

Penataan Kawasan Pasar Senen Sebagai Wujud Marketing Destination Kota Jakarta Oleh PERUMDA Pasar Jaya Tahun 2024

Mimy Martiny¹, Ai Netty Sumidartiny²

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi,
Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Jakarta, Indonesia

email : mimymartiny82@gmail.com, email : ai.netty08@gmail.com

Abstract.

This research aims to investigate the potential, challenges, and opportunities related to the transformation of Pasar Senen which is attractive to local and international tourists. The method used in this research is a descriptive method with a qualitative approach. The data source used by researchers in this research was interview techniques. Based on the discussion, this research concludes that Pasar Senen as a marketing destination in Jakarta shows great potential for this market to continue to develop as an attractive shopping destination. By addressing problems through infrastructure revitalization, increased promotions, and improved service quality, this market can become a more attractive and sustainable shopping destination. Furthermore, the strategy for structuring the Pasar Senen area has proven its potential to increase its attractiveness as a prominent shopping destination in Jakarta.

Keywords: Arrangement of Pasar Senen area, Marketing Destination

Cronicle of Article: Received (05,12,2024); Revised (10,12,2024); and Published (28,12,2024).

©2024 Jurnal Administrasi Bisnis & Entrepreneurship, Program Studi Adminitrasi Bisnis Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI

Profile and corresponding author : Mimy Martiny adalah Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI. Jl. Pangkalan Asem Raya No. 55 Cempaka Putih Kota Jakarta Pusat 10530. *Corresponding Author:* mimy@gmail.com

How to cite this article : Martiny, Mimy. (2024) "Penataan Kawasan Pasar Senen Sebagai Wujud Marketing Destination Kota Jakarta Oleh PERUMDA Pasar Jaya Tahun 2024", *Adbispreneur*, 4(6), pp. 513-521. Available at: <http://JAMBIS>

PENDAHULUAN

Salah satu kawasan yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai tujuan marketing adalah Pasar Senen. Terletak strategis di pusat Kota Jakarta, Pasar Senen tidak hanya menjadi pusat perdagangan yang ramai, tetapi juga memiliki sejarah yang kaya dan beragamnya produk yang ditawarkan. Dengan ragam produk mulai dari kue subuh, barang trifting, barang kebutuhan rumah tangga, kacamata, jam tangan KW super, sayur mayur, barang konveksi (atribut), serta keragaman kuliner khas Indonesia, Pasar Senen menarik perhatian baik dari wisatawan lokal maupun mancanegara.

Namun, seiring berjalannya waktu, Pasar Senen menghadapi berbagai permasalahan seperti

kepadatan, kemacetan lalu lintas, dan penurunan kualitas lingkungan yang berdampak pada daya tarik kawasan tersebut. Transformasi sosial dan ekonomi di Jakarta, ditambah dengan meningkatnya persaingan dari pusat perbelanjaan modern, menuntut adanya penataan ulang kawasan ini. Mengingat peran strategis Pasar Senen dalam perekonomian lokal dan potensinya sebagai destinasi wisata belanja, penataan kawasan ini menjadi suatu kebutuhan mendesak. Dengan penataan yang tepat, Pasar Senen diharapkan mampu bersaing dengan pusat perbelanjaan modern dan memberikan pengalaman berbelanja yang unik dan autentik bagi pengunjung. Selain itu, penataan ini bertujuan untuk memperbaiki kondisi lingkungan, meningkatkan kenyamanan dan keamanan bagi pedagang dan pengunjung, serta mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Motivasi lainnya adalah untuk mengembangkan model penataan pasar tradisional yang dapat diaplikasikan di kawasan lain di Jakarta dan kota-kota besar lainnya di Indonesia.

