

## **BAB II**

### **TINJAUAN PROYEK**

#### **II.1. TINJAUAN PASAR**

##### **II.1.1. Definisi Pasar**

Pasar menurut Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 merupakan area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plasa, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Pasar merupakan sekumpulan orang yang melakukan kegiatan transaksi jual-beli. Pasar merupakan sebuah tempat untuk kegiatan jual-beli yang diselenggarakan oleh sebuah organisasi atau kumpulan dengan maksud untuk mencari derma.

Menurut Kotler dan Armstrong (1999), Pasar merupakan seperangkat pembeli aktual dan potensial dari sebuah produk atau jasa. Ukuran dari pasar sendiri tergantung pada jumlah orang yang menunjukkan kebutuhan, memiliki kemampuan dalam pertukaran.

Berdasarkan dari pengertian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa pasar merupakan wadah atau tempat berkumpulnya penjual untuk menjajakan dagangannya kepada pembeli sehingga terjadi proses interaksi antara pembeli dan pedagang.

##### **II.1.2. Fungsi Pasar**

Fungsi Pasar adalah sebagai mata rantai yang mempertemukan penjual (produsen atau distributor) dengan pembeli (konsumen) **Invalid source specified**. Selain mempertemukan penjual dengan pembeli untuk bertransaksi, dalam segi arsitektur pasar juga menunjukkan ciri khas arsitektural pada daerah tersebut.

Pasar merupakan patokan dalam menentukan harga suatu barang di tengah masyarakat. Harga barang tentunya merupakan perbandingan antara permintaan dan penawaran di pasar. Selain sebagai pembentuk harga, pasar sebagai proses penyaluran barang atau jasa dari produsen ke konsumen.

Dengan adanya pasar, produsen dapat berhubungan secara langsung maupun tidak langsung kepada konsumen untuk menawarkan hasil produksinya.

### II.1.3. Jenis-Jenis Pasar

#### 1. Menurut Bentuk Kejadiannya

##### a. Pasar Nyata

Pasar dimana penjual dan pembeli bertemu secara langsung untuk bertransaksi jual-beli barang. Contoh: pasar tradisional dan pasar swalayan.

##### b. Pasar Abstrak

Pasar dimana penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung untuk bertransaksi melainkan hanya menggunakan surat dagangnya saja. Contoh: pasar online, pasar saham, pasar modal dan pasar valuta asing.

#### 2. Menurut Cara Transaksinya

##### a. Pasar Tradisional

Pasar yang bersifat tradisional dimana dapat terjadi tawar-menawar barang secara langsung antara penjual dan pembelinya. Biasanya barang yang diperjual-belikan merupakan barang kebutuhan pokok.

##### b. Pasar Modern

Pasar dimana barang-barang yang diperjual-belikan dengan harga pas dan memiliki layanan khusus.

**Tabel 2. 1 Perbedaan Pasar Tradisional dengan Pasar Modern**

No	Karakteristik	Pasar Tradisional	Pasar Modern
1	Pengelola	Dikelola oleh pemerintah dan terdiri dari unit-unit kecil milik perseorangan yang bersifat tradisional.	Dikelola oleh suatu perusahaan dan pengelolaan dilakukan secara profesional.
2	Organisasi	Koperasi pedagang pasar.	Manajemen Pengelolaan yang jelas.

3	Kondisi fisik tempat usaha	<p>c. Bangunan temporer/semi permanen/permanen.</p> <p>d. Kebersihan tidak terjaga.</p> <p>e. Sirkulasi sempit.</p> <p>f. Fasilitas parkir tidak/kurang memadai.</p>	<p>g. Bangunan permanen dengan fasilitas memadai.</p> <p>h. Kebersihan terjaga</p> <p>i. Sirkulasi nyaman.</p> <p>j. Fasilitas parkir memadai.</p>
4	Barang	Barang kebutuhan sehari-hari yang lebih segar dan bervariasi dengan harga yang lebih murah dan dapat ditawarkan. Penataan barang yang seadanya.	Barang kebutuhan sehari-hari dengan mutu yang terjaga, ditata berdasarkan jenisnya, dan dapat dipilih sendiri oleh konsumen.
5	Hubungan penjual dan pembeli	Terdapat interaksi tawar-menawar antara penjual dan pembeli	Interaksi penjual dan pembeli terbatas dan transaksi bersifat ekonomis dan efisien.
6	Waktu Kegiatan	Rata-rata 06.00 s.d. 18.00 WIB.	Rata-rata 09.00 s.d. 22.00 WIB.
7	Mekanisme perolehan komoditas	Diperoleh melalui pasar induk.	Akses langsung dari produsen.
8	Lokasi	Tumbuh tanpa perencanaan; tempat-tempat strategis dan mudah dijangkau.	Strategis dan dipertimbangkan dengan matang.

Sumber: Oktavia. Galuh. 200. Redesain Pasar Jongke Surakarta. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

3. Menurut Jenis Barangnya

Biasanya pasar hanya menjual satu jenis barang tertentu, misal pasar buah, pasar sayur, pasar hewan, dsb.

