

## THE EFFECTIVENESS OF STASIUN LAMBUANG AS A PUBLIC SPACE FOR MICRO, SMALL, AND MEDIUM ENTERPRISES (MSMES) IN BUKITTINGGI CITY

Efektivitas Ruang Publik Stasiun Lambuang untuk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Bukittinggi

Syafilla Dwi Pratiwi <sup>1</sup> Rahmadani Yusran <sup>1</sup>

<sup>12</sup>Departemen Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Padang, Jl. Prof. Dr. Hamka, Air Tawar Bar., Kec. Padang Utara, Kota Padang, Sumatera Barat 25171

<sup>a</sup>*syafilladwi@gmail.com*

<sup>b</sup>*yusranrdy@fis.unp.ac.id*

(\*) Corresponding Author

*yusranrdy@fis.unp.ac.id*

**How to Cite:** Syafilla Dwi Pratiwi. (2025). Efektivitas Ruang Publik Stasiun Lambuang untuk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Bukittinggi. [doi: 10.36526/js.v3i2.5841](https://doi.org/10.36526/js.v3i2.5841)

Received : 19-07-2025

Revised : 21-07-2025

Accepted: 31-07-2025

### Keywords:

Ruang publik,  
UMKM,  
Stasiun Lambuang,  
efektivitas,  
Bukittinggi

### Abstract

This study is significant as it aims to assess the effectiveness of Stasiun Lambuang as a public space dedicated to empowering MSMEs relocated by the Bukittinggi City Government. The findings are expected to help the government understand whether current policies meet the needs of MSMEs through physical, structural, social, and economic aspects, and to provide data-driven recommendations for future improvements. Data were collected through document analysis, in-depth interviews with 20 MSME actors, and observation using a descriptive qualitative methodology. The findings show that the effectiveness of Stasiun Lambuang as a public space for empowering MSMEs has not been fully optimized based on the public space criteria proposed by Carr (1992): responsiveness, democracy, and meaningfulness. Although the area has been physically well-designed and is open to small traders, particularly in the culinary sector of Bukittinggi City, its function has not yet been fully effective in meeting the economic needs of MSME actors. This is reflected in the passive behavior of visitors and the inadequacy of supporting facilities across zones. In addition, the visibility of the area from outside remains low due to concrete fences that block the view, thus reducing the spontaneity of visits. These findings indicate that the Bukittinggi City Government tends to prioritize physical arrangement, while the structural, social and economic dimensions often receive less attention.

## PENDAHULUAN

Ruang publik merupakan elemen vital dalam tata kota modern karena menjadi wadah interaksi sosial, aktivitas ekonomi, dan ekspresi budaya masyarakat. Secara umum, ruang publik terbagi menjadi dua jenis: ruang publik terbuka, seperti foodcourt outdoor dan taman bermain, serta ruang publik tertutup, seperti foodcourt indoor dan rooftop komunal. Kedua jenis ruang ini memiliki fungsi strategis dalam mendukung dinamika kota, baik sebagai tempat rekreasi maupun sebagai pusat pertumbuhan ekonomi lokal.

Karena dominasinya di lingkungan metropolitan, sektor UMKM kuliner telah mengalami pertumbuhan yang luar biasa. Karena kegiatan ini dianggap kurang sumber daya, area publik menjadi satu-satunya tempat yang dapat menjalankannya. Pemanfaatan area publik oleh pedagang kaki lima telah dikaitkan dengan keberadaan mereka.

"Penataan pedagang kaki lima" didefinisikan oleh Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 41 Tahun 2021 sebagai upaya pemerintah melalui penetapan lokasi binaan untuk

menetapkan, merelokasi, mengatur, dan meniadakan lokasi pedagang kaki lima dengan mempertimbangkan kepentingan umum, sosial, estetika, kesehatan, ekonomi, keamanan, ketertiban, dan kebersihan lingkungan, serta mematuhi peraturan perundang-undangan.

