, juga sekali gus diharapkan menjadi solusi integrasi dan revitalisasi 3 (tiga) pasar tradisional di sekitar gedung, yaitu: (1) Pasar Kebon Jahe di belakang gedung, menghadap ke Jalan Perintis Kemerdekaan (d/h Jalan Kebon Jahe), (2) Pasar Mawar di Jalan Dr. Sumeru dan (3) pasar “kaget” di pertigaan Jalan Merdeka – Jalan M.A. Salmun (d/h Jalan Pabrik Gas). Ketiga pasar tradisional tersebut masing-masing masih berkembang sendiri-sendiri, tidak ter-integrasi dengan PGB Merdeka, dan tidak ter-revitalisasi. Selama masa pandemi COVID-19 (2020 – 2023) sempat sepi karena kebijakan *lock-down*, tapi sekarang sudah kembali ramai pengunjung – terutama di pagi hari. Kondisinya semakin kumuh dan selalu menyebabkan kemacetan lalu-lintas di jalan-jalan sekitarnya karena mengambil trotoar, bahkan sebagian badan jalan, untuk lapak jualan. Sementara PGB Merdeka sendiri semakin hari semakin sepi, sebagian kios di dalamnya tutup, dan yang masih buka pun sangat sepi pengunjung, sebagaimana dilaporkan oleh hasil pengamatan (Rizky & Iqbal *MetroBogor*, 2026) dalam tayangan *reel* di *platform Facebook*. Gambar 2

menunjukkan tampak depan (arah Jalan Merdeka) dari PGB Merdeka. Terlihat jelas beberapa pedagang kaki lima (PKL) membuka lapak mereka di trotoar tepi jalan baik di sisi gedung PGB Merdeka, mau pun di seberang jalannya. Di sekeliling dan di sekitar gedung, selain lapak-lapak PKL di trotoar jalan, juga terdapat 3 (tiga) pasar tradisional, yaitu Pasar Kebon Jahe tepat di belakang gedung, dan Pasar Mawar serta sebuah pasar “kaget” di pertigaan Jalan Merdeka – Jalan M.A. Salmun (d/h Jalan Pabrik Gas), Ketiga pasar tersebut umumnya ramai pengunjung hampir selama 24 jam 7 hari sepekan, tumpah ruah ke trotoar, tampak sangat kumuh, dan hampir selalu menyebabkan kemacetan di jalur angkutan kota Jalan Perintis Kemerdekaan (d/h Jalan Kebon Jahe)-Jalan Dr. Sumeru-Jalan Mawar-Jalan Merdeka. PGB Merdeka menjadi contoh nyata kegagalan revitalisasi pasar tradisional. Pasar Grosir Bogor (PGB) Merdeka telah gagal meng-integrasi-kan dan me-revitalisasi 3 (tiga) pasar tradisional di sekitarnya, yaitu Pasar Kebon Jahe, Pasar Mawar dan pasar “kaget” di pertigaan Jalan Merdeka-Jalan M.A. Salmun. Kegagalan ini ditengarai akibat dari kebijakan “*top-down*” yang diterapkan pada tahapan perencanaannya, yang hanya mempertimbangan kelayakan teknis dan kelayakan ekonomis, tanpa mempertimbangkan aspek-aspek sosiologis.

Dokumentasi/foto (lihat Gambar 2)

Gambar 2. Pusat Grosir Bogor (PGB) “Merdeka”



(Sumber: Dokumentasi Pribadi).

Pendapat peneliti

Dari hasil pengamatan langsung yang dilakukan peneliti, PGB “Merdeka” yang merupakan pengalihan fungsi dari sebelumnya merupakan Gedung Olahraga dan Perpustakaan Daerah menjadi suatu pusat grosir, telah gagal meng-integrasi-kan dan me-revitalisasi 3 (tiga) pasar tradisional di sekelilingnya, yaitu Pasar Kebon Jahe, Pasar Mawar dan sebuah pasar “kaget” di di pertigaan Jalan Merdeka – Jalan M.A. Salmun (d/h Jalan Pabrik Gas). Menurut hemat peneliti, kegagalan ini merupakan buah konsekuensi logis dari pendekatan yang tidak tepat ketika dalam tahap perencanaannya. Revitalisasi pasar tradisional dalam kasus ini hanya dipandang sebagai implementasi kebijakan pemerintah daerah yang bersifat “*top-down*” tanpa mempertimbangkan aspirasi para pemangku kepentingan utama, yaitu khususnya para pemasok, para penjual dan para pembeli. Revitalisasi pasar tradisional hanya mempertimbangkan kelayakan teknis dan kelayakan ekonomis sebagaimana umumnya pembangunan infrastruktur biasa. Seharusnya, dalam perencanaan pasar tradisional di Indonesia, patut dipertimbangkan pula kelayakan sosiologis-nya.

(2) Pasar yang semakin sepi.

Hasil wawancara

Informan yang dipilih untuk di-wawancara adalah para penjual di Pasar Gunung Batu dan sekitarnya yang sudah memulai usahanya sejak sebelum masa pandemi COVID-19 sehingga dapat membandingkan kondisi sebelum dan sesudah masa tersebut. Profil ringkas para informan dapat dilihat pada Tabel 1, sedangkan rekapitulasi hasil wawancara lengkap dapat dilihat pada Tabel 2. Ada dua pertanyaan pokok yang diajukan kepada semua informan. Wawancara dilakukan dalam bahasa pengantar Bahasa Indonesia yang bercampur dengan Basa Sunda logat Bogor. Hasil wawancara seluruhnya diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia.