4. Menurut Keleluasaan Distribusi

- a. Pasar Lokal
- b. Pasar Daerah
- c. Pasar Nasional
- d. Pasar Internasional

5. Menurut Struktur (Jumlah Penjual dan Pembeli)

a. Pasar Persaingan Sempurna

Merupakan pasar yang memiliki banyak pembeli dan banyak penjual dan sama-sama saling mengetahui keadaan pasar. Biasanya para penjual menjual jenis barang yang sama dan terlihat identik sehingga promosi dengan iklan tidak akan berpengaruh terhadap penjualan produk. Pasar ini termasuk pasar yang sensitif terhadap perubahan harga.

b. Pasar Persaingan Tidak Sempurna

1) Pasar Monopoli

Pasar Monopoli adalah pasar yang terdiri dari banyak pembeli dan hanya satu atau beberapa penjual saja, dan dengan mudah penjual tersebut menguasai harga.

2) Pasar Oligopoli

Pasar Oligopoli adalah pasar yang didominasi oleh beberapa perusahaan yang didominasi dalam beberapa produk saja. Misalnya perusahaan mobil Mazda, Daihatsu, dll.

3) Pasar Monopolistik

Pasar Monopolistik hampir sama dengan pasar persaingan sempurna, dimana penjual mudah keluar masuk dari pasar. Produsen atau penjual mempunyai hak untuk menaikkan harga produk. Produk yang dijual merupakan produk yang homogen.

## II.1.4. Klasifikasi Pasar

### A. Kriteria pasar sesuai dengan kelasnya

#### 1. Kelas I

- a) Luas lahan minimal 2000m<sup>2</sup>.
- b) Fasilitas:
  - 1) Tempat Parkir
  - 2) Tempat Bongkar Muat
  - 3) Tempat Promosi
  - 4) Tempat Pelayanan Kesehatan
  - 5) Tempat Ibadah
  - 6) Kantor Pengelola
  - 7) KM/WC
  - 8) Sarana Pengamanan
  - 9) Sarana Pengelola Kebersihan
  - 10) Sarana Air Bersih
  - 11) Instalasi Listrik
  - 12) Penerangan Umum

#### 2. Kelas II

- a) Luas lahan minimal 1500m<sup>2</sup>.
- b) Fasilitas:
  - 1) Tempat Parkir
  - 2) Tempat Promosi
  - 3) Tempat Pelayanan Kesehatan
  - 4) Tempat Ibadah
  - 5) Kantor Pengelola
  - 6) KM/WC
  - 7) Sarana Pengamanan
  - 8) Sarana Pengelola Kebersihan
  - 9) Sarana Air Bersih
  - 10) Instalasi Listrik
  - 11) Penerangan Umum

### 3. Kelas III

a) Luas lahan minimal 1000m<sup>2</sup>.

b) Fasilitas:

- 1) Tempat Promosi
- 2) Tempat Ibadah
- 3) Kantor Pengelola
- 4) KM/WC
- 5) Sarana Pengamanan
- 6) Sarana Air Bersih
- 7) Instalasi Listrik
- 8) Penerangan Umum

### 4. Kelas IV

a) Luas lahan minimal 500m<sup>2</sup>.

b) Fasilitas:

- 1) Tempat Promosi
- 2) Kantor Pengelola
- 3) KM/WC
- 4) Sarana Pengamanan
- 5) Sarana Pengelola Kebersihan
- 6) Instalasi Listrik
- 7) Penerangan Umum

### 5. Kelas V

a) Luas lahan minimal 50m<sup>2</sup>.

b) Fasilitas:

- 1) Sarana Pengamanan
- 2) Sarana Pengelola Kebersihan

## B. Kriteria pasar sesuai dengan jenis dagangannya

### 1. Pasar Umum

Pasar yang memperjual belikan barang-barang yang beraneka ragam. Adapun golongan jenis-jenis barang dagangan yang diperjualbelikan pada pasar umum adalah:

a) Golongan A

- 1) Merupakan Pasar Rakyat dengan operasional pasar harian, jumlah kapasitas pedagang paling sedikit 400 (empat ratus) orang, dan/atau luas lahan paling sedikit 5.000 m<sup>2</sup> (lima ribu meter persegi)
- 2) Barang: logam mulia, batu mulia, permata, tekstil, kendaraan bermotor, kebutuhan sehari-hari dan dipersamakan.
- 3) Jasa: pertukaran uang (*Money Changer*), perbankan dan yang dipersamakan.

b) Golongan B

- 1) Merupakan Pasar Rakyat dengan operasional pasar paling sedikit 3 (tiga) hari dalam 1 (satu) minggu, jumlah kapasitas pedagang paling sedikit 275 (dua ratus tujuh puluh lima) orang, dan/atau luas lahan paling sedikit 4.000 m<sup>2</sup> (empat ribu meter persegi)
- 2) Barang: pakaian/sandang, pakaian tradisional, pakaian pengantin, aksesoris pengantin, sepatu sandal, tas, kacamata, arloji, aksesoris, souvenir, kelontong, barang pecah belah, barang plastik, obat-obatan, bahan kimia, bahan bangunan bekas/baru, dos, alat tulis, daging, bumbu, ikan basah, ikan asin, dan yang dipersamakan.
- 3) Jasa: wartel, titipan kilat, salon, kemasan, agen tiket, koperasi, penitipan barang, jasa timbang, dan yang dipersamakan.