Di berbagai daerah, penyediaan ruang publik kuliner telah menjadi strategi pembangunan yang menggabungkan aspek estetika, ekonomi, dan sosial. Kota Banjarbaru, misalnya, menerapkan konsep *Communal Dining Place* untuk mengakomodasi budaya nongkrong yang sedang tren, sekaligus menciptakan ruang komunal yang inklusif bagi masyarakat (Oldenburg, 1989). Ruang komunal memungkinkan sekelompok orang atau komunitas, berkumpul di satu tempat untuk melakukan aktivitas atau diskusi (Lang, 1987). Sementara itu, Kota Padang Panjang memanfaatkan aset PT Kereta Api Indonesia (Persero) melalui skema sewa untuk membangun kawasan kuliner berbasis *edu-eco culture tourism*, menunjukkan bahwa ruang publik juga dapat menjadi instrumen kebijakan pembangunan daerah.

Kota Bukittinggi mengambil langkah serupa melalui pembangunan Stasiun Lambuang, sebuah pusat kuliner modern yang berdiri di atas lahan bekas stasiun kereta api. Proyek ini merupakan hasil kolaborasi antara Pemerintah Kota dan BUMN seperti PT KAI, PLN, dan BNI, dengan total investasi lebih dari Rp 20 miliar (Thohir, 2024). Stasiun Lambuang diresmikan oleh Menteri BUMN Erick Thohir pada Maret 2024 sebagai bagian dari strategi relokasi pedagang kaki lima ke ruang yang lebih tertata dan higienis.

Namun, di balik semangat revitalisasi tersebut, muncul dinamika baru. Meskipun pada awalnya Stasiun Lambuang berhasil menarik ±4.198 pengunjung dan meningkatkan pendapatan UMKM (dinasperperin, 2024), dalam beberapa bulan terakhir terjadi penurunan drastis dalam jumlah pengunjung dan omzet. Beberapa pedagang bahkan memilih kembali berjualan di pinggir jalan, memunculkan pertanyaan: apakah relokasi ini benar-benar efektif dalam memberdayakan UMKM dan menciptakan ruang publik yang inklusif?

Keunikan dari artikel ini terletak pada pendekatan evaluatif terhadap efektivitas ruang publik kuliner berbasis relokasi strategis, dengan menggabungkan analisis kebijakan, persepsi pelaku UMKM, dan teori ruang publik dari Carr (1992). Penelitian ini tidak hanya mendeskripsikan fenomena, tetapi juga mengkaji bagaimana desain ruang, tata kelola, dan perilaku pengguna saling berinteraksi dalam menentukan keberhasilan sebuah ruang publik.

Pentingnya ruang publik bagi UMKM di suatu daerah tidak hanya berfungsi sebagai tempat berjualan, tetapi juga dapat memperkuat identitas lokal dan memperluas perekonomian daerah. Kehadiran ruang publik yang dirancang sebagai wadah pemberdayaan UMKM mampu mendorong pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan menciptakan lapangan kerja baru. Selain itu, UMKM di Indonesia memiliki kualitas dan potensi yang baik, sehingga ruang publik dapat menjadi sarana promosi sekaligus edukasi bagi masyarakat dan wisatawan. Dengan demikian, konsep ruang publik berperan penting sebagai katalis dalam mendukung keberlanjutan dan pengembangan UMKM lokal. Dengan mengangkat kasus Stasiun Lambuang, artikel ini berkontribusi untuk menganalisis efektivitas ruang publik Stasiun Lambuang untuk UMKM di Kota Bukittinggi sesuai tujuan dari pemerintah dalam membangun Stasiun Lambuang yaitu menciptakan ketertiban umum serta meningkatkan kualitas dan ekonomi pedagang kecil khususnya bidang kuliner di Kota Bukittinggi sekaligus menyoroti tantangan dalam mewujudkan ruang yang responsive, democratic, dan meaningful bagi seluruh lapisan masyarakat.

## METODE

Kegunaan ruang publik Stasiun Lambuang sebagai wadah pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Bukittinggi dikaji dalam penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif deskriptif. Karena memungkinkan penjelasan fenomena sosial yang detail dan kontekstual, metode ini dipilih.

