

BAB II

KAJIAN PASAR DAN TEKSTIL

2.1 Pasar Sebagai Ruang Ekonomi

Masyarakat pengumpul makanan tingkat lanjut (*advanced food gathering economies*) telah mengenal surplus sehingga kelebihan produksinya disalurkan dengan tukar menukar secara sederhana (Jacobs et al., 1955). Masyarakat yang telah mengenal surplus ini menyadari bahwa ada kebutuhan-kebutuhan yang tidak bisa dipenuhi oleh hasil produksinya dan kebutuhan untuk tempat menyalurkan hasil produksinya sehingga mendorong timbulnya pasar (Nastiti, 2003). Pasar kemudian hadir sebagai ruang dagang untuk tukar menukar hasil produksi atau jasa. Keberadaan pasar juga menimbulkan pelapisan sosial yang terjadi dalam masyarakat yaitu mereka yang menghasilkan surplus dan pas-pasan, produsen dan konsumen (Nastiti, 2003).

Pasar sebagai suatu sistem pusat perekonomian terdiri dari bermacam-macam komponen dengan peran masing-masing dan sifat saling ketergantungan antar peran yang membentuk suatu kesatuan (Nastiti, 2003). Aspek-aspek perdagangan membentuk pasar sebagai sebuah sistem, seperti adanya lokasi, ketentuan pajak bagi para pedagang, produksi dan distribusi dengan beragam jenis komoditi, serta transaksi dan jaringan transportasi.

2.2 Pasar Sebagai Ruang Sosial

Pasar tradisional sejak dulu hingga sekarang tidak hanya berperan dalam kegiatan ekonomi, tapi juga kegiatan sosial (Nastiti, 2003). Tiga peran pasar berdasarkan aspek sosial :

- Sebagai Tempat Interaksi Sosial

Interaksi merupakan kondisi dari berbagai bentuk aktivitas sosial, oleh sebab itu biasanya mengacu pada hubungan sosial yang terjadi antar individu maupun kelompok (Gillin, 1942; Soerjono, 1990). Pasar merupakan sebuah tempat bertemunya masyarakat baik dari desa tempat pasar berada atau di sekitarnya, sehingga akan terjadi interaksi sosial secara alami di antara mereka

(Nastiti, 2003). Tiga aspek yang dapat mendorong interaksi sosial di pasar secara menyeluruh (Geertz, 1963), yaitu :

- Alur produk dan servis merupakan aspek tentang bagaimana sistem interaksi sosial yang terjadi selama proses produksi, distribusi hingga penjualan. Regulasi ekonomi pada pasar merupakan sistem tawar-menawar antara penjual dengan pembeli sehingga menjadi ciri khas yang dimiliki oleh pasar tradisional di Indonesia (Nastiti, 2003).
- Sistem sosial budaya yang terjadi antar pedagang maupun pembeli di setiap pasar dapat berbeda-beda. Interaksi sosial menimbulkan rasa kekeluargaan yang dibangun antar pedagang dan pembeli (Nastiti, 2003). Namun, ada juga yang memisahkan ikatan sosial dengan hubungan transaksi di pasar.
- Kontak budaya juga dapat terjadi di pasar sebagai hasil dari interaksi sosial antar pelaku (Nastiti, 2003). Saat penjual memperkenalkan produk mereka kepada pembeli, mereka memperoleh pengetahuan yang baru. Kontak budaya juga dapat berasal dari penyebaran pengetahuan tentang apa yang diminati oleh pembeli, sehingga memperluas pengetahuan hingga pedagang di desa lain (Nastiti, 2003). Kontak budaya mempengaruhi pola pikir dan tingkah laku masyarakat yang berpotensi untuk kemajuan atau inovasi (Nastiti, 2003).
- Sebagai Tempat Komunikasi dan Informasi
Bagi masyarakat desa, pasar tradisional berperan sebagai tempat bertukar informasi, baik antara penjual, pembeli atau keduanya, informasi tersebut juga dapat bersifat penting atau keseharian saja (Nastiti, 2003).
- Sebagai Tempat Hiburan
Tujuan orang ke pasar tidak hanya memenuhi kebutuhan sehari-hari tapi juga mencari hiburan (Nastiti, 2003). Pada zaman dulu, hiburan di pasar berupa seni pertunjukan yang ditampilkan oleh seniman/seniwati di pasar yang juga bertujuan mencari nafkah. Di beberapa pasar tradisional, sekelompok orang yang bernyanyi yang biasa disebut pengamen atau melakukan atraksi menggunakan hewan seperti monyet. Meskipun, bentuk hiburan di pasar kini

berbeda, mereka memiliki tujuan yang sama yaitu mencari nafkah untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

2.3 Standar SNI dan Fasilitas Pasar

Berikut merupakan tabel standar SNI mengenai perancangan pasar sehat (PerMenKes No 17 tahun 2020).

No	Elemen	Persyaratan
1	Lokasi	<ul style="list-style-type: none"> - Mempunyai batas wilayah yang jelas, antara pasar dan lingkungannya - Jalan menuju pasar mudah diakses dan didukung oleh transportasi umum
2	Kebersihan dan kesehatan	<ul style="list-style-type: none"> - Bebas dari vektor dan binatang pembawa penyakit - Tidak ada genangan, tidak berbau, tidak berdebu dan tidak kumuh - Penjualan makanan siap saji dalam wadah yang tertutup - Tersedia tempat untuk pencucian bahan pangan dan peralatan - Tersedia tempat cuci tangan dilengkapi sabun dan air mengalir atau <i>hand sanitizer</i> - Tersedia saluran pembuangan limbah tertutup - Tersedia tempat pembuangan sampah terpisah (sampah kering, basah ke dap air, tertutup, dan mudah diangkat) - Tempat penjualan yang bersih dari penyakit dan kotoran lainnya
3	Keamanan dan kenyamanan	<ul style="list-style-type: none"> - Menyediakan pos keamanan - Menyediakan hidran sesuai dengan ketentuan yang berlaku

		<ul style="list-style-type: none"> - Bahan bangunan hendaknya berupa bahan yang mudah dalam perawatan
4	Persyaratan teknis	<p>1. Ruang dagang :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Toko dan kios dibuat tidak menutupi aliran sirkulasi udara - Los harus dibuat modular - Jongko/konter/pelataran/tenda berada pada area yang sudah ditentukan yang tidak mengganggu akses keluar masuk pasar dan tidak menutupi pandangan toko, kios atau los. - Terpisah sesuai dengan jenis komoditi (produk basah tidak digabung dengan produk kering) - Tempat penjualan daging dikelompokkan menjadi satu area khusus. Jarak antara los 1,5m - Tiap produk yang berbahaya atau mengandung bahan kimia dipisahkan dengan produk pangan dan pakaian - Tersedia papan nama yang menunjukkan keterangan zonasi - Ventilasi minimal 20% dari luas bangunan <p>2. Tempat penjualan pangan:</p> <p>a) Pangan basah</p> <ul style="list-style-type: none"> - Meja tempat penjualan dengan permukaan rata dan kemiringan agar tidak menciptakan genangan air - Memiliki sekat pembatas antar lapak yang mudah dibersihkan, dengan minimal 60 cm dari lantai - Tersedia tempat menggantung karkas daging

		<p>b) Pangan kering</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tersedia meja tempat penjualan dengan permukaan yang rata serta mudah dibersihkan, menggunakan ubin atau plastik, dengan minimal tinggi 60 cm dari lantai dan terbuat dari bahan yang tahan karat dan bukan dari kayu. <p>c) Pangan siap saji</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tersedia meja tempat penjualan dengan permukaan yang rata serta mudah dibersihkan, menggunakan ubin atau plastik, dengan minimal tinggi 60 cm dari lantai dan terbuat dari bahan yang tahan karat dan bukan dari kayu. <p>3. Aksesibilitas :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Akses kendaraan bongkar muat barang, harus berada di lokasi yang tidak menimbulkan kemacetan - Pintu masuk dan sirkulasi harus disediakan untuk menjamin ketercapaian semua fasilitas di dalam pasar. <p>4. Ruang kantor pengelola:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Merupakan ruangan tetap yang berada di area pasar atau di luar area pasar - Lokasi kantor harus mudah dicapai oleh pengunjung maupun pedagang - Tersedia tempat cuci tangan dan toilet khusus pengelola pasar - Ventilasi minimal 20% dari luas kantor - Tingkat pencahayaan ruang minimal 200 lux
--	--	--

		<p>5. Area parkir:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Memiliki batasan yang jelas antara pasar dan area parkir - Terpisah berdasarkan jenis kendaraan - Memiliki tanda masuk dan keluar kendaraan yang jelas - Memiliki area bongkar muat yang terpisah dari area parkir pengunjung - Tersedia penghijauan - Terdapat resapan air <p>6. Konstruksi:</p> <p>a. Atap:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Memiliki ketinggian minimal 10m - Atap harus kokoh, tidak mudah bocor, dan tidak menjadi tempat berkembangnya hewan maupun sarang penyakit - Atap harus didesain agar terhindar dari genangan air <p>b. Dinding:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bersih, tidak lembang, kedap air, dan berwarna terang <p>c. Lantai</p> <ul style="list-style-type: none"> - Terbuat dari bahan yang dapat kedap air dan mudah untuk dibersihkan - Bagian yang sering terkena air harus dimiringkan sesuai standar yang ada dan aliran harus ke arah saluran pembuangan air <p>d. Tangga:</p>
--	--	---

		<ul style="list-style-type: none"> - Tinggi dan lebar anak tangga sesuai dengan standar yang berlaku dan harus dengan railing pengaman - Terbuat dari bahan yang tidak licin <p>7. Ventilasi</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ventilasi minimal 20% dari luas pasar dan menerapkan sistem <i>cross ventilation</i> <p>8. Pencahayaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Minimal setiap ruang adalah 100lux <p>9. Pintu</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menyesuaikan standar yang berlaku - Khusus untuk penjual ikan, daging, serta bahan makanan yang berbau tajam. Wajib menggunakan pintu dengan tutup buka otomatis atau setidaknya dapat menggunakan tirai dengan material anti air
5	<i>Sanitary</i>	<p>1. Toilet/kamar mandi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Terpisah antara toilet laki-laki dan perempuan - Tersedia toilet untuk penyandang disabilitas - Tidak menghadap langsung dengan tempat penjualan pangan siap saji - Tersedia sarana ventilasi dan pencahayaan - Lantai tidak licin, kedap air, tidak berbau, tidak ada genangan dan mudah dibersihkan <p>2. Jarak sumber air bersih dengan pembuangan minimal 10m.</p> <p>3. Pengelola sampah:</p>

