

PASAR KOMUNITAS BALANG-BALANG

SKRIPSI TUGAS AKHIR PERANCANGAN

TAHUN 2022



OLEH :

WAHYUDI BUDIMAN

D511 16 303

DEPARTEMEN TEKNIK ARSITEKTUR

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS HASANUDDIN

2022

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

“Pasar Komunitas Balang- Balang”

Disusun dan diajukan oleh

Wahyudi Budiman
D51116303

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka Penyelesaian Studi Program Sarjana Program Studi Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin pada tanggal 23 November 2022

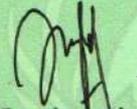
Menyetujui

Pembimbing I



Dr. Ir. Syarif Beddu, MT
NIP. 19580325 198601 1 001

Pembimbing II



Dr. Imriyani, ST., MT
NIP. 19730208 200604 2 001

Mengetahui
Ketua Program Studi Arsitektur



Dr. H. H. Edward Syarif, MT.
NIP. 19690612 199802 1 001

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wahyudi Budiman

Nim : D51116303

Program Studi : Strata 1/ Teknik Arsitektur

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulis saya yang berjudul:

Pasar Komunitas Balang-Balang

Adalah karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan pengambilan alihan tulisan orang lain dan bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi yang saya tulis ini hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

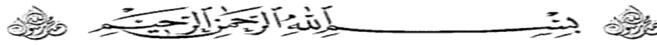
Gowa, 24 November 2022

Yang menyatakan,



WAHYUDI BUDIMAN

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Segala puji dan syukur kami panjatkan kepada Allah SWT. karena atas berkat dan limpahan rahmat-Nya kepada penulis, sehingga proposal ini dapat terselesaikan. Shalawat selalu tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW sebagai teladan kami yang menuntun ke jalan yang diridhai-Nya serta jalan kepada pencarian kami kepada ilmu pengetahuan sehingga penulisan tugas akhir yang berjudul “PASAR KOMUNITAS BALANG-BALANG” ini dapat diselesaikan sebagai persyaratan untuk menyelesaikan studi pada Departemen Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin.

Melalui kata pengantar, penulis lebih dahulu meminta maaf dan memohon pemakluman apabila pada isi proposal ini ada kekurangan dan kesalahan dalam penulisan yang kami buat. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati kami mengharapkan saran dan kritik demi tercapainya suatu kesempurnaan dan menjadi bekal di masa yang akan datang

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua saya yang saya cintai dan hormati Bapak Budiman dan Ibu Rohani, terima kasih atas segala doa, dukungan, nasihat serta semangat yang selalu diberikan
2. Saudari saya tercinta Zahratu Syifa B, terimakasih atas doa dan suportnya
3. Bapak Dr. Ir. Syarif Beddu, MT. dan Ibu Dr. Imriyanti, ST., MT. selaku dosen pembimbing, yang telah membimbing dan menuntun saya dalam menyusun dan menyelesaikan tugas akhir
4. Dr. Ir. H. Edward Syarif, ST., MT. selaku Ketua Departemen Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin
5. Prof. Dr. Ir. Triyatni Martosenjoyo, M.Si, selaku Kepala Studio Tugas Akhir Departemen Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin

6. Dosen Laboratorium Perancangan, Bapak Ir. H. Syavir Latif, M.Si, Bapak Teguh Iswara Suardi, ST., M.Sc. Ibu Dr. Rahmi Amin Ishak, dan Ibu Dr. Eng. Dahniar Halim, ST., MT.
7. Hj.Nurmaidah Amri, S.T., M.T. selaku Dosen Pembimbing Akademik
8. Seluruh Dosen dan Staf Departemen Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin, terima kasih atas ilmu dan bantuannya selama ini.
9. Seluruh teman-teman Arsitektur 2016 yang telah menjadi saudara seperjuangan selama menempuh pendidikan di Departemen Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin.
10. Seluruh rekan-rekan mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu
11. Keluarga Besar Hamid selaku keluarga besar saya yang selalu memberikan dukungan
12. Teman-Teman Grup MPC yang telah menjadi sahabat curhat bertukar pikiran dan pendapat.

Akhir kata, semoga tulisan tugas akhir ini memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan studi di Departemen Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin dan bermanfaat untuk perkembangan Arsitektur di masa yang akan datang. Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat kasih dan sayang-Nya kepada kita semua. Amin Ya Rabbal Alamin

Gowa, 21 Oktober 2022

WAHYUDI BUDIMAN

PASAR KOMUNITAS BALANG-BALANG

Wahyudi Budiman^{1*}, Syarif Beddu¹, Imriyanti¹

¹Departemen Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Hasanuddin
Jl. Poros Malino Km 6, Bontomarannu, Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan
92171

*Email: wahyudie.1@gmail.com

ABSTRAK

Pasar merupakan tempat orang berjual beli, atau kekuatan penawaran dan permintaan, tempat penjual yang ingin menukar barang atau jasa dengan uang serta pembeli yang ingin menukar uang dengan barang atau jasa. Komunitas adalah kelompok organisme (orang dan sebagainya) yang hidup dan saling berinteraksi di dalam daerah tertentu. Pasar Komunitas Balang-Balang merupakan desain perancangan pasar pengembangan potensi ekonomi dan komunitas yang ada di Kabupaten Gowa. Tujuan dari perancangan ini adalah menghasilkan ide dan gagasan yang konseptual sebagai acuan perancangan yang akan ditransformasikan ke dalam bentuk perancangan Pasar Komunitas Balang-Balang sehingga menjadi wajah baru yang menarik minat masyarakat untuk berkunjung ke pasar.

Metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah kualitatif deskriptif yaitu metode yang menggambarkan semua data arsitektural dan non-arsitektural. Data arsitektural diperoleh dengan melakukan observasi lapangan, studi literatur dan studi banding objek sejenis. Kemudian mengidentifikasi aspek-aspek yang dapat diterapkan dalam perancangan yang selanjutnya dilakukan analisis data sehingga menghasilkan konsep perancangan arsitektur. Hasil laporan berupa konsep dan desain perancangan Pasar Komunitas Balang-Balang.

Kata Kunci: Pasar, Komunitas, Pasar Balang-Balang, Arsitektur

BALANG-BALANG COMMUNITY MARKET

Wahyudi Budiman^{1*}, Syarif Beddu¹, Imriyanti¹

*¹Department of Architecture, Faculty of Engineering, Hasanuddin University
Jl. Poros Malino Km 6, Bontomarannu, Gowa Regency, South Sulawesi 92171*

*Email: wahyudie.1@gmail.com

ABSTRACT

The market is a place where people buy and sell, or the forces of supply and demand, where sellers wish to exchange goods or services for money and buyers wish to exchange money for goods or services. Community is a group of individuals (people and so on) who live and interact with each other in a certain area. The Balang-Balang Community Market is a market design for the development of economic and community potential in Gowa Regency. The purpose of this design is to produce conceptual ideas and ideas as a design reference which will be transformed into the design of the Balang-Balang Community Market so that it becomes a new face that attracts people's interest to visit the market.

The method used in this design is descriptive qualitative, namely a method that describes all architectural and non-architectural data. Architectural data were obtained by conducting field observations, literature studies and comparative studies of similar objects. Then identify the aspects that can be applied in the design which is then carried out data analysis so as to produce an architectural design concept. The results of the report are in the form of concepts and designs for the Balang-Balang Community Market.

Keywords: *Market, Community, Balang-Balang Market, Architecture*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	2
1. Non-Arsitektural.....	2
2. Arsitektural.....	3
C. Lingkup dan Batasan Masalah	3
1. Lingkup pembahasan.....	3
2. Batasan Masalah.....	3
D. Tujuan dan Sasaran Pembahasan	4
1. Tujuan.....	4
2. Sasaran	4
E. Sistematika Pembahasan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Pengertian Judul	6
1. Pasar	6
2. Komunitas	6
3. Balang-Balang	6
4. Pasar Balang-Balang	7
B. Tinjauan Umum Pasar	8
1. Pengertian Pasar	8
2. Ciri-Ciri Pasar	8
3. Komponen Pasar	11

4.	klasifikasi Pasar.....	14
5.	Bentuk-Bentuk Pasar.....	15
6.	Fungsi Pasar	18
7.	Jenis-Jenis Pasar	20
8.	Elemen-elemen Pasar Komunitas.....	22
9.	Tipe Tempat Penjualan Pada Pasar	27
10.	Unsur-Unsur Pasar	28
11.	Sistem Pembagian Zona Dalam Pasar.....	30
C.	Tinjauan Pasar Komunitas	31
1.	Pengertian Pasar Komunitas.....	31
2.	Ciri-Ciri Pasar Komunitas	32
3.	Fasilitas Pasar Komunitas	32
4.	Permasalahan Umum Yang Dihadapi Pasar Komunitas dan Pasar Lainnya	35
5.	Sistem Pembagian Zona Dalam Pasar Komunitas	36
D.	Pelaku dan Aktivitas Komunitas pada Pasar Komunitas	37
1.	Pelaku Komunitas	37
2.	Aktivitas Komunitas.....	38
E.	Persyaratan, Kebutuhan/Tuntutan, Standar-Standar Perencanaan dan Standar-Standar Perancangan Pasar	39
1.	Syarat-Syarat Pasar	39
2.	Indikator Pengelolaan Pasar yang Berhasil.....	40
3.	Peningkatan Mutu dan Pembenahan Sarana Fisik Pasar.....	42
4.	Standar-standar Sarana Prasarana Pasar.....	45
5.	Perencanaan Tapak Pasar	48
6.	Standard Operating Procedure (SOP) Manajemen Pasar	49
F.	Studi Literatur	52
1.	Pasar Tanggul, Surakarta.....	52
2.	Pasar Beringharjo, Yogyakarta.....	56
3.	Pasar Rakyat Oro-Oro Dowo, Malang	61
4.	Pasar Manis Purwokerto, Banyumas.....	63

BAB III METODE PEMBAHASAN	67
A. Jenis Pembahasan.....	67
B. Waktu dan Lokasi Perancangan.....	67
1. Waktu Pengumpulan Data.....	67
2. Lokasi Perancangan.....	67
C. Teknik Pengumpulan Data.....	67
1. Studi Pustaka	67
2. Studi Literatur	68
3. Studi Lapangan.....	68
D. Analisis Data	68
E. Sistematika Pembahasan	69
F. Kerangka Pikir	70
BAB IV TINJAUAN KHUSUS.....	71
A. Gambaran Umum Lokasi	71
1. Kondisi Fisik	71
2. Kondisi Non-Fisik	73
B. Analisis Pelaku/Pengguna Pasar Komunitas.....	76
1. Analisis Pelaku Kegiatan Pasar Komunitas	76
2. Analisis Kegiatan Pengguna Pasar Komunitas	80
C. Analisis Perancangan Makro.....	86
1. Analisis Lokasi.....	86
2. Analisis Lingkungan Tapak dan Batas Tapak.....	88
3. Analisis Tapak.....	89
D. Analisis Perancangan Mikro	95
1. Prediksi Jumlah Pengguna	95
2. Analisis Kebutuhan Ruang.....	98
3. Analisis Besaran Ruang	107
4. Analisis Persyaratan Ruang.....	113
5. Analisis Tata Ruang	116
6. Analisis Pendekatan Gubahan Bentuk	117
7. Analisis Sistem Struktur.....	118

8. Analisis Sistem Penghawaan.....	123
9. Analisis Sistem Pencahayaan	126
10. Analisis Sistem Utilitas	128
11. Analisis K3	131
BAB V KONSEP PERANCANGAN.....	135
A. Konsep Dasar Perancangan Makro	135
1. Rona Awal Tapak.....	135
2. Lingkungan Sekitar Tapak	135
3. Luas dan Batas Tapak.....	135
4. Konsep Tapak.....	136
B. Konsep Bentuk	141
1. Konsep Bentuk Bangunan.....	141
2. Kios dan Los.....	145
C. Konsep Dasar Perancangan Mikro.....	146
1. Konsep Kebutuhan dan Hubungan Ruang	146
2. Konsep Tata Ruang	151
3. Konsep Sistem Struktur.....	152
4. Konsep Sirkulasi Udara.....	154
5. Konsep Jaringan Listrik	154
6. Konsep Sistem Pencahayaan.....	154
7. Konsep Sistem Jaringan Air Bersih	155
8. Konsep Sistem Jaringan Air Kotor.....	155
9. Konsep Sistem Proteksi Kebakaran	155
10. Konsep Sistem Jaringan Persampahan.....	156
11. Konsep Sistem Bongkar Muat Barang	156
DAFTAR PUSTAKA.....	157

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Jenis-Jenis Pedagang Pasar	11
Tabel 2. 2 Kriteria Materi Dagangan	12
Tabel 4. 1 Batas Wilayah Kabupaten Gowa	71
Tabel 4. 2 Keadaan Geografi Kabupaten Gowa	72
Tabel 4. 3 Kependudukan Kabupaten Gowa	74
Tabel 4. 4 Konsumen/Pembeli di Pasar Komunitas.....	76
Tabel 4. 5 Pedagang/Penyewa di Pasar Komunitas	77
Tabel 4. 6 Pedagang Berdasarkan Sifat Barang Dangangnya.....	78
Tabel 4. 7 Susunan dan Jumlah Personil Pengelola Pasar	78
Tabel 4. 8 Pengunjung Pasar.....	79
Tabel 4. 9 Aktivitas Parkir Pasar Komunitas	80
Tabel 4. 10 Aktivitas Perdagangan Pasar Komunitas	80
Tabel 4. 11 Aktivitas Pengelola Pasar Komunitas	82
Tabel 4. 12 Aktivitas Pelengkap Pasar Komunitas	84
Tabel 4. 13 Aktivitas Pelayanan Pasar Komunitas	85
Tabel 4. 14 Aktivitas Servis Pasar Komunitas.....	86
Tabel 4. 15 Jumlah Pedagang Pasar Balang-Balang.....	96
Tabel 4. 16 Kebutuhan Ruang Area Parkir	98
Tabel 4. 17 Kebutuhan Ruang Aktivitas Perdagangan	98
Tabel 4. 18 Kebutuhan Ruang Aktivitas Pengelola	99
Tabel 4. 19 Kebutuhan Ruang Aktivitas Pengelola	101
Tabel 4. 20 Kebutuhan Ruang Aktivitas Pelayanan	102
Tabel 4. 21 Kebutuhan Ruang Aktivitas Servis	103
Tabel 4. 22 Pedagang Pasar	105
Tabel 4. 23 Besaran Ruang Area Parkir.....	107
Tabel 4. 24 Besaran Ruang Area Perdagangan.....	108
Tabel 4. 25 Besaran Ruang Pengelola	109
Tabel 4. 26 Besaran Ruang Pelengkap.....	110
Tabel 4. 27 Besaran Ruang Pelayanan.....	110

Tabel 4. 28 Besaran Ruang Servis	111
Tabel 4. 29 Persyaratan Ruang pada Pasar	113
Tabel 4. 30 Analisis Sistem Struktur	118
Tabel 4. 31 Jenis dan Karakteristik Struktur Bawah Bangunan.....	119
Tabel 4. 32 Jenis dan Karakteristik Struktur Tengah Bangunan.....	122
Tabel 4. 33 Jenis dan Karakteristik Struktur Atap Bangunan.....	122
Tabel 4. 34 Persyaratan Penghawaan Pasar Komunitas	123
Tabel 4. 35 Jenis-Jenis Air Conditioner.....	125
Tabel 4. 36 Faktor Pengoptimalan Pencahayaan	127
Tabel 5. 1 Konsep Gubahan Bentuk	142
Tabel 5. 2 Kios dan Los Pasar	145
Tabel 5. 3 Perletakan Area Ruang	152

