

SKRIPSI

**POLA TATA RUANG PASAR INFORMAL CIDU DI KOTA
MAKASSAR BERBASIS ARSITEKTUR PERILAKU**

Disusun dan diajukan oleh:

VIRTUOUS PONGTENGKO

D51116019



**PROGRAM STUDI SARJANA S1
FAKULTAS TEKNIK
DEPARTEMEN ARSITEKTUR
UNIVERSITAS HASANUDDIN
GOWA
2023**

HALAMAN JUDUL

SKRIPSI

**POLA TATA RUANG PASAR INFORMAL CIDU DI KOTA
MAKASSAR BERBASIS ARSITEKTUR PERILAKU**

Disusun dan diajukan oleh:

**VIRTUOUS PONGTENGKO
D51116019**



**PROGRAM STUDI SARJANA S1
FAKULTAS TEKNIK
DEPARTEMEN ARSITEKTUR
UNIVERSITAS HASANUDDIN
GOWA
2023**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

“Pola Tata Ruang Pasar Informal Cidu di Kota Makassar Berbasis Arsitektur Perilaku”

Disusun dan diajukan oleh

Virtuous Pongtengko
D51116019

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka Penyelesaian Studi Program Sarjana Program Studi Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin pada tanggal 04 Agustus 2023

Menyetujui

Pembimbing I



Ir. Ria Wikantari Rosalia, M.Arch.,PhD.
NIP. 19610915 198811 2 001

Pembimbing II



Afifah Harisah, ST.MT.,PhD
NIP. 19700804 199702 2 001

Mengetahui



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

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Virtuous Pongtengko

NIM : D51116019

Program Studi : Arsitektur

Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya berjudul:

Pola Tata Ruang Pasar Informal Cidu di Kota Makassar Berbasis Arsitektur Perilaku

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

Semua informasi yang ditulis dalam skripsi yang berasal dari penulis lain telah diberi penghargaan, yakni dengan mengutip sumber dan tahun penerbitnya. Oleh karena itu semua tulisan dalam skripsi ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis. Apabila ada pihak manapun yang merasa ada kesamaan judul dan atau hasil temuan dalam skripsi ini, maka penulis siap diklarifikasi dan mempertanggungjawabkan segala resiko.

Segala data dan informasi yang diperoleh selama proses pembuatan skripsi, yang akan dipublikasi oleh Penulis di masa depan harus mendapat persetujuan dari Dosen Pembimbing.

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

Gowa, 04 Agustus 2023

Yang Menyatakan



Virtuous Pongtengko

ABSTRAK

VIRTUOUS PONGTENGKO. *Pola Tata Ruang Pasar Informal Cidu Di Kota Makassar Berbasis Arsitektur Perilaku* (dibimbing oleh Ria Wikantari Rosalia dan Afifah Harisah).

Ruang sebagai salah satu komponen arsitektur menjadi sangat penting dalam hubungan arsitektur lingkungan dan perilaku karena fungsinya sebagai wadah kegiatan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia. Pasar sebagai salah satu ruang untuk memenuhi kebutuhan hidup, baik bagi pedagang sebagai ruang untuk mencari nafkah, maupun bagi pembeli sebagai ruang yang menyediakan kebutuhan sehari-hari. Pasar Cidu merupakan salah satu pasar informal di Kota Makassar yang memiliki beberapa fenomena dan permasalahan terkait tata ruang pasarnya.

Melihat berbagai fenomena dan permasalahan yang ada pada Pasar Cidu maka, tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan karakteristik tata ruang dagang berdasarkan waktu dan area berjualan, serta mendeskripsikan pola perilaku pedagang dalam memanfaatkan ruang dagang di Pasar Cidu.

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode fenomenologi,. Adapun data-data yang dikumpulkan dengan melakukan observasi, pengambilan dokumentasi, wawancara tidak terstruktur, dan melakukan pemetaan perilaku berdasarkan tempat di lokasi penelitian Pasar Cidu.

Hasil penelitian ini adalah karakteristik tata ruang dagang di Pasar Cidu berdasarkan waktu berjualan yang terdiri dari tiga waktu berjualan, yakni pagi, sore, dan malam. Pada tiga waktu berjualan di Pasar Cidu ini ada beberapa area yang aktif dan tidak aktif. Karakteristik tata ruang dagang di Pasar Cidu berdasarkan area berjualan yang terbagi menjadi dua area jualan, yaitu di area sebuah gang yang terletak di Jl. Yos Sudarso lorong 154 dan Jl. Cakalang II bagian selatan, dan di area jalan utama yang terletak di Jl. Tinumbu. Pola tata ruang dagang berdasarkan area berjualan yang terbentuk di area berjualan di dalam gang yang terletak di Jl. Yos Sudarso lorong 154 dan Jl. Cakalang II pada setiap lapak amatan, yaitu pola linear, pola huruf T, pola huruf L, dan pola huruf U. Sedangkan, pola tata ruang dagang berdasarkan area berjualan yang terbentuk di area berjualan jalan utama yang terletak di Jl. Tinumbu adalah pola linear. Pola aktivitas pedagang adalah mengelompok dan memanjang. Sifat pelayanan pedagang ada yang menetap, semi menetap, dan tidak menetap. Interaksi pedagang dan pembeli, yaitu pembeli saling berbincang lebih lama dengan pedagang langganannya, interaksi pedagang dengan pedagang ditandai dengan menitip lapak dagangan dan berbincang dengan pedagang komoditas sejenis.

Kata Kunci: Pasar Informal, Tata Ruang, Perilaku

ABSTRACT

VIRTUOUS PONGTENGKO. *Behavior-based Architectural Patterns of the Cidu Informal Market Spatial Arrangement in Makassar City (supervised by Ria Wikantari Rosalia and Afifah Harisah).*

Space, as one of the architectural components, becomes highly significant in the relationship between environmental architecture and behavior due to its function as a vessel for activities to fulfill human needs. The market, serving as a space to meet these needs, is important both for traders as a space to earn a living and for buyers as a space that provides daily necessities. Cidu Market is one of the informal markets in Makassar City that exhibits various phenomena and issues related to its market spatial arrangement.

Observing the various phenomena and issues within Cidu Market, the objective of this research is to describe the characteristics of commercial spatial arrangement based on time and vending areas, as well as to depict the behavioral patterns of traders in utilizing commercial spaces within Cidu Market.

This study employs a qualitative research approach using the phenomenology method. The data is collected through observation, documentation, unstructured interviews, and mapping of behavior based on location within Cidu Market.

The results of this research reveal the characteristics of commercial spatial arrangement in Cidu Market based on vending times, which consist of three vending periods: morning, afternoon, and night. Within these periods, there are active and inactive areas in Cidu Market. The characteristics of commercial spatial arrangement in Cidu Market based on vending areas are divided into two vending areas: one in a narrow alley located on Yos Sudarso alley 154 Street and the southern part of Cakalang II Street, and the other on the main street located on Tinumbu Street. The commercial spatial arrangement patterns within the vending area in the narrow alley on Yos Sudarso alley 154 Street and Cakalang II Street include linear, T-shaped, L-shaped, and U-shaped patterns for each stall location. On the other hand, the commercial spatial arrangement pattern within the vending area on the main street on Tinumbu Street follows a linear pattern. Traders' activity patterns involve focus agglomeratio and linear agglomeration. The nature of traders' services varies, including static, semi-static, and non-static/mobile. Interactions between traders and buyers involve longer conversations between buyers and their regular traders, while interactions among traders involve leaving stalls with each other and discussing similar commodities.

Keywords: Informal Market, Spatial Arrangement, Behavior

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR BAGAN	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
KATA PENGANTAR	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Ruang Lingkup Penelitian	7
1.4.1. Ruang Lingkup Materi	7
1.4.2. Ruang Lingkup Wilayah.....	8
1.5. Alur Pikir Penelitian	9
1.6. Sistematika Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1. Teori Ruang Publik	11
2.2. Teori Koridor Jalan	12
2.2.1. Karakteristik Koridor Komersial	15
2.3. Karakteristik Tata Ruang Dagang Pedagang Informal.....	16
2.4. Perilaku dan Pola Aktivitas Pedagang Informal.....	21
2.5. Sirkulasi dan Zonasi Pasar	23
2.6. Ruang Terpinggirkan (<i>Spatial Marginalization/Dead Spots</i>)	24
2.7. Pedagang Kaki Lima	25
2.8. Pengguna Pasar.....	26
2.9. Sektor Formal dan Sektor Informal	27
2.10. Pengertian Pedagang Informal	28
2.11. Pasar Informal	29
2.12. Pasar Informal di Indonesia.....	32
2.13. Hubungan antara <i>Setting</i> dan Perilaku Manusia.....	34
2.14. Pengertian Behaviorisme (Perilaku).....	36
2.15. Behaviorisme (Perilaku) dalam Kajian Arsitektur	37
2.16. Pemetaan Perilaku	38
2.17. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	38
2.18. Wawasan Teoritik.....	47
BAB III METODE PENELITIAN.....	48
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	48
3.1.1. Paradigma Penelitian	48
3.1.2. Metode Penelitian	49
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	49

3.2.1. Lokasi Penelitian	49
3.2.2. Waktu Penelitian	52
3.3. Obyek Penelitian dan Unit Analisis	53
3.3.1. Obyek Penelitian	53
3.3.2. Unit Analisis Penelitian	54
3.4. Jenis dan Sumber Data	56
3.5. Teknik Pengumpulan Data	56
3.6. Teknik Pengolahan Data	57
3.7. Teknik Analisis Data	58
3.8. Instrumen Penelitian	58
3.9. Fokus Amatan	59
3.10. Penjelasan Konsep (Tentatif)	60
3.11. Pemeriksaan Keabsahan Data	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	63
4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	63
4.2. Sejarah Perkembangan Pasar Cidu	64
4.3. Karakteristik Tata Ruang Dagang di Pasar Cidu berdasarkan Waktu dan Area Berjualan	68
4.3.1. Karakteristik tata ruang dagang di Pasar Cidu berdasarkan waktu berjualan	69
4.3.2. Karakteristik tata ruang dagang di Pasar Cidu berdasarkan area berjualan	72
4.4. Pola Perilaku Pedagang di Pasar Cidu	85
4.4.1. Pola aktivitas berdagang	85
4.4.2. Sifat pelayanan pedagang	86
4.4.3. Interaksi antara pedagang dengan pedagang, serta pedagang dengan pembeli	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	89
5.1. Kesimpulan	89
5.2. Saran	90
5.3. Rekomendasi Penataan	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Peta ruang lingkup wilayah penelitian di Kota Makassar	8
Gambar 2. Pola penyebaran mengelompok (<i>focus agglomeration</i>).....	21
Gambar 3. Pola penyebaran memanjang (<i>linier agglomeration</i>).....	22
Gambar 4. Dimensi lebar sirkulasi utama dan sekunder pasar yang efektif	23
Gambar 5. Lokasi penelitian	50
Gambar 6. Kondisi eksisting dan suasana.....	51
Gambar 7. Obyek area penelitian pada kawasan Pasar Cidu	53
Gambar 8. Sampel area penelitian	55
Gambar 9. Peta lokasi penelitian.....	63
Gambar 10. Peta Kawasan Pasar Cidu berdasarkan waktu berjualan	69
Gambar 11. Peta area berjualan Jl. Yos Sudarso lorong 154 - Jl. Cakalang II	72
Gambar 12. Peta area berjualan Jl. Tinumbu	73
Gambar 13. Peta titik sebaran unit analisis Jl. Yos Sudarso lorong 154.....	74
Gambar 14. Peta titik sebaran unit analisis Jl. Tinumbu.....	82

DAFTAR TABEL

Tabel 1. <i>Dead spots</i> pada pasar	24
Tabel 2. Hubungan panjang kios/los (<i>stalls</i>), lebar jalur sirkulasi, dan pergerakan konsumen didalam pasar	24
Tabel 3. Perbedaan sektor formal dan informal	27
Tabel 4. Penelitian terdahulu yang relevan	40
Tabel 5. <i>Time schedule</i> kegiatan penelitian	52
Tabel 6. Penjelasan konsep (tentatif)	60
Tabel 7. Jumlah komoditas dagangan di pasar cidu	68
Tabel 8. Hasil pengamatan unit analisis lapak pedagang berdasarkan area berjualan di Jl. Yos Sudarso dan Jl. Cakalang II	75
Tabel 9. Hasil pengamatan unit analisis lapak pedagang berdasarkan area berjualan di Jl. Tinumbu	83

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Alur Pikir Penelitian	9
Bagan 2. Interaksi perilaku manusia dengan lingkungan versi Weisman	36
Bagan 3. Diagram arsitektur membentuk perilaku manusia	37
Bagan 4. Diagram perilaku manusia membentuk arsitektur	38
Bagan 5. Wawasan Teoritik	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pola Aktivitas Berdagang di Pasar Cidu.....	94
---	----

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas seluruh berkat dan curahan rahmat-Nyalah maka penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul “Pola Tata Ruang Pasar Informal Cidu di Kota Makassar”. Adapun Tugas Akhir ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat dalam menyelesaikan studi pada Departemen Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin.

Dalam penyelesaian Tugas Akhir ini, penulis banyak memperoleh bantuan baik pengajaran, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Kedua Orang Tua tercinta, Anthonius Sattu Pongtengko dan Emiliana Ambalinggi, serta seluruh keluarga besar penulis, terima kasih atas segala dukungan serta doa yang tiada henti sehingga penulis dapat terus berjuang dalam meraih mimpi dan cita-cita.
2. Bapak Dr. Ir. H. Edward Syarif, ST., MT. selaku Kepala Departemen Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Hasanuddin.
3. Ibu Ir. Ria Wikantari Rosalia, M.Arch., Ph.D. dan Ibu Afifah Harisah, ST., MT., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu di tengah kesibukan beliau, memberikan kritik, saran, dan arahan kepada penulis selama proses penyusunan Tugas Akhir ini.
4. Bapak Ir. Abdul Mufti Radja, ST., MT., Ph.D. dan Ibu Andi Karina Deapati, S.Ars., MT. selaku dosen penguji skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan serta untuk menguji Tugas Akhir penulis.
5. Seluruh Dosen, Staf, dan Karyawan Departemen Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Hasanuddin.
6. Sahabat-sahabat penulis, Rini, Ayu, Ainun, Cipi, Dian, Inar, Heny, Puput, Alif, Oldy, Sandeq, dan Sandi. Terima kasih untuk segala kebersamaan, dukungan, dan bantuan kepada penulis selama berkuliah di Departemen Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin.
7. Teman-teman PREZIZI 2016 yang telah meluangkan banyak waktu dan tenaganya dalam proses penyelesaian Tugas Akhir ini. Terima kasih sudah menjadi tempat untuk berbagi cerita selama tujuh tahun perkuliahan saya.
8. Seluruh keluarga, kerabat dan pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah berpartisipasi dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Sebagai manusia biasa, penulis menyadari penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karenanya, atas segala kesalahan dan kekurangan dalam penulisan Tugas Akhir ini, penulis memohon maaf dan bersedia menerima kritikan yang membangun.

Terakhir, harapan penulis, semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi siapa saja yang melihat dan membacanya.