Stasiun Lambuang, Kelurahan Tarok Dipo, Kecamatan Guguk Panjang, Kota Bukittinggi, merupakan lokasi penelitian. Karena signifikansinya terhadap topik penelitian, lokasi tersebut dipilih secara sengaja. Informan dalam penelitian ini berjumlah 24 orang diantaranya 4 orang berasal dari Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Bukittinggi selaku OPD Pelaksana Stasiun Lambuang mencakup kepala dan perwakilan dari instansi terkait yang bergerak di bidang perdagangan, sarana dan prasarana, dan perizinan. 20 orang lainnya adalah pedagang di Stasiun Lambuang yang tidak diseleksi terlebih dahulu melalui metode sampling tertentu, tetapi dipilih secara aksidental karena tidak semua pedagang buka setiap hari dan beberapa kios sudah tutup dan tidak aktif lagi berjualan. Pengamatan langsung, wawancara mendalam, dan dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data primer. Data sekunder dikumpulkan dari literatur yang relevan. Teknik pengumpulan data meliputi: Observasi terhadap aktivitas dan fasilitas di Stasiun Lambuang, Wawancara dengan informan kunci menggunakan alat bantu perekam berdurasi 10-20 menit. Sistem kegiatan wawancara tidak berstruktur yang berfokus atau bebas, misalnya terkait keuntungan yang dirasakan semenjak di relokasi, penghasilan semenjak di relokasi, hubungan antar pedagang dan lain sebagainya. Dokumentasi kebijakan dan laporan dari Dinas Perdagangan dan Perindustrian. Triangulasi sumber, yang membandingkan data dari beberapa sumber dan dokumen untuk menjamin kredibilitas data, digunakan untuk menguji keabsahan data. Proses analisis data menurut Miles dan Huberman terdiri dari tiga langkah: reduksi data, yang melibatkan penyaringan materi berdasarkan fokus penelitian; penyajian data; merangkai temuan menjadi sebuah cerita tematik; menyusun temuan-temuan kunci; menarik kesimpulan; dan verifikasi.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas ruang publik *Stasiun Lambuang* sebagai wadah pemberdayaan UMKM belum sepenuhnya optimal. Meskipun secara fisik kawasan ini telah memenuhi dimensi ruang publik yang ideal menurut Carr sebagai berikut :

Tanggap ( <i>responsive</i> )	Demokratis ( <i>democratic</i> )	Bermakna ( <i>meaningful</i> )
Pedagang merasakan tersedianya fasilitas seperti area makan dan kios-kios yang tertata rapi menciptakan suasana yang lebih tenang dan teratur, berbeda jauh dengan kondisi sebelumnya ketika para pedagang berjualan di pinggir jalan, di mana area makan terbatas untuk masing-masing pedagang dan tidak tertata membuat tidak nyaman dan kebisingan lalu lintas.	Keberadaan pedagang yang membuka usaha, menambah usaha dan membuka cabang usaha menunjukkan bahwa Stasiun Lambuang dirancang sebagai ruang yang terbuka untuk seluruh pedagang kecil khususnya bidang kuliner di Kota Bukittinggi karena memiliki target pasar yang lebih luas.	Pedagang mengungkapkan adanya keterikatan personal dengan ruang publik Stasiun Lambuang. Hal ini terlihat dari suasana yang dirasakan lebih aman dan nyaman karena tidak lagi direpotkan dengan aktivitas seperti mendorong gerobak, membongkar-pasang tenda, atau menghadapi cuaca buruk.

Sebelum Relokasi



Sesudah Relokasi



Aspek sosial meski berlangsung harmonis, seperti menyambut baik pedagang yang baru bergabung, saling meminjamkan barang dan tidak ada kecenderungan untuk saling bersaing. Namun potensi konflik tetap bisa terjadi, terutama jika jenis dagangan yang dijual serupa, seluruh kios aktif berjualan, atau muncul permasalahan seperti kebersihan lingkungan di Stasiun Lambuang.