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Sirkulasi Pasar.....	24
Gambar 2. 2 Sistem Utilitas untuk Listrik Pasar Komunitas	35
Gambar 2. 3 Sistem Utilitas untuk Air Bersih Pasar Komunitas.....	35
Gambar 2. 4 Sistem Utilitas untuk Air Kotor Pasar Komunitas	35
Gambar 2. 5 Skema Lalu Lintas dan Penataan Los Toko Ikan.....	46
Gambar 2. 6 Skema Lalu Lintas dan Penataan Los Toko Buah dan Sayur	47
Gambar 2. 7 Penataan Los Toko Daging	47
Gambar 2. 8 Pasar Tanggul di Surakarta	52
Gambar 2. 9 Tapak Pasar Tanggul Surakarta	53
Gambar 2. 10 Denah Kios Pasar Tanggul.....	54
Gambar 2. 11 Travelator di Pasar Tanggul.....	54
Gambar 2. 12 Fasad Pasar Tanggul Bagian Depan.....	55
Gambar 2. 13 Bagian Dalam Pasar Tanggul.....	55
Gambar 2. 14 Pasar Beringharjo.....	56
Gambar 2. 15 Tapak Pasar Beringharjo	57
Gambar 2. 16 Denah Pasar Beringharjo.....	58
Gambar 2. 17 Fasad Bangunan Pasar Beringharjo	59
Gambar 2. 18 Bagian Dalam Pasar Beringharjo	60
Gambar 2. 19 Tapak Pasar Oro-Oro Dowo.....	61
Gambar 2. 20 View dari Depan Pasar Oro-Oro Dowo di Malang.....	62
Gambar 2. 21 Tampak dari Dalam Pasar Oro-Oro Dowo.....	63
Gambar 2. 22 Pasar Manis Purwokerto di Banyumas	64
Gambar 2. 23 Tapak Pasar Manis Purwokerto	64
Gambar 2. 24 Fasad Depan Pasar Manis Purwokerto.....	65
Gambar 2. 25 Struktur pada Atap Pasar Manis Purwokerto	66
Gambar 4. 1 Peta Kabupaten Gowa	71
Gambar 4. 2 Peta Kecamatan Bontomarannu	87
Gambar 4. 3 Peta Kelurahan Borongloe	87
Gambar 4. 4 Eksisting Site Pasar Balang-Balang.....	88

Gambar 4. 5 Lingkungan dan Batas Tapak Pasar Balang-Balang	88
Gambar 4. 6 Area Perletakan Tata Massa.....	90
Gambar 4. 7 Analisis View ke dalam Bangunan	91
Gambar 4. 8 Analisis View ke luar Tapak.....	91
Gambar 4. 9 Analisis Lintasan Matahari Terhadap Site	92
Gambar 4. 10 Analisis Arah Angin.....	92
Gambar 4. 11 Analisis arah aliran hujan.....	93
Gambar 4. 12 Analisis Kebisingan dari dalam Tapak	93
Gambar 4. 13 Analisis Kebisingan dari luar Tapak.....	94
Gambar 4. 14 Entrance Tapak.....	94
Gambar 4. 15 Cross Ventilation.....	124
Gambar 4. 16 pencahayaan alami	127
Gambar 4. 17 Sistem Air Bersih Pada Pasar.....	128
Gambar 4. 18 Sistem Air Limbah Pada Pasar.....	129
Gambar 4. 19 Sistem Persampahan Pada Pasar	130
Gambar 4. 20 Sistem Distribusi Listrik Untuk Pasar.....	131
Gambar 5. 1 Lingkungan Sekitar Tapak	135
Gambar 5. 2 Batas dan Sempadan Tapak	136
Gambar 5. 3 Zonasi Tapak.....	137
Gambar 5. 4 View ke dalam Tapak.....	138
Gambar 5. 5 View ke Luar Tapak.....	138
Gambar 5. 6 Respon Terhadap Orientasi Matahari dan Arah Angin.....	139
Gambar 5. 7 Respon Terhadap Kebisingan pada Site.....	140
Gambar 5. 8 Konsep Sirkulasi pada Site.....	140
Gambar 5. 9 Pemilihan Tanaman untuk Tapak.....	141
Gambar 5. 10 Pendekatan Lanskap pada Site	141
Gambar 5. 11 Hubungan Ruang Pasar Balan-Balang.....	146
Gambar 5. 12 Hubungan Ruang Parkir Pasar Balang-Balang	146
Gambar 5. 13 Hubungan Ruang Pedagang Pasar Balang-Balang.....	147
Gambar 5. 14 Hubungan Ruang Kepala UPT.....	147
Gambar 5. 15 Hubungan Ruang Divisi Administrasi	148

Gambar 5. 16 Hubungan Ruang Divisi Keuangan.....	148
Gambar 5. 17 Hubungan Ruang Divisi PPPK	149
Gambar 5. 18 Hubungan Ruang Divisi Teknik	149
Gambar 5. 19 Hubungan Ruang Divisi Operasional	150
Gambar 5. 20 Hubungan Ruang Pelengkap Pasar Balang-Balang	150
Gambar 5. 21 Hubungan Ruang Pelayanan Pasar Balang-Balang.....	151
Gambar 5. 22 Hubungan Ruang Service Pasar Balang-Balang.....	151
Gambar 5. 23 Zoning Ruang Pasar Balang-Balang	152
Gambar 5. 24 Fondasi Foot Plat	153
Gambar 5. 25 Rangka Beton Bertulang	153
Gambar 5. 26 Struktur Atap Space Truss	154

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Laporan Perancangan Pasar Komunitas Balang-Balang.....
- Lampiran 2. Dokumen Perancangan Pasar Komunitas Ballang Balang.....

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pasar merupakan salah satu fondasi dan penggerak perekonomian suatu daerah, salah satu jenis pasar yang menjadi langganan masyarakat dari dulu sampai sekarang yaitu pasar tradisional walau kini pasar tradisional masih berusaha mempertahankan eksistensinya, dikarenakan seiring berkembangnya zaman banyaknya pasar modern yang bermunculan mengakibatkan pasar tradisional semakin sepi keberadaannya.

Salah satu pasar tradisional atau pasar rakyat yang sampai sekarang masih bertahan adalah Pasar Balang-Balang, Pasar ini terletak di Jl. Poros Malino dan Jl. Hamzah Dg.Tompo, Kelurahan Borongloe, Kecamatan Bontomarannu, Kabupaten Gowa. Pasar ini merupakan salah satu sumber penghasilan bagi banyak pedagang yang datang dari berbagai daerah di Kabupaten Gowa dan merupakan pasar tradisional yg menjajakan berbagai hasil industri pertanian dan perkebunan masyarakat sekitar serta kebutuhan pokok lainnya.

Sesuai dengan Peraturan Daerah Kabupaten Gowa No.15 tahun 2012 tentang rencana tata ruang wilayah Kabupaten Gowa 2012-2023 berisi mengenai pengembangan potensi perdagangan (Pasal 7 huruf i), dimana yang dimaksud salah satunya adalah “mengembangkan pasar hasil industri pertanian yang terpadu dengan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK/KIWA)”. (Pasal 8 No.9).

Maka dari itu untuk mengembangkan potensi perdagangan tersebut maka perlu adanya partisipasi dari berbagai pihak terkait melalui penataan kembali, pengembangan, dan pemanfaatan ruang dan kawasan sesuai dengan kondisi sekitar tapak. Selain dari aturan di atas kondisi Pasar Balang-Balang yang kini kurang terurus dan kumuh sehingga menimbulkan ketidaknyamanan konsumen dalam berbelanja di pasar ini.

Apabila Pasar Balang-Balang ditata dengan baik dan bersih akan memberi daya pikat tersendiri bagi konsumen. Tentunya membutuhkan perjuangan yang tidak mudah untuk mewujudkan kondisi pasar tradisional yang bersih, nyaman,

aman dan sehat tersebut. Butuh penanganan dan pengelolaan yang serius dari berbagai pihak yang terkait (penjual, pembeli, pengelola pasar, pemerintah daerah dan masyarakat sekitar). selain itu juga tersedianya infrastruktur pasar yang memenuhi Standar Nasional Indonesia (SNI) dan sistem kelola tata ruang diharapkan membuat Pasar Balang-Balang dapat meningkatkan eksistensinya dan tidak kalah bersaing dengan pasar modern.

Pasar Komunitas Balang-Balang merupakan salah satu usulan desain untuk mempertahankan eksistensi pasar tradisional atau pasar rakyat yang terletak di Jl. Poros Malino, lokasinya yang berdekatan dengan Kampus Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin dapat mendukung potensinya dalam mewadahi berbagai macam kegiatan komunitas serta gaya hidup kekinian, seperti *nongkrong* di kedai kopi yang semakin marak saat ini. Sehingga dengan potensi *lifestyle* masyarakat di sekitar tapak, Pasar Komunitas Balang-Balang dapat menginjeksi program ruang yang meningkatkan kehidupan pasar tradisional atau pasar rakyat. Dengan menerapkan konsep “*community integrity*” dengan ruang terbuka, Pasar Komunitas Balang-Balang selain mewadahi jual beli hasil tani dan kebutuhan pokok lain juga dapat menjadi sarana bagi kelompok-kelompok komunitas untuk saling berkolaborasi dan menciptakan identitas pasar ini.

B. Rumusan Masalah

1. Non-Arsitektural

Ada beberapa masalah non-arsitektural yang di hadapi dalam proses perancangan Pasar Komunitas Balang-Balang yaitu:

- a. Bagaimana pengadaan Pasar Komunitas Balang-Balang dapat menjadi sarana pemenuhan konsumsi kebutuhan masyarakat dan penyedia kebutuhan rumah tangga masyarakat?
- b. Bagaimana Pasar Komunitas Balang-Balang menerapkan sistem pengelolaan yang memaksimalkan fungsi dan fasilitas-fasilitas penunjangnya?

- c. Bagaimana membagi dan mengelompokkan berbagai jenis kegiatan di Pasar Komunitas Balang-Balang?

2. Arsitektural

- a. Bagaimana merencanakan Pasar Komunitas yang mampu memfasilitasi aktivitas yang ada di dalamnya?
- b. Bagaimana pengaturan tata ruang untuk Pasar Komunitas yang sesuai dengan kebutuhan dan pelaku kegiatan?
- c. Bagaimana penataan lingkungan, vegetasi, sirkulasi kendaraan, sirkulasi pejalan kaki dan fasilitas penunjang bangunan lainnya agar nyaman, aman dan teratur?

C. Lingkup dan Batasan Masalah

1. Lingkup pembahasan

Adapun ruang lingkup dalam perencanaan Pasar Komunitas Balang-Balang antara lain lebih menekankan pada pola aktivitas pengguna, kenyamanan pengguna dan fungsi bangunan sebagai sarana perekonomian, pengembangan, dan rekreasi.

2. Batasan Masalah

Batasan masalah dibuat untuk mempersempit ruang masalah yang diperoleh dari berbagai analisa. Pembahasan dibatasi pada perencanaan yang berorientasi pada fungsi bangunan Pasar Komunitas Balang-Balang.

Agar dalam penyusunan laporan ini mempunyai arah yang jelas, maka perlu adanya batasan pembahasan, yang meliputi:

- a. Fungsi Pasar Komunitas Balang-Balang sebagai pasar komersial yang memiliki pusat interaksi publik dan keberadaannya dibuat menjadi pagi sampai malam sehingga akan selalu ramai sepanjang hari.
- b. Estimasi kebutuhan Pasar Komunitas Balang-Balang sebagai kawasan ekonomi rekreasi 10 tahun ke depan.
- c. Konsep Pasar Komunitas Balang-Balang dibatasi pada fungsi tepat guna, efisiensi sistem-sistem pada lingkup bangunan dan bentuk bangunan yang akan di terapkan pada desain Perancangan.

D. Tujuan dan Sasaran Pembahasan

1. Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai adalah menghasilkan ide dan gagasan yang konseptual sebagai acuan perancangan yang akan ditransformasikan ke dalam bentuk perancangan Pasar Komunitas Balang-Balang sehingga menjadi wajah baru yang menarik minat masyarakat untuk berkunjung.

2. Sasaran

Adapun sasaran yang ingin dicapai dari perencanaan perancangan Pasar Komunitas Balang-Balang yang meliputi aspek:

a. Non-Arsitektural

- 1) Menganalisis kebutuhan pengguna pada Pasar Komunitas Balang-Balang.
- 2) Menganalisis aktivitas di Pasar Komunitas Balang-Balang.
- 3) Mengidentifikasi jenis kegiatan yang akan diwadahi di kawasan Pasar Komunitas Balang-Balang.

b. Arsitektural

- 1) Mengadakan studi tentang tata fisik makro meliputi:
 - a) Analisis lokasi
 - b) Pola tata lingkungan
- 2) Mengadakan studi tentang tata fisik mikro meliputi:
 - a) Pengelompokan tata ruang
 - b) Kebutuhan dan besaran ruang
 - c) Pola organisasi ruang
 - d) Sistem struktur dan utilitas
- 3) Desain fisik Pasar Komunitas Balang-Balang mencakup sebagai berikut:
 - 1) Analisis tapak dan bentuk bangunan
 - 2) *Landscape* dan interior
 - 3) Kelengkapan bangunan

E. Sistematika Pembahasan

1. **Pertama**, pembahasan diawali dengan pengumpulan data dan informasi tentang arus pertumbuhan dan perkembangan ekonomi dan perdagangan dan perkembangan fasilitas perekonomian pendukung seperti pasar komunitas, jumlah pedagang kaki lima, manfaat dan masalah-masalah yang terkait.
2. **Kedua**, melakukan telaah pustaka tentang teori-teori umum dan teori-teori perancangan yang terkait dengan Pasar Komunitas Balang-Balang dan fasilitas bangunan penunjangnya.
3. **Ketiga**, menentukan metode pembahasan yang dilakukan dalam proses pendekatan mendapatkan ide dan gagasan acuan perancangan Pasar Komunitas Balang-Balang.
4. **Keempat**, melakukan analisis dan menentukan konsep acuan perancangan Pasar Komunitas Balang-Balang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Judul

Judul dari proposal perancangan ini adalah “Pasar Komunitas Balang-Balang”.

1. Pasar

Pasar menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah tempat orang berjual beli, atau kekuatan penawaran dan permintaan, tempat penjual yang ingin menukar barang atau jasa dengan uang, dan pembeli yang ingin menukar uang dengan barang atau jasa.

a. Pasar Modern

Pasar modern adalah pasar yang penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (barcode), berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan secara mandiri (swalayan) atau dilayani oleh pramuniaga (Kotler, 2001)

b. Pasar Tradisional

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar (Kotler, 2001).

2. Komunitas

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Komunitas adalah kelompok organisme (orang dan sebagainya) yang hidup dan saling berinteraksi di dalam daerah tertentu.

3. Balang-Balang

Menurut Kamus Makassar-Indonesia balang-balang dikutip dari kata balang yang artinya rawa, sedangkan dalam artian lain balang-balang itu sendiri merupakan sejenis ikan yang hidup di rawa-rawa.

Balang-Balang dari konteks penulisan ini merupakan salah satu pasar yang terletak di Borongloe, Kabupaten Gowa.

4. Pasar Balang-Balang

Pasar Balang-Balang merupakan pasar sentral tradisional terbesar di Kecamatan Bontomarannu, Kabupaten Gowa. Pasar ini bisa dikatakan merupakan pasar daerah yang konkret karena pasar ini dapat mencakup tingkat pelayanan dan pemenuhan kebutuhan masyarakat di Kecamatan Bontomarannu dan sekitarnya dan di dalamnya terjadi proses interaksi langsung antara banyak pedagang atau produsen dengan konsumen.

Pasar Tradisional Balang-Balang merupakan salah satu tempat petani menjual langsung hasil-hasil panen mereka kepada pembeli, pasar yang beroperasi tiga hari dalam seminggu ini selain memperjualbelikan hasil pertanian dan perkebunan juga di dalamnya banyak diperjualbelikan barang lain seperti barang kebutuhan rumah tangga, pakaian dan lain sebagainya.

Komunitas-komunitas yang berada di pasar ini sebagian besar dari usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) daerah daerah sekitar pasar yang menjual barang berupa hasil- hasil pertanian dan perkebunan, makanan tradisional, kaki lima dan lain-lain.

Pedagang Pasar Balang-Balang sebagian besar merupakan masyarakat asli Gowa dan sebagian kecil merupakan pendatang dari daerah lain yang menetap di Gowa. Para pedagang ini datang ke pasar untuk bongkar muat barang sekitar jam 05:30 pagi dengan mengendarai berbagai macam angkutan barang.

Aktivitas perdagangan di Pasar Balang-Balang dimulai sekitar jam 06:30 dan puncak keramaian jam 10:00 – 11:00 dan biasanya berakhir sebelum jam 13:00.

B. Tinjauan Umum Pasar

1. Pengertian Pasar

Pasar adalah salah satu dari berbagai sistem, institusi, prosedur, hubungan sosial dan infrastruktur tempat usaha menjual barang, jasa, dan tenaga untuk orang-orang dengan imbalan uang.

2. Ciri-Ciri Pasar

Ciri-ciri pasar adalah sebagai berikut:

- a. Adanya sistem tawar menawar antara penjual dan pembeli.