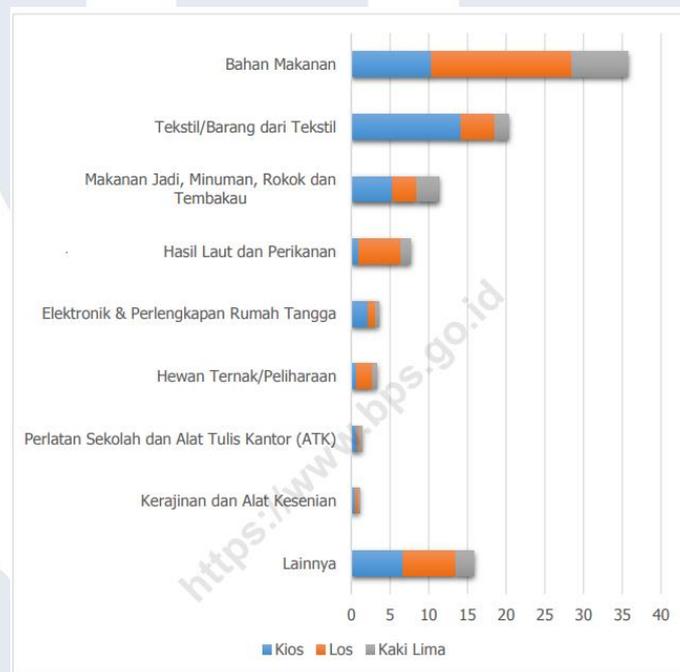
		<ul style="list-style-type: none"> - Setiap los atau lorong kios disertai dengan satu atau lebih tempat sampah kering - Lokasi pembuangan setidaknya 10m dari bangunan pasar. <p>4. Drainase:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Selokan/drainase sekitar pasar tertutup dengan <i>gutter lid</i> dari bahan yang tahan karat - Tidak ada bangunan atau los/kios yang berada di atas saluran drainase
5	Fasilitas lainnya	<ul style="list-style-type: none"> - Tempat ibadah - Ruang ASI

Tabel 2.1 Standar SNI Pasar Rakyat
Sumber : SNI



2.4 Peran Komoditas Tekstil Dalam Ekonomi

Beberapa komoditas yang paling banyak dijual di pasar rakyat, salah satunya adalah tekstil atau barang dari tekstil seperti kain, pakaian, jilbab dan sebagainya (BPS, 2008). Sebagian besar pedagang di pasar tradisional merupakan kelompok penjual bahan makanan yaitu sebesar lebih dari 35% (BPS, 2008). Lalu, komoditas tekstil/barang dari tekstil dengan persentase terbesar kedua, yaitu dengan persentase sebesar 20,26 persen (BPS, 2008).



Gambar 2.1 Grafik Penjualan Komoditas Tertinggi
Sumber: Badan Pusat Statistik Republik Indonesia (2008)

Setiap kelompok komoditas yang dijual akan terbagi dalam ruang dagang kios, los, dan kaki lima seperti yang ditunjukkan pada Gambar 2.1. Dapat dilihat pada Gambar 2.1, sebagian besar pedagang komoditas tekstil/barang tekstil menempati ruang dagang berbentuk kios. Sebagai pelaku distribusi, komoditas dari produsen ke konsumen atau bisa disebut juga pedagang di pasar tradisional, mereka memperoleh margin dari hasil per dagangannya. Margin keuntungan merupakan selisih antara nilai penjualan dan pembelian dari barang dagangan yang dijual. Komoditas tekstil/barang dari tekstil merupakan kelompok komoditas dengan

perolehan margin terbesar berdasarkan rata-rata data 390 pasar tradisional (BPS, 2008).

Dalam aspek ekonomi, komoditas tekstil memungkinkan masyarakat desa untuk memasuki gaya hidup perkotaan dengan kehadiran ruang tekstil di pasar tradisional, baik sebagai pedagang maupun pembeli. Selain sebagai bagian tren secara budaya *fashion*, ruang tekstil berfungsi sebagai sumber nafkah dan sebagian lainnya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

2.5 Peran Komoditas Tekstil Dalam Budaya

Fashion sebagai bentuk imitasi dan ekualisasi sosial, sekaligus berfungsi sebagai jejak yang menceritakan cerita perjalanan waktu, budaya dan strata sosial (Simmel, 1957). Oxford English Dictionary (2010) mendefinisikan budaya sebagai sebuah ide khusus, adat, perilaku sosial, produk dan pandangan hidup dari sekelompok masyarakat atau periode. *Fashion* didefinisikan sebagai sebuah adat yang sudah ada sejak lama atau karakteristik sebuah tempat yang kemudian di diterapkan pada beberapa elemen, seperti pakaian, furniture, dan etika. Meskipun keduanya memiliki definisi yang hampir sama, yaitu mencakup adat, namun keduanya dapat dibedakan jika *fashion* merupakan sebuah adat untuk suatu waktu, budaya adalah adat dari suatu waktu yang telah lewat (Kaise & Green, 2021).

Adat juga berhubungan erat dengan studi budaya dengan konsep praktik dari rutinitas budaya yang dilakukan rutin dalam kehidupan sehari-hari (Kaise & Green, 2021). Begitu juga dengan *fashion* yang merupakan wujud dari proses sosial dan pelatihan material. Pada akhirnya, baik budaya atau *fashion* secara bersamaan akan terus mengalami perubahan secara terus-menerus (Kaise & Green, 2021). George Simmel (1957) mengungkapkan bahwa *fashion* memiliki kemampuan untuk mempengaruhi batin individu yang mencerminkan kelompok dengan *fashion* tertentu. Kemampuan ganda yang dimiliki oleh *fashion* memungkinkan seorang untuk menandai miliknya dalam masyarakat, Di sisi lain, *fashion* membedakan dirinya sendiri, hal ini juga dapat disebut tindakan imitasi dan tindakan diferensiasi (Simmel, 1957). Pada saat yang sama individu juga memiliki keinginan untuk memiliki identitasnya sendiri yang diekspresikan melalui pakaian (Simmel, 1957).

Fashion mencerminkan kelas sosial dari tingkat atas sampai menengah. Hal ini terjadi ketika kelas sosial tingkat atas menyebarluaskan preferensi pakaian yang dibuat kemudian kelas sosial menengah rendah akan meniru preferensi pakaian tersebut, dan siklus tersebut akan terus berulang ketika preferensi telah ditiru. *Fashion* sebagai sebuah simbol dapat meningkatkan individu biasa menjadi perwakilan dari sebuah komunitas yang telah mencerminkan semangat umum (Simmel, 1957).

Budaya dalam tekstil dan produk tekstil dapat terlihat dari penggunaan tren baik di masyarakat kalangan atas dan bawah. Hal ini juga yang membawa masyarakat kalangan menengah untuk memiliki keinginan untuk turut serta dalam tren yang terbentuk dari tekstil/produk tekstil. Salah satu cara adalah dengan pembuatan produk imitasi dan memperdagangkannya di tempat dimana komunitas masyarakatnya memiliki kelas sosial yang sama. Oleh sebab itu, ruang tersebut juga menjadi perwujudan budaya dari masyarakat setempat terkait pengaruh dari perdagangan dan penggunaan tekstil/produk tekstil yang mencerminkan tren saat itu.

2.6 Kajian Spasial Pada Ruang Tekstil

Pada dasarnya, ruang komersial adalah tempat dimana kegiatan transaksi dilakukan. Namun, seiring waktu ruang komersial mengalami perubahan fungsi ruang, tidak hanya sebagai tempat kegiatan ekonomi tapi juga berfungsi sebagai sosialisasi dan pertemuan publik. Ruang komersial juga berfungsi sebagai *meeting-place*, tempat berkomunikasi dan interaksi sosial (Langman, 1992). Oleh karena itu, kemungkinan terdapat beberapa alasan pengunjung datang ke ruang komersial, bukan sekedar mencari produk dan jasa tapi mencari ruang untuk menghibur diri misalnya dengan berjalan menelusuri tempat tersebut. Dalam sejarahnya, ruang komersial dirancang tidak hanya memenuhi kebutuhan ekonomi tetapi juga sebagai ruang yang memberikan peluang untuk adanya keterlibatan secara sosial dan budaya sehingga mereka mempertimbangkan juga secara estetika ruang (Ceylan, 2019).

Oleh karena itu, perancangan secara spasial terhadap ruang komersial harus mempertimbangkan aktivitas yang akan tercipta dari interaksi antara pedagang dan pengunjung. Kebutuhan ruang dari sisi pengunjung maupun pedagang kemudian akan memengaruhi pada tata ruang dan sirkulasi ruang supaya dapat menjadi tempat yang nyaman dalam mendukung kegiatan dari aspek ekonomi hingga sosial budaya yang terbentuk di ruang tersebut.

2.6.1 Kebutuhan Ruang

Ruang komersial yang memperdagangkan komoditas tekstil memiliki kebutuhan ruang yang berbeda dengan komoditas bahan pokok. Terdapat dua aspek kebutuhan ruang, yaitu *selling area* dan *non-selling area* (Chiara & Callender, 1973). *Selling area* atau area penjualan merupakan area yang fungsinya untuk mewadahi proses kegiatan dimulai dari menarik pengunjung hingga proses transaksi dilakukan. Sedangkan, *non-selling area* merupakan area yang diperuntukkan untuk penyimpanan atau persiapan penjualan. Ruang tekstil membutuhkan ruang ganti supaya pengunjung dapat mencoba pakaian sebelum membeli. Tipologi keberadaan ruang ganti di ruang komersial dapat ditemukan biasanya di pusat perbelanjaan atau *shopping mall*.

