

TESIS

**STUDI PERUBAHAN BENTUK RUANG DAN TATA
PRODUK LOS TEKSTIL PASAR BERINGHARJO,
YOGYAKARTA BERDASARKAN TEORI PERSEPSI**

Studi Kasus Lantai 1 Pasar Beringharjo



HOO CYTHIA DEVI HENDRAWAN
No. Mhs.: 125401866/PS/MTA

PROGRAM STUDI MAGISTER TEKNIK ARSITEKTUR
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2013



UNIVERSITAS ATMAJAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER TEKNIK ARSITEKTUR

PENGESAHAN TESIS

Nama : Hoo Cythia Devi Hendrawan
Nomor Mahasiswa : 125401866/PS/MTA
Konsentrasi : Digital Arsitektur
Judul tesis : Studi Perubahan Bentuk Ruang dan Tata Produk Los
Tekstil Pasar Beringharjo, Yogyakarta Berdasarkan Teori
Persepsi (Studi Kasus Lantai 1 Pasar Beringharjo).

Nama Pembimbing

Tanggal

Tanda tangan

1. Dr. Amos Setiadi, ST, MT

16 Okt 2014



UNIVERSITAS ATMAJAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER TEKNIK ARSITEKTUR

PENGESAHAN TESIS

Nama : Hoo Cythia Devi Hendrawan
Nomor Mahasiswa : 125401866/PS/MTA
Konsentrasi : Digital Arsitektur
Judul tesis : Studi Perubahan Bentuk Ruang dan Tata Produk Los
Tekstil Pasar Beringharjo, Yogyakarta Berdasarkan Teori
Persepsi (Studi Kasus Lantai 1 Pasar Beringharjo).

Nama Penguji

1. Dr. Amos Setiadi, ST, MT
2. Ir. A. Atmadji, MT
3. Ir. YD. Krismiyanto, MT

Tanggal

16 Okt
16 Okt 2014
16 Okt 2014

Tanda tangan

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hoo Cythia Devi Hendrawan
No. Mhs : 125401866/PS/MTA
Jurusan/Program Studi : Digital Arsitektur
Fakultas : Pascasarjana Teknik Arsitektur Universitas Atma
Jaya, Yogyakarta.

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya aku sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa tesis ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Yogyakarta,

Agustus 2014

Yang membuat pernyataan,



Hoo Cythia Devi Hendrawan

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan studi perubahan bentuk ruang dan tata produk pada los/kios tekstil pasar Beringharjo dikaitkan dengan teori persepsi arsitektur. Penelitian ini juga melakukan kajian mengenai persepsi yang terbentuk akibat adanya fenomena perubahan ruang los/kios tekstil di pasar Beringharjo dan dibandingkan berdasarkan luasan los/kios yang dimiliki atau digunakan. Faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan persepsi tersebut adalah kognisi, stimulus, dan kebutuhan serta interpretasi, seleksi, dan *closure* dari para pedagang tekstil di pasar Beringharjo.

Penelitian ini menggunakan teori persepsi arsitektur. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner, wawancara, dan observasi. Responden yang berhasil dijangkau sejumlah 108 yang merupakan pedagang tekstil di pasar Beringharjo.

Hubungan antara kognisi, stimulus, dan kebutuhan yang didapatkan melalui hasil olah data kuisioner dikaitkan dengan hubungan antara interpretasi, seleksi, dan *closure* yang didapatkan melalui wawancara sehingga menghasilkan persepsi yang terbentuk pada pedagang tekstil pasar Beringharjo mengenai perubahan ruang dan tata produk.

Kata-kata kunci : perubahan ruang los/kios, tata produk, dan teori persepsi.

ABSTRACT

This research aims to study space and product display renovation at Beringharjo's textile stall and relate it to physical architecture theory. This research also analyse the perception that made because of the textile stall space renovation phenomena in Beringharjo market and compared base on extents stall that owned or used. Factors that influence the perception formation are cognition, stimulus, and needs, also interpretation, selection and closure from Beringharjo's textile traders.

This research used physical architecture theory. Data was collected by distributing questionnaires, interviews, and observations. The study succesfully obtain 108 respondents which are textile traders in Beringharjo market.

The connection between cognition, stimulus, and needs which gain as the result of questionnaire data been related to the connection between interpretation, selection, and closure from the interview formed the perception on the Beringharjo textile market traders about changing space and product display.

Keywords : space renovation, display, and perception theory.