Tawar menawar mampu memberikan dampak psikologi yang penting bagi masyarakat. Setiap orang yang berperan pada transaksi jual beli akan melibatkan seluruh emosi dan perasaannya, sehingga timbul interaksi sosial dan persoalan kompleks. Penjual dan pembeli saling bersaing mengukur kedalaman hati masing-masing, lalu muncul pemenang dalam penetapan harga.

Tarik tambang psikologi itu biasanya diakhiri perasaan puas pada keduanya. Hal ini yang dapat menjalin hubungan sosial yang lebih dekat. Konsumen dapat menjadi langganan tetap stan pada pasar komunitas. Kelancaran komunikasi sosial antar pembeli dan penjual dalam pasar komunitas tersebut menunjang ramainya stan tersebut. maka, dibutuhkan ruang sirkulasi berupa ruang pedestrian dengan lebar yang cukup.

- b. Jumlah pedagang di pasar

Pedagang di pasar komunitas berjumlah lebih dari satu, dan pedagang tersebut memiliki hak atas stan yang telah dimiliki, dan memiliki hak penuh atas barang dagangan pada stan masing-masing, sehingga tidak terdapat satu manajemen seperti yang ada di pasar modern.

- c. Ciri pasar berdasarkan pengelompokan dan jenis barang pasar

Jenis barang di pasar umumnya dibagi dalam empat kategori:

- 1) Kelompok bersih (kelompok jasa, kelompok warung, toko)

- 2) Kelompok kotor yang tidak bau (kelompok hasil bumi dan buah-buahan)
 - 3) Kelompok kotor yang bau dan basah (kelompok sayur dan bumbu)
 - 4) Kelompok bau, basah, kotor, dan busuk (kelompok ikan basah dan daging)
- d. Ciri pasar berdasarkan tipe tempat berjualan

Tempat berjualan atau lebih sering disebut stan, dipilih dengan cara undian (stan yang ada adalah stan milik sendiri dengan membayar biaya retribusi per m² dalam satu hari sesuai dengan biaya yang telah ditetapkan). Jenis barang yang telah dikelompokkan, dilihat jenis barang dagangan apa yang paling banyak diperdagangkan dan paling diminati. Bagian atau blok-blok yang telah di tetapkan tempat-tempat yang strategis di utamakan diundi dahulu untuk pengurus setiap bagian, setelah itu sisanya diundi untuk pedagang lainnya.

Tempat-tempat yang strategis selalu diminati oleh pedagang karena terlebih dahulu terlihat atau dikunjungi oleh pembeli. Tempat stategis yang dimaksud adalah sirkulasi utama, dekat pintu masuk, dekat tangga, atau dekat *hall*.

1) Kios

Merupakan tipe tempat berjualan yang tertutup, tingkat keamanan lebih tinggi dibanding dengan yang lain. Dalam kios dapat ditata dengan berbagai macam alat display. Pemilikan kios, tidak hanya satu saja tetapi dapat beberapa kios sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan.

2) Los

Merupakan tipe tempat berjualan yang terbuka, tetapi telah dibatasi secara pasti (dibatasi dengan barang-barang yang sukar bergerak, misalnya lemari, meja, kursi, dan sebagainya) atau bersifat tetap.

3) Oprokan / Pelataran

Merupakan tipe tempat berjualan yang terbuka atau tidak dibatasi secara tetap. Tetapi mempunyai tempatnya sendiri. Yang termaksud pedagang oprokan di pasar adalah pedagang asongan yang berjualan di dalam pasar maupun yang di luar pasar tetapi masih menempel di dinding pasar.

e. Ciri pasar berdasarkan tingkatnya

Berdasarkan tingkatannya, pasar dapat dibedakan menjadi beberapa kelas, diantaranya yaitu:

- 1) Pasar Kelas I, adalah pasar dengan komponen bangunan yang lengkap, dimana sistem arus barang dan orang terjadi baik di dalam maupun di luar bangunan, serta melayani perdagangan tingkat regional.
- 2) Pasar Kelas II, adalah jenis pasar dengan komponen bangunan yang lengkap, dimana sistem arus barang dan orang terjadi baik di dalam maupun di luar bangunan, serta melayani perdagangan tingkat kota.
- 3) Pasar Kelas III, adalah jenis pasar dengan komponen bangunan yang lengkap, dimana sistem arus barang dan orang terjadi baik di dalam maupun di luar bangunan, serta melayani perdagangan tingkat wilayah kota.
- 4) Pasar Kelas IV, adalah pasar dengan komponen bangunan yang lengkap, dimana sistem arus barang dan orang banyak terjadi di dalam bangunan, serta melayani perdagangan tingkat lingkungan.
- 5) Pasar Kelas V, adalah pasar dengan bangunan yang lengkap, tanpa atau dengan komponen bangunan, dimana sistem arus barang dan orang terjadi cukup baik, serta melayani perdagangan tingkat perkampungan dan blok.

3. Komponen Pasar

a. Pelaku Kegiatan

1. Pedagang

Pedagang adalah pihak ketiga yang melakukan kegiatan dengan menjual atau membeli barang dan atau jasa yang menggunakan pasar sebagai tempat kegiatannya.

Tabel 2. 1 Jenis-Jenis Pedagang Pasar

No	Kriteria	Jenis Pedagang
1	Menurut jumlah pelaku	Pedagang individu
		Pedagang gabungan
2	Menurut jenis kegiatan	Pedagang formal
		Pedagang informal
3	Menurut modal	Pedagang modal kecil
		Pedagang modal sedang
		Pedagang modal cukup
		Pedagang besar
4	Menurut status	Pedagang tetap
		Pedagang temporer
5	Menurut tempat asal	Pedagang desa
		Pedagang kota
6	Menurut cara penyaluran	Pedagang eceran
		Pedagang grosir
		Pedagang pengumpul
7	Menurut jangkauan pelayanan	Pedagang regional
		Pedagang kota
		Pedagang wilayah
8	Menurut cara pelayanan	Pedagang langsung
		Pedagang tidak langsung
9	Menurut materi dagangan	Pedagang barang riil
		Pedagang barang jasa

Sumber: Ananta Heri, S.E. M.M. dkk, *Menahan Serbuan Pasar Modern*:94-96

2. Pembeli

Pembeli atau konsumen pasar adalah semua golongan yang datang dengan tujuan untuk mendapatkan apa yang menjadi kebutuhannya dengan harga murah dan dengan pelayanan langsung.

Menurut Damsar dalam bukunya yang berjudul pengantar sosiologi ekonomi (2007: 103) ada beberapa tipe pembeli dalam pasar yaitu:

- a) Pengunjung
- b) Pembeli
- c) pelanggan

3. Pengunjung

Pengunjung pasar yaitu:

- a) Pemerintah sebagai pemberi izin berdirinya dan beroperasinya pasar.
- b) Swasta pedagang penyewa tempat, pelaksana pembangunan tempat
- c) Pengelola melaksanakan pembangunan, pengelola pemasaran tempat, pengelola kebersihan, pengelola distribusi barang dan stabilitas harga.
- d) Bank memperlancar kegiatan ekonomi

b. Objek Kegiatan

Objek dalam kegiatan perdagangan suatu hasil produksi yang memiliki implikasi tuntutan akan transportasi, komunikasi, pengumpulan, penyimpanan, pemeliharaan, dan materi perdagangan dikelompokkan dalam tabel berikut:

Tabel 2. 2 Kriteria Materi Dagangan

No	Kriteria	Jenis Barang Komoditi
1	Jenis komoditi	Bahan pangan: hasil pertanian atau perkebunan, peternakan, bumbu-bumbuan,

		bahan pangan mentah yang diproses atau matang.
		Bahan sandang
		Barang kelontong dan peralatan rumah tangga
		Barang-barang standar
		Barang-barang khusus atau mewah
2	Sifat Komoditi	Tingkat kebauan: <ul style="list-style-type: none"> 1. Bau, sangat menusuk, misal ikan 2. Tidak terlalu bau, mempunyai bau tapi tidak menusuk hidung, misal sayur-sayuran 3. Tidak bau misal pakaian, mainan, alat rumah tangga
		Tingkat keawetan <ul style="list-style-type: none"> 1. Awet. Tidak akan membusuk misalnya pakaian 2. Tidak terlalu awet, mempunyai waktu keawetan tertentu, misalnya sayuran, buah, makanan kemasan. 3. Tidak awet misalnya ikan segar, daging.
		Tingkat kekeringan <ul style="list-style-type: none"> 1. Kering misalnya pakaian 2. Sedikit basah misalnya sayuran, buah, bunga. 3. Basah misalnya ikan segar dan daging.
3	Tingkat Kepentingan	Barang kebutuhan sehari-hari
		Barang keperluan berkala
		Barang kebutuhan khusus
4		Barang yang dapat lama digunakan

	Waktu Penggunaan	Barang yang dapat habis digunakan
5	Maksud Penggunaan	Barang-barang industri Barang-barang penunjang hasil produksi Barang-barang konsumen
6	Cara Pengangkutan	Barang pecah belah Barang bukan pecah belah
7	Cara Penyajian	Penyajian sederhana misalnya sayur, ikan, bumbu Penyajian sedang misalnya beras dan semua yang diproses Penyajian baik misalnya alat-alat rumah tangga Penyajian khusus misalnya perhiasan, pakaian, arloji, kacamata.

Sumber: Ananta Heri, S.E. M.M. dkk, Menahan Serbuan Pasar Modern:94-96

4. klasifikasi Pasar

a. Pasar Tradisional atau Pasar Rakyat

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar.

Pasar rakyat adalah suatu area tertentu tempat bertemunya pembeli dan penjual, baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan proses jual beli berbagai jenis barang konsumsi melalui tawar menawar. (Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No.37 tahun 2017).

b. Pasar Modern

Pasar modern tidak banyak berbeda dari pasar tradisional, namun pasar jenis ini penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (barcode), berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan secara mandiri (swalayan) atau dilayani oleh pramuniaga.

5. Bentuk-Bentuk Pasar

a. Berdasarkan Luas Jangkauan

1) Daerah

Pasar daerah membeli dan menjual produk dalam satu daerah produk itu dihasilkan. Bisa juga dikatakan pasar daerah melayani permintaan dan penawaran dalam satu daerah.

2) Lokal

Pasar lokal adalah pasar yang membeli dan menjual produk dalam satu kota tempat produk itu dihasilkan. Bisa juga dikatakan pasar lokal melayani permintaan dan penawaran dalam satu kota.

3) Nasional

Pasar nasional adalah pasar yang membeli dan menjual produk dalam satu negara tempat produk itu dihasilkan. Bisa juga dikatakan pasar nasional melayani permintaan dan penjualan dari dalam negeri.

4) Internasional

Pasar internasional adalah pasar yang membeli dan menjual produk dari beberapa negara. Bisa juga dikatakan luas jangkauannya di seluruh dunia.

b. Menurut Wujud

1) Pasar Konkret

Pasar konkret adalah tempat pertemuan antara penjual dan pembeli yang dilakukan secara langsung. Misalnya ada los-los, toko-toko dan lain-lain. Di pasar konkret, produk yang dijual dan

dibeli juga dapat dilihat dengan kasat mata. Konsumen dan produsen juga dapat dengan mudah dibedakan. Contoh: pasar daging, pasar sayur, dan lain-lain.

2) Pasar Abstrak

Pasar abstrak adalah pasar yang lokasinya tidak dapat dilihat dengan kasat mata. Konsumen dan produsen tidak bertemu secara langsung. Biasanya dapat melalui internet, pemesanan telepon dan lain-lain. Barang yang diperjual belikan tidak dapat dilihat dengan kasat mata, tetapi pada umumnya melalui brosur, rekomendasi dan lain-lain. Kita juga tidak dapat melihat konsumen dan produsen bersamaan, atau bisa dikatakan sulit membedakan produsen dan konsumen sekaligus. Contoh: pasar modal, bursa saham, telemarket, dan lain-lain.

c. Menurut Barang yang Diperjualbelikan

1) Pasar Barang Konsumsi

Pasar barang konsumsi adalah pasar yang menjual barang-barang yang dapat langsung dipakai untuk kebutuhan rumah tangga. Misalnya, pasar yang memperjualbelikan beras, ikan, sayur-sayuran, buah-buahan, alat-alat rumah tangga, pakaian, dan lain sebagainya.

2) Pasar Barang Produksi

Pasar barang produksi adalah pasar yang memperjualbelikan faktor-faktor produksi. Dalam pasar ini diperjualbelikan sumber daya produksi. Misalnya, pasar mesin-mesin, pasar tenaga kerja, dan pasar uang.

d. Menurut Waktu Penyelenggaraan

1) Pasar Harian

Pasar harian adalah pasar yang kegiatan jual belinya dilakukan tiap hari. Pasar harian ini umumnya terdapat di desa dan kota.

2) Pasar Mingguan

Pasar mingguan adalah pasar yang kegiatan jual belinya hanya satu kali dalam seminggu. Pasar mingguan ini terdapat di daerah-daerah pedesaan. Misalnya pasar pagi yang diadakan setiap hari minggu pagi saat acara *car free day*.

3) Pasar Bulanan

Pasar bulanan adalah pasar yang kegiatan jual belinya dilakukan setiap sebulan sekali. Contoh pasar hewan

4) Pasar Tahunan

Pasar tahunan adalah pasar yang kegiatan jual belinya dilakukan setiap setahun sekali. Misalnya Pekan Raya Jakarta.

5) Pasar Temporer

Pasar temporer adalah pasar yang diselenggarakan organisasi atau instansi pada acara tertentu, atau diadakannya hanya sewaktu-waktu (tidak tetap) seperti bazar dan pameran.

e. Menurut Struktur Oranganisasinya

1) Pasar Persaingan Sempurna

Dalam pasar persaingan sempurna terdapat banyak penjual atau pembeli yang sama-sama telah mengetahui keadaan pasar. Barang yang diperjualbelikan dalam pasar persaingan sempurna homogen (sejenis). Selain itu, baik penjual ataupun pembeli tidak bebas menentukan harga, karena harga ditentukan oleh kekuatan pasar. Pasar persaingan sempurna adalah keadaan tempat penjual dan pembeli tidak dapat mempengaruhi harga. Harga yang telah terbentuk merupakan hasil dari mekanisme pasar berdasarkan jumlah permintaan dan penawaran.

2) Pasar Persaingan tidak Sempurna

Dalam pasar persaingan tidak sempurna, para penjual maupun pembeli mempunyai kebebasan dalam menentukan harga dan jumlah barang yang akan diperjualbelikan. Dalam hal ini berarti pembeli dan penjual dapat memengaruhi harga. Jenis

dan kualitas barang yang diperdagangkan pada pasar ini bersifat heterogen.

- a) Pasar Monopoli dan Monopsoni
- b) Pasar Persaingan Monopolistik
- c) Pasar Oligopoli dan Oligopsoni

6. Fungsi Pasar

Adapun fungsi pasar komunitas dalam kegiatan ada lima macam, yaitu:

a. Fungsi Distribusi Produk

Salah satu fungsi pasar adalah fungsi distribusi produk yang merupakan suatu aktivitas menyalurkan barang atau jasa yang diproduksi oleh produsen kepada para konsumen. Fungsi pasar sebagai tempat distribusi produk, hal ini karena banyak terdapat konsumen, sedangkan penjual sebagai distributor, artinya barang yang dijual tersebut tidak diproduksi sendiri. Misalnya terdapat penjual yang membeli telur ayam dari orang lain yang berternak ayam, kemudian telur tersebut dibawa ke pasar dan dibeli oleh konsumen. Penjual tersebut berperan sebagai distributor, orang yang berternak ayam berperan sebagai produsen, serta pembeli sebagai konsumen. Namun adapula penjual yang berperan sebagai produsen sekaligus sebagai distributor.

b. Fungsi Pembentukan Harga

Karena terdapat interaksi antara penjual dan pembeli, maka terdapat juga permintaan serta penawaran dari kedua pihak tersebut. Sehingga terdapat kesepakatan harga kesetimbangan yang dapat dicapai dari interaksi kedua pihak tersebut. Fungsi pasar sebagai tempat penetapan harga dari barang atau jasa yang diperjualbelikan karena terjadinya interaksi serta adanya kesepakatan dari pembeli dan penjual.

c. Fungsi Promosi

Pasar merupakan sarana paling tepat untuk ajang promosi, karena di pasar banyak dikunjungi para pembeli. Pelaksanaan promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara, misalnya memasang spanduk, membagikan brosur penawaran, membagikan sampel atau contoh produk kepada calon pembeli, dan sebagainya.