Gowa, 04 Agustus 2023

Virtuous Pongtengko

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Ruang dan kebutuhan manusia memiliki hubungan timbal balik, dimana kebutuhan manusia perlu diwadahi oleh sebuah ruang begitupun sebaliknya sebuah ruang terbentuk karena didasari oleh adanya suatu kebutuhan. Manusia dalam melakukan kegiatan hidupnya membutuhkan ruang, ruang yang dengan sengaja ditata dan dirancang tersebut merupakan karya arsitektur (Dewi Parliana, 2002). Arsitektur dapat memberikan solusi untuk memenuhi kebutuhan manusia melalui penciptaan ruang yang fungsional, nyaman, dan efisien. Ruang sebagai salah satu komponen arsitektur menjadi sangat penting dalam hubungan arsitektur lingkungan dan perilaku karena fungsinya sebagai wadah kegiatan manusia (Hantono, 2019). Ruang merupakan wadah tempat beraktifitasnya manusia. Kegiatan manusia membentuk suatu sistem kegiatan dan ruang (Haryadi, 2010:9). Ruang dan aktifitas manusia merupakan satu kesatuan yang tidak dapat terpisahkan.

Ruang publik di pusat kota merupakan kawasan yang sangat menonjol dalam pertumbuhannya, hal ini didorong oleh berbagai macam aktifitas diantaranya: perdagangan, hiburan/rekreasi, budaya dan pemerintahan. Oleh karena itu ruang publik di kawasan pusat kota memiliki makna penting bagi masyarakat dalam konteks kegunaan, budaya, sejarah dan politik yang selanjutnya akan memberi makna tertentu bagi ruang tersebut (Beisi, 1997). Selain itu, Carr dkk (1992) juga membagi tipologi ruang publik diantaranya adalah: jalan, taman bermain, jalur hijau, perbelanjaan dalam ruang, ruang spontan dalam lingkungan hunian, ruang terbuka komunitas, square dan plaza, pasar, tepi air.

Pasar hadir sebagai ruang untuk memenuhi kebutuhan hidup, baik bagi pedagang sebagai ruang untuk mencari nafkah, maupun bagi pembeli sebagai ruang yang menyediakan kebutuhan sehari-hari. Pasar merupakan sarana kegiatan perekonomian dalam memfasilitasi dan memenuhi kebutuhan manusia. Pasar adalah bagian kehidupan sosial yang tidak bisa dilepaskan dari kehidupan sehari-hari (Farizi, Pratama, Ibrahim, dan Hantono, 2020). Pasar sebagai pusat aktivitas jual-beli yaitu tempat bertemunya para penjual dan pembeli (Damsar & Indrayani,

2018). Sehingga pasar kini menjadi suatu yang paling dicari masyarakat karena menjadi pusat penjualan barang paling terlengkap, mulai dari sembako, pakaian, makanan, dan lain-lain (Hantono dkk, 2020).

Dalam keseharian banyak sekali ditemui bermacam-macam bentuk pasar. Damsar dan Indrayani (2018) membagi pasar berdasarkan manajemen dan tampilan fisik dalam 2 jenis pasar, yaitu: pasar konvensional dan pasar kontemporer. Berdasarkan operasionalnya, pasar konvensional dapat dibedakan sebagai pasar tradisional dan pasar informal. Pasar tradisional merupakan pasar yang memiliki manajemen sendiri walaupun sederhana atau dikelola oleh pemerintah daerah, sedangkan pasar informal yaitu pasar yang dikelola secara mandiri (*self organized*). Pasar informal tidak terdaftar secara resmi serta produksi dan kegiatan komersialnya tidak dikendalikan oleh pemerintah (Renko & Petljak, 2018). Pada umumnya pasar informal tumbuh pada ruang terbuka publik kota sehingga keberadaan mereka cukup memengaruhi wajah kotanya (Hantono, 2019). Keberadaan pasar ini tumbuh melalui proses yang cukup panjang hingga bertahan dan berkembang memenuhi dan mencukupi kebutuhan masyarakat sekitarnya (Yanti, Cahyani, Hantono, 2021).

Manning dan Effendi (1996:75) mengemukakan bahwa Keith Hart seorang antropolog Inggris adalah orang yang pertama kali melontarkan gagasan sektor informal dalam penelitiannya di suatu kota di Ghana pada tahun 1973 (Haris, 2011). Kemudian konsep sektor informal dikembangkan oleh *International Labour Organization* (ILO) dalam berbagai penelitian di Dunia Ketiga. Konsep ini semakin berkembang sehingga mulai dikembangkan "*effective development strategy*". Pada konferensi ke 90 ILO tahun 2002, konsep baru yakni *informal economy* mulai digunakan pada sektor informal yaitu seperti pengusaha kecil, pedagang hewan peliharaan, pekerja kerajinan rumah, termasuk tukang semir, buruh pabrik dan pedagang kaki lima (Md. HedayetUllah C, 2005). Sektor informal disebutkan untuk membedakan dengan sektor formal yang telah ada terlebih dahulu. Perkembangan sektor perdagangan informal, terutama pada perkotaan turut membentuk pasar tradisional. Pemberian wadah dan penataan bagi pedagang informal merupakan upaya memberikan kontrol dan peraturan yang mengikat untuk meningkatkan perdagangan di sektor informal. (Agustin, Hardiman, Rukayah, 2014).

Aktivitas yang berlangsung dalam pasar informal tidak jarang menimbulkan banyak permasalahan terutama bagi ruang kota, baik dari segi kenyamanan, keindahan, aksesibilitas yang terganggu, dan lain-lain (Sitompul et al., 2019). Ruang pasar informal yang muncul tanpa adanya perencanaan dan berkembang tidak sesuai dengan perancangan awal pada kawasan yang digunakan oleh pasar tersebut menjadikan permasalahan baru pada ruang terbuka kota, diantaranya: kemacetan, privatisasi ruang, konflik, kerusakan lingkungan, dan lain-lain (Hantono, 2019). Selain itu, kondisi fisik pasar yang tidak terencana juga memberikan dampak pada keterbatasan sarana dan prasarana yang dimiliki pasar informal (Yanti, Cahyani, Hantono, 2021). Padahal menurut Sitohang dkk (2019) bahwa pasar pun seharusnya memiliki sarana dan prasarana yang memadai, seperti: toilet, papan informasi, tempat sampah, ruang parkir, dan lain-lain untuk mendukung aktivitasnya sehingga tidak mengganggu ruang kota.

Menurut Hantono (2019), aktivitas perdagangan pada sektor informal tidak tercatat secara resmi sehingga sangat sulit untuk mendata keberadaan dan pertumbuhannya. Mereka dapat tumbuh dimana dan kapan saja tanpa melalui proses perencanaan dan perancangan terlebih dahulu sehingga pada perkembangan selanjutnya mereka memiliki keterbatasan dan mendapatkan tekanan dari berbagai aspek, seperti: kebutuhan ruang, sarana & prasarana, lingkungan, hukum, intimidasi dari oknum tertentu, dan lain-lain. Kemampuan bertahan terhadap tekanan dan keterbatasan bukan hanya berdasarkan desakan kebutuhan hidup pedagang saja melainkan juga adanya kebutuhan warga terhadap barang dan jasa yang ditawarkan. Kehadirannya dalam jangka waktu yang cukup lama telah menjadikan pasar informal menjadi bagian yang tak terpisahkan dengan lingkungannya meskipun menimbulkan berbagai persoalan dan permasalahan (Sudarisman, 2017).

Pasar Cidu merupakan salah satu pasar informal di Kota Makassar yang awal terbentuknya karena adanya kebutuhan masyarakat komunitas kampung Tabaringan (Kelurahan Tabaringan). Walaupun merupakan pasar informal yang belum memiliki legalitas dari Pemerintah Kota Makassar, namun Pasar Cidu masih dipertahankan hingga saat ini karena ada berbagai aspek yang menjadi pertimbangan mengapa pasar ini tetap dipertahankan dan tidak dibubarkan. Sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh Prayitno (2017), bahwa konsep keberlanjutan

dapat meningkatkan kemampuan adaptasi suatu kawasan. Sifat kebertahanan tersebut sangat ditentukan oleh aspek sosial, ekonomi, dan lingkungannya. Adapun aspek-aspek yang dimaksud menjadi pertimbangan, antara lain: aspek historis, ekonomi, sosial hingga politik.

Selama beberapa tahun Pasar Cidu mengalami berbagai perkembangan, salah satunya terjadi perluasan areal perdagangan. Pasar Cidu yang memang merupakan pasar informal ini tidak luput dari beberapa permasalahan, di antaranya: penataan ruang pasar yang semrawut terlihat pada tiap waktu dan area berjualan di dalam kawasan pasar dan pengadaan sarana tempat parkir yang minim berdampak pada kemacetan jalan, sulitnya pergerakan/sirkulasi pengguna pasar baik di dalam maupun di luar kawasan pasar, serta keberadaan pasar di dalam gang/lorong yang memberi dampak pada sulitnya aksesibilitas ke bangunan pelayanan publik yakni Puskesmas yang juga berada di dalam gang/lorong yang sama dimana pasar tradisional beroperasi.

Penataan ruang dagang di pasar tradisional Pasar Cidu yang semrawut terlihat dari pengelompokan jenis komoditas dagang yang tampak tidak tertata dengan baik, salah satunya ditandai dengan adanya fenomena ruang dagang yang tampak bertumpuk. Selain itu, penataan yang semrawut juga terlihat pada aktivitas berdagang oleh Pedagang Kaki Lima (PKL) yang ada di luar lorong pasar tradisional, tepatnya di Jl. Tinumbu. Area dagang yang terletak di pinggir jalan cenderung menempati bagian badan jalan sehingga mempersempit badan jalan yang seharusnya digunakan oleh pengguna jalan lainnya dalam hal ini pengendara motor dan mobil. Akibat penataan yang semrawut pada kawasan Pasar Cidu tersebut menyebabkan kemacetan baik pada pagi maupun malam hari khususnya di sepanjang Jl. Tinumbu. Keberadaan pasar tradisional yang berada di dalam gang permukiman warga di Jl. Yos Sudarso lorong 154 yang jam operasionalnya hanya pada pagi hingga siang hari saja ini, membuat kondisi jalanan di persimpangan antara Jl. Tinumbu dan Jl. Yos Sudarso lorong 154 mengalami kemacetan dikarenakan banyaknya orang yang berlalu lalang dengan berjalan kaki keluar-masuk pasar, kendaraan yang diparkir secara sembarangan di pinggir jalan khususnya dekat jalan masuk gang tempat dimana pasar tradisional berada, ditambah lagi dengan padatnya kendaraan motor, mobil, hingga bentor yang

melintas secara dua arah di Jl. Tinumbu. Kemudian, keberadaan *street food* Pasar Cidu di malam hari yang ramai oleh pengunjung ini juga mengakibatkan kemacetan secara dua arah di Jl. Tinumbu. Terjadinya penyempitan jalan yang menyebabkan perlambatan arus lalu lintas pada jalanan disebabkan oleh penataan lapak pedagang yang mengambil cukup banyak bagian badan jalan.

Penataan kawasan Pasar Cidu yang semrawut juga terlihat pada sarana parkirnya. Parkiran para pengunjung Pasar Cidu dan pedagang pemilik lapak dagangan tidak diatur dengan baik penataannya sehingga menjadi penyebab kemacetan juga. Pada pagi hingga siang hari di Jl. Tinumbu, para pengunjung/calon pembeli hingga pedagang pemilik lapak cakar terlihat memarkirkan kendaraannya begitu saja di pinggir jalan (cenderung menempati area badan jalan) di depan lapak-lapak penjual cakar. Sedangkan di dalam gang tempat dimana pasar tradisional beroperasi, para pengunjung/calon pembeli hingga pedagang banyak yang memarkirkan kendaraannya (motor) di dalam lorong di bagian-bagian yang bukan merupakan area berjualan. Pada malam hari, pengunjung *street food* Pasar Cidu kebanyakan terlihat memarkirkan kendaranya di depan Bank BRI Unit Pasar Cidu, namun ada pula yang parkir di sela-sela area kosong yang berada di antara lapak-lapak pedagang *street food*, dan di depan ruko yang sedang tutup.

Permasalahan selanjutnya mengenai aksesibilitas dan pergerakan/sirkulasi pada kawasan Pasar Cidu. Keberadaan pasar tradisional di dalam lorong di tengah-tengah permukiman warga mengakibatkan sulitnya akses ke pelayanan publik seperti Puskesmas yang juga berada di dalam lorong yang sama dimana pasar tradisional tersebut beroperasi. Selain itu kondisi gang yang sempit menyulitkan pergerakan di dalam pasar. Kerap kali lorong pasar yang sempit itu dilalui oleh pengendara motor yang membuat suasana menjadi semakin padat dan sesak.

Melihat berbagai fenomena dan permasalahan yang ada pada Pasar Cidu maka, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai tata ruang pasar dengan mencoba mengkajinya menggunakan teori arsitektur perilaku. Arsitektur perilaku adalah hubungan timbal balik antara arsitektur, lingkungan dan perilaku manusia. Dalam pendekatan studi perilaku, lingkungan dalam skala kecil adalah arsitektur dan dalam skala besar merupakan kawasan atau kota, sedangkan perilaku manusia diartikan sebagai aktivitas dan perilaku pengguna/pelaku (Haryadi & Setiawan,

1995). Manusia dan ruang memiliki hubungan timbal balik di mana arsitektur perlu berperan secara optimal dalam mewadahi kebutuhan spasial manusia dengan meninjau pola perilaku dan kebiasaannya (Haryadi & Setiawan, 2014). Perlunya pengkajian tata ruang menggunakan teori arsitektur perilaku karena permasalahan pada ruang tidak luput dari peran pengguna ruang tersebut, bagaimana aktivitas dan perilaku pengguna ruang dalam memanfaatkan ruang tersebut sehingga memunculkan berbagai permasalahan.

1.2. Rumusan Masalah

Pasar Cidu merupakan salah satu pasar informal di Kota Makassar yang awal terbentuknya secara tidak terencana ini menimbulkan beberapa permasalahan, di antaranya: penataan ruang pasar yang semrawut terlihat pada tiap waktu dan area berjualan di dalam kawasan pasar dan pengadaan sarana tempat parkir yang minim berdampak pada kemacetan jalan, sulitnya pergerakan/sirkulasi pengguna pasar baik di dalam maupun di luar kawasan pasar, serta keberadaan pasar di dalam gang yang memberi dampak pada sulitnya aksesibilitas ke pelayanan publik yakni Puskesmas yang juga berada di dalam gang yang sama dimana pasar beroperasi.

Bertolak dari pernyataan masalah yang telah diuraikan di atas, maka timbul pertanyaan masalah penelitian, sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik tata ruang dagang berdasarkan waktu dan area berjualan dalam kawasan Pasar Cidu?
2. Bagaimana pola perilaku pedagang dalam memanfaatkan ruang dagang di Pasar Cidu?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan karakteristik tata ruang dagang berdasarkan waktu dan area berjualan dalam kawasan Pasar Cidu.
2. Mendeskripsikan pola perilaku pedagang dalam memanfaatkan ruang dagang di Pasar Cidu.

1.4. Ruang Lingkup Penelitian

Untuk mempermudah penelitian dan lebih terarah, maka ruang lingkup penelitian diklasifikasikan ke dalam dua macam, yaitu ruang lingkup materi dan ruang lingkup wilayah.

