

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kemajuan zaman membuat persaingan usaha menjadi semakin sengit. Persaingan yang semakin sengit menuntut para pengusaha untuk berpikir keras dan memunculkan berbagai ide kreatif untuk memajukan usaha yang telah digeluti. Berbagai perubahan pun dilakukan dan diharapkan dapat memberikan nilai tambah terhadap usaha tersebut. Perubahan yang dilakukan pada suatu aspek tentunya akan mempengaruhi aspek lain yang berkaitan dan menimbulkan perubahan lain.

Hal ini dapat diamati melalui fenomena yang sedang terjadi di pasar Beringharjo Yogyakarta. Sejak 2 tahun terakhir, terjadi perubahan bentuk los di pasar Beringharjo yang dilakukan oleh para pedagang pemilik los. Perubahan yang cukup signifikan terjadi di los tekstil pasar Beringharjo berupa perombakan los secara total menjadi kios tekstil. Hal yang mengalami perubahan antara lain adalah tampilan fisik bangunan, material dari bangunan, sistem atau cara dalam membuka dan menutup bangunan, volume bangunan, tata ruang, tata produk dan lain sebagainya. Perubahan terjadi secara perlahan-lahan namun terus berlangsung karena terus diikuti oleh para pedagang lain. Pada awalnya perubahan hanya dilakukan oleh satu atau dua pedagang saja, namun pedagang lain mulai mengikuti dan melakukan perubahan pada los yang mereka tempati sehingga terjadilah perubahan besar pada kawasan kios tekstil pasar Beringharjo.

Pasar Beringharjo merupakan pasar tradisional terbesar di Yogyakarta yang dimiliki oleh pemerintah kota Yogyakarta. “Ender Moiste Passer Op Java” merupakan sebutan orang Belanda untuk pasar Beringharjo yang artinya pasar terindah di Jawa.¹ Terletak di kawasan Malioboro yang merupakan suatu kawasan di Daerah Istimewa Yogyakarta yang sudah menjadi salah satu identitas dari Kota Pendidikan dan Kota Budaya ini. Jalan Malioboro seolah merupakan “garis imajiner” yang menghubungkan Kraton, Tugu, dan Gunung Merapi di sebelah utara. Letaknya yang sangat strategis membuat pasar Beringharjo banyak dikunjungi oleh para wisatawan yang berlibur ke kota Yogyakarta. Barang yang diperdagangkan di dalam pasar sangat beragam dan memiliki harga yang murah. Banyaknya barang kerajinan dan makanan tradisional yang diperdagangkan di dalam dan sekitar pasar membuat pasar Beringharjo menjadi tujuan utama para wisatawan untuk berbelanja oleh-oleh khas Yogyakarta.



Gambar 1.1 Pasar Beringharjo
Sumber : www.jogjawair.com/pasar-beringharjo-yogyakarta.html

¹ Rizal J.J, 2012, *Menguk Pasar Tradisional Indonesia*, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Direktorat Internalisasi Nilai dan Diplomasi Budaya, Direktorat Jenderal Kebudayaan, 65.

Pada pasar Beringharjo terdapat 3 macam bangunan wadah usaha dalam ruang yang diklasifikasikan oleh Dinas Pasar yaitu lapak, los, dan kios. Lapak merupakan bangunan wadah usaha dalam ruang yang memiliki bentuk sangat sederhana dan bersifat non-permanen. Los merupakan bangunan wadah usaha dalam ruang yang memiliki bentuk cukup sederhana dan bersifat semi-permanen. Sedangkan kios hampir sama dengan los namun kios memiliki tampilan yang lebih modern. Lapak, los dan kios pada pasar Beringharjo dikelompokkan berdasarkan jenis barang yang diperdagangkan. Los dan kios tekstil pada pasar Beringharjo terletak pada lantai 1 bangunan pasar, tepatnya berdekatan dengan kios pedagang emas dan pedagang garmen atau pakaian jadi.

