

## **BAB II**

### **TINJAUAN OBJEK STUDI**

#### **2.1. Redesain**

Redesain yang berasal dari Bahasa Inggris yaitu *re-design* yang mengacu pada pengulangan atau melakukan kembali sehingga dapat diartikan sebagai merancang kembali. Dapat disimpulkan redesign memiliki tujuan untuk merancang kembali menjadi lebih baik dari aspek keindahan maupun fungsi. Berikut adalah definisi redesign dari beberapa sumber :

- Redesain memiliki arti melakukan revisi dari sisi penampilan dan fungsi (Davies, 2006)
- Redesain adalah merancang kembali (Kamus Bahasa Indonesia edisi elektronik, 2008)
- Redesain merupakan sebuah perubahan dalam desain dari sesuatu (*Cambridge Advanced Learner's Dictionary*, 2013)

#### **2.2. Pengertian Pasar**

Pasar dalam kajian ilmu ekonomi merupakan sebuah tempat interaksi antara pembeli (peminatan) dan pedagang (penawaran) dari suatu barang maupun jasa yang tersedia. Pasar sebagai tempat untuk memwadahi kegiatan peminatan dan penawaran yang terdiri dari beberapa atau lebih dari satu penjual. Pasar adalah satu dari institut, sistem, infrastruktur, hubungan sosial, dan prosedur yang terdapat kegiatan menjual barang atau jasa yang dinilai atau diimbalkan dengan uang (Buku Pengantar Bisnis, 2006).

Pasar merupakan tempat bagi sekumpulan orang yang memiliki keinginan untuk puas, uang untuk digunakan berbelanja, dan kemauan untuk berbelanja (Stanton, 1993)

Berdasarkan pernyataan di atas dapat disimpulkan pasar merupakan sebuah wadah atau tempat untuk memwadahi kegiatan permintaan dan penawaran antara pembeli dan penjual yang lebih dari satu atas dasar keinginan dan kemauan dari

pembeli yang ingin membelanjakan uangnya dengan jumlah uang yang telah disepakati dari hasil penawaran.

### 2.3. Fungsi Pasar

Fungsi pasar dalam ekonomi mikro memiliki peran penting dalam membantu banyak hal, berikut adalah fungsi-fungsi pasar dalam ekonomi mikro yaitu :

- Fungsi distribusi produk  
Pasar sebagai tempat mendistribusikan produk yang diproduksi oleh produsen kepada pembeli. Hal ini disebabkan jumlah konsumen yang banyak sedangkan penjual sebagai distributor sehingga produk yang dijual tidak diproduksi sendiri.
- Fungsi penetapan harga / nilai  
Pasar sebagai tempat penetapan harga bisa dilihat dari kegiatan yang terjadi di dalam pasar yaitu aktivitas jual beli sehingga pembeli yang ingin membeli barang harus mengetahui nilai atau harga barang itu terlebih dahulu sehingga penjual harus menetapkan harga dari barang tersebut sehingga pembeli tidak kebingungan dalam menilai barang dengan nilai yang disepakati bersama.
- Fungsi promosi  
Pasar merupakan tempat untuk bertransaksi sehingga akan banyak konsumen yang datang ke pasar sehingga hal tersebut membuat pasar menjadi tempat yang baik sebagai sarana promosi. Hal ini bisa dilihat dari ketika barang yang dijual oleh penjual merupakan hasil pertimbangan dari produsen-produsen lain dengan barang serupa.
- Fungsi penyerapan tenaga kerja  
Selain pedagang dan pembeli terdapat juga banyak pekerja lainnya seperti tukang parkir, tukang sampah, satpam, ojek *online*, dan tukang sapu. Sehingga dengan adanya pasar membuat lapangan kerja baru bagi penduduk sekitar.

- Menyediakan barang dan jasa guna masa mendatang

Pasar sebagai tempat yang memfasilitasi kebutuhan masyarakat dikarenakan di pasar ditemukan penjual yang mampu memenuhi kebutuhan hariannya hal ini seperti investasi dimasa yang akan mendatang seperti menyimpan kebutuhan pangan untuk dikonsumsi di masa yang akan datang.

#### **2.4. Perbedaan Pasar Tradisional dan Pasar Modern**

Pasar tradisional merupakan tempat bagi para pembeli dan penjual melakukan kegiatan tawar-menawar secara langsung yang menghasilkan kesepakatan nilai atau harga dari sebuah barang. Toya (2012) mendefinisikan pasar tradisional sebagai tempat untuk menjual produk-produk kebutuhan pokok yang diproduksi oleh pelaku ekonomi dari kalangan menengah dan kecil seperti nelayan, petani, dan pengrajin industri dalam negeri sehingga pasar tradisional memiliki peran penting sebagai tempat tenaga kerja bagi komunitas lokal.

Kondisi fisik pasar tradisional cenderung memiliki penampilan yang memprihatinkan namun bagi konsumen yang setia pada pasar tradisional menganggap pasar tradisional memiliki pesona sendiri. Hal ini disebabkan pasar tradisional memiliki lokasi yang lebih dekat dengan tempat tinggal, harga yang lebih murah, dapat melakukan negosiasi (tawar-menawar), banyak produk yang masih segar, dan menyediakan kebutuhan pokok masyarakat.

Pada pasar tradisional tidak terjadi interaksi langsung seperti pada pasar modern. Menurut Witz dan Whitfield (2006) pada dasarnya pasar modern memiliki sistem menarik konsumen dengan menawarkan suasana menyenangkan, pelayanan yang bagus, dan berbagai produk di bawah satu atap. Menurut Subandi (2005) pasar modern memiliki keunggulan dalam profesionalisme dan kualitas pelayanan yang dapat menarik konsumen dengan mempertimbangkan sirkulasi di dalam ruangan, penyediaan parkir, aksesibilitas ke transportasi umum dengan mudah, pemilihan barang dan jasa yang memanjakan konsumen.

Hal hal yang dapat menentukan perilaku konsumen yaitu citra toko, suasana toko, tempat barang dagangan, layanan toko, promosi, aksesibilitas, reputasi, layanan transaksi, dan fasilitas pendukung (Thang dan Tan, 2003). Hal ini menunjukkan fasilitas pendukung yang tersedia di pasar itu penting.

Perilaku konsumen dibagi menjadi dua yaitu preferensi sebagai kecenderungan dalam memiliki berbagai hal dan persepsi dari suatu objek sebagai bentuk interpretasi. Berikut adalah pertimbangan dari beberapa hal dalam preferensi konsumen mengekspresikan sesuatu yaitu :

1. Selama periode tertentu selera seseorang tidak berubah.
2. Konsistensi, yaitu saat konsumen diamati lebih dari sebuah benda seperti benda A adalah B maka konsumen tidak akan pernah menyukai objek objek B dari pada A.
3. Adanya transitivitas, jika A lebih disenangi dari pada B dan B lebih disenangi dari pada C, kemudia A lebih disenangi dari pada C.
4. Konsumen dapat diyakinkan untuk membeli produk apa saja kombinasi produk jika memiliki harga yang menarik.

