

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk memahami secara menyeluruh proses transformasi Pasar Bawah Pekanbaru dari pasar tradisional menjadi destinasi wisata belanja berbasis budaya Melayu dalam konteks renovasi besar-besaran yang dilakukan sejak tahun 2023. Transformasi ini menjadi bagian dari strategi branding Provinsi Riau sebagai “The Homeland of Melayu” serta langkah Pemerintah Kota Pekanbaru dan PT. Ali Akbar Sejahtera sebagai pengelola baru dalam mengembangkan potensi pasar ini sebagai ikon wisata kota.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya transformasi pasar mencakup beberapa strategi utama, antara lain pengembangan infrastruktur melalui renovasi fisik bangunan pasar, promosi budaya Melayu melalui simbol arsitektural dan narasi promosi, serta pengelolaan relokasi pedagang ke Tempat Penampungan Sementara (TPS) agar kegiatan ekonomi tetap berlangsung. Secara visual, pasar baru dirancang dengan sentuhan elemen-elemen khas Melayu seperti selembayung, motif pucuk rebung, dan warna-warna yang identik dengan kebudayaan lokal, yang bertujuan untuk memberikan identitas budaya yang kuat pada pasar sebagai ruang publik.

Namun, implementasi transformasi ini tidak sepenuhnya berjalan mulus dan menyisakan sejumlah persoalan. Meskipun pasar dikembangkan dengan semangat pelestarian budaya Melayu, realitas di lapangan menunjukkan bahwa komoditas yang mendominasi masih berupa barang-barang impor, seperti tas, sepatu, gorden,

peralatan rumah tangga, dan elektronik bekas. Keberadaan barang-barang ini, meskipun menjadi daya tarik utama bagi sebagian pengunjung, menciptakan ketegangan antara citra budaya Melayu yang ingin ditampilkan dan wajah pasar yang sebenarnya di mata publik. Ini menunjukkan bahwa representasi budaya Melayu dalam pasar lebih bersifat simbolik, belum menyentuh praktik ekonomi dan produk nyata yang mencerminkan identitas lokal secara mendalam.

Dampak dari proses renovasi juga dirasakan secara signifikan oleh para pedagang. Relokasi ke TPS eks Pelabuhan Pelindo menyebabkan menurunnya jumlah pengunjung dan omzet penjualan. Pedagang menghadapi tantangan dalam mempertahankan kelangsungan usahanya akibat lokasi TPS yang kurang strategis, minim petunjuk arah, dan kurang dikenal oleh masyarakat luas. Selain itu, interaksi sosial yang biasanya dinamis di ruang pasar utama turut terganggu. Hubungan antara pedagang dan pembeli menjadi lebih terbatas karena suasana pasar sementara yang tidak sehidup dan seinteraktif pasar sebelumnya. TPS, meskipun memiliki fasilitas dasar yang cukup baik seperti area parkir, toilet umum, dan mushalla, tetap belum mampu menciptakan atmosfer pasar wisata yang menarik.

Di sisi lain, persepsi pengunjung terhadap pasar mengalami perubahan. Sebagian pengunjung lokal menganggap pasar sudah tidak lagi menarik sebagai tempat berbelanja karena suasana yang sepi dan tidak mencerminkan suasana wisata. Pengunjung dari luar daerah yang datang dengan ekspektasi mendapatkan pengalaman berbelanja khas Melayu pun merasa kurang puas karena tidak menemukan banyak produk lokal yang otentik. Mereka lebih banyak membeli oleh-oleh yang bersifat umum seperti makanan ringan atau kerajinan tangan, bukan

barang-barang budaya khas Melayu yang unik. Hal ini menunjukkan bahwa transformasi pasar belum sepenuhnya menciptakan diferensiasi budaya yang dapat menjadi daya tarik wisata berbasis identitas lokal.

Dalam kerangka antropologi, khususnya teori representasi budaya dari Stuart Hall dan konsep ekonomi terembed dari Karl Polanyi, Pasar Bawah Pekanbaru menjadi ruang negosiasi antara budaya dan ekonomi. Pemerintah dan pengelola pasar mencoba membangun citra budaya Melayu melalui renovasi dan simbol visual, tetapi proses ini belum terintegrasi dengan praktik ekonomi lokal secara menyeluruh. Representasi budaya menjadi formal dan cenderung dipermukaan, sedangkan aktivitas pasar tetap didominasi oleh komoditas yang tidak mencerminkan nilai-nilai budaya lokal.

Transformasi Pasar Bawah juga memperlihatkan bahwa proyek pengembangan pariwisata yang berorientasi pada budaya sering kali terjebak dalam logika komodifikasi. Budaya tidak dihadirkan sebagai praktik hidup komunitas lokal, tetapi sebagai elemen visual yang diproduksi untuk kepentingan promosi dan konsumsi wisatawan. Akibatnya, ketidaksesuaian antara nilai-nilai budaya yang dipromosikan dan kondisi pasar yang sebenarnya menimbulkan kebingungan identitas, baik di kalangan pedagang, pengunjung, maupun pengelola.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa transformasi Pasar Bawah Pekanbaru masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam mewujudkan keseimbangan antara kepentingan ekonomi komersial dan pelestarian budaya lokal. Meskipun renovasi telah menciptakan wajah baru pasar secara fisik dan simbolik, pasar tetap belum mampu menjadi ruang representasi budaya Melayu

yang utuh dan autentik. Dominasi produk impor dan minimnya keterlibatan komunitas budaya dalam pengelolaan pasar menunjukkan bahwa transformasi ini masih bersifat top-down, belum berbasis partisipasi masyarakat lokal yang memahami nilai-nilai budaya itu sendiri.