Fungsi pasar merupakan tempat berkumpulnya para konsumen yang merupakan tempat promosi yang sempurna bagi produsen guna memperkenalkan produk mereka. Pada umumnya saat proses promosi dari produsen tersebut berlangsung, mereka akan menawarkan dengan penawaran yang menarik, seperti harga produk tersebut yang lebih murah dibandingkan produk dari produsen yang lainnya. Oleh karena itu, fungsi pasar salah satunya untuk promosi suatu produk atau barang.

d. Fungsi Penerapan Tenaga Kerja

Selain terdapat para pedagang dan pembeli, di pasar juga banyak terdapat pihak lain yang dapat terlibat dalam kegiatan ekonomi. Seperti tukang sapu, ojek, tukang parkir, tukang sampah, dan lain sebagainya. Oleh karena itu, fungsi pasar sebagai tempat penyerapan tenaga kerja.

e. Menyediakan Barang dan Jasa Guna Masa Mendatang

Pasar memiliki peran sebagai fasilitator guna mengelola tabungan dan investasi. Investasi tersebut berfungsi untuk menyediakan barang serta jasa dibutuhkan pada masa yang akan datang. Tabungan dan investasi tersebut akan berinteraksi di pasar. Pasar yang berfungsi untuk memfasilitasi investasi dan tabungan ialah pasar modal. Investor akan mencari pihak-pihak yang mempunyai tabungan untuk keperluan investasinya, serta penabung untuk mencari pihak yang membutuhkan modal. Kedua belah pihak tersebut dapat bertemu di pasar modal.

7. Jenis-Jenis Pasar

Pasar sebagai perusahaan daerah digolongkan menurut beberapa hal, yakni menurut jenis kegiatannya, menurut lokasi dan kemampuan pelayanannya, menurut waktu kegiatannya, dan menurut status kepemilikannya.

a. Menurut jenis kegiatannya, pasar digolongkan menjadi tiga jenis:

1) Pasar Eceran

Pasar dimana terdapat permintaan dan penawaran barang secara eceran.

2) Pasar Grosir

Pasar dimana terdapat permintaan dan penawaran dalam jumlah besar.

3) Pasar Induk

Pasar ini lebih dari pasar grosir, merupakan pusat pengumpulan dan penyimpanan bahan-bahan pangan untuk disalurkan ke grosir-grosir dan pusat pembelian.

b. Menurut lokasi dan kemampuan pelayanannya, pasar digolongkan menjadi lima jenis:

1) Pasar Regional

Pasar regional adalah pasar yang terletak di lokasi yang strategis dan luas, bangunan permanen, dan mempunyai kemampuan pelayanan meliputi seluruh wilayah kota bahkan sampai ke luar kota, serta barang yang diperjual belikan lengkap dan dapat memenuhi kebutuhan masyarakatnya.

2) Pasar Kota

Pasar kota adalah pasar yang terletak di lokasi yang strategis dan luar, bangunan permanen, dan mempunyai kemampuan pelayanan meliputi seluruh wilayah kota, serta barang yang diperjual belikan lengkap. Melayani 200.000 – 220.000 penduduk. Yang termasuk pasar ini adalah pasar induk, dan pasar grosir.

3) Pasar Wilayah (Distrik)

Pasar distrik adalah pasar yang terletak di lokasi yang cukup strategis dan luas, bangunan permanen dan mempunyai kemampuan pelayanan meliputi seluruh wilayah kota, serta barang yang diperjual belikan cukup lengkap. Melayani sekitar 50.000 - 60.000 penduduk. Yang termasuk pasar ini adalah pasar eceran, pasar khusus, dan pasar induk.

4) Pasar Lingkungan

Pasar lingkungan yaitu pasar yang terletak di lokasi yang strategis, bangunan permanen ataupun bangunan semi permanen, dan mempunyai pelayanan meliputi lingkungan permukiman saja, serta barang yang diperjual belikan kurang lengkap. Melayani sekitar 10.000 – 15.000 penduduk. Yang termasuk pasar ini adalah pasar eceran.

5) Pasar Khusus

Pasar khusus adalah pasar yang terletak di lokasi yang strategis, bangunan semi permanen ataupun permanen, dan mempunyai kemampuan pelayanan meliputi wilayah kota, serta barang yang diperjual belikan terdiri dari satu macam barang khusus, seperti pasar bunga, pasar burung, ataupun pasar hewan.

c. Menurut waktu kegiatannya, pasar digolongkan menjadi empat jenis:

1) Pasar Siang Hari

Pasar siang hari yaitu pasar yang beroperasi dari sekitar pukul 4 pagi sampai pukul 4 sore.

2) Pasar Malam Hari

Pasar malam hari adalah pasar yang beroperasi pada pukul 4 sore sampai pukul 4 pagi.

3) Pasar Siang Malam

Pasar siang malam yaitu pasar yang beroperasi 24 jam *nonstop*.

4) Pasar Darurat

Pasar darurat yaitu pasar yang menggunakan jalan umum ataupun tempat umum tertentu atas penetapan kepala daerah dan diadakan pada saat peringatan hari-hari tertentu. Contohnya: pasar Maulud, pasar murah Idul Fitri dan sebagainya.

d. Menurut status kepemilikannya, pasar digolongkan menjadi tiga jenis:

1) Pasar Pemerintah

Pasar pemerintah merupakan pasar yang dimiliki dan dikuasai oleh pemerintah pusat maupun daerah

2) Pasar Swasta

Pasar yang dimiliki atau dikuasai oleh badan hukum yang diizinkan oleh pemerintah daerah

3) Pasar Liar

Pasar liar merupakan pasar yang aktivitasnya diluar pemerintah daerah, yang kehadirannya disebabkan karena kurangnya fasilitas perpasaran yang ada dan letak pasar yang tidak merata, biasanya dikelola oleh perorangan atau ketua RW. Pasar liar ini dibagi tiga berdasarkan penanggungjawabnya yaitu pasar perorangan, pasar RW dan pasar desa.

Pasar Balang-Balang merupakan pasar pemerintah yang dimiliki oleh Pemerintah Kabupaten Gowa yang beroperasi dari pagi sampai siang hari. Pasar ini dapat dikatakan pasar eceran karena di dalamnya terjadi jual beli barang secara langsung ke konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan untuk bisnis, meskipun demikian pasar ini mempunyai lingkup pelayanan yang cukup luas dan barang yang diperjual belikan cukup lengkap.

8. Elemen-elemen Pasar Komunitas

Penampilan dan nuansa keseluruhan dari pusat perbelanjaan dapat membuat pasar tersebut menonjol di antara pesaingnya. Pendapat Neo, 2005 (dalam Nasichin K, 2010) mengatakan bahwa hal yang

mempengaruhi performa pada pusat perbelanjaan adalah elemen-elemen berikut ini:

a. Konfigurasi Kios

Sisi muka kios adalah yang pertama kali dilihat oleh pembeli atau pengunjung dan mempengaruhi keputusan mereka dalam berbelanja. Dengan demikian papan nama kios atau jendela panjang adalah instrument strategis untuk menciptakan kesan positif.

Panjang kios adalah jarak dari pintu masuk ke toko dinding belakang. Panjang kios harus sesuai dengan proporsi lebar kios. Ketidaksesuaian proporsi akan mempengaruhi visibilitas pajangan produk. Kios harus memiliki sisi muka (lebar) yang cukup lebar. Kios dengan sudut tajam, bentuk janggal (misalnya segitiga), serta konfigurasi panjang dan sempit harus dihindari, karena kios seperti itu akan sulit disewakan dan tidak akan menghasilkan pendapatan sewa yang tinggi.

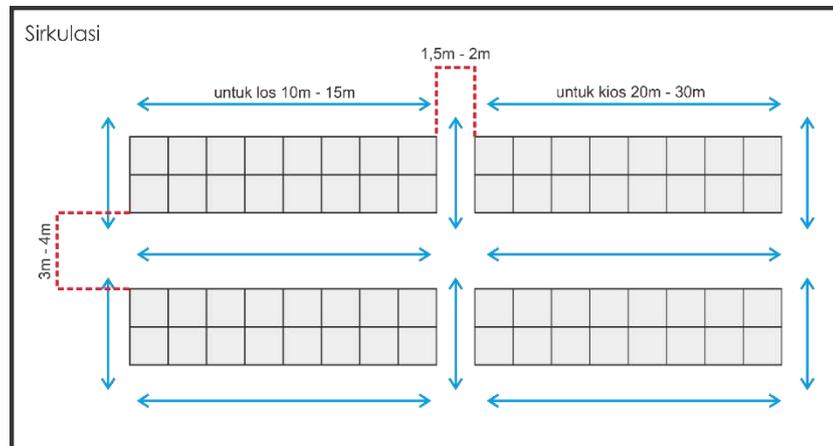
b. Jalur atau Koridor Pengunjung

Jalur atau koridor lurus langsung dari satu ujung pusat perbelanjaan ke ujung lainnya akan menciptakan kesan jarak panjang dan monoton yang mungkin membuat pengunjung enggan berjalan (yang biasanya disebut sebagai “efek laras senapan”) karena mengingat fungsi koridor sebagai ruang sirkulasi pejalan kaki supaya nyaman dilalui. Maka, salah satu cara untuk menghindari hal tersebut, yaitu dengan cara merancang koridor yang berlekuk atau menempatkan belokan di beberapa titik agar koridor tidak tampak terlalu panjang jika dilihat dari salah satu ujung.

Koridor harus cukup lebar untuk memudahkan pengunjung berjalan tanpa berdesak-desakkan dengan pengunjung yang lainnya. Lebar koridor minimal ditentukan berdasarkan peraturan bangunan lokal, biasanya 2,4meter atau bisa lebih dari itu.

Sirkulasi yang merupakan akses untuk mengarahkan kegiatan di dalam pasar harus direncanakan dengan benar supaya memberikan

tatanan yang efektif bagi kegiatan di dalam pasar. Besaran sirkulasi utama pada pasar sesuai dengan literatur yaitu 3 – 4meter dan sirkulasi sekunder memiliki besaran 1,5 – 2meter. Panjang los untuk pasar mempunyai panjang 10 – 15meter serta kios 20 – 30meter.



Gambar 2. 1 Sirkulasi Pasar

c. Konter Pelayanan Pengunjung

Konter layanan pengunjung (pusat informasi) adalah konter di pusat perbelanjaan yang ditangani oleh staf pusat perbelanjaan yang ditugaskan untuk melayani pembeli, misalnya menunjukkan arah ke kios yang dicari atau ke tempat-tempat di sekitar area pusat perbelanjaan. Lokasi konter harus mudah dilihat dan dijangkau oleh pengunjung. Luas konter tergantung pada fungsi atau aktivitas yang dijalankan oleh staf konter.

d. Fitur petunjuk (*signage*)

Fitur petunjuk memberikan informasi dan petunjuk arah bagi pengunjung. Jenis fitur petunjuk pertama adalah petunjuk arah. Pengunjung memperoleh orientasi singkat tentang ruang dan fasilitas pusat perbelanjaan dengan melihat petunjuk arah. Hanya sedikit penjelasan detail yang tercantum pada petunjuk arah. Tingkat fitur petunjuk berikutnya adalah petunjuk gerai. Setelah pengunjung berada di wilayah yang mereka tuju, selanjutnya mereka akan mencari gerai yang mereka minati.

e. Direktori Pusat Perbelanjaan

Direktori pusat perbelanjaan memberikan panduan mudah dan cepat bagi pengunjung. Denah lantai harus disajikan dalam bentuk yang sederhana, mudah dibaca dan dipahami oleh orang awam. Penunjuk posisi dimana pengunjung berada. Direktori juga harus menampilkan informasi yang terus diperbarui tentang para penyewa dan ditempatkan di titik-titik strategis pada pusat perbelanjaan.

f. Area Antaran atau Bongkar Muat Barang

Jalur untuk masuk dan keluar pada area bongkar muat barang harus dipisahkan dari tempat parkir umum, untuk meminimalisir kepadatan serta untuk memaksimalkan tingkat keamanan, higienis dan keindahan. Area bongkar muat barang adalah area yang digunakan untuk kendaraan dan alat-alat berat, area bongkar muat harus memiliki tinggi dan wilayah berputar yang memadai untuk truk kontainer 20-40 kaki. Permukaan lantai harus dilapisi oleh lapisan yang keras agar dapat menahan beban penggunaan yang berat, area bongkar muat juga harus memiliki penghawaan dan pencahayaan yang memadai

g. Tempat Ibadah

Di beberapa negara muslim, terutama Indonesia sendiri yang notabenehnya sebagai negara pemeluk agama islam terbanyak, diharuskan untuk menyediakan ruangan tempat beribadah untuk pengunjung atau pembeli pada pusat perbelanjaan yang ada. Di ruangan tempat beribadah tersebut, harus disediakan juga fasilitas wudhu bagi pengunjung yang akan melaksanakan sholat. Tempat wudhunya pria dan wanita harus dipisahkan tidak boleh dicampur jadi satu, begitu juga tempat sholat juga harus dipisahkan antara pria dan wanita

h. Tempat Parkir

Tempat parkir biasanya agak diabaikan, padahal seharusnya sudah diperhatikan sejak awal proyek. Rata-rata tergantung profil

pembelanja dan jenis pusat perbelanjaan, sekitar 30% pengunjung pusat perbelanjaan membawa kendaraan pribadi. Karena tempat parkir umumnya dianggap sebagai fitur penting tetapi bukan pusat penghasil pendapatan besar, maka lahan parkir biasanya ditempatkan di ruang bawah tanah (*basement*) atau di lantai atas.

Dalam perancangan pusat perbelanjaan, penting sekali untuk menyediakan tempat parkir yang memadai. Tempat parkir harus memiliki petugas keamanan yang berpatroli secara teratur. Ukuran tempat parkir harus cukup lebar untuk memudahkan pengemudi memarkir kendaraannya. Kondisi jalan ditempat parkir juga harus dijaga agar bebas dari lubang dan tumpahan oli, untuk mencegah dan mengantisipasi kendaraan yang tergelincir.

Tempat parkir juga harus diberi tanda (*sign*) yang jelas dengan papan penunjuk untuk membantu pengunjung mengingat tempat mereka memarkir kendaraannya, menemukan akses masuk ke pusat perbelanjaan, menemukan gardu parkir serta keluar dari tempat parkir.

i. Kamar Kecil (toilet)

Kamar kecil (toilet), harus cukup besar untuk melayaniantisipasi kebutuhan pengunjung atau orang-orang yang ada di dalam pasar. Kamar kecil harus disediakan sejak tahap desain dan konstruksi. Penampilannya harus disesuaikan dengan tema pusat perbelanjaan, pelanggan dan sasaran serta kemudahan pemeliharaan. Kamar kecil tidak boleh ditempatkan terlalu jauh di bagian belakang pusat perbelanjaan karena akan menyulitkan pengunjung mencarinya.

Agar kamar kecil tetap bersih, kering dan higienis, maka kamar kecil (toilet) harus memiliki ventilasi yang memadai dan dibersihkan secara teratur. Di dalam kamar kecil juga harus terdapat ruang penyimpanan khusus bagi petugas pembersih ruangan untuk menyimpan peralatan kebersihan.

j. Pusat Pembuangan Sampah

Mesin pemadat sampah lebih bermanfaat dari pada kotak besar biasa, karena mesin tersebut dapat memadatkan sampah dan mengurangi frekuensi penggantian kotak sampah. Pusat pembuangan sampah juga harus tertutup. Dua masalah utama yang lazim timbul pada pusat pembuangan sampah adalah bau menyengat dan hama. Salah satu cara untuk mengatasi bau sampah yang menyengat adalah dengan memisahkan pusat pembuangan sampah dalam area tertutup dengan sistem pendingin ruangan yang terpisah. Apabila hal tersebut dipandang kurang efisien, maka pusat pembuangan sampah harus memiliki ventilasi yang memadai

9. Tipe Tempat Penjualan Pada Pasar

Dalam Reski Rahayu (2011:24). Tempat berjualan atau lebih sering disebut stan dipilih dengan cara undian. Jenis barang yang sudah dikelompokkan dilihat jenis barang dagangan apa yang paling banyak diperdagangkan dan paling diminati. Bagian blok-blok yang telah ditetapkan tempat tempat yang strategis diutamakan diundi dahulu untuk mengurus setiap bagian, setelah itu sisanya kembali diundi untuk pedagang lainnya. Demikian pula sistem undian yang dilakukan untuk memilih stan pada tempat penampungan sepanjang jalan pada saat renovasi dikerjakan.