c. Golongan C

- 1) Merupakan Pasar Rakyat dengan operasional pasar paling sedikit 2 (dua) hari dalam 1 (satu) minggu, jumlah kapasitas pedagang paling sedikit 200 (dua ratus) orang, dan/atau luas lahan paling sedikit 3000 m<sup>2</sup> (tiga ribu meter persegi)
- 2) Barang: beras, ketan, palawija, jagung, ketela, terigu, gula, telur, minyak goreng, susu, garam, bumbu, berbagai jenis makanan, melinjo, kripik emping, kering-keringan mentah,

mie, minuman, teh, kopi, buah-buahan, kolang kaling, sayur, kentang, jajanan, bahan jamu tradisional, tembakau, bumbu rokok, kembang, daun, unggas hidup, hewan peliharaan, makanan hewan, sangkar, obat-obatan hewan, tanaman hias, pupuk, obat tanaman, pot, ikan hias, akuarium, elektronik baru/bekas, onderdil baru/bekas, alat pertukangan baru/bekas, alat pertanian baru/bekas, kerajinan anyaman, gerabah, ember, seng, kompor minyak, sepeda baru/bekas, goni, karung gandum, majalah baru/bekas, koran, arang, dan yang dipersamakan.

3) Jasa: penjahit, tukang cukur, sablon, gilingan dan yang dipersamakan

d. Golongan D

1) Merupakan Pasar Rakyat dengan operasional pasar paling sedikit 1 (satu) hari dalam 1 (satu) minggu, jumlah kapasitas pedagang paling sedikit 100 (seratus) orang, dan/atau luas lahan paling sedikit 2.000 m<sup>2</sup> (dua ribu meter persegi)

2) Barang: rombongan, rongsokan, kertas bekas, koran bekas, dan yang dipersamakan.

3) Jasa: sol sepatu, jasa patri, dan yang dipersamakan.

2. Pasar Khusus

Pasar yang memperjualbelikan satu jenis barang dagangan saja, misal: sayur, hewan, bunga, dan sebagainya. Penggolongan jenis barang dagangan pada pasar khusus adalah:

a. Golongan A : Kendaraan bermotor, ternak, sepeda, dan sebagainya.

b. Golongan B : Tanaman (bunga hias), bahan bangunan, hasil bumi dan furniture.

3. Pasar Tempel

Jenis pasar umum yang secara formal tidak dikelola atau diakui oleh pemerintah daerah, akan tetapi secara fungsional telah



berperan sebagai pasar dengan wilayah pelayanan tertentu. Pembagian jenis dagangan untuk penempatannya dalam golongan los-los, adalah:

- a) Los Sayur: sayur-sayuran, buah-buahan.
- b) Los Pakaian: Tekstil, pakaian tradisional, batik, sepatu, tas, konveksi.
- c) Los Kelontong: Kelontong, pecah-belah, barang-barang plastik.
- d) Los Hasil Bumi: beras, ketan, palawija, bahan kering-mentah.
- e) Los Bumbon: rempah-rempah, bumbu dapur, bahan jamu.
- f) Los Daging: macam-macam daging, hasil periklanan dan peternakan.
- g) Los Campuran: Macam-macam dagangan termasuk makanan matang.

#### **II.1.5. Indikator Pengelolaan Pasar yang Berhasil**

Menurut Menteri Perdagangan Republik Indonesia, indikator pengelolaan pasar yang berhasil sebagai berikut:

1. Manajemen yang transparan  
Pengelolaan manajemen pasar yang transparan dan profesional. Konsekuen dengan peraturan yang ditegakkannya dan tegas dalam menegakkan sanksi jika terjadi pelanggaran.
2. Keamanan  
Satuan pengamanan pasar bekerja dengan penuh tanggung jawab dan bisa melakukan koordinasi dan kerjasama dengan para penyewa/pedagang. Para penghuni memiliki kesadaran yang tinggi untuk terlibat dalam menjaga keamanan bersama.
3. Sampah  
Sampah tidak bertebaran di sembarang tempat. Para pedagang membuang sampah pada tempatnya. Tong sampah tersedia di berbagai tempat, sehingga memudahkan bagi pengunjung untuk membuang sampahnya. Pembuangan sampah sementara selalu tidak menumpuk dan tidak membusuk karena selalu diangkut oleh armada pengangkutan sampah ke tempat pembuangan akhir secara berkala.

4. Ketertiban

Tercipta ketertiban di dalam pasar. Ini terjadi karena para pedagang telah mematuhi semua aturan main yang ada dan dapat menegakkan disiplin serta bertanggung jawab atas kenyamanan para pengunjung atau pembeli.

5. Pemeliharaan

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

6. Pasar sebagai sarana/fungsi interaksi sosial

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

7. Pemeliharaan pelanggan

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

8. Produktifitas pasar cukup tinggi

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

9. Penyelenggaraan kegiatan (*event*)

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

10. Promosi dan “Hari Pelanggan”

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

## II.2. TINJAUAN INDUSTRI

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian, Industri adalah seluruh bentuk kegiatan ekonomi yang mengolah bahan baku dan/atau memanfaatkan sumber daya industri sehingga menghasilkan barang yang mempunyai nilai tambah atau manfaat lebih tinggi, termasuk jasa industri.

Menurut Winardi (1998:181) Industri adalah usaha untuk produktif terutama dalam bidang produksi atau perusahaan tertentu yang menyelenggarakan jasa-jasa misalnya transportasi atau perkembangan yang menggunakan modal atau tenaga kerja dalam jumlah relative besar.

Badan Pusat Statistik membagi industri menjadi 4 bagian berdasarkan jumlah tenaga kerjanya:

- a. Industri Besar (*Large Scale Industry*), jumlah tenaga kerja lebih dari 100 orang.
- b. Industri Sedang (*Medium Scale Industry*), jumlah tenaga kerja 20-99 orang.
- c. Industri Kecil (*Small Scale Industry*), jumlah tenaga kerja 5-19 orang.
- d. Industri Rumah Tangga (*Home Industry*), jumlah tenaga kerja 1-4 orang.