Menurut Fox dan Sethuraman (2006), lokasi pasar merupakan salah satu aspek yang dianggap pedagang sebagai aspek penting dalam persaingan pasar. Lokasi pasar memiliki keterkaitan dengan kenyamanan konsumen dan jarak pasar yang dianggap dekat bagi konsumen memberikan kenyamanan lebih bagi konsumen. Jarak antara pasar modern dan pasar tradisional dapat mempengaruhi konsumen dalam memutuskan tempat untuk berbelanja.

## **2.5. Syarat Revitalisasi Kawasan Terhadap Revitalisasi Bangunan**

Sesuai dengan peraturan menteri pekerjaan umum republik indonesia nomor 18/prt/m/2010 tentang pedoman revitalisasi kawasan terdapat syarat pelaksanaan revitalisasi bangunan yaitu seperti berikut : (PERMEN, Pedoman Revitalisasi Kawasan, 2010)

Revitalisasi kawasan perlu dilakukan mengingat adanya isu dan permasalahan antara lain: Isu

1. Isu
  - a. Penurunan produktivitas/vitalitas kawasan dalam pembangunan perkotaan.
  - b. Pentingnya perkembangan ekonomi lokal dalam pembangunan kota dan nasional
  - c. Pemberdayaan masyarakat dan pasar.
  - d. Degradasi kualitas pada lingkungan kawasan.
  - e. Dalam terbangunnya persatuan dan kesatuan bangsa pentingnya kebhinnekaan budaya
  - f. Meningkatkan peran penopang kepentingan.
  - g. Perpindahan peran dan tanggung jawab pusat ke daerah.
2. Permasalahan Pembangunan Kawasan Terbangun
  - a. Beberapa aspek yang menyebabkan penurunan vitalitas ekonomi kawasan :
    - 1) Minimnya lapangan kerja
    - 2) Minimnya jumlah usaha
    - 3) Minimnya variasi usaha
    - 4) Buruknya kestabilan kegiatan ekonomi
    - 5) Penurunan pertumbuhan ekonomi
    - 6) Penurunan produktivitas ekonomi
    - 7) Dis-ekonomi kawasan
    - 8) Nilai kawasan sekitar lebih tinggi dibandingkan nilai properti kawasan
  - b. Kantong kumuh yang terisolir, disebabkan oleh :
    - 1) Secara spasial kawasan semakin tidak tertembus
    - 2) Sistem sarana prasarana tidak terhungkan dengan sistem kota
    - 3) Kegiatan sosial, budaya, dan ekonomi cenderung tidak terkait dengan lingkungan sekitar.
  - c. Prasarana sarana kurang memadai.

- d. Degradasi kualitas lingkungan dari aspek :
  - 1) Ekologis perkotaan yang mengalami kerusakan
  - 2) Fasilitas kenyamanan kawasan yang mengalami kerusakan
- e. Bentuk dan ruang kota dan tradisi lokal rusak oleh:
  - 1) Perusakan diri sendiri
  - 2) Perusakan akibat kreasi baru
  - f. Tradisi sosial dan budaya setempat dan kesadaran publik pudar.
  - g. Tradisi sosial-budaya setempat dan kesadaran public mulai pudar.
  - h. Manajemen kawasan yang tidak tertata
  - i. Kurangnya komitmen dan kompetensi PEMDA dalam mengembangkan kawasan perkotaan

## **2.6. Ciri ciri pasar**

Sesuai dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional, tertulis beberapa ciri khas pasar tradisional yaitu : (PERMEN, Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional, 2012)

1. Pasar tradisional dibangun, dimiliki, dan dikelola oleh pemerintah atau daerah.
2. Sistem tawar-menawar antara penjual dan pembeli merupakan salah satu bentuk budaya yang terdapat pada pasar tradisional. Hal ini bertujuan untuk menjalin hubungan sosial antara penjual dan pembeli.
3. Tempat usaha yang memiliki beragam produl dan bersatu dalam satu lokasi, terdapat pengelompokkan jenis dagangan seperti kelompok sayur-mayur, daging, ikan, buah-buahan, dan jamu
4. Sebagian besar barang dan jasa yang ditawarkan merupakan buatan lokal. Barang dagangan yang diperjualbelikan di pasar tradisional merupakan produk buatan dari daerah tersebut. Meskipun ada beberapa produk yang diambil dari daerah lain tetapi tidak sampai mengimpor dari luar pulau atau negara.

## 2.7. Klasifikasi Pasar

Sesuai dengan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia NOMOR 37/M-DAG/PER/5/2017 tentang pedoman pembangunan dan pengelolaan sarana perdagangan. (PERMEN, Perdagangan Republik Indonesia, 2017) Pasar dibedakan menjadi 4 kelas atau tipe yaitu seperti berikut:

### I. Kriteria pasar sesuai dengan kelasnya

- Kelas I atau tipe A  
Memiliki luas tapak minimal 5000m<sup>2</sup>, terdapat fasilitas seperti berikut : ruang parkir, ruang promosi, ruang bongkar barang, ruang pelayanan kesehatan, ruang ibadah, kamar mandi (WC), ruang kantor pengelola pasar, instalasi listrik, penerangan di ruang umum, sarana pengelola kebersihan, dan sarana air bersih.
- Kelas II atau tipe B  
Memiliki luas tapak minimal 4000m<sup>2</sup>, terdapat fasilitas seperti berikut : ruang parkir, ruang promosi, ruang pelayanan kesehatan, ruang ibadah, kamar mandi (WC), ruang kantor pengelola pasar, instalasi listrik, penerangan di ruang umum, sarana pengelola kebersihan, dan sarana air bersih.
- Kelas III atau tipe C  
Memiliki luas tapak minimal 3000m<sup>2</sup>, terdapat fasilitas seperti berikut ruang promosi, ruang ibadah, kamar mandi (WC), ruang kantor pengelola pasar, instalasi listrik, penerangan di ruang umum, dan sarana air bersih.
- Kelas IV atau tipe D  
Memiliki luas tapak minimal 2000m<sup>2</sup>, terdapat fasilitas seperti berikut: ruang promosi, kamar mandi (WC), ruang kantor pengelola pasar, instalasi listrik, penerangan di ruang umum, dan sarana air bersih.

### II. Kriteria pasar sesuai dengan jenis dagangannya

- Golongan A  
Produk yang dijual : batu mulia, logam mulia, kendaraan bermotor, permata.  
Jasa yang disediakan : tempat penukaran mata uang dan BANK
- Golongan B  
Produk yang dijual : sandang, pakaian ; tradisional dan pengantin, sepatu dan sandal, aksesoris ; kacamata, jam tangan, dan tas, barang kelontong, barang pecah belah, daging-dagingan, obat-obatan, ikan-ikan.  
Jasa yang disediakan : telepon umum, tempat penitipan kilat, penjual tiket (agen), jasa timbang.
- Golongan C  
Produk yang dijual : beras, jagung, umbi-umbian, gula, tepung-tepungan, minyak goreng, garam, lada dan bumbu dapur lainnya, bahan makanan kering seperti emping, keripik ubi, keripik udang, sayur-sayuran, makanan hewan, hewa, akuarium, koran, majalah.  
Jasa yang disediakan : tukang cukur, tempat penggilingan daging, dan lain sebagainya.
- Golongan D  
Produk yang dijual : barang bekas seperti koran bekas, botol bekas, dan lain sebagainya.  
Jasa yang disediakan : sol sepatu dan lain sebagainya.