Penelitian ini berlandaskan pada teori marketing destination, yang menekankan pentingnya pengembangan destinasi wisata secara holistik dengan memperhatikan aspek fisik, sosial, dan ekonomi. Teori ini menekankan bahwa destinasi harus terus beradaptasi dan mengembangkan strategi pemasaran yang tepat untuk mengelola siklus hidup mereka dan mencegah penurunan daya tarik (Richard W. Butler: 1980). Marketing destination bertujuan untuk menciptakan nilai tambah bagi suatu kawasan melalui penataan yang terintegrasi dan berkelanjutan. Gilbert (1991) mengembangkan model pemasaran destinasi yang berfokus pada analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal destinasi, serta peluang dan ancaman eksternal. Pendekatan ini membantu dalam merumuskan strategi pemasaran yang dapat memanfaatkan kekuatan dan peluang, sambil mengatasi kelemahan dan ancaman. Selain itu, teori tata ruang kota dan teori revitalisasi pasar tradisional juga menjadi dasar dalam merumuskan strategi penataan Pasar Senen. Teori ini menekankan pentingnya perencanaan ruang yang efisien, partisipasi masyarakat, dan pengelolaan yang baik untuk mencapai tujuan revitalisasi yang berkelanjutan.

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi penataan kawasan Pasar Senen yang dapat meningkatkan daya tariknya sebagai destinasi wisata belanja. Tujuan spesifik dari penelitian ini meliputi: (1) Menganalisis kondisi awal Pasar Senen dalam konteks *marketing destination* di Kota Jakarta; (2) Menganalisis permasalahan yang dihadapi oleh Pasar Senen yang dapat mempengaruhi potensinya sebagai *marketing destination*; (3) Menganalisis strategi penataan kawasan Pasar Senen sehingga dapat meningkatkan daya tariknya sebagai *marketing destination* di Kota Jakarta. Melalui penelitian ini, diharapkan Pasar Senen dapat menjadi ikon destinasi wisata belanja yang mampu bersaing di era modern tanpa kehilangan jati dirinya sebagai pasar tradisional.

LITERATUR REVIUW

Penataan kawasan dinyatakan sebagai upaya pembangunan yang terencana untuk merubah atau memperbaharui suatu kawasan agar mutu lingkungannya menjadi lebih baik (Yulianti et al. 2015: 34). Penataan kawasan bukan sesuatu yang hanya berorientasi pada penyelesaian keindahan fisik saja, tetapi juga harus dilengkapi dengan peningkatan ekonomi masyarakat serta pengenalan budaya yang ada (Eisner, dan Simon, 1993: 91). Marketing destinasi adalah proses merancang, mengelola, dan mempromosikan destinasi pariwisata dengan tujuan menarik wisatawan, memperluas pangsa pasar, meningkatkan pendapatan pariwisata, serta meningkatkan citra destinasi tersebut di mata wisatawan dan masyarakat luas (Nitisemito, 1981: 101). Konsep marketing destination digunakan sebagai landasan untuk memandu upaya penataan kawasan Pasar Senen agar dapat menarik dan mempertahankan minat wisatawan.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Sugiyono, penelitian kualitatif adalah penelitian dimana peneliti ditempatkan sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara penggabungan dan analisis data bersifat induktif (Sugiyono, 2010: 9). Sumber data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah menggunakan tehnik wawancara. Sumber data dipilih menggunakan metode *sampel purposive*, yang berfokus pada pemilihan informan yang memiliki kekayaan kasus yang relevan untuk studi yang mendalam, sesuai dengan konsep yang dikemukakan oleh Nana Syaodih (2007: 101). Objek yang menjadi sumber data meliputi Camat Kecamatan Senen, Lurah Kelurahan Senen, Pengelola Pasar Senen, Pedagang Pasar Senen, dan Konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Kondisi Awal Pasar Senen Dalam Konteks Marketing Destination Di Kota Jakarta

Pasar Senen, dengan sejarahnya yang kaya dan posisinya yang strategis di pusat Jakarta, menawarkan potensi besar sebagai destinasi belanja yang unik dan menarik dalam konteks marketing destination. Sebagai salah satu pasar tradisional tertua di ibu kota, Pasar Senen tidak hanya menjadi tempat untuk berbelanja barang-barang murah dan berbagai kebutuhan sehari-hari, tetapi juga merupakan penjaga warisan budaya Jakarta yang kaya.