Tabel 1 Daftar Informan

No.	Waktu		Nama	Usia	LOKASI	Jenis USAHA	Sejak Tahun
	Tanggal	Jam		(Tahun)			
01	Mon, Nov 10, 25	12:30	Martln	72	Tepi Jalan Raya	<i>Photocopy & Stationary</i>	1980
02	Mon, Nov 10, 25	12:40	E r r y	44	Gang Ledeng	<i>HP Service & Repair</i>	2011
03	Tue, Nov 11, 25	12:45	Maysaroh	60	Lantai 2	<i>Pharmacy</i>	2000
04	Tue, Nov 11, 25	12:50	Endang	57	Lantai 2	Kueh Kering	1996
05	Tue, Nov 11, 25	12:55	Thesye	68	Lantai 2	<i>Frozen Food</i>	2013
06	Tue, Nov 11, 25	13:15	E t t y	56	Lantai 2	Buah-buahan segar	1995
07	Tue, Nov 11, 25	13:30	Maysaroh	50	Lantai 2	Ayam Potong	1995
08	Tue, Nov 11, 25	13:35	Rahmat	42	Lantai 1	Kelontong & Plastik	2002

Dari hasil wawancara, hampir semua penjual mengeluhkan berkurangnya pengunjung dan pembeli di Pasar Gunung Batu, jika dibandingkan dengan kondisi sebelum masa pandemi COVID-19. Hanya penjual jasa *fotocopy* (Informan #1) dan teknisi reparasi HP (Informan #2) yang mengatakan usahanya tidak terlalu terpengaruh dengan masa pandemi. Semua penjual lainnya yang menjual barang mengatakan bahwa *omzet* penjualan yang *drop* pada masa pandemi karena hampir tidak ada pengunjung ke pasar pada masa *lock-down* itu, tidak pernah kembali ke kondisi sebelum pandemi. Hampir semuanya tidak habis pikir, ke mana para pelanggan lamanya menghilang setelah pandemi. Bahkan salah seorang informan yang berjualan obat-obatan (Informan #3) menduga banyak pelanggannya yang meninggal dunia karena COVID-19. Tapi semua informan sepakat bahwa memang kondisi ekonomi sedang tidak “baik-baik” saja, belum sepenuhnya pulih setelah masa pandemi COVID-19. Informan #2 yang teknisi reparasi HP mengamati bahwa terjadi banyak sekali pemutusan hubungan kerja (PHK) yang mengakibatkan menurunnya daya beli (*purchasing power*) masyarakat.

Hasil pengamatan

Pasar Gunung Batu, sekitar 2 km dari PGB Merdeka lokasinya di tepi jalan raya yang menuju ke arah barat kota, yaitu ke Kampus IPB Dramaga, Leuwiliang dan Jasinga. Pasar tradisional ini dahulunya berada di Kecamatan Ciomas, Kabupaten Bogor, dekat perbatasan dengan Kotamadya Bogor. Jadi waktu itu pasar ini berfungsi sebagai *hub* (penghubung) antara pembeli, penjual dan pemasok dari wilayah perkotaan Kotamadya Bogor dengan wilayah pedesaan Kabupaten Bogor. Barang-barang yang diperjual-belikan merupakan campuran produk pertanian yang dipasok dari wilayah pedesaan dan produk industri dari wilayah perkotaan. Setelah pemekaran, Pasar Gunung Batu sepenuhnya berada dalam wilayah perkotaan, yaitu di Kecamatan Bogor Barat, Kota Bogor. Dengan demikian, selain masalah-masalah yang terkait dengan status-nya sebagai pasar tradisional, Pasar Gunung Batu juga merupakan bagian dari berbagai masalah perkotaan yang dihadapi Kota Bogor, seperti kepadatan penduduk, kekumuhan, kemacetan lalu-lintas, pengelolaan sampah, dan seterusnya.

Lokasi Pasar Gunung Batu cukup strategis, yaitu bersebelahan dengan kantor Kelurahan Gunung Batu dan Kompleks Perumahan Purbasari. Di seberang jalan ada Kompleks Pusdiklat SDM Kementerian Kehutanan yang bertetangga dengan Kompleks Markas Batalyon Infanteri (YONIF) 315 Garuda TNI-AD. Di sekeliling kompleks-kompleks tersebut merupakan wilayah pemukiman penduduk yang cukup padat. Jalan raya di depan Pasar Gunung Batu, yaitu Jalan Mayjen Ishak Juarsa atau Jalan Raya Cibungbulang, merupakan jalan nasional yang menghubungkan Kota Bogor dengan Kampus IPB Dramaga, dan kota-kota kecamatan Ciampea, Leuwiliang dan Jasinga. Di depan pintu masuk parkir ada halte bus “Kita” yang menghubungkan terminal Bubulak dengan terminal Ciawi di sebelah timur kota. Jalur angkutan kota nomer 02, 03 dan 14 juga melalui jalan raya tersebut.

Pasar Tradisional Gunung Batu yang berjarak hanya 2 km dari PGB Merdeka, yang pernah berjaya sebagai “*hub*” desa dan kota ketika masih berada di wilayah Kabupaten Bogor, kemudian sempat lumpuh total pada masa pandemi COVID-19, kondisinya setelah menjadi bagian dari wilayah Kota Bogor dan setelah pandemi berlalu pun, tidak pernah kembali pulih. Khususnya jika dilihat dari jumlah pengunjung dan pembeli yang terus menurun dari waktu ke waktu.

Pada beberapa hari menjelang lebaran (Hari Raya 'Iedul Fithri 1447 H) pada bulan Maret tahun 2026, Pasar Gunung Batu terpantau agak ramai dengan pengunjung, bahkan di salah satu lapak terjadi antrian pembeli yang cukup panjang. Setelah diamati dengan lebih seksama, lapak yang tiba-tiba ramai itu adalah penjual bumbu-bumbu basak untuk masakan-masakan khas pada masa-masa lebaran seperti *rendang*, *opor*, *sambal goreng ati*, dan lain-lain. Selepas lebaran, Pasar Gunung Batu kembali sepi seperti sediakala.

Dokumentasi/foto (lihat Gambar 3)

Gambar 3. Suasana di Lantai 2 Pasar Gunung Batu

Foto diambil pada hari Selasa, 11 November 2025, jam 13:00 pada saat penelitian.



(Sumber: Dokumentasi Pribadi).

