

# Identifikasi Kualitas Ruang Publik *Skywalk* Cihampelas

**Theodorus Brian Pamungkas , Ratna Agustina**

Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota  
Institut Teknologi Nasional Bandung

Email: [theodorusbrianpamungkas06@gmail.com](mailto:theodorusbrianpamungkas06@gmail.com)

## ABSTRAK

*Skywalk Cihampelas sudah cukup lama beroperasi dan tentunya mengalami perubahan kualitas ruang publik, baik dari segi sarana maupun prasarana. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi ruang publik Skywalk Cihampelas berdasarkan persepsi Pedagang Kaki Lima dan pengunjung skywalk. Penelitian ini menggunakan metode survei yang mengumpulkan data melalui kuesioner terhadap responden pengunjung dan Pedagang Kaki Lima. Hasil survei menunjukkan bahwa persepsi pengunjung mengenai kualitas ruang publik skywalk berada pada kondisi cukup baik. Pengunjung menilai kualitas dan fasilitas yang tersedia tidak dalam kondisi baik. Persepsi Pedagang Kaki Lima mengenai kualitas ruang publik skywalk mengalami sedikit kenaikan yaitu berada pada penilaian baik walaupun pedagang mengeluhkan mengenai kondisi fasilitas umum yang menurun.*

**Kata kunci:** *fasilitas umum, kualitas ruang publik, survei dan kuesioner*

## ABSTRACT

*Skywalk Cihampelas has been operating for quite a long time and of course experienced changes in the quality of public spaces, both in terms of facilities and infrastructure. The purpose of this study was to identify the public space of the Cihampelas Skywalk based on the perceptions of street vendors and skywalk visitors. This study uses a survey method that collects data through questionnaires to respondents from visitors and street vendors. The survey results show that visitors' perceptions of the quality of the skywalk public space are in fairly good condition. Visitors assess the quality and facilities available are not in good condition. The perception of street vendors regarding the quality of the skywalk public space has increased slightly, which is in a good rating although traders complain about the declining condition of public facilities.*

**Keywords:** *public facilities, public space quality, surveys and questionnaires*

## 1. PENDAHULUAN

Ruang publik yang baik adalah ruang publik yang memiliki tiga nilai utama yaitu pertama, ruang publik haruslah bersifat responsif, yaitu dapat dilihat melalui pengelolaan yang mencakup kebutuhan fisik maupun psikis, kedua ruang publik bersifat demokratis yaitu memiliki ruang yang dapat diakses oleh semua orang serta adanya keleluasaan dalam melakukan aktivitas dan ketiga, ruang publik dapat menjadi penghubung antara satu ruang dengan ruang lainnya yang lebih besar sehingga dapat memberikan rasa yang berbeda (Carr, 1992). Kota Bandung memiliki beragam ruang publik, salah satunya berada di Kawasan Cihampelas yaitu *Skywalk* Cihampelas atau Teras Cihampelas. Kawasan Cihampelas merupakan kawasan yang menjadi pusat berjualan pakaian dan telah menjadi wisata belanja *fashion* di Kota Bandung. Berdasarkan Perda Kota Bandung No. 10 tahun 2015 tentang Rencana Detail Tata Ruang Kota dan Peraturan Zonasi Kota Bandung tahun 2015- 2035, SWK Cibeunying mengadaptasi konsep *travelapolis* yang artinya memiliki konsep sejarah, alam, belanja dan sebagainya. Adanya Teras Cihampelas berfungsi sebagai tujuan wisata baru di Jalan Cihampelas mampu meningkatkan aktivitas pengunjung pada SWK Cibeunying, khususnya di Cihampelas. *Skywalk* Cihampelas merupakan infrastruktur dalam bentuk *skywalk* yang didirikan di atas Jalan Cihampelas dengan fungsi sebagai tempat relokasi PKL yang awalnya tersebar di area trotoar jalan yang kemudian diatur serta ditata dalam melakukan aktivitas berdagang di kawasan yang sudah disediakan yaitu berupa kios PKL untuk berjualan souvenir dan kuliner (makanan dan minuman). *Skywalk* Cihampelas memiliki peran untuk mengatasi permasalahan PKL di Cihampelas dan peningkatan aktivitas serta sebagai ruang publik di Kota Bandung (Dewa, 2019).

*Skywalk* Cihampelas yang merupakan ruang publik di Kota Bandung, pada saat ini harus mampu bersaing dengan tempat ruang publik lainnya dalam meningkatkan kualitas ruang publik, serta agar dapat dilihat bagaimana objek ruang terbuka publik tersebut dapat dikelola dengan baik. Kualitas dan pengelolaan yang baik tentunya akan berdampak pada kunjungan dan persepsi pengunjung terhadap kawasan *Skywalk* Cihampelas (Hernandez-Lobato, 2006). Maka dalam rangka meningkatkan kunjungan serta peningkatan kualitas ruang publik *Skywalk* Cihampelas diperlukan sebuah kajian terkait kualitas ruang publik *Skywalk* Cihampelas berdasarkan persepsi pengunjung termasuk pedagang yang berada di *Skywalk*. Kajian tersebut diharapkan dapat menjadi acuan dalam upaya pengembangan ruang publik *Skywalk* Cihampelas sehingga ruang publik ini dapat bersaing dan meningkatkan kualitas ruang publik mengingat banyaknya kawasan ruang publik maupun destinasi wisata di Kota Bandung. Pertanyaan penelitian ini yaitu bagaimana perbandingan kualitas ruang publik di *Skywalk* Cihampelas sebelum dan sesudah relokasi PKL berdasarkan persepsi Pedagang Kaki Lima serta bagaimana kualitas ruang publik berdasarkan persepsi pengunjung? Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi kualitas ruang publik *Skywalk* Cihampelas berdasarkan persepsi Pedagang Kaki Lima (PKL) dan pengunjung.

## 2. METODOLOGI

Terkait dengan penelitian ini, data yang dibutuhkan adalah data primer yang berasal dari hasil survei lapangan dan pengumpulan data melalui kuesioner yang diberikan kepada pengunjung dan pedagang di *Skywalk* Cihampelas. Adapun penelitian yang dilakukan yaitu mengidentifikasi kualitas ruang publik dan sumber data berasal dari hasil kuesioner yang diberikan kepada pengunjung dan pedagang, setelah data diperoleh nantinya akan diolah menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang yang setiap jawaban pertanyaan mempunyai nilai gradasi dari positif hingga



No	Variabel	Keterangan	Foto
2	Kondisi Perkerasan	Perkerasan yang berasal dari bahan kayu tidak mengalami kerusakan, hanya banyak kondisi jalur yang berwarna kusam, berasal dari bahan kaca terdapat lumut dan genangan air sehingga harus berhati-hati ketika melewatinya	
3	Tinggi Skywalk	Ketinggian <i>Skywalk</i> dari Jalan Cihampelas sesuai peraturan yaitu 5,1 m	
4	Fasilitas Kebakaran	Fasilitas alat proteksi kebakaran tidak tersedia, hanya terdapat kotak pemadam	

### 3.1.2 Faktor Kenyamanan

**Tabel 2. Kondisi *Skywalk* Berdasarkan Faktor Kenyamanan**

No	Variabel	Keterangan	Foto
1	<i>Street Furniture</i> (kursi, meja, lampu, pot bunga, tempat sampah)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• kursi menyatu dengan meja dengan jarak kurang dari 10m</li> <li>• Terdapat lampu penerangan dengan jarak antar lampu 15m tetapi hanya beberapa lampu yang dapat menyala</li> <li>• Terdapat pot bunga dan cukup terawat</li> <li>• Sampah yang tidak diambil petugas dan tertumpuk di sudut kios</li> </ul>	

No	Variabel	Keterangan	Foto
2	Sirkulasi pejalan kaki	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Di ujung dan bagian tengah teras terdapat tangga untuk akses keluar masuk <i>skywalk</i></li> <li>• Terdapat lift tetapi tidak dapat digunakan</li> <li>• Terdapat jalur yang terhalang oleh para pedagang dikarenakan memasang terpal</li> <li>• Terdapat bidang miring di jalur dan dapat dilalui disabilitas</li> </ul>	
3	Ketersediaan toilet	Terdapat beberapa toilet tetapi kondisi rusak, terkunci dan tidak ada air	

### 3.1.3 Faktor Keamanan

Tabel 3. Kondisi *Skywalk* Berdasarkan Faktor Kenyaman

No	Variabel	Keterangan	Foto
1	Keberadaan petugas/ satpam	Pos petugas kosong dan tidak ada petugas yang berjaga, kondisi pos juga terlihat rusak	

No	Variabel	Keterangan	Foto
2	Keberadaan CCTV	Terdapat CCTV di beberapa titik <i>skywalk</i> , kondisi tidak dapat berfungsi dengan baik	
3	Pencahayaan	Pada kondisi malam hanya beberapa lampu yang menyala yang berada di tengah tengah <i>skywalk</i>	

### 3.1.4 Faktor Kemudahan Akses

Tabel 4. Kondisi *Skywalk* Berdasarkan Faktor Kemudahan Akses

No	Variabel	Keterangan	Foto
1	Mudah diakses oleh difabel	<ul style="list-style-type: none"> <li>• lift untuk membantu kaum disabilitas, tidak dapat berfungsi dengan baik</li> <li>• Terdapat jalur ramp yang menghubungkan satu teras dengan teras lainnya</li> </ul>	
2	Ketersediaan parkir	Lokasi parkir berada di sisi jalan atau depan ruko, dan memilih parkir di Ciwalk untuk menjaga keamanan kendaraan	

*Sumber: Google Street View, 2014*

No	Variabel	Keterangan	Foto
3	Koneksi ke bangunan lain	terdapat jalur yang terhubung dengan bangunan lain yaitu ke bangunan Dapur Teras Cihampelas tetapi tidak dapat digunakan karena bangunan tersebut menutup akses masuk	
4	Akses keluar masuk <i>skywalk</i>	Terdapat beberapa akses masuk ke kawasan <i>skywalk</i> berupa anak tangga di beberapa titik dan lift, tetapi lift tidak dapat digunakan sehingga menyulitkan pengunjung maupun pedagang ketika membawa barang dagangan	

### 3.2 Kualitas Ruang Publik

Identifikasi ini melibatkan bagaimana persepsi Pedagang Kaki Lima (PKL) yang berjualan di *Skywalk* Cihampelas dan pengunjung yang datang ke *Skywalk* Cihampelas. Data terkait kualitas ruang publik *Skywalk* Cihampelas diperoleh melalui observasi dan penyebaran kuesioner. Pengumpulan data kuesioner, diambil sebanyak 100 sampel pengunjung *skywalk* dan 66 sampel Pedagang Kaki Lima (PKL) yang berdagang di *Skywalk* Cihampelas.

#### 3.2.1 Latar Belakang Responden

Penelitian ini menilai kualitas sebuah ruang publik *Skywalk* Cihampelas berdasarkan persepsi pengunjung dan PKL yang berada di *Skywalk* Cihampelas.

##### a. Pengunjung

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa presentase responden pengunjung *Skywalk* Cihampelas dengan jenis kelamin laki- laki lebih banyak yaitu 66 orang dibandingkan dengan jenis kelamin perempuan yaitu 34 orang. Selain itu responden pengunjung dengan jumlah terbanyak adalah pengunjung dengan rentang usia 20 – 25 tahun yaitu sebanyak 56% dan rentang usia dengan jumlah terendah adalah pengunjung dengan rentang usia 36 – 40 tahun yaitu sebanyak 2%. Mengenai asal responden pengunjung, jumlah pengunjung terbanyak adalah pengunjung yang berasal dari Kota Bandung yaitu sebanyak 55% dan pengunjung terendah berasal dari Kota Ciamis, Batam, Brebes, Bogor, Garut, Lembang, Magelang dan Surabaya yaitu sebanyak 1%. Pekerjaan responden pengunjung diketahui jumlah pengunjung terbanyak bekerja sebagai pegawai swasta yaitu sebanyak 39% dan pengunjung dengan

jumlah terendah adalah pengunjung yang bekerja sebagai ibu rumah tangga yaitu sebanyak 1%.

#### b. Pedagang Kaki Lima

Penelitian ini menilai kualitas sebuah ruang publik *Skywalk* Cihampelas berdasarkan persepsi Pedagang Kaki Lima (PKL) yang berjualan di *Skywalk* Cihampelas dengan jumlah responden sebanyak 66 orang berdasarkan rumus Slovin. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa responden PKL *Skywalk* Cihampelas dengan jenis laki-laki lebih banyak yaitu 44 orang dibandingkan dengan perempuan yaitu 22 orang. Selain itu responden PKL dengan jumlah terbanyak adalah pengunjung dengan rentang usia 51 tahun hingga 55 tahun sebanyak 14 orang dan rentang usia dengan jumlah terendah adalah PKL dengan rentang usia lebih dari 60 tahun sebanyak 1 orang. Mengenai asal responden PKL diketahui jumlah asal PKL terbanyak adalah PKL yang berasal dari daerah dekat Cihampelas yaitu sebanyak 30 orang dan responden PKL terendah berasal dari Cicaheum, Cileunyi, Cimahi, Cimenyan dan Tegalega yaitu 1 orang. Mengenai jenis barang yang di dagangkan, diketahui jenis barang dagangan terbanyak yang diperjual belikan adalah jenis barang makanan saja yaitu sebanyak 39,4 % atau sebanyak 26 orang, lainnya PKL yang berjualan makanan dan minuman sebanyak 30,3% atau sebanyak 20 orang dan PKL yang berjualan pakaian dan aksesoris sebanyak 30,3 % atau sebanyak 20 orang.

### 3.2.2 Identifikasi Kualitas Ruang Publik

#### a. Kualitas ruang publik berdasarkan persepsi pengunjung

Penelitian ini menilai kualitas sebuah ruang publik *Skywalk* Cihampelas berdasarkan persepsi pengunjung. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Tias Septilia (2008) penilaian kualitas ruang publik berdasarkan persepsi pengunjung terdapat beberapa faktor penilaian diantaranya aksesibilitas, elemen fisik, fasilitas, aktivitas, motivasi, ekspektasi, atraksi, daya dan pelayanan.

- Aksesibilitas

**Tabel 5. Nilai Rata- Rata Variabel Aksesibilitas**

Aksesibilitas	Skor
Akses masuk <i>Skywalk</i>	4,13
Lahan untuk parkir	3,03
Papan penanda	3,76

Berdasarkan **tabel 5.** variabel aksesibilitas, pengunjung menilai 4,13 yang artinya pada rentang baik. Pengunjung menganggap akses masuk melewati tangga dapat dikatakan sudah baik untuk dapat mengakses ke *Skywalk* Cihampelas. Penilaian lainnya yaitu lahan parkir, pengunjung menilai 3,03 artinya pada rentang cukup baik. Pengunjung cenderung menggunakan lahan parkir yang berada di sekitar *Skywalk* Cihampelas, yaitu di Jalan Sastra untuk parkir kendaraan roda 2, di sekitar ruko atau kios di sekitar Jalan Cihampelas, lainnya berada di parkir Cihampelas Walk (Ciwalk) untuk mempermudah mendapat tempat parkir kendaraan. Penilaian papan penanda pengunjung menilai 3,76 yang artinya pada rentang baik.

- Elemen Fisik

**Tabel 6. Nilai Rata- Rata Variabel Elemen Fisik**

Elemen Fisik	Skor
Penataan	3,11
Pengelolaan	2,4
Skala Ruang	3,01

Berdasarkan **tabel 6.** penilaian *Skywalk* Cihampelas tentang skala ruang memiliki nilai 3,11 yang artinya skala ruang *skywalk* mendapatkan penilaian cukup baik. Skala ruang yang mendapatkan penilaian 3,01 atau cukup baik di *Skywalk* Cihampelas, berdasarkan hasil pengamatan penelitian banyak terdapat kekurangan pada pengelolaan *Skywalk* Cihampelas, terlihat dari hasil penilaian responden pengelolaan memperoleh nilai 2,4 yang artinya mendapatkan penilaian kurang baik dalam pengelolaan kawasan *skywalk*, hal tersebut terlihat dari beberapa permasalahan pada *skywalk* seperti kondisi jalan *skywalk* yang terdapat genangan air, beberapa titik di *skywalk* terdapat jalan yang menumpuk sampah dan terdapat vandalisme.

- Fasilitas

**Tabel 7. Nilai Rata- Rata Variabel Fasilitas**

Fasilitas	Skor
Toilet	2,19
Tempat Ibadah (mushola)	2,26
Proteksi Kebakaran	2,17
Keamanan	2,35
Tempat beristirahat (meja dan kursi)	3,63
Tempat air bersih	2,6
Pelayanan	3,3

Berdasarkan **tabel 7.** responden berpendapat bahwa banyak dari fasilitas yang berada pada kurang baik, misalnya kualitas toilet mengalami kondisi kurang baik terlihat dari hasil penilaian responden sebesar 2,19. Berdasarkan hasil observasi, toilet tidak bisa digunakan dan kondisinya tidak layak digunakan. Air bersih, responden menilai 2,6 yang artinya kurang baik dikarenakan pengunjung sulit mendapatkan air bersih selain membeli kepada pedagang. Kualitas tempat ibadah (mushola) berdasarkan penilaian responden mendapat nilai rata- rata 2,26 atau kurang baik. Hal tersebut karena mushola, kondisinya mulai rusak, terdapat karat di beberapa sudut dan tidak adanya alas untuk melakukan ibadah atau sholat. Fasilitas lainnya seperti proteksi kebakaran dan keamanan rata- rata nilai kurang baik oleh responden. Responden memberi penilaian terhadap fasilitas proteksi kebakaran dengan nilai 2,17 atau kurang baik dan keamanan dengan nilai 2,35 atau kurang baik. Pada hasil observasi, didapat bahwa penilaian pengunjung tersebut diakibatkan beberapa faktor diantaranya terdapat *CCTV* tidak dapat berfungsi, tidak adanya orang di pos keamanan atau pos pelayanan. Selain itu alat proteksi kebakaran yang tidak tersedia menyebabkan kurang lengkapnya alat proteksi kebakaran pada *Skywalk* hal tersebut mengakibatkan rendahnya penilaian responden terkait proteksi kebakaran dan keamanan pada *Skywalk* Cihampelas. Terkait kualitas pelayanan, responden berpendapat jika pelayanan yang diberikan cukup baik, hal tersebut terlihat dari hasil penilaian kualitas pelayanan berada pada angka 3,3. Pengunjung menilai jika pedagang memiliki karakter yang ramah dan baik dalam melayani pengunjung.

- **Aktivitas**

*Skywalk* Cihampelas memiliki beragam aktivitas yang dapat dilakukan, berdasarkan hasil responden didapat beberapa tujuan responden berkunjung. Hasilnya tujuan kunjungan tertinggi responden datang ke *Skywalk* untuk berwisata yaitu sebanyak 42%, dan tujuan pengunjung datang terendah adalah kuliner yaitu 11%. Adanya *Skywalk* di Cihampelas menimbulkan daya tarik bagi masyarakat. Aktivitas pengunjung yang sering dilakukan adalah hanya berjalan- jalan (*refreshing*) yaitu sebanyak 66%, selain itu aktivitas lainnya yang suka dilakukan pengunjung adalah kuliner (membeli makanan/ minuman) sebanyak 15%, aktivitas berfoto sebanyak 10%, aktivitas berbelanja pakaian atau aksesoris adalah 8% dan aktivitas lainnya adalah 1%. Selain itu responden melakukan kunjungan cenderung datang secara berkelompok, hasil responden menunjukkan hasil tertinggi pengunjung datang bersama teman yaitu sebanyak 62%, lainnya berkunjung bersama keluarga sebanyak 24%, berkunjung bersama pasangan sebanyak 5%, berkunjung bersama rekan kerja 5% dan berkunjung sendiri 4%. Mengenai tingkat kesenangan pengunjung, diperoleh 48% responden menyatakan cukup senang ketika berkunjung ke *skywalk*, tetapi responden tidak ada yang merasa sangat senang ketika berada di *skywalk* Cihampelas. Durasi aktivitas tertinggi berada pada durasi 15 menit hingga 30 menit sebanyak 64% sedangkan durasi responden terendah berada pada durasi kurang dari 15 menit yaitu sebanyak 4%.

b. **Kualitas ruang publik berdasarkan persepsi Pedagang Kaki Lima**

Penelitian ini menilai kualitas sebuah ruang publik *Skywalk* Cihampelas berdasarkan persepsi Pedagang Kaki Lima berdasarkan ketika mereka berjualan di trotoar Cihampelas dan setelah pedagang berada di *skywalk*. Menurut *Project for Public Space* (2009), dalam evaluasi ruang publik terdapat empat kriteria yaitu *access and linkage, comfort and image, uses and activity, sociability* untuk menjadikan kualitas ruang publik yang baik.

- *Comfort and Image*

**Tabel 8. Nilai Rata- Rata Variabel *Comfort and Image***

<i>Comfort and Image</i>	Sebelum		Sesudah		Selisih
	Skor	Keterangan	Skor	Keterangan	
Daya tarik visual	3,42	Baik	4,29	Sangat baik	-0,87
Penyediaan sarana dan prasarana	2,70	Cukup baik	4,32	Sangat baik	-1,62

Berdasarkan **tabel 8.** penilaian terhadap *comfort and image* terdapat perbedaan penilaian sesudah relokasi. Berdasarkan responden penilaian daya tarik visual setelah relokasi meningkat 0,87 dengan skor sebelumnya mendapatkan nilai 3,42 atau berada pada penilaian baik tapi setelah relokasi menjadi 4,29 atau berada pada penilaian sangat baik. Selain itu penyediaan sarana dan prasarana meningkat 1,62 dengan skor sebelumnya 2,70 atau berada pada penilaian cukup baik menjadi 4,32 atau berada pada penilaian sangat baik pada penilaian tersebut.

- *Access and Linkage*

**Tabel 9. Nilai Rata- Rata Variabel *Access and Linkage***

<i>Access and Linkage</i>	Sebelum		Sesudah		Selisih
	Skor	Keterangan	Skor	Keterangan	
Kemudahan akses	3,92	Baik	2,30	Kurang baik	1,62
Konektivitas kegiatan	3,08	Cukup baik	3,12	Cukup baik	-0,04

Berdasarkan **tabel 9**, terdapat perubahan skor sebesar 1,62 untuk kemudahan akses dan konektivitas kegiatan. Kemudahan akses yang awal mulanya 3,92 atau baik, sesudah berada di *skywalk* turun menjadi 2,3 atau kurang baik, berbeda dengan penilaian konektivitas kegiatan, terjadi perubahan skor sebesar 0,04, pedagang memberi penilaian 3,08 atau cukup baik menjadi 3,12 yang artinya tetap berada di penilaian rata-rata cukup baik. Berdasarkan responden penurunan penilaian kemudahan akses diakibatkan kesulitan pedagang dalam membawa barang dagangannya. Sebelum berada di *Skywalk*, pedagang tidak sulit membawa barang, ketika memindahkan barang dan dapat langsung berjualan, tetapi ketika berada di *skywalk*, pedagang kesulitan membawa banyak barang dagangan ditambah sarana *lift* yang terkadang dipakai oleh pedagang untuk membawa barang dari bawah *skywalk*, pada saat ini tidak dapat digunakan, hal tersebut menambah kesulitan pedagang dalam akses berdagang di *skywalk*.

- *Uses and Activity*

**Tabel 10. Nilai Rata- Rata Variabel *Uses and Activity***

<i>Uses and Activity</i>	Sebelum		Sesudah		Selisih
	Skor	Keterangan	Skor	Keterangan	
Pengaruh antar kegiatan	3,52	Baik	3,73	Baik	-0,21

Berdasarkan **tabel 10**, terdapat perubahan skor sebesar 0,21 untuk pengaruh antar kegiatan. Penilaian pedagang mengenai pengaruh antar kegiatan awal mulanya 3,52 atau baik, sesudah berada di *skywalk* naik menjadi 3,73 atau baik. Berdasarkan hasil responden terdapat tingkat kepuasan terhadap adanya relokasi pedagang yaitu pedagang merasa kurang puas dengan adanya relokasi yaitu sebanyak 58% dan sangat tidak puas sebanyak 41%. Hasil dari penilaian tingkat kepuasan tersebut, responden merasa kondisi berjualan sebelum relokasi merupakan kondisi yang terbaik saat ini. Hal tersebut berdasarkan hasil responden yang memilih kondisi ketika berada di sekitar Jalan Cihampelas lebih baik daripada kondisi berjualan di *skywalk* pada saat ini. Berdasarkan hasil responden, 99% pedagang memilih kondisi sebelum relokasi merupakan kondisi yang lebih baik dibandingkan sesudah relokasi, karena hanya 1% pedagang yang merasa lebih baik kondisi sesudah relokasi. Pedagang berpendapat karena faktor pendapatan dan sepi pengunjung, sehingga banyak pedagang yang memilih merasa kuang puas.

- *Sociability*

**Tabel 11. Nilai Rata- Rata Variabel *Uses and Activity***

<i>Sociability</i>	Sebelum		Sesudah		Selisih
	Skor	Keterangan	Skor	Keterangan	
Interaksi antara pedagang dengan pembeli	3,88	Baik	4,06	Baik	-0,18
Interaksi Pedagang dengan Pedagang	3,71	Baik	3,95	Baik	-0,24

Berdasarkan **tabel 11**, penilaian terhadap *sociability*, terdapat kenaikan antara sebelum relokasi dan relokasi. Berdasarkan penilaian responden interaksi yang dilakukan kepada pedagang dengan pembeli mengalami kenaikan sebesar 0,18. Penilaian responden yang awalnya 3,88 atau baik, naik menjadi 4,06 atau baik. Selain itu penilaian responden mengenai interaksi antar pedagang lain menagaili kenaikan sebesar 0,24, penilaian responden yang awalnya 3,71 atau baik menjadi 3,95 atau baik. Pedagang berpendapat dengan adanya kios yang berdekatan dapat saling membantu dalam hal berdagang dan menjadi teman mengobrol ketika menunggu pembeli dan ketika melakukan aktivitas berdagang.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis, keberadaan *skywalk* mendapatkan nilai 2,9 atau cukup baik berdasarkan persepsi pengunjung. Pengunjung merasa cukup kecewa dengan pengelolaan yang ada, pengunjung juga beralasan terdapat fasilitas yang tidak dapat digunakan, sepi pedagang dan visual yang kurang menarik sehingga mereka cepat bosan ketika berada di *skywalk*. Hasil analisis pengunjung ditemukan bahwa tingkat kesenangan pengunjung berada pada cukup senang ketika berada di *skywalk*, terlihat dari frekuensi kunjungan tertinggi dilakukan dua sampai lima kali dalam satu tahun dengan intensitas waktu hanya 15 hingga 30 menit. Berdasarkan hasil analisis, keberadaan *skywalk* mengalami sedikit peningkatan. Penilaian PKL sebelumnya adalah 3,46 atau baik menjadi 3,68 atau baik. Perubahan penilaian tertinggi atau meningkat oleh PKL adalah terhadap perubahan sarana dan prasarana dalam berjalan, tetapi penilaian terburuk atau menurun menurut para PKL adalah terhadap kemudahan akses. Para pedagang menilai *skywalk* saat ini tidak memberikan banyak membantu atau pengaruh baik bagi pedagang, banyak dari lapak atau kios pedagang yang tidak digunakan lagi, kondisi tersebut didukung oleh pendapat pedagang yang merasa tidak nyaman untuk melakukan aktivitas berdagang di *skywalk*. Mereka mengeluhkan terhadap fasilitas, pedagang berpendapat bahwa fasilitas sarana dan prasarana pada saat ini kurang dapat mendukung para pedagang. Selain itu mengenai pendapatan pedagang, mereka cukup kurang senang dengan kondisi *skywalk* pada saat ini, pedagang menyatakan bahwa pendapatan pedagang yang sekarang tidak dapat menutupi pengeluaran pedagang untuk dapat berjalan di *skywalk* dan bahkan banyak dari pedagang yang memilih merasa diuntungkan ketika berjalan di trotoar. Pedagang merasa kurang puas bahkan sangat tidak puas dengan kondisi *skywalk* saat ini.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa, kedua orang tua, dosen pembimbing, dosen penguji, serta teman-teman atas doa dan semangatnya untuk saya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik serta pihak lainnya yang turut membantu dalam penyelesaian penelitian ini.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Carr, S. (1992). *Public Space*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Dewa, Z. R. (2019). Revitalisasi PKL di Kawasan Skywalk Cihampelas Kota Bandung, Antara Kebijakan dan Kenyataan. *CosmoGov : Jurnal Ilmu Pemerintahan*, Vol. 5, No.1.
- Hernandez-Lobato, L. S. (2006). Tourism destination image, satisfaction and loyalty: a study in Ixtapa-Zihuatanejo, Mexico. *Tourism geographies*, 8(4), 343-358.
- Project for Public Space*.  
<http://www.pps.org./info/placemakingtools/issues/commercialize>. diakses pada tanggal 6 Maret 2022 pukul 17.05
- Septilia, T. (2018). *Kajian Kualitas Ruang Publik Sebagai Destinasi Wisata Ditinjau Dari Persepsi Pengunjung (Studi Kasus: Pantai Cermin, Serdang Bedagai)*. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.