Namun, kondisi awal Pasar Senen menunjukkan berbagai tantangan yang perlu diatasi untuk memaksimalkan daya tariknya sebagai destinasi belanja yang kompetitif. Salah satu masalah utama yang dihadapi pasar ini adalah infrastruktur yang terbatas dan kurangnya modernisasi. Meskipun telah mengalami beberapa upaya renovasi dan revitalisasi, Pasar Senen masih kalah bersaing dengan pusat perbelanjaan modern yang menawarkan fasilitas yang lebih modern, seperti AC, parkir yang luas, kebersihan yang terjaga dan keamanan yang lebih terjamin. Hal ini membuat banyak pengunjung, terutama dari kalangan muda dan keluarga, cenderung memilih untuk berbelanja di tempat yang lebih nyaman dan terstruktur.

Tidak hanya terkenal dengan "Kue Subuh"-nya yang lezat, Pasar Senen juga memiliki potensi besar sebagai destinasi belanja yang menarik melalui konsep *thrifting*. Sebagai pusat perdagangan yang berusia panjang di Jakarta, pasar ini menawarkan pengalaman berbelanja yang unik dengan berbagai pilihan barang bekas berkualitas dan terjangkau. Konsep *thrifting* di Pasar Senen memungkinkan pengunjung untuk menemukan pakaian, aksesoris, dan barang rumah tangga dengan harga jauh lebih murah dibandingkan dengan pusat perbelanjaan modern.

Dengan memanfaatkan tidak hanya keunikan "Kue Subuh" tetapi juga potensi *thrifting*, Pasar Senen dapat menarik lebih banyak pengunjung lokal maupun wisatawan yang mencari pengalaman belanja yang ekonomis dan autentik. Dengan demikian, pasar ini tidak hanya berfungsi sebagai pusat perdagangan, tetapi juga sebagai bagian penting dari warisan budaya dan ekonomi kota Jakarta yang berkesinambungan.

2. Strategi Penataan Kawasan Pasar Senen

Pasar Senen, sebagai salah satu pasar tertua dan paling bersejarah di Jakarta, memegang peran penting dalam dinamika ekonomi dan budaya ibu kota. Dengan posisinya yang strategis dan ragam produk yang ditawarkan, kawasan ini memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai destinasi pemasaran yang menarik. Namun, untuk mewujudkan visi ini, diperlukan pemahaman mendalam mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada. Berikut adalah analisis SWOT untuk strategi penataan kawasan Pasar Senen sebagai destinasi pemasaran (*Marketing Destination*):