Kepemilikan dari lapak, los, dan kios bukan merupakan kepemilikan pribadi (milik para pedagang) melainkan milik pemerintah kota. Para pedagang yang berdagang di dalam pasar Beringharjo membeli hak guna area yang mereka gunakan untuk berdagang pada pemerintah kota. Dengan demikian, para pedagang dapat memanfaatkan area tersebut namun aset dari area tersebut tetap menjadi milik pemerintah kota. Pada prakteknya para pedagang yang memiliki hak guna area tidak hanya menggunakan area tersebut untuk kegiatan perdagangan namun juga menjual atau menyewakan hak guna area tersebut kepada pedagang lain. Hal ini dilakukan atas ijin dan sepengetahuan Dinas Pasar. Besarnya kios tidak sama antara satu dengan lainnya. Besarnya kios biasa diukur dengan banyaknya modul. Terdapat 4 tipe los/kios di pasar Beringharjo berdasarkan luasan areanya, yaitu: los dengan luasan 1 modul, los dengan luasan 2 modul, los dengan luasan 3

modul, dan los dengan luasan 4 modul. 1 modul pada kios di pasar Beringharjo memiliki luasan sebesar 2m² atau 2m x 1m.

Perubahan yang dilakukan oleh para pedagang tanpa adanya faktor pendorong dari luar tentunya dipengaruhi oleh adanya persepsi dari para pedagang tersebut. William Ittelson pada bukunya "*Visual Space Perception*" menyebutkan bahwa persepsi adalah bagian dari proses yang hidup dimana setiap orang, dari sudut pandangnya masing-masing menciptakan dunianya, dalam mencapai suatu kepuasan.² Apabila dilihat dari teori tersebut maka dapat disimpulkan bahwa terdapat ketidakpuasan dari para pedagang terhadap los/kios yang mereka miliki sehingga para pedagang merasa perlu untuk melakukan perubahan terhadap los/kios tersebut sehingga dapat digunakan sesuai dengan yang mereka kehendaki.

Perubahan ruang yang terjadi pada los di pasar Beringharjo mempengaruhi tata produk pada los tersebut. Apabila perubahan hanya terjadi pada 1 los saja tentunya tidak akan membawa banyak perubahan, namun perubahan yang terus terjadi membuat wajah dari los-los di pasar Beringharjo semakin berbeda. Los/kios yang ada di dalam pasar Beringharjo juga merupakan suatu objek arsitektur yang perlu ditata tanpa mengabaikan ruang dalam pasar secara keseluruhan. Oleh karenanya, dalam melakukan perubahan bentuk los/kios tentu diperlukan aturan-aturan sebagai dasar penentu dalam melakukan perubahan. Bagaimana pengaruh persepsi pedagang dalam melakukan perubahan terhadap los/kios yang dimiliki? Hal ini tentunya perlu untuk diteliti lebih lanjut sehingga

² Ittelson, William. 1960. *Visual Space Perception*. Springer Publisher Company. New York. 32.

persepsi yang muncul dari fenomena yang terjadi di pasar Beringharjo ini dapat dipahami secara utuh.

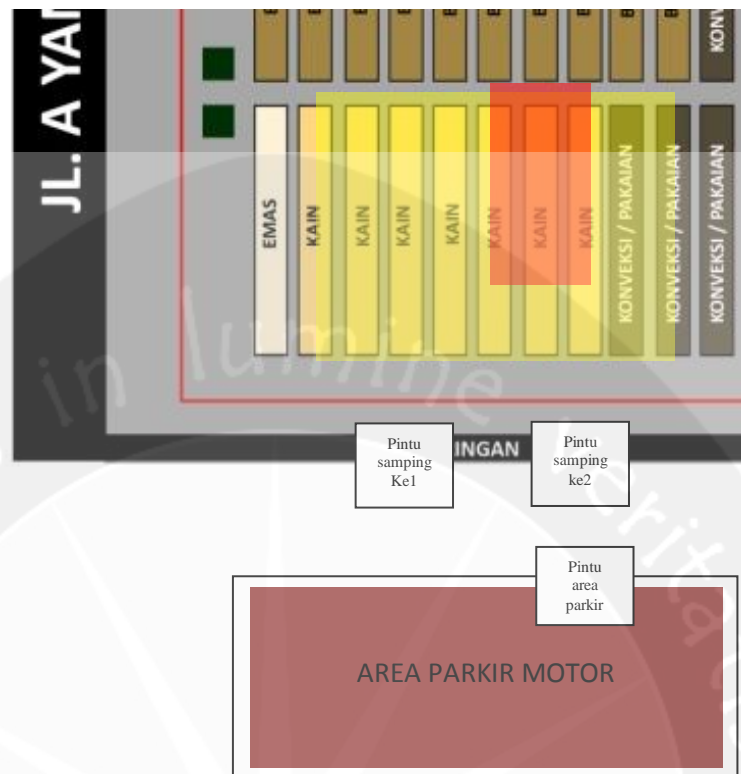
1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana kaitan antara fenomena perubahan ruang dan perubahan tata produk di los (kios) tekstil pasar Beringharjo dilihat melalui teori persepsi?