2.6.2 Tata Ruang

Penataan ruang dalam bangunan dipengaruhi oleh aktivitas pengguna, bentuk massa bangunan dan jumlah pengguna dalam ruang. Pola tata ruang *grid* dengan bentuk ruang persegi atau persegi panjang adalah tata ruang yang paling optimal digunakan pada pasar (Desrita, 2003). Tata ruang juga dipengaruhi oleh bentuk *furniture* dengan berbentuk persegi. Dengan penggunaan tata ruang *grid*, setiap tempat dapat terintegrasi agar lebih mudah untuk diakses oleh pengunjung.

2.6.3 Sirkulasi Ruang

Dua komponen yang mempengaruhi pandangan pengguna terhadap akses menuju dalam bangunan yaitu pintu masuk dan pencapaiannya (D.K. Ching,

2008). Pencapaian adalah tahap pertama sebelum mencapai sebuah ruang dalam bangunan dan dalam proses pencapaian ini dapat memberikan kesan atau pengalaman tertentu kepada pengguna tergantung pada intensi perancang pada ruang pencapaian tersebut (D.K. Ching, 2008).

D. K. Ching juga membahas bahwa ada 5 pola sirkulasi ruang, yaitu bentuk rancangan dari suatu alur pergerakan untuk mencapai suatu tempat ke tempat lainnya yang dapat menambah estetika serta memaksimalkan efektifitas ruang berdasarkan kebutuhan fungsi ruangnya (Ching, 1996). Berikut merupakan tabel jenis pola sirkulasi menurut D. K. Ching.

Jenis Sirkulasi	Keterangan
 <p>1. Radial</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Radial</i> : Konfigurasi Radial memiliki jalan-jalan lurus yang berkembang dari sebuah pusat bersama. 2. <i>Network (Jaringan)</i> : Konfigurasi yang terdiri dari jalan-jalan yang menghubungkan titik-titik tertentu dalam ruang. 3. <i>Linier</i> : Jalan yg lurus dapat menjadi unsur pengorganisir utama deretan ruang. 4. <i>Grid</i> : Konfigurasi Grid terdiri dari dua pasang jalan sejajar yang saling berpotongan pada jarak yang sama dan menciptakan bujur sangkar atau kawasan ruang segi empat. 5. <i>Spiral (Berputar)</i> : Konfigurasi Spiral memiliki suatu jalan tunggal menerus yang berasal dari titik pusat, mengelilingi pusatnya dengan jarak yang berubah.
 <p>2. Network</p>	
 <p>3. Linier</p>	
 <p>4. Grid</p>	
 <p>5. Spiral</p>	

Gambar 2.2 Jenis Pola Sirkulasi

Sumber: Theresia Pynkyawati, Samsul Aripin, Eri Ilyasa, et al. (2014).

Permeabilitas adalah kondisi jaringan ruang publik yang memungkinkan dan membatasi akses ke suatu tempat. Pada skala lingkungan kita umumnya berurusan dengan gabungan dari semua pergerakan mode transportasi, tetapi pejalan kaki menjadi fokus utama (Dovey, 2016). Jacobs mengidentifikasi bahwa permeabilitas dari jaringan lingkungan merupakan karakteristik utama dari vitalitas perkotaan (Jacobs, 1961). Maka, permeabilitas pada sirkulasi dalam bangunan mengacu pada jaringan pengunjung yang saling terkoneksi sehingga dapat meningkatkan vitalitas dalam bangunan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.7 Identifikasi Ruang Tekstil dalam Pasar Desa Cikupa



Gambar 2.3 Luas Area Penjualan Komoditas Tekstil
Sumber: Google Map & Olahan Penulis, 2024

Ruang tekstil merupakan area yang dikhususkan untuk penjualan tekstil/produk tekstil dalam Pasar Desa Cikupa. Ruangan ini memiliki luas sebesar 3.000 m² dengan perkiraan jumlah kios mencapai 100. Kondisi existing ruang tekstil dalam Pasar Desa Cikupa dari aktivitas transaksi ekonomi maupun interaksi sosial cenderung sepi pengguna, baik dari pedagang maupun pengunjung. Ruang tekstil merupakan bagian dari Pasar Desa Cikupa seharusnya berfungsi sebagai tempat aktivitas ekonomi dan ruang sosial. Namun, ruang tekstil tersebut belum dapat berfungsi dengan baik dalam kedua aspek tersebut. Oleh karena itu, perancang berusaha untuk mengidentifikasi ruang tekstil dalam Pasar Desa Cikupa mulai dari aspek spasial hingga ekonomi dan budaya serta pengaruh yang ditimbulkan dari hubungan ketiga aspek tersebut.

2.8 Identifikasi Aspek Ekonomi dan Budaya Ruang Tekstil dalam Pasar Desa Cikupa

Komoditas tekstil/barang sebagai kelompok komoditas kedua yang paling banyak dijual, dengan persentase sebesar 20,26 persen (BPSRI, 2008). Pasar Desa Cikupa dimana komoditas tekstil disediakan ruang perdagangan khusus di

lantai 2. Komoditas tekstil yang diperdagangkan di Pasar Desa Cikupa adalah produk dari kebutuhan harian berupa pakaian rumah, seragam sekolah, tas, sepatu dan produk lainnya. Meskipun dilihat dari aktivitas di ruang tekstil Pasar Desa Cikupa kian menurun, namun sebenarnya komoditas ini tidak bisa dihilangkan sebagai bagian pasar tradisional karena merupakan salah satu aspek yang dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari oleh warga setempat, baik dari sisi pedagang maupun pembeli. Oleh karena itu, ruang tekstil sebagai bagian dari ekonomi masyarakat setempat memiliki potensi karena telah memiliki target pembeli. Penyusunan spasial dan kualitas ruang belum dimaksimalkan sehingga belum berdampak secara ekonomi di ruang tekstil dalam Pasar Desa Cikupa yang kian sepi pengunjung dan banyak kios yang tidak ditempati pedagang.

Komoditas tekstil dilihat dari aspek budaya merupakan bagian dari gaya hidup yang terus berkembang seiring berjalannya waktu. Komoditas tekstil yang berkaitan dengan *fashion* dapat mencerminkan kelas sosial masyarakat sekitar yang dapat dilihat dari kategori produk yang dijual. Seperti pada ruang tekstil dalam Pasar Desa Cikupa yang sebagian besar menjual pakaian untuk digunakan dalam aktivitas sehari-hari. Terutama pakaian yang dijual kebanyakan adalah pakaian untuk wanita atau Ibu-ibu, seperti daster dan baju formal dan usia muda biasanya untuk dipakai kerja (Tabel 4.1).

Selain itu, ada juga pakaian muslim untuk wanita dan laki-laki. Hal ini mencerminkan budaya pelaku pasar dalam gaya hidupnya, dimana mereka menggunakan pakaian tersebut untuk berkegiatan di keseharian mereka. Berbeda halnya dengan *department store* yang ada dipusat perbelanjaan dimana pakaian yang dijual lebih beragam dari segi jenis maupun harga, dimana fokusnya lebih pada pelaku yang memiliki gaya hidup yang lebih fokus pada gaya *fashion* yang ditampilkan.

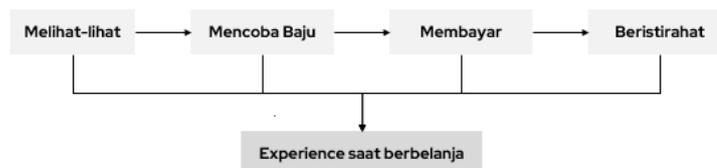
Jenis Tekstil dan Produk Tekstil	Produk TPT	Keterangan Produk TPT	Kategori	
Produk Tekstil	Baju <i>casual</i>	Baju yang digunakan dalam sehari-hari saat aktivitas di luar rumah	Produk Tekstil untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari	
	Baju rumah	Baju yang digunakan dalam sehari-hari saat aktivitas di dalam rumah		
	Pakaian dalam	Pakaian dalam wanita, pria dan anak-anak		
	Baju sekolah	Ragam kebutuhan pakaian untuk sekolah		
	Baju kerja	Baju formal yang digunakan untuk kerja		
	Baju muslim wanita	Busana muslim untuk wanita dan pria		
	Baju muslim pria			
	Topi			Beragam topi untuk sehari-hari
				Beragam topi untuk sekolah
				Beragam topi muslim pria
	Tas			Beragam tas wanita untuk sehari-hari
				Beragam tas pria untuk sehari-hari
				Beragam tas untuk anak-anak
	Sepatu			Sepatu sehari-hari
				Sepatu anak-anak
Sepatu gaya wanita				
Baju lebaran		Busana musiman yang khusus untuk merayakan hari lebaran		

Tabel 2.2 Tabel Ragam Produk Penjualan Komoditas Tekstil
 Sumber : Olahan Penulis, 2023

2.9 Analisis Spasial Ruang Tekstil dalam Pasar Desa Cikupa

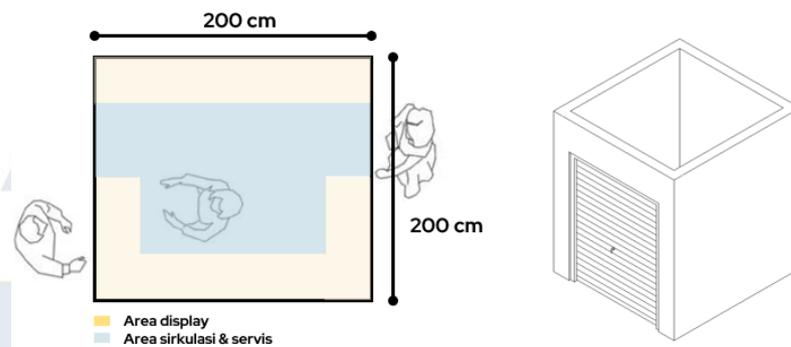
2.11.1. Analisis Kebutuhan Ruang Tekstil

Biasanya di tempat berjualan, pakaian terdapat ragam aktivitas yang dilakukan oleh pengunjung. Pengunjung akan *browsing* produk dagangan, melakukan interaksi dengan pedagang dan mencoba pakaian. Selain itu, pedagang menawarkan reparasi pakaian atau membuat *custom* pakaian dan masih banyak aktivitas seputar tekstil lainnya. Kebutuhan ruang akan terbentuk berdasarkan pola aktivitas dari pengguna ruang tekstil itu sendiri. Ruang yang terbentuk berdasarkan kebutuhan ruang pengguna akan meningkatkan kepuasan pengguna ketika melakukan aktivitasnya dan ketika mereka merasa puas, maka akan ada kemungkinan mereka akan kembali berkunjung.