KATA PENGANTAR

Pasar Tradisional merupakan salah satu warisan budaya Indonesia yang perlu untuk terus dilestarikan dan dikembangkan. Sebagai suatu warisan budaya, pasar tradisional menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan yang berkunjung ke Indonesia. Di Yogyakarta, Pasar Beringharjo merupakan pasar tradisional terbesar dan sudah ada sejak masa penjajahan Belanda. Pasar ini selalu ramai dikunjungi baik oleh masyarakat kota Yogyakarta maupun oleh para wisatawan domestik dan mancanegara yang berkunjung ke kota budaya ini. Dapat dikatakan bahwa pasar Beringharjo merupakan salah satu kekayaan budaya yang dimiliki oleh kota Yogyakarta dan oleh karenanya sangat penting untuk terus dilestarikan dan dikembangkan.

Pasar Beringharjo tidak hanya memiliki nilai budaya yang tinggi namun juga memiliki nilai ekonomi yang tinggi. Banyaknya kegiatan perdagangan yang terjadi di dalam pasar ini membuat omzet pasar menjadi sangat tinggi. Kegiatan perdagangan yang terus berkembang di dalam pasar Beringharjo membuat persaingan yang terjadi semakin sengit sehingga menuntut para pedagang pasar untuk terus meningkatkan dan mengembangkan usahanya. Salah satu usaha pedagang khususnya para pedagang tekstil untuk mengembangkan usahanya adalah dengan melakukan perubahan terhadap ruang los/kios yang digunakan untuk berdagang. Perubahan yang dilakukan oleh satu pedagang akhirnya diikuti oleh pedagang lain dan seterusnya sehingga menjadi suatu fenomena perubahan.

Menyadari fenomena di atas, penulis berusaha untuk memahami persepsi dari para pedagang tekstil di pasar Beringharjo. Dengan memahami persepsi pedagang tekstil maka diharapkan dapat menjadi dasar pertimbangan dalam perbaikan, pengembangan, maupun perancangan pasar tradisional selanjutnya.



DAFTAR ISI

Halaman judul	i
Halaman pengesahan dosen pembimbing	ii
Halaman pengesahan tim penguji	iii
Halaman Pernyataan keaslian tulisan	iv
Intisari	v
<i>Abstract</i>	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar isi	ix
Daftar tabel	xi
Daftar gambar	xii
Daftar lampiran	xiii
Bab 1 Pendahuluan	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Batasan dan Lingkup Permasalahan	5
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Manfaat Penelitian	8
1.6. Keaslian Penelitian	8
1.7. Metodologi Penelitian	12
1.8. Jadwal Penelitian	14
1.9. Skematika Penelitian	15
Bab 2 Tinjauan tentang Pasar	
2.1. Pasar Tradisional	16
2.2. Pasar Beringharjo Yogyakarta	17

Bab 3 Metodologi Penelitian

3.1. Objek yang diteliti	33
3.2. Data yang dibutuhkan	33
3.3. Metode Pengumpulan Data	34
3.4. Instrumen Penelitian	41
3.5. Rencana Analisis Data	41