Tempat-tempat yang strategis sangat diminati oleh pedagang karena terlebih dahulu dapat terlihat atau dikunjungi pembeli. Tempat strategis yang dimaksud adalah sirkulasi utama, dekat pintu masuk, dekat tangga atau dekat hall.

Tipe tempat berjualan antara lain:

a. Kios

Tipe tempat berjualan yang tertutup, tingkat keamanan lebih tinggi dibanding dengan yang lain. Dalam kios dapat ditata dengan

berbagai macam alat *display*. Pemilikan kios tidak hanya satu saja tapi dapat beberapa kios sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan.

b. Los

Tipe tempat berjualan yang terbuka tetapi telah dibatasi secara pasati atau tetap. Barang-barang yang sukar bergerak, misalnya dibatasi oleh sebuah lemari, meja, kursi, dan sebagainya.

c. Pelataran

Tipe tempat berjualan yang terbuka dan tidak dibatasi secara tetap tetapi mempunyai tempat sendiri. yang termasuk pedagang pelataran di pasar adalah penjual asongan yang berjualan di dalam pasar maupun yang diluar wilayah pasar tetapi masih menempel di dinding pasar.

10. Unsur-Unsur Pasar

a. Pedagang

Unsur-unsur pasar komunitas dapat dibagi menjadi beberapa kelompok berdasarkan kemampuan pedagang dalam penggunaan dan pengelolaan pendapatan yang dihasilkan dari perdagangan dan hubungannya dengan ekonomi, pedagang dibedakan menjadi empat yakni:

1) Pedagang Profesional

Pedagang profesional yaitu pedagang yang menganggap aktivitas perdagangan merupakan pendapatan dari hasil perdagangan merupakan sumber utama dan satu-satunya bagi ekonomi keluarga.

2) Pedagang Semi Profesional

Pedagang semi professional adalah pedagang yang mengakui aktivitasnya untuk memperoleh uang, tetapi pendapatan dari hasil perdagangan merupakan sumber tambahan bagi ekonomi keluarga

3) Pedagang Subsistensi

Pedagang subsistensi yaitu pedagang yang menjual produk atau barang dari hasil aktivitas atau subsistensi untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga.

4) Pedagang Semu

Pedagang semu yaitu pedagang yang melakukan perdagangan karena hobi atau untuk mendapatkan suasana baru atau mengisi waktu luang.

b. Pedagang Menurut Jalur Distribusi

Dalam kegiatan ekonomi, pedagang dibedakan menurut jalur distribusi yang dilakukan:

- 1) Pedagang distributor tunggal yaitu pedagang yang memegang hak distribusi satu produk dari perusahaan tertentu.
- 2) Pedagang partai besar yaitu pedagang yang membeli produk dalam jumlah besar yang dimaksud untuk dijual kepada pedagang lain.
- 3) Pedagang eceran yaitu pedagang yang menjual produk langsung ke konsumen. Oleh karena pasar merupakan salah satu lembaga yang paling penting dalam institusi ekonomi, maka pasar merupakan salah satu yang menggerakkan dinamika kehidupan ekonomi.

c. Pembeli

Berfungsinya lembaga pasar sebagai institusi ekonomi yang menggerakkan kehidupan ekonomi tidak lepas dari aktivitas yang dilakukan oleh pembeli dan pedagang. Adapun pembeli di pasar yaitu:

- 1) Pengunjung yaitu seseorang atau lebih yang datang ke pasar tanpa mempunyai tujuan atau melakukan pembelian terhadap suatu barang atau jasa.
- 2) Pembeli yaitu seseorang atau lebih yang datang ke pasar dengan maksud untuk membeli sesuatu barang atau jasa tetapi tidak memiliki tujuan dimana akan membeli.

Pelanggan yaitu seseorang atau lebih yang datang ke pasar dengan maksud membeli barang atau jasa dan memiliki arah dan tujuan yang pasti dimana akan membeli

11. Sistem Pembagian Zona Dalam Pasar

a. Area Basah

Area basah pada pasar dapat berupa area perdagangan bahan mentah yang biasanya ditempatkan di tempat yang mudah dijangkau tapi agak terpisah dengan area perdagangan lain karena memiliki intensitas bau yang kurang bersahabat.

Adapun bagian-bagian dari area basah yaitu:

- 1) Area penjual ikan
- 2) Area penjual daging
- 3) Area penjual ayam potong
- 4) Area penjual cumi, udang dan kerang

b. Area Semi Basah

Area semi basah pada pasar dapat berupa area perdagangan hasil-hasil pertanian dan perkebunan yang belum diolah, pada area ini juga biasanya diisi oleh penjual bahan pokok kebutuhan rumah tangga.

Adapun bagian-bagian dari area basah yaitu:

- 1) Area penjual buah-buahan
- 2) Area penjualan sayur-sayuran
- 3) Beras dan makanan pokok lain
- 4) Bumbu dapur

c. Area Kering

Area kering pada pasar adalah area perdagangan hasil-hasil produksi dari tekstil, plastik, logam dan bahan lainnya.

Adapun bagian-bagian dari area kering yaitu:

- 1) Area penjual pakaian
- 2) Alat rumah tangga
- 3) Produk-produk rumah tangga

d. Area Aksesoris

Area aksesoris merupakan area yang ditujukan untuk pedagang aksesoris, pada area ini disediakan dengan beberapa sistem keamanan

khusus untuk pedagang aksesoris yang bermodal besar seperti pedagang aksesoris emas dan logam mulia lainnya.

e. Area Jasa

Area Jasa pada pasar merupakan area yang disediakan untuk beberapa penyedia jasa, area ini tidak mutlak ada pada pasar tapi biasanya ada sebagai pelengkap di beberapa pasar tertentu.

Adapun pengisi bagian dari area jasa yaitu:

- 1) Tukang jahit
- 2) Tukang pangkas rambut
- 3) Tukang servis elektronik

f. Area Kuliner

Area kuliner merupakan area pendukung pasar dimana di dalamnya terdapat beberapa kios yang disediakan untuk berbagai macam pedagang kuliner.

g. Area penunjang

Area penunjang juga merupakan area pendukung pasar seperti misalnya, toilet, area timbangan, tempat sampah sementara, klinik dan *ATM center*.

h. Area Pengelola

Area pengelola merupakan area tersendiri untuk pengelola pasar dalam mengelola dan mengawasi pasar.

C. Tinjauan Pasar Komunitas

1. Pengertian Pasar Komunitas

Pasar Komunitas itu sendiri terdiri dari dua suku kata yaitu “Pasar” dan “Komunitas”, dimana “pasar” adalah salah satu dari berbagai sistem, institusi, prosedur, hubungan sosial dan infrastruktur tempat usaha menjual barang, jasa, dan tenaga untuk orang-orang dengan imbalan uang. Sedangkan “komunitas” adalah sebuah kelompok sosial dari beberapa organisme yang berbagi lingkungan, umumnya memiliki ketertarikan dan habitat yang sama. Dalam komunitas manusia, individu-individu di

dalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, risiko, kegemaran dan sejumlah kondisi lain yang serupa. Komunitas berasal dari bahasa Latin *communitas* yang berarti "kesamaan", kemudian dapat diturunkan dari *communis* yang berarti "sama, publik, dibagi oleh semua atau banyak"

Sehingga jika diartikan secara harfiah pasar komunitas merupakan suatu kawasan yang didalamnya terjadi kegiatan ekonomi dan sosial yang berkaitan dengan interaksi antara penjual dan pembeli, serta kawasan tersebut merupakan tempat berkumpulnya penjual yang mayoritasnya menjajakan suatu objek yang sama seperti pasar ikan, pasar hewan, pasar sayur, pasar segar, pasar kerajinan, pasar kuliner, dan lain-lain.

2. Ciri-Ciri Pasar Komunitas

- a. Adanya interaksi antara pelaku komunitas dengan pengunjung, dimana pelaku komunitas berperan sebagai produsen, pedagang ataupun penyedia barang dan jasa sedangkan pengunjung berperan sebagai konsumen, pembeli atau pengguna jasa.
- b. Mendukung pelaku-pelaku komunitas disekitarnya dalam mengembangkan potensi-potensi yang dimiliki baik dari segi keterampilan maupun kewirausahaan.
- c. Terdapat website yang mendukung pelaku-pelaku usaha dan komunitas yang dapat meningkatkan pendapatan dan mempromosikan hasil produk-produk komunitas.
- d. terdapat tempat untuk event-event tertentu sebagai salah satu upaya promosi atau pameran hasil produk-produk komunitas.

3. Fasilitas Pasar Komunitas

- a. Elemen Utama

Salah satu elemen utama yang terdapat pada pasar komunitas yaitu ruang terbuka, area ini biasanya digunakan sebagai tempat pedagang non permanen. Elemen utama yang lainnya yaitu ruang tertutup, ruang tertutup yang dimaksud adalah ruangan yang tertutup

atap namun tidak tertutup sepenuhnya oleh dinding atau penyekat ruangan lainnya.

1) Area Penjualan

Area penjualan adalah area jual beli dan tempat terjadinya interaksi antara penjual dan pembeli. Area penjualan sangat memerhatikan sirkulasi, penataan ruang dan sistem zonasi berdasarkan barang yang diperjualbelikan. Pasar komunitas juga sangat memerhatikan aksesibilitas pengunjung dari *entrance* sampai *exit*.

2) Area Bongkar Muat

Area bongkar muat adalah suatu area yang diperuntukkan sebagai tempat penurunan barang dari mobil angkutan sebelum didistribusikan ke area penjualan. Area ini juga sering disebut dengan area *loading dock*. Ruangan ini sangat memerhatikan sirkulasi.

3) Gudang Penyimpanan

Gudang penyimpanan adalah ruangan atau tempat yang digunakan untuk menyimpan barang-barang, gudang merupakan ruangan yang sangat krusial untuk menempatkan berbagai jenis barang sesuai dengan jenisnya sehingga diperlukan penataan ruang yang baik.

b. Elemen Penunjang

Contoh elemen-elemen penunjang pada pasar komunitas yaitu area parkir kendaraan, toilet dan pos keamanan.

1) Area Parkir Pasar

Area parkir pasar adalah tempat yang ditujukan sebagai tempat parkir kendaraan bagi pengunjung pasar. Adapun luas area parkir bergantung pada jumlah perkiraan kendaraan dan dimensi kendaraan.

2) Toilet

Toilet merupakan tempat yang berfungsi sebagai tempat buang air besar dan kecil. Berikut contoh gambaran mengenai penataan ruang pada toilet:

3) Pos Jaga

Pos jaga atau pos keamanan merupakan tempat yang disegiakan untuk aparat sebagai tempat pengawasan dan pengamanan pasar agar meminimalisir terjadinya tindakan kriminalitas di dalam pasar

c. Elemen Pendukung

Beberapa elemen pendukung yang ada di pasar adalah area pengelola dan area pelayanan dan jasa.

1) Area pengelola

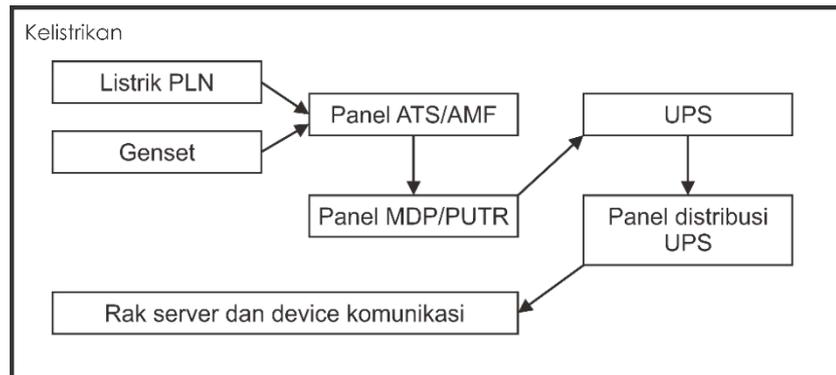
Area pengelola pada pasar komunitas sangat berperan penting dalam mendukung aktivitas pasar, dimana selain berfungsi menjadi wadah, pengelola dan pengawasan juga berperan dalam promosi pasar agar pasar komunitas dapat diakses dan dikunjungi oleh semua orang dan komunitas

2) Area pelayanan

Area pelayanan dan jasa merupakan area yang disediakan untuk memberikan dukungan aktivitas dalam pasar seperti pelayanan kesehatan, penitipan barang dan penitipan anak, pelayanan jasa, koperasi dan tempat ibadah

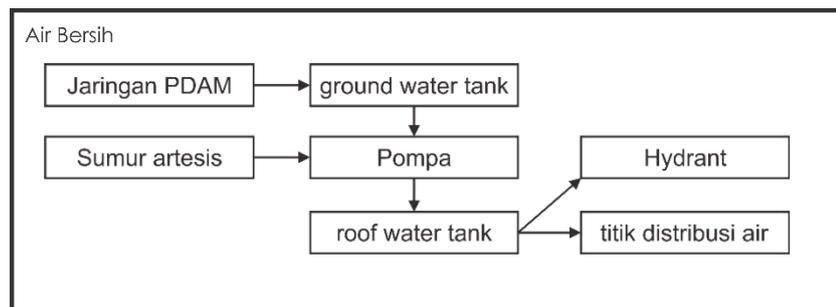
3) Jaringan Utilitas

Jaringan utilitas yang dimaksud adalah saluran listrik, air bersih dan kotor, hydrant, komunikasi, dan sampah. Selain itu terdapat saluran-saluran air kotor dan limbah yang memenuhi kebutuhan pasar.

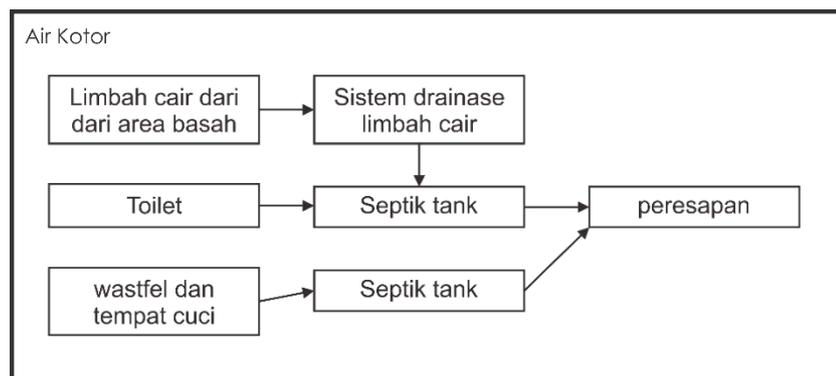


Gambar 2. 2 Sistem Utilitas untuk Listrik Pasar Komunitas

Sumber: analisis penulis



Gambar 2. 3 Sistem Utilitas untuk Air Bersih Pasar Komunitas



Gambar 2. 4 Sistem Utilitas untuk Air Kotor Pasar Komunitas

4. Permasalahan Umum Yang Dihadapi Pasar Komunitas dan Pasar Lainnya

Adapun beberapa permasalahan umum yang terjadi di pasar Komunitas seperti:

- a. Penataan sirkulasi yang buruk
- b. Banyak pedagang yang tidak tertampung

- c. Pedagang yang kurang mengerti mengenai penggunaan los-los atau tempat yang disediakan.
- d. Tidak disediakan atau tidak diperhatikannya sistem parkir pengunjung ataupun terminal angkutan umum pasar.
- e. Sistem bongkar muat yang mengganggu aktivitas lain seperti lalu lintas
- f. Tidak diperhatikannya sistem persampahan dan air limbah
- g. Dagangan yang bersifat makanan siap saji mempunyai kesan kurang higienis
- h. Pasar modern yang banyak tumbuh menjamur dan berkembang merupakan pesaing serius pasar tradisional
- i. Rendahnya kesadaran pedagang untuk mengembangkan usahanya dan menempati tempat yang sudah ditentukan.
- j. Banyaknya pasar yang berstatus sebagai tanah milik pemerintah daerah dan milik pemerintah desa
- k. Banyaknya pasar yang sampai saat ini tidak beroperasi secara maksimal, karena adanya pesaing pasar lain sehingga perlu pemanfaatan lokasi secara efektif
- l. Masih rendahnya kesadaran pedagang dalam membayar retribusi
- m. Masih adanya pasar yang kegiatannya hanya pada hari pasaran

5. Sistem Pembagian Zona Dalam Pasar Komunitas

a. Zona foodcourt

Zona ini merupakan zona yang dikhususkan untuk pelaku komunitas dan pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam bidang kuliner baik itu dari kuliner tradisional maupun jajanan kekinian.

b. Zona daging

Pada area ini barang yang diperjualbekikan adalah bahan makanan mentah yang berupa daging sapi, ayam, ikan dan hasil laut. Berbeda dengan pasar tradisional pada pasar komunitas produk daging dan ikan

yang diperjualbelikan telah dikemas dengan baik sehingga terjamin akan kebersihannya.

c. Zona buah dan sayur

Zona ini diisi oleh para pelaku komunitas dari kalangan pedagang buah-buahan dan sayur-mayur.

d. Zona fashion dan cendramata

Area ini diisi oleh komunitas dari pedagang pakaian dan pengrajin yang mengomersialkan hasil kerajinan mereka, area ini juga merupakan area cendramata khas yang dapat dijadikan sebagai oleh-oleh.

e. Zona pengelola

Area pengelola ditujukan untuk pengelola pasar komunitas sebagai area pengawasan dan pengembangan pelaku-pelaku kegiatan di pasar komunitas

D. Pelaku dan Aktivitas Komunitas pada Pasar Komunitas

1. Pelaku Komunitas

Usaha mikro, kecil, menengah atau UMKM merupakan pelaku utama dari suatu pasar komunitas. UMKM adalah usaha perdagangan yang dikelola oleh badan usaha atau perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008.