## 2.8. Jenis Pasar

### I. Pasar menurut transaksi

- Pasar tradisional

Merupakan pasar yang terdapat kegiatan jual beli sesuai dengan permintaan dan penawaran antara pedagang dan pembeli yang dilakukan secara langsung.



- Pasar modern  
pasar yang terdapat banyak produk yang dijual dengan nilai/harga yang sudah ditentukan tanpa adanya penawaran dari pembeli sehingga harga dinilai pada satu pihak dan dilakukan secara tidak langsung antara pembeli dan penjual.
- II. Pasar menurut jenis barang  
Pasar yang hanya menjual satu jenis produk seperti pasar ikan, pasar sayur, dan sejenisnya.
- III. Pasar menurut waktu  
Terdapat beberapa jenis dari pasar menurut waktu seperti :
- Pasar harian  
Pasar yang beroperasi setiap hari yang pada umumnya terdapat di kota dan desa.
  - Pasar mingguan  
Pasar yang beroperasi hanya satu kali dalam seminggu, pasar mingguan ini pada umumnya terdapat pada setiap daerah-daerah pedesaan seperti halnya *car free day*.
  - Pasar bulanan  
Pasar yang beroperasi hanya satu kali dalam sebulan seperti pasar hewan.
  - Pasar tahunan  
Pasar yang beroperasi hanya satu kali dalam setahun seperti pasar yang merayakan hari raya.
  - Pasar temporer.  
Pasar yang beroperasi apabila ada acara-acara tertentu yang diselenggarakan oleh organisasi atau institusi tertentu.
- IV. Pasar menurut lokasi
- Pasar regional

Pasar yang secara garis wilayah mencakup provinsi dan sekitarnya.

- Pasar wilayah

Pasar yang secara garis wilayah mencakup lingkungan permukiman dan memiliki ketersediaan barang yang lebih lengkap dibandingkan pasar lingkungan.

- Pasar kota

Pasar yang secara garis wilayah mencakup wilayah kota dan sekitarnya.

- Pasar lingkungan

Pasar yang secara garis wilayah mencakup lingkungan permukiman dan sekitar, barang yang dijual merupakan barang kebutuhan sehari-hari.

## 2.9. Objek Kegiatan

Tabel 4. Objek Kegiatan Pasar

No	Kriteria	Jenis Barang Komoditi
1	Jenis Komoditi	Bahan Pangan: bahan pangan, bahan sandang, barang mewah, barang standar, dan kelontong
2	Sifat Komoditi	Tingkat aroma tidak sedap Tingkat keawetan Tingkat kekeringan
3	Tingkat kepentingan	Produk keperluan sehari hari, khusus, dan berkala
4	Waktu Penggunaan	Produk yang dipakai berkala dan sekali pakai
5	Maksud Penggunaan	Produk-produk industri, penunjang proses produksi, dan konsumen
6	Cara Pengangkutan	Produk pecah belah ,produk tidak pecah belah
7	Cara Penyajian	Baik, sedang, dan sederhana

Sumber: Devi, Ni Made Winda Roosdiana (2013). Pasar Umum Gubug di Kabupaten Grobogan dengan Pengolahan Tata Ruang Luar dan Tata Ruang Dalam Melalui Pendekatan Ideologi Fungsionalisme Utilitarian. Yoekakarta: Universitas Atma Java Yoekakarta

## 2.10. Persyaratan Kesehatan Lingkungan Pasar

Dikutip dari Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 519 Tahun 2008 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pasar Sehat, terdapat persyaratan dalam membangun pasar yang sehat.

### A. Lokasi

- Lokasi tidak berposisi disekitar daerah rawan bencana alam
- Tidak terletak di jalur penerbangan pesawat dan rawan kecelakaan kendaraan
- Lokasi harus sesuai dengan RUTR (Rencana Umum Tata Ruang setempat)
- Memiliki kejelasan dalam batas wilayah
- Tidak terletak dengan tempat pembuangan sampah dan pertambangan atau bekas tempat tersebut

### B. Bangunan

- Pembagian zona wilayah harus dibagi sesuai dengan : klasifikasinya, jenis komoditi, dan sifat barang
- Memberikan penamaan zona yang jelas
- Tempat penjualan daging atau unggas memiliki tempat khusus
- Ruang sirkulasi di los minimal 1,5 meter
- Setiap kios/los memiliki penomoran atau blok, nama pemilik, dan di tempat yang mudah dilihat
- Memiliki pembatas antara pemotongan dan penampungan unggas dengan bangunan utama pasar yaitu sekitar 10 meter dan memiliki tembok pembatas setinggi 1,5 meter
- Khusus produk dengan zat kimia peptisida, bahan beracun, dan bahan berbahaya lainnya diletakkan di tempat terpisah dari zona makanan dan pangan.

- **Ruang Kantor Pengelola**

- Memiliki minimal 200 lux untuk pencahayaan ruangan
- Memiliki minimal 20% bukaan dari luas lantai seluruhnya.
- Memiliki toilet pria dan perempuan secara terpisah
- Memiliki tempat mencuci tangan yang difasilitasi dengan air mengalir dan sabun.
- Memiliki tinggi langit-langit ruang dan lantai yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku

- **Tempat Penjualan Bahan Pangan dan Makanan**

- a. Tempat penjualan bahan pangan basah

- Memiliki meja yang datar dan memiliki kemiringan yang sesuai sehingga tidak terdapat genangan air dan memiliki lubang saluran air dengan ketinggian meja 60 cm dari lantai yang terbuat dari bahan anti karat dan kayu.
- Perkakas pemotongan daging harus digantung
- Tempat pemotongan daging tidak terbuat dari kayu, bahan beracun, mudah dibersihkan, dan tidak menyerap air.
- Pisau pemotong daging tidak boleh berkarat
- Terdapat tempat penyimpanan bahan pangan seperti ikan, udang, dan lainnya di suhu 4-10 derajat celsius
- Terdapat tempat mencuci bahan pangan dan peralatan
- Terdapat air mengalir dan sabun pada tempat cuci tangan.
- Saluran pembuangan limbah pasar yang tertutup dan tidak dibawah area pedagang.
- Tersedia tempat sampah basah yang kedap air, mudah diangkat, dan tertutup
- Memiliki tempat yang bebas dari vektor penularan virus