## II.3. INDUSTRI KREATIF

Menurut Departemen Perdagangan Republik Indonesia (2008), industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Industri Kreatif mempunyai peranan penting terhadap

perekonomian suatu negara yaitu meningkatkan ekonomi secara global. Saat ini, banyak sektor industri kreatif yang berkembang di Indonesia. Sektor Industri Kreatif di Indonesia antara lain:

1) Sektor Periklanan.

Periklanan merupakan salah satu sarana yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk berkomunikasi secara persuasif mengenalkan produk mereka kepada pembeli.

2) Sektor Arsitektur.

Arsitektur merupakan seni dan ilmu dalam merancang bangunan. Arsitektur mencakup perencanaan dan perancangan mulai dari lingkup mikro yaitu desain bangunan, perabot, dan produk hingga lingkup makro seperti perencanaan dan perancangan perkotaan dan arsitektur lanskap.

3) Sektor Pasar Barang Seni.

Pasar Barang Seni berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat oleh tenaga pengrajin dengan jumlah produksi relatif kecil.

4) Sektor Kerajinan.

Kerajinan merupakan hal yang berkaitan dengan kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok yang menghasilkan ketrampilan tangan. Kerajinan terbuat dari berbagai bahan yang menghasilkan hiasan atau benda seni maupun barang pakai.

5) Sektor Desain.

Desain merupakan proses untuk membuat dan menciptakan barang baru dengan sebuah proses kreatif. Desain merupakan suatu sistem yang berlaku untuk segala jenis perancangan dengan melihat suatu persoalan saling terkait. Desain merupakan rumusan dari proses pemikiran pertimbangan dan perhitungan yang dituangkan dalam wujud gambar.

6) Sektor *Fashion*.

*Fashion* merupakan kegiatan kreasi mengenai pakaian, alas kaki, serta produk mode lainnya.

7) Sektor Video, Film, dan Fotografi.

Video, Film, dan Fotografi yang kegiatan kreasi yang berhubungan dengan pengambilan gambar atau melukis dengan menggunakan media cahaya.

8) Sektor Permainan Interaktif.

Permainan Interaktif adalah permainan yang bertujuan merangsang kreativitas. Kelompok permainan interaktif bukan saja didominasi sebagai hiburan semata-mata tetapi juga sebagai alat bantu pembelajaran atau edukasi.

9) Sektor Musik.

Musik merupakan seni atau ilmu yang menyusun urutan nada untuk menghasilkan sebuah harmoni.

10) Sektor Musik Pertunjukan.

Musik Pertunjukan merupakan suatu penyajian musik yang berkualitas dan dapat dinikmati oleh para pendengarnya. Pertunjukan musik merupakan suatu bentuk olah jiwa, hati, dan pikiran.

11) Sektor Penerbitan dan Percetakan.

Penerbit merupakan perusahaan yang menyiapkan naskah mentah menjadi buku siap cetak. Sedangkan Percetakan merupakan perusahaan yang menerima order cetak dari penerbit dan melakukan kegiatan pracetak.

12) Sektor Layanan Komputer dan Peranti Lunak.

Merupakan kegiatan yang berkaitan dengan pengembangan teknologi informasi dan sistem komputer.

13) Sektor Televisi dan Radio.

Merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan acara televisi, penyiaran, dan transmisi konten acara televisi dan radio.

14) Sektor Riset dan Pengembangan.

Kegiatan kreatif yang terkait dengan kegiatan penelitian dan pengembangan yang memiliki kaitan dengan riset ilmiah murni dan pengembangan aplikatif di bidang teknologi.

#### 15) Sektor Kuliner.

Merupakan kegiatan kreatif berupa pengolahan bahan baku makanan yang kemudian melalui proses kegiatan masak-memasak yang erat kaitannya dengan konsumsi makanan sehari-hari.

Berdasarkan data nasional, sektor industri kreatif menyerap 15,9 juta tenaga kerja dengan kontribusi 7,3 persen terhadap produk domestik bruto (PDB) atau setara dengan Rp 852 triliun. Industri kreatif adalah sistem kegiatan manusia yang berkaitan dengan kreasi, produksi, distribusi, pertukaran dan konsumsi barang dan jasa yang bernilai bagi para pelanggan pasar.

### II.4. PASAR INDUSTRI KREATIF

#### A. Sebagai Pasar

Merupakan sebuah tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi dengan fokus barang pada daya kreasi dan daya cipta yang termasuk dalam dalam sektor industri kreatif di Indonesia, antara lain: Sektor Arsitektur, Sektor Periklanan, Sektor Pasar Barang Seni, Sektor Kerajinan, Sektor Desain, Sektor *Fashion*, Sektor Video, Film, dan Fotografi, dan Sektor Kuliner.

#### B. Sebagai Ruang Kreatif Publik

Pasar sebagai ruang kreatif dimaksudkan agar pasar menjadi sebuah ruang yang dapat memfasilitasi segala bentuk kegiatan ekonomi kreatif. Selain itu, juga dapat menambah penghijauan daerah perkotaan, menambah fasilitas kegiatan rekreasi, mempermudah interaksi sosial, dan mewadahi kegiatan suatu komunitas ekonomi kreatif. Dengan demikian, pasar industri kreatif sebagai ruang kreatif publik dapat meningkatkan roda perekonomian bagi para pelaku industri kreatif dan dapat menciptakan lingkungan sosial pada masyarakat Kabupaten Purworejo.