Bab 4 Tinjauan Persepsi	43
-------------------------------	----

Bab 5 Pembahasan

5.1. Analisis wawancara	53
5.2. Analisis kuisioner	61
5.3. Analisis dengan teori persepsi	92

Bab 6 Kesimpulan dan Saran

6.1. Kesimpulan	94
6.2. Saran	95

Daftar Pustaka	96
----------------------	----

Lampiran	98
----------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Jadwal Penelitian	14
Tabel 5.1.	Uji Validitas Indikator <i>Cognition</i>	62
Tabel 5.2.	Uji Reabilitas Indikator <i>Cognition</i>	65
Tabel 5.3.	Uji Validitas Indikator Stimulus	65
Tabel 5.4.	Uji Reabilitas Indikator Stimulus	67
Tabel 5.5.	Uji Validitas Indikator <i>Needs</i>	68
Tabel 5.6.	Uji Reabilitas Indikator <i>Needs</i>	70
Tabel 5.7.	<i>Screening</i> Responden	70
Tabel 5.8.	Kepemilikan Los/Kios Tekstil dari Responden	71
Tabel 5.9.	Karakteristik Responden (gender)	71
Tabel 5.10.	Karakteristik Responden (usia)	72
Tabel 5.11.	Karakteristik Responden (lama berprofesi)	73
Tabel 5.12.	Karakteristik Responden (lokasi los/kios)	74
Tabel 5.13.	Karakteristik Responden (banyaknya muka kios)	74
Tabel 5.14.	Karakteristik Responden (luas los/kios)	75
Tabel 5.15.	Karakteristik Responden (kondisi los/kios)	75
Tabel 5.16.	Kategori Jawaban pada indikator	76
Tabel 5.17.	Pertanyaan 1 Indikator <i>Cognition</i>	77
Tabel 5.18.	Pertanyaan 2 Indikator <i>Cognition</i>	77
Tabel 5.19.	Pertanyaan 3 Indikator <i>Cognition</i>	78
Tabel 5.20.	Pertanyaan 4 Indikator <i>Cognition</i>	79
Tabel 5.21.	Pertanyaan 5 Indikator <i>Cognition</i>	79
Tabel 5.22.	Pertanyaan 6 Indikator <i>Cognition</i>	80
Tabel 5.23.	Pertanyaan 7 Indikator <i>Cognition</i>	81
Tabel 5.24.	Pertanyaan 1 Indikator Stimulus	82
Tabel 5.25.	Pertanyaan 2 Indikator Stimulus	82
Tabel 5.26.	Pertanyaan 3 Indikator Stimulus	83
Tabel 5.27.	Pertanyaan 4 Indikator Stimulus	84
Tabel 5.28.	Pertanyaan 1 Indikator <i>Needs</i>	84
Tabel 5.29.	Pertanyaan 2 Indikator <i>Needs</i>	85
Tabel 5.30.	Pertanyaan 3 Indikator <i>Needs</i>	86
Tabel 5.31.	Pertanyaan 4 Indikator <i>Needs</i>	86
Tabel 5.32.	Statistik Deskriptif dari Indikator	87
Tabel 5.33.	Statistik Deskriptif 2 dari Indikator	88
Tabel 5.34.	Pendapat responden mengenai los/kios yang dimiliki	89
Tabel 5.35.	Keinginan responden untuk melakukan perubahan	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Pasar Beringharjo	2
Gambar 1.2.	Area yang akan diteliti	6
Gambar 2.1.	Pasar Beringharjo	17
Gambar 2.2.	Sketsa Daerah Sekitar Pasar Yogyakarta	18
Gambar 2.3.	Kawasan Malioboro	19
Gambar 2.4.	Kawasan malioboro yang berada di sumbu imajiner	19
Gambar 2.5.	Peta Kota Yogyakarta tahun 1765	22
Gambar 2.6.	Peta Kota Yogyakarta tahun 1867	22
Gambar 2.7.	Denah jenis dagangan pasar Beringharjo Yogyakarta	24
Gambar 2.8.	Denah lantai 1 pasar Beringharjo Yogyakarta	24
Gambar 2.9.	Detail area kios tekstil di pasar Beringharjo	25
Gambar 2.10.	Tampilan los/kios lama saat dibuka (dilihat dari depan)	27
Gambar 2.11.	Tampilan los/kios baru saat dibuka (dilihat dari depan)	27
Gambar 2.12.	Tampilan los/kios lama saat dibuka (dilihat dari samping)	27
Gambar 2.13.	Tampilan los/kios baru saat dibuka (dilihat dari samping)	28
Gambar 2.14.	Tampilan los/kios lama saat sedang ditutup	28
Gambar 2.15.	Tampilan los/kios baru saat sedang ditutup	28
Gambar 2.16.	Tampilan los/kios lama saat tutup sempurna.....	29
Gambar 2.17.	Tampilan los/kios baru saat tutup	29
Gambar 2.18.	Potongan Tampak Depan los/kios lama	30
Gambar 2.19.	Potongan Tampak Depan los/kios baru	30
Gambar 2.20.	Potongan Tampak Samping los/kios lama	31
Gambar 2.21.	Potongan Tampak Samping los/kios baru	31
Gambar 4.1.	Konteks Kajian Arsitektur dan Perilaku	44
Gambar 4.2.	Teori Persepsi	50
Gambar 5.1.	Area Pedagang tekstil di pasar Beringharjo Yogyakarta	57
Gambar 5.2.	Sketsa tampilan los/kios tekstil lama di pasar Beringharjo	91
Gambar 5.3.	Sketsa tampilan los/kios tekstil baru di pasar Beringharjo	91

DAFTAR LAMPIRAN

Kuisisioner	98
Tabel Kerjje	105
Uji Validitas	106
Uji Realibilitas	108
Statistik Deskriptif	109
Deskriptif Jawaban Responden	112
Post Hoc Test	119