Usaha mikro adalah usaha produktif milik perseorangan dan/atau badan usaha perseorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro yang diatur dalam undang-undang.

Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil yang diatur dalam undang-undang.

Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang.

Jenis-jenis usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) adalah sebagai berikut:

a. Usaha Kuliner

Salah satu bisnis UMKM yang paling banyak digandrungi bahkan hingga kalangan muda sekalipun. Berbekal inovasi dalam bidang makanan dan modal yang tidak terlalu besar, bisnis ini terbilang cukup menjanjikan mengingat setiap hari semua orang membutuhkan makanan.

b. Usaha Fashion

Selain makanan, UMKM di bidang fashion ini juga sedang diminati. Setiap tahun mode tren fashion baru selalu hadir yang tentunya meningkatkan pendapatan pelaku bisnis fashion.

c. Usaha Agribisnis

Usaha agribisnis adalah bentuk usaha produksi pertanian, kehutanan, peternakan, hingga perikanan yang kemudian hasil produksi akan diperdagangkan.

2. Aktivitas Komunitas

a. Bazaar

Bazaar adalah pasar yang sengaja diselenggarakan untuk jangka waktu beberapa hari atau pameran dan penjualan barang-barang kerajinan, makanan, dan sebagainya yang hasilnya untuk amal.

b. Pameran

pameran adalah bentuk kegiatan yang mana terdapat banyak penjual yang memasarkan produknya, baik itu produk dalam bentuk barang ataupun jasa, kepada calon pembeli.

Aktivitas pameran ini mempunyai karakteristik tertentu yang mampu membedakannya dengan acara lain, yaitu pameran adalah cara untuk menginformasikan sesuatu secara intuitif, kompleks, visual, dan juga jelas. Selain itu, akan terjadi komunikasi secara dua arah di dalam pameran antara pihak penyelenggara dan juga pihak publik.

c. Event

event merupakan suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia, baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi, dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu.

E. Persyaratan, Kebutuhan/Tuntutan, Standar-Standar Perencanaan dan Standar-Standar Perancangan Pasar

1. Syarat-Syarat Pasar

Syarat-syarat pasar menurut peraturan presiden republik indonesia nomor 112 tahun 2007, tentang pembangunan, penataan dan pembinaan pasar tradisional

a. Aksesibilitas

Aksesibilitas yaitu kemungkinan pencapaian dari dan ke kawasan, dalam kenyataan ini berwujud jalan dan transportasi atau pengaturan lalu lintas.

b. Kompatibilitas

Kompabilitas yaitu keserasian dan keterpaduan antara kawasan yang menjadi lingkungannya.

c. Fleksibilitas

Fleksibilitas yaitu kemungkinan pertumbuhan fisik atau pemekaran kawasan pasar dikaitkan dengan kondisi fisik lingkungan dan keterpaduan prasarana.

d. Ekologis

Ekologis yaitu keterpaduan antara tatanan kegiatan alam yang mewadahnya.

2. Indikator Pengelolaan Pasar yang Berhasil

Menurut Menteri Perdagangan Republik Indonesia, Mari Eka Pangestu (dalam Galuh Oktaviana, 2011:40), indikator pengelolaan pasar yang berhasil adalah sebagai berikut:

a. Manajemen yang transparan

Pengelolaan manajemen pasar yang transparan dan profesional. Konsekuen dengan peraturan yang ditegakkannya dan tegas dalam menegakkan sanksi jika terjadi pelanggaran.

b. Keamanan

Satuan pengamanan pasar bekerja dengan penuh tanggung jawab dan bisa melakukan koordinasi dan kerjasama dengan para penyewa/pedagang. Para penghuni memiliki kesadaran yang tinggi untuk terlibat dalam menjaga keamanan bersama.

c. Sampah

Sampah tidak bertebaran di sembarang tempat. Para pedagang membuang sampah pada tempatnya. Tong sampah tersedia di berbagai tempat, sehingga memudahkan bagi pengunjung untuk membuang sampahnya. Pembuangan sampah sementara selalu tidak menumpuk dan tidak membusuk karena selalu diangkut oleh armada pengangkutan sampah ke tempat pembuangan akhir secara berkala.

d. Ketertiban

Tercipta ketertiban di dalam pasar. Ini terjadi karena para pedagang telah mematuhi semua aturan main yang ada dan dapat

menegakkan disiplin serta bertanggung jawab atas kenyamanan para pengunjung atau pembeli.

e. Pemeliharaan

Pemeliharaan bangunan pasar dapat dilakukan baik oleh pedagang maupun pengelola. Dalam hal ini telah timbul kesadaran yang tinggi dari pedagang untuk membantu manajemen pasar memelihara sarana dan prasarana pasar seperti saluran air, ventilasi udara, lantai pasar, kondisi kios dan lain sebagainya.

f. Pasar sebagai sarana/fungsi interaksi sosial

Pasar yang merupakan tempat berkumpulnya orang-orang dari berbagai suku di tanah air menjadi sarana yang penting untuk berinteraksi dan berekreasi. Tercipta suasana damai dan harmonis di dalam pasar.

g. Pemeliharaan pelanggan

Para penjual memiliki kesadaran tinggi akan pentingnya menjaga agar para pelanggan merasa betah berbelanja dan merasa terpanggil untuk selalu berbelanja di pasar. Tidak terjadi penipuan dalam hal penggunaan timbangan serta alat ukur lainnya. Harga kompetitif sesuai dengan kualitas dan jenis barang yang dijual, serta selalu tersedia sesuai kebutuhan para pelanggan

h. Produktivitas pasar cukup tinggi

Pemanfaatan pasar untuk berbagai kegiatan transaksi menjadi optimal. Terjadi pembagian waktu yang cukup rapi dan tertib:

- 1) Pukul 05.00 s/d 09.00 aktivitas pasar diperuntukkan bagi para pedagang kaki lima khusus makanan sarapan/jajanan pasar.
- 2) Pukul 04.00 s/d 17.00 aktivitas pasar diperuntukkan bagi para pedagang kios & lapak dan penjualan makanan khas.
- 3) Pukul 06.00 s/d 24.00 aktivitas pasar diperuntukkan bagi para pedagang ruko.
- 4) Pukul 16.00 s/d 01.00 aktivitas pasar diperuntukkan bagi para pedagang cafe tenda.

i. Penyelenggaraan kegiatan (event)

Sering diselenggarakan kegiatan peluncuran produk-produk baru dengan membagikan berbagai hadiah menarik kepada pengunjung. Ini dilakukan bekerja sama dengan pihak produsen.

j. Promosi dan “Hari Pelanggan”

Daya Tarik pasar tercipta dengan adanya karakteristik dan keunikan bagi pelanggan. Daya tarik ini harus dikemas dalam berbagai hal, mulai dari jenis barang dan makanan yang dijual hingga pada berbagai program promosi. Manajemen pasar bekerjasama dengan para pedagangnya menentukan hari-hari tertentu sebagai “Hari Pelanggan”, dimana dalam satu waktu tertentu para pedagang melakukan kegiatan yang unik seperti berpakaian seragam daerah atau menyelenggarakan peragaan pakaian atau makanan daerah tertentu dan lain sebagainya.

3. Peningkatan Mutu dan Pembenahan Sarana Fisik Pasar

Menurut Menteri Perdagangan Republik Indonesia, Mari Elka Pangestu (dalam Galuh Oktaviana, 2011:42) yang harus diperhatikan dalam peningkatan mutu dan pembenahan sarana fisik pasar adalah sebagai berikut:

a. Perencanaan Tata Ruang

Pola perletakan, berbagai prasarana dan sarana yang ada telah mempertimbangkan beberapa pendekatan antara lain:

- 1) Memiliki pengaturan yang baik terhadap pola sirkulasi barang dan pengunjung di dalam pasar dan memiliki tempat parkir kendaraan yang mencukupi. Keluar masuknya kendaraan tidak macet.
- 2) Dari tempat parkir terdapat akses langsung menuju kios di pasar.
- 3) Distribusi pedagang merata atau tidak menumpuk di satu tempat.
- 4) Sistem zoning sangat rapih dan efektif sehingga mempermudah konsumen dalam menemukan jenis barang yang dibutuhkan.

- 5) Penerapan zoning *mixed-used*, menggabungkan peletakkan los dan kios dalam satu area, yang saling menunjang.
- 6) Fasilitas bongkar muat (loading-unloading) yang mudah dan meringankan material handling.
- 7) Jalan keliling pasar, mencerminkan pemerataan distribusi aktivitas perdagangan.
- 8) Memiliki tempat penimbunan sampah sementara (TPS) yang mencukupi.
- 9) Terdapat berbagai fasilitas umum: *ATM Center*, Pos Jaga Kesehatan, Mushola, toilet, dan lain-lain
- 10) Tempat pemotongan ayam yang terpisah dari bangunan utama
- 11) Memiliki bangunan kantor untuk pengelola pasar, keamanan, orangaisasi pedagang.

b. Arsitektur Bangunan

Dibutuhkan lahan atau ruang yang besar dengan rencana bangunan sebagai berikut:

- 1) Bangunan pasar yang ideal terdiri dari 1 lantai namun dapat dibuat maksimal 3 (tiga) lantai. Diupayakan lantai dasarnya bersifat semi-basement sehingga untuk naik tangga ke lantai dua supaya tidak terasa tinggi.
- 2) Tersedia banyak akses keluar masuk sehingga sirkulasi pembeli/pengunjung menjadi lancar dan semua area dapat mudah terjangkau.
- 3) Sirkulasi udara dan pencahayaan yang baik sehingga dapat meningkatkan kenyamanan bagi para pengunjung dan dapat menghemat energi karena tidak diperlukan penerangan tambahan.

c. Pengaturan Lalu Lintas

Untuk menjaga ketertiban dan kenyamanan bagi para pengguna maka pengaturan lalu lintas diterapkan sebagai berikut:

- 1) Kendaraan pengunjung harus dapat parkir di dalam area pasar.

- 2) Terdapat jalan yang mengelilingi pasar dan mencakup untuk keperluan bongkar muat dan memiliki 2 jalur guna menghindari penumpukan/antrian.
- d. Kualitas Konstruksi
- 1) Prasarana jalan menggunakan konstruksi rigid.
 - 2) Konstruksi bangunan menggunakan bahan yang tahan lama dan mudah dalam *maintenance*.
 - 3) Lantai pasar keramik.
 - 4) *Rolling door* untuk kios dan dinding plester aci dengan finishing cat.
 - 5) Drainase dalam menggunakan buis beton sedangkan di luar dengan saluran tertutup.
- e. Air Bersih dan Limbah
- 1) Pengadaan air bersih menggunakan sumur dalam dan di tampung di *reservoir*.
 - 2) Memiliki sumur resapan di berbagai tempat sebagai antisipasi terhadap melimpahnya buangan air hujan.
 - 3) Pembuangan limbah terdiri dari:
 - a) Buangan air kotor dapat disalurkan menuju drainase biasa.
 - b) Buangan limbah kotoran oleh karena pertimbangan higienis harus ditampung dalam septic tank, baru kemudian cairannya dialirkan pada resapan.
 - c) Pembuatan saluran pembuangan air rembesan dengan desain khusus pada kios/los yang menjual dagangan yang harus selalu segar/basah (ikan dan daging)
- f. Sistem Elektrikal

Sumber daya listrik menggunakan daya dari PLN, dengan demikian seluruh sistem mengikuti standar (PUTL). Untuk mempermudah pengontrolan saat darurat, dibuat sistem sub sentralisasi fase dan panel utama listrik dimana panel utama ditempatkan di dekat kantor pengelola. Hal ini dimaksudkan agar daya

listrik untuk peralatan perdagangan maupun pencahayaan ruangan dalam kondisi yang memadai.

g. Pencegahan Kebakaran

Pencegahan dan perangkat penanggulangan kebakaran dilakukan dengan penyediaan tabung pemadaman pada setiap grup kios. Hydran untuk armada pemadam kebakaran harus tersedia ditempat yang mudah dijangkau.

h. Penanggulangan Sampah

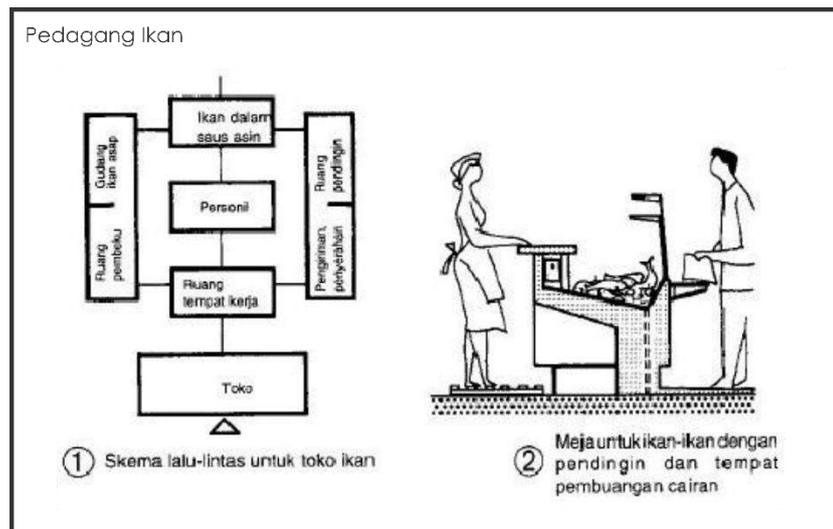
Pada setiap kelompok mata dagangan disediakan bak penampungan sampah sementara. Petugas kebersihan secara periodik mengumpulkan sampah dari setiap blok untuk diangkut menuju tempat penampungan utama. Dari tempat penampungan utama ini, pengangkutan sampah keluar pasar dilakukan oleh pihak terkait dengan menggunakan truk/kontainer.

4. Standar-standar Sarana Prasarana Pasar

Adapun standar-standar sarana prasarana dalam pasar menurut Julius Panero dan Martin Zelnik dalam bukunya yang berjudul “Dimensi Manusia dan Ruang Interior”, sebagai berikut :

a. Toko ikan

Karena ikan mudah membusuk, ikan disimpan ditempat dingin dimana ikan yang diasap mutlak harus disimpan ditempat kering, berbeda dengan ikan segar. Ikan mempunyai bau yang sangat tajam, karena itu toko harus dikelilingi pintu udara atau bukaan. Dinding dan lantai dapat dicuci. Lalu-lintas pengiriman yang besar harus diperhitungkan. Jika perlu disediakan akuarium (sarana promosi untuk ikan).