## **II.5. VISI dan MISI PASAR INDUSTRI KREATIF**

### **II.5.1. Visi**

Pasar yang menjadi wadah kreativitas publik yang dapat memacu roda perekonomian masyarakat menengah kebawah dengan ide kreatif dan inovatif.

### **II.5.2. Misi**

1. Memicu semangat menggali ide kreatif untuk menemukan peluang usaha kreatif.
2. Meningkatkan kualitas serta harga barang.
3. Mengembangkan potensi kreatif yang ada di Kabupaten Purworejo.

## **II.6. FUNGSI, MANFAAT, dan TUJUAN PASAR INDUSTRI KREATIF**

### **II.6.1. Fungsi**

1. Sebagai wadah untuk berkreasi guna meningkatkan daya cipta yang kreatif.
2. Tempat bertransaksi jual-beli dan promosi barang industri kreatif.
3. Meningkatkan daya jual barang industri kreatif.

### **II.6.2. Manfaat**

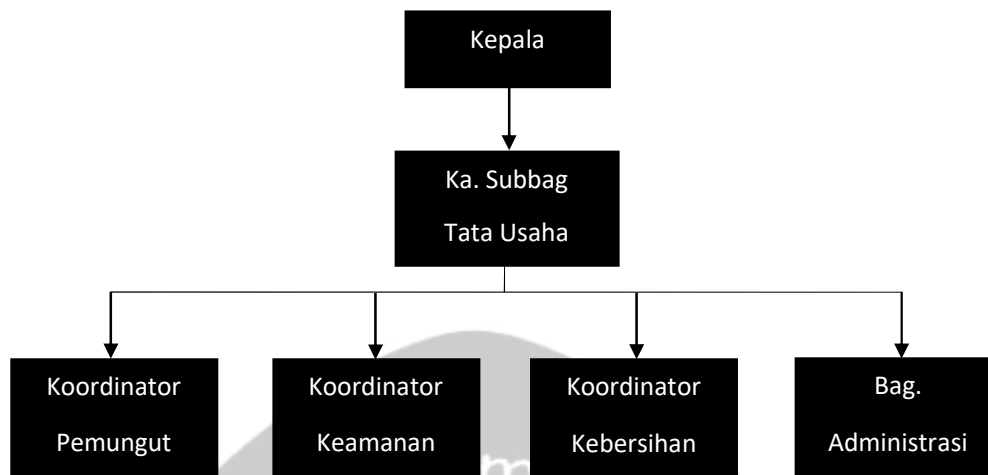
1. Sebagai sarana mengenalkan industri kreatif ke masyarakat.
2. Meningkatkan taraf hidup produsen dan distributor barang industri kreatif.

### **II.6.3. Tujuan**

1. Meningkatkan minat beli masyarakat terhadap barang industri kreatif.
2. Memudahkan kegiatan jual-beli barang induatri kreatif.
3. Meningkatkan daya cipta barang industri kreatif.

## **II.7. STRUKTUR ORGANISASI PASAR INDUSTRI KREATIF**

Struktur organisasi pada Pasar Industri Kreatif Terdiri dari Kepala sebagai pemimpin kemudian dibawahnya terdapat Kepala Sub Bagian Tata Usaha dan terbagi lagi menjadi Koordinator Pemungut, Koordinator Keamanan, Koordinator Kebersihan, dan Bagian Administrasi.



**Gambar 2. 1 Struktur Organisasi Pasar Industri Kreatif**

*Sumber: Analisis Penulis, 2018*

## **II.8. STANDARD OPERATING PROCEDURE (SOP) PASAR INDUSTRI KREATIF**

Agar semua tugas bisa dilaksanakan secara tertib dan menghindari terjadinya penyimpangan yang tidak diinginkan, maka diperlukan SOP sebagai berikut:

1. Manajemen keuangan yang terpusat, khususnya dalam hal *Collecting Fee* dari penyewa.
  - a. Pedagang membayar kewajiban secara langsung kepada petugas yang ditunjuk, tidak ada petugas lain yang dilapangan yang boleh menerima uang dari penyewa.
  - b. Hanya terdapat 1 (satu) jenis *fee* yang dibebankan kepada penyewa, di dalamnya sudah meliputi biaya sewa, kebersihan, keamanan dan pemeliharaan. Besarnya *fee* telah disetujui bersama antara manajemen dan penyewa.
2. Hak Pakai
  - a. Untuk tempat usaha dalam bentuk kios, hak pakai idealnya tidak lebih dari 5 (lima) tahun. Hal ini untuk mempermudah melakukan upaya-upaya dalam hal apabila pemegang hak tidak membuka kiosnya.



- b. Untuk tempat usaha dalam bentuk los, hak pakai idealnya tidak lebih dari 3 (tiga) bulan, dikarenakan biasanya pedagang los sifatnya musiman.

### 3. Keamanan dan Ketertiban

- a. Agar lebih terjamin, pemeliharaan dan peningkatan ketertiban di lingkungan pedagang harus melibatkan semua penyewa untuk meringankan tugas para petugas keamanan.
- b. Tugas keamanan dan ketertiban secara umum dilakukan oleh *security*.
- c. Setiap blok kios terdapat petugas keamanan yang bertanggung melakukan pengawasan secara reguler.
- d. SDM bidang keamanan adalah orang terlatih yang direkrut dari lingkungan sekitar maupun *eks-preman* yang terikat kontrak.