Gambar 2.4 Diagram Aktivitas Pelaku Tekstil
Sumber: Olahan Penulis, 2024

Saat proses melihat ke setiap toko, maka pengunjung memiliki kecenderungan untuk masuk ketika pada *display* toko ada yang menarik perhatiannya. Selain itu, setiap aktivitas pelaku di ruang tekstil memiliki kebutuhan ruang yang berbeda. Ketika pengunjung hendak mencoba baju sebelum membelinya, maka pengunjung membutuhkan ruang ganti. Perilaku dan aktivitas pengguna ruang ini kemudian menjadi faktor yang akan mempengaruhi secara spasial. Namun, ruang tekstil di Pasar Desa Cikupa belum dapat memwadahi ragam aktivitas tersebut sehingga dapat berpengaruh kepada tingkat keramaian pengunjung.



Gambar 2.5 Denah Zonasi Kios Tekstil
 Sumber: Olahan Penulis, 2024

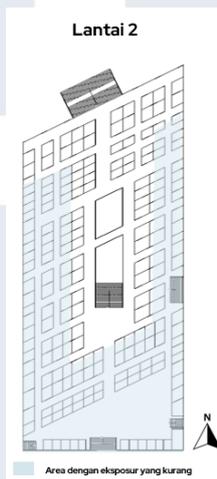
Terdapat 2 aspek pada ruang komersial yaitu *selling area* dan *non-selling area* (Chiara & Callender, 1973). *Selling area* merupakan area display dan *non-selling area* adalah area servis dan sirkulasi. Setelah melakukan pengamatan, penulis mendapatkan bahwa kebutuhan ruang pengguna terutama pengunjung belum diwadahi dengan baik karena ruang tekstil tidak memiliki faktor 3 elemen yang dibutuhkan pada toko retail. Hal ini karena kios pakaian yang hanya berukuran 2 m x 2 m ini tidak mampu menampung aktivitas pelaku, seperti tidak ada ruang ganti untuk pengunjung dapat membeli baju, aktivitas servis digabungkan dengan sirkulasi dan tidak memiliki *counter* pembayaran. Ketiga elemen tersebut berperan penting dalam mendukung aktivitas dalam ruang dan dapat meningkatkan daya tarik pembeli, namun ruang tekstil dalam Pasar Desa Cikupa belum mewadahi ketiga elemen tersebut sehingga daya tarik pengunjung kian lama dapat menurun.

2.11.2. Analisis Penataan Ruang Tekstil

Menurut D. K. Ching salah satu keberhasilan ruang ditentukan oleh faktor perencanaan tata ruang. Hal tersebut sama halnya dengan faktor 3 elemen utama dalam toko retail yaitu area toko, servis dan sirkulasi yang hubungan antar ketiganya dipengaruhi oleh seberapa efisien penataan ruang

nya. Organisasi ruang juga dirancang berdasarkan perilaku pengguna ruang, dalam konteks ini pelaku adalah pedagang tekstil dan pengunjung yang ingin melihat-lihat dan membeli.

Seperti yang dilihat pada gambar 4.20



Gambar 2.6 Diagram Ruang Tekstil dengan Eksposur yang Kurang
Sumber: Olahan Penulis, 2023

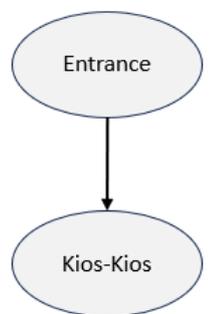


Gambar 2.7 Foto Bagian Tengah Ruang Tekstil
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023



Gambar 2.8 Foto Bagian Dalam Ruang Tekstil
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023

Pada Gambar 2.16 merupakan hasil pengamatan penulis terlihat bahwa kios yang terisi penuh oleh pedagang hanya pada bagian yang memiliki visibilitas baik terhadap pengunjung, sedangkan bagian belakang dan pinggir terdapat banyak kios yang tidak terisi.



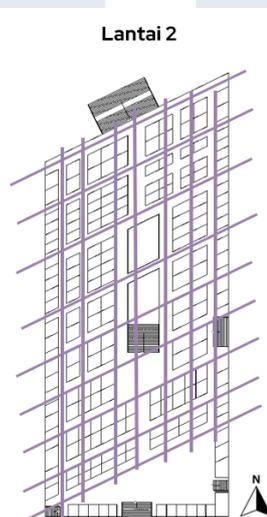
Gambar 2.9 Bubble Diagram Ruang Tekstil dalam Pasar Desa Cikupa
Sumber: Olahan Penulis, 2023

Organisasi ruang tekstil dalam Pasar Desa Cikupa juga memiliki kesan monoton seperti yang dapat dilihat pada diagram *bubble diagram* pada gambar 2.9 setelah memasuki *entrance* langsung terhubung dengan kios-kios tekstil dan tidak memiliki ruang lainnya. Hal tersebut dapat menyebabkan daya tarik pengunjung berkurang karena secara spasial ruang tidak menawarkan pengalaman yang menarik kepada pengunjung. Di sisi lain, aktivitas berbelanja bukan sekedar transaksi tetapi juga ada tercipta interaksi sosial, tempat bertemu, dan saling berkomunikasi antar ruang yang merupakan bagian dari budaya perilaku pengguna ruang. Oleh karena itu, ruang tekstil Pasar Desa Cikupa belum memaksimalkan penataan ruang dari sisi budaya pengguna sehingga operasional ruang tekstil kian menurun.

2.11.3. Analisis Sirkulasi Ruang Tekstil

Pada ruang tekstil dalam Pasar Desa Cikupa didapatkan cukup banyak kios yang kosong di bagian dalam pasar terutama kios yang memiliki pencapaian yang sulit dan secara visibilitas kepada pengunjung kurang baik. Hal ini kemudian berpengaruh pada kegiatan operasional di Pasar Desa Cikupa yang kian menurun. Berdasarkan pola sirkulasi yang diutarakan oleh D. K. Ching maka pada area tekstil Pasar Desa Cikupa menggunakan pola sirkulasi grid, dimana jalur saling terhubung satu sama lain. Terlihat pada gambar 2.10 bahwa ruang tekstil dalam Pasar Desa

Cikupa membentuk pola *grid*. Pola *grid* ini memungkinkan adanya keterhubungan di setiap ruang, namun penggunaan pola *grid* juga terlihat memiliki kekurangannya seperti yang didapati penulis di ruang tekstil dalam Pasar Desa Cikupa. Bentuk bangunan yang memanjang dengan menggunakan sirkulasi *grid* yang linear sehingga bagian belakang cukup jauh dicapai oleh pengunjung. Area paling belakang tidak memiliki penanda arah sehingga dapat membuat pengunjung tersesat ketika sedang berkeliling.



Gambar 2.10 Pola Ruang Tekstil
Sumber: Olahan Penulis, 2023

2.10 Hasil Identifikasi Ruang Tekstil dalam Pasar Desa Cikupa

Hasil pemaparan identifikasi ruang tekstil dalam Pasar Desa Cikupa dari aspek ekonomi menunjukkan bahwa komoditas tekstil memiliki potensi yang layak untuk ditingkatkan operasionalnya. Potensi tersebut berkaitan dengan aspek sosial dan budaya dari perdagangan komoditas tekstil karena tekstil/produk tekstil merupakan sebuah kebutuhan baik dari sisi mata pencaharian maupun dari sisi pembeli dengan tujuan memenuhi kebutuhan sandang sehari-hari. Berdasarkan produk yang dijual pada ruang tekstil dalam Pasar Desa Cikupa, terlihat bahwa dominasi kategori produk tekstil yang dijual merupakan kebutuhan akan pakaian sehari-hari.

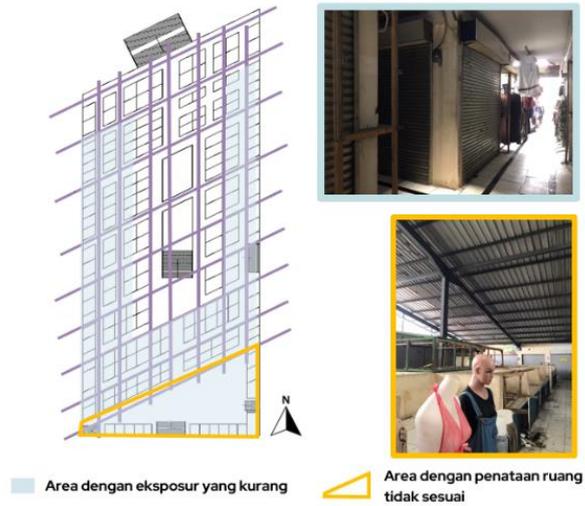
Di sisi lain, tekstil/produk tekstil memiliki nilai budaya yang lebih dari sekedar kebutuhan sehari-hari seperti adanya tren pakaian yang biasanya juga dapat dilihat dari imitasi baju ber-merk yang dijual di pasar tradisional. Selain itu, komoditas tekstil juga memiliki keragaman tipe penjual, dari penjual produk pakaian jadi dan adanya penjahit yang menawarkan jasanya di lingkup pasar tradisional. Selain itu, budaya dari aktivitas menjual dan membeli komoditas tekstil seperti melihat-lihat, mencoba pakaian, transaksi dan berinteraksi antar pedagang dan pembeli, hal ini menambah keragaman aktivitas yang dapat diwadahi pada ruang komoditas tekstil.