Pendapat peneliti

Selain kondisi ekonomi yang belum pulih, mungkin ada beberapa alasan lain yang menyebabkan berkurangnya pembeli yang berkunjung ke Pasar Gunung Batu setelah masa pandemi berlalu. Pertama, sebagaimana diungkapkan oleh Informan #5, semakin banyak warga masyarakat yang lebih suka membeli barang secara *on-line* dengan aplikasi *market-place* seperti *Shopee*, *Bukalapak*, *Lazada*, atau menggunakan pemesanan dengan *Go-Send*, *Grab-Food*, dan lain-lain. Kedua, jika diamati, semakin banyak pedagang sayur keliling yang ber-operasi keluar masuk kompleks dan perkampungan melalui lorong-lorong dan gang. Mereka bisa dipesan untuk membelikan apa saja di pasar, kemudian pemesannya – kebanyakan emak-emak yang sudah “*mager*” (malas gerak) pergi ke pasar – tinggal menunggu pesannya datang ke rumah. Dan ketiga, setelah bisnis *retail* kembali menggeliat, beberapa pasar dan toko swalayan (*supermarket*) dari jejaring seperti *Tip-Top*, *Hari-Hari*, *Yomart*, *Alfamart*, *Alfamidi*, *Indomaret*, dan lain-lain mulai ramai kembali. Dari ketiga kemungkinan penyebab utama dari berkurangnya pengunjung dan pembeli di Pasar Gunung Batu, semakin jelas urgensi-nya untuk merevitalisasi pasar tradisional tersebut.

(3) Aspirasi pemangku kepentingan.

Hasil wawancara

Dari aspirasi para penjual yang terungkap dari wawancara, jelas bahwa mereka tetap ingin tetap berjualan di tempatnya sekarang, hanya mereka berharap lebih banyak pelanggan yang datang berkunjung dan membeli jualan mereka. Oleh karena itu, tidak mungkin Pasar Gunung Batu di-revitalisasi menjadi pusat grosir (seperti PGB Merdeka), atau pasar swalayan, apalagi menjadi pusat perbelanjaan (*shopping-mall*) besar, karena sama saja dengan menggusur para penjual. Tentu masalah sosial yang ditimbulkan menjadi lebih besar, sebagaimana pengalaman dengan PGB Merdeka. Satu-satunya kemungkinan yang paling layak secara sosiologis adalah meningkatkan status Pasar Gunung Batu dari pasar tradisional menjadi pasar modern. Pasar modern adalah pasar dengan konsep modern tapi dengan tetap mempertahankan berbagai fitur pasar tradisional. Salah satu pemangku kepentingan utama adalah para pedagang yang masih berjualan di Pasar Gunung Batu saat ini. Keluhan mereka akan sepi pembeli, dan kondisi pasar yang ada, mendorong mereka meminta pihak yang berwenang untuk merencanakan revitalisasi pasar tempat mereka berjualan. Karena dari hasil wawancara tampaknya mereka tidak ingin dipindahkan dari tempatnya sekarang, maka tidak mungkin pasar tersebut di-*upgrade* menjadi pasar grosir seperti PGB Merdeka, atau menjadi pasar swalayan (*super-market*), apalagi menjadi pusat perbelanjaan (*mall* atau *town square*), sedangkan untuk dikembalikan agar berfungsi sebagai pasar tradisional juga tampaknya tidak lagi memungkinkan, maka satu-satunya alternatif yang paling optimal, asumsinya adalah me-revitalisasi dengan meng-*upgrade* Pasar Gunung Batu dari statusnya sebagai pasar tradisional sekarang menjadi pasar modern.

Dari Tabel 2 hasil wawancara dengan para penjual di Pasar Gunung Batu, secara umum hampir semuanya mengeluhkan kurangnya pengunjung jika dibandingkan dengan kondisi sebelum pandemi COVID-19, seperti contohnya jawaban Informan #1:

“... Dibandingkan dengan jumlah pembeli yang datang pada waktu sebelum pandemi, sekarang sangat kurang, terutama yang membeli barang ...”

atau jawaban Informan #2:

“... Saya perhatikan memang pasar di depan masih sepi, bahkan kelihatannya makin sepi setelah pandemi, tidak ramai seperti dulu sebelum pandemi, parkir penuh, yang belanja “pajejel” (berdesakan, Pen). Sekarang mungkin kalau siang begini, bisa main bola di dalam pasar ...”

Memang tidak semua mengeluhkan sepi pembeli atau pengunjung, Informan #1 dan Informan #2 yang masing-masing juga menjual jasa *fotocopy* dan *service HP* antara lain mengatakan:

Informan #1: *“... Kalau yang fotocopy lumayan stabil...”*

Informan #2: *“... Kalau untuk yang memperbaiki HP, tetap stabil. Bahkan selama pandemi juga saya tetap buka, karena tetap ada saja yang mau memperbaiki HP-nya ...”*

Mengenai sebab-musabab dari sepi pasar dari pengunjung, secara umum para pedagang pasar ini memahami bahwa sejak berlalunya masa pandemi COVID-19, ekonomi nasional memang belum pulih sepenuhnya kembali seperti sediakala, sebagaimana diungkapkan antara lain oleh Informan #8:

“... Mungkin memang kondisi ekonomi masih sulit untuk dunia usaha, terutama usaha berjualan barang (kelonting dan plastik) seperti ini ...”

atau secara lebih spesifik, dikatakan oleh Informan #2:

“... Saya duga ini karena banyak PHK (Pemutusan Hubungan Kerja, Pen.), jadi orang tidak mampu belanja di pasar lagi ...”

dan Informan #3, yang berjualan obat-obatan:

“... Sekarang mah benar-benar sepi. Mungkin banyak pelanggan yang sudah pada meninggal (terkena COVID-19, Pen.)? ...”

Tabel 2 Rekapitulasi Hasil Wawancara

Pertanyaan:	
1	<i>Bagaimana kondisi (jumlah pembeli per hari, banyak atau sedikit, atau tetap saja) sebelum pandemi, pada saat pandemi dan sekarang</i>
2	<i>Bagaimana kondisi ekonomi (sulit, mudah, biasa saja) sebelum pandemi, pada saat pandemi dan sekarang?</i>