- b. Tempat penjualan bahan pangan kering

- Memiliki meja yang rata dan mudah dibersihkan dengan ketinggian 60cm dari lantai
- Meja terbuat dari bahan yang tidak mudah berkarat dan bukan dari kayu
- Terdapat tempat sampah yang mudah diangkat
- Terdapat tempat mencuci tangan dan air yang mengalir
- Bebas dari faktor penularan virus
- c. Tempat penjualan makanan jadi
  - Tempat penyajian makanan yang anti karat tetapi tidak menggunakan kayu dengan permukaan rata dan mudah dibersihkan dengan ketinggian 60cm dari lantai.
  - Terdapat air mengalir dan sabun pada tempat pencucian tangan.
  - Terdapat tempat pencucian peralatan yang anti karat, kuat, aman, dan mudah dibersihkan
  - Memiliki saluran pembuangan limbah dengan kemiringan yang sesuai ketentuan dan tertutup
  - Tersedia tempat sampah basah dan kering yang mudah diangkat
  - Bebas dari faktor penyebar virus
  - Pisau yang digunakan untuk memotong makanan basah tidak digunakan untuk memotong makanan kering
- **Area Parkir**
  - Terdapat pemisah yang jelas dengan wilayah pasar
  - Terdapat pemisahan tempat parkir sesuai dengan jenis alat angkut
  - Terdapat area parkir khusus yang membedakan tempat pengangkutan hewan hidup dan mati

- Terdapat area parkir khusus tempat penurunan barang
- Tidak terdapat genangan air
- Terdapat tempat pembuangan sampah yang membedakan sampah kering dan basah dengan minimal setiap radius 10 meter terdapat 1 tempat pembuangan sampah
- Terdapat petunjuk atau simbol masuk maupun keluar yang berbeda antara jalur masuk dan keluar
- Terdapat vegetasi
- Terdapat tempat area resapan air hujan
- **Konstruksi**
  - a. Atap
    - Memiliki atap yang kuat, tidak bocor, dan tidak menjadi tempat perkembangbiakan hewan penyebar virus
    - Memiliki kemiringan atap yang sesuai dengan ketentuan sehingga tidak terdapat genangan air
    - Ketinggian atap sesuai dengan ketentuan
    - Atap dengan ketinggian lebih dari 10 meter memiliki penangkal petir
  - b. Dinding
    - Memiliki dinding yang bersih, berwarna terang, dan tidak mudah berjamur
    - Permukaan dinding yang sering terkena cipratan air harus memiliki bahan yang kuat dan kedap air
    - Pertemuan lantai dengan dinding maupun dinding dengan dinding harus berbentuk lengkung
  - c. Lantai
    - Lantai terbuat dari bahan yang tidak licin, kedap air, rata, tidak retak, dan mudah dibersihkan

- Permukaan lantai yang sering terdapat air harus memiliki kemiringan dan memiliki lubang saluran.
- **Tangga**
  - a. Tinggi, lebar, dan kemiringan mengikuti ketentuan yang berlaku
  - b. Terdapat *railing* tangan di kanan dan kiri tangga
  - c. Terbuat dari bahan yang tidak licin
  - d. Memiliki pencahayaan minimal 100 lux
- **Ventilasi**

Terdapat ventilasi dengan minimal 20% dari luas lantai dan saling berhadapan setiap ventilasi
- **Pencahayaan**

Memiliki keterangan dengan minimal 100 lux untuk dapat melihat dengan baik barang-barang yang dijual dan dibeli.
- **Pintu**

Memiliki pintu yang bisa tertutup sendiri untuk los/kios yang menjual daging, ikan, dan bahan makanan yang berbau tajam dan memiliki penutup atau tirai plastik untuk menghalangi serangga atau hewan yang menyebarkan virus untuk masuk.

### C. Sanitasi

#### a. Air bersih

- Tersedia air bersih dengan minimal per pedagang adalah 40 liter.
- Kualitas bersih yang memenuhi persyaratan
- Memiliki tandon air yang dapat menjadi berkesinambungan ketersediaan air dan memiliki keran air yang baik.
- Jarak sumber air bersih minimal 10m.
- *Maintenance* setiap 6 bulan sekali.

#### **b. Kamar mandi dan toilet**

- Toilet pria dan perempuan yang terpisah dan apabila ada terjadi penambahan toilet setiap 40-100 pelaku dan terdapat simbol pada kamar mandi.
- Terdapat air bersih yang cukup
- Terdapat jamban leher angsa, peturasan, dan bak air
- Terdapat tempat cuci tangan dengan sabun dan air yang mengalir
- Air kotor atau limbah cair maupun pada yang dibuang ke riol kota, *septic tank*, dan sumur resapan harus berjarak minimal 10m dari sumber air bersih.
- Lantai dibuat dengan tidak licin dan kedap air
- Jarak toilet minimal 10 meter dari tempat menjual makanan dan bahan pangan
- Memiliki bukaan ventilasi 20% dari luas lantai
- Terdapat tempat pembuangan sampah

#### **c. Pengelolaan sampah**

- Setiap area perdagangan harus terdapat tempat sampah kering dan basah.
- Berbahan anti karar, tertutup, dan tahan air (kedap air).
- Terdapat alat pengangkut yang kuat, mudah dibersihkan, dan mudah dipindahkan
- Tersedia tempat pembuangan sampah terakhir yang kedap air, kuar, tertutup, mudah dibersihkan, dan mudah dicapai oleh petugas yang mengangkut sampah
- Hewan-hewan tidak boleh meninggali TPS
- Letak TPS jauh dari pasar minimal 10 meter
- Sampah diangkut 1x24 jam



#### **d. Drainase**

- Berbahan logam agar mudah dibersihkan.
- Limbah cair dari area perdagangan di salurkan ke IPAL terlebih dahulu sebelum disalurkan ke pembuangan umum.
- Kualitas air limbah harus memenuhi syarat tentang Keputusan Menteri Lingkungan nomor 112 tahun 2003 mengenai kualitas air limbah.
- kemiringan yang sudah ditentukan sehingga tidak mengalami genangan air.
- Tidak terdapat los/kios diatas saluran drainase.
- Melakukan maintenance dalam kurun waktu 6 bulan sekali.

#### **e. Tempat cuci tangan**

- Fasilitas tempat cuci tangan yang mudah dicapai oleh pelaku pasar
- Tempat cuci tangan memiliki air mengalir dan sabut yang disalurkan ke saluran pembuangan tertutup.