### 4. Kebersihan Sampah

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

### 5. Perparkiran

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

### 6. Pemeliharaan Sarana Pasar

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

harus segera melakukan tindakan jika harus dilakukan pemeliharaan atau perbaikan. Jangan menunggu hingga kondisi kerusakan menjadi lebih parah sehingga mengganggu aktivitas pasar.

#### 7. Penteraan

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

#### 8. Penanganan Distribusi Barang

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

Selain itu, harus tersedia tempat penyimpanan atau gudang yang aman dan bisa membuat barang dagangan tahan lama atau tidak cepat rusak yaitu dengan gudang dengan suhu normal dan tidak ada tikus atau binatang perusak lainnya.

## II.9. KOMPONEN PASAR INDUSTRI KREATIF

### II.9.1. Pelaku Kegiatan

#### II.9.1.1. Pengunjung

Pengunjung merupakan pelaku (konsumen) yang bertujuan untuk menikmati barang industri kreatif. Pengunjung menggunakan Pasar Industri Kreatif sebagai pemenuhan kebutuhan. Adapun klasifikasi pengunjung antara lain: pelajar, masyarakat umum, wisatawan, dsb.

#### II.9.1.2. Penyewa

Penyewa merupakan badan tertentu atau perseorangan yang menyewa area tertentu pada Pasar Industri Kreatif ini. Penyewa terbagi menjadi dua, yaitu: Penjual dan Penyelenggara Acara. Penjual

merupakan orang atau kelompok yang menggunakan Pasar Industri Kreatif sebagai area pemasaran produk mereka untuk berhubungan secara langsung dengan pengunjung (konsumen) untuk mendapatkan laba. Penyelenggara Acara merupakan pelaku yang menyewa pada area publik tertentu pada Pasar Industri Kreatif ini yang akan digunakan untuk acara tertentu seperti *workshop* dan sebagainya.

Jenis-jenis pedagang dilihat dari proses pemasaran sebuah produk yaitu:

a. Perantara Pedagang (*Merchant Middleman*)

Bertanggung jawab terhadap pemilikan semua barang yang dipasarkannya. Perantara pedagang terdiri dari:

- 1) Pedagang besar (*Wholesaler*)
- 2) Pengecer (*retailer*)

b. Perantara Agen (*Agent Middleman*)

Tidak mempunyai hak milik atas semua barang yang mereka tangani, mereka dapat digolongkan ke dalam dua golongan yaitu:

- 1) Agen Penunjang
- 2) Agen Pelengkap

### **II.9.1.3. Pengelola**

Pengelola merupakan kumpulan dari beberapa divisi yang bertugas untuk mengelola dan memberikan pelayanan terhadap pengunjung dan penyewa Pasar Industri Kreatif ini. Pengelola bertugas sebagai penyedia fasilitas terhadap penyelenggara acara untuk menyediakan area yang digunakan untuk suatu acara tertentu.

### **II.9.1.4. Produsen dan *Supplier***

Produsen merupakan badan yang bertugas untuk memasok kebutuhan barang agar ketersediaan barang di pasar ini tetap terjaga dan tidak kehabisan stock. *Supplier* merupakan pihak penghubung antara produsen dan penjual (distributor) yang nantinya barang akan diteruskan ke konsumen.

## II.9.2. Kegiatan Pasar

Kegiatan Perdagangan di pasar pada umumnya terdiri dari:

- A. Kegiatan penyaluran materi perdagangan.
  1. Sirkulasi, transportasi, dan *dropping* barang.
  2. Distribusi barang dagangan ke setiap unit penjualan di dalam pasar.
- B. Kegiatan Pelayanan jual beli meliputi:
  1. Kegiatan jual-beli antara pedagang dengan konsumen.
  2. Kegiatan penyimpanan barang dagangan.
  3. Kegiatan pergerakan dan perpindahan penghujung:
    - a) Dari luar lingkungan ke dalam bangunan pasar
    - b) Dari unit penjualan ke unit penjualan (dari jalur lintasan jual-beli)
- C. Kegiatan transportasi pencapaian dari-hingga ke lokasi bangunan pasar.
- D. Kegiatan pelayanan atau servis atau penunjang:
  1. Pelayanan bank
  2. Pelayanan pembersihan
  3. Pelayanan pemeliharaan

## II.9.3. Fasilitas Pasar

### II.9.3.1. Fasilitas Fisik

- a) Unsur dominasi, yaitu unsur-unsur berupa suatu bentuk fisik yang ada pada pasar tradisional untuk mendefinisikan ruang tersebut dan berperan sebagai simbol atau identitas. Misal: tugu, papan nama, menara, gapura, dan patung.
- b) Unsur pelingkup, yaitu unsur fisik yang membatasi ruang pasar, sebagai daerah transisi antara lingkungan pusat kota dengan pasar tersebut. Misal: jalan utama, pagar, dan vegetasi.
- c) Unsur pengisi, yaitu unsur fisik utama yang mengisi dan memberikan fungsi dari pasar. Misal: kios-kios pedagang.
- d) Unsur pelengkap, yaitu unsur berupa bentuk fisik yang berfungsi mewedahi kebutuhan pengguna di pasar tradisional. Misal: tempat duduk, jalur pedestrian, parkir, lampu penerangan, dll.