Pembentukan karakter dari ruang komoditas tekstil dapat dilihat dan dirasakan secara spasial. Penulis menggunakan tiga variabel yaitu, kebutuhan ruang, penataan ruang, dan sirkulasi yang akan dianalisis kualitas serta kemampuan ruang tersebut dalam mewadahi kebutuhan dari perdagangan komoditas tekstil. Pertama dilihat dari aspek kebutuhan ruang maka ruang perdagangan komoditas tekstil belum dapat mewadahi keragaman budaya dari aktivitas perdagangan tekstil. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 2.5, dimana kios tempat penjualan komoditas tekstil hanya mewadahi kebutuhan *display* dan transaksi yang membuat ruang terkesan monoton dengan tidak terbentuknya karakter dari budaya tekstil.

Lalu, pada aspek penataan ruang perdagangan tekstil pada denah lantai 2 menunjukkan bahwa ruang dagang hanya berbentuk kios yang disusun dengan konsep *grid*. Hal ini membuat karakter dari budaya komoditas tekstil belum terwujud secara spasial sehingga ruang tekstil dalam Pasar Desa Cikupa belum memiliki daya tarik. Pada area belakang ruang denah lantai 2 (Gambar 2.11) terlihat bahwa terdapat penataan ruang yang tidak sesuai dengan komoditas tekstil. Area ini los digunakan untuk berjualan sayur menyebabkan area tersebut tidak terisi.

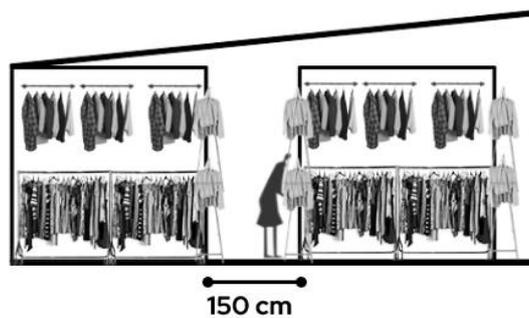
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Denah Lantai 2



Gambar 2.11 Area yang belum dioptimalkan pada denah ruang tekstil dalam Pasar Desa Cikupa
Sumber: Olahan Penulis, 2023

Penggunaan pola *grid* menghasilkan konektivitas ruang namun tidak dilengkapi oleh penanda arah. Selain itu, ruang komoditas tekstil tidak memiliki alur yang dapat membuat pengunjung untuk mengelilingi seluruh kios. Dimensi dari sirkulasi ruang tekstil juga belum memenuhi standar karena hanya memiliki lebar sebesar 1.5 m terlebih dengan adanya barang dagangan di jalur sirkulasi.



Gambar 2.12 Lebar Sirkulasi Ruang Tekstil Dalam Pasar Desa Cikupa
Sumber: Olahan Penulis, 2023

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.11 Kesimpulan Hasil Riset Dasar Desain

Memiliki aspek historis dan letaknya yang strategis, Pasar Desa Cikupa yang berlokasi di Kecamatan Cikupa, Kabupaten Tangerang, memiliki kedudukan sebagai pasar desa yang hadir untuk memenuhi kebutuhan dan sebagai sumber mata pencaharian bagi sekelompok masyarakat. Penulis juga menemukan terdapat area khusus penjualan komoditas tekstil yang terletak di lantai dua dalam Pasar Desa Cikupa. Pada kondisi existing, ruang tekstil ini cenderung sepi baik pedagang maupun pengunjung. Maka dari itu, penulis berusaha mengidentifikasi ruang tekstil dalam Pasar Desa Cikupa dari aspek ekonomi dan budaya serta pengaruhnya dalam pembentukan secara spasial.

Berdasarkan identifikasi yang telah dilakukan penulis, ruang tekstil Pasar Desa Cikupa yang kini kondisinya kian menurun dan sepi pengunjung belum memaksimalkan aspek budaya yang terbentuk dari perilaku dan aktivitas pengguna ruang tekstil yang dapat diwujudkan secara spasial. Berdasarkan kebutuhan pengguna baik pedagang maupun pengunjung saat aktivitas berbelanja berlangsung belum diwadahi dengan baik seperti tidak adanya ruang ganti dan ruang lainnya. Secara spasial, penataan ruang yang ada di ruang tekstil Pasar Desa Cikupa cenderung monoton karena belum menghadirkan karakter budaya dari komoditas tekstil. Terdapat juga kios-kios yang memiliki pencapaian kurang baik karena berada pada bagian dalam dan ditutupi oleh kios-kios lainnya.

Oleh karena itu, dari hasil identifikasi ruang komoditas tekstil pada Pasar Desa Cikupa dapat disimpulkan bahwa ruang tekstil tersebut memerlukan peningkatan baik secara fisik maupun spasial supaya dapat mendukung aktivitas ekonomi dan budaya antar pengguna ruang dengan lebih baik. Hal ini dapat dilakukan dengan lebih mempertimbangkan aspek sosial dan budaya antar pengguna di ruang tekstil, yaitu dengan memandang ruang tekstil tidak hanya sebagai tempat transaksi ekonomi melainkan sebagai tempat bertemu, interaksi sosial dan memberikan pengalaman yang menarik kepada pengunjung. Terlebih perdagangan tekstil memiliki aspek budaya yang dapat dikembangkan agar ruang tekstil dapat menjadi sebuah hub yang mengkoneksikan komunitas industri lokal serta menjadi titik sosialisasi dan budaya di kawasannya. Memanfaatkan kebudayaan tekstil/produk

tekstil sebagai produk yang mencerminkan tren masyarakat saat ini dapat menjadikan ruang tekstil pada Pasar Desa Cikupa tidak hanya menjual kebutuhan tekstil sehari-hari.

Selain itu, tekstil/produk tekstil memiliki keragaman jenis, seperti jasa penjahit dan penjualan produk sehingga menjadikan ruang tekstil memiliki kebutuhan spasial nya sendiri dan memiliki potensi untuk dikembangkan. Ruang tekstil memiliki karakter ruang yang berbeda dengan ruang penjualan pangan sehingga dapat menjadi daya tariknya sendiri terhadap pengunjung. Ragam budaya komoditas tekstil dari segi aktivitas pembeli, jenis pedagang, kebutuhan ruang yang dapat diintegrasikan dalam perancangan ruang supaya dapat menciptakan karakter yang khas dan menarik untuk ruang tekstil dalam Pasar Desa Cikupa. Hal ini menunjukkan bahwa perancangan secara spasial dan fisik yang dapat mencerminkan dan mewadahi kekayaan dari nilai budaya tekstil/produk tekstil akan menjadi daya tarik untuk meningkatkan operasional Pasar Desa Cikupa.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.12 Studi Literatur

Pada studi literatur yang dilakukan, perancang ingin memahami mengenai sirkulasi dan tata ruang retail dengan tipologi yang sama.