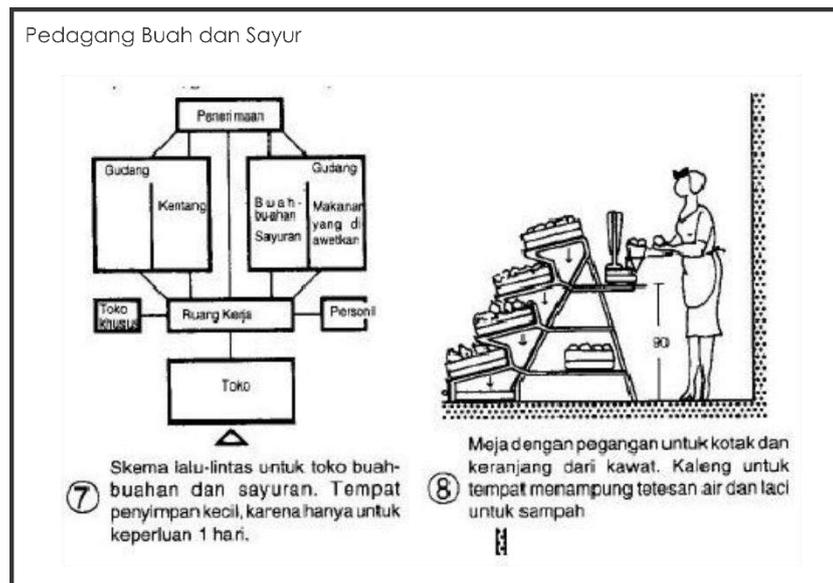


Gambar 2. 5 Skema Lalu Lintas dan Penataan Los Toko Ikan

Sumber: Human Dimension & Interior Space

b. Toko buah-buahan dan sayuran segar

Buah-buahan dan sayuran segar disimpan di tempat yang sejuk, tetapi tidak didinginkan, dalam keadaan utuh siap masak. Kentang ditempatkan diruangan gelap. Biasanya sering dengan wadah-wadah yang dapat dibawa-bawa atau ditukar, kotak-kotak dan sebagainya. Dibawah tempat penyimpanan yang berkarat disediakan laci-laci pengaman. Toko buah-buahan dan sayuran jika perlu mirip dengan toko bunga. Swalayan melayani barang siap saji dalam kemasan yang transparan.

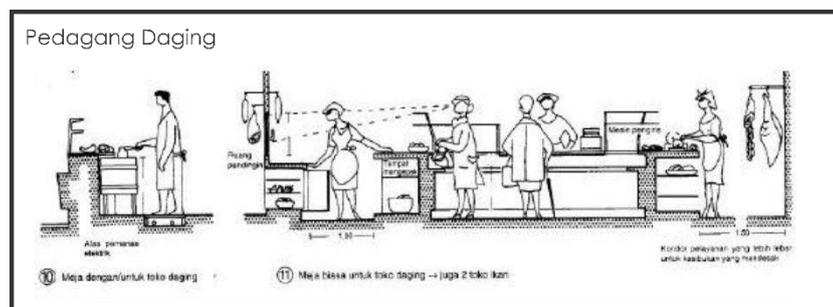


Gambar 2. 6 Skema Lalu Lintas dan Penataan Los Toko Buah dan Sayur

Sumber: Human Dimension & Interior Space

c. Tukang Daging

Urutan kerja: 1. Penyerahan, 2. Pemotongan, 3. Dipotong-potong, 4. Pengolahan, 5. Pendinginan, 6. Penjualan. Lebih menguntungkan bila diletakkan ditempat datar, jika perlu memakai rel yang berjalan atau kereta dorong, karena ukuran daging yang besar. Ruangan 1,5 sampai 2 kali luas ruang toko. Dinding-dinding: porselen, *mosaic*, dan sebagainya yang dapat dicuci bidang penyimpanan terbuat dari marmer, kaca, atau keramik.



Gambar 2. 7 Penataan Los Toko Daging

Sumber: Human Dimension & Interior Space

5. Perencanaan Tapak Pasar

Menurut Menteri Perdagangan Republik Indonesia, Mari Elka Pangestu (dalam Galuh Oktaviana, 2011:47), perencanaan tapak yang baik adalah sebagai berikut:

a. Kios

Setiap kios adalah tempat strategis, sehingga setiap blok hanya terdiri dari 2 (dua) deret yang menjadikan kios memiliki 2 (dua) muka. Kios paling luar menghadap keluar, sehingga fungsi etalase menjadi maksimal. Pola pembagian kios diatas (hanya 2 deret kios) terkadang terkendala oleh keterbatasan lahan dan harga bangunan menjadi tinggi. Solusinya adalah dapat dibuat 4 (empat) deret yang memungkinkan bagi pemilik kios yang lebih dari 1 (satu) kios dapat bersebelahan.

b. Koridor

Koridor utama merupakan akses utama dari luar pasar. Lebar ideal 2-3 meter. Sedangkan koridor penghubung antar kios lebar minimalnya adalah 180 cm.

c. Jalan

Tersedia jalan yang mengelilingi pasar, sehingga semua tempat memberikan kesan bagian /dapat diakses dari segala arah. Lebar jalan minimal 5 (lima) meter, sehingga dapat dihindari penumpukan antrian kendaraan. Disamping itu kendaraan dapat melakukan bongkar muat pada tempat yang tersebar sehingga makin dekat dengan kios yang dimaksud. Tujuan dari adanya jalan yang mengelilingi pasar adalah meningkatkan nilai strategis kios, mempermudah penanggulangan bahaya kebakaran, memperlancar arus kendaraan di dalam pasar, mempermudah bongkar muat.

d. Selasar Luar

Untuk mengoptimalkan strategisnya kios, terdapat selasar yang dapat juga sebagai koridor antar kios.

e. Bongkar Muat

Pola bongkar muat yang tersebar, sehingga dapat menekan biaya dan mempermudah material handling. Akan tetapi harus ditetapkan ketentuan bongkar muat. Antara lain, setelah bongkar muat kendaraan tidak boleh parkir di tempat.

f. TPS

Tempat penampungan sampah sebelum diangkat keluar pasar terletak di belakang dan terpisah dari bangunan pasar.

6. Standard Operating Procedure (SOP) Manajemen Pasar

Menurut Menteri Perdagangan Republik Indonesia, Mari Elka Pangestu (dalam Galuh Oktaviana, 2011:49), agar semua tugas dapat dilaksanakan secara tertib dan menghindari terjadinya penyimpangan yang tidak diinginkan, maka diperlukan adanya SOP yang bisa diuraikan sebagai berikut:

a. Manajemen keuangan yang terpusat, khususnya dalam hal *Collecting fee* dari pedagang/penyewa.

1. Pedagang membayar kewajiban secara langsung kepada petugas yang ditunjuk, tidak ada petugas lain di lapangan yang boleh menerima uang dari penyewa.
2. Hanya terdapat 1 (satu) jenis *fee* yang dibebankan kepada penyewa, di dalamnya sudah meliputi biaya sewa, kebersihan, keamanan dan manajemen dan penyewa.

b. Hak Pakai

1. Untuk tempat usaha dalam bentuk kios, hak pakai idealnya tidak lebih dari 5 (lima) tahun. Hal ini untuk mempermudah melakukan upaya-upaya dalam hal apabila pemegang hak tidak membuka kiosnya.
2. Untuk tempat usaha dalam bentuk los, hak pakai idealnya tidak lebih dari 3 (tiga) bulan, dikarenakan biasanya pedagang los sifatnya musiman.

c. Keamanan dan Ketertiban

1. Agar lebih terjamin, pemeliharaan dan peningkatan ketertiban di lingkungan pedagang harus melibatkan semua penyewa untuk meringankan tugas para petugas keamanan.
2. Tugas keamanan dan ketertiban secara umum dilakukan oleh *security*.
3. Setiap blok kios terdapat petugas keamanan yang bertanggung-jawab melakukan pengawasan secara regular.
4. Sumber daya manusia bidang keamanan adalah orang terlatih yang direkrut dari lingkungan maupun eks-preman yang terikat kontrak.

d. Kebersihan dan Sampah

1. Pembersihan tempat dilakukan secara terus-menerus, tidak berdasarkan jadwal, tetapi situasional berdasar keadaan di tempat.
2. Setiap kelompok kios terdapat tempat penampungan sampah sementara, kemudian secara berkala dipindahkan ke tempat penampungan akhir oleh petugas yang disewa oleh manajemen pasar.
3. Sampah akhir yang terkumpul pada tempat penampungan akhir di angkut ke luar pasar 2 (dua) kali sehari.

e. Parkiran

Tidak ada tempat parkir yang diblok/*reserved* untuk pelanggan sehingga semua memiliki hak yang sama atas tempat parkir. Tempat parkir harus tersedia cukup luas untuk menampung kendaraan para pengunjung.

f. Pemeliharaan Sarana Pasar

Secara rutin, manajemen pasar harus melakukan pengecekan terhadap kondisi fisik bangunan dan sarana fisik lainnya. Pada saat melakukan pengecekan, petugas harus mengisi *check-list* yang dibawanya dan langsung melakukan pelaporan begitu pengecekan

selesai dilakukan. Setelah menerima laporan bagian pemeliharaan harus segera melakukan tindakan.

g. **Penteraan**

Secara berkala, dilakukan penteraan terhadap alat ukur di pasar khususnya timbangan. Tujuannya disamping menjamin kepastian ukuran di pasar juga untuk membangun kepercayaan konsumen. Ini dilakukan melalui koordinasi dan kerjasama dengan Dinas Metrologi setempat.

h. **Penanganan Distribusi Barang**

Manajemen pasar harus menyiapkan lokasi khusus untuk penanganan distribusi dan *delivery* barang yang masuk ke pasar. Ini juga akan memudahkan dilakukannya pengawasan terhadap barang yang masuk ke pasar. Untuk barang yang masuk, terlebih dahulu harus dilakukan penyortiran atau pengelolaan awal sebelum dijajakan di tempat penjualan:

1. Untuk komoditi pertanian dilakukan penyortiran terhadap barang yang sudah busuk.
2. Untuk ayam potong disediakan tempat pengolahan/pemotongan dan pembersihan di luar area dagangan.
3. Untuk bahan makanan (bakso, mie basah, dan lain-lain) dilakukan pengetesan (kertas lakmus) untuk mengetahui kandungan bahan aditif.
4. Untuk makanan kemasan dilakukan pengawasan terhadap masa kadaluwarsanya (*expired date*). Selain itu, harus tersedia tempat penyimpanan atau gudang yang aman dan bisa membuat barang dagangan tahan lama atau tidak cepat rusak harus ada gudang dengan suhu normal dan tidak ada tikus atau binatang perusak lainnya, harus ada *cold storage* untuk bahan yang tidak tahan lama. Dengan demikian, kios di dalam pasar dapat secara optimal hanya berfungsi sebagai tempat menjajakan dagangan, bukan tempat penumpukan barang.

F. Studi Literatur

1. Pasar Tanggul, Surakarta

a. Deskripsi

Pasar Tanggul merupakan salah satu pasar rakyat yang terletak di Surakarta. Pasar ini menjadi pasar terbaik untuk penderita difabel sehingga berhasil memperoleh penghargaan dari Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.

Pasar yang pada tahun 2015 ini direvitalisasi secara keseluruhan memang sengaja dibuat dengan konsep ramah disabilitas. Tujuannya adalah penyandang disabilitas terutama tuna daksa bisa melakukan aktivitas belanja tanpa terkendala oleh aksesibilitas yang terlalu banyak anak tangga atau karena sudut kemiringan jalan yang curam.

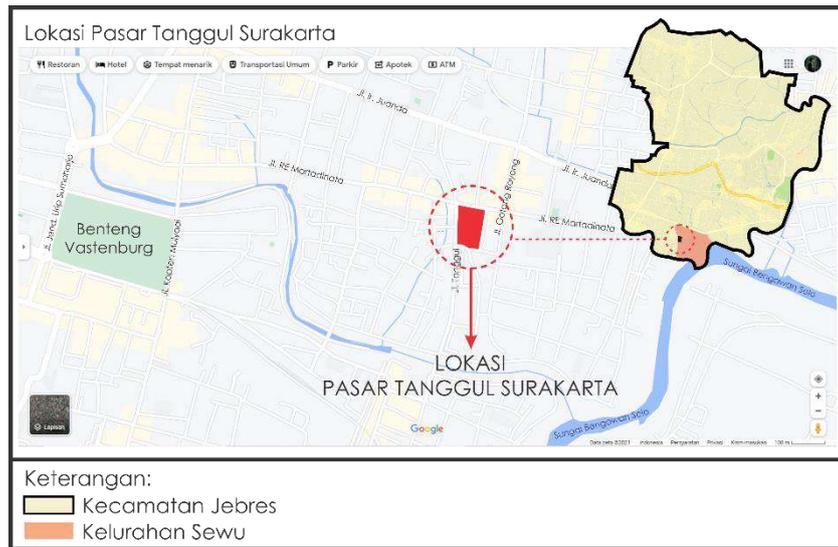


Gambar 2. 8 Pasar Tanggul di Surakarta

Sumber: Goggle Maps Image

b. Tapak

Pasar Tanggul memiliki lahan seluas 2.400 m² sedangkan total luas bangunan yaitu 2.600 m² karena terdiri dari dua tingkat. Berlokasi di Sewu, Kecamatan Jebres Kota Surakarta tepatnya di persimpangan Jl.RE Martadinata dan Jl. Tanggul.



Gambar 2. 9 Tapak Pasar Tanggul Surakarta

Sumber: Google Maps

c. Kebutuhan dan Hubungan Ruang

Bangunan pasar ini menggunakan konsep ramah disabilitas sehingga para penyandang disabilitas terutama tuna dakasa lebih nyaman melakukan aktivitas berbelanja. Pasar ini terdiri dari dua lantai yang mampu memuat 356 pedagang, dilengkapi klinik, tempat ibadah, ruang laktasi dan ruang peguyuban.

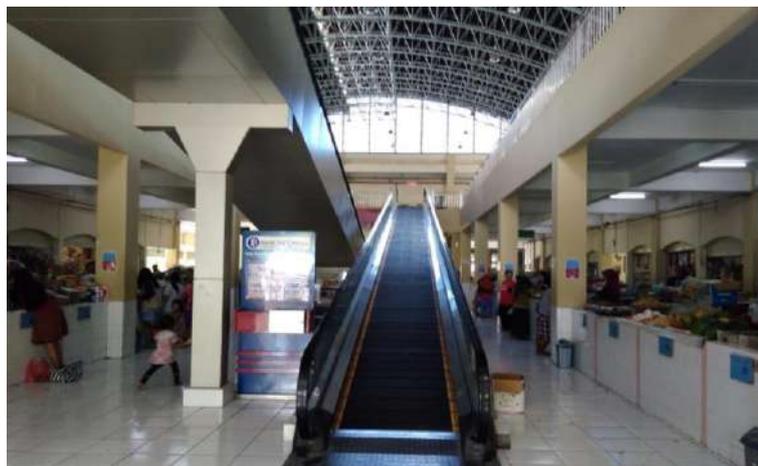
Lantai satu difungsikan sebagai tempat berjualan kebutuhan pokok diantaranya sembako, daging sapi dan daging ayam. Sedangkan untuk lantai dua digunakan untuk berjualan jajanan pasar, warung makan, dan pakaian.



Gambar 2. 10 Denah Kios Pasar Tanggul

Sumber: Goggle Maps Image

Untuk menghubungkan lantai satu dengan lantai dua agar ramah disabilitas maka di pasar ini disediakan fasilitas travelator dan selasar dengan lebar 180 cm.



Gambar 2. 11 Travelator di Pasar Tanggul

Sumber: Goggle Maps Image

d. Bentuk dan Fasad Bangunan

Pasar tanggul surakarta sedikit mengadaptasi bentuk bangunan modern dengan sedikit sentuhan arsitektur lokal setempat dimana dapat dilihat dari fasad depan yang lebih ditonjolkan dari fasad lainnya.



Gambar 2. 12 Fasad Pasar Tanggul Bagian Depan

Sumber: Goggle Maps Image

e. Struktur Bangunan

Pasar ini menggunakan struktur *space frame* dengan rangka baja untuk sebagian besar atapnya dan beberapa bagian menggunakan struktur atap setengah tabung dan limasan sedangkan untuk kolom dan baloknya tetap menggunakan beton bertulang.



Gambar 2. 13 Bagian Dalam Pasar Tanggul

Sumber: Goggle Maps Image

f. Utilitas Bangunan

Sistem utilitas yang tersedia di pasar ini dapat dapat dibilang lengkap seperti jaringan listrik, air bersih, air kotor dan telepon. Salah

satu fasilitas yang menarik di pasar ini adalah adanya travelator layaknya supermarket. Selain itu fasilitas seperti bank sampah, ruang menyusui, masalah, tempat parkir dan papan petunjuk memudahkan pengunjung dalam beraktivitas di pasar.