### **2.11. Pelaku Kegiatan**

#### **A. Pedagang**

**Tabel 5. Pelaku Kegiatan Pasar**

<b>No</b>	<b>Kriteria</b>	<b>Jenis Pedagang</b>
1	Menurut Jangkauan Pelayanan	Pedagang Regional Pedagang Kota Pedagang Wilayah
2	Menurut Modal	Pedagang Modal Kecil Pedagang Modal Sedang Pedagang Modal Cukup Pedagang Modal Besar

3	Menurut Tempat Asal	Pedagang Desa Pedagang Kota
4	Menurut Matera Dagangan	Pedagang Barang Riil Pedagang Barang Jasa
5	Menurut Jumlah Pelaku	Pedagang Individu Pedagang Gabungan
6	Menurut Cara Pelayanan	Pedagang Langsung Pedagang Tidak Langsung
7	Menurut Status	Pedagang Tetap Pedagang Temporer
8	Menurut Cara Penyaluran	Pedagang Eceran Pedagang Grosir Pedagang Pengumpul
9	Menurut Jenis Kegiatan	Pedagang Formal Pedagang Informal

Sumber: Devi, Ni Made Winda Roosdiana (2013). Pasar Umum Gubug di Kabupaten Grobogan dengan Pengolahan Tata Ruang Luar dan Tata Ruang Dalam Melalui Pendekatan Ideologi Fungsionalisme Utilitarian. Yogyakarta: Universitas Atma Java Yogyakarta

### **B. Pembeli**

Pembeli atau konsumen adalah semua golongan orang yang datang ke pasar untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan sehari-hari mereka dengan mendapatkan harga terbaik dan melakukan penawaran secara langsung.

### **C. Penunjang**

- Penyewa tempat bagi para pedagang.
- Pemerintah sebagai pemberi izin beroperasinya suatu pasar.

- Pengelola bangunan pasar seperti tukang parkir, tukang bersih-bersih, dan distributor produk.
- Bank untuk memperlancar perekonomian.

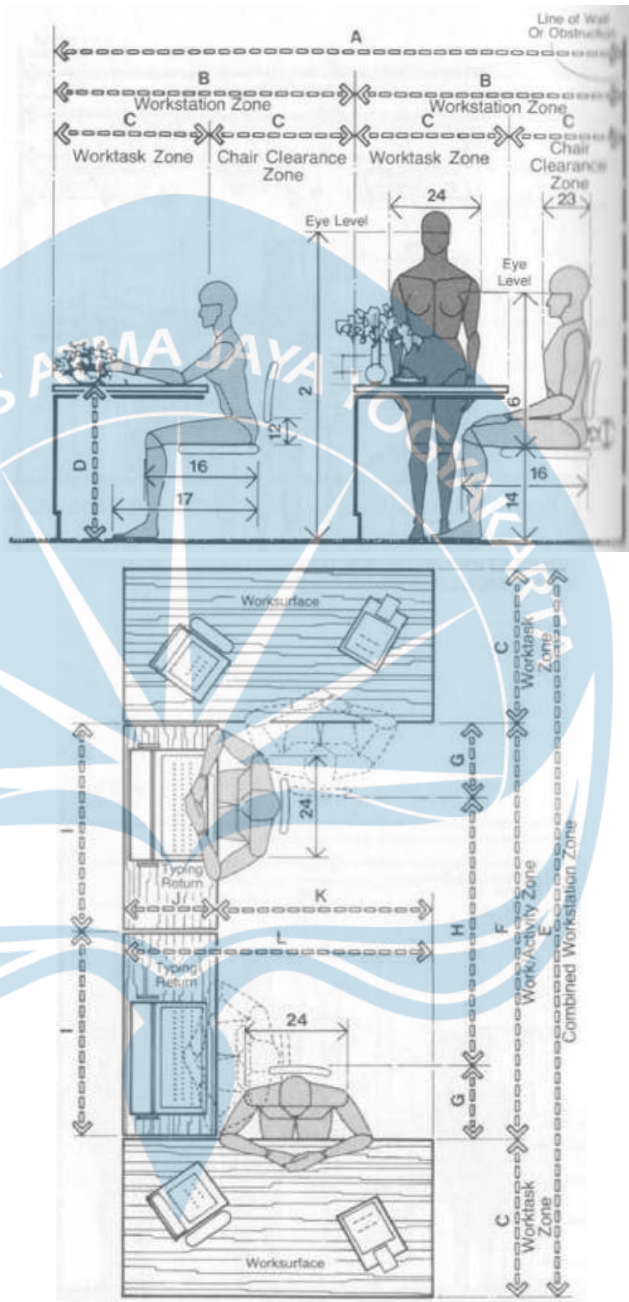
## 2.12. Fasilitas Pasar

Dikutip dari buku berjudul Manajemen Pemasaran Modern (Irawan, 2013) terdapat fasilitas-fasilitas pasar yaitu :

- A. Elemen Utama  
Dibagi menjadi 2 yaitu elemen ruang tertutup yang merupakan ruang yang tertutup namun tidak tertutup seperti ruang kios, tlasaran, los, dan Gudang dan elemen ruang terbuka seperti los dan kios yang tidak permanen bagi pedagang tidak tetap dan tempat parkir.
- B. Elemen Penunjang  
Elemen penunjang pada pasar berupa ruang *loading dock* (area bongkar muat), pos satpam (pos jaga), dan lain-lain
- C. Elemen Pendukung  
Elemen pendukung berupa tempat ibadah, tempat penitipan anak, kantor pengelola pasar, ruang kesehatan, dan area pelayanan jasa.
- D. Jaringan Utilitas  
Jaringan utilitas pada pasar berupa air bersih dan kotor, proteksi kebakaran, pengelolaan sampah, penangkal petir, dan elektrikal.
- E. Area Parkir
- F. Fasilitas Sosial  
Fasilitas sosial yang terdapat pada pasar tradisional ialah teras yang berfungsi sebagai interaksi sosial, selain itu vegetasi juga dapat digolongkan fasilitas sosial sebagai tempat berteduh dan menjalin interaksi sosial di pasar.

## 2.13. Standar Sarana Prasarana Pasar Tradisional

1. Kantor Publik (Panero, 2003)



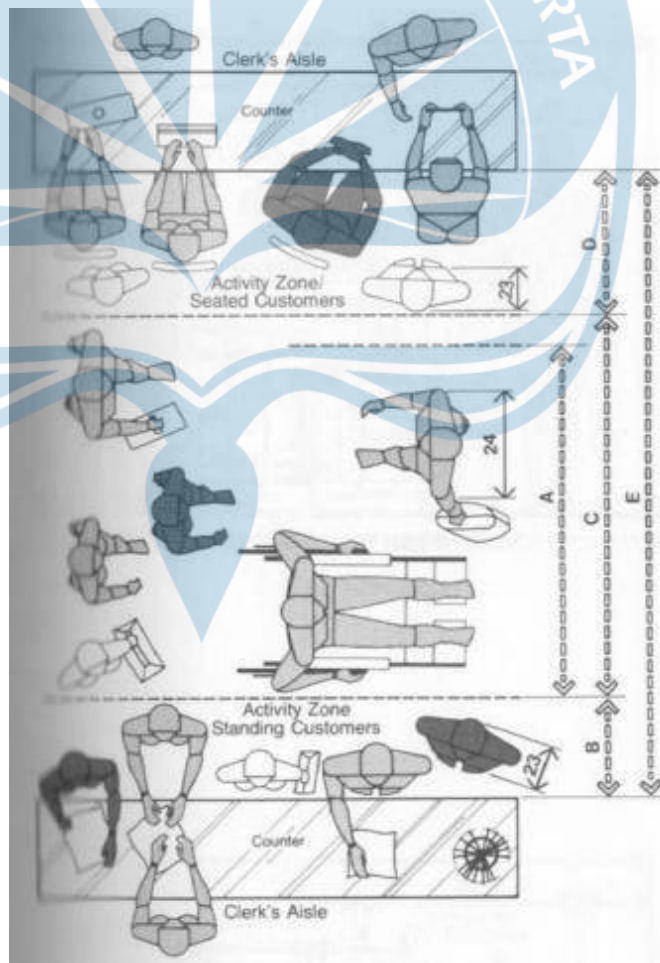
Ket	Cm
A	304.8-365.8
B	152.4-182.9
C	76.2-91.4
D	73.7-76.2
E	304.8-426.7