1.3. Batasan dan Lingkup Permasalahan

Batasan

- Area : area yang diteliti adalah area los/kios tekstil pasar Beringharjo yang berlokasi di lantai 1 pasar Beringharjo dan berdekatan dengan kios emas dan los/kios konveksi atau pakaian jadi. Area yang dipilih untuk diamati/diobservasi adalah area dalam pasar Beringharjo yang berlokasi di sekitar area pintu kedua di samping pasar. Diambilnya area ini sebagai lokasi penelitian karena lokasinya bersebrangan dengan pintu area parkir motor dan sering digunakan sebagai pintu masuk bagi pengunjung yang datang dengan mengendarai sepeda motor. Oleh sebab itu, area ini cenderung lebih ramai. Alasan kedua adalah karena area ini berada di tengah area kios pedagang tekstil yang paling banyak mengalami perubahan bentuk.



Gambar 1.2 Area yang akan diteliti
 Sumber : Dinas Pengelolaan Pasar Yogyakarta, 1994

- Target : Pedagang tekstil di pasar Beringharjo.
- Objek : Perubahan ruang los/kios yang berlokasi di lantai 1 pasar Beringharjo.
- Batasan objek los/kios tekstil untuk diobservasi:
 - o Banyak objek : 4 los/kios pasar yang memperdagangkan produk tekstil.
 - o Kriteria objek :
 - a. 1 los/kios yang memperdagangkan produk tekstil dan berlokasi di ujung koridor sehingga memiliki 3 muka dan merupakan los/kios dengan bentuk lama.

- b. 1 los/kios yang memperdagangkan produk tekstil dan berlokasi di ujung koridor sehingga memiliki 3 muka dan merupakan los/kios dengan bentuk baru.
- c. 1 los/kios yang memperdagangkan produk tekstil dan berlokasi di tengah koridor sehingga memiliki 1 muka dan merupakan los/kios dengan bentuk lama.
- d. 1 los/kios yang memperdagangkan produk tekstil dan berlokasi di tengah koridor sehingga memiliki 1 muka dan merupakan los/kios dengan bentuk baru.

Lingkup Permasalahan

Fenomena perubahan ruang los pada pasar Beringharjo, Yogyakarta mulai terjadi sekitar 2 tahun lalu dan terus berlangsung. Perubahan yang terjadi masih berlangsung hingga saat ini dengan proses yang cukup lambat. Belum ada kajian yang membahas tentang fenomena perubahan ruang los ini dari sudut pandang arsitektural meski perubahan ini merupakan faktor penyebab terjadinya perubahan pada berbagai aspek di pasar Beringharjo, Yogyakarta. Penelitian pada pasar tradisional sudah pernah dilakukan sebelumnya, namun belum ada kajian yang membahas tentang perubahan ruang los/kios pada pasar tradisional. Penelitian sebelumnya yang serupa dengan penelitian yang akan dilakukan antara lain adalah : kajian kenyamanan terhadap pengunjung pasar tradisional (ditinjau dari pengaruh sirkulasi pengunjung terhadap penataan kios/los), pengembangan perancangan revitalisasi pasar tradisional

sebagai aset sosio-kultural kota, dan kajian terhadap pemanfaatan ruang di pasar tradisional Bulu Semarang.

1.4. Tujuan Penelitian

Studi perubahan ruang dan tata produk pada los/kios tekstil pasar Beringharjo dikaitkan dengan teori persepsi arsitektur.

1.5. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Akademis

Manfaat dari penelitian yang dilakukan adalah untuk memperoleh informasi mengenai fenomena perubahan seperti apa yang sedang terjadi di pasar Beringharjo, Yogyakarta, serta untuk memahami kaitan antara persepsi pedagang dan perubahan ruang los pasar Beringharjo. Informasi yang diperoleh dapat memperkaya ilmu pengetahuan khususnya mengenai perkembangan pasar tradisional dan kaitan perubahan dengan teori persepsi.

b. Manfaat Praksis

Hasil dari penelitian yang dilakukan dapat dimanfaatkan lebih lanjut sebagai salah satu dasar dalam perancangan/pembenahan los pasar tradisional.

1.6. Keaslian Penelitian

Pada kajian terhadap pemanfaatan ruang di pasar tradisional Bulu Semarang, didapatkan beberapa temuan penelitian, antara lain : karakteristik

ruang pasar tradisional Bulu Semarang ditinjau dari aktifitas yang terjadi dan indikasi atribut yang terjadi di ruang pasar tradisional Bulu Semarang. Devy pada penelitiannya menyebutkan bahwa pada karakteristik ruang ditemukan bahwa ruang di pasar Bulu Semarang tidak mengalami perkembangan (stagnan) meskipun pedagang yang berkegiatan di dalamnya terus bertambah. Sedangkan indikasi atribut yang ditemukan adalah pedagang mengalami kesulitan karena jauhnya lokasi bongkar muat dengan lokasi berdagang, serta adanya ketidakjelasan pengelolaan pasar dalam penataan ruang di pasar Bulu Semarang.³

Oktaviani, pada kajian terhadap kenyamanan pengunjung pasar tradisional (ditinjau dari pengaruh sirkulasi pengunjung terhadap penataan kios/los) disebutkan bahwa kenyamanan pengunjung ditinjau dari pengaruh sirkulasi pengunjung terhadap penataan kios atau los dipengaruhi oleh beberapa aspek, antara lain :

1. Unsur-unsur sirkulasi

- a. Pencapaian bangunan secara langsung, untuk kendaraan maupun manusia memberikan kemudahan kepada pengunjung dan penjual menuju ke objek bangunan.
- b. Jalan masuk ke dalam bangunan pada umumnya rata, dibuat banyak jalan masuk menuju ke bangunan untuk memudahkan pengunjung atau penjual untuk beraktivitas baik mencapai secara langsung maupun berkeliling menuju kios/los.
- c. Konfigurasi bentuk jalan linier, membawa pengunjung/penjual untuk

³ Devy, Dwi Ananta. 2005. *Kajian terhadap Pemanfaatan Ruang di Pasar Bulu Semarang*. 181-182.

mengikuti alur gerak yang lebih terarah dan teratur untuk mencapai kenyamanan.

d. Hubungan ruang dan jalan melewati ruang-ruang, memudahkan pengunjung untuk dapat mengetahui macam-macam barang yang diperlukan dan dapat melihatnya secara langsung.

e. Bentuk dari ruang sirkulasi tertutup dan terbuka pada salah satu sisi. Ruang sirkulasi tertutup terbentuk dari deretan kios-kios/los-los yang saling berhadap-hadapan dan membentuk suatu alur gerak linear. Pada sirkulasi tertutup diperlukan pencahayaan dan penghawaan yang baik agar diperoleh kenyamanan. Area sirkulasi untuk pejalan kaki minimal dapat dilalui oleh dua orang yang berjalan berlawanan arah.

2. Aktifitas atau kegiatan pemakai

a. Pengunjung, membutuhkan kemudahan dalam mencari kebutuhan barang yang diperlukannya oleh karena itu diperlukan sirkulasi secara langsung dalam mengenal medan karena akan memberi kemudahan kepada pengunjung untuk mencapai ke obyek. Sirkulasi secara langsung ini juga banyak memberikan pintu masuk dan pintu keluar untuk pengunjung. Baik di pasar Gede maupun di pasar Johar dalam mencari barang kurang nyaman karena tidak disiplinnya pedagang yang menggunakan jalur-jalur sirkulasi untuk berdagang.

b. Pencapaian ke bangunan lebih efektif menggunakan pencapaian langsung.

c. Jalan masuk ke bangunan dibuat rata. Jalan masuk atau pintu dapat

dicapai dari beberapa arah.

- d. Konfigurasi bentuk jalan linear menguntungkan karena dengan konfigurasi ini alur gerak manusia diarahkan dengan baik sehingga pengunjung dapat bergerak terarah mengikuti pola-pola deretan kios/los yang terbentuk linear dan secara langsung dapat mengetahui macam-macam kios/los.
- e. Bentuk dari ruang sirkulasi tertutup dan terbuka pada salah satu sisi membutuhkan pengolahan yang lebih baik agar tercipta kenyamanan.
- f. Lebar area sirkulasi untuk mencapai kenyamanan minimal dapat dilalui oleh dua orang yang berpapasan.
- g. Penjual, memerlukan kemudahan didalam melayani pembeli dalam kiosnya/losnya untuk itu diperlukan penataan barang dagangan yang baik. Di pasar Gede Solo penataannya lebih baik dan lebih teratur dibandingkan penataan di pasar Johar. Sistem sirkulasi secara langsung dan tidak langsung bagi penjual sama-sama cukup nyaman karena bagi penjual akan mudah untuk mencapai kiosnya/losnya.⁴

Dari kedua hasil penelitian serupa yang telah dilakukan, belum dapat menjawab kaitan antara perubahan bentuk kios dengan perubahan budaya dan perubahan display pada pasar Beringharjo, Yogyakarta.

⁴ Oktaviani, Anita Dewi. 2002. *Kajian terhadap kenyamanan pengunjung pasar tradisional (ditinjau dari pengaruh sirkulasi pengunjung terhadap penataan kios/los)*. 49-50.

1.7. METODOLOGI PENELITIAN

A. Objek yang diteliti

Objek yang diteliti adalah perubahan ruang los pasar Beringharjo.

B. Data yang dibutuhkan

Data Primer

Data lokasi : melakukan observasi lapangan ke pasar Beringharjo dan mencari detail perubahan ruang dan tata produk yang terjadi di los tekstil pasar Beringharjo.

Data target sasaran : melakukan wawancara terhadap pedagang pasar Beringharjo.

Data Sekunder

Data pustaka tentang teori-teori bangunan pasar tradisional, sejarah pasar Beringharjo, dan teori persepsi.

C. Metode pengumpulan data

Studi Literatur, observasi lapangan, wawancara, dan kuisisioner.

D. Instrumen Penelitian

- a. Recorder dan Camera : digunakan pada saat observasi lapangan dan wawancara. (data- data yang didapat setelah melakukan wawancara dengan target adalah faktor yang mendorong pedagang dalam pengambilan keputusan untuk merubah ruang los dan tanggapan pihak pengelola pasar terhadap fenomena perubahan ruang los yang terjadi.)
- b. *Check list* dan alat tulis : digunakan pada saat observasi lapangan, wawancara, dan studi pustaka.

- c. Kuisisioner : dibagikan kepada para pedagang untuk diisi.

E. Rencana Analisis Data

Metode analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif

Pengumpulan informasi melalui buku-buku dan literatur yang berkaitan dengan bangunan pasar tradisional, sejarah pasar Beringharjo, dan teori perilaku. Sumber informasi berupa buku-buku dan *website* yang dapat menunjang studi perubahan ruang dan tata produk di los tekstil pasar Beringharjo. Pengumpulan informasi dari data-data hasil wawancara dan observasi lapangan yang dilakukan di pasar Beringharjo.

Pengumpulan informasi dengan menggunakan kuisisioner mengenai *cognition*, *stimulus*, dan *needs* yang mempengaruhi persepsi pedagang terhadap fenomena perubahan ruang los pasar Beringharjo. Hasil data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan menggunakan program spss dan dianalisis secara mendalam. Data-data yang diperoleh melalui wawancara, observasi lapangan, dan kuisisioner kemudian dianalisis secara mendalam sehingga dapat digunakan dalam penarikan kesimpulan hasil studi perubahan ruang dan tata produk di los tekstil pasar Beringharjo.

Metode Penarikan Kesimpulan

Pola yang digunakan dalam penarikan kesimpulan adalah dengan cara kerja penalaran deduktif. Analisis perubahan bentuk los pasar Beringharjo :

Hasil wawancara, observasi lapangan, dan hasil olah data dari kuisisioner dirumuskan dan dianalisis. Dengan demikian akan didapatkan analisis perubahan ruang dan tata produk los tekstil pasar Beringharjo berdasarkan teori persepsi.

1.8. Jadwal Penelitian

No.	Tahapan penelitian	Kegiatan	Waktu pelaksanaan
1.	Pengumpulan data lapangan	a. Observasi lapangan b. Wawancara dengan pedagang pasar c. Penyebaran kuisioner	4 minggu 2 minggu 2 minggu
2.	Pemahaman teori	Mengumpulkan teori dari berbagai sumber yang akan digunakan dalam studi ini.	2 minggu
3.	Analisis	Mengkaitkan antara data yang telah didapatkan dilapangan dengan teori yang digunakan dan dianalisis secara mendalam.	4 minggu
4.	Penarikan kesimpulan	Menarik kesimpulan yang diperoleh dari analisis yang telah dilakukan.	2 minggu

Tabel 1.1. Jadwal Penelitian
Sumber : Dokumentasi pribadi, 2014

1.9. Skematika Penelitian