2. Pasar Beringharjo, Yogyakarta

a. Deskripsi

Pasar Beringharjo adalah pasar tertua dengan nilai historis dan filosofis yang tidak dapat dipisahkan dengan Kraton Yogyakarta. Beringharjo memiliki makna harafiah hutan pohon beringin yang diharapkan memberikan kesejahteraan bagi warga Yogyakarta.

Pasar Beringharjo terletak di tengah kawasan Malioboro, Yogyakarta. Banyak sekali jenis barang yang dijual di Pasar Beringharjo. Seperti sembako, barang-barang antik, pakaian, makanan maupun minuman tradisional, dan lain-lain.

Pasar Beringharjo awalnya adalah sebuah hutan beringin yang terkesan angker. Namun sejalan dengan berdirinya Keraton Yogyakarta pada tahun 1756, setelah dua tahun kemudian tepatnya pada tahun 1758, wilayah ini menjadi berkembang sebagai tempat transaksi jual beli hingga saat ini.



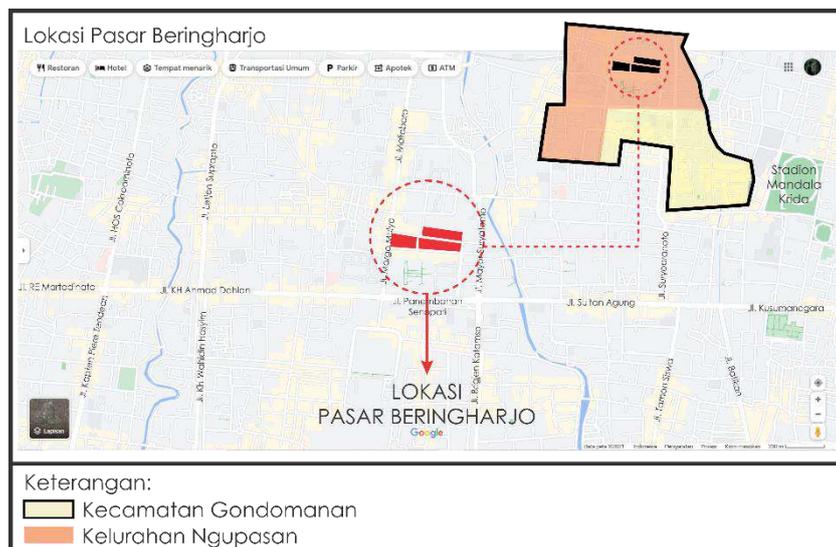
Gambar 2. 14 Pasar Beringharjo

Sumber: Kumparan.com

b. Tapak

Tapak berlokasi di Pasar Beringharjo Jl. Margo Mulyo, Ngupasan, Kec. Gondomanan, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Pasar Beringharjo memiliki Luas 2,5 hektar dan memiliki jumlah pedagang kurang lebih 6000 pedagang dengan jumlah los mencapai 5.441.



Gambar 2. 15 Tapak Pasar Beringharjo

Sumber: Google Maps

c. Kebutuhan dan Hubungan Ruang

Pasar Beringharjo adalah pasar tradisional terlengkap dan terbesar di kota Yogyakarta. Pasar ini menjual aneka jenis batik mulai dari bahan maupun pakaian batik yang sudah jadi. Selain batik, pakaian dan aksesories khas Jogja juga dijual disini seperti blangkon, baju surjan dan sarung bercorak tradisional. Selain itu pasar Beringharjo juga menjadi tempat berburu kuliner dan barang antik.



Gambar 2. 16 Denah Pasar Beringharjo

Sumber: yogyakarta.anyerpedia.com

d. Bentuk dan Fasad Bangunan

Ciri khas bangunan Pasar Beringharjo dapat dilihat pada interior bangunan yang merupakan perpaduan antara arsitektur kolonial dan tradisional Jawa Secara umum, pasar ini terdiri dari dua bangunan yang terpisah yaitu bagian barat dan bagian timur. Bangunan utama di bagian barat terdiri dari dua lantai, adapun bangunan yang kedua di bagian timur terdiri dari tiga lantai. Pintu masuk utama pasar ini terletak di bagian barat, tepat menghadap Jalan Malioboro. Pintu gerbang utama

ini merupakan bangunan dengan ciri khas kolonial bertuliskan Pasar Beringharjo dengan aksara Latin dan aksara Jawa.

Pada sisi kanan dan kiri pintu utama terdapat dua buah ruangan berukuran 2,5 x 3,5 meter yang digunakan untuk kantor pengelola pasar. Pintu utama ini berhubungan langsung dengan jalan utama pasar yang dibangun lurus dari arah barat ke timur. Lebar jalan utama di dalam pasar ini berkisar 2 meter dengan los-los terbuka di sisi kanan dan kiri. Di samping pintu utama, terdapat pula pintu-pintu lain di bagian utara, timur, selatan dengan ukuran lebih kecil dibandingkan pintu utama.



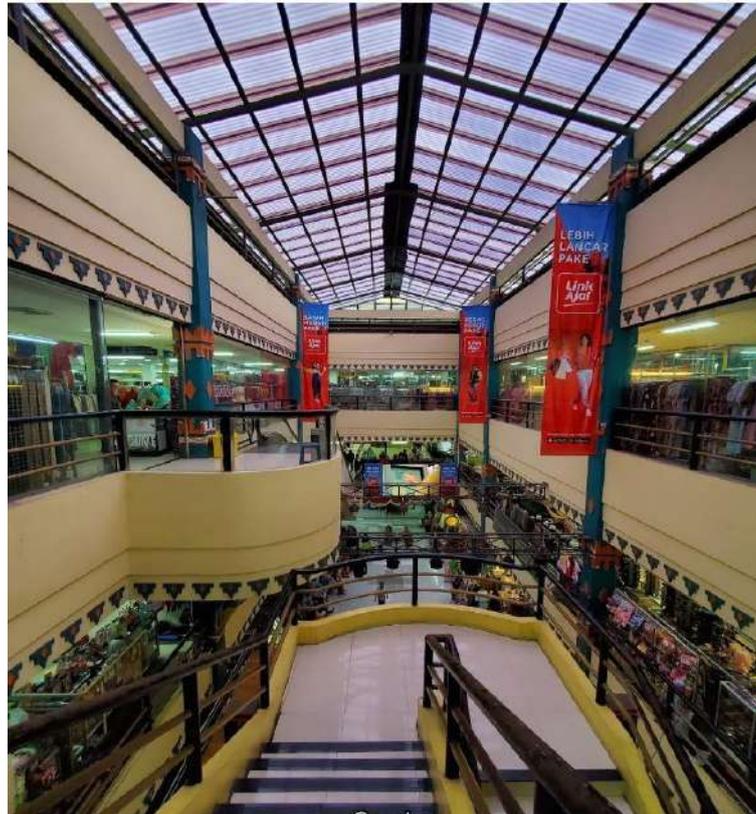
Gambar 2. 17 Fasad Bangunan Pasar Beringharjo

Sumber: Street View Google Maps

e. Struktur Bangunan

Pasar beringharjo menggunakan struktur beton bertulang pada bangunan utamanya yang berlantai tiga, sedangkan untuk atap yang digunakan menggunakan atap plat dan atap limasan. Penggunaan banyak kanopi pada sekeliling bangunan juga sebagai atap tambahan

untuk mencegah air hujan masuk ke dalam bangunan.



Gambar 2. 18 Bagian Dalam Pasar Beringharjo

Sumber: Google Maps Place

f. Utilitas Bangunan

Sistem elektrikal dan penghawaan pada pasar ini banyak menggunakan sistem pencahayaan buatan dan penghawaan buatan, dimana di dalam bangunan banyak menggunakan lampu sebagai penerang dan di kolom banyak terpasang kipas angin. Adapun untuk persampahan disediakan banyak tempat sampah dan dibuatkan *shaft* sampah.

Jaringan air dan listrik menggunakan bantuan dari pemerintah dimana jaringan air dipasok dari PDAM sedangkan jaringan listrik dipasok oleh PLN, selain itu untuk menjaga keberlangsungan atau ketersediaannya pasar ini memiliki water tower dan generator listrik.

3. Pasar Rakyat Oro-Oro Dowo, Malang

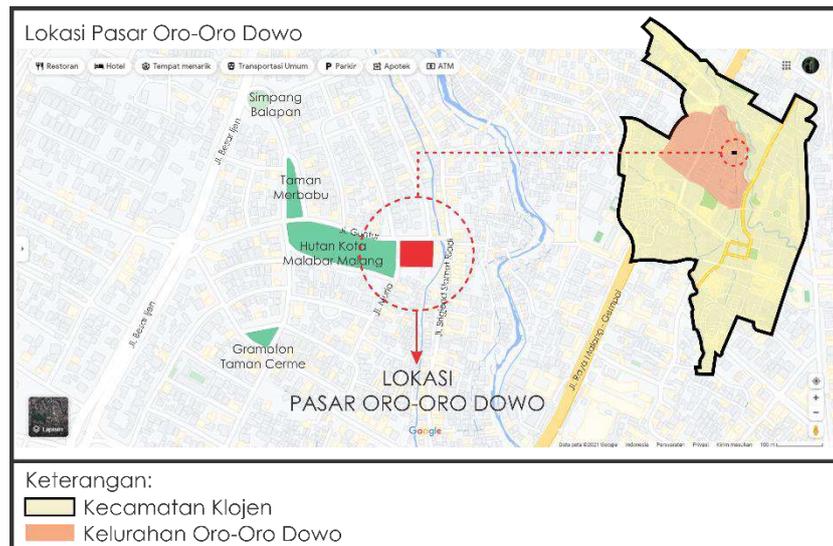
a. Deskripsi

Pasar Oro-Oro Dowo merupakan pasar tradisional yang ada di Kota Malang, pasar ini dibangun pada masa kolonial belanda pada tahun 1932.

Pasar ini merupakan pasar pertama di Kota Malang yang telah direvitalisasi oleh pemerintah pusat. Pasar ini direvitalisasi pada awal September 2015 dan dibangun atas kerja sama Kementerian Perdagangan Republik Indonesia dengan Pemerintah Kota Malang melalui dana tugas pembantuan tahun 2015. Pasar ini juga merupakan pasar terbersih yang ada di Kota Malang, sehingga pasar ini nyaman untuk dikunjungi oleh para pengunjung termasuk turis mancanegara. Biasanya turis yang berasal dari Belanda karena mereka ingin bernostalgia untuk mengingat para leluhurnya.

b. Tapak

Pasar ini berdiri seluas 3.400meter persegi dan terletak di Jalan Guntur, Kota Malang.



Gambar 2. 19 Tapak Pasar Oro-Oro Dowo

Sumber: Google Maps

c. Kebutuhan dan Hubungan Ruang

Pasar Oro-oro Dowo dapat menampung 251 pedagang yang tersebar menempati 71 kios serta 180 los. Pasar ini terdiri dari 2 lantai. Pasar ini memiliki beberapa fasilitas penunjang seperti musala, toilet dan ruang menyusui. di pasar ini untuk menciptakan lingkungan yang bersih maka setiap lapak atau kios wajib memiliki tempat sampah sendiri.

d. Bentuk dan Fasad Bangunan

Pasar ini memiliki bentuk yang sangat sederhana dimana tampilan bangunan ini dapat dilihat dari lengkungan atap yang dominan. Kemudian sedikit ditutupi dengan fasad di depan bangunan yang hanya terbuat dari lempengan seng kemudian di susun sedemikian rupa. Selain itu di depan pasar tepatnya di pinggir jalan terdapat deretan bangunan semi permanen sebagai kios atau warung makanan.



Gambar 2. 20 View dari Depan Pasar Oro-Oro Dowo di Malang

Sumber: Goggle Maps Image

e. Struktur Bangunan

Pasar ini menggunakan struktur rangka baja yang diekspose di sebagian besarnya. Menggunakan atap bentang lebar dengan struktur space truss. Bangunan dibangun dengan ketinggian atap yang cukup tinggi untuk sirkulasi udara.



Gambar 2. 21 Tampak dari Dalam Pasar Oro-Oro Dowo

Sumber: Goggle Maps Image

f. Utilitas Bangunan

bangunan pasar yang dekat dengan pusat kota memungkinkan pasar ini memiliki sistem utilitas yang tersedia dan lengkap diantaranya jaringan listrik, air bersih, air kotor, dan telepone.

4. Pasar Manis Purwokerto, Banyumas

a. Deskripsi

Pasar Manis Purwokerto merupakan salah satu pasar tradisional atau pasar rakyat yang berada di tengah Kota Purwokerto selain Pasar Wage. Pasar yang baru diresmikan oleh Presiden Joko Widodo pada 4 mei 2016 ini merupakan salah satu pasar yang menjadi proyek program revitalisasi 1000 pasar 2015. Proyek yang menghabiskan anggaran APBN sebesar 10 miliar ini akan berlanjut di tahap kedua dengan mengembangkan pasar lama dengan anggaran 7 miliar.

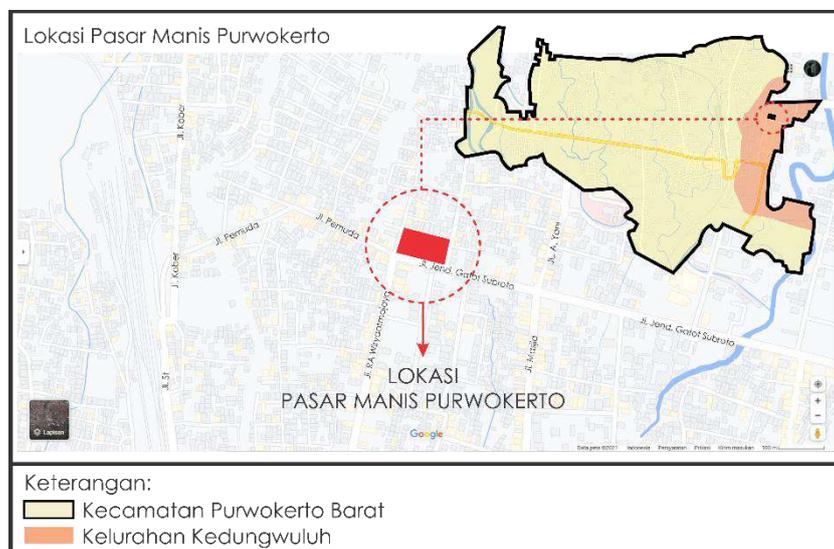


Gambar 2. 22 Pasar Manis Purwokerto di Banyumas

Sumber: Goggle Maps Image

b. Tapak

Pasar Manis berdiri di lahan seluas 5.925m² dengan luas bangunan 2.568 m² serta dapat menampung 600 pedagang.



Gambar 2. 23 Tapak Pasar Manis Purwokerto

Sumber: Google Maps

c. Kebutuhan dan Hubungan Ruang

Pasar Manis Banyumas merupakan pasar dengan sistem pengelolaan terbaik di Indonesia. Pasar Manis juga telah mengantongi Standar Nasional Indonesia (SNI) 812 Tahun 2012. Selain bersih dan rapi, penataan pedagang dibuat sistem zonasi.

Di pasar ini telah terdapat tempat pembagian khusus berdasarkan jenis barang dagangan seperti daging, sayur, dan sembako. Bahkan,

pada pasar ini juga terdapat kios khusus Bank Rakyat Indonesia yang secara khusus akan memfasilitasi program kredit usaha rakyat bagi para pedagang pasar.

pasar ini terdiri dari dua lantai dimana pada lantai satu berfungsi sebagai pasar utama dan lantai dua untuk beberapa fasilitas umum sebagai fasilitas pendukung seperti aula pertemuan, mushalla, restoran, bank atau ATM, perkantoran pasar, ruang laktasi dan fasilitas untuk kaum disabilitas.

d. Bentuk dan Fasad Bangunan

Bentuk bangunan ini mengadaptasi arsitektur modern dengan perpaduan arsitektur tropis. Bangunan ini memiliki lima atap pelana dimana 4 atapnya memiliki dua tingkat yang berfungsi sebagai akses udara dan cahaya masuk ke dalam bangunan. Fasad bangunan dibuat kesan modern minimalis.



Gambar 2. 24 Fasad Depan Pasar Manis Purwokerto

Sumber: Goggle Maps Image

e. Struktur bangunan

Pasar Manis menggunakan struktur rangka beton bertulang dan menggunakan atap bentang lebar dengan menggunakan rangka baja sehingga membentuk atap pelana.



Gambar 2. 25 Struktur pada Atap Pasar Manis Purwokerto

Sumber: Goggle Maps Image