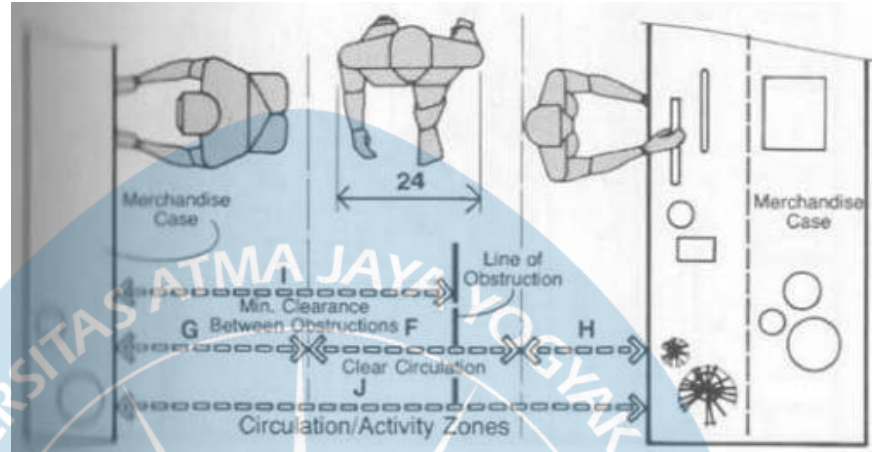
F	152.4-243.8
G	45.7-61.0
H	61.0-121.9
I	76.2-121.9
J	45.7-55.9
K	106.7-127.0
L	152.4-182.9

Gambar 14. Antropometrik Kantor Publik

Sumber: Panero, Julius. (2003). Dimensi Manusia dan Ruang Interior. Jakarta: Erlangga

## 2. Ruang Retail



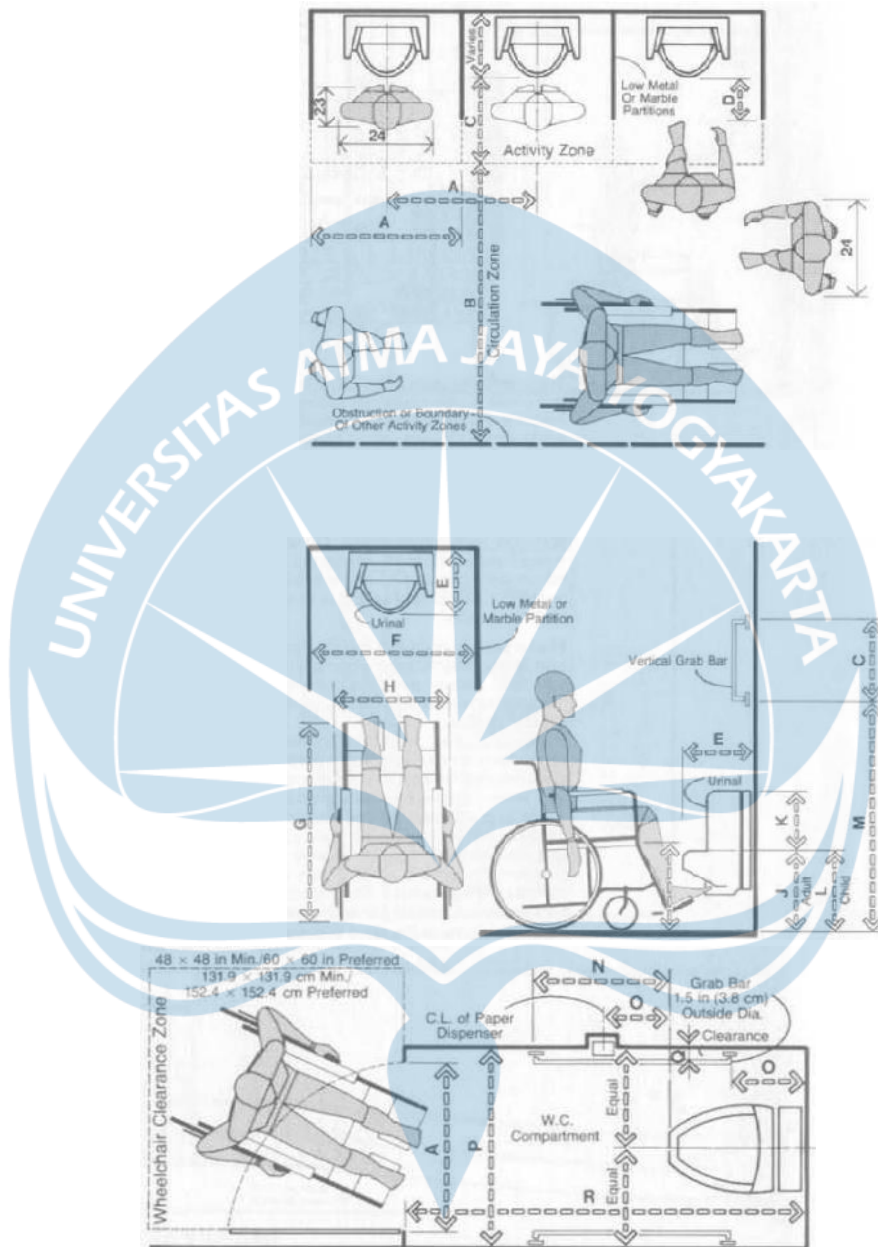


Ket	Cm
A	167.6 min
B	45.7
C	182.9
D	66.0 – 76.2
E	294.6 – 304.8
F	76.2 – 91.4
G	45.7 – 91.4
H	45.7 min
I	129.5 min
J	167.6 – 28.6