1.4.1. Ruang lingkup materi

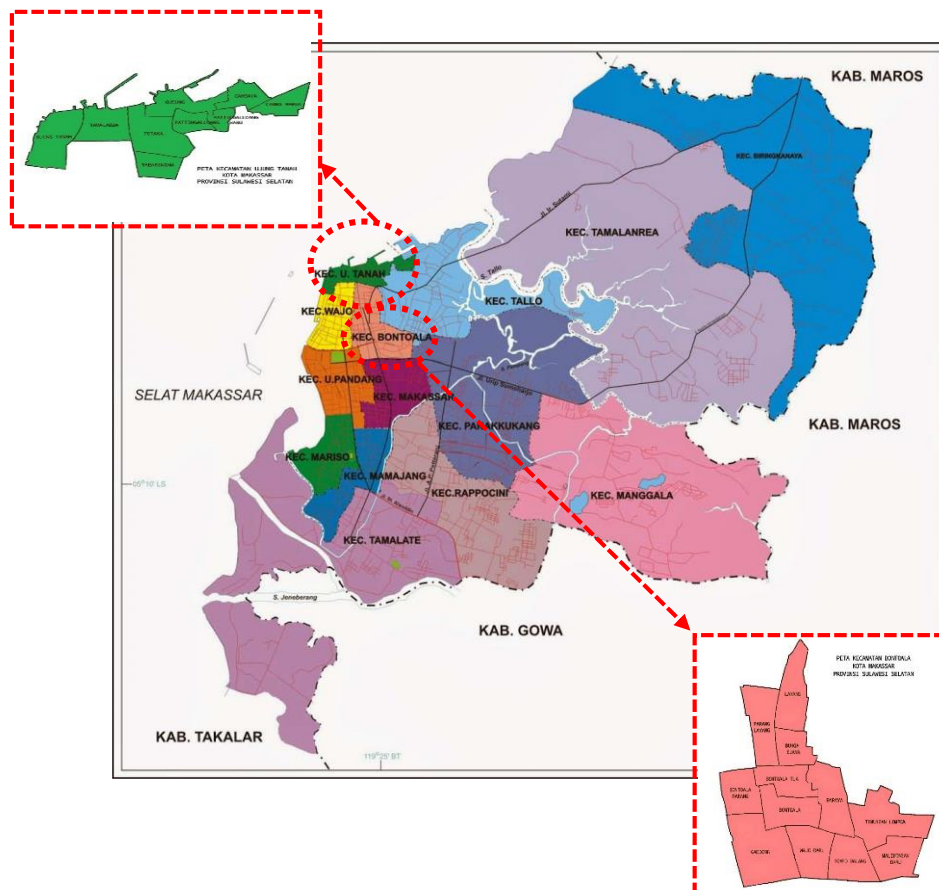
Penentuan ruang lingkup materi pada penelitian ini bertujuan untuk memberikan batasan pembahasan materi sebagai kajian peneliti agar pembahasan yang dilakukan dapat terfokus dan tidak terlalu luas. Berikut ruang lingkup materi pembahasan dalam penelitian ini:

1. Pembahasan mengenai karakteristik tata ruang dagang dibagi berdasarkan waktu berjualan dan area berjualan. Adapun karakteristik tata ruang dagang yang dimaksud melingkupi pembahasan tentang:
 - a. Jenis ruang berdasarkan ukuran dan dimensi ruang dagang yang digunakan oleh pedagang di Pasar Cidu berdasarkan waktu dan area berjualan dalam kawasan pasar.
 - b. Jenis moda dagang atau media dagang yang digunakan oleh pedagang di Pasar Cidu untuk menjajakan dagangannya berdasarkan waktu dan area berjualan dalam kawasan pasar.
 - c. Pengelompokan ruang dagang berdasarkan komoditas dagang apa saja yang ada di dalam kawasan pasar berdasarkan waktu dan area berjualan dalam kawasan pasar.
 - d. Kondisi dan ukuran ruang sirkulasi/pergerakan yang digunakan oleh pedagang dalam kawasan Pasar Cidu.
 - e. Sarana dan prasarana apa saja yang ada di dalam kawasan pasar.
2. Pengguna ruang:
Pengguna ruang yang dimaksud, yakni pedagang dalam kawasan Pasar Cidu.
3. Perilaku pedagang yang dimaksud melingkupi pembahasan tentang: pola aktivitas pedagang
4. Pembahasan mengenai pola tata ruang dagang pada Pasar Cidu dikaitkan dengan perilaku pengguna dalam memanfaatkan ruang menggunakan kajian

teori ruang yang meliputi tata ruang, sirkulasi, dan aksesibilitas, kajian teori tentang pasar, pasar informal, serta teori arsitektur perilaku.

1.4.2. Ruang lingkup wilayah

Penentuan ruang lingkup wilayah bertujuan untuk membatasi lingkup wilayah kajian penelitian. Adapun ruang lingkup wilayah penelitian ini meliputi sepanjang Jl. Yos Sudarso lorong 154, setengah dari Jl. Cakalang II tepatnya hanya pada area bagian selatan, Jl. Tinumbu bagian utara yang batasnya berpotongan dengan Jl. Cakalang pada bagian utara, sedangkan Jl. Tinumbu bagian selatan yang berpotongan dengan Jl. Ujung pada area segitiga tidak masuk ke dalam ruang lingkup wilayah penelitian karena berdasarkan pengamatan awal hanya sedikit pedagang yang berjualan pada area tersebut dan aktivitas perdagangan pada area tersebut cenderung bersifat kondisional.



Gambar 1. Peta ruang lingkup wilayah penelitian di Kota Makassar
Sumber: *Google*

1.5. Alur Pikir Penelitian

ALUR PIKIR PENELITIAN

Kebutuhan manusia yang sangat beragam perlu diwadahi oleh sebuah ruang. Ruang sebagai salah satu komponen arsitektur menjadi sangat penting dalam hubungan arsitektur lingkungan dan perilaku karena fungsinya sebagai wadah kegiatan manusia. Pasar hadir sebagai ruang untuk memenuhi kebutuhan hidup, baik bagi pedagang sebagai ruang untuk mencari nafkah, maupun bagi pembeli sebagai ruang yang menyediakan kebutuhan sehari-hari. Pasar tidak luput dari berbagai permasalahan yang ditimbulkan, salah satunya permasalahan tentang tata ruang. Oleh karena itu, perlunya pengkajian tata ruang pasar yang berbasis teori arsitektur perilaku karena permasalahan pada ruang tidak luput dari peran pengguna ruang tersebut, bagaimana aktivitas dan perilaku pengguna ruang dalam memanfaatkan ruang tersebut sehingga memunculkan berbagai permasalahan.

EMPIRIK

- Terdapat pasar yang tumbuh secara tidak terencana, tidak terdaftar secara resmi, dan kegiatan komersialnya tidak dikendalikan oleh pemerintah yang disebut sebagai pasar informal.
- Pasar informal yang tumbuh secara tidak terencana berdampak pada penataan ruang dagang yang semrawut.
- Pengadaan sarana parkir yang minim pada pasar berdampak pada penataan parkir yang semrawut sehingga mengakibatkan kemacetan di jalan.

TEORI

- Pelaku usaha yang melakukan kegiatan usaha di bidang Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, wajib memiliki izin usaha sebagai legalitas (Permendagri No.70/M-DAG/PER/12/2013)
- Tata ruang suatu pasar baik itu pasar modern ataupun pasar tradisional, haruslah di tata dengan sebaik – baiknya agar para pelaku pasar dalam hal ini penjual dan pembeli merasa nyaman dalam melakukan transaksi jual – beli (Pamudjianto dkk,)
- Pasar menjadi pusat media yang paling ramai dikunjungi, dan dibutuhkan masyarakat, maka dari itu perlunya fasilitas parkir yang luas, nyaman dan aman sehingga pengunjung bisa menikmati dengan bebas dan tidak membuat suatu kemacetan di jalan (Hantono dkk, 2020).

PERNYATAAN MASALAH

Pasar Cidu merupakan salah satu pasar informal yang awal terbentuknya secara tidak terencana ini menimbulkan permasalahan, di antaranya: penataan ruang pasar yang semrawut terlihat pada tiap waktu dan area berjualan di dalam kawasan pasar dan pengadaan sarana tempat parkir yang minim berdampak pada kemacetan jalan, sulitnya pergerakan/sirkulasi pengguna pasar baik di dalam maupun di luar kawasan pasar, serta keberadaan pasar di dalam gang yang memberi dampak pada sulitnya aksesibilitas ke pelayanan publik yakni Puskesmas yang juga berada di dalam gang yang sama dimana pasar beroperasi.

PERTANYAAN PENELITIAN

Bagaimana karakteristik tata ruang dagang berdasarkan waktu dan area berjualan dalam kawasan Pasar Cidu?

TUJUAN PENELITIAN

Mendeskripsikan karakteristik tata ruang dagang berdasarkan waktu dan area berjualan dalam kawasan Pasar Cidu.

PERTANYAAN PENELITIAN

Bagaimana pola perilaku pedagang dalam memanfaatkan ruang dagang di Pasar Cidu?

TUJUAN PENELITIAN

Mendeskripsikan pola perilaku pedagang dalam memanfaatkan ruang dagang di Pasar Cidu.

HASIL PENELITIAN

Kajian arsitektur mengenai pola tata ruang dagang pada pasar informal yang berbasis arsitektur perilaku serta rekomendasi penataan sesuai dengan prinsip-prinsip arsitektur sebagai solusi dalam menjawab permasalahan yang ada.

1.6. Sistematika Penelitian

Penulisan ini dilakukan dengan menggunakan metode pengkajian teori-teori pada studi kepustakaan. Kajian tersebut lalu dihubungkan dengan pengamatan langsung dilapangan dan studi kasus menurut kajian teori, selanjutnya akan dianalisis sehingga dapat menghasilkan kesimpulan.

1. Bab I Pendahuluan

Bab ini berisi penjelasan mengenai latar belakang penulisan, permasalahan, tujuan penulisan, manfaat penulisan, ruang lingkup penulisan dan sistematika penulisan.

2. Bab II Kajian Pustaka

Bab ini menguraikan tentang dasar teori dari literatur ilmiah yang menyangkut teori umum yang menjadi acuan dalam penelitian dan wawasan teoritik.

3. Bab III Metode Penelitian

Bab ini berisi tentang penjelasan studi kasus yang berupa tinjauan pengamatan secara umum. Pembahasannya yakni mengenai jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, keterbatasan penelitian, objek penelitian dan unit analisis, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, teknik analisis data, instrumen penelitian, fokus amatan, penjelasan konsep (tentatif), pemeriksaan keabsahan data, keterbatasan penelitian.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Teori Ruang Publik

Perkembangan kota menyebabkan adanya peningkatan intensitas kegiatan yang membutuhkan ruang untuk mewadahnya, pemanfaatan ruang untuk melakukan dan melaksanakan kegiatan terbatas pada luasan dimensi ruang yang menyebabkan timbulnya kebutuhan akan ruang yang dapat diakses oleh publik.

Dalam buku *Public Space* (Carr dkk, 1992), Ruang publik didefinisikan sebagai tempat yang aksesibel dan terbuka secara umum dimana masyarakat baik secara individu maupun kelompok dapat melakukan aktivitas di tempat tersebut. Dalam wujud apapun, ruang publik memiliki unsur-unsur yang sama. Tipologi ruang publik menekankan kepada karakter kegiatannya, lokasi dan proses pembentuknya. Carr dkk (1992) membagi tipologi ruang publik diantaranya adalah: jalan, taman bermain, jalur hijau, perbelanjaan dalam ruang, ruang spontan dalam lingkungan hunian, ruang terbuka komunitas, square dan plaza, pasar, tepi air.

Ruang publik terbentuk sebagai konsekuensi atas pelanggaran batas pada kehidupan masyarakat untuk menempati ruang, terutama pada kehidupan perkotaan. Sebagian ruang publik lain merupakan hasil dari masyarakat yang heterogen dengan kebutuhan, minat dan nilai estetika yang beragam dan berbeda-beda. Sebagian lainnya merupakan produk dari perencanaan yang cermat, apapun prioritas yang mengarahkan bentukan dan fungsinya.

Berdasarkan ruang lingkupnya ruang publik dapat dibagi menjadi beberapa tipologi (Carmona, et al, 2003), antara lain:

1. *External public space*. Ruang publik ini berbentuk ruang luar yang dapat diakses oleh semua orang seperti taman kota, alun-alun, jalur pejalan kaki, dan lain sebagainya.
2. *Internal public space*. Ruang publik ini berupa sebuah bangunan fasilitas umum yang dikelola pemerintah dan dapat diakses oleh warga secara bebas tanpa ada batasan tertentu, seperti kantor pos, kantor polisi, dan pusat pelayanan warga lainnya.

3. *External and internal public space*. Ruang publik ini berupa fasilitas umum yang dikelola oleh sektor privat dan ada batasan atau aturan yang harus dipatuhi warga, seperti mall, restoran, dan lain sebagainya.

Sebuah perancangan ruang publik dapat dikatakan berhasil apabila dapat menampung aktivitas publik secara fungsional, memiliki aksesibilitas yang mudah, nyaman dan terjadi interaksi sosial yang baik didalamnya.

2.2. Teori Koridor Jalan

Salah satu bentuk dari street adalah koridor, yang merupakan ruang pergerakan linear, sebagai sarana untuk sirkulasi. Karakteristiknya ditentukan oleh bangunan yang melingkupinya dan aktivitas yang ada pada koridor tersebut (Krier, 1979). Selain itu, pembangunan yang terkontrol dengan koridor jalan untuk kendaraan mempunyai kontribusi yang besar bagi pergerakan dan bentuk *traffic* dalam suatu perkotaan, terdapat dua macam urban koridor, yaitu :

1. Komersial koridor, urban komersial koridor termasuk di dalamnya beberapa dari jalan untuk kendaraan utama yang melewati kota. Biasanya dimulai dari area – area komersial yang ada di mana – mana menuju pusat sub-urban yang baru di mana padat dengan kompleks perkantoran dan pusat – pusat pelayanan.
2. *Scenic* koridor, memang kurang umum jika dibandingkan dengan komersial koridor, tetapi scenic koridor memberikan pemandangan yang unik dan terkenal atau pengalaman rekreasi bagi pengendara kendaraan saat mereka melewati jalan tersebut. Walaupun scenic koridor kebanyakan terdapat di area pedesaan, beberapa komunitas masyarakat mengenali keunikan urban koridor tersebut karena memberikan kesempatan pemandangan bagi mereka dalam perjalanan dengan kendaraan.

Pendekatan lokal dalam desain dan kontrol dari komersial koridor dan scenic koridor area tergantung dari fungsi jalan kendaraan tersebut dan lingkungan komunitas masyarakat di mana jalan kendaraan tersebut berada. Jumlah, ukuran dan kondisi dari koridor – koridor yang penting akan bervariasi tergantung dari komunitas tersebut. Pemeliharaan dari keberadaan koridor akan memecahkan beberapa problem utama kecepatan pertumbuhan suatu kota.

Koridor sebagai ruang pergerakan (sirkulasi) dan parkir memiliki dua pengaruh langsung pada kualitas lingkungan, yaitu kelangsungan aktivitas komersil dan kualitas visual yang kuat terhadap struktur dan bentuk fisik kota. Elemen sirkulasi urban desain merupakan peralatan yang bermanfaat dalam menyusun lingkungan kota karena dapat membentuk, mengarahkan, dan mengontrol pola – pola aktivitas dan pengembangan suatu kota (Shirvani, 1985).

Koridor adalah lahan yang memanjang yang membelah kota/kawasan atau sebuah lorong yang membentuk fasade bangunan berderet dengan lantai atau ruang kota serata bergerak dari ruang satu ke ruang yang lainnya. Koridor bersifat alami seperti sungai yang membelah kota dan ada juga yang terbentuk dari buatan manusia. Salah satu koridor yang erat kaitannya dengan arsitektur kota adalah jalan atau transportasi di dalam kota (Wiharnanto dalam Sumartono, 2002). Spesifikasi dan karakteristik bangunan – bangunan pada suatu koridor jalan sangat besar pengaruhnya dalam menentukan wajah dan bentuk koridor itu sendiri.

