

BAB II

TINJAUAN OBJEK DAN PENDEKATAN PERANCANGAN

2.1 Pasar

Menurut Ehrenberg et al (2003), pasar merupakan tempat pembeli dan pedagang dapat bertemu dan berinteraksi untuk melakukan jual beli atau kegiatan ekonomi. Pasar merupakan tempat yang penting untuk mendorong aktivitas ekonomi pada suatu kawasan. Dalam konteks ini, pasar berfungsi sebagai penyedia kebutuhan pokok bagi masyarakat juga sebagai peningkat kesejahteraan ekonomi para pedagang.

Pasar Cikupa merupakan salah satu pasar yang memiliki sejarah yang cukup panjang pada wilayah Kabupaten Tangerang. Berdasarkan informasi yang terdapat di situs pemerintah dan situs online lainnya, pasar ini telah ada sejak 1900-an atau ada juga yang menyebutkan bahwa pasar cikupa sudah ada sejak 1926 dan beroperasi dua hari dalam seminggu yaitu selasa dan sabtu. Dahulunya pasar cikupa hanyalah sekumpulan pedagang yang berjualan di pinggir jalan, tapi seiring bertambahnya keramaian dikarenakan letaknya yang strategis di sepanjang Jalan Raya Serang, maka dibangunlah bangunan tetap sebagai pasar tradisional yang menyediakan kebutuhan pokok masyarakat lokal.

Kondisi Eksisting Pasar Cikupa



Gambar 2.1 Kondisi Eksisting Pasar Cikupa

Sumber: Penulis

Secara fungsi, Pasar Cikupa merupakan pasar tradisional seperti sebagaimana disebutkan pada Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007. Namun, kondisi eksisting Pasar Cikupa saat ini merupakan Perancangan Pasar Cikupa dengan Pendekatan Wayfinding, Elia Marcela Candra, Universitas Multimedia Nusantara

menjadi tantangan tersendiri untuk Pasar Cikupa menjalankan fungsinya. Permasalahan utama yang dapat terlihat pada eksisting pasar merupakan sirkulasi di dalam pasar yang tidak teratur, jalan yang rusak dan becek, serta pengelolaan sampah yang belum optimal sehingga menimbulkan bau tak sedap serta mengundang lalat. Hal ini juga menjadi sebab citra pasar yang kumuh dan kotor sehingga dapat menyebabkan menurunnya peminat yang datang ke Pasar Cikupa dan lebih memilih untuk pergi ke pasar modern atau sejenisnya. Maka dari itu perbaikan pasar diperlukan supaya pasar dapat bersaing dengan pusat perbelanjaan lain yang menawarkan kenyamanan dan kebersihan yang lebih baik.

2.2 Kriteria Pasar Ideal

Pasar ideal adalah pasar yang mampu menyediakan sirkulasi dengan baik bagi pengguna pasar, baik penjual, pembeli, maupun petugas sehingga dapat bergerak dengan nyaman, aman, dan efisien. Menurut Standar SNI 8152:2021 mengenai Pasar Rakyat oleh Kementerian Perdagangan, sirkulasi pasar yang baik dapat dicapai dengan pengaturan jalur yang jelas, terarah, dan bebas dari hambatan. Pasar harus memiliki Jalur utama yang lebar dan cukup untuk menampung pergerakan dua arah dan mengakomodasi berhentinya pengunjung untuk melakukan aktivitasnya. Sedangkan jalur sekunder pada area kios-kios diatur supaya memungkinkan pergerakan berpapasan. Standar SNI juga menekankan mengenai pentingnya pemisahan jalur pengunjung dengan jalur servis dan logistik, sehingga aktivitas bongkar muat serta area kotor tidak mengganggu pergerakan juga aktivitas yang ada di dalam pasar. Berikut merupakan standar fasilitas pasar untuk mencapai kriteria pasar ideal yang bersumber dari Standar Nasional Indonesia (SNI) 8152:2021 dan Permenkes No. 17 Tahun 2020 mengenai Pasar Sehat

Fasilitas Utama

- **Ruang dagang:** ruang yang disediakan untuk berdagang. Toko/kios biasanya memiliki ukuran berkisar antara 2x2 meter hingga 3x3 meter. kios /los yang disediakan tidak boleh menutupi aliran sirkulasi udara, bersifat modular, dan penjual hanya diperbolehkan untuk menggunakan area yang telah disediakan sehingga tidak mengganggu akses pasar.
- **Akses:** Jalan di dalam pasar harus mencukupi kebutuhan pergerakan yang terjadi di dalam pasar, baik pembeli maupun dalam proses pengangkutan barang. Akses pasar harus bisa dimanfaatkan oleh semua

orang, termasuk penyandang disabilitas. Standar lebar akses jalan berkisar antara 1.5 meter hingga 2 meter untuk pejalan kaki.