Dengan demikian, upaya menjadikan Pasar Bawah sebagai destinasi wisata belanja berbasis budaya tidak cukup hanya dengan pendekatan infrastruktur dan simbol visual. Diperlukan integrasi antara penguatan produk lokal, pelibatan komunitas budaya, pengelolaan pasar berbasis kearifan lokal, serta strategi promosi yang menonjolkan narasi-narasi budaya yang hidup dalam keseharian. Hanya dengan cara inilah pasar dapat menjadi ruang budaya yang representatif, inklusif, dan berkelanjutan dalam konteks pengembangan pariwisata berbasis budaya.

Penelitian ini memperlihatkan pentingnya pendekatan ekonomi yang terintegrasi dengan nilai sosial dan budaya dalam perencanaan dan pengelolaan destinasi wisata berbasis pasar tradisional. Transformasi Pasar Bawah akan berhasil bila menjadikan pelaku pasar lokal sebagai aktor sentral dalam merumuskan identitas, arah, dan praktik pasar, bukan sekadar objek pembangunan dari luar.

B. Saran

Berdasarkan temuan penelitian, beberapa saran dapat disampaikan untuk mendukung keberhasilan transformasi Pasar Bawah Pekanbaru sebagai destinasi wisata belanja berbasis budaya Melayu. Proses pengembangan pasar tidak dapat hanya bertumpu pada renovasi fisik dan penambahan ornamen budaya semata, melainkan harus memperhatikan keseimbangan antara kepentingan ekonomi dan pelestarian budaya yang hidup dalam praktik sehari-hari para pelaku pasar. Pemerintah Kota Pekanbaru dan PT. Ali Akbar Sejahtera sebagai pihak pengelola

pasar perlu lebih serius dalam menyeimbangkan dominasi produk impor dengan pemberdayaan produk-produk lokal yang mencerminkan kekayaan budaya Melayu. Produk lokal yang memiliki nilai ekonomi sekaligus nilai representatif budaya seharusnya diberi ruang yang lebih luas, baik melalui penguatan kapasitas pelaku usaha lokal, promosi berbasis narasi budaya, maupun kebijakan afirmatif terhadap keberadaan produk khas daerah.

Di samping itu, promosi pasar sebagai destinasi wisata sebaiknya tidak hanya mengandalkan media sosial dan narasi visual dari sisi pengelola, tetapi juga melibatkan secara aktif komunitas lokal, pelaku seni, dan tokoh budaya. Keterlibatan masyarakat dalam proses promosi dan pengelolaan pasar akan menciptakan kesan yang lebih otentik dan representatif terhadap budaya Melayu itu sendiri. Citra budaya yang dibangun bukan semata-mata simbol tempelan dalam arsitektur atau ornamen pasar, melainkan wujud dari aktivitas dan nilai-nilai budaya yang hidup dan dirawat oleh masyarakat pasar.

Pada masa transisi selama kegiatan jual beli dipindahkan ke Tempat Penampungan Sementara (TPS), perlu adanya perhatian serius terhadap aksesibilitas dan kenyamanan pengunjung. Hal ini mencakup penyediaan petunjuk arah yang jelas, fasilitas umum yang memadai, serta pengelolaan informasi yang aktif kepada masyarakat agar pasar tetap dikunjungi dan tidak kehilangan fungsinya sebagai ruang sosial dan ekonomi. TPS seharusnya tidak hanya dipandang sebagai tempat penampungan sementara secara fisik, tetapi juga sebagai ruang baru yang memiliki fungsi sosial dan simbolik dalam mempertahankan keberlanjutan ekonomi masyarakat pasar.

Selain itu, pengelola pasar perlu menyelenggarakan evaluasi partisipatif secara berkala dengan melibatkan para pedagang dan pengunjung. Evaluasi ini penting agar setiap kebijakan atau langkah strategis yang diambil dapat berakar

pada realitas sosial yang dialami langsung oleh para pelaku pasar. Dengan adanya dialog yang terbuka dan partisipatif, arah transformasi pasar tidak akan terlepas dari kebutuhan dan harapan masyarakat lokal, sehingga pembangunan yang dilakukan menjadi lebih adil, inklusif, dan berkelanjutan.

Dengan kata lain, keberhasilan transformasi Pasar Bawah Pekanbaru sebagai pasar wisata berbasis budaya hanya dapat terwujud apabila pengembangan pasar tidak hanya berorientasi pada logika komersial atau citra visual semata, melainkan juga terintegrasi dengan nilai-nilai lokal, solidaritas ekonomi, serta narasi budaya yang tumbuh dari bawah. Upaya tersebut menuntut kerja sama yang erat antara pemerintah, pengelola, pelaku budaya, pedagang, dan pengunjung sebagai satu kesatuan ekosistem sosial ekonomi yang saling terhubung.