### II.9.3.2. Fasilitas Non Fisik

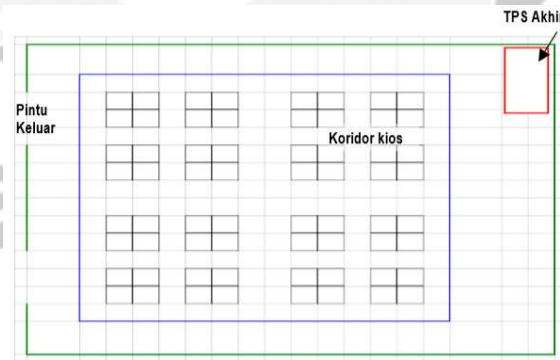
- a) Aktif, yaitu kegiatan yang secara umum dilakukan dengan berpindah-pindah tempat atau melibatkan orang lain. Misal: bertransaksi jual-beli, bercakap-cakap, jalan-jalan, dan bermain.
- b) Pasif, yaitu kegiatan yang secara umum dilakukan orang tanpa perlu bantuan orang lain untuk melakukannya atau tanpa perlu berpindah-pindah tempat. Misal: duduk-duduk, istirahat, makan-minum, dan melihat-lihat.

### II.9.4. Kebutuhan Ruang

Dalam rangka menata tapak pasar, pertama kali yang dilakukan adalah mengidentifikasi kebutuhan ruang dari pasar tersebut dan memperhatikan jumlah pelaku (pengunjung, penyewa, pengelola, dan *supplier*).

Kebutuhan utama ruang dalam pasar dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### 1. Kios/Los Pasar



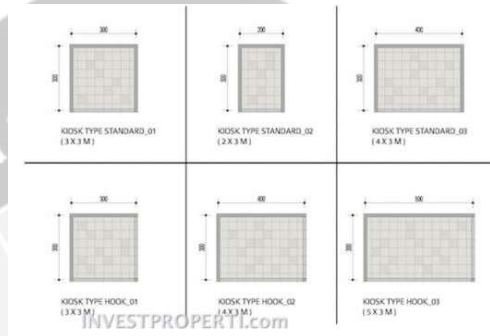
**Gambar 2. 2 Penataan Kios Pasar**

*Sumber: Menteri Perdagangan Republik Indonesia, PASAR TRADISIONAL YANG MODERN: DALAM RANGKA PENINGKATAN DAYA SAING PASAR TRADISIONAL*

Kios adalah tempat strategis, sehingga setiap blok hanya terdiri dari 2 (dua) deret yang menjadikan kios memiliki 2 (dua) muka. Kios paling luar menghadap keluar sehingga fungsi etalase menjadi maksimal.

Penatan kios yang baik adalah sebagai berikut

- a. Letak kios tidak menutupi arah angin;
- b. Peletakan kios sebagai pembatas jalan umum dan area pasar dapat dibuat dua muka; dan
- c. Peletakan kios yang berbatasan dengan kavling tanah hak orang lain dapat dibuat satu muka.



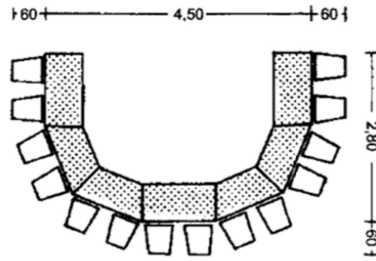
**Gambar 2. 3 Gambar Type Kios**

Sumber: <https://investproperti.com/pasar-modern-graharaya-dijual-ruko-kios-dan-lapak/?print=pdf>

Kios merupakan tempat berupa toko kecil, gerai, warung, stan, atau toko yang digunakan pedagang sebagai tempat untuk menjajakan barang dagangannya. Berikut merupakan ukuran dari luasan petak kios:

- Kios type standar\_01: 3m x 3m
- Kios type standar\_02: 2m x 3m
- Kios type standar\_03: 4m x 3m
- Kios type hook\_01 : 3m x 3m
- Kios type hook\_02 : 4m x 3m
- Kios type hook\_03 : 5m x 3m

## 2. Ruang *Workshop*



**Gambar 2. 4 Gambar Layout Perabot Ruang Workshop**

*Sumber: Data Arsitek Edisi 33*

Ruang Workshop sebagai tempat yang diperuntukan sebagai ruang yang memperlihatkan proses pembuatan karya seni serta mengadakan kegiatan mengajar dan mempraktekkan. Oleh karena itu, ruangan harus memiliki luasan yang luas serta pengudaraan yang baik.

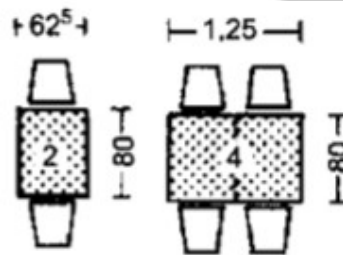
Penatan ruang *workshop* yang baik adalah sebagai berikut

- a. Letak strategis; dan
- b. Memiliki papan penanda.