INFORMAN	Jawaban:	
INFORMAN 1 MartIn	1	Dibandingkan dengan jumlah pembeli yang datang pada waktu sebelum pandemi, sekarang sangat kurang, terutama yang membeli barang. Kalau yang <i>fotocopy</i> lumayan stabil. Sempat menurun pada waktu pandemi, setelah pandemi, yang membeli barang terus menurun, sampai sekarang, tidak ada tanda-tanda akan bertambah lagi
	2	Sekarang ini dunia usaha sedang sulit, dan setiap hari terasa bertambah sulit. Dulu disangka karena pandemi, harapannya setelah pandemi selesai, bakalan membaik. Tapi ini tidak ada tanda-tandanya. Bahkan katanya uang 1000 rupiah akan jadi 1 rupiah lagi seperti dulu tahun 1960an.
INFORMAN 2 E r r y	1	Kalau untuk yang memperbaiki HP, tetap stabil. Bahkan selama pandemi juga saya tetap buka, karena tetap ada saja yang mau memperbaiki HP-nya. Sesudah pandemi, juga yang datang tetap segitu-segitu saja. Tidak terpengaruh sepertinya. Saya perhatikan memang pasar di depan masih sepi, bahkan kelihatannya makin sepi setelah pandemi, tidak ramai seperti dulu sebelum pandemi, parkir penuh, yang belanja " <i>pajejel</i> " (berdesakan, Pen). Sekarang mungkin kalau siang begini, bisa main bola di dalam pasar. Saya duga ini karena banyak PHK, jadi orang tidak mampu belanja di pasar lagi.
	2	Setelah pandemi, semakin hari semakin sedikit pelanggan yang datang. Dulu sebelum pandemi, yang beli obat di sini sampai antri. Waktu pandemi memang berkurang sekali yang datang, tapi masih tertolong oleh yang pesan <i>on-line</i> . Harapannya setelah lewat pandemi akan kembali normal. Sekarang <i>mah</i> benar-benar sepi. Mungkin banyak pelanggan yang sudah pada meninggal?
INFORMAN 3 Maysaroh	1	Wah, sepertinya ekonomi memang sedang sulit. Setelah pandemi, bukannya membaik, malah tambah sulit.
	2	Sekarang sedikit sekali pembeli yang datang, sepi. Dulu sebelum pandemi, ramai sekali. Waktu pandemi langsung " <i>drop</i> ", dan tidak pernah bertambah lagi sampai sekarang, padahal pandeminya sudah lewat. Selain sedikit orang yang datang membeli, belanjanya juga hanya sedikit-sedikit. Jarang ada yang beli banyak-banyak.
INFORMAN 4 Pak Endang	1	Ekonomi memang sedang sulit. Bukan hanya karena pandemi, karena pandemi-nya sudah tidak ada <i>tokh</i> masih begini-begini saja, malah semakin memburuk.
	2	Ini dari pagi sampai siang ini belum ada pembeli. Sepi sekali sekarang. Persaingan di sini berat (sambil menunjuk ke penjual lain, Pen). Padahal dulu sebelum pandemi, saya buka dua lapak, dua-duanya laku. Banyak yang membeli, sampai antri, kewalahan melayaninya. Waktu awal-awal pandemi masih dibantu sama yang <i>on-line</i> . Sekarang yang <i>on-line</i> juga tidak ada yang beli. Makin hari makin sulit.
INFORMAN 5 PakThesye	1	Kondisi ekonomi semakin menyulitkan untuk usaha. Terutama untuk penjualan. Makanan saja sulit dijual, apalagi yang bukan makanan.
	2	Sebelum pandemi saya jualan di Lantai 1. Ramai yang beli. Terus sekarang pindah ke Lantai 2 sesudah diambil alih Perusahaan (Daerah, Pen.) dari Pemda. Jadi sepi. Waktu pandemi tambah sepi, dan sesudah pandemi tidak pernah ramai lagi seperti dulu.
INFORMAN 6 Ibu Etty	1	Memang katanya ekonomi sedang sulit. Harapannya pemerintah bisa memperbaiki. Supaya usaha saya lancar lagi dan ramai
	2	Wah, dulu sebelum pandemi saya sehari motong seratusan ayam. Banyak pembeli, sampai berdesak-desakan, antri, kewalahan melayaninya. Waktu pandemi sedikit orang ke pasar. Sekarang makin sedikit orang beli. Sudah perlu bansos ini, 10 juta. Bapak nanti bawakan bansos yah, (Amiin, Pen.) Pemerintah perlu memperhatikan ini. Kenapa pasar jadi sepi begini.
INFORMAN 7 Maysaroh	1	Mudah-mudahan pemerintah bisa memperbaiki kondisi ekonomi, sehingga keadaan menjadi lebih baik. Sejak pandemi belum ada tanda-tanda membaik.
	2	Semakin hari terasa semakin sepi pembeli. Dulu ramai sekali. Terus ada pandemi. Jadi sepi. Tapi ini pandemi sudah lewat, <i>kok</i> malah semakin sepi.
INFORMAN 8 Rahmat	1	Mungkin memang kondisi ekonomi masih sulit untuk dunia usaha, terutama usaha penjualan barang (kelonting dan plastik) seperti ini.
	2	

Walau pun kondisinya serba mem-prihatin-kan, harapan dan optimisme masih dibentangkan terang oleh para pedagang pasar ini, seperti diungkapkan oleh Informan #7 berikut:

“... Mudah-mudahan pemerintah bisa memperbaiki kondisi ekonomi, sehingga keadaan menjadi lebih baik. (Yang) sejak pandemi belum ada tanda-tanda membaik...”

dan Informan #6:

“... Memang katanya ekonomi sedang sulit. Harapannya pemerintah bisa memperbaiki. Supaya usaha saya lancar lagi dan ramai ...”

Hasil pengamatan

Secara aspiratif, dapatlah dirumuskan bahwa para pedagang di Pasar Gunung Batu pada umumnya mengeluhkan sepi pengunjung dan pembeli barang jika dibandingkan dengan kondisi sebelum pandemi COVID-19. Secara garis besar mereka memahami bahwa memang kondisi ekonomi nasional belum sepenuhnya pulih setelah masa pandemi itu berlalu, tapi juga mereka mengkhawatirkan ada penyebab-penyebab lain dari kondisi ini. Mereka tetap optimis bahwa pemerintah dapat membantu mengatasi masalah ini, sehingga kondisi bisa pulih kembali seperti masa-masa sebelum pandemi COVID-19. Mereka juga masih sangat berharap untuk tetap bertahan berjualan di pasar ini, tidak harus pindah apalagi tergusur ke tempat lain, hanya mungkin harus ada perubahan yang mendasar sesuai perkembangan jaman.

Dokumentasi/foto

Untuk temuan ini tidak ada dokumentasi dalam bentuk foto, hanya rekapitulasi hasil wawancara yang ditampilkan dalam Tabel 2.