Tabel 1. Analisis SWOT Kawasan Pasar Senen

Strengths (Kekuatan)	Weaknesses (Kelemahan)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pasar Senen berada di lokasi strategis sebagai pusat kegiatan ekonomi masyarakat 2. Pasar Senen memiliki sejarah panjang sebagai pusat perdagangan dan budaya, yang dikelilingi tempat wisata religi dan museum. 3. Pasar Senen menawarkan berbagai macam produk yang menjadi ciri khas seperti, kue subuh, thrifting, sayur mayor, aksesoris, atribut, konveksi, dan barang kebutuhan sehari-hari lainnya. 4. Pasar Senen sudah memiliki basis pengunjung yang besar dan loyal yang menjadi magnet tersendiri untuk masyarakat berbelanja 5. Pasar Senen didukung oleh moda transportasi yang beragam dan mudah di jangkau 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Area sekitar Pasar Senen sering kali mengalami kemacetan lalu lintas, yang dapat mengurangi kenyamanan pengunjung 2. Masih terdapat parkir liar dan PKL di luar lokasi pasar senen 3. Beberapa bagian dari pasar masih memerlukan perbaikan atau renovasi untuk meningkatkan kenyamanan dan keselamatan pengunjung 4. Masih ada tantangan dalam hal manajemen dan keamanan yang harus ditingkatkan 5. Tingkat kebersihan dan sanitasi yang mungkin belum optimal dapat mempengaruhi citra pasar di mata pengunjung 6. Masih kurangnya kesadaran pedagang dan pengunjung dalam menggunakan fasilitas umum dan aksesibilitas transportasi
Opportunities (Peluang)	Threats (Ancaman)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatnya minat terhadap wisata belanja, sehingga Pasar Senen dapat dipromosikan sebagai destinasi belanja unik yang menawarkan pengalaman berbeda dari mal modern 2. Memperoleh dukungan dari program pemerintah untuk revitalisasi pasar tradisional sehingga dapat memberikan dukungan finansial dan kebijakan yang menguntungkan 3. Memiliki potensi kerjasama dengan perusahaan swasta untuk penyediaan fasilitas modern dan promosi pasar 4. Memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana untuk memasarkan produk dan meningkatkan pengalaman berbelanja melalui aplikasi atau platform online 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan dari pusat perbelanjaan modern dan online shopping 2. Perubahan preferensi konsumen terhadap tempat belanja yang lebih nyaman dan modern 3. Ketidakstabilan ekonomi dapat mengurangi daya beli masyarakat dan mengurangi jumlah pengunjung pasar 4. Terdapat isu keamanan dan kesehatan Sehingga dapat mempengaruhi jumlah pengunjung dan operasi pasar

Dengan memahami analisis SWOT ini, pengelola Pasar Senen dapat menyusun strategi yang lebih efektif untuk menjadikan kawasan ini sebagai destinasi pemasaran yang menarik dan kompetitif. Strategi yang bisa diambil meliputi peningkatan infrastruktur, program promosi yang kuat, kerjasama dengan pihak swasta, dan implementasi teknologi untuk mendukung operasional pasar.

3. Analisis Dampak Penataan

Penataan Pasar Senen memiliki dampak signifikan dari berbagai aspek, termasuk ekonomi, sosial, dan lingkungan. Secara ekonomi, penataan ini dapat meningkatkan daya tarik pasar, sehingga mendatangkan lebih banyak pengunjung dan meningkatkan pendapatan para pedagang. Infrastruktur yang lebih baik juga memungkinkan terciptanya lapangan kerja baru, baik langsung maupun tidak langsung, serta mendorong pertumbuhan usaha kecil dan

menengah di sekitar pasar. Dari sisi sosial, penataan ini berpotensi meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekitar. Fasilitas yang lebih bersih dan teratur memberikan kenyamanan bagi pengunjung dan pedagang, serta mengurangi risiko kesehatan akibat lingkungan pasar yang sebelumnya mungkin kurang higienis. Selain itu, penataan yang baik juga dapat menciptakan ruang publik yang lebih inklusif dan aman, sehingga meningkatkan interaksi sosial di antara warga. Di sisi lingkungan, penataan yang memperhatikan aspek keberlanjutan dapat membantu mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, seperti mengelola limbah pasar dengan lebih efisien, menyediakan area hijau, dan menggunakan teknologi ramah lingkungan. Dengan demikian, penataan Pasar Senen tidak hanya meningkatkan fungsionalitas dan estetika pasar, tetapi juga membawa perubahan positif bagi perekonomian, kehidupan sosial, dan kelestarian lingkungan sekitarnya.