Trancik (1987) menguraikan bahwa koridor adalah dua deretan massa (bangunan atau pohon) membentuk sebuah ruang. Koridor jalan sebagai bagian dari ruang publik kota merupakan tempat bertemu dan berkumpulnya warga kota, juga pendatang ketika tidak berada di dalam bangunan. Koridor jalan yang sukses apabila dapat mendukung kegiatan di dalamnya dipengaruhi oleh:

1. Kerangka tiga dimensi / *three dimensional frame* yang terkait dengan:
 - a. Batas-batas tepi ruang
 - b. Dinding pembentuk ruang
 - c. Hubungan vertikal dan horizontal
 - d. Skala
2. Pola ruang dua dimensi / *two dimension pattern*
3. Objek yaitu penempatan dalam ruang / *placement object in space*.

Bentuk koridor menurut Rob Kryer adalah ruang terbuka dengan bentuk memanjang yang memiliki batas – batas di sisinya. Trancik (1987) mendefinisikan, bahwa secara teoritis dikenal tiga cara perkembangan dasar pembentuk koridor, yaitu:

1. Kerangka tiga dimensional, sebagai pendefinisi batas-batas fisik ruang perkotaan, tingkat keterlingkupan suatu ruang perkotaan, dan karakteristik dinding pembatas
2. Kerangka dua dimensional, merupakan tatanan bidang dasar yang mencakup komposisi bentuk, material, warna dan tekstur.
3. Peletakan objek dalam ruang, meliputi objek fisik maupun manusia sebagai pengguna ruang. Trancik (1987) menegaskan elemen manusia paling vital karena memberikan kehidupan dalam ruang koridor jalan.

Koridor jalan dibentuk oleh beberapa komponen yaitu; tatanan dan tampilan fisik dari koridor jalan itu sendiri, aktivitas dan fungsi-fungsi di dalamnya, makna yang terkait dengan koridor yaitu pengalaman visual ketika orang berada pada suatu koridor sehingga terbentuk gambaran visual tentang jalan tersebut.

Menurut *Garnham* (1985), setiap kota memiliki keunikan khusus, karakter, identitas, dan jiwa yang berbeda . Maka koridor sebuah kota memiliki karakter yang berbeda. Citra suatu koridor terbentuk dan dirasakan sebagai pengalaman yang merupakan bagian yang tidak terpisah dari kehidupan masyarakatnya. Jika citra ini berubah akan membawa dampak kehilangan kualitas kehidupan bagi masyarakatnya.

Komponen-komponen fisik koridor jalan dapat di urai sebagai berikut:

1. Fisik dan Penampilan, yaitu bangunan, lansekap, iklim, kualitas estetis.
2. Aktivitas yang dapat diamati dan fungsi, bagaimana manusia dan tempat berinteraksi, dan bagaimana budaya terpengaruh karenanya serta bagaimana bangunan dan lansekap digunakan.
3. Arti Simbol, aspek yang lebih kompleks sebagai akibat intensi dan pengalaman manusia. Karakter tempat dibedakan berdasar reaksi manusia terhadap aspek fisik dan fungsional.

Menurut PPS (*Project for Public Space*), terdapat beberapa elemen pada koridor komersial, antara lain:

1. Kenyamanan dan identitas
 - Menciptakan budaya lokal dan identitas
2. Aksesibilitas
 - a. Kemudahan dalam menyebarang dan melintasi jalan

- b. Mengakomodasi dan memberikan kenyamanan bagi pengguna pedestrian
- 3. Fungsi dan aktivitas
 - Keragaman aktivitas seperti tempat makan, toko, dan lainnya
- 4. Mendukung fungsi sosial
 - a. Masyarakat dapat berkumpul di koridor
 - b. Adanya rasa memiliki terhadap koridor

2.2.1. Karakteristik koridor komersial

Karakteristik koridor perdagangan dapat dibedakan menjadi dua yaitu karakteristik fisik dan karakteristik non fisik.

1. Karakteristik Fisik

Karakteristik fisik lebih menekankan pada ragam fasilitas perdagangan yang ada. Fasilitas perdagangan telah mengalami perkembangan yang cukup berarti sampai saat ini. Ada beberapa macam fasilitas perdagangan, baik yang bersifat tradisional maupun yang bersifat modern (Caecilia, 2003).

a. Perdagangan Tradisional

- 1) Bazar; merupakan fasilitas perdagangan yang bersifat insidental. Kegiatan berlangsung pada tempat terbuka tanpa mengganggu kegiatan yang sudah ada atau dengan mengkompensasi kegiatan yang ada. Intensitas transaksi perdagangan dan jumlah pengunjung biasanya padat. Bentuk dagangan dapat berupa dasaran/lesehan, pikulan, maupun bentuk kios-kios kecil. Kegiatan berlangsung pada pagi maupun malam hari.
- 2) Pasar; merupakan fasilitas perdagangan tertua, berupa deretan kios atau pikulan/dasaran. Pasar berkembang cenderung tidak teratur dan aktivitas hanya berlangsung pada pagi hingga siang hari.
- 3) Shopping Street; merupakan fasilitas perdagangan yang muncul pada daerah dengan kepadatan tinggi. Shopping street terbentuk oleh deretan kios-kios/toko-toko sepanjang poros jalan. Jenis barang berkembang sesuai tuntutan kebutuhan. Pola awal terbentuknya shopping street berawal dari deretan toko yang terletak di pinggir jalan yang membentuk pita/strip.

b. Perdagangan Modern

- 1) Shopping Centre; merupakan fasilitas perdagangan yang terencana. Terdapat aturan keseragaman bentuk bangunan atau jenis barang yang dijual. Keberadaan shopping centre dalam perkembangannya sering disebut dengan istilah plaza yang tumbuh di kota-kota besar.
- 2) Mall; merupakan bentuk perkembangan shopping street, dimana jalan pada fasilitas ini dibuat tertutup untuk kendaraan dan hanya digunakan oleh pejalan kaki.
- 3) Arcade; merupakan deretan los-los tempat berjualan bermacam- macam jenis barang yang berbentuk lorong dengan pembagian unitn kotak-kotak. Arcade terdapat pada bangunan-bangunan besar, baik itu kawasan perdagangan, hotel maupun tempat-tempat umum.

2.3. Karakteristik Tata Ruang Dagang Pedagang Informal

Mc Gee dan Yeung (1977) dalam Puspitasari (2018), menyatakan pola aktivitas PKL beserta pemilihan lokasinya dipengaruhi oleh kegiatan sektor formal dalam mendapatkan konsumennya. Seperti penataan ruang PKL yang harus mengenali pola kegiatan dari mulai pola penyebaran PKL, pemanfaatan waktu hingga jenis dagangannya serta sarana untuk berdagang.

Adapun Komponen penataan ruang dagang pedagang informal meliputi:

1. Lokasi

Berdasarkan studi yang dilakukan oleh Ir. Goenadi Malang Joedo (1997), bahwa penentuan lokasi berjualan yang diminati oleh pedagang sektor informal memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Terdapat akumulasi orang yang melakukan kegiatan bersama-sama pada waktu yang relatif sama sepanjang hari. Ciri ini bisa kita jumpai di lokasi-lokasi perdagangan, pendidikan, dan perkantoran.
- b. Berada pada kawasan tertentu yang merupakan pusat kegiatan-kegiatan perekonomian kota dan pusat non ekonomi perkotaan, tetapi sering dikunjungi dalam jumlah besar. Kondisi ini merupakan ciri dari suatu lokasi-lokasi wisata atau ruang-ruang rekreatif kota, seperti taman-taman kota dan lapangan olah raga yang biasa ramai di hari libur.

- c. Mempunyai kemudahan untuk terjadi hubungan antara pedagang dengan calon pembeli, walaupun dilakukan dalam ruang yang relatif sempit.
- d. Tidak memerlukan ketersediaan fasilitas dan utilitas pelayanan umum.

Selain itu, Mc Gee dan Yeung (1977) juga mengungkapkan bahwa karakteristik lokasi berdagang merupakan salah satu aspek untuk mengidentifikasi karakteristik PKL sebagai pedagang sektor informal. Karakteristik lokasi berdagang dari PKL umumnya berada pada pusat-pusat kegiatan yang menjadi titik perkumpulan calon konsumen. Secara keseluruhan selain potensi calon pembeli, aspek yang lain diperhatikan dalam pemilihan lokasi berdagang dari pedagang kaki lain adalah aksesibilitas yang tinggi. Salah satunya adalah pada area perdagangan, pertokoan, dan sepanjang koridor jalan beraktivitas tinggi.

Adapun faktor-faktor yang berpengaruh dalam menentukan lokasi berdagang menurut Fandi Tjiptono (2002) sebagai berikut:

- 1) Aksesibilitas dimana akan sangat baik jika mudah dijangkau dengan berjalan kaki atau dengan kendaraan umum,
- 2) Visibilitas dimana mudah terlihat oleh mata dan terkekspos dari berbagai jangkauan pandangan manusia,
- 3) Lalu lintas dimana jalur yang padat dapat meningkatkan konsumen karena ramai dilalui namun jika pengelolaannya tidak baik dapat terjadi hambatan dimana keberadaan Pedagang Kaki Lima dapat berpotensi menimbulkan kemacetan,
- 4) Tempat parkir yang luas baik bagi roda dua dan roda empat,
- 5) Ekspansi dimana lokasi harus mampu menampung kemungkinan perlausan kawasan berdagang,
- 6) Lingkungan dimana mampu mendukung minat pembeli terhadap produk yang ditawarkan,
- 7) Persaingan dimana perlu mempertimbangkan jumlah pedagang dari jenis dagangan yang sama agar meminimalisif konflik akibat persaingan,
- 8) Peraturan pemerintah dimana ketentuan dan kebijakan yang diterapkan harus secara tegas dan solutif.

2. Waktu

Berdasarkan hasil penelitian Mc Gee dan Yeung (1977) terhadap *hawkers* di kota-kota Asia Tenggara, bahwa pola aktivitas pedagang informal menyesuaikan dengan irama kegiatan masyarakat di lokasi sekitarnya berjualan setiap harinya, baik ada hubungannya dengan kegiatan sektor formal maupun muncul pada waktu tertentu dengan sendirinya. Saat teramai pada suatu waktu pelayanan dipengaruhi oleh orientasi jasa terhadap pusat-pusat kegiatan disekitarnya. Saat teramai bagi aktivitas pedagang sektor informal di dekat pusat-pusat perbelanjaan akan berbeda dengan saat-saat teramai di dekat kawasan wisata, kawasan permukiman, kawasan perkantoran, dan sebagainya. Selain itu, waktu berdagang pedagang informal ini menyesuaikan dengan keberadaan konsumen pada lokasi berjualan. Jika lokasi pedagang informal berada disekitar area perdagangan maka waktu terbaik untuk berjualan adalah pagi hingga siang hari. Sedangkan jika berada pada kawasan terbuka publik, maka waktu terbaik untuk berjualan adalah pada jam istirahat kantor pada sore atau malam hari.

3. Jenis Komoditas Dagangan

Menurut Hantono dkk (2020), pengelompokan komoditas sejenis pada pasar akan memberikan dampak kesinambungan area komoditas yang terkait. Satu kesatuannya jenis komoditas dagang membuat pengunjung tidak perlu mencari kebutuhan yang sama pada area tertentu yang lainnya. Dengan pembagian zona ini dimaksudkan agar kategori berdasarkan jenis dagang dapat memudahkan penataan komoditas dan meminimalisir pergerakan para pedagang ilegal serta menghilangkan dampak pergeseran zonasi yang telah terbentuk.

Adapun jenis komoditas barang dagangan yang dijual oleh pedagang informal (Mc Gee dan Yeung, 1977), yaitu:

- a. Makanan dan minuman, terdiri dari pedagang makanan dan minuman baik yang telah dimasak/langsung disajikan dan yang bisa dimakan di tempat maupun dibawa pulang. Mereka biasanya memiliki pola penyebaran fisik mengelompok dan homogen pada lokasi-lokasi pusat kegiatan yang strategis.
- b. Barang cetakan, berupa majalah, koran, dan buku bacaan baik yang masih baru maupun sudah bekas. Pola pengelompokan jenis ini lebih ke berbaur dengan jenis komoditas yang lainnya.

- c. Buah-buahan, sayuran/rempah, memperdagangkan buah-buahan dan sayuran yang segar dengan komoditas perdagangan cenderung berubah-ubah sesuai dengan musim buahnya. Pengelompokan pedagang ini juga cenderung berbaur dengan yang lainnya.
- d. Pakaian/ tekstil/ mainan anak/ kelontong, Pola penyebarannya sama dengan pola penyebaran pada makanan dan minuman dengan pola pengelompokan yang juga membaur dengan yang lainnya.
- e. Rokok/obat-obatan, biasanya pedagang ini juga menjual makanan ringan, obat, permen, makanan yang siap makan atau yang harus diolah terlebih dahulu. Pada jenis ini cenderung menetap pada lokasi keramaian atau pusat kegiatan sektor formal.
- f. Hewan, menjual hewan peliharaan atau untuk konsumsi (unggas, daging potong dan sejenisnya). Pengelompokan biasanya membaur dengan lokasi yang tetap atau dikhususkan hanya ada pada lokasi tertentu saja.
- g. Jasa perorangan, baik berupa tukang reparasi jam, pembuat kunci, tukang gravier/ stempel/cap, tukang pigura, dll. Pola penyebarannya pada pusat pertokoan/pinggir jalan raya dengan pola pengelompokan yang membaur dengan komoditi yang lainnya.

4. Sarana Fisik Berdagang

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Waworoentoe (1973), sarana fisik pedagang informal dapat dikelompokkan sebagai berikut:

a. Gerobak/Kereta Dorong

Bentuk sarana berdagang ini ada dua jenis, yaitu gerobak/kereta dorong yang beratap sebagai pelindungan untuk barang dagangan dari pengaruh panas, debu, hujan dan sebagainya serta gerobak/kereta dorong yang tidak beratap. Sarana ini dikategorikan jenis pedagang informal yang menetap dan tidak menetap. Biasanya jenis komoditas dagangan yang dijajakan dengan sarana ini berupa makanan, minuman, rokok, dan yang lainnya yang praktis dan bisa dimasukkan ke dalam *box* gerobak atau kereta dorong.

b. Gelaran/Alas

Bentuk sarana berdagang ini berupa kain, tikar, terpal, dan lain-lain. Bentuk sarana ini dikategorikan semi menetap (*semi static*) sehingga setelah berjualan

mereka akan menutup dagangan dengan alas berjualan dan membawanya pulang. Pada umumnya sarana berdagang ini sering dijumpai pada jenis barang dagangan kelontong.

c. Jongko/Meja

Bentuk sarana berdagang ini dapat beratap atau tidak beratap, biasanya jongko/meja ini akan ditinggal atau dibawa pulang setelah selesai berjualan. Sarana seperti ini dikategorikan pedagang informal yang menetap (*static*).

d. Kios

Pedagang yang menggunakan bentuk sarana ini dikategorikan pedagang yang menetap (*static*), karena secara fisik jenis ini tidak dapat dipindahkan. Biasanya merupakan bangunan semi permanen yang dibuat dari papan atau seng dengan beragam ukuran ruang tergantung dari kebutuhan ruang untuk berjualan yang beraneka macam.

e. Pikulan/Keranjang

Bentuk sarana berdagang ini digunakan oleh para pedagang yang keliling (*mobile hawkers*) atau semi menetap (*semi static*) dengan menggunakan satu atau dua buah keranjang dengan cara dipikul. Bentuk ini dimaksudkan agar barang dagangan mudah untuk dibawa berpindah-pindah tempat dari satu tempat ke tempat yang lainnya.

f. Warung Semi Permanen

Bentuk sarana berdagang ini terdiri dari beberapa gerobak yang diatur berderet yang dilengkapi dengan meja dan bangku-bangku panjang yang bisa dibawa kemana-kemana. Biasanya beratap dari bahan terpal atau plastik yang tidak tembus air. Pedagang informal dengan bentuk sarana ini dikategorikan pedagang informal yang menetap/semi menetap dan kebanyakan ditemui pada pedagang yang berjualan makanan dan minuman.