Pendapat peneliti

Dari hasil wawancara dengan para pedagang dan pengamatan langsung di Pasar Gunung Batu, peneliti berpendapat bahwa yang diinginkan oleh para pedagang itu adalah pulihnya kondisi pasar ramai kembali seperti pada masa sebelum masa pandemi COVID-19. Para pedagang itu umumnya memahami bahwa memang kondisi perekonomian pasca-pandemi belum sepenuhnya pulih kembali, sehingga pasar masih sepi pembeli. Tapi tentu ini bukan satu-satunya faktor penyebab dari kondisi pasar yang sepi pembeli. Oleh karena itu, revitalisasi merupakan keniscayaan yang tidak bisa dihindari. Tapi karena para pedagang - selaku salah satu pemangku kepentingan utama - umumnya masih berkeinginan dan berpengharapan besar untuk tetap berjualan di Pasar Gunung Batu, maka revitalisasi dengan mengubah pasar tradisional menjadi pusat grosir, pasar swalayan, *super-market*, pusat perbelanjaan apalagi *mall* yang jelas akan menggusur dan mengancam eksistensi mereka, tentu bertentangan dengan aspirasi para pedagang ini. Menurut keyakinan peneliti, meningkatkan status Pasar Gunung Batu dari pasar tradisional menjadi pasar modern, adalah satu-satunya alternatif yang layak secara sosiologis untuk dipertimbangkan dalam kajian selanjutnya.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

Pembahasan hasil penelitian yang sedikitnya menghasilkan 3 (tiga) temuan, yaitu:

- (1) kegagalan revitalisasi,
- (2) pasar yang semakin sepi, dan
- (3) aspirasi pemangku kepentingan,

masing-masing akan dibahas berdasarkan teori ekonomi identitas dari **Maegher** dan teori sistem dunia dari **Wallerstein** dalam perspektif sosiologi perkotaan sehingga menghasilkan pembahasan tentang:

- (4) kerangka konseptual kelayakan sosiologis

sebagaimana diuraikan berikut ini:

(1) Kegagalan revitalisasi. Ditengarai kegagalan pembangunan PGB Merdeka dalam rangka meng-integrasi-kan dan me-revitalisasi 3 (tiga) pasar tradisional di sekitarnya ini disebabkan karena pendekatan yang dilakukan hanyalah pendekatan pembangunan infrastruktur yang bersifat *top-down*, berupa renovasi dan alih-fungsi gedung olahraga menjadi pusat grosir, tanpa keterlibatan sama -sekali dari para pemangku kepentingan, khususnya para penjual, pemasok dan pembeli di pasar-pasar tradisional di sekelilingnya. **Kate Maegher** dalam (Maegher, 2010) mengemukakan gagasan tentang “ekonomi identitas” setelah melakukan penelitian mendalam tentang pasar tradisional, khususnya di Nigeria. Menurutnya, pasar tradisional bukan hanya suatu institusi ekonomi tempat berdagang atau menjual beli, melainkan suatu institusi sosial berbasis komunitas yang tersemat (*embedded*) di dalamnya “identitas” dari komunitas tersebut, misalnya hubungan kekerabatan, kesukuan, per-tetangga-an se-RT/RW, ke-agama-an, serta kedekatan hubungan lainnya yang sudah berlangsung lama, bahkan lintas generasi. Hal-hal ini tidak diperhatikan oleh pemerintah kota Bogor ketika meng-alih-fungsi-kan gedung yang semula gedung olahraga dan perpustakaan daerah, menjadi PGB Merdeka untuk meng-integrasi-kan dan me-revitalisasi sekaligus 3 (tiga) pasar tradisional di sekelilingnya. Ketika masa pandemi COVID-19, memang semua kegiatan ekonomi di PGB Merdeka dan ketiga pasar tersebut “mati suri”. Tapi setelah pandemi berlalu, hanya PGB Merdeka yang tetap sepi, sedangkan ketiga pasar tradisional di sekelilingnya sedikit demi sedikit mulai bergeliat dan berkembang lagi, masing-masing, tidak ter-integrasi, apalagi ter-revitalisasi oleh PGB Merdeka tersebut. Menurut perspektif **Maegher**, PGB Merdeka tidak membawa “identitas” dari masing-masing pasar tradisional di sekelilingnya itu.

Pasar tradisional adalah bagian dari sektor informal dalam sistem sosial-ekonomi. Karena PGB Merdeka dan ketiga pasar tradisional di sekelilingnya berada di kawasan perkotaan, maka gagasan ekonomi identitas dari **Maegher** dapat dilihat dari sisi sosiologi dan perencanaan wilayah perkotaan sebagai informalitas perkotaan (*urban informality*). Informal bukan berarti tidak beraturan, tapi lebih ke sifat hubungan dan interaksi sosial di antara para pihak (pemasok, penjual dan pembeli) yang terlibat dalam kegiatan di pasar tradisional tersebut. Adanya mekanisme tawar-menawar, aturan yang fleksibel, sistem kredit simpan-pinjam, bahkan jika ada pihak pemerintah yang terlibat pun, misalnya penagih retribusi dari perusahaan daerah, dilakukan pembayaran secara informal secara berkala, harian, pekanan, atau maksimum bulanan. Semua urusan “bisa diatur” atau *negotiated*.

Gabungan antara gagasan “identitas” dan “informalitas” inilah yang ditengarai membangun suatu pasar tradisional, sehingga menjadi institusi sosial-ekonomi, tidak semata-mata suatu tempat penjualan barang “retail” seperti pasar swalayan di *mall* atau *super-market*. Kegagalan PGB Merdeka merupakan refleksi dari kegagalan membawakan “identitas” dan “informalitas” dalam ketiga pasar tradisional di sekelilingnya.