Judul	Penulis	Tahun	Lokasi	Permasalahan/Tujuan	Kajian																																																																																										
The Usage of Retail and Circulation Spaces in Pasar Beringharjo Yogyakarta	Emmelia Tricia Herliana	2016	Pasar Beringharjo, Yogyakarta	Penelitian ini memiliki tujuan untuk menkomparasi dimensi ruang retail dan sirkulasi dengan fungsi dan standar ruang retail berdasarkan teori data arsitek jilid II, <i>time saver dan human dimension & interior space</i> .	<ul style="list-style-type: none"> - Tabel berikut merupakan standar yang digunakan untuk membandingkan dengan kondisi existing Pasar Beringharjo <table border="1"> <caption>Table 2. Design Criteria for Standard Dimension of Retail Spaces and Circulation Spaces based on Panero&Zelnik (1979), Neufert (1992), and De Chiara&Crosbie (2001)</caption> <thead> <tr> <th>Variables</th> <th>Panero & Zelnik, 1979 (cm)</th> <th>Neufert, 1992 (cm)</th> <th>De Chiara & Crosbie, 2001 (cm)</th> <th>Standard for optimum dimension (lowest and highest limit)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>The width of activity zone</td> <td>76,2 – 121,9</td> <td>75 – 125</td> <td>76,2 – 121,9</td> <td>75 – 125</td> </tr> <tr> <td>The width of circulation zone</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>- First level of public circulation</td> <td>297,2-304,8</td> <td>260</td> <td>297,2-304,8</td> <td>297,2-304,8</td> </tr> <tr> <td>- Second level of public circulation</td> <td>167,6-228,6</td> <td>180</td> <td>167,6-228,6</td> <td>167,6-228,6</td> </tr> <tr> <td>Dimension of shelves</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Lowest height of shelf</td> <td>37,5</td> <td>30</td> <td>37,5</td> <td>30</td> </tr> <tr> <td>- Highest level of shelf</td> <td>167,6 (Female)</td> <td>170-180</td> <td>167,6 (Female)</td> <td>167,6 (Female)</td> </tr> <tr> <td></td> <td>182,9 (Male)</td> <td></td> <td>182,9 (Male)</td> <td>182,9 (Male)</td> </tr> <tr> <td>- The width of shelf (minimum)</td> <td>45,7-55,9</td> <td>20</td> <td>45,7-55,9</td> <td>45,7-55,9</td> </tr> <tr> <td>The width of two ways-display wardrobes</td> <td>76,2 – 91,4</td> <td>Not mentioned</td> <td>76,2 – 91,4</td> <td>76,2 – 91,4</td> </tr> <tr> <td>Dimension of counter tables</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>- The width of counter table</td> <td>45,7 – 61,0</td> <td>37</td> <td>45,7 – 61,0</td> <td>45,7 – 61,0</td> </tr> <tr> <td>- The height of counter table</td> <td>88,9 – 91,4</td> <td>90</td> <td>88,9 – 91,4</td> <td>88,9 – 91,4</td> </tr> <tr> <td>Dimension of hanging merchandises</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Maximum height of top hanger</td> <td>172,7</td> <td>Not mentioned</td> <td>172,7</td> <td>172,7</td> </tr> <tr> <td>- The height of lowest hanger</td> <td>106,7</td> <td>Not mentioned</td> <td>106,7</td> <td>106,7</td> </tr> <tr> <td>- The width of hanger</td> <td>50,8 – 66 (dresses) 71,1 – 76,2 (coats)</td> <td>Not mentioned</td> <td>50,8 – 66 (dresses) 71,1 – 76,2 (coats)</td> <td>50,8 – 66 (dresses) 71,1 – 76,2 (coats)</td> </tr> </tbody> </table> <p>Source: Herliana, 2016</p> <ul style="list-style-type: none"> - Terdapat 3 zonasi pada ruang retail yaitu area display, servis dan sirkulasi yang menjadi faktor pertimbangan saat merancang ruang agar efektif (Green, 1986) - Pada area display terdapat 2 elemen yaitu presentasi produk dan evaluasi produk. Area evaluasi produk merupakan area dimana pengunjung dapat melihat produk dan menanyakan atau membaca informasi terkait produk. Area ini memerlukan ruang nya sendiri sehingga harus menjadi pertimbangan saat merancang ruang retail. - Area servis merupakan area untuk pedagang atau penyimpanan yang biasanya diletakkan di bagian belakang. - Sirkulasi pada ruang retail harus sederhana supaya pengunjung dapat lebih fokus pada produk - Pola aktivitas berhubungan dengan perilaku manusia. Saat penjual mengorganisasikan 	Variables	Panero & Zelnik, 1979 (cm)	Neufert, 1992 (cm)	De Chiara & Crosbie, 2001 (cm)	Standard for optimum dimension (lowest and highest limit)	The width of activity zone	76,2 – 121,9	75 – 125	76,2 – 121,9	75 – 125	The width of circulation zone					- First level of public circulation	297,2-304,8	260	297,2-304,8	297,2-304,8	- Second level of public circulation	167,6-228,6	180	167,6-228,6	167,6-228,6	Dimension of shelves					- Lowest height of shelf	37,5	30	37,5	30	- Highest level of shelf	167,6 (Female)	170-180	167,6 (Female)	167,6 (Female)		182,9 (Male)		182,9 (Male)	182,9 (Male)	- The width of shelf (minimum)	45,7-55,9	20	45,7-55,9	45,7-55,9	The width of two ways-display wardrobes	76,2 – 91,4	Not mentioned	76,2 – 91,4	76,2 – 91,4	Dimension of counter tables					- The width of counter table	45,7 – 61,0	37	45,7 – 61,0	45,7 – 61,0	- The height of counter table	88,9 – 91,4	90	88,9 – 91,4	88,9 – 91,4	Dimension of hanging merchandises					- Maximum height of top hanger	172,7	Not mentioned	172,7	172,7	- The height of lowest hanger	106,7	Not mentioned	106,7	106,7	- The width of hanger	50,8 – 66 (dresses) 71,1 – 76,2 (coats)	Not mentioned	50,8 – 66 (dresses) 71,1 – 76,2 (coats)	50,8 – 66 (dresses) 71,1 – 76,2 (coats)
Variables	Panero & Zelnik, 1979 (cm)	Neufert, 1992 (cm)	De Chiara & Crosbie, 2001 (cm)	Standard for optimum dimension (lowest and highest limit)																																																																																											
The width of activity zone	76,2 – 121,9	75 – 125	76,2 – 121,9	75 – 125																																																																																											
The width of circulation zone																																																																																															
- First level of public circulation	297,2-304,8	260	297,2-304,8	297,2-304,8																																																																																											
- Second level of public circulation	167,6-228,6	180	167,6-228,6	167,6-228,6																																																																																											
Dimension of shelves																																																																																															
- Lowest height of shelf	37,5	30	37,5	30																																																																																											
- Highest level of shelf	167,6 (Female)	170-180	167,6 (Female)	167,6 (Female)																																																																																											
	182,9 (Male)		182,9 (Male)	182,9 (Male)																																																																																											
- The width of shelf (minimum)	45,7-55,9	20	45,7-55,9	45,7-55,9																																																																																											
The width of two ways-display wardrobes	76,2 – 91,4	Not mentioned	76,2 – 91,4	76,2 – 91,4																																																																																											
Dimension of counter tables																																																																																															
- The width of counter table	45,7 – 61,0	37	45,7 – 61,0	45,7 – 61,0																																																																																											
- The height of counter table	88,9 – 91,4	90	88,9 – 91,4	88,9 – 91,4																																																																																											
Dimension of hanging merchandises																																																																																															
- Maximum height of top hanger	172,7	Not mentioned	172,7	172,7																																																																																											
- The height of lowest hanger	106,7	Not mentioned	106,7	106,7																																																																																											
- The width of hanger	50,8 – 66 (dresses) 71,1 – 76,2 (coats)	Not mentioned	50,8 – 66 (dresses) 71,1 – 76,2 (coats)	50,8 – 66 (dresses) 71,1 – 76,2 (coats)																																																																																											

					ruang dagangnya dengan baik maka dapat menarik pengunjung dan sebaliknya.
Evaluasi Ruang Gerak Sirkulasi Koridor Pasar Klewer Terhadap Kenyamanan dan Keamanan Para Pengunjung (Studi Kasus Pasar Klewer Solo Pasca Renovasi)	Muhammad Fachrurrozi dan Dyah Widi Astuti	2020	Pasar Klewer, Solo	Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi sirkulasi Pasar Klewer dengan standar arsitektur agar nyaman dan aman untuk kegiatan jual beli pakaian serta mendapatkan penilaian yang baik di mata pengunjung	Berdasarkan analisis yang telah dilakukan oleh penulis pada penelitian ini ditemukan bahwa koridor tipe A dengan dimensi 1,10 meter cukup sempit dan tidak nyaman untuk dilalui oleh 2 arus orang. Koridor tipe B walaupun telah memiliki dimensi yang sesuai standar data arsitek yaitu 1.70-1.80 meter namun adanya barang dagangan yang diletakkan di koridor membuat sirkulasi tetap sempit dan tidak nyaman. Sedangkan pada koridor tipe C memiliki ukuran 2 meter, penulis menemukan bahwa koridor tersebut sudah nyaman untuk para pengguna.

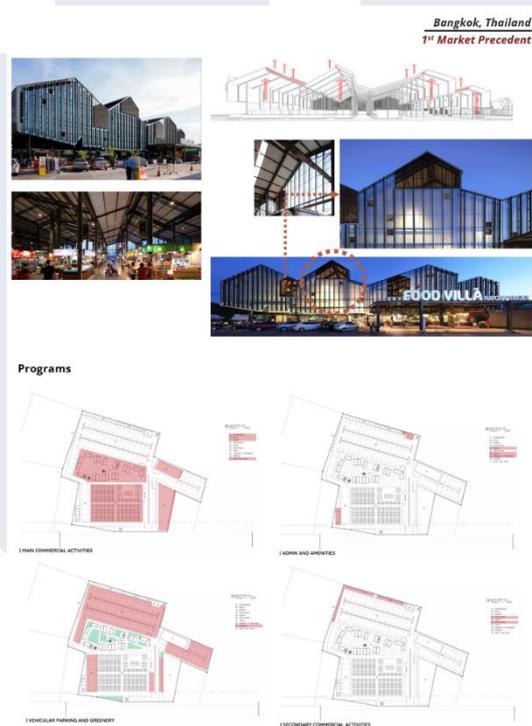
Tabel 2.3 Tabel Penelitian Terdahulu
Sumber : Olahan Penulis, 2023



2.13 Studi Preseden

Penulis melakukan studi preseden terhadap 3 proyek pasar untuk memperkaya acuan dalam mendesain.

2.8.1 Food Villa Market – Studi Konsep



Gambar 2.13 Analisis Penulis
Sumber: Archdaily

Food Villa Market merupakan pasar tradisional yang terletak di Bangkok, Thailand. Berangkat dari isu citra pasar tradisional yang cenderung buruk, maka perancangan pada Food Villa market menerapkan 3 strategi dalam desain, yaitu *clean*, *relay*, dan *part of community*. Dua strategi fokus dari perancang yaitu pertama adalah *clean*. Strategi *clean* merupakan strategi desain dengan tujuan meningkatkan kebersihan pasar dengan merancang drainase di seluruh bawah lantai sirkulasi.

Ketinggian *floor to ceiling* yang tinggi juga membantu sirkulasi udara yang baik. Kualitas pencahayaan baik melalui desain atap yang memiliki celah ditutupi oleh material translucent. Strategi *part of community* diimplementasikan dengan perancangan pasar yang tidak jauh berbeda dari bentuk tipikal pasar tradisional

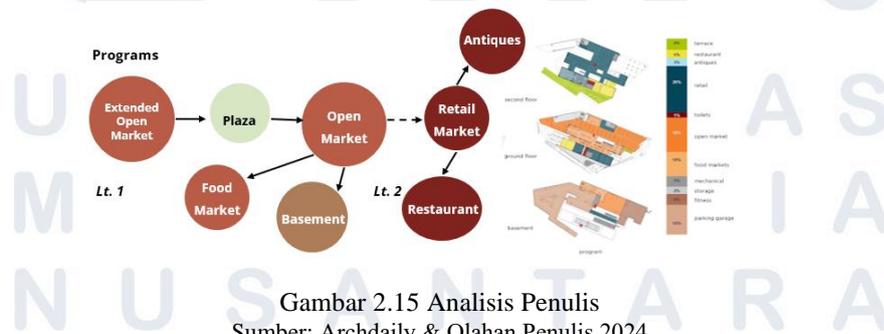
setempat. Hal ini supaya rancangan pasar yang baru tidak menjadi suatu benda yang asing bagi masyarakat lokal.

2.8.2 Baltic Station Market – Studi Konsep Program Ruang Retail



Gambar 2.14 Analisis Penulis
Sumber: Archdaily

Baltic Station Market merupakan pasar yang terletak di Tallin, Estonia. Pasar ini mengalami rekonstruksi di tahun 2017 dengan meng-integrasi konsep pasar kontemporer. Rekonstruksi Baltic Station Market juga menjaga karakter sejarah pasar awalnya dengan menggunakan material yang sama.



Gambar 2.15 Analisis Penulis
Sumber: Archdaily & Olahan Penulis,2024

Program ruang dari Baltic Station Market memiliki konsep besar semi terbuka, dimana terdapat khusus untuk area perdagangan yang terbuka dengan penutup saja. Selain itu, terdapat khusus juga untuk area perdagangan produk tekstil di lantai 2 yang digabungkan dengan area makanan siap saji.