- **Ruang parkir:** Pasar harus memiliki area parkir yang cukup bagi pembeli dan pedagang untuk menunjang kegiatan. Standar area parkir menyesuaikan luas lahan pasar.
- **Area bongkar muat:** Area bongkar muat merupakan fasilitas yang harus disediakan khusus bagi pengelola dan pedagang. Area ini dirancang khusus supaya tidak menghalangi aktivitas yang berlangsung di pasar.

Fasilitas Pendukung

- **Toilet dan fasilitas sanitasi:** fasilitas toilet dan sanitasi harus disediakan dengan jumlah yang memadai dan dapat dengan mudah diakses. Fasilitas toilet pasar tipe I wajib memiliki setidaknya 4 toilet pria dan 4 toilet wanita. Fasilitas ini perlu memiliki ventilasi yang baik dan kebersihan yang terjaga untuk mendukung kenyamanan dan kesehatan pasar. Selain itu, pasar juga harus memiliki toilet khusus penyandang disabilitas.
- **Tempat sampah dan pengolahan limbah:** Tempat sampah pada pasar diletakan pada titik-titik strategis yang tidak mengganggu aktivitas pengguna pasar. Tempat penampungan sampah sementara harus ditempatkan pada zona servis sehingga tidak mengganggu aktivitas pasar.
- **Penyediaan air bersih:** Pasar harus menyediakan air bersih untuk menjaga kebutuhan sanitasi terutama pada pasar basah sehingga menciptakan pasar yang bersih dan sehat.
- **Penerangan dan ventilasi:** Pasar membutuhkan penerangan yang cukup, baik secara natural maupun buatan dan tidak menyilaukan.

Fasilitas Keamanan

- **Sistem keamanan:** Fasilitas pasar harus mencakup ketersediaan pos keamanan dan dilengkapi dengan sistem keamanan yang mencakup CCTV, fasilitas pemadam kebakaran, serta petugas keamanan.

- **Jalur evakuasi:** Penataan sirkulasi pasar harus memudahkan pengunjung bergerak leluasa dan memiliki jalur evakuasi yang jelas sehingga memudahkan pengguna pasar untuk evakuasi saat terjadinya bencana.

Fasilitas Khusus

- **Ruang laktasi dan kesehatan:** Pada pasar tipe I, pasar disarankan memiliki ruang laktasi minimal 2 ruang serta memiliki pos pelayanan kesehatan pasar.
- **Fasilitas disabilitas:** Pasar rakyat harus terbuka bagi siapa saja termasuk kaum disabilitas, oleh karena itu pasar juga harus memperhatikan aksesibilitas bagi penyandang disabilitas dan fasilitas-fasilitas lainnya seperti penggunaan ramp dan juga toilet khusus disabilitas.

Fasilitas tambahan

- **Pos Ukur Ulang:** Pasar harus memiliki minimal 2 pos untuk mengukur ulang barang yang telah diserahkan oleh penjual kepada pembeli untuk memberikan jaminan kepada pembeli bahwa kuantitas (berat, takaran, atau jumlah) yang mereka terima sesuai dengan harga yang dibayarkan.
- **Sistem informasi pasar:** Penggunaan fasilitas seperti papan informasi pada pasar dapat mempermudah pembeli untuk mengetahui lokasi kios yang ingin mereka tuju.