5. Ukuran ruang dagang

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Waworoentoe (1973), bahwa masing-masing jenis bentuk sarana berdagang memiliki ukuran yang berbeda-beda, sehingga berbeda pula ukuran ruang yang diperlukan. Besaran ruang mempengaruhi dalam pengaturan dan penataan ruang untuk pedagang kaki lima sebagai bagian dari sektor informal. Selain itu, menurut Setiawan (1995)

terdapat lima faktor yang berpengaruh terhadap perilaku manusia, yaitu: ruang, ukuran dan bentuk, perabot dan penataannya, warna, dan suara. Ukuran dan bentuk ruang harus disesuaikan dengan fungsi yang akan diwadahi, ukuran yang terlalu besar atau kecil akan mempengaruhi keadaan psikologis penggunanya.

2.4. Perilaku dan Pola Aktivitas Pedagang Informal

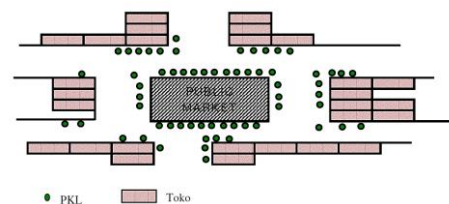
1. Pola Penyebaran

Mc Gee dan Yeung (1977) menyatakan bahwa pola penyebaran PKL dipengaruhi oleh:

- a. Aglomerasi, kegiatan PKL memanfaatkan adanya kegiatan-kegiatan pada sektor formal (Pusat-pusat perbelanjaan) untuk menjadi daya tarik tersendiri. Adapun cara menarik konsumen yaitu dengan berjualan berkelompok (aglomerasi) dan bekerja sama dengan pedagang pada jenisnya dan saling mendukung satu sama lain. Seperti pada penjual makanan dan minuman yang berada pada kawasan yang sama, pengelompokan ini juga menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen, karena dapat bebas memilih barang atau jasa yang diminatinya pada satu lokasi yang sama.
- b. Aksesibilitas, para PKL lebih suka berlokasi di sepanjang pinggir jalan utama dan tempat-tempat yang sering dilalui pejalan kaki dan ramai dilewati orang banyak setiap waktunya.

Menurut Mc.Gee dan Yeung (1977) dalam Mylajingga & Mauliani (2019), terdapat dua kategori pola aktivitas penyebaran PKL, yaitu:

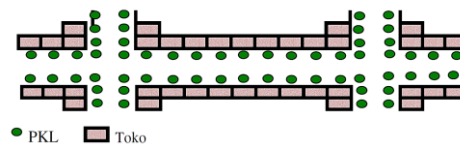
- 1) Pola Penyebaran Mengelompok (*Focus agglomeration*), terjadi pada pinggir jalan, disekitar pinggiran pasar umum atau ruang terbuka publik. Pengelompokan ini terjadi karena pemusatan kegiatan atau pengelompokan pedagang yang memiliki sifat sama/berkaitan antara yang satu dengan yang lainnya. Biasanya dijumpai pada para pedagang makanan dan minuman.



Gambar 2. Pola penyebaran mengelompok (*focus agglomeration*)

Sumber: Mc. Gee dan Yeung (1977)

2) Pola Penyebaran Memanjang (Linier agglomeration), pola penyebaran ini dipengaruhi oleh pola jaringan jalan. Pola ini terjadi di sepanjang/pinggiran jalan utama atau pada jalan penghubung. Pola ini terjadi berdasarkan pertimbangan kemudahan mencapai lokasi, sehingga mempunyai kesempatan yang besar untuk mendapatkan konsumen yang melewatinya. Jenis komoditi yang biasa diperdagangkan adalah sandang/pakaian, rokok/obat-obatan kelontong, jasa reparasi, buah-buahan, dan lain-lain.



Gambar 3. Pola penyebaran memanjang (*linier agglomeration*)
Sumber: Mc. Gee dan Yeung (1977)

2. Sifat Pelayanan

Menurut Mc Gee dan Yeung (1977), sifat pelayanan pedagang informal dikelompokkan menjadi tiga, yaitu:

a. Menetap (*Static*)

Ciri utama sifat pelayanan ini adalah pedagang berjualan menetap pada suatu lokasi tertentu. Dalam hal ini setiap pembeli atau konsumen harus datang sendiri ke tempat pedagang dimana pedagang tersebut berada. Sarana fisik berdagang dengan sifat seperti ini biasanya berupa kios atau jongko/roda/kereta beratap.

b. Setengah Menetap (*Semi Static*)

Ciri utama sifat pelayanan ini adalah pedagang yang berjualan pada periode tertentu menetap pada suatu lokasi kemudian bergerak setelah waktu berjualan selesai (pada sore hari atau malam hari). Sifat pelayanan ini merupakan suatu bentuk layanan pedagang yang mempunyai sifat menetap yang sementara, yaitu hanya pada saat-saat tertentu saja. Dalam hal ini pedagang akan menetap bila ada kemungkinan datangnya pembeli yang cukup besar. Biasanya pada saat ramainya pengunjung di pusat kota, misalnya pada saat para pegawai masuk/keluar kantor, pada jam istirahat/pulang anak sekolah, dan sebagainya. Apabila tidak ada kemungkinan pembeli yang cukup besar, maka pedagang tersebut akan berkeliling. Sarana fisik berdagang dengan sifat seperti ini biasanya berupa kios beroda, jongko atau roda/kereta beratap.

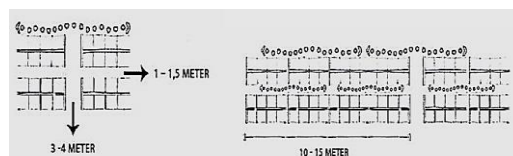
c. Tidak Menetap/Berkeliling (*Mobile*)

Ciri utama sifat pelayanan ini adalah pedagang yang berjualan bergerak dari satu tempat ke tempat lain atau biasa dikenal juga sebagai pedagang keliling. Sifat pelayanan ini merupakan suatu bentuk layanan pedagang yang dalam melayani konsumennya mempunyai sifat yang selalu berusaha mendatangi atau mengejar konsumen. Biasanya pedagang yang mempunyai sifat ini adalah pedagang yang mempunyai volume dagangan yang kecil. Aktivitas pedagang pada sifat pelayanan ini ditunjukkan dengan sarana fisik perdagangan yang mudah dibawa. Biasanya bentuk sarana fisik berdagangnya berupa kereta dorong maupun pikulan/keranjang.

Selain itu, Mc Gee dan Yeung (1977) juga menyatakan bahwa sarana fisik berdagang dan jenis komoditas dagangan sangat dipengaruhi oleh sifat pelayanan PKL.

2.5. Sirkulasi dan Zonasi Pasar

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 – 4 meter dan sirkulasi sekunder memiliki besaran 1,5 – 2 meter. Panjang los untuk pasar mempunyai panjang 10 – 15 meter serta kios 20 – 30 meter (Dewar & Watson, 1990) (Pradhipta, Razziati, dan Handajani, 2015).



Gambar 4. Dimensi lebar sirkulasi utama dan sekunder pasar yang efektif

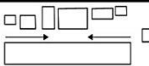


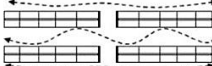
Sumber: Dewar dan Watson (1990)

Pengelompokan komoditas sejenis pada pasar akan memberikan dampak kesinambungan area komoditas yang terkait. Satu kesatuannya jenis komoditas dagang membuat pengunjung tidak perlu mencari kebutuhan yang sama pada area tertentu yang lainnya. Dengan pembagian zona ini dimaksudkan agar kategori berdasarkan jenis dagang dapat memudahkan penataan komoditas dan meminimalisir pergerakan para pedagang ilegal serta menghilangkan dampak pergeseran zonasi yang telah terbentuk.

2.6. Ruang Terpinggirkan (*Spatial Marginalization/Dead Spots*)

Menurut Dewar dan Watson (2018), masalah yang paling sering ditemui berhubungan dengan layout fisik ruang pasar adalah masalah ruang terpinggirkan (*spatial marginalization*). Layout tersebut berhubungan dengan pergerakan populasi pengunjung didalam sebuah pasar yang berkaitan dengan tata ruang los atau kios-kiosnya. Pergerakan/sirkulasi didalam pasar dapat berpengaruh pada sering atau jarang nya tempat/kios/los dikunjungi atau dilewati oleh calon pembeli, sehingga tidak menutup kemungkinan tempat-tempat didalam pasar mati/jarang dikunjungi oleh pembeli (*dead spots*). Adapun empat bentuk dari *dead spots* yang perlu diperhatikan dalam mengamati sebuah pasar (Dewar dan Watson, 2018) antara lain:

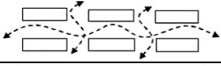
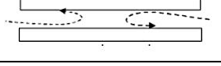
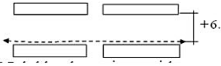
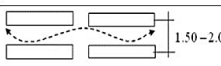
Tabel 1. *Dead spots* pada pasar

No	Keterangan	Gambar
1	<i>Dead spots</i> yang disebabkan oleh bentuk pasar yang tidak bersebelahan atau terpecah (<i>caused by a non contiguous, fragmented market form</i>).	
2	<i>Dead spots</i> yang terjadi ketika toko dan kios saling berhadapan dan membentuk pola siku.	
3	<i>Dead spots</i> yang disebabkan oleh banyaknya pertemuan jalur sirkulasi pengunjung.	
4	<i>Dead spots</i> yang disebabkan terlalu lebarnya jalur sirkulasi pengunjung.	

Sumber: Dewar dan Vanessa W (1990)

Selain masalah *dead spots*, panjang kios/los (*stalls*) dan lebar jalur sirkulasi yang berpengaruh kepada pergerakan konsumen didalam pasar, terdapat beberapa hubungan dan contoh fenomenanya antara lain:

Tabel 2. Hubungan panjang kios/los (*stalls*), lebar jalur sirkulasi, dan pergerakan konsumen didalam pasar

No	Keterangan	Gambar
1	Terlalu pendeknya jalur pertemuan untuk pergerakan pembeli.	
2	Terlalu panjangnya jalur pertemuan untuk pergerakan pembeli.	
3	Terlalu lebar dan panjangnya jalur untuk pergerakan pembeli.	
4	Terlalu sempitnya jalur untuk pergerakan pembeli.	

Sumber: Dewar dan Vanessa W (1990)

2.7. Pedagang Kaki Lima

Pedagang kaki lima atau yang disingkat (PKL) merupakan pedagang yang identik dengan menjajakan barang dan jasanya untuk dijual ke pengunjung di tempat ruang untuk kepentingan umum seperti pinggir jalan atau trotoar yang biasanya menggunakan gerobak dorong. Banyaknya pedagang kaki lima di ruang trotoar terkadang membuat dan mengganggu pengguna jalan tersebut baik pengguna motor, mobil maupun pejalan kaki.

Timbulnya banyaknya pedagang kaki lima di ruang yang fungsional karena adanya keterpaksaan dan kurangnya lapangan kerja, serta peran pemerintah dalam merespon hal tersebut kurang baik, misalnya banyaknya masyarakat yang berprofesi jadi pedagang kaki lima dengan lahan terbatas pemerintah tidak memberikan wadah atau fasilitas untuk mereka melakukan kegiatan aktivitas berdagang.

Proses urbanisasi yang berangkaian dari desa ke kota besar membuat Kawasan semakin padat penduduk dan pertumbuhan kesempatan kerja yang lambat membuat seseorang lebih memilih berwirausaha untuk memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga (Ramadhan, 2015).

Pedagang kaki lima diartikan sebagai pedagang kecil yang menyalurkan dagangannya ke kota atau tempat yang lebih besar dengan pendapatan yang relatif rendah dan diperjual belikan ditempat umum (Yusroni, 2009). Walaupun seperti itu kalangan bawah juga masih membutuhkan mereka, karena dagangan yang mereka jual lebih murah dibandingkan tempat tempat yang modern. Maka dari itu, keberadaan mereka adalah keinginan dari rakyat itu sendiri (Giyarto, 2014).

Sektor informal menggambarkan bagian angkatan kerja kota yang berada diluar pasar tenaga terorganisasi. Aktifitas-aktifitas informal tersebut merupakan cara melakukan sesuatu yang ditandai: mudah untuk dimasuki; bersandar pada sumber daya lokal; usaha milik sendiri; operasinya dalam skala kecil; padat karya dan teknologinya bersifat adaptif; keterampilan dapat diperoleh diluar sistem sekolah formal; dan tidak terkena secara langsung oleh regulasi (Kurniadi, 2016). Walaupun sektor informal khususnya pasar informal tidak disukai kehadirannya

namun bagaimanapun pasar ini cukup memberi wajah kota di Indonesia (Hantono, 2019).

2.8. Pengguna Pasar

Pengguna pasar dibedakan menjadi dua, yaitu pembeli dan pedagang.

1. Pembeli

Menurut Damsar (1997: 103) ada beberapa tipe pembeli yaitu:

- a. Pengunjung, yaitu mereka yang datang ke lokasi pasar tanpa mempunyai tujuan untuk melakukan pembelian terhadap sesuatu barang atau jasa. Mereka adalah orang-orang yang menghabiskan waktu luangnya di lokasi pasar.
- b. Pembeli, yaitu mereka yang datang ke lokasi pasar dengan maksud untuk membeli suatu barang atau jasa, tetapi tidak mempunyai tujuan ke (di) mana akan membeli.
- c. Pelanggan, yaitu mereka yang datang ke lokasi pasar dengan maksud membeli sesuatu barang atau jasa dan punya arah tujuan yang pasti ke (di) mana akan membeli. Seseorang yang menjadi pembeli tetap dari seorang penjual tidak terjadi secara kebetulan, tetapi melalui proses interaksi sosial.

2. Pedagang

Pedagang adalah orang atau institusi yang memperjualbelikan produk atau barang, kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung. Sosiologi ekonomi membedakan pedagang berdasarkan penggunaan dan pengelolaan pendapatan yang dihasilkan dari perdagangan dan hubungannya dengan ekonomi keluarga. Berdasarkan studi sosiologi ekonomi tentang pedagang yang telah dilakukan oleh Geertz (1963), Mai dan Buchholt, dan lain-lain (Damsar, 1997: 107) dapat disimpulkan bahwa pedagang dibagi atas :

- a. Pedagang profesional yaitu pedagang yang menganggap aktivitas perdagangan merupakan sumber utama dan satu-satunya bagi ekonomi keluarga.
- b. Pedagang semi profesional adalah pedagang yang mengakui aktivitasnya untuk memperoleh uang, tetapi pendapatan dari hasil perdagangan merupakan sumber tambahan bagi ekonomi keluarga. Derajat tambahan tersebut berbeda pada setiap orang dan masyarakat.

- c. Pedagang subsistensi merupakan pedagang yang menjual produk atau barang dari hasil aktivitas atas substensi untuk memenuhi ekonomi rumah tangga.
- d. Pedagang semu adalah orang yang melakukan kegiatan perdagangan karena hobi atau untuk mendapatkan suasana baru atau mengisi waktu luang. Pedagang jenis ini tidak mengharapkan kegiatan perdagangan sebagai sarana untuk memperoleh uang, malahan mungkin saja sebaliknya ia akan memperoleh kerugian dalam berdagang.