(2) Pasar yang semakin sepi. **Immanuel Wallerstein** dengan teori sistem dunia-nya dalam (Wallerstein 1974, 1979, 2004)) meng-kategori-kan Indonesia ke dalam kategori negara dengan kondisi ekonomi *semi-peripheral* atau “setengah pinggiran”. Sebagai negara dalam kategori *semi-peripheral*, sektor informal di Indonesia – diantaranya adalah pasar tradisional - memegang peranan yang sangat strategis sebagai peredam goncangan (*shock-absorber*) apabila terjadi krisis ekonomi global. Jika terjadi krisis global maka sektor formal seperti korporasi, per-bank-an, pasar saham dan ketenaga-kerjaan akan mengalami goncangan, atau setidaknya mendapat tekanan akibat fluktuasi pasar global, harga komoditas yang tidak menentu, krisis finansial, serta berbagai konflik dan persaingan perdagangan internasional. Sektor informal akan mendorong berbagai jenis usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang tidak memerlukan modal besar, termasuk antara lain membuka lapak di pasar tradisional atau menjadi pedagang keliling, dan kembali ke kegiatan perdagangan tradisional. Pasar tradisional membuka lebar lapangan pekerjaan informal, mulai dari kuli pengangkut barang atau *porter*, penjual makanan dan minuman, pengemudi *ojek* yang *off-line* mau pun yang *on-line*, dan lain sebagainya. Keberadaan pasar tradisional juga menyederhanakan jalur distribusi komoditas, menjadi jalan pintas yang menghubungkan produsen dan konsumen, khususnya untuk produk-produk kebutuhan rumah-tangga sehari-hari, produk pertanian dan produk lokal. Sistem per-kredit-an di sektor informal juga menyederhanakan birokrasi per-bank-an dengan sistem sistem simpan-pinjam-cicilan berbasis saling percaya (*mutual-trust*).

Jika kemudian pasar tradisional menjadi semakin sepi pengunjung dan pembeli, kemungkinan hal ini merupakan indikasi dari tidak berfungsinya salah satu bagian dari sektor informal yang penting bagi Indonesia untuk bertahan sebagai negara *semi-peripheral*. Menurut **Wallerstein**, negara *semi-peripheral* seperti Indonesia sangat rentan dengan goncangan krisis ekonomi global, dan sektor informal seperti pasar tradisional menjadi urgen untuk di-revitalisasi dan dipulihkan kembali fungsinya seperti sediakala.

(3) Aspirasi pemangku kepentingan. Para penjual di Pasar Gunung Batu memahami sepenuhnya bahwa setelah masa pandemi COVID-19 kondisi ekonomi belum pulih kembali sepenuhnya. Seandainya pun suatu saat kondisi ekonomi bisa pulih kembali, pasar tradisional tempat mereka mencari nafkah pun tidak mungkin bisa kembali seperti kondisinya sebelum masa pandemi. Jika Pasar Gunung Batu di-revitalisasi dengan jalan ditingkatkan menjadi pasar swalayan, misalnya, maka artinya pasar tersebut diserahkan kepada pemilik modal besar, atau bahkan dijadikan bagian dari jejaring *retail* nasional atau internasional, dan para pedagang ini akan tergusur entah ke mana, kehilangan lapak jualannya, yang berarti kehilangan mata-pencariannya. Alternatif yang lebih layak bagi mereka kiranya adalah merevitalisasi Pasar Gunung Batu dengan jalan meng-*up-grade*-nya menjadi pasar modern. Sebagai model yang dapat ditiru, misalnya Pasar Modern BSD City di Kota Tangerang, sebagaimana disebutkan dalam (Dekoruma, 2023):

“Pasar Modern BSD City bukan hanya sekadar nama, ada alasan kuat yang membuat tempat belanja ini dinamai demikian. Produk yang ditawarkan di pasar ini sangat lengkap, lapangan pasar yang luas dan tertata rapi, serta adanya petunjuk yang memudahkan pelanggan berbelanja.

Kamu bisa menemukan segala kebutuhan rumah tangga di BSD City Marketplace yang dekat dengan pasar modern ini. Ini tidak hanya mencakup sayur, buah, dan daging segar, tetapi juga pakaian, perabotan rumah tangga, hingga dekorasi rumah. Ruang lapak pedagang tersusun dengan rapi, memastikan keteraturan yang memudahkan pelanggan.

Produk-produk seperti buah, sayur, dan ikan segar ditempatkan di pusat pasar, sementara kebutuhan rumah tangga lainnya ditempatkan di sekitar atau pinggir, agar tidak bercampur. Jadi, tidak perlu khawatir tentang kesulitan mencari barang yang kamu butuhkan. Papan penunjuk lapak juga tersedia sebagai petunjuk ke arah produk yang kamu cari.”

Salah satu ciri lain dari suatu pasar modern, adalah dalam sistem pembayarannya yang tidak hanya mengandalkan transaksi dengan uang tunai, melainkan juga menggunakan sarana pembayaran modern non-tunai seperti kartu debit, kartu kredit, transfer, dan yang sekarang juga mulai populer digunakan di pasar-pasar tradisional, yaitu pembayaran dengan QRIS (Nihe & Mesra, 2026).

(4) Kerangka konseptual kelayakan sosiologis. Teori sistem dunia dari **Wallerstein** menjelaskan posisi Indonesia sebagai negara *semi-peripheral*, dan bagaimana pentingnya sektor informal seperti pasar tradisional untuk berfungsi sebagai peredam goncangan, terutama ketika terjadi krisis. Sepinya pasar-pasar tradisional seperti Pasar Gunung Batu pasca pandemi COVID-19 merupakan indikasi tidak berfungsinya pasar tersebut sebagai bagian dari sektor informal. Revitalisasi menjadi urgensi, tapi jika hanya direncanakan dengan pendekatan “top-down” sebagai proyek pembangunan infra-struktur yang berbasis kajian kelayakan teknis dan kajian kelayakan ekonomis semata, akan rentan mengalami kegagalan sebagaimana yang dialami oleh PGB Merdeka dan 3 (tiga) pasar tradisional di sekelilingnya. **Meagher** menjelaskan bahwa pasar tradisional dapat di-revitalisasi antara lain dengan memperhatikan “identitas sosial”-nya sebagai bagian dari sektor informal yang tumbuh dan berkembang dari, oleh dan untuk sebuah komunitas, bukan sekedar pemenuhan suatu kebijakan pemerintah.