4. Tantangan dan Hambatan dalam Penataan

a. Tantangan Teknis

Penataan Pasar Senen menghadapi tantangan teknis yang signifikan terkait infrastruktur dan fasilitas. Infrastruktur pasar yang sudah tua dan sering kali rusak memerlukan perbaikan menyeluruh, yang membutuhkan waktu dan biaya besar. Fasilitas pendukung seperti sistem drainase, sanitasi, dan listrik sering kali tidak memadai, menambah kompleksitas pekerjaan penataan. Selain itu, pengelolaan arus pengunjung juga menjadi tantangan tersendiri. Pasar yang ramai dan padat membuat pengaturan lalu lintas pengunjung menjadi sulit, terutama selama proses renovasi. Jika tidak dikelola dengan baik, hal ini dapat menyebabkan kemacetan dan ketidaknyamanan bagi pengunjung, serta mengganggu kegiatan perdagangan sehari-hari. Oleh karena itu, diperlukan perencanaan yang matang dan koordinasi yang baik untuk mengatasi tantangan teknis ini demi keberhasilan penataan Pasar Senen.

b. Tantangan Sosial

Penataan Pasar Senen menghadapi tantangan sosial yang signifikan, terutama resistensi dari pedagang dan pengunjung. Pedagang sering kali khawatir kehilangan lapak mereka atau mengalami penurunan pendapatan selama proses penataan, sehingga menimbulkan resistensi terhadap perubahan. Pengunjung juga mungkin merasa terganggu oleh renovasi yang mengakibatkan ketidaknyamanan dan mengurangi minat mereka untuk berbelanja. Selain itu, masalah keamanan dan ketertiban menjadi hambatan utama. Keramaian pasar yang tinggi dapat menyulitkan pengelolaan keamanan, memperbesar risiko pencurian, dan memicu ketidaknyamanan di antara pengunjung dan pedagang. Penataan yang kurang tertib juga bisa memperburuk kondisi sosial di pasar. Oleh karena itu, penataan Pasar Senen memerlukan pendekatan yang inklusif dan transparan, serta kerjasama erat antara pihak pemerintah, pedagang, dan masyarakat untuk mengatasi tantangan sosial ini.

c. Tantangan Ekonomi

Penataan Pasar Senen menghadapi tantangan ekonomi yang signifikan, terutama dalam hal pendanaan dan investasi. Biaya tinggi yang diperlukan untuk renovasi dan modernisasi pasar sering kali menjadi hambatan utama, terutama jika dana yang tersedia terbatas atau bergantung pada alokasi anggaran pemerintah. Kurangnya investasi dari sektor swasta juga dapat memperlambat progres penataan. Selain itu, Pasar Senen harus bersaing dengan pusat perbelanjaan modern yang menawarkan kenyamanan dan fasilitas lebih lengkap bagi konsumen. Persaingan ini bisa mengurangi jumlah pengunjung yang memilih pasar tradisional, sehingga berdampak negatif pada pendapatan pedagang. Agar penataan Pasar Senen berhasil secara ekonomi, diperlukan strategi yang tepat untuk

menarik investasi serta meningkatkan daya saing pasar tradisional melalui peningkatan kualitas layanan dan pengalaman belanja yang unik.

5. Permasalahan Pasar Senen Yang Dapat Mempengaruhi Potensinya Sebagai Marketing Destination

Pasar Senen, sebagai salah satu pasar tradisional tertua dan paling bersejarah di Jakarta, memiliki potensi besar untuk berkembang menjadi destinasi belanja yang menarik. Namun, potensi ini terhambat oleh berbagai permasalahan yang signifikan. Isu-isu seperti kemacetan lalu lintas di sekitar pasar akibat dari Pedagang Kaki Lima (PKL), maraknya parker liar yang, mengganggu kenyamanan dan aksesibilitas pengunjung. terbatasnya tempat usaha (kios) di tempat penampungan sementara Blok VI yang menyebabkan penumpukan pedagang hingga memakan badan jalan.