Fasilitas Penunjang Pasar

Penataan fasilitas penunjang pasar meliputi hal-hal sebagai berikut:

1. Kantor Pengelola



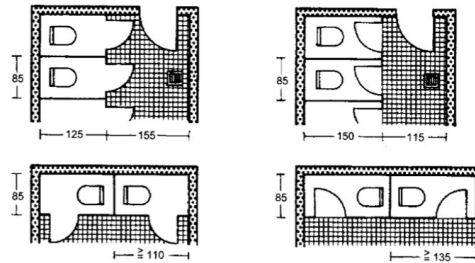
**Gambar 2. 5 Gambar Layout Perabot Ruang Pengelola**

*Sumber: Data Arsitek Edisi 33*

- a. Lokasi strategis , mudah dicapai oleh pedagang dan pengunjung, sehingga dapat mengawasi aktivitas pasar secara keseluruhan; dan

b. Memiliki papan penanda identitas.

## 2. Toilet

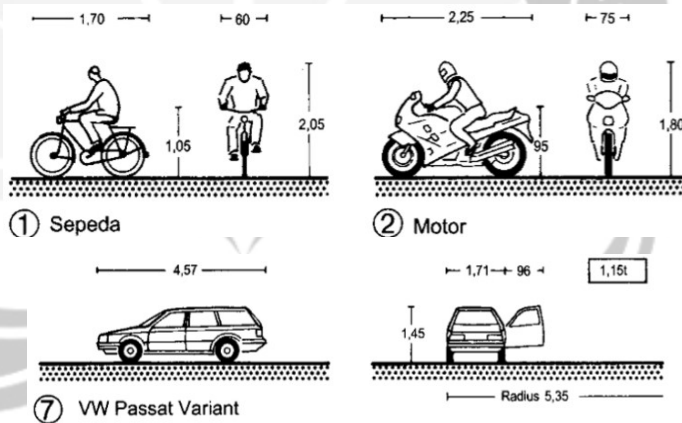


**Gambar 2. 6 Gambar Layout Toilet**

*Sumber: Data Arsitek Edisi 33*

- Jauh dari sumber air bersih;
- Lokasi strategis; dan
- Pemisahan toilet laki-laki dan perempuan.

## 3. Area Parkir



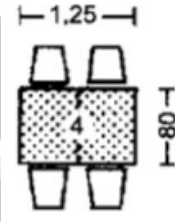
**Gambar 2. 7 Gambar Ukuran Kendaraan**

*Sumber: Data Arsitek Edisi 33*

- Jika luasan pasar memungkinkan, area parkir ditempatkan tidak jauh dari akses masuk utama;
- Jika luasan pasar memungkinkan, area parkir ditempatkan di sekeliling pasar; dan
- Jika luasan pasar memungkinkan, dapat disediakan area parkir untuk pedagang.



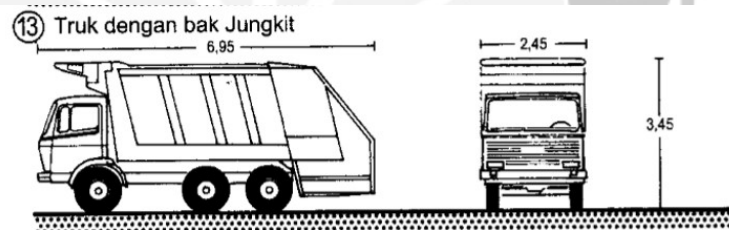
4. Mushola
  - a. Ditempatkan di salah satu sudut pasar yang strategis, namun diusahakan lokasinya berjauhan dengan aktivitas jual beli di pasar.
  - b. Jika luasan pasar memungkinkan, minimal dapat menampung 10 orang.
5. Pos Keamanan



**Gambar 2. 8 Gambar Layout Perabot Pos Keamanan**

*Sumber: Data Arsitek Edisi 33*

- a. Ditempatkan dekat dengan pintu masuk dan keluar pasar.
6. Tempat Penampungan Sampah Sementara dan Tempat Sampah



**Gambar 2. 9 Gambar Ukuran Kendaraan Pengangkut Sampah**

*Sumber: Data Arsitek Edisi 33*

Tempat pengampungan sampah sebelum diangkut keluar pasar terletak di belakang dan terpisah dari bangunan pasar.

- Tempat Penampungan Sampah
  - a. Ditempatkan jauh dari aktivitas pasar, dan
  - b. Jika luasan pasar memungkinkan, diusahakan memiliki volume yang dapat menampung seluruh sampah pasar per hari.
- Tempat Sampah
  - a. Diletakkan di beberapa titik sepanjang koridor antar los/kios, dengan jarak dan ukuran yang sesuai dengan kebutuhan.

## II.10. TINJAUAN TERHADAP OBJEK SEJENIS

### II.10.1. Pasar Sarijadi

- Pasar Sarijadi berlokasi di Jalan Sariasih, Kelurahan Sukasari, Kecamatan Sarijadi, Bandung, Jawa Barat.
- Pada lantai dasar menjadi pasar basah yang menjual sayuran dan aneka barang pokok serta area pertunjukan dengan sejumlah tempat lesehan. Lantai dua dan tiga diperuntukan bagi pedagang *fashion* dan aneka pernak-pernik. Sementara bagian atas terdapat *foodcourt* dan kantor startup.
- Kondisi pasar yang sepi kemungkinan karena tidak ada angkutan kota yang melewati tempat ini.



**Gambar 2. 10 Gambar Pasar Sarijadi**

Sumber: <http://www.arsitekturindonesia.org/arsip/proyek/detail?oid=16>, diakses 09 Oktober 2018

Kelebihan Pasar Sarijadi:

1. Pasar ramah difabel
2. One stop service
3. Konsep modern
4. Area bersantai
5. Akses wifi
6. Bahan berkualitas
7. Keamanan 24 jam