2.9. Sektor Formal dan Sektor Informal

Perbedaan dan persamaan sektor formal dan informal dapat dilihat dalam tabel yang dijabarkan secara umum oleh Alisjahbana:

Tabel 3. Perbedaan sektor formal dan informal

No.	Aspek	Sektor Informal	Sektor Formal
1.	Skala usahanya	Kecil dan tidak berbadan hukum	Menengah hingga besar dan berbadan hukum
2.	Kelayakan usaha	Tidak ada/seadanya	Ada dan diprioritaskan
3.	Pembukuan usaha	Tidak ada/ sederhana	Ada dan sesuai standar
4.	Perencanaan usaha	Ada sambil jalan	Ada dan terus-menerus
5.	Permodalan	Kecil	Menengah hingga besar
6.	Sumber modal	Milik sendiri/patungan Bank plecit	Milik sendiri/patungan bank umum
7.	Perputaran modal	lambat	Cepat
8.	Pengakuan Negara	Tidak ada/kecil	Diakui
9.	Perlindungan hokum	Tidak ada/kecil	Dilindungi
10.	Bantuan Negara	Tidak ada/tidak sampai	Rutin
11.	Izin usaha	Tidak resmi	Resmi dari Negara
12.	Pemberi izin	RT/RW/tetangga usaha	Negara
13.	Unit usaha	Mudah berganti	Relative tetap
14.	Kegiatan usaha	Kurang terorganisasi	Sangat terorganisasi
15.	Organisasi	Kekeluargaan	Birokrasi
16.	Teknologi yang digunakan	Sederhana dan padat karya	Modern dan padat modal
17.	Pendidikan formal	Tidak begitu diperlukan	Sangat diperlukan
18.	Keterampilan	Lebih banyak buka dari lembaga formal	Dididik oleh lembaga formal
19.	Jam kerja	Tidak tentu	Sudah tertentu
20.	Stok barang	Sedikit hingga sedang	Sedang hingga besar
21.	Kualitas barang	Rendah hingga menengah	Standar
22.	Omzet	Tidak tentu dan sulit diprediksi	Tidak tentu akan tetapi dapat diprediksi

No.	Aspek	Sektor Informal	Sektor Formal
23.	Khalayak ramai	Kelas bawah, menengah, hingga atas	Kelas bawah, menengah, hingga atas
24.	Jumlah karyawan	Tidak tentu biasanya 1-5	Tidak tentu biasanya lebih dari 5
25.	Hubungan kerja	Keluargaan dan saling percaya	Berdasarkan kontrak kerja yang disepakati
26.	Hubungan majikan dengan karyawan	Keluargaan, teman, tetangga	Bebas memilih karyawan sesuai yang dibutuhkan
27.	Tempat usaha ss	Mudah berpindah-pindah, sempit	Permanen dan rata-rata luas
28.	Kontribusi terhadap Negara	Relatif kecil	Relatif besar
29.	Karakteristik usaha	Mudah dimasuki	Sulit dimasuki

Sumber: Alisjahbana (205:186)

2.10. Pengertian Pedagang Informal

Menurut Manning (1996: 111), aktivitas disebut formal atau tidak, yang membedakannya adalah birokrasi dalam bidang perijinan. Usaha formal cenderung lebih banyak dilindungi daripada golongan informal. Perlindungan tersebut diberikan oleh organisasi dari pemerintah ataupun organisasi buruh.

Sektor formal menurut Hart (dalam Manning dan Tadjuddin, 1996: 211) dibagi ke dalam tiga bagian, yaitu:

1. Sektor usaha swasta dengan lima pekerja atau lebih,
2. Sektor pemerintah,
3. Sektor swasta yang terorganisir yang mempekerjakan kurang dari lima orang.

Manning (1996: 211) juga menjelaskan bahwa dalam aktivitas formal dikenal juga istilah sektor formal semu yang meliputi: pekerja profesional usaha sendiri (advokat, dokter, wiraswasta), kegiatan industri rumah tangga, unit usaha kecil dengan mesin, pekerja bangunan serta kegiatan komersial dengan modal besar. Sektor formal semu ini merupakan kegiatan-kegiatan tertentu yang tidak harus memerlukan ketrampilan tinggi atau modal besar tetapi dapat mendatangkan penghasilan yang tinggi karena faktor kestrategisan yang terletak di kota (Octora LS, 2006:27). Terhadap kesempatan memperoleh penghasilan antara sektor formal dan informal, pada dasarnya terletak pada perbedaan antara pendapatan dari gaji dan pendapatan dari usaha sendiri. (Manning, 1996: 78).

Konsep informalitas perkotaan tidak terlepas dari dikotomi sektor formal dan sector informal yang mulai dibicarakan pada awal tahun 1970-an. Fenomena

sektor informal merupakan fenomena yang sangat umum terjadi di negara-negara berkembang. (Deden Rukmana, 2005).

Konsep sektor informal pertama diperkenalkan oleh Keith Hart (1971) seorang anggota Organisasi Tenaga Kerja Internasional ILO (International Labour Organization), konsep ini semakin berkembang sehingga mulai dikembangkan “effective development strategy”. Pada konferensi ke 90 ILO tahun 2002 konsep baru informal economy mulai digunakan pada sektor informal yaitu seperti pengusaha kecil, pedagang hewan peliharaan, pekerja kerajinan rumah, termasuk tukang semir, buruh pabrik, dan pedagang kaki lima. (Md. Hedayet Ullah C, 2005).

2.11. Pasar Informal

Dalam keseharian banyak sekali ditemui bermacam-macam bentuk pasar. Untuk itu, Damsar dan Indrayani (2018) dalam bukunya yang berjudul “Pengantar Sosiologi Pasar” membagi pasar berdasarkan manajemen dan tampilan fisik dalam 2 jenis pasar, yaitu:

1. Pasar konvensional.

Pasar konvensional ditandai oleh tampilan fisik yang sederhana dan tradisional yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan terhadap suatu barang atau jasa kecuali pasar di perdesaan. Bila dilihat dari manajemen bisnis, pasar konvensional tidak dikelola secara profesional, misalnya tidak ada pemisahan antara keuangan usaha dan keuangan rumah tangga. Pasar konvensional ini terdiri dari berbagai macam lagi, diantaranya:

a. Warung atau kedai

Dalam aktivitas jual-beli, pemilik atau pelayan warung memberi pelayanan secara pribadi (personal) kepada pembelinya karena adanya unsur kedekatan atau saling mengenal antara kedua pihak. Pedagang juga tidak membedakan pelayanan antara pembeli dengan jumlah yang banyak atau dengan yang sedikit. Pada masa lalu, warung terbentuk oleh adanya kebutuhan makan, minum, dan istirahat. Oleh karena itu banyak pembeli yang berlama-lama dalam proses bertransaksi di warung.

b. Kios dan los

Kios merujuk pada deretan petak bangunan (blok) pada pasar tradisional yang dikelola oleh pemerintah sedangkan los deretan unit usaha yang tidak memiliki

dinding/sekat. Untuk membedakan antar unit los para pedagang biasanya menggunakan garis, meja, atau tumpukan barang.

c. Pedagang kaki lima (PKL)

Pedagang Kaki Lima (PKL) merupakan bentuk ritel yang menggunakan ruang publik, seperti: bahu jalan, trotoar, taman, dan lain-lain, baik sifatnya menetap maupun berpindah-pindah. Penggunaan ruang publik khususnya ruang terbuka sudah menjadi hal perdebatan sepanjang sejarah perkotaan.

d. Toko

Sama halnya dengan warung dan kios, toko juga merupakan unit bangunan untuk berjualan. Bedanya adalah wujud fisik toko yang permanen dan lebih baik kualitasnya. Bisa menggunakan tenaga kerja tambahan yaitu pelayan yang khusus melayani pembeli. Dari segi manajemen, toko juga lebih baik dibandingkan dengan warung dan kios.

e. Pasar loak

Berbeda dengan jenis-jenis pasar sebelumnya, pasar loak menjual barang-barang bekas pakai.

2. Pasar kontemporer

Dari segi tampilan fisik dan manajemen, pasar kontemporer lebih modern dan profesional. Orang berkunjung bukan hanya memenuhi kebutuhan terhadap barang atau jasa saja tetapi juga untuk memanfaatkan waktu luang (*leisure activity*). Pasar kontemporer terdiri dari beberapa macam, yaitu:

a. *Department store*

b. Swalayan:

- *Minimarket*
- *Midimarket*
- *Supermarket*
- *Hypermarket*

c. *Direct selling*

d. *Vending machine*

e. E-ritel.

Berdasarkan operasionalnya, pasar konvensional dapat dibedakan sebagai pasar tradisional dan pasar informal. Pasar tradisional merupakan pasar yang

memiliki manajemen sendiri walaupun sederhana atau dikelola oleh pemerintah daerah sedangkan pasar informal yaitu pasar yang dikelola secara mandiri (*self organized*). Pasar informal tidak terdaftar secara resmi serta produksi dan kegiatan komersialnya tidak dikendalikan oleh pemerintah (Renko & Petljak, 2018). Menurut Renko & Petljak, pasar informal terdiri atas 4 macam, yaitu:

1) Pasar Jalanan

Pasar jalanan merupakan pasar yang penyajiannya cukup sederhana.

2) Pasar Basah

Dinamakan pasar basah karena pasar ini selalu dalam keadaan basah disebabkan dari berbagai macam jenis jualannya, seperti: sayuran, daging, ikan, makanan, dan lain-lain. Pasar basah dibangun secara non permanen, terdiri dari meja, pergola, peti, dan spanduk.

3) Pasar Loak

Pasar loak adalah pasar yang menjual barang bekas. Pada umumnya pedagang menggelar barang dagangannya di ruang terbuka.

4) Bazar

Bazar adalah pasar atau kumpulan toko-toko tempat barang dan jasa lain ditampilkan. Menurut Rukayah & Baroto (2012) dalam Renko & Petljak (2018) bazar merupakan akar tradisi lokal yang merujuk pada ruang terbuka. Secara terminologi, bazar adalah pasar yang sengaja diselenggarakan untuk jangka waktu beberapa hari; pameran dan penjualan barang-barang kerajinan, makanan, dan sebagainya yang hasilnya untuk amal; pasar amal atau menurut istilah lain yaitu sebuah wilayah berdagang permanen, pasar, atau jalan dimana toko-toko barang dan jasa dipertukarkan atau dijual.

Konsep sektor informal pertama kali diperkenalkan oleh *International Labour Organization* (ILO) pada tahun 1973. Sektor informal disebutkan untuk membedakan dengan sektor formal yang telah ada terlebih dahulu. Menurut Magdalena dalam Widjajanti (2012) menyebutkan beberapa karakteristik ekonomi sektor informal, yaitu:

1) Tumbuh tanpa adanya izin usaha dari lembaga resmi sehingga keberadaannya tidak terdaftar atau tercatat secara resmi.

- 2) Kegiatan usaha dikelola tanpa adanya fasilitas atau kelembagaan yang resmi sehingga memiliki manajemen yang tidak teratur.
- 3) Tidak memiliki atau bahkan sedikit sekali akses ke sektor formal, seperti: lembaga kredit, jasa dan fasilitas umum, dan lain-lain.
- 4) Bantuan dan kebijaksanaan pemerintah tidak sampai pada sektor ini.
- 5) Tidak mendapatkan payung hukum, perundang-undangan perburuhan, serta perlindungan di tempat kerja.
- 6) Skala pelayanan dan modal yang kecil.
- 7) Unit usaha sering berganti-ganti.
- 8) Usaha dikerjakan sendiri ataupun mendapat bantuan dari teman atau kerabat dekat.
- 9) Hasil produksi kebanyakan dinikmati masyarakat menengah ke bawah.

Berdasarkan kajian di atas maka dapat disimpulkan bahwa pasar informal adalah pasar yang pada awalnya tumbuh sendiri (*unorganized*) kemudian berkembang secara mandiri (*self organized*) pada suatu ruang terbuka secara sederhana. Kesederhanaan pasar informal ini bisa dilihat dari beberapa aspek, yaitu:

- 1) Fisik, berupa bangunan non permanen atau tanpa bangunan.
- 2) Manajemen yang sangat sederhana, misal: tidak adanya harga label harga sehingga tidak ada kepastian harga, tidak adanya pemisahan antara keuangan usaha dan keuangan rumah tangga.
- 3) Pemilik usaha menguasai seluruh bidang kerja, mulai dari tenaga penjual, kasir, stok barang, dan lain-lain.

2.12. Pasar Informal di Indonesia

Aktivitas perdagangan pada sektor informal tidak tercatat secara resmi sehingga sangat sulit untuk mendata keberadaan dan pertumbuhannya. Mereka dapat tumbuh dimana dan kapan saja tanpa melalui proses perencanaan dan perancangan terlebih dahulu sehingga pada perkembangan selanjutnya mereka memiliki keterbatasan dan mendapatkan tekanan dari berbagai aspek, seperti:

kebutuhan ruang, sarana & prasarana, lingkungan, hukum, intimidasi dari oknum tertentu, dan lain-lain.

Di tengah lingkungan yang memiliki keterbatasan dan tekanan yang cukup tinggi, pasar informal tetap tumbuh dan berkembang dengan pesat. Pedagang melakukan upaya proses mempertahankan diri dari segala keterbatasan dan tekanan tersebut yang dilakukan dengan upaya sendiri. Keinginan bertahan untuk hidup ini merupakan naluri atau sifat dasar dari setiap manusia. Upaya pertahanan ini terus berproses sehingga mendapatkan penjelasan rasional untuk menyelamatkan kepentingannya (Asiyah, 2012).

Adaptasi yang dilakukan oleh pedagang juga dijelaskan oleh Rochimah & Asriningpuri (2017) dalam penelitian mereka. Fleksibilitas perilaku pedagang merupakan usaha mereka dalam menghadapi keterbatasan ruang. Mereka duduk di depan atau diantara susunan barang dagangan, berdiri pada salah satu sisi gerobak jualan sebagai upaya dalam pengawasan dan melayani calon pembeli (Rochimah & Asriningpuri, 2017). Keterbatasan ruang dalam konteks ruang publik biasanya ditemui dalam bentuk ruang bersama yaitu ruang yang digunakan berdasarkan kesepakatan bersama antar sesama penggunanya (Prayitno, 2017).

Kemampuan bertahan terhadap tekanan dan keterbatasan bukan hanya berdasarkan desakan kebutuhan hidup pedagang saja melainkan juga adanya kebutuhan warga terhadap barang dan jasa yang ditawarkan. Kehadirannya dalam jangka waktu yang cukup lama telah menjadikan pasar informal menjadi bagian yang tak terpisahkan dengan lingkungannya meskipun menimbulkan berbagai persoalan dan permasalahan (Sudarisman, 2017).

Pada kenyataannya aktivitas pada pasar informal mengakibatkan perubahan sifat ruang dari ruang publik menjadi ruang privat sehingga menimbulkan beberapa masalah yang sangat mengganggu pada banyak ruang kota di seluruh Indonesia, diantaranya: mempersempit ruang jalan karena dipakai oleh pedagang untuk berjualan, aktivitas transaksi jual beli antara pedagang dan pembeli, dan lain-lain sehingga menimbulkan kemacetan (Murtini & Wahyuningrum, 2017), (Irianto, 2014), kondisi pasar yang tidak teratur, kotor, bau, tumpukan sampah dan genangan air yang menyebabkan penurunan kualitas visual, kenyamanan, dan kesehatan lingkungan (Wasilah, Rahman, & Misbahuddin, 2017), (Zunaidi, 2013), adanya

parkir liar sehingga mengurangi mobilitas pengguna (Cintiyadewi & Khadiyanto, 2014), (Németh, 2012), terganggunya kelestarian lingkungan dengan perilaku pedagang dan pembeli yang tidak menjaga keberlangsungan tanaman dan pohon yang ada (Puspitasari, 2010), dan lain-lain. Keberadaan PKL juga dapat menimbulkan konflik antar sesama pedagang yaitu antara pedagang tetap yang menempati toko dengan PKL yang menggunakan ruang terbuka publik. Pedagang tetap merasa terganggu karena keberadaan PKL yang menempati lokasi di depan toko tersebut (F. Kurniadi, Pramitasari, & Wijono, 2012).