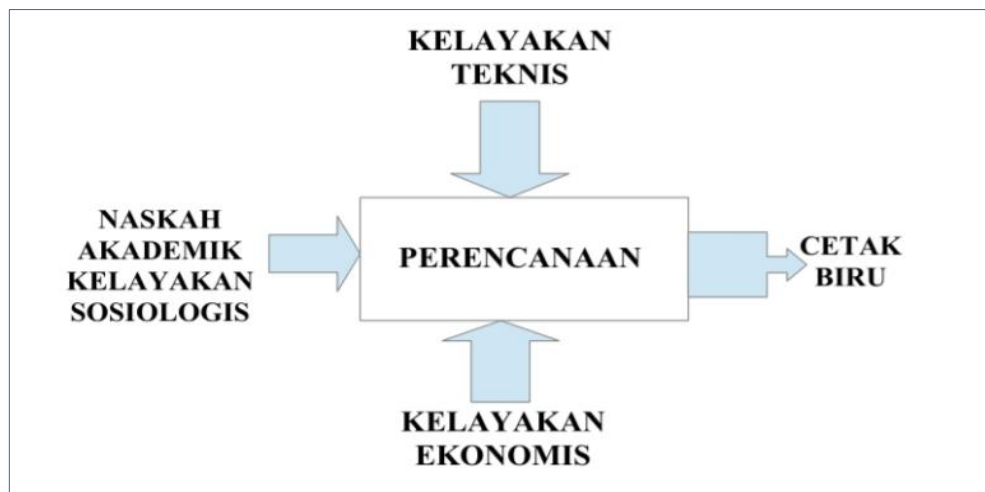
Setelah tujuan dari revitalisasi diketahui, yaitu meningkatkan status Pasar Gunung Batu dari pasar tradisional menjadi pasar modern, maka dalam kerangka konseptual-nya pertama-tama harus diidentifikasi para pemangku kepentingan (*stakeholders*) yang diharapkan dapat terlibat dan berperan aktif dalam perencanaannya. Harapannya, perencanaan revitalisasi bisa bersifat “bottom-up”, bukan lagi “top-down” seperti pengalaman dengan PGB Merdeka. Seperti di kutip dari (Rohman & Larasati, 2023): “Kebijakan revitalisasi pasar perlu dilakukan secara komprehensif” dan dari (Gehl, 2010): “First life,

then spaces, then buildings", maka identifikasi pemangku kepentingan utama menjadi langkah awal yang krusial.

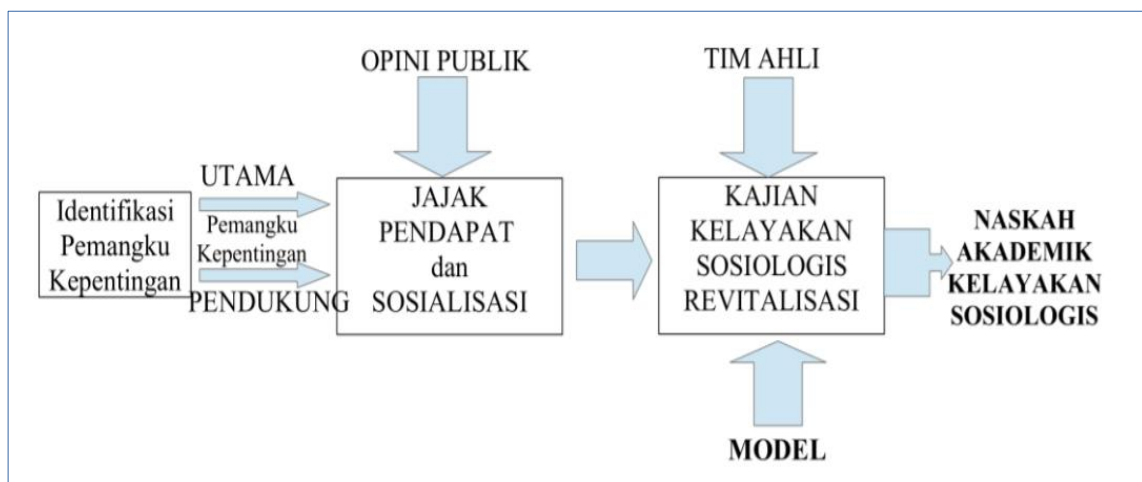
Sekurang-kurangnya ada 3 (tiga) pemangku kepentingan utama, yaitu: (1) pedagang yang saat ini berjualan di pasar, yang sudah dijadikan informan dalam penelitian ini, (2) pemasok yang menyediakan barang-barang jualan, dan (3) pelanggan yang berkunjung untuk berbelanja. Jika disajikan kepada mereka kemungkinan untuk meningkatkan status Pasar Gunung Batu dari pasar tradisional seperti sekarang menjadi pasar modern, keuntungan apa saja yang mereka akan peroleh? Kerangka konseptual kajian kelayakan sosiologis dari program revitalisasi pasar tradisional di-representasi-kan dalam bagan kotak pada Gambar 4 untuk tahapan perencanaan. dan Gambar 5 untuk tahapan kajian.

Selain pemangku kepentingan utama, pemangku kepentingan pendukung seperti pemerintah, dari mulai tingkat RT/RW sampai ke tingkat Walikota dan DPRD Kota, juga BUMD (Badan Usaha Milik Daerah) yang mengelola pasar di Kota Bogor, serta para *investor* dari kalangan pengusaha yang potensial akan menjadi penyandang dana program revitalisasi, dan segenap warga masyarakat terutama yang tinggal di sekitar Pasar Gunung Batu, semua pihak diharapkan ber-partisipasi dengan dimintai pendapat dan gagasan mereka sebagai masukan terkait rencana revitalisasi pasar tersebut.

Gambar 4. TAHAP PERENCANAAN



Gambar 5. Kerangka Konseptual Kajian Kelayakan Sosiologis Revitalisasi Pasar Tradisional



Baru setelah jajak pendapat dari pemangku kepentingan utama dan pendukung terkumpul dan terkonsolidasi, maka dapatlah mulai disusun “naskah akademik” berupa hasil kajian kelayakan sosiologis dari revitalisasi Pasar Gunung Batu. Setelah kelayakan sosiologis-nya dirumuskan, barulah mulai dikaji kelayakan teknis dan ekonomisnya, sampai diperoleh hasil kajian kelayakan yang komprehensif untuk dijadikan dasar dalam proses perencanaan selanjutnya.

F. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan:

Pasar Gunung Batu di Kota Bogor sebaiknya di-revitalisasi karena kondisinya tidak mungkin dikembalikan ke kondisi sebelum masa pandemi COVID-19 terutama jika ditinjau dari segi kurangnya pengunjung yang berbelanja di pasar tersebut, sebagaimana dikeluhkan oleh para pedagang yang berjualan. Dalam penyusunan kajian kelayakan sosiologis, secara konseptual harus dilakukan secara komprehensif dengan melibatkan para pemangku kepentingan utama dan pemangku kepentingan pendukung yang dimintai masukan. Berdasarkan kajian kelayakan sosiologis itu, disusunlah “naskah akademis” sebagai dasar sebelum dilakukan kajian kelayakan teknis dan ekonomis dalam rangka proses perencanaan selanjutnya.

Saran:

Pasar Gunung Batu di Kota Bogor disarankan untuk ditingkatkan statusnya dari pasar tradisional menjad pasar modern, sehingga diharapkan dapat menarik lebih banyak pengunjung yang berbelanja di pasar tersebut.

Ucapan Terimakasih

Disampaikan kepada bapak **Romi Mesra, S.Pd.,M.Pd** selaku tutor dalam matakuliah ini yang telah memberikan arahan dan petunjuk yang sangat berharga. Juga kepada **ChatGPT** selaku “teman” setia dalam berdiskusi dan sangat membantu dalam penyusunan artikel ini.

G. Daftar Pustaka

- Adityanto, A., & Paselle, E. (2024). *Implementasi kebijakan revitalisasi pasar tradisional: Studi kasus Pasar Pagi Samarinda*. *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 4(2), 50–63. <https://doi.org/10.51903/dinamika.v4i2.515>
- Agustin, A.F., et.al., (2025) “*Implementasi Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Kembang Surabaya)*”, *Jurnal Publik*, Vol. 19 No. 02 (2025)
- Akerlof, G. A., & Kranton, R. E. (2010). *Identity economics: How our identities shape our work, wages, and well-being*. Princeton University Press.
- Alhudha, O., & Maani, K. D. (2020). *Revitalisasi pasar tradisional dan dampaknya terhadap pendapatan pedagang di Kota Padang Panjang*. *Jurnal Perspektif*, 3(4). <https://doi.org/10.24036/perspektif.v3i4.366>
- Anggraini, G., Amalia, D., Hermawan, F., & Ismiyati. (2017). *Standar revitalisasi pasar tradisional di Indonesia (Studi kasus pasar tradisional di Kota Semarang)*. *Jurnal Karya Teknik Sipil*, 6(1), 12–22.
- Atmadji, E & Putri, W. M. D. (2024). “*Pengaruh Revitalisasi Pasar Tradisional di Pasar Prawirotaman Yogyakarta terhadap Kesejahteraan Penjual dan Pembeli*”, *Jurnal Kebijakan Ekonomi dan Keuangan*, Volume 3, Issue 2, 2024:182-189.
- Chase-Dunn, C., & Grimes, P. (1995). World-systems analysis. *Annual Review of Sociology*, 21, 387–417.

- Dekoruma, K. (2023), 5 Fakta Unik Pasar Modern BSD Tangerang yang Perlu Diketahui! <https://m.dekoruma.com/artikel/159245/properti-pasar-modern-bsd-tangerang> diakses tgl. 21/05/2026 jam 23:37 WIB
- Durkheim, É. (1951). *Suicide: A study in sociology* (J. A. Spaulding & G. Simpson, Trans.). Free Press. (Original work published 1897)
- Fathir, M, et.al., (2024), “Revitalisasi Tata Ruang dan Sirkulasi Pasar Rakyat Wanaraja“, *JIDAR: Jurnal Ilmiah Urban Desain dan Arsitektur*, Vol 2 No 2 (2024): <https://jurnal.itg.ac.id/index.php/jidar/article/view/2716>, diakses tgl. 24/04/2026 jam 16:39 WIB.
- Florida, R. (2017). *The new urban crisis*. Basic Books.
- Gehl, J. (2010). *Cities for people*. Island Press.
- Lemert, E. M. (1951). *Social pathology: A systematic approach to the theory of sociopathic behavior*. McGraw-Hill.
- Meagher, K. (2010). *Identity economics: Social networks and the informal economy in Nigeria*. Boydell & Brewer.
- Nihe, A., & Mesra, R. (2026). Transformasi Relasi Sosial Pedagang dan Pembeli di Pasar Kranji Pasca Implementasi QRIS. *COMTE: Journal of Sociology Research and Education*, 2(6), 348-359.
- Panyusunan, R. et.al., (2024), “ Analisis Penghambat Revitalisasi Pasar dalam Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional Aksara Medan” , *Journal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 21 No. 1 (2024), <https://garuda.kemdiktisaintek.go.id/documents/detail/4393138> diakses tgl. 24/04/2024 jam 16:18 WIB.
- Prakoso, Y. B., & Rolalisasi, A. (2023). *Revitalisasi pasar tradisional di Indonesia: Studi kasus Pasa Ateh Bukittinggi dan Pasar Prawirotaman Yogyakarta*. *Jurnal Lingkungan Karya Arsitektur*, 4(1). <https://doi.org/10.37477/lkr.v4i1.708>
- Rizky, M. & Iqbal (2026), *MetroBogor*, <https://www.facebook.com/reel/2331441910712930/?sfnsn=wiwspmo&mibextid=2Rb1fB>, diakses tgl. 21/05/2026 jam 14:39 WIB
- Rohman, A., & Larasati, D. C. (2023). *Revitalisasi pasar rakyat sebagai upaya menjaga eksistensi pasar tradisional*. *Anterior Jurnal*, 22(2). <https://doi.org/10.33084/anterior.v22i2.4597>
- Roy, A., & AlSayyad, N. (Eds.). (2004). *Urban informality: Transnational perspectives from the Middle East, Latin America, and South Asia*. Lexington Books.
- Sadjad, R. (2025). *Pasar Tradisional yang Kini Sepi*. Artikel OPINI, “*Radar Bogor*”, 15 November 2025, halaman 3
- Shannon, T. R. (1996). *An introduction to the world-system perspective* (2nd ed.). Westview Press.
- Wallerstein, I. (1974). *The modern world-system I: Capitalist agriculture and the origins of the European world-economy in the sixteenth century*. Academic Press.
- Wallerstein, I. (1979). *The capitalist world-economy*. Cambridge University Press.
- Wallerstein, I. (2004). *World-systems analysis: An introduction*. Duke University Press.