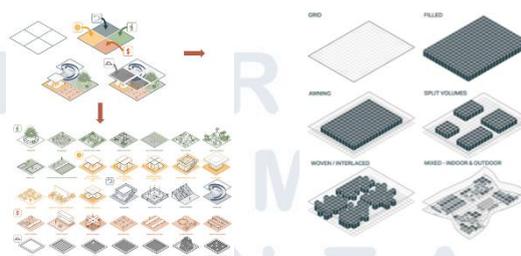
Gambar 2.16 Perspektif Ruang Komoditas Produk Tekstil
Sumber: Archdaily, 2024

Area retail produk tekstil mengimplementasikan konsep yang terbuka sampai ke bagian area jualannya yang menempatkan los di tengah ruang agar terkesan lebih terbuka dan luas.

2.8.3 Sydney Fish Market – Studi Konsep Modular



Gambar 2.17 Perspektif Eksterior Sydney Fish Market
(Sumber: Archdaily, 2024)



Gambar 2.18 Diagram Program Ruang Modular
(Sumber: Archdaily, 2024)

Sydney Fish Market merupakan pasar yang direncanakan akan dibangun di Sydney, Australia. Desain pasar ini berfokus untuk mengakomodasi *growth* dan *change* melalui perancangan program ruang dengan sistem modular. Sistem ini memungkinkan ruang dapat dengan mudah diimplementasikan, dilepas atau ditukar tanpa mengganggu struktur inti. Fleksibilitas desain modular memungkinkan ruang saling tumpang tindih dan berubah sehingga menciptakan beragam zona dengan kemungkinan pengoperasian yang berbeda-beda. Bangunan ini juga dapat mendukung fungsi dalam dan luar ruangan berdasarkan kebutuhan pengguna, mempromosikan keberlanjutan sosial dan menciptakan rasa keteraturan.

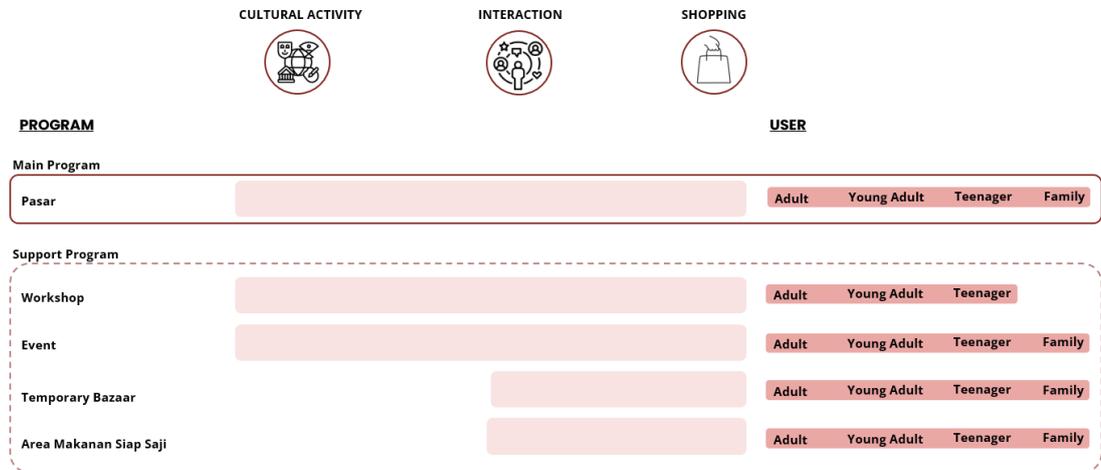
2.8.4 Kesimpulan Studi Preseden

Berikut merupakan hasil dari studi preseden yang menjadi pendukung acuan dalam mendesain Pasar Desa Cikupa.

	FOOD VILLA MARKET	BALTIC STATION MARKET	SYDNEY FISH MARKET
KONSEP	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menerapkan strategi "<i>clean</i>" dengan merancang komponen perancangan seperti drainase pada pasar basah, dan <i>high ceiling</i> agar ruang memiliki sirkulasi udara dan pencahayaan yang baik. 2. Menerapkan strategi "<i>part of community</i>" dengan merancang bangunan pasar sedekat mungkin dengan kondisi aslinya, memberikan kemudahan akses bagi pengunjung, dan memberikan kebebasan bagi pedagang untuk menata sendiri area dagangnya. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas fisik pasar dengan mengintegrasikan konsep pasar kontemporer 	
PENATAAN RUANG	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penataan ruang area perdagangan menggunakan pola grid namun memberikan sirkulasi utama yang memiliki area lebih lebar dan menempatkan kursi agar pengunjung bisa beristirahat 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan ruang transisi antara area pasar agar memiliki keterhubungan satu sama lainnya. Ruang transisi dapat berbentuk plaza atau area pasar yang terbuka 2. Penyusunan area retail yang fleksibel dan lebih terbuka sehingga memberikan kesan yang luas dan memiliki kualitas udara dan cahaya yang baik 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merancang zonasi area perdagangan dengan konsep modular supaya memberikan fleksibilitas dan kemudahan jika ada perkembangan lanjut.
SIRKULASI	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merancang sirkulasi servis yang mengelilingi bangunan agar memiliki kemudahan akses dan tidak mengganggu pengunjung 		

Tabel 2.4 Tabel Kesimpulan
Sumber : Olahan Penulis, 2023

2.14 Kajian Program Ruang



Gambar 2.18 Diagram Program Rancangan
Sumber: Olahan Perancang, 2024

Program utama perancangan dengan konsep “*woven socio-cultural*” menekankan pada peningkatan kualitas pengalaman aktivitas perdagangan pada pasar tradisional. Pasar Desa Cikupa memiliki citra pasar tradisional yang kotor, lembab, bau dan tidak teratur sehingga memunculkan isu terutama penurunan aktivitas operasional di beberapa area. Merespon kebutuhan ruang setiap komoditas perdagangan, terutama produk tekstil yang memiliki budaya pada aktivitas berbelanja sehingga menjadi daya tarik bagi pengunjung. Rancangan berfokus pada empat komponen, yaitu penataan ruang, sirkulasi, kebutuhan ruang, dan fasilitas.

Perancangan menambahkan beberapa program ruang dengan mempertimbangkan potensial pengunjung dan aktivitas yang dapat dilakukan di Pasar Desa Cikupa. Program tambahan berupa area *workshop*, *event*, dan *temporary bazaar* merupakan upaya perancang untuk meningkatkan aktivitas usaha lokal di sekitar Pasar Desa Cikupa. Area makanan siap saji merupakan komoditas pada pasar tradisional yang dapat menjadi ruang transisi antar area komoditas. Area makanan siap saji juga dapat menjadi tempat bagi para pengunjung untuk beristirahat.

Luasan	11,176 m ²				
Regulasi	KLB		3	33,528	Desain
	KDB		60%	6,706	
	KDH (min)		5%	0,559	
	KTB		50%	5,588	
					8,310
					5,014
					1,526
					2,599

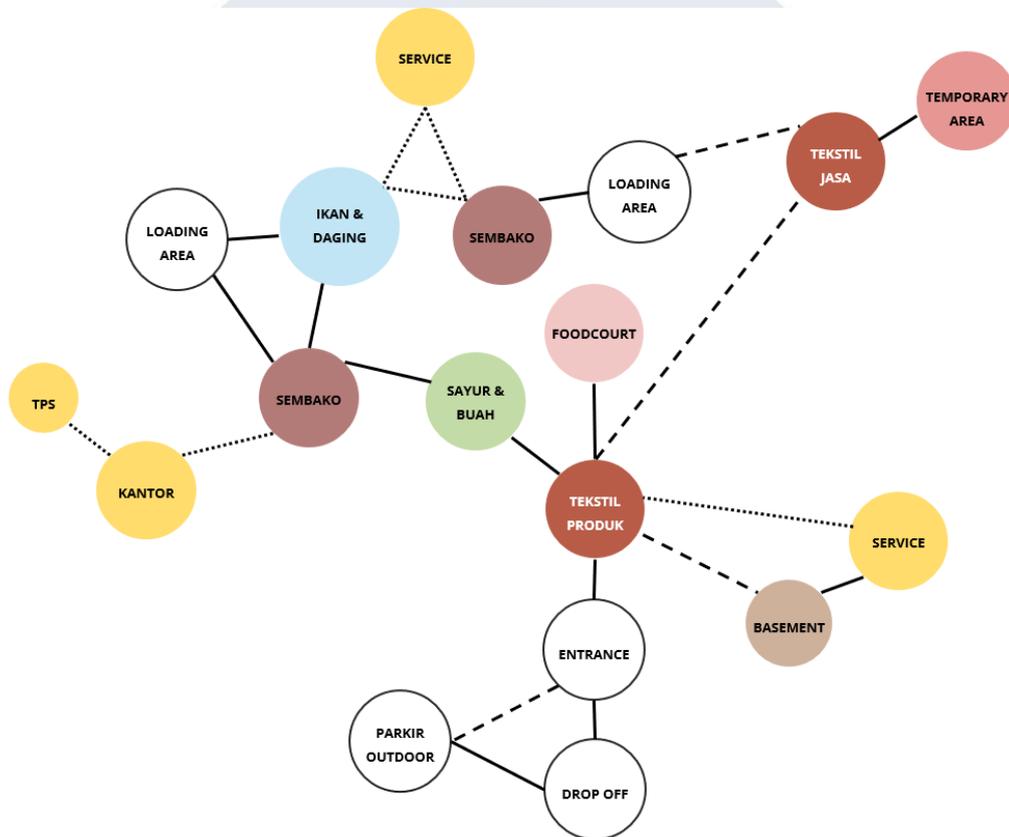
Standar SRP Pasar: SRP/ 100 m ² luas lantai		
	Mobil (m ²)	Motor (m ²)
SRP	12,5	1,5
Persentase	30%	70%
Jmlh parkir min	34	78
Luas Parkir (m ²)	419	117
Jmlh parkir	60	142