Sebenarnya sudah banyak yang telah diupayakan masing-masing pemerintah daerah setempat untuk mengendalikan pertumbuhan pedagang sektor informal tersebut. Pemerintah Kota Semarang pernah merelokasi sekitar limapuluhan pedagang Pasar Tradisional Bulu Semarang yang menempati lahan parkir beberapa kali namun semua usaha tersebut gagal. Para pedagang tersebut hanya mampu bertahan hingga 2 hari pada lantai 2 bangunan pasar dan akhirnya kembali lagi menempati area parker sebelumnya (Devy, 2009). Pemerintah Kota Bandung juga telah melakukan beberapa upaya dalam mengatur keberadaan para pedagang informal pada Taman Tegalega, diantaranya: pemindahan lokasi berdagang dari luar ke dalam taman, pembatasan waktu berdagang, revitalisasi taman (hasil sayembara pemerintah daerah), hingga akhirnya pelarangan aktivitas mereka. Namun, usaha tersebut hanya bersifat sementara karena dalam waktu yang tidak begitu lama para pedagang menempati kembali lokasi yang sama untuk berdagang (Sudarisman, 2017). Upaya yang telah dilakukan pemerintah untuk menata keberadaan pedagang informal melalui usaha penertiban, pengawasan, pemindahan, dan lain-lain sering mengalami kegagalan (Zamahsari, 2017), (Dengah, Pioh, & Kairupan, 2017), (I. R. Kurniadi, 2016), (Tahir & Riskasari, 2015), (Atun, 2015), (Asiyah, 2012).

2.13. Hubungan antara *Setting* dan Perilaku Manusia

Aktivitas manusia sebagai wujud dari perilaku yang ditunjukkan mempengaruhi dan dipengaruhi oleh tatanan (*setting*) fisik yang terdapat dalam ruang yang menjadi wadahnya, sehingga untuk memenuhi hal tersebut di butuhkan adanya (Widley dan Scheid dalam Weisman, 1987):

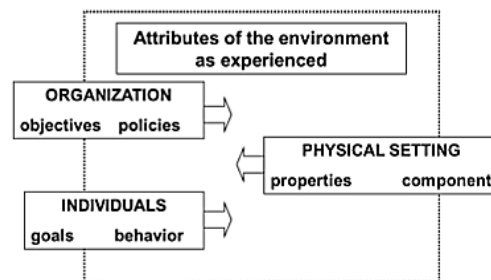
1. Kenyamanan, menyangkut keadaan lingkungan yang memberikan rasa sesuai dengan panca indera.
2. Aksesibilitas, menyangkut kemudahan bergerak melalui dan menggunakan lingkungan sehingga sirkulasi menjadi lancar dan tidak menyulitkan pemakai.
3. Legibilitas, menyangkut kemudahan bagi pemakai untuk dapat mengenal dan memahami elemen-elemen kunci dan hubungannya dalam suatu lingkungan yang menyebabkan orang tersebut menemukan arah atau jalan.
4. Kontrol, menyangkut kondisi suatu lingkungan untuk mewujudkan personalitas, menciptakan teritori dan membatasi suatu ruang.
5. Teritorialitas, menyangkut suatu pola tingkah laku yang ada hubungannya dengan kepemilikan atau hak seseorang atau sekelompok orang atas suatu tempat. Pola tingkah laku ini mencakup personalisasi dan pertahanan terhadap gangguan dari luar (Holahan, 1982 dalam Hartanti, 1997)
6. Keamanan, menyangkut rasa aman terhadap berbagai gangguan yang ada baik dari dalam maupun dari luar.

Behavioral setting didefinisikan sebagai suatu kombinasi yang stabil antara aktivitas, tempat, dan kriteria berikut menurut Barker 1968 dalam Joyce 2005:

1. Terdapat suatu aktivitas yang berulang berupa suatu pola perilaku (*standing pattern of behaviour*),
2. Dengan tata lingkungan tertentu (*circumfacent milieu*), *milieu* ini berkaitan dengan pola perilaku,
3. Membentuk suatu hubungan yang sama antar keduanya (*synomorphy*),
4. Dilakukan pada periode waktu tertentu (*a specific time period*).

Ruang yang menjadi wadah dari aktivitas di upayakan untuk memenuhi kemungkinan kebutuhan yang diperlukan manusia, yang artinya menyediakan ruang yang memberikan kepuasan bagi pemakainya. *Setting* terkait langsung dengan aktivitas manusia sehingga dengan mengidentifikasi sistem aktivitas yang terjadi dalam suatu ruang akan teridentifikasi pula sistem *setting*nya yang terkait dengan keberadaan elemen dalam ruang (Rapoport,1991). Setiap pelaku kegiatan akan menempati *setting* yang berbeda, sesuai dengan karakter kegiatannya. Batas *behaviour setting* dapat berupa batas fisik, batas administrasi atau batas simbolik.

Sistem interaksi antara perilaku manusia dan lingkungannya digambarkan oleh Weisman 1977 sebagai berikut:



Bagan 2. Interaksi perilaku manusia dengan lingkungan versi Weisman
Sumber: Archea (1977)

Organisasi, individu dan *setting* fisik merupakan tiga hal mendasar dalam sistem interaksi manusia. Seperti yang dijelaskan pada bagan 2, interaksi pengguna terhadap lingkungannya akan mengacu pada tiga hal, pada penelitian ini yaitu organisasi yang berarti tujuan dibuatnya ruang-ruang. Hal berikutnya yaitu individu, berupa perilaku dengan kebutuhan tiap personal, menciptakan keadaan atau situasi yang diinginkan. Hal terakhir adalah *setting* fisik dari ruang-ruang itu sendiri, berupa komponen fisik dari ruang tersebut.

2.14. Pengertian Behaviorisme (Perilaku)

Kata perilaku menunjukkan manusia dalam aksinya, berkaitan dengan aktivitas manusia secara fisik, berupa interaksi manusia dengan sesamanya ataupun dengan lingkungan fisiknya (Tandal dan Egam, 2011).

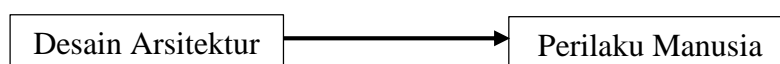
Teori behaviorisme hanya menganalisa perilaku yang tampak, dapat diukur, dilukiskan, dan diramalkan. Teori kaum behaviorisme lebih dikenal dengan nama teori belajar, karena seluruh perilaku manusia adalah hasil belajar. Belajar artinya perubahan perilaku manusia sebagai pengaruh lingkungan. Behaviorisme tidak mempersoalkan apakah manusia itu baik atau jelek, rasional atau emosional, behaviorisme hanya ingin mengetahui bagaimana perilakunya dikendalikan oleh faktor-faktor lingkungan. Dalam arti teori belajar yang lebih menekankan pada tingkah laku manusia. Memandang individu sebagai makhluk reaktif yang memberi respon terhadap lingkungan.

Dilihat dari bentuk respon terhadap stimulus ini, maka perilaku manusia dapat dibedakan menjadi dua (Tandal dan Egam, 2011), yaitu:

1. Perilaku tertutup, adalah bentuk respon seseorang terhadap stimulus dalam bentuk terselubung atau tertutup (covert). Respon atau reaksi terhadap stimulus ini masih terbatas pada perhatian, persepsi, pengetahuan/kesadaran, dan sikap yang terjadi belum bias diamati secara jelas oleh orang lain.
2. Perilaku terbuka, adalah bentuk respon seseorang terhadap stimulus dalam bentuk tindakan nyata atau terbuka. Respon terhadap stimulus tersebut sudah jelas dalam bentuk tindakan praktek.

2.15. Behaviorisme (Perilaku) dalam Kajian Arsitektur

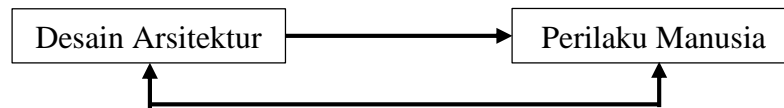
Manusia sebagai makhluk sosial tidak pernah lepas dari lingkungan yang membentuk diri mereka. Diantara sosial dan arsitektur dimana bangunan yang didesain manusia, secara sadar atau tidak sadar, mempengaruhi pola perilaku manusia yang hidup didalam arsitektur dan lingkungan tersebut. Sebuah arsitektur dibangun untuk memenuhi kebutuhan manusia. Dan sebaliknya, dari arsitektur itulah muncul kebutuhan manusia yang baru kembali (Tandal dan Egam, 2011). Manusia membangun bangunan demi permanen kebutuhan pengguna, yang kemudian bangunan itu membentuk perilaku pengguna yang hidup dalam bangunan tersebut dan mulai membatasi manusia untuk bergerak, berperilaku, dan cara manusia dalam menjalani kehidupan sosialnya. Hal ini menyangkut kestabilan antara arsitektur dan sosial dimana keduanya hidup berdampingan dalam keselarasan lingkungan.



Bagan 3. Diagram arsitektur membentuk perilaku manusia
Sumber : Tandal dan Egam (2011)

Skema diatas menjelaskan bahwa arsitektur membentuk perilaku manusia, dimana hanya terjadi hubungan satu arah yaitu desain arsitektur yang dibangun mempengaruhi perilaku manusia sehingga membentuk perilaku manusia dari desain arsitektur tersebut.

Setelah perilaku manusia terbentuk akibat arsitektur yang telah dibuat, manusia kembali membentuk arsitektur yang telah dibangun atas dasar perilaku yang telah terbentuk, dan seterusnya.



Bagan 4. Diagram perilaku manusia membentuk arsitektur
Sumber: Tandal dan Egam (2011)

Pada skema diatas menjelaskan bahwa perilaku manusia membentuk arsitektur. Artinya desain arsitektur yang telah terbentuk mempengaruhi perilaku manusia sebagai pengguna yang kemudian manusia mengkaji kembali desain arsitektur tersebut sehingga perilaku manusia membentuk kembali desain arsitektur yang baru.

2.16. Pemetaan Perilaku

Menurut Sommer, (1980) pemetaan perilaku dapat digambarkan dalam bentuk sketsa atau diagram mengenai suatu area dimana manusia melakukan berbagai kegiatannya. Istilah ini lebih dikenal dengan istilah behavioral mapping. Adapun tujuan pemetaan perilaku ini adalah mengidentifikasi jenis dan frekuensi perilaku, serta menunjukkan kaitan antara perilaku tersebut dengan wujud perancangan yang spesifik. Ada dua cara untuk melakukan pemetaan perilaku menurut Setiawan, (1995), yakni:

1. Pemetaan berdasarkan tempat (*place-centered mapping*). Teknik ini digunakan untuk mengetahui bagaimana manusia atau sekelompok manusia memanfaatkan, menggunakan, atau mengakomodasikan perilakunya dalam suatu situasi waktu dan tempat yang tertentu.
2. Pemetaan berdasarkan pelaku (*person-centered mapping*). Teknik ini menekankan pada pergerakan manusia pada suatu periode waktu. Dengan demikian, teknik ini akan berkaitan dengan tidak hanya satu tempat atau lokasi akan tetapi dengan beberapa tempat atau lokasi.

2.17. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian-penelitian terdahulu berfokus membahas tentang pemanfaatan ruang dagang dan pola aktivitas oleh pedagang kaki lima sebagai pedagang

informal. Jenis penelitian yang digunakan beragam, yaitu kualitatif, kuantitatif, dan metode campuran (*mixed methods*) dengan metode deskriptif dan eksploratif. Hasil penelitian terdahulu menemukan bahwa perlunya penataan ruang aktivitas bagi pedagang informal karena keberadaannya masih perlu dipertahankan walaupun tidak terlepas dari berbagai permasalahan yang ditimbulkan.

Pada penelitian ini, membahas tentang tata ruang dagang dan pola aktivitas pedagang di pasar informal. Jenis penelitian yang digunakan, yaitu penelitian kualitatif dengan menggunakan metode fenomenologi, dimana metode yang digunakan berbeda dengan metode yang digunakan penelitian-penelitian terdahulu. Selain itu, peneliti juga mengutip beberapa tinjauan teori mengenai karakteristik tata ruang dagang pedagang informal dan pola aktivitas pada pasar informal, serta beberapa variabel yang digunakan dari penelitian-penelitian terdahulu. Penelitian-penelitian terdahulu yang disebut pada paragraf di atas dirangkum dalam tabel di halaman berikut.

Tabel 4. Penelitian terdahulu yang relevan

No.	Judul Penelitian dan Nama Peneliti	Fokus Amatan	Jenis dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Karakteristik Pedagang Kaki Lima “Pasar Tiban” Pada Koridor Pulutan, Jalan Lingkar Salatiga Anggita Yanuasri & Broto Sunaryo (2015)	<ul style="list-style-type: none"> a. Ruang aktivitas PKL <ul style="list-style-type: none"> 1) Lokasi 2) Tempat Usaha b. Pola Penyebaran PKL <ul style="list-style-type: none"> 1) Pola penyebaran secara mengelompok (<i>focus agglomeration</i>) 2) Pola penyebaran secara memanjang (<i>linier agglomeration</i>) c. Sifat Pelayanan PKL <ul style="list-style-type: none"> 1) Pelayanan Menetap 2) Pelayanan Setengah Menetap 3) Pelayanan Tidak Menetap d. Aktivitas Usaha PKL: <ul style="list-style-type: none"> 1) Jenis Dagangan: <ul style="list-style-type: none"> a) Makanan & Minuman b) Pakaian/Tekstil/Mainan Anak/Kelontong c) Buah-buahan d) Rokok dan Obat-obatan e) Barang Cetakan f) Jasa Perorangan 2) Sarana Dagangan: <ul style="list-style-type: none"> a) Pikulan/Keranjang b) Gelaran/Alas c) Jongko/Meja d) Gerobak/Kereta Dorong 	Kuantitatif, Deskriptif.	<ul style="list-style-type: none"> 1. Keberadaan PKL di Kota Salatiga menjadi suatu pekerjaan alternatif bagi warga Kota Salatiga yang tidak memperoleh kesempatan untuk dapat bekerja di sektor formal. Tanpa membutuhkan pendidikan tinggi, tidak membutuhkan modal yang besar, namun dapat memperoleh pendapatan yang terkadang lebih dari sektor formal. 2. Seperti umumnya aktivitas sektor informal, kegiatan PKL biasanya belum terantisipasi dalam perencanaan tata ruang kota sehingga sarana maupun prasarana yang tersedia biasanya kurang mendukung. Oleh karena itu perlu dilakukan pula penataan dalam hal ruang aktivitas PKL. 3. Dalam penataan ruang aktivitas PKL tersebut, harus didasarkan pada karakteristik PKL di kawasan tersebut, yaitu lokasi dan tempat dagangnya, pola penyebaran PKL-nya, sifat pelayanan PKL, jenis dagangan PKL, sarana dagangan PKL, dan waktu berdagang PKL.