“Secara tidak langsung mungkin ada persaingan, apalagi kalau jenis jualan sama.”- *Imanda, Penjual Ice Cream Papi Orange*

“Secara tidak langsung mungkin ada persaingan, jika semua pedagang aktif semua” – *Ibu Gustina, Penjual Mie dan Minuman*

“Ada saja gesekan sedikit seperti masalah sampah. Tapi bisa diselesaikan baik-baik” – *Mila Sate Madura Cak Slamet*

Aspek ekonomi pada dasarnya lebih banyak muncul dari pada aspek sosial dalam penataan dan pemberdayaan UMKM, karena itu penanganan terhadap UMKM harus lebih ditekankan pada aspek ekonomi daripada aspek sosialnya (Octaviania & Puspitasari, 2022). Aspek ekonomi yang terjadi mengakibatkan semakin berkurangnya pedagang yang berada di Stasiun Lambuang sehingga memutuskan tidak hanya memilih kembali berjualan di pinggir jalan namun juga memilih menutup usahanya dan mencari pekerjaan lain karena keterbatasan modal.

“Banyak di sini yang besoknya udah engga buka lagi karna modal engga ada”- *Ibu Yuliarti, Nasi Goreng Pak Jon*

“Benar-benar gulung tikar karna udah engga ada modal lagi, ada yang cari kerja yang lain”- *Ibu Widia, Harian/ Widia Ningsih*

Menurut Munawir (2004), memiliki modal kerja yang memadai dapat menawarkan sejumlah keuntungan, termasuk menjaga keamanan bisnis jika terjadi krisis modal kerja yang disebabkan oleh penurunan nilai aset lancar, potensi pembayaran tepat waktu atas semua utang, dan potensi memiliki persediaan yang cukup untuk memenuhi permintaan klien.

Dinamika struktural, sosial dan ekonomi di dalamnya mengungkapkan adanya ketimpangan fungsi, persepsi, dan akses. Analisis ini menggunakan pendekatan kualitas ruang publik menurut Carr (1992), yaitu *responsive*, *democratic*, dan *meaningful*.

### 1. Responsiveness: Ketimpangan Fungsi dan Perilaku Konsumen

Berkat tempat duduknya yang memanjang, yang mendorong pengunjung untuk duduk bersebelahan sesuai dengan kriteria responsif bahwa ruang publik ditata dan dirancang untuk melayani kebutuhan penggunanya, baik individu maupun komunitas, Stasiun Lambuang dirancang sebagai pusat kuliner yang nyaman dan tertata rapi yang mendukung aktivitas sosial ringan, seperti berbelanja dan menikmati kuliner bersama. Namun aktivitas ini belum sepenuhnya mampu menjadi sumber ekonomi utama yang meningkatkan kesejahteraan pedagang karena kenyamanan tersebut justru mendorong perilaku pasif dari pengunjung. Fasilitas seperti tempat duduk dan area makan sering kali dimanfaatkan untuk sekadar nongkrong, bahkan beberapa pengunjung membawa makanan dari luar dan hanya memesan menu-menu ringan.

“Memang banyak juga yang cuma nongkrong, tapi biasanya tetap ada yang beli sedikit seperti pesan kopi.” – *Ibu Dona, Penjual Mie dan Minuman*

“Tidak masalah, walaupun nongkrong pasti ada batasannya, ada jajan sedikit, tergantung kesadaran dari diri sendiri aja.” – *Ibu Dewi Kurniawati, Penjual Makanan dan Minuman*