**Gambar 15. Antropometrik Lebar Lintasan Publik**

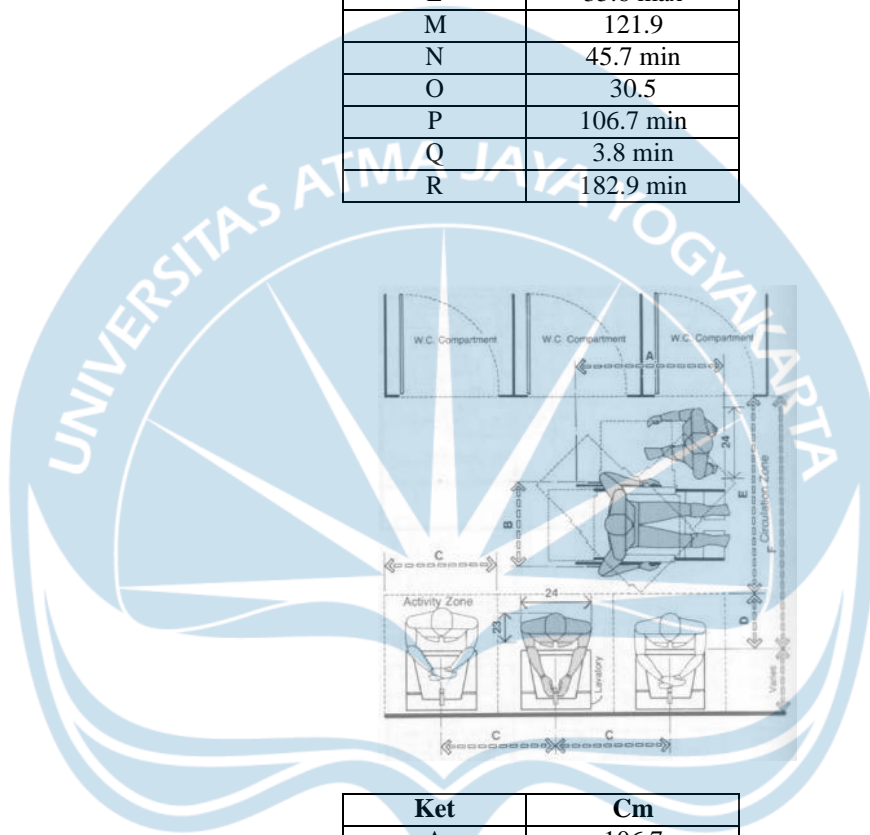
Sumber: Panero, Julius. (2003). Dimensi Manusia dan Ruang Interior. Jakarta: Erlangga

### 3. Toilet Umum



Ket	Cm
A	81.3
B	137.2
C	45.7
D	20.3 – 25.4
E	35.6 min
F	91.4 min

G	106.7
H	63.5
I	48.3
J	43.2 max
K	30.5 min
L	35.6 max
M	121.9
N	45.7 min
O	30.5
P	106.7 min
Q	3.8 min
R	182.9 min



Ket	Cm
A	106.7
B	63.5
C	81.3
D	45.7
E	137.2
F	182.9
G	76.2 min
H	121.9
I	45.7 max
J	91.4
K	48.33
L	76.2 min
M	86.4 max
N	101.6 max

Gambar 16. Antropometry WC dan Lavaatory

Sumber: Panero, Julius. (2003). Dimensi Manusia dan Ruang Interior. Jakarta: Erlangga



#### **2.14. Syarat Pembangunan Pasar Tradisional**

Sesuai dengan peraturan menteri perdagangan republik indonesia nomor 37/m-dag/per/5/2017 tentang pedoman pembangunan dan pengelolaan sarana perdagangan terdapat persyaratan dalam pembangunan pasar tradisional yaitu : (PERMEN, Pedoman Pembangunan dan Pengelolaan Sarana Perdagangan, 2017)

1. Syarat revitalisasi atau pembangunan pasar rakyat yaitu :
  - Lokasi tapak harus strategis. Lokasi tapak harus dekat dengan pemukiman dan pusat aktivitas ekonomi sebuah wilayah.
  - Lokasi tapak harus pada embrio pasar rakyat yang sudah ada.
  - Memenuhi syarat SNI pasar.
  - Akses menuju pasar yang didukung transportasi umum kota dan memperhatikan kondisi sosial ekonomi.
  - Sesuai dengan desain prototipe pasar dengan melampirkan gambar tampak dalam lampiran yang sesuai dengan peraturan menteri.

#### **2.15. Kegiatan Umum Pasar Tradisional**

Kegiatan pasar tradisional dapat di golongkan sebagai berikut (Roosdiana, 2013: 25):

1. Kegiatan yang dapat ditemukan pada pasar tradisional yaitu berupa :
  - a. Kegiatan pengiriman produk dagangan :
    - *Loading in* produk dagangan.
    - Pendistribusian produk dagangan ke unit-unit pasar.
  - b. Kegiatan jual-beli :
    - Aktivitas jual-beli antara pedagang dengan pembeli.
    - Kegiatan menyimpan produk dagangan.
    - Kegiatan berpindah dari 1 unit perdagangan ke 1 unit perdagangan lainnya.
  - c. Kegiatan pencapaian ke pasar.
  - d. Kegiatan penunjang :
    - Kegiatan pembersihan
    - Kegiatan pemeliharaan bangunan.

**2.16. Preseden**  
**1. Dadad Market**



**Gambar 17. Dadad Market**

Sumber : [archdaily.com/dadad.market](http://archdaily.com/dadad.market)

Lokasi : Bangkok, Thailand

Arsitek : OPH

Luas Site : 342 m<sup>2</sup>

Tahun Pembangunan : 2017

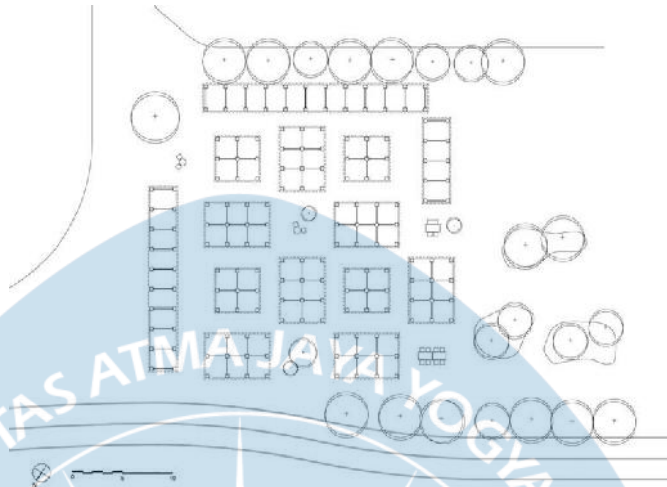
Terletak di depan mal lokal di Nakorn Ratchasima, sekitar 250 km timur laut Bangkok dan pintu gerbang ke provinsi Timur Laut Thailand, pasar menawarkan beragam barang. Nama "Dadad" yang berarti "beragam atau berlimpah" dalam bahasa gaul Timur Laut paling tepat menggambarkan esensi dari pasar sementara ini, yang berfungsi sebagai tempat berkumpulnya penduduk lokal dan anak muda. Dalam iklim Thailand yang panas, setelah matahari terbenam dan panas mereda, jalanan menjadi hidup dengan tenda-tenda berwarna-warni dan kedai makanan pedagang lokal. Proyek ini merayakan fenomena spontan ini, menciptakan struktur cahaya yang mengambang di lanskap kota malam hari.