No.	Judul Penelitian dan Nama Peneliti	Fokus Amatan	Jenis dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian
		e) Warung Semi Permanen f) Kios e. Waktu Berdagang		
2.	Pola Pergerakan Pembeli Terhadap Tata Letak Pedagang Kaki Lima Di Pasar Sumur Batu Jakarta Pusat Ni'mal Maulana Rizqi, Putra Fajar, Taslim Septia Prima, Dedi Hantono (2020)	a. Perilaku b. Aktivitas c. Alur d. Waktu e. Bentuk	Kualitatif dengan metode analisis deskriptif.	Hasil dari penelitian ini akan memunculkan hasil analisis terhadap zonasi pedagang yang berpengaruh kepada pola pergerakan pembeli, yang mana keduanya akan memberikan keuntungan dan kerugian tersendiri terutama dalam menimbulkan kepadatan pada jalan yang menyebabkan kemacetan.
3.	Kajian Penggunaan Ruang Pasar Tradisional Dengan Pendekatan Arsitektur Perilaku (Studi Kasus: Pasar Tradisional Melati Medan) Ronald Yohanes Clinton Sinaga (2018)	a. Setting: 1) Tata guna lahan 2) Tapak (<i>lay out</i>) 3) Aksesibilitas 4) Parkir 5) Tata ruang pasar b. Pola aktivitas: digambarkan dalam pemetaan perilaku (<i>behavior mapping</i>) dengan durasi tertentu 1) Durasi I 06.00-09.00 2) Durasi II 10.00-13.00 3) Durasi III 16.00-19.00 c. Pola perilaku pengguna ruang: 1) Teritori 2) <i>Crowding</i>	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode campuran (<i>mix method</i>).	Keadaan fasilitas Pasar Tradisional Melati pada saat ini belum memadai untuk menampung aktivitas pengguna ruang yaitu pedagang sehingga mengakibatkan banyak pedagang tidak menempati ruang pasar dan berpindah berdagang ke luar ruang pasar di sekitar koridor Jalan Flamboyan.

No.	Judul Penelitian dan Nama Peneliti	Fokus Amatan	Jenis dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian
		3) Adaptasi 4) <i>Adjustment</i>		
4.	<p>Kajian Spasial Pedagang Kaki Lima Dalam Pemanfaatan Ruang Publik Kota</p> <p>Studi Kasus: Koridor Jalan Arif Rahman Hakim Jalan Aksara Pasar Sukaramai Kelurahan Sukaramai I Kecamatan Medan Area Medan</p> <p>Jonni Daniel Pandapotan Lubis (2010)</p>	<p>a. Pedagang Kaki Lima (PKL):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Karakteristik 2) Jenis barang dagangan 3) Alat bantu berdagang 4) Alasan memilih lokasi berjualan <p>b. Ruang Publik Kota:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Badan Jalan (lalu lintas kendaraan) 2) Trotoar dan Pedestrian (lalu lintas pejalan kaki) 	Kuantitatif.	<p>Dari hasil penelitian dan analisis data dapat disimpulkan antara lain suku dan kekerabatan merupakan faktor bertambahnya jumlah pedagang kaki lima, pedagang kaki lima dibedakan atas pedagang bergerak dan pedagang menetap, jenis dagangan (buah-buahan, sayur-sayuran, hasil laut, daging/ayam dan bahan kebutuhan rumah tinggal lainnya), lokasi berdagang (di badan jalan, trotoar dan bahu jalan), alat bantu berdagang (meja, kereta dorong, lapak dan beca barang). Karena terbatasnya ruang menyebabkan tidak ada batas yang jelas antar satu pedagang dengan pedagang yang lain. Alasan pedagang kaki lima menggunakan ruang publik adalah karena pembeli yang banyak. Keberadaan pedagang kaki lima menyebabkan kemacetan, penyebab banjir dan menghilangkan keindahan wajah kota. Di sisi lain keberadaan pedagang kaki lima berdampak positif yaitu membuka lapangan pekerjaan dan masih perlu dipertahankan.</p>
5.	<p>Kajian Ruang Beraktivitas Pada Pasar Jiung Kemayoran Jakarta</p>	<p>a. Aktivitas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Aktivitas Utama 2) Aktivitas Pilihan 3) Aktivitas Sosial <p>b. Sirkulasi</p>	Kualitatif, Deskriptif.	<p>Aktivitas pasar yang membentuk ruang yang tidak nyaman dan tidak teratur. Namun ketidaknyamanan ini masih menampung aktivitas yang berlanjut karena kebutuhan akan nilai ekonomi dari barang yang ditawarkan pasar tersebut.</p>

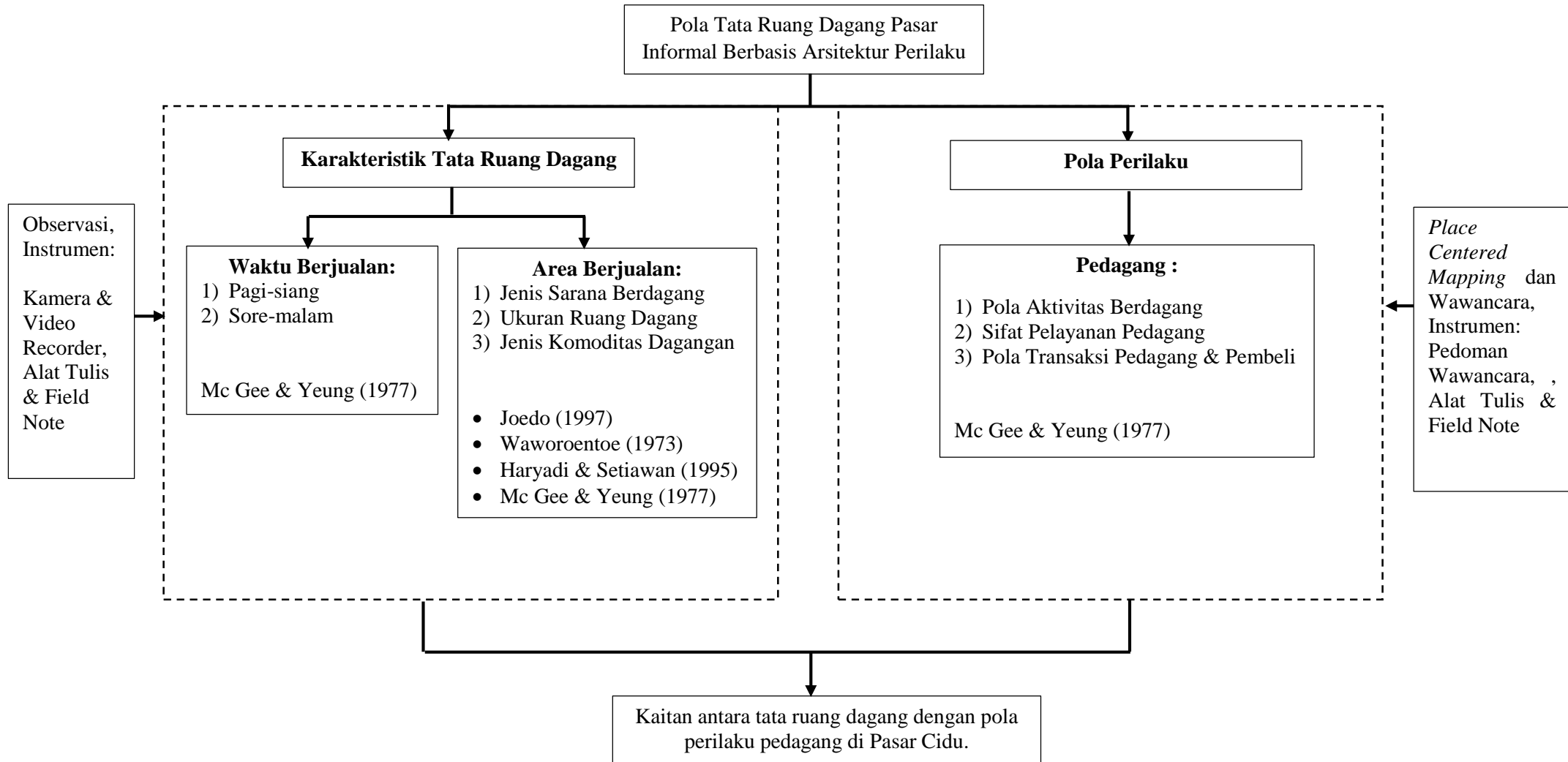
No.	Judul Penelitian dan Nama Peneliti	Fokus Amatan	Jenis dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	Delfina Yanti, Melani Cahyani, Dedi Hantono (2021)	<ul style="list-style-type: none"> c. Ruang dagang: kios, gerobak, gelaran, dan lain-lain d. Pelaku: <ul style="list-style-type: none"> 1) Pelaku Primer (Pedagang) 2) Pelaku Sekunder (Pengunjung) 3) Pelaku Tersier (Pelaku yang hanya sekedar melintasi kawasan) 		
6.	<p>Analisis Tempat Berdagang Pedagang Informal di Pasar Tradisional Kabupaten Subang</p> <p>Susanto (2018)</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. Pedagang b. Lokasi berdagang c. Jenis komoditas dagangan d. Jenis sarana tempat berdagang: <ul style="list-style-type: none"> 1) Kios 2) Warung semi permanen 3) Gerobak/kereta dorong 4) Jongko/meja 5) Gelaran/alas 6) Pikulan/keranjang e. Pola penyebaran lokasi pedagang informal: <ul style="list-style-type: none"> 1) Pola aglomerasi pedagang tipe mengelompok (<i>market focused agglomeration</i>) 2) Pola aglomerasi pedagang tipe linear (<i>street concentrations</i>) 3) Pola kombinasi (pola penyebaran mengelompok + pola penyebaran linear) 	Kuantitatif, Eksploratif.	<p>Hasil peneltian menyimpulkan bahwa salah satu faktor yang menarik / mendorong pedagang informal kembali dari tempat relokasi salah satunya adalah tempat berdagang, selain faktor lain yang berpengaruh seperti penzoningan pedagang.</p>

No.	Judul Penelitian dan Nama Peneliti	Fokus Amatan	Jenis dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian
7.	<p>Pemanfaatan Ruang Para Pedagang Di Pasar Tradisional Bahu, Manado dan Pengaruhnya Terhadap Kondisi Aksesibilitas Kawasan</p> <p>Steward Rahantoknam, Linda Tondobala, Raymond ch. Tarore (2015)</p>	<p>a. Pemanfaatan Ruang Pedagang di Pasar Tradisional Bahu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) lokasi pasar 2) penataan barang pedagang 3) mobilitas pedagang <p>b. Pengaruh Pasar Tradisional Bahu Terhadap Kondisi Aksesibilitas Kawasan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) kemacetan 	<p>Kuantitatif, Analisis Deskriptif.</p>	<p>Hasil penelitian ini memperlihatkan terdapat korelasi lokasi pedagang, penataan pedagang, mobilitas pedagang dengan kemacetan di Pasar Tradisional Bahu. Kemacetan terpanjang di Jalan Wolter Wongensidi di saat waktu sibuk pasar yang terjadi di pagi hari pada jam 06.00 – 09.00.</p>
8.	<p>Karakteristik Pedagang Kaki Lima (PKL) di Pusat Kota Pekalongan</p> <p>Wahyu Setyaningrum, Edward E. Pandelaki, Atik Suprpti (2021)</p>	<p>a. Karakteristik Pedagang Kaki Lima:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Lokasi & Tempat Berdagang 2) Pola Aktivitas Penyebaran PKL: 3) Sifat Pelayanan PKL (Cara PKL Berlokasi) 4) Jenis Dagangan 5) Sarana Fisik Berdagang 6) Waktu Berdagang <p>b. Persepsi Pedagang dan Pengunjung PKL</p> <p>c. Tujuan dan Motivasi Konsumen (Pengunjung) PKL</p>	<p>d. Metode deskriptif kualitatif dan teknik eksplanatori untuk menjawab karakteristik PKL</p> <p>e. Metode deskriptif kuantitatif untuk menjawab persepsi pedagang dan pengunjung PKL, serta tujuan dan motivasi pengunjung.</p>	<p>Penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik Pedagang Kaki Lima di Pusat Kota Pekalongan dipengaruhi oleh lokasinya yang strategis, waktu berdagang yang menyesuaikan keramaian lokasi baik pagi, siang hingga malam hari, sarana fisik perdagangan dan jenis dagangannya (tidak permanen dan dapat dipindah-pindah dengan menggunakan gerobak, dengan meja dan kursi yang setelah selesai berjualan bisa dibawa pulang kembali), serta pola penyebaran PKL mengelompok dan linear. Sehingga diharapkan akan didapatkan keselarasan adanya PKL ini, tidak mengganggu pejalan kaki dan menimbulkan pengaruh pada lingkungan sekitar tempat berjualannya.</p>

No.	Judul Penelitian dan Nama Peneliti	Fokus Amatan	Jenis dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian
9.	Kajian Lokasi Pedagang Kaki Lima Berdasarkan Preferensi PKL serta Persepsi Masyarakat Sekitar di Kota Pemalang Ari Sulistiyo Budi (2006)	a. Karakteristik umum PKL: 1) Umur 2) Pendidikan 3) Asal 4) Jumlah Pekerja 5) Lama Berdagang 6) Modal 7) Penghasilan b. Karakteristik aktivitas usaha PKL: 1) Jenis dagangan 2) Bentuk sarana dagang 3) Pola penyebaran 4) Pola pelayanan c. Karakteristik lokasi aktivitas: 1) Lokasi aktivitas 2) Luas tempat usaha 3) Alasan pemilihan lokasi d. Keterkaitan antar karakteristik PKL: 1) Lokasi usaha >< Penghasilan 2) Lokasi usaha >< Tempat jualan 3) Lokasi usaha >< Jenis dagangan 4) Jenis dagangan >< Bentuk sarana dagang 5) Bentuk sarana dagang >< Luas ruang e. Preferensi PKL: 1) Pengaturan PKL 2) Hal yang perlu diatur	Analisis Deskriptif Kuantitatif dengan Distribusi Frekuensi, Analisis Tabulasi Silang dengan Chi Kuadrat dan Deskriptif Kualitatif.	Berdasarkan hasil analisis diperoleh temuan bahwa PKL merupakan salah satu alternatif mata pencaharian bagi warga kota Pemalang yang tidak dapat memasuki sektor formal karena mempunyai ciri-ciri mudah dimasuki, tidak membutuhkan pendidikan tinggi, tidak membutuhkan modal yang besar, namun dapat menghasilkan pendapatan yang kadang melebihi sektor formal. PKL cenderung mengelompok dengan sejenisnya. Jenis usaha yang paling banyak diminati adalah makanan. Dari keenam lokasi yang telah ditentukan oleh Pemerintah Kabupaten Pemalang, Lapangan Mulyoharjo merupakan lokasi yang belum tepat sebagai lokasi PKL karena tingkat kunjungan masyarakat masih rendah, sedangkan Alun-alun merupakan lokasi yang sangat diminati oleh masyarakat dan PKL. Kegiatan PKL sebagai salah satu sektor informal belum terantisipasi dalam perencanaan tata ruang kota sehingga sarana dan prasarana yang ada biasanya kurang mendukung kegiatan PKL. Rekomendasi yang dapat diajukan adalah pembinaan terhadap PKL, mengukur kemampuan suatu lokasi untuk dapat menampung jumlah PKL, memasukkan PKL dalam perencanaan tata ruang kota.

No.	Judul Penelitian dan Nama Peneliti	Fokus Amatan	Jenis dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian
		3) Fasilitas umum yang perlu ditambah 4) Kesesuaian lokasi PKL f. Persepsi masyarakat terhadap keberadaan PKL: 1) Alasan berbelanja 2) Manfaat PKL 3) Gangguan yang ada 4) Pengelompokan PKL 5) Pengaturan PKL 6) Hal yang perlu diatur 7) Fasilitas umum yang perlu ditambah 8) Kesesuaian lokasi PKL g. Kesesuaian Perda Nomor 28 Tahun 2002 tentang penataan PKL dengan keadaan pada lokasi PKL: a. Perda No. 28 Tahun 2002 h. Hubungan antara preferensi PKL dan persepsi masyarakat: 1) Preferensi PKL 2) Persepsi masyarakat		

2.18. Wawasan Teoritik



Bagan 5. Wawasan Teoritik