Selain itu, masalah keamanan dan kenyamanan, kebersihan dan sanitasi yang kurang memadai, serta persaingan ketat dengan pusat perbelanjaan modern juga menurunkan daya tarik Pasar Senen. Kurangnya gencarnya promosi dan branding yang efektif membuat pasar ini semakin tertinggal dalam persaingan untuk menarik perhatian pengunjung lokal maupun wisatawan. Memahami dan mengatasi permasalahan-permasalahan ini sangat penting untuk mengembangkan Pasar Senen menjadi marketing destination yang kompetitif dan menarik di Jakarta. Berikut beberapa permasalahan krusial yang dapat mempengaruhi Pasar Senen sebagai marketing destination di Kota Jakarta : 1) Kemacetan dan Aksesibilitas; 2) Terbatasnya Unit Kios; 3) Terbatasnya Lahan Pengembangan; 4) Pedagang Kaki Lima (PKL) Liar; 5) Keamanan dan Kenyamanan; 6) Kebersihan dan Sanitasi, 7) Persaingan dengan Pusat Perbelanjaan Modern, dan 8) Kurangnya Promosi. Dengan mengatasi tantangan-tantangan ini secara efektif, Pasar Senen memiliki potensi untuk menjadi destinasi belanja yang tidak hanya mempertahankan kekayaan budaya Jakarta, tetapi juga menjadi daya tarik utama bagi wisatawan lokal dan internasional yang mencari pengalaman belanja yang autentik dan berbeda.

6. Strategi Penataan Kawasan Pasar Senen Untuk Meningkatkan Daya Tariknya Sebagai Marketing Destination Di Kota Jakarta

Berbagai strategi telah diterapkan dalam penataan kawasan pasar ini, dengan tujuan untuk memperbaiki infrastruktur, meningkatkan fasilitas, memperkuat promosi, dan meningkatkan kualitas pelayanan. Langkah-langkah ini tidak hanya bertujuan untuk mempertahankan keaslian dan nilai budaya pasar tradisional, tetapi juga untuk menarik lebih banyak pengunjung lokal maupun wisatawan. Berikut beberapa strategi rencana jangka panjang yang akan dan telah dilakukan oleh pihak pengelola untuk meningkatkan daya tariknya sebagai marketing destination di Kota Jakarta: 1) Pasar Senen berencana akan dijadikan percontohan Transit Oriented Development (TOD); 2) Rencana Pembangunan Transportasi MRT dan LRT; 3) Pengembangan Area Hijau; 4) Revitalisasi Pembangunan Blok VI; dan 5) Peningkatan Kualitas Pelayanan.

Dalam rangka mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi Pasar Senen dan memaksimalkan potensinya sebagai pusat perdagangan yang berdaya saing, peneliti telah merumuskan sejumlah saran strategi penataan pasar. Melalui penerapan strategi-strategi ini, diharapkan Pasar Senen dapat menjadi lebih efisien, nyaman, dan menarik, sambil tetap mempertahankan nilai-nilai tradisional yang menjadi ciri khasnya.

a. Kemacetan dan Aksesibilitas

Untuk mengatasi masalah ini, peneliti merumuskan strategi penataan yang akan meningkatkan akses dan frekuensi transportasi umum menuju dan dari Pasar Senen, seperti bus dan angkutan umum lainnya dengan cara melakukan kolaborasi dengan

operator transportasi umum, seperti TransJakarta, angkot, dan layanan transportasi lainnya, agar merencanakan rute-rute baru dan meningkatkan frekuensi layanan yang ada, sehingga memudahkan akses ke Pasar Senen bagi pengunjung dan pedagang.

b. Terbatasnya Unit Kios

Untuk mengatasi keterbatasan unit kios di Pasar Senen tanpa memerlukan lahan tambahan, pengelola agar segera merumuskan strategi pembangunan kios secara vertikal atau bertingkat. Dengan pendekatan ini, dapat menambah jumlah kios yang tersedia sehingga lebih banyak pedagang dapat berpartisipasi dalam aktivitas perdagangan di pasar ini.