Zoning	Nama Ruang	Ruang	Pengguna	Keterangan	Kapasitas	Kebutuhan Ruang				
						Sumber	Besaran	Total Besaran		
PASAR DESA CIKUPA										
Area Jualan	Pasar Basah	Lapak/Los 2x2	Pengunjung + Penjual	Per unit	100	Preseden & site visit	4	400		
	Pasar kering pangan	Kios 2 x 2		Per unit	100		4	400		
	Pedagang Sayur	Lapak/Los 2x2		Per unit	100		4	400		
	Pedagang Tekstil	Kios 2x2		Per unit	50		4	200		
	Pedagang Kuliner	Lapak/Los 2x2		Per unit	50		4	200		
	Pedagang Kuliner	Kios 2x2		Per unit	50		4	200		
Sirkulasi 30%								540		
Jumlah								2340		
Area Pengelola	Ruang kepala pengelola	Kantor Pengelola	Pengelola	Per orang	6		4	28		
	Ruang administrasi			Per orang					4	16
	Toilet staff			Per orang					1	4
	Pos satpam			Per orang					1	4
Sirkulasi 30%								27		
Jumlah								75		
Penunjang + Service	Toilet	Wanita	Semua	Per orang	4	DA + AS	16	64		
		Pria		Per orang	4		16	64		
		Difabel		Per orang	2		20	40		
	ATM Center			Per ruang	1	DA	18	18		
	Musala			Per orang	1		30	30		
	STP				1		80	80		
	Plumbing	Tanki air bersih				1	DA + Jurnal	80	80	
		Tanki air daur ulang				1				
		Tanki air hujan				1				
	Ruang elektrikal				1		20	20		
	R. Genset				1		80	80		
	R. Control				1		60	60		
	Loading Area		Penjual		1		80	80		
	Ruang Loading Area	5 truck			1		127	127		
	Area cuci area kuliner				1		30	30		
Area cuci pasar basah		Penjual		1		30	30			
TPS				1		150	150			
Sirkulasi 30%								285,9		
Jumlah								1239		
Area Parkir	Mobil				34	SRP	419	419		
	Motor				78		117	117		
Sirkulasi 30%								161		
Jumlah								697		
TOTAL								4351		

Tabel 2.6 Tabel Kebutuhan Ruang
Sumber: Olahan Perancang, 2024

Pasar Desa Cikupa merupakan Pasar Rakyat tipe a, yaitu pasar yang beroperasi setiap hari, memiliki jumlah pedagang paling sedikit 300 orang dan luas lahan paling sedikit 10.000 m² (PerMenDagRI, 2021). Merespon pedoman kebutuhan area perdagangan maka perancangan dapat mengakomodasi setidaknya

± 450 orang dengan total luasan bangunan sebesar 8.000 m². Pada Tabel 2.5 merupakan detail besaran ruang pada program utama, pendukung dan servis.



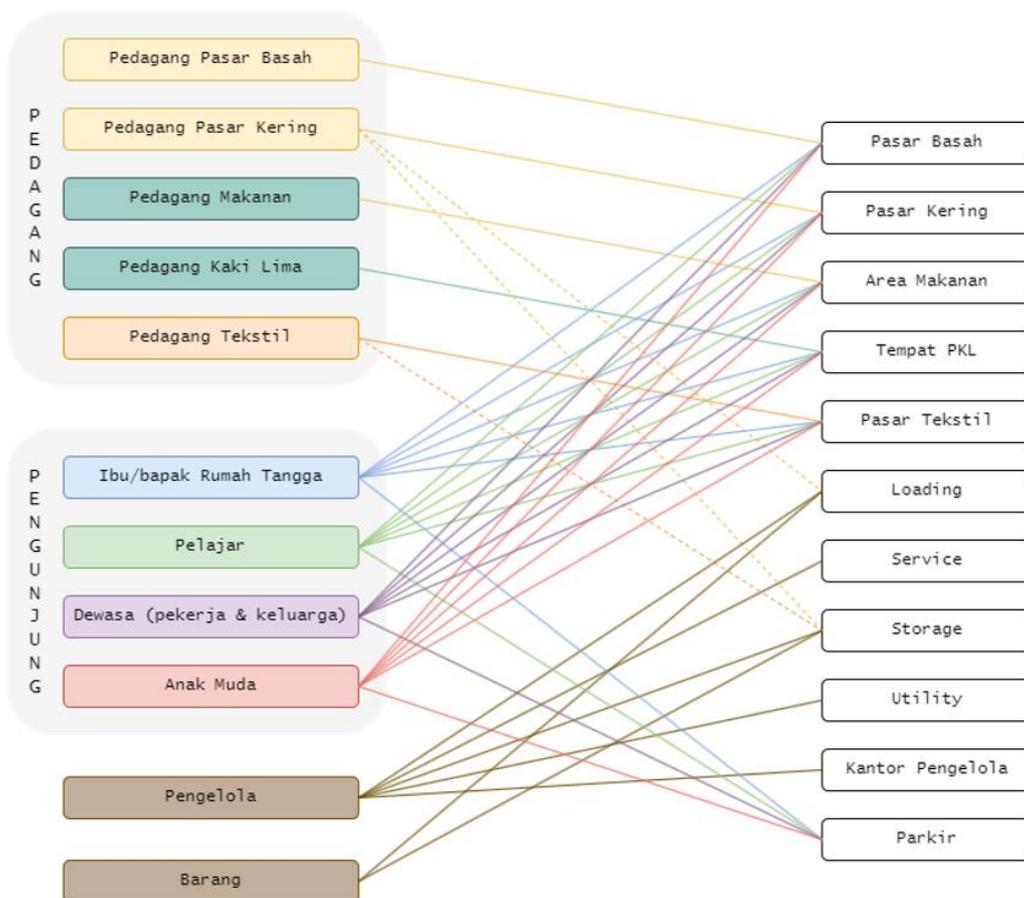
Gambar 2.19 Diagram *Bubble Diagram*
Sumber: Olahan Perancang, 2024

Perancang melakukan studi kedekatan antar ruang (Gambar 2.19) untuk menentukan penempatan ruang pada rancangan. Secara garis besar, penataan ruang terbagi atas 2 area yaitu, area pangan dan area produk tekstil. Perancangan berupaya agar komoditas produk tekstil memiliki visibilitas yang baik terhadap pengunjung sehingga dihubungkan dekat dengan pintu masuk utama dan *drop-off*. Pada perancangan, komoditas sayur dan buah ada 2 area yang tertutup dan terbuka. Area komoditas sayur dan buah yang terbuka merupakan ruang transisi yang menghubungkan komoditas produk tekstil dan sembako. Perancang juga menempatkan area servis di bagian yang terpisah dari area perdagangan agar memaksimalkan efisiensi dan kenyamanan pengunjung. Penempatan area servis

yang terpisah menciptakan sirkulasi khusus untuk setiap pengguna pasar. Setiap komoditas memiliki area loading yang terpisah supaya dapat memudahkan pedagang untuk melakukan kegiatan servis.

2.15 Kajian Pengguna & Aktivitas

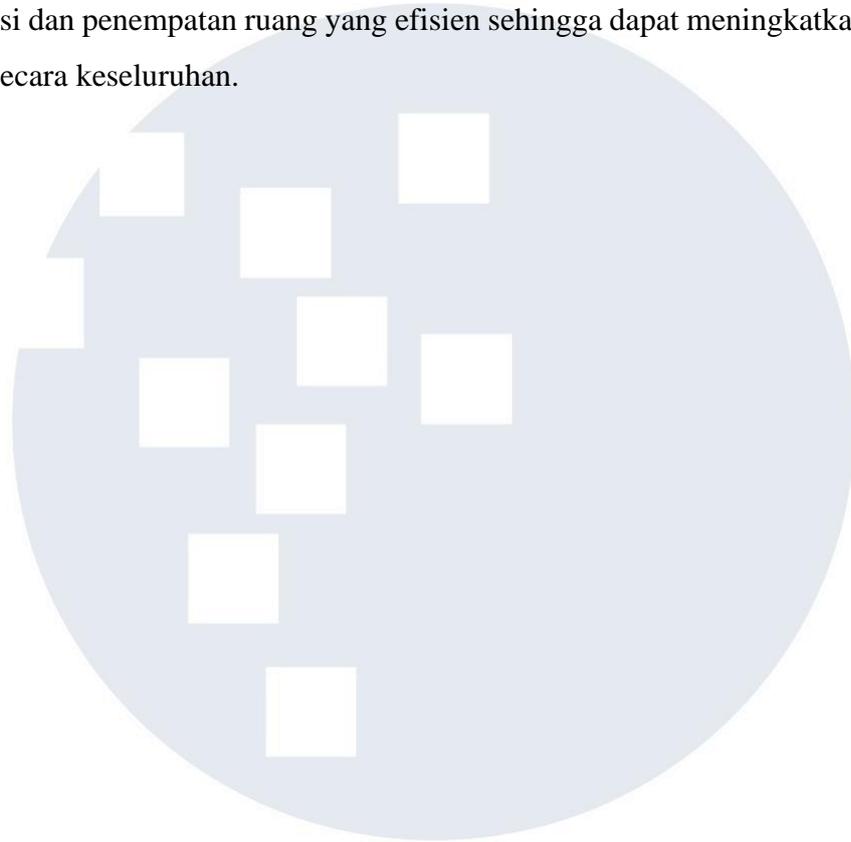
FREQUENCY CHART



Gambar 2.20 Diagram Hubungan Pengguna dan Aktivitas
Sumber: Olahan Perancang, 2024

Berdasarkan studi yang dilakukan, Pasar Desa Cikupa dikelilingi oleh hunian, industri perdagangan dan fasilitas publik lainnya. Keberadaan Pasar Desa Cikupa menentukan kategori pengunjung yang sebagian besar merupakan ibu/bapak rumah tangga, pekerja dan anak sekolah. Dalam menentukan hubungan pengguna dan aktivitas, perancang membedakan aktivitas perdagangan dengan

servis. Pemisahan aktivitas ini dapat membantu perancang dalam menentukan sirkulasi dan penempatan ruang yang efisien sehingga dapat meningkatkan kualitas pasar secara keseluruhan.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA