BAB II

TINJAUAN UMUM DAN PENDEKATAN TEORI

2.1 TINJAUAN UMUM TENTANG PASAR

2.1.1 Pengertian Pasar

Dalam Peraturan Daerah Dati II Yogyakarata, (Peraturan Daerah Kotamadya Daerah Tingkat II Yogyakarat Nomor 3 Tahun 1992 tentang PASAR) pasar diartikan sebagai suatu lahan pada lokasi yang ditentukan oleh Kepala Daerah tanpa atau dengan bangunan-bangunan dalam batas-batas tertentu dan dipergunakan para penjual dan pembeli untuk tempat berjual beli dan atau melakukan pekerjaan jasa secara langsung dan atau tidak langsung dalam suatu sistem pengelolaan baik oleh pemerintah daerah maupun pihak ketiga dan atau kerjasama antara keduanya. Dalam Perda ini juga menetapkan adanya dua macam pasar yaitu :

A. Pasar tradisional, yaitu pasar yang kegiatan para penjual dan pembelinya dilakukan secara langsung dalam bentuk eceran dalam waktu sementara atau tetap dengan tingkat pelayanan terbatas.

B. Pasar modern, yaitu pasar yang kegiatan para penjual dan pembelinya dilakukan secara langsung atau tidak langsung dalam bentuk eceran dan atau grosir dalam waktu tetap dengan tingkat pelayanan yang lebih luas.

2.1.2 FUNGSI PASAR

Pasar pada awalnya adalah tempat lingkungan dan bangunan sebagai tempat jual-beli, penyaluran, pertukaran, dan pertemuan antara persediaan

dan penawaran barang dan jasa, bentuk jual beli itu adalah langsung antara penjual dan pembeli, ada kebebasan memilih dan menawar barang dagangan pada pembeli. Macam barang dagangan sebagian besar adalah kebutuhan sehari-hari dan diperjualbelikan secara eceran.[7]

Dalam perkembangannya fungsi pasar tidak hanya sebagai tempat jual-beli, penyaluran, pertukaran, dan pertemuan antara persediaan, penawaran barang, dan jasa. Fungsi pasar lainnya antara lain yaitu:[8]

A. Sebagai sumber pendapatan daerah; pemerintah daerah mendapat pemasukan dana dari penarikan restribusi pasar.
B. Sebagai tempat kesempatan kerja; pasar banyak menyerap tenaga kerja, mulai dari pedagang, pelayan toko atau pembantu pedagang, buruh-buruh harian bongkar muat, pegawai pengelola pasar, petugas kebersihan, penjaga keamanan dan yang lainnya.
C. Sebagai tempat rekreasi; selain berbelanja, pengunjung juga melihat barang-barang dagangan dan menikmati suasana keramaian pasar. Dalam masyarakat yang masih akrab, seseorang pergi ke pasar untuk bertemu orang lain, menikmati makanan bersama. Pasar dan pusat perbelanjaan baru ada yang dilengkapi tempat rekreasi, misalnya bioskop, tempat bermain anak-anak. Pasar khusus, seperti pasar buah, pasar ikan, pasar burung, dapat menarik wisatwan dan menjadi tujuan kunjungan wisata di suatu kota.

---

[7] Optimasi Penggunaan Ruang pada Pasar wilayah Kota Besar , hal. 16
[8] Wiryadi, sistem dan Perpasaran dalam Ekonomi Kota, dalam M. Darwis

D. Pasar sebagai tempat studi dan pendidikan; pasar dapat menjadi tempat pendidikan informal, misalnya anak-anak mengenali sesuatu dan belajar membeli, pedagang baru mempelajari cara-cara berdagang, masyarakat berlatih untuk mentaati ketertiban dan kedisiplinan sebagai contoh dalam hal kebersihan. Selain itu pasar dapat menjadi obyek penelitian untuk kepentingan sekolah atau kuliah.

2.1.3 STANDAR PELAYANAN PASAR

Soewito membagi urutan pelayanan pasar sebagai berikut:[9]

Tabel 5
Urutan Pelayanan Pasar

HIRARKI PELAYANAN	FASILITAS	POPULASI PELAYANAN	RADIUS PELAYANAN	PERKIRAAN KPDT.	STATUS
Pusat Kota Besar	Perkantoran Ekonomi, Pertokoan, Kantor Pelayanan Umum (Bank, Kantor Pos, dll)	Kota dan Regional	5 – 10 km	300/Ha	Pasar Kota
Pusat Kota Pembantu	Perkantoran Ekonomi, pertokoan	Kota dan Regional	3 – 5 km	200-250/Ha	Pasar Kota
Pusat Wilayah	Perkantoran Ekonomi, Pertokoan, Kantor Pelayanan Umum	250.000 jiwa	2 – 3 km	150-200/Ha	Pasar Wilayah
Pusat Wilayah Pembantu	Pertokoan, Kantor Pelayanan Umum, Civic Center	70.000-250.000 jiwa	1,5 – 2 km	100-150/Ha	Pasar Wilayah
Pusat Kecamatan	Pertokoan, Kantor Pelayanan Umum, Civic Center	20.000-70.000 jiwa	s.d. 1,5 km	80-100/Ha	Pasar lingkungan
Pusat lingkungan	Pertokoan	5000-20.000 jiwa	s.d. 1 km	80-100/Ha	Pasar lingkungan
Kelompok Perumahan	Warunf-warung dan Toko-toko kecil	Kurang dari 5000 jiwa	s.d. 0,5 km	80-100/Ha	-

Sumber : Soewito dalam M. Darwis

Dalam Perda Yogyakarta pasar dibedakan dalam lima tingkat sebagai berikut:[10]

---

[9] Soewito, Optimasi Penggunaan Ruang pada Pasar Wilayah di Kota Besar, dalam M. Darwis.
[10] Perda Kodya Dati II Yogyakarta tentang Pasar

A. Tingkat regional adalah pasar yang memberikan pelayanan antar kota dan atau daerah belakang/pendukung dengan luas minimal 35.000m^2, berlokasi di pinggiran kota/perkotaan sekitar Jalan Arteri Sekunder dan atau Kolektor Primer. Pasar ini diklasifikasikan pasar kelas satu.

B. Tingkat kota adalah pasar yang memberikan pelayanan dalam kota/perkotaan dengan luas lahan minimal 13.500 m^2 yang berlokasi di pusat kota/perkotaan di kawasan perdagangan/jasa. Pasar ini diklasifikasikan pasar kelas dua.

C. Tingkat Wilayah Bagian Kota adalah pasar yang memberikan pelayanan bagian wilayah perkotaan seluas minimal 4.000 m^2, berlokasi di bagian wilayah kota dalam kawasan perdagangan/jasa. Pasar ini disebut pasar kelas tiga.

D. Tingkat lingkungan adalah pasar yang memberikan pelayanan lingkungan, lahan seluas minimal 500 m^2, berlokasi di lingkungan, disebut pasar kelas empat.

E. Tingkat Blok adalah pasar memberikan pelayanan lokal seluas lahan kurang dari 500 m^2, berlokasi tersebar dan diklasifikasi pasar kelas lima.

2.1.4 JENIS KEGIATAN PASAR

A. Garis Besar Kegiatan Pasar

1. Kegiatan penyaluran materi perdagangan
   - Sirkulasi, transpotasi dan dropping barang dagangan ke pasar.
   - Distribusi materi perdagangan ke setiap unit penjualan di dalam pasar.

2. Kegiatan pelayanan jual beli
   - Kegiatan jual beli antara pedagang dan konsumen.
   - Kegiatan penyimpanan materi perdagangan .
   - Kegiatan pergerakan dan perpindahan pengunjung dari luar ke dalam bangunan dan dari unit penjualan ke unit penjualan lain.
3. Kegiatan transpotasi pencapaian dari dan ke lokasi bangunan pasar.
4. Kegiatan pelayanan / servis / penunjang
   - Pelayanan bank
   - Pelayanan pembersihan
   - Pelayanan pemeliharaan.

B. Kegiatan Utama Di Pasar

Kegiatan utama di pasar adalah jual beli. Unsur kegiatan jual beli sebagai berikut:

1. Distribusi barang ; yaitu distribusi suplai barang ke pasar dan dari area penurunan barang ke tempat penjualan.
2. Penyiapan barang ; penyiapan barang dalam almari/kotak atau gudang.
3. Penyajian barang ; secara prinsip penyajian barang calon pembeli dapat melihat dan memilih barang dengan leluasa, penyajian untuk barang eceran ada beberapa macam antara lain :
   - *Table fixture* : penyajian diatas meja-maja menerus
   - *Counter fixture* : penyajian dalam almari rendah
   - *Cases fixture* : almari transparan, misalnya almari kaca

- *Box fixture* : penyajian dalam kotak terbuka
- *Back fixture* : rak / almari yang terbuka atau transparan sekaligus sebagai tempat penyimpanan
- Peralatan sederhana : penyajian dalam keranjang, bakul, kaleng, dsb.

4. Pergerakan pengunjung dan barang ; di pasar induk atau pasar berskala besar dimana penjualan dalam jumlah besar, yang lebih menonjol pergerakan barang, sebaliknya di pasar lingkungan dimana terjadi jual beli eceran lebih dominan pergerakan pengunjung.
5. Jual beli ; di pasar kegiatan jualbeli terjadi secara langsung dimana pedagang dan pembeli berhadapan. Harga barang ditentukan setelah melalui tawar-menawar. Pedagang dalam posisi berdiri atau duduk bersimpuh/bersila atau duduk si atas bangku, sedangkan pembeli dalam posisi berdiri tegak melihat seluruh barang dagangan, berdiri membungkuk atau berjongkok untuk memilih barang dagangan.

2.1.5 FASILITAS FISIK PASAR

A. Jaringan jalan pencapaian

B. Fasilitas angkutan manusia dan barang

C. Area parkir :

a. Umum : tempat parkir pengunjung

b. Khusus : tempat kendaraan pedagang dan pengelola

c. Halte : tempat perhentian sementara angkutan umum.

D. Bangunan dalam pasar, meliputi : area jual beli, ruang pengelola, ruang penunjang, ruang keamanan. Area jual beli merupakan fasilitas fisik utama kegiatan perpasaran, dikelompokan dalam : ruang terbuka, ruang ternaung dan ruang tertutup.

   a. Ruang terbuka adalah ruang tanpa atap, yang biasanya digunakan pedagang musiman. Ruang mempunyai batas semu, misal : perabot, tikar, materi dagangan.

   b. Ruang ternaung adalah ruang yang dinaungi atap, tetapi tidak tertutup dinding atau penyekat.

   c. Ruang tertutup adalah ruang tertutup atap dan dinding permanen. Biasanya berupa kios-kios.

E. Jaringan utilitas, meliputi : air bersih, drainase, listrik, sampah.

F. Fasilitas sosial, seperti : taman, ruang terbuka / plasa.

2.1.6 PENGERTIAN DAN KONSEP PASAR TRADISIONAL

Pasar secara harafiah berarti berkumpul untuk menukar barang atau jual-beli sekali dalam lima hari Jawa. Pasar diduga dari bahasa Sanskerta *Pancawara*. Pasar dalam konsep urban Jawa adalah kejadian yang berulang secara ritmik dimana transaksi sendiri tidak sentral. Yang sentral dalam kegiatan pasaran adalah interaksi sosial dan ekonomi dalam satu peristiwa. Berkumpul dalam arti saling bertemu muka dan berjual beli pada hari pasaran

menjadi semacam panggilan sosial periodik. Kata lain dari pasar adalah *peken* yang kata kerjanya *mapeken* artinya berkumpul.[11]

Pada awalnya pasar tumbuh menempati ruang-ruang terbuka pada tempat yang strategis, pasar tumbuh dan berkembang secara organis sesuai dengan kebutuhan sebagai tempat untuk melakukan jual beli dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari dan sebagai sarana komunikasi, pasar selalu tumbuh dan lahir menempati lokasi yang strategis dalam segi aksesbilitas/pencapaiannya.[12]

Pasar atau peken, secara tradisional Jawa terbagi dua[13] yaitu pasar desa dan pasar kota. Pasar desa hanya terselenggara 5 hari sekali menurut perhitungan hari Jawa, yaitu pada hari tertentu secara bergilir dalam kalangan lima desa yang terhimpun dalam struktur *mancapat*. Jadi ikatan mancapat desa-desa di Jawa menjadi struktur dimana desa penyelenggara akan menjadi puser terhadap empat desa lainnya. Desa-desa lainnya akan menyelenggarakan hari pasaran sedemikian rupa sehingga tidak terjadi tumpang tindih kegiatan. Pasar desa tumbuh di persimpangan jalan atau di tempat-tempat yang strategis di dalam desa. Letaknya mudah dijangkau, tidak jauh dari rumah para petani.[14]

Peken kitha atau pasar kota di Jawa merupakan kegiatan rutin yang tetap, di mana aktivitas sosial ekonomi terjadi dan berkembang. Peken didalam kehidupan urban Jawa menjadi *melting pot* masyarakat sekitarnya

---

[11] Wiryamartono, A. Bagoes P., Seni Bangunan Dan Seni Bina Kota di Indonesia. PT Gramedia Tustaka Utama Jakarta, 1995, Hal. 58
[12] Wirjadi, 1980, Sistem Perpasaran dan Perdagangan Dalam Ekonomi Kota, No.III sept, hal. 63
[13] ibid. hal. 11

untuk menukar, menjual belikan produksi pertanian maupun industri rumah tangga. Kegiatan transaksi bukanlah tujuan yang utama dalam pasar, tetapi terjadinya interaksi sosial dan ekonomi pada satu peristiwa.[15]

Bagi masyarakat Jawa, pasar bukan hanya semata-mata tempat untuk berjual beli saja, seperti pada umumnya tempat perdagangan, namun lebih dari itu pasar terkait dalam konsepsi hidup dan sosial budaya. Pasar mempunyai makna duniawi, suatu kegiatan untuk pemenuhan hidup secara fisik yang memiliki suasana ramai, non formal, untuk pelayanan kebutuhan hidup. Ramainya pasar bagi masyarakat Jawa berarti mengungkapkan suasana yang padat, riuh rendah, dan sesemarak perayaan pasar malam.[16] Dalam bahasa Jawa suasana demikian diungkapkan dengan kalimat "*Pasare Temawon*" yang mengandung arti ramai, hidup, bagai lebah dengan suara berdengung.

2.1.7 SIFAT KEGIATAN PASAR TRADISIONAL

Sifat kegiatan utama pasar tradisional dapat ditinjau dari kegiatan jual beli dan kegiatan pasar yang ditinjau dari aspek budayanya[17]

A. Sifat kegiatan jual beli

- Dinamis, kegiatan pasar tradisional identik dengan suasana yang ramai, padat, hidup dengan berbagai ragam kegiatan, orang hilir mudik, tawar-menawar.

---

[14] Koentjaraningrat, Kebudayaan Jawa, PN Balai Pustaka, Jakarta, 1984, hal. 11
[15] Wiryomartono, Seni Bangunan Dan Seni ina Kota di Indonesia, hal. 11
[16] Dewey, Alice G, 1962, Peasant Marketing in Java, the free prees of glencoe, inc, New York, hal. 68-69
[17] Tomi, Yulius., Perancangan Kembali Pasar Gede Cilacap, skripsi, 1988, hal.24.

- Umum, pelaku kegiatan dari berbagai ragam golongan ekonomi, sosial, budaya, intelektual dan dipandang sama kedudukannya.
- Terbuka, pengunjung dapat melihat atau mencapai barang dagangan tanpa hambatan. Secara visual, pengunjung dapat melihat jauh ke depan tanpa halangan dan bebas memilih tujuan dan barang.

B. Sifat kegiatan dari aspek sosial budaya

- Luwes, penentuan harga dengan sistem tawar menawar, harga ditentukan tanpa ikatan yang kaku.
- Dinamis, dapat dilihat dari kegiatan tawar menawar, pembeli dan penjual dituntut untuk kreatif. Pembeli berusaha harga semurah-murahnya penjual berusaha harga semahal-mahalnya
- Terbuka, pedagang selalu menawarkan barang daganganannya kepada pengunjung yang lewat di depannya.

2.2 PENDEKATAN KONTEKSTUAL

Suatu lingkungan kota dapat dikenali dengan mudah (*meaningful*) dan diingat (*memorable*), apabila lingkungan kota tersebut memiliki identitas yang jelas. Identitas suatu lingkungan kota terbentuk dari fungsi-fungsi/kegiatan (non fisik) dan tata bangunan/massa (fisik) pada lingkungan tersebut.

Secara fisik, terdapat empat unsur yang dapat memperkuat karakter suatu lingkungan, yaitu :[18]

1. *Pattern*, dapat diartikan sebagai "obyek-obyek yang tersusun dalam sebuah ketentuan-ketentuan formal atau teratur dan keteraturan tersebut dapat

[18] Spreiregen, Paul. D., Urban Design :architecture of Towns and Cities, McGraw Hill Co, Newyork, 1965.

direproduksi". Bila dilihat secara umum, *pattern* dapat diartikan sebagai pola yang dimiliki oleh sebuah lingkungan/kota yang dapat dibaca melalui konfigurasi bangunan dan massa yang ada pada kawasan tersebut.

2. *Alignment,* merupakan kesatuan atau unity dari bangunan-bangunan dalam satu garis, yang terbentuk dari elemen-elemen fisik.
3. *Size,* merupakan dimensi dari sebuah bangunan atau bagian dari sebuah bangunan.
4. *Shape,* merupakan bentuk dari sebuah bangunan atau bagian dari sebuah bangunan. Keseragaman yang dihasilkan dari *size* dan *shape* ini akan menghasilkan *kontinuitas visual*.

Dalam tata bangunan dan massa yang diajukan oleh Shirvani, terdapat dua level, yaitu :

1. Secara dua dimensional, yaitu melihat tata bangunan melalui konfigurasi bangunan, *FAR, BCR* dan maju-mundurnya bangunan terhadap tepi site.
2. Secara tiga dimensional, yaitu melihat tata bangunan memalui : elemen bangunan, hubungan antar elemen dan antar bangunan, maju-mundur bagian bangunan, tinggi rendah bangunan, warna dan lain-lain.

Dari kedua teori tersebut, dapat disimpulkan dalam tabel berikut :

Tabel 6
Kesimpulan teori Spreregen dan Shirvani tentang kontekstual

SPREREGEN		SHIRVANI	
KELOMPOK BANGUNAN	- *PATTERN* - *ALIGNMENT*	2 DIMENSI	Maju-mundur bangunan Konfigurasi bangunan Jarak antar bangunan
		3 DIMENSI	Hub. Elemen antar bangunan
BANGUNAN TUNGGAL	- *SIZE* - *SHAPE*	2 DIMENSI	*FAR* *BCR*
		3 DIMENSI	Elemen bangunan Hubungan antar elemen Maju-mundur bagian bangunan Tinggi-rendah bangunan Warna, Tekstur, Bukaan, Materi

Sumber : analisis

Dalam buku "*Responsive Environment, A Manual For Designers*" , Ian Bentley membahas mengenai "*visual appropriatness*", yaitu : kelayakan visual dari bagian luar suatu bangunan (tampak, ragam, hias, dan kesan keseluruhan) yang dilihat oleh pengamat, dalam hal ini manusia. Suatu tempat memiliki kelayakan visual, apabila tempat tersebut dapat membantu manusia/ pengamat melalui pilihan-pilihan disain yang ditawarkan dalam menginterprestasikan suatu tempat sehingga bermakna. Interprestasi masayarakat terhadap lingkungan dapat diperkuat dengan pilihan disain sebagai berikut :

1. Kemudahan pola (*legibility*), yaitu kemudahan masyarakat untuk mencerna pola-pola dari suatu lingkungan perkotaan. Hal tersebut dapat ditingkatkan dengan penggunaan elemen-elemen kota yang membentuk pola-pola tersebut, baik fisik ataupun kegiatannya.
2. Kekayaan indrawi (*richness*), yaitu berkaitan lansung dengan pancaindera seseorang dalam mengamati dan merasakan ruang. Variasi ini mencakup "*sense of motion, smell, hearing, touch, and sight*". Hal yang sangat perlu