c. Terbatasnya Lahan Pengembangan

Untuk mengatasi keterbatasan lahan di Pasar Senen, peneliti merumuskan strategi mencari mitra investasi guna pengembangan lahan baru di sekitar area pasar yang belum terpakai. Melalui kemitraan ini, memiliki tujuan untuk mengoptimalkan potensi lahan yang ada dengan mengundang investor yang memiliki visi yang sejalan dalam mengembangkan kawasan perdagangan yang modern dan berkelanjutan. Kemitraan strategis ini tidak hanya akan memberikan dukungan finansial, tetapi juga membawa keahlian dan inovasi dalam pembangunan infrastruktur dan fasilitas yang dibutuhkan.

d. Pedagang Kaki Lima (PKL) Liar

Untuk mengatasi masalah pedagang kaki lima (PKL) liar di Pasar Senen, peneliti merumuskan strategi menetapkan zona khusus bagi PKL dengan pengawasan ketat. Zona ini harus dirancang sedemikian rupa agar dapat menampung para PKL dengan fasilitas yang memadai, seperti tempat cuci tangan, tempat sampah, dan penerangan yang baik. Penetapan zona khusus ini bertujuan untuk memberikan ruang yang teratur dan tertata bagi PKL, sehingga mereka tidak perlu berjualan di tempat yang tidak semestinya yang dapat mengganggu kelancaran lalu lintas dan kenyamanan pengunjung.

e. Keamanan dan Kenyamanan

Untuk meningkatkan keamanan dan kenyamanan di Pasar Senen, peneliti merumuskan strategi penataan yang melibatkan pemasangan CCTV di seluruh area pasar dan melibatkan petugas keamanan untuk patroli rutin serta penyediaan fasilitas umum yang nyaman. Dengan memasang CCTV, dapat memantau aktivitas di pasar secara real-time dan mengidentifikasi serta menangani potensi masalah keamanan dengan cepat.

f. Kebersihan dan Sanitasi

Untuk meningkatkan kebersihan dan sanitasi di Pasar Senen, peneliti merumuskan strategi dengan memberikan pelatihan kepada pedagang tentang pentingnya menjaga kebersihan di area kios mereka. Pelatihan ini akan mencakup pengetahuan tentang praktik sanitasi yang baik, seperti cara mengelola sampah, menjaga kebersihan alat dan bahan dagangan, serta penerapan langkah-langkah higienis sehari-hari.

g. Persaingan dengan Pusat Perbelanjaan Modern

Untuk meningkatkan daya saing Pasar Senen di tengah persaingan dengan pusat perbelanjaan modern, peneliti merumuskan strategi merenovasi pasar agar lebih modern dengan fasilitas yang lebih baik namun tetap mempertahankan nilai tradisionalnya. Renovasi ini harus mencakup perbaikan infrastruktur, seperti penambahan penerangan yang lebih baik, peningkatan ventilasi, serta penyediaan fasilitas umum yang nyaman, seperti toilet bersih, ruang menyusui, dan area istirahat yang nyaman. Selain itu, desain arsitektur yang modern harus dipadukan dengan elemen-elemen tradisional, sehingga tetap mencerminkan karakter khas Pasar Senen yang telah dikenal masyarakat.

