



Anggota Komisi B DPRD Kota Jogja Sigit Nurcahyo Lirik Pasar Tradisional sebagai Media Promosi Reklame

Anggota Komisi B DPRD Kota Jogja Sigit Nurcahyo menilai potensi pendapatan asli daerah (PAD) dari sektor media promosi reklame masih bisa terus digenjot. Bahkan dia memandang tempat-tempat strategis seperti pasar tradisional sejatinya bisa dimanfaatkan.



Pasar tradisional bisa lebih dari itu, yakni menjadi media promosi dan reklame yang hidup dan mendukung pembangunan Kota Jogja."

SIGIT NURCAHYO



SUMBER PENDAPATAN BARU: Suasana Pasar Sentul, Jogja setelah dilakukan revitalisasi. Pasar tidak hanya bisa dijadikan tempat jual beli, namun juga sebagai media promosi reklame.

SIGIT mengatakan, sampai saat ini ada sekitar 30 pasar tradisional yang dikelola oleh Pemerintah Kota (Pemkot) Jogja. Kehadiran pasar tradisional, menurutnya tidak hanya sekedar sebagai pusat ekonomi masyarakat. Namun bisa sebagai media promosi reklame yang muaranya dapat meningkatkan pendapatan daerah.

Dia menilai, sudah saatnya Pemkot Jogja mulai mengkaji potensi sumber pendapatan reklame melalui optimalisasi pasar tradisional tersebut. Sehingga fungsi pasar tradisional tidak hanya sekedar sebagai pusat jual beli.

Sigit menyatakan, rencana revitalisasi pasar tradisional secara tematik oleh Pemkot Jogja menurutnya juga menjadi hal yang menarik. Karena nantinya, pasar akan memiliki daya tarik tersendiri bagi pengunjung atau wisatawan.

"Tingginya jumlah pengunjung, baik warga lokal maupun wisatawan, menjadikan pasar tradisional sebagai lokasi ideal untuk menyampaikan informasi serta mempromosikan produk dan layanan," ujar Sigit kepada *Radar Jogja* kemarin (9/6).

Dalam proses menggali potensi pendapatan reklame di pasar tradisional tersebut, politisi PDI

Perjuangan ini menekankan tentang pentingnya legalitas dalam perizinan. Hal itu penting untuk mengantisipasi menjamurnya reklame ilegal di kawasan pasar.

Selain itu, konsep yang matang dalam pemasangan reklame ilegal perlu disusun. Sehingga kehadiran reklame tidak mengganggu estetika pasar tradisional dan membuat pengunjung atau pedagang risih karena media promosi yang tidak tertata.

Komisi B DPRD Kota Jogja sebagai mitra dinas perdagangan, lanjutnya, juga akan menjalankan tugas sebagaimana mestinya. Yakni memberi dukungan alokasi

anggaran dan pengawasan kebijakan agar program tersebut bisa berjalan optimal.

Sigit pun mengatakan, potensi pasar tradisional sebagai media promosi reklame juga untuk menyesuaikan ceruk pendapatan daerah seiring perkembangan zaman. Sekaligus menepis predikat pasar tradisional yang selama ini hanya dipandang sebagai tempat berbelanja kebutuhan sehari-hari.

"Pasar tradisional bisa lebih dari itu, yakni menjadi media promosi dan reklame yang hidup dan mendukung pembangunan Kota Jogja," beber Sigit. (* /inu/eno/zi)

Instansi	Nilai Berita	Sifat	Tindak Lanjut
1.	Netral	Biasa	Untuk Diketahui

Yogyakarta, 15 Juli 2026
Kepala

Ig. Trihastono, S.Sos. MM
NIP. 19690723 199603 1 005