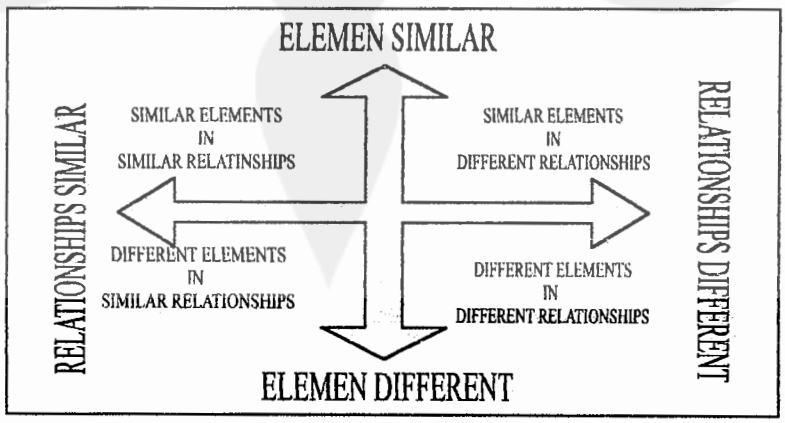
PERPUSTAKAAN
FAK. TEKNIK-ARSITEKTUR
UNIVERSITAS ATMA JAYA
YOGYAKARTA

untuk dipertimbangkan dalam *visual richness* adalah banyaknya orang yang dapat melihat dan lama orang melihat.

3. Kesesuaian visual (*visual appropriateness*) antara elemen-elemen bangunan dengan lingkungan sekitar.

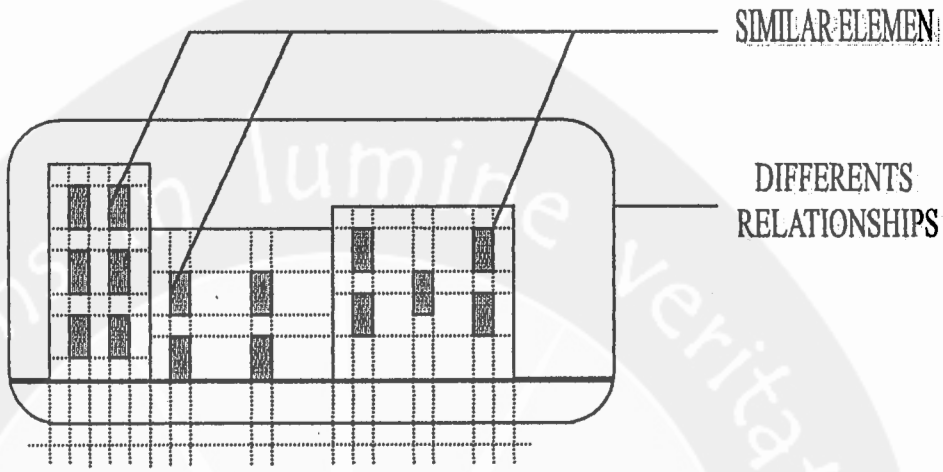
Langkah-langkah yang diperlukan dalam menciptakan suatu bangunan yang kontekstual dengan lingkungan sekitarnya, yaitu :

1. Langkah pertama adalah mengidentifikasi elemen-elemen fisik dan fungsi dari lingkungan untuk mencapai gambaran penampilan bangunan dengan cara mencari isyarat visual lingkungan setempat.
2. Langkah kedua adalah mengidentifikasi mencari keterkaitan visual antar bentuk elemen-elemen tersebut (detail dinding, pintu, jendela dan detai dasar bangunan dalam skala lingkungan).
3. Langkah ke tiga adalah mencari keterkaitan antar pola-pola elemen yaitu vertikal, horisontal, dan *skyline*. (Ketiga langkah di atas bertujuan untuk menentukan bentuk keterkaitan antar bentuk elemen dan bentuk pola-pola elemen dengan bangunan yang bersebelahan).



Gambar 3 :pola hubungan elemen fisik bangunan dengan lingkungan

4. Langkah terakhir yaitu menggunakan pola-pola kontekstual tersebut dalam desain penampilan bangunan.



Gambar 4 : pola keterkaitan antar elemen bangunan dengan bangunan lain