Fenomena ini menunjukkan bahwa keterikatan pasif (*passive engagement*) mendominasi, sementara keterlibatan aktif dalam transaksi kuliner justru menurun. Hal ini berdampak langsung pada ketidakstabilan pendapatan pedagang, yang mengandalkan interaksi langsung dan pembelian spontan sebagai sumber utama penghasilan. Salah satu cara paling penting dan mendasar untuk memahami tujuan dan signifikansi suatu lokasi adalah dengan mengamati bagaimana orang bergerak melaluinya. Misalnya, orang-orang berkeliaran di area publik ketika yang lain lebih suka duduk atau tinggal (karena aktivitas dan kehidupan yang terjadi di sana) (Jamalludin 2018). Berbagai perilaku pengunjung sebagai konsumen tercermin dalam berbagai kegiatan ini. Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana orang, kelompok, dan organisasi memilih, membayar, dan menggunakan produk, layanan, konsep, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan mereka. Pengaruh internal dan eksternal dapat memengaruhi perilaku konsumen. Sementara elemen eksternal mencakup pengaruh pihak lain, seperti keluarga atau kelompok konsumen lain, lingkungan sosial, dan pengaruh budaya, aspek internal mencakup sudut pandang, gaya hidup, dan sikap pribadi pelanggan. Kontak interpersonal pengunjung dengan pihak lain terkait erat dengan pengaruh mereka. Kehidupan manusia didasarkan pada interaksi interpersonal, dan sebagian besar perilaku manusia terjadi dalam kerangka hubungan seseorang dengan orang lain (H.T. Reis, W.A. Collins, dan E. Berscheid, 2000).

## 2. Democratic: Ketidakmerataan Akses dan Aktivitas Antar Zona

Pembagian zona di Stasiun Lambuang—Zona 1 untuk keluarga dan Zona 2 untuk generasi muda—menimbulkan ketimpangan arus pengunjung. Zona 1 yang direncanakan memiliki fasilitas bermain anak tidak terealisasi karena keterbatasan anggaran, sehingga pengunjung lebih terpusat di Zona 2 yang memiliki panggung hiburan. Salah satu indikator terpenting pertumbuhan pariwisata adalah fasilitas yang tersedia di suatu destinasi. Berdasarkan Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, yang menyatakan bahwa berbagai kegiatan pariwisata didukung oleh berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pelaku usaha, pemerintah, dan pemerintah daerah, kelengkapan fasilitas tersebut akan menentukan keberhasilan suatu destinasi.

“Harusnya jangan dibagi-bagi seperti ini, lebih bagus kalau semua disatukan saja.” – Ibu Gustina, Penjual Pecel Lele

“Kadang pernah sehari itu nggak ada yang beli sama sekali.” – Ibu Dona, Penjual Mie dan Minuman

“Kalau hari libur bisa dapat sekitar Rp. 800.000, tapi kalau hari biasa nggak menentu.” – Ela, Penjual Warmindo Receh

Situasi ini menunjukkan bahwa prinsip *demokratis* dalam ruang publik belum terpenuhi. Akses terhadap peluang ekonomi tidak merata, dan persebaran pengunjung cenderung menguntungkan zona tertentu. Hak-hak dari kelompok pemakai seharusnya terlindungi dan dapat dipakai oleh semua kelompok masyarakat. Pengguna ruang publik dapat melakukan apa saja namun tetap memperhatikan kesetaraan dan keadilan dengan pemakai ruang publik yang lain. Pedagang menyarankan agar zonasi dihapus dan seluruh gerai disatukan dalam satu area agar arus pengunjung lebih merata dan adil. Program penataan pedagang kaki lima seharusnya tidak terpaku pada penataan fisik saja. Melainkan juga melakukan penataan dalam hal sarana prasarana penunjang disekitar kawasan.

## 3. Meaningful: Rendahnya Visibilitas dan Spontanitas Kunjungan

Keberadaan pagar beton yang menutup pandangan dari luar menyebabkan penurunan tingkat spontanitas kunjungan. Pengunjung harus secara sengaja masuk ke area, memarkir kendaraan, dan berpakaian rapi, yang berbeda dengan kebiasaan pembelian cepat saat pedagang masih berjualan di pinggir jalan. Pedagang menyarankan agar pagar beton dibuka agar aktivitas

perdagangan bisa terlihat oleh pengendara atau pejalan kaki di luar. Area yang dimiliki atau dikelola dapat ditandai dengan pagar, baik secara harfiah maupun melalui rambu dan peraturan. Area yang dimiliki atau dikelola dapat ditandai dengan pagar. Lebih lanjut, konsep desain pagar secara umum mempertimbangkan tiga faktor fundamental: (1) berfungsi sebagai pembatas antar area publik; (2) berfungsi sebagai fasad bangunan; dan (3) berfungsi sebagai penanda kelas sosial, identitas, dan status ekonomi penghuni bangunan.

"Saya harap akses masuk ke area ini bisa dipermudah, biar pengunjung lebih gampang datang." – *Kifli, Penjual Ikan Bakar Mak Pot*

"Mungkin pagarnya bisa dibuka, biar nggak kelihatan seperti ruang tertutup." – *Rendi, Harian/Masrul*

Minimnya visibilitas membuat kawasan terkesan eksklusif dan tidak mengundang interaksi spontan, sehingga menghambat potensi ekonomi dan sosial yang seharusnya tumbuh secara alami. Dalam konteks *bermakna*, ruang publik seharusnya memiliki keterhubungan visual dan emosional dengan masyarakat sekitar, sehingga membuat pengguna ingin mengunjunginya kembali.

"Kalau kios-kios itu ramai dan penuh aktivitas, orang juga lebih tertarik untuk datang." – *Imanda, Penjual Ice Cream Papi Orange*

"Sebaiknya semua pedagang buka setiap malam agar suasana lebih hidup." – *Ibu Widia, Harian/Widia*

Hal ini mungkin menjelaskan mengapa pedagang kaki lima dapat menjadi bagian dari tata letak fisik area publik karena operasi mereka terkait erat dengan operasi masyarakat umum. Oleh karena itu, keterlibatan dari OPD Pelaksana untuk menghimbau para pedagang untuk aktif berjualan setiap malam guna menciptakan suasana destinasi kuliner malam yang lebih hidup dan menarik bagi warga lokal dan wisatawan.

#### 4. Refleksi Teoritis dan Implikasi Kebijakan

Temuan ini memperkuat pandangan bahwa desain ruang publik tidak cukup hanya mengandalkan estetika dan penataan fisik. Diperlukan pendekatan yang lebih holistik, termasuk strategi manajemen partisipatif yang melibatkan pelaku usaha, adaptasi terhadap pola perilaku konsumen, dan integrasi kebijakan yang berorientasi pada keberlanjutan dan kesejahteraan sosial.

Kebijakan penataan dan pemberdayaan UMKM yang dibuat oleh pemerintah kota tidak selalu diimplementasikan secara seimbang. Dalam praktiknya, pemerintah cenderung lebih fokus pada aspek penataan fisik seperti penyediaan kios yang tertata dan area makan yang lebih bersih sementara dimensi pemberdayaan ekonomi dan sosial sering kali kurang prioritas. Relokasi UMKM ke Stasiun Lambuang memang memberikan fasilitas yang lebih higienis dan tertata, namun tanpa pengelolaan yang responsif dan inklusif, ruang publik berisiko menjadi tempat nongkrong pasif alih-alih pusat pemberdayaan ekonomi.

Sesuai hasil penelitian Haris (2011), hambatan mendasar yang dihadapi PKL dan UMKM adalah keterbatasan modal usaha, akses yang sulit ke lokasi strategis (pasar), serta keterbatasan informasi, kebijakan, dan sarana pendukung. Oleh karena itu, strategi pemberdayaan tidak cukup berhenti di aspek legalitas dan relokasi fisik, tetapi perlu diikuti dengan :

- Pemberian bantuan modal usaha
- Pelatihan manajemen dan pemasaran
- Peningkatan komunikasi yang lebih dekat dan partisipatif antara pedagang dan pemerintah
- Serta penyediaan sarana dan prasarana pendukung yang benar-benar sesuai kebutuhan mereka

Implementasi kebijakan, sebagaimana tertuang dalam PP No. 7 Tahun 2021 tentang alokasi 30% ruang publik untuk UMKM, seharusnya tidak hanya diartikan sebagai menyediakan area secara fisik. Lebih dari itu, kasus Stasiun Lambuang menjadi refleksi penting bahwa kebijakan harus disertai

dengan evaluasi komprehensif : mengkaji desain ruang, memastikan fungsi ruang sesuai perilaku pengunjung, dan menilai dampak sosial-ekonomi secara menyeluruh. Dengan demikian, ruang publik dapat berkembang menjadi ruang yang inklusif, adaptif, dan bermakna: tidak hanya indah dipandang, tetapi juga mampu mendorong interaksi sosial dan kesejahteraan ekonomi masyarakat sekitar.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena belum mendalami secara khusus program-program pemberdayaan UMKM yang dijalankan pemerintah untuk pedagang di Stasiun Lambuang seperti pelatihan, pendampingan usaha, atau kebijakan dukungan modal. Penelitian ini membahas aspek fisik kawasan, aspek sosial antar sesama pedagang maupun pedagang dengan pengunjung, serta aspek ekonomi berupa pendapatan yang diperoleh menggunakan pendekatan ruang publik yang ideal menurut Carr (1992), yaitu *responsive*, *democratic*, dan *meaningful*. Analisis lebih banyak berfokus pada kondisi lapangan dan dampak langsung yang dirasakan pedagang. Namun penelitian ini menemukan 18 kios yang telah ditempati, tetapi belum disertai dengan pengurusan surat izin resmi. Oleh karena itu, pentingnya kesadaran dari pedagang untuk mengikuti serangkaian prosedur yang sudah ditetapkan oleh pemerintah. OPD Pelaksana juga harus melakukan pendataan rutin terhadap kios-kios yang telah ditempati untuk memastikan penggunaan kios berjalan dengan tertib dan adil.

## PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa efektivitas ruang publik *Stasiun Lambuang* sebagai wadah pemberdayaan UMKM di Kota Bukittinggi belum sepenuhnya optimal dan masih menghadapi beberapa permasalahan struktural, sosial dan ekonomi, yaitu: Pertama, Fungsi ruang yang belum responsif terhadap kebutuhan pedagang, di mana kenyamanan fasilitas mendorong perilaku pasif pengunjung. Kedua, Ketidakmerataan akses ekonomi antar zona akibat minimnya sarana dan prasarana penunjang di Zona 1, serta perbedaan daya tarik antar kawasan. Ketiga, Minimnya visibilitas ruang dari luar yang menurunkan tingkat spontanitas kunjungan, menjadikan Stasiun Lambuang kurang efektif sebagai ruang kuliner publik, dan Keempat, belum terwujudnya ruang publik ideal yang memenuhi tiga kriteria dari Carr (1992), yaitu *responsive*, *democratic*, dan *meaningful* secara utuh. Implementasi kebijakan, sebagaimana tertuang dalam PP No. 7 Tahun 2021 tentang alokasi 30% ruang publik untuk UMKM, seharusnya tidak hanya diartikan sebagai menyediakan area secara fisik melainkan harus disertai dengan evaluasi komprehensif.

Rekomendasi kebijakan implementatif pada penelitian yang berfokus pada aspek fisik, sosial dan ekonomi menggunakan pendekatan kualitas ruang publik menurut Carr (1992), yaitu *responsive*, *democratic*, dan *meaningful* sebagai berikut:

1. Penambahan sarana dan prasarana penunjang khususnya di Zona 1 agar persebaran pengunjung dan peluang ekonomi merata untuk seluruh pedagang di Stasiun Lambuang.
2. Penyelenggaraan program rutin seperti pelatihan bersama atau event kuliner khas Minang, yang bertujuan mempererat keterikatan aktif antara pengunjung, sekaligus memperkuat identitas lokal kawasan.
3. Penguatan pemasaran digital untuk pelaku UMKM untuk meningkatkan pendapatan dan daya saing usaha, sehingga kawasan dapat berfungsi optimal sebagai ruang pemberdayaan ekonomi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfarisi, R. (2024). *Stasiun Lambuang: Relokasi sebagai strategi marketing dalam memajukan UMKM*. Kumparan. Diakses dari kumparan.com
- Carr, S. (1992). *Public Space*. Cambridge University Press.

- de Yong, S., & Dora, P. E. (2016). Kajian Konsep Teritori dan Usulan Solusi Untuk Pencegahan Kejahatan pada Interior Sekolah Taman Kanak-Kanak di Surabaya. Petra Christian University. <https://cptidblog.wordpress.com/autho r/cptidblog/>
- Kementerian BUMN. (2024, Maret 6). *Resmikan Stasiun Lambuang, Erick Thohir: Bukittinggi masih butuh investasi infrastruktur*. Dipublikasikan secara online pada link: [https://www.viva.co.id/bisnis/1694169-resmikan-stasiun-lambuung-erick-thohir-bukittinggi-masih-butuh-investasi-infrastruktur?form=MG0AV3&form=MG0AV3#goog\\_rewarded](https://www.viva.co.id/bisnis/1694169-resmikan-stasiun-lambuung-erick-thohir-bukittinggi-masih-butuh-investasi-infrastruktur?form=MG0AV3&form=MG0AV3#goog_rewarded) . Diakses Pada tanggal 21 September 2024 Pukul 21:53 WIB.
- Jamalludin, Rizqi. 2018. "Identifikasi Alun-Alun Kudus sebagai Fasilitas Ruang Terbuka Publik di Tinjau terhadap Pendekatan Dimensi Fungsi dan Dimensi Sosial. " *Jurnal Plamologi* 15 (1): 34-48. <https://doi.org/10/30659/jpsa.v15i1.2761>.
- Koran Jakarta. (2025, Juni 15). *Ruang Publik untuk UMKM? Saatnya Produk Lokal Tampil di Depan!* Dipublikasikan secara online pada link: <https://koran-jakarta.com/2025-06-15/ruang-publik-untuk-umkm-saatnya-produk-lokal-tampil-di-depan?page=3> . Diakses pada tanggal 19 Juli 2025 Pukul 23:13.
- Liputan6. (2025, Juni 15). *Menteri UMKM: 30 Persen ruang publik harus dialokasikan untuk UMKM*. Dipublikasikan secara online pada link: <https://www.liputan6.com/bisnis/read/6053099/menteri-umkm-30-persen-ruang-publik-harus-dialokasikan-untuk-umkm?form=MG0AV3&form=MG0AV3> . Diakses Pada tanggal 6 Oktober 2024 Pukul 20:55 WIB.
- L. Schiffman and K. L. Kanuk, *Consmer behavior 7<sup>th</sup> Edition* (Perilaku Konsumen), Jakarta: PT Indeks, 2008
- Anita, J., Gustya, F., Rahayu Erawati, L., & Dewi Sukma, M. (2012). Kajian Terhadap Ruang Publik Sebagai Sarana Interaksi Warga di Kampung Muararajeun Lama, Bandung. Reka Karsa, 1-12. [http://lib/itenas.ac.id/kti/wp-content/uploads/2013/12/Microsoft-Word-Muara-Rajeun-Juarni-Anita-2012\\_1.pdf](http://lib/itenas.ac.id/kti/wp-content/uploads/2013/12/Microsoft-Word-Muara-Rajeun-Juarni-Anita-2012_1.pdf)
- Haris, D.M. (2011). Strategi Pengembangan Usaha Sektor Informal Dalam Kemiskinan di Perkotaan. *Simposium Nasional Otonomi Daerah*.
- Muhammad Nafis. (2023). *Konsep Communal Dining Place dalam pengembangan ruang publik kuliner di Kota Banjarbaru*. [Artikel tidak dipublikasikan].
- Munawir. (2004). *Analisa Lapangan Keuangan*. Yogyakarta: Liberty.
- N. Farasa and H. E. Kusuma, *Faktor Dominan yang Mempengaruhi ketahanan di Kafe: Motivasi dan Preferensi Gender*. 2016.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- PT Kereta Api Indonesia (Persero). (2016). *Keputusan Direksi No. KEP.U/KA.102/IV/1/KA-2016 tentang Pemanfaatan Aset Tanah*. Jakarta: PT KAI.
- P. Kotler and K. L. Keller, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Tarma Sartima dkk, *Kebijakan Penataan Pedagang Kaki Lima (PKL) di Kota Solok Berdasarkan Peraturan Daerah (PERDA) Nomor 5 Tahun 2017*, Swara Justisia, Volume 6 Issue 4 Januari 2023.