**Gambar 18. Penampakan Dadad Market.**

Sumber : [archdaily.com/dadad.market](http://archdaily.com/dadad.market)

Pasar ini menggunakan material yang tembus pandang pada bagian atas dan terbuka pada bagian bawahnya agar dapat memanfaatkan tenaga yang dapat diperbaharui semaksimal mungkin dari sisi pencahayaan dan penghawaan. Hal ini dapat dilihat dari penerapan pada dinding lantai 2 yang menggunakan material yang transparan agar dapat memasukkan cahaya ke dalam bangunan dan pedagang dibawahnya tidak merasakan panas dari radiasi matahari tersebut. Kemudian, pada penghawaan digunakan atap yang tinggi agar udara panas dapat bergerak ke atas dan pada bagian bawah dibuat terbuka agar sirkulasi udara dapat bergerak bebas dan juga massa bangunan yang multimasal juga berfungsi untuk dapat memberikan penghawaan yang maksimal sehingga panas dari kegiatan jual beli dapat dikendalikan.



**Gambar 19. Denah Dadad Market**

Sumber : [archdaily.com/dadad.market](http://archdaily.com/dadad.market)

Massa dibuat multi massa sehingga memperluas ruang sirkulasi dan juga memberikan kemudahan bagi pelaku yang datang untuk mencari barang yang ingin dibeli. Tetapi, dengan konsep terbuka ini akan menyulitkan pembeli untuk berteduh. Bangunan ini memberikan pengalaman yang lebih bagi pelaku yang datang dengan memberikan sirkulasi yang dinamis sehingga pelaku akan berputar putar ketika dari titik satu ke titik lainnya dan dapat melihat produk-produk lainnya yang dapat menguntungkan bagi pedagang.

## 2. Food Villa Market



**Gambar 20. Food Villa Market**

Sumber : [archdaily.com/food.villa.market](http://archdaily.com/food.villa.market)

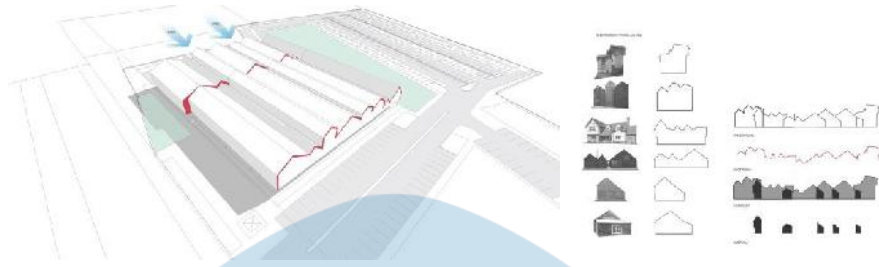
Lokasi : Bangkok, Thailand

Arsitek : I Like Design Studio

Luas Site : 4000 m<sup>2</sup>

Tahun Pembangunan : 2013

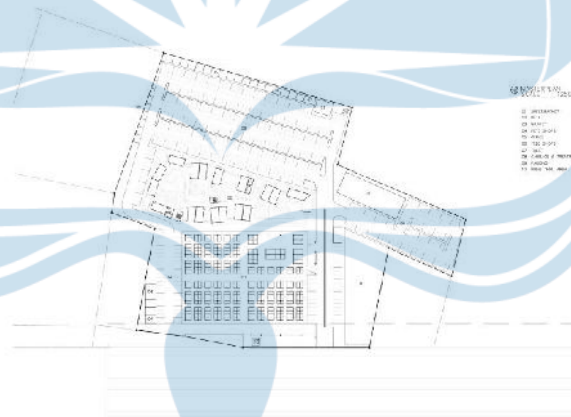
Gedung Pasar Utama telah dirancang pada tahun 2013 dan secara resmi diluncurkan pada tahun 2015. Bangunan tersebut merepresentasikan “pertanian produksi pangan”, yang dikembangkan dari pola rumah pertanian yang menggabungkan setiap unit menjadi satu dalam satu urutan. Fasad bangunan dirancang untuk menjadi permukaan tembus cahaya agar cahaya alami masuk dan bersinar keluar di malam hari. Celah ventilasi diatur dalam dua lapisan, di bagian atas atap pelana itu sendiri dan di antara tingkat perpecahan setiap atap seperti yang terlihat di ketinggian. Penataan tanda dan barang yang tidak teratur tetap dipertahankan oleh seorang arsitek untuk mewakili suasana pasar lokal Thailand.



**Gambar 21. Massing Food Villa Market**

Sumber : [archdaily.com/food.villa.market](http://archdaily.com/food.villa.market)

Bentuk dari atap diambil dari gaya arsitektur disekitar lingkungan sehingga bentuk pasar itu tidak menjadi bentuk yang berbeda dan membuat pelaku yang datang menjadi canggung untuk masuk ke dalam pasar. Hal ini bertujuan untuk memberikan kesan yang berbau dengan masyarakat sekitar dan menghargai gaya arsitektur lingkungan tersebut.



**Gambar 22. Denah Food Villa Market**

Sumber : [archdaily.com/food.villa.market](http://archdaily.com/food.villa.market)

Dilihat dari penataan ruang dalam ruang-ruang disusun dan di tata sesuai dengan jenis dagangan yang dijual dan fungsi dari setiap bangunannya sehingga mempermudah pelaku yang datang. Dalam penataan ruang pasar tersebut juga disusun secara grid sehingga membuat sirkulasi

ruangan menjadi lebih efektif dan pelaku menjadi lebih mudah dalam mencari apa yang ingin dibeli.



**Gambar 23. Tampak Depan Food Villa Market**

Sumber : [archdaily.com/food.villa.market](http://archdaily.com/food.villa.market)

Dilihat dari gambar di atas bangunan menggunakan pencahayaan dan penghawaan alami sehingga bangunan dapat memanfaatkan energi yang dapat diperbaharui ke dalam bangunan. Pertama, menggunakan dinding yang transparan sehingga dapat memasukkan cahaya matahari ke dalam bangunan sehingga dapat menghemat penggunaan lampu buatan. Kedua, bangunan memberika bukaan-bukaan dari arah angin sehingga dapat terjadi cross ventilation ke dalam bangunan. Ketiga, selain material bentuk atap planar yang tinggi dapat mengurangi panas di dalam ruangan sehingga panas dapat bergerak ketas bangunan dan ditukar dengan penghawaan alami ke dalam bangunan sehingga di dalam bangunan tidak bau dan tidak panas.

### **2.16.1. Perbandingan Preseden**

**Tabel 6. Perbandingan Preseden**

Aspek	Dadad Markat	Food Villa Market
-------	--------------	-------------------

<p>Jenis Pasar</p>	 <p>Merupakan pasar yang menjual produk-produk gaya hidup seperti pakaian, tas, dan lain sebagainya</p>	 <p>Merupakan pasar yang menjual segala kebutuhan masyarakat sekitar.</p>
<p>Pencahayaan</p>	 <p>Menggunakan dinding transparan dan multi massa untuk memasukkan pencahayaan alami.</p>	 <p>Menggunakan dinding transparan untuk memasukkan pencahayaan alami.</p>
<p>Penghawaan</p>	 <p>Memiliki multi massa dan pada lantai dasar memiliki konsep terbuka.</p>	 <p>Memiliki permukaan dinding yang berlubang untuk memasukkan angin ke dalam</p>