h. Kurangnya Promosi

Dalam konteks Pasar Senen, mengundang influencer lokal yang memiliki kedekatan dengan budaya dan masyarakat setempat dapat memberikan kesan yang lebih autentik dan menarik. Mereka dapat membagikan pengalaman berbelanja, menyoroti produk-produk unik dan lokal, serta menunjukkan fasilitas-fasilitas modern yang telah ditingkatkan. Konten visual yang menarik dan cerita personal dari influencer dapat menciptakan daya tarik emosional dan mendorong pengikut mereka untuk mengunjungi Pasar Senen. Dengan demikian, strategi ini tidak hanya meningkatkan kesadaran publik tetapi juga dapat berdampak langsung pada peningkatan jumlah pengunjung dan transaksi di pasar.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan data, penulis memperoleh kesimpulan yang dapat diambil. Pasar Senen sebagai marketing destination di Kota Jakarta menunjukkan potensi besar pasar ini untuk terus berkembang sebagai destinasi belanja yang menarik. Meskipun menghadapi berbagai tantangan seperti persaingan dengan pusat perbelanjaan modern, masalah infrastruktur, dan kebersihan, Pasar Senen tetap mempertahankan daya tariknya berkat keunikan produk lokal, harga yang terjangkau, dan warisan budaya yang kaya. Permasalahan yang dihadapi oleh Pasar Senen, seperti kepadatan lalu lintas, terbatasnya unit kios, keberadaan PKL liar, dan tantangan dalam kebersihan serta keamanan, dapat mempengaruhi potensinya sebagai marketing destination di Kota Jakarta. Dengan mengatasi secara efektif masalah-masalah ini melalui revitalisasi infrastruktur, peningkatan promosi, dan perbaikan kualitas pelayanan, pasar ini dapat meningkatkan daya tariknya sebagai destinasi belanja yang unggul dan berkelanjutan.

Strategi penataan kawasan Pasar Senen telah membuktikan potensinya dalam meningkatkan daya tariknya sebagai destinasi belanja yang menonjol di Kota Jakarta. Dengan revitalisasi infrastruktur, peningkatan fasilitas, promosi aktif, dan peningkatan kualitas pelayanan, pasar ini mampu menawarkan pengalaman belanja yang unik dan memadukan nilai tradisional dengan standar modern. Upaya ini tidak hanya meningkatkan kunjungan pengunjung, tetapi juga mengukuhkan Pasar Senen sebagai bagian integral dari warisan budaya dan ekonomi kota, menjadikannya salah satu tujuan belanja yang paling diminati di ibu kota.

Adapun saran dari hasil penelitian, sangat penting untuk meningkatkan infrastruktur kawasan Pasar Senen, termasuk peningkatan aksesibilitas, perbaikan jalan, trotoar yang nyaman, dan fasilitas parkir yang memadai. Infrastruktur yang baik akan meningkatkan kenyamanan dan keamanan bagi pengunjung, serta mempermudah aksesibilitas bagi wisatawan. Membangun ruang terbuka yang menarik seperti taman, alun-alun, atau tempat duduk yang nyaman dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung. Area publik yang indah dan bersih akan meningkatkan pengalaman pengunjung dan memperkuat citra kawasan sebagai destinasi yang ramah. Pemanfaatan teknologi dan digitalisasi dalam promosi dan pelayanan kepada pengunjung dapat meningkatkan daya tarik kawasan Pasar Senen. Ini termasuk penggunaan aplikasi mobile untuk memberikan informasi tentang kegiatan, produk, dan layanan yang tersedia di kawasan, serta memfasilitasi transaksi belanja secara digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Alex S. Nitisemito. (1981). "Manajemen Personalia". Jakarta: Ghalia
- Butler, Richard W. (1980). "The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources". Canadian Geographer, Vol. 24, No. 1, pp. 5-12.
- Eisner & Simon. (1993). "The Enlightened Eye: Qualitative Inquiry and the Enhancement of

Educational Practice". Macmillan Publishing Company.

- Gilbert, D. (1991). *"An Examination of the Consumer Behaviour Process Related to Tourism"*. Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management, Vol. 3, pp. 78-105.
- Sugiyono, (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta.
- Syaodih, Nana. (2007). "Metode Penelitian Pendidikan". Bandung: Rosdakarya.
- Yulianti. (2015). *"The Effect of. Entrepreneurial Motivitation on Business Performance in the Culinary"*. Jakarta: Rineka Cipta.