2.3 Readability pada Pasar

Pasar tradisional merupakan fasilitas publik yang mempunyai ruang dengan tingkat kompleksitas yang tinggi karena terdiri dari berbagai fungsi, komoditas, dan aktivitas yang berlangsung pada saat yang bersamaan. Oleh karena itu, selain aspek kebersihan, keamanan, kenyamanan, dan kelengkapan fasilitas, pasar juga harus memiliki tingkat readability yang baik. Readability yang dibahas disini adalah kemampuan suatu lingkungan untuk memberikan informasi spasial yang mudah untuk dipahami oleh penggunanya sehingga dapat mempermudah mereka untuk mengenali posisi, memahami hubungan antar ruang, serta menemukan tempat yang dituju dengan lebih mudah. Menurut Arthur dan Passini (1992), readability merupakan salah satu karakteristik

Perancangan Pasar Cikupa dengan Pendekatan Wayfinding, Elia Marcela Candra, Universitas Multimedia Nusantara

lingkungan yang mendukung proses wayfinding, yaitu kemampuan pengguna memahami organisasi ruang dan menavigasi suatu bangunan secara efektif tanpa mengalami disorientasi.

Dalam konteks pasar tradisional, readability menjadi aspek yang penting karena pasar memiliki organisasi ruang yang kompleks. Pasar yang memiliki tingkat readability yang baik memungkinkan pengunjung memahami pembagian zona perdagangan dan dapat memilih jalur menuju tujuan dengan lebih mudah. Dengan demikian proses pencarian kios maupun perpindahan antar area dapat berlangsung dengan efisien dan nyaman. Sebaliknya, rendahnya tingkat readability pada pasar dapat menyebabkan pengguna kesulitan memahami struktur ruang dan menentukan arah tujuan. Hal ini dapat menyebabkan aktivitas perdagangan pada pasar terganggu dan menimbulkan ketimpangan distribusi pengunjung sehingga munculnya dead spot.

2.4 Teori Wayfinding

Teori *wayfinding* merupakan teori yang membahas mengenai bagaimana seseorang dapat menavigasikan suatu ruang dimana ia berada supaya dapat dengan mudah mencapai tujuannya. Dalam pasar tradisional seperti Pasar Cikupa, *wayfinding* merupakan aspek yang penting untuk dimiliki dikarenakan pasar mempunyai karakter yang padat, kompleks, dan dipenuhi aktivitas yang beragam. Menurut Kevin Lynch dalam bukunya *The Image of The City* (1960) manusia dapat memahami suatu lingkungannya melalui beberapa elemen pembentuk kota seperti *path, edges, districts, nodes, dan landmarks*. Elemen-elemen ini membantu manusia dalam mengenali arah dan membentuk orientasi ruang yang lebih jelas. Pada pasar, konsep ini bisa diterapkan agar pengguna tidak merasa bingung ketika berada di dalam pasar dengan menggunakan jalur sirkulasi yang mudah untuk dibaca, pembagian zona yang jelas, dan penggunaan elemen sebagai penanda.

Wayfinding kerap dikaitkan dengan signage atau papan penunjuk jalan, namun wayfinding tidak hanya berkaitan dengan papan penunjuk jalan saja tetapi juga berkaitan dengan bagaimana bentuk arsitektur mampu mengarahkan pergerakan pengguna secara alami. Dalam teori *People, Sign, and Architecture* yang dikemukakan oleh Arthur dan Passini (1992) mengenai wayfinding atau kemampuan seseorang untuk mengenali lokasi menentukan tujuan, serta mencapai tujuan menjelaskan bahwa keberhasilan navigasi dalam suatu

Perancangan Pasar Cikupa dengan Pendekatan Wayfinding, Elia Marcela Candra, Universitas Multimedia Nusantara

bangunan atau kawasan tidak hanya dipengaruhi oleh sinage (tanda), tetapi merupakan hasil interaksi antara people (manusia), sign (tanda), dan juga desain bangunan (architecture). Ketiga elemen tersebut diperlukan untuk menciptakan lingkungan yang mudah dipahami dan dinavigasikan oleh pengguna.

Arthur dan Passini (1992) menjelaskan bahwa *wayfinding* merupakan suatu proses yang melibatkan kemampuan individu untuk mengenali lokasi dirinya, menentukan tujuan yang ingin dicapai, memilih rute yang sesuai, serta mengevaluasi perjalanan yang dilakukan hingga mencapai tujuan tersebut. Dalam pandangan ini, *wayfinding* dipahami sebagai suatu bentuk pemecahan masalah spasial (*spatial problem solving*) yang terjadi ketika seseorang berinteraksi dengan lingkungannya. Proses tersebut tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan individu dalam memahami informasi, tetapi juga kualitas lingkungan dalam menyediakan petunjuk orientasi bagi penggunanya.

Arthur dan Passini juga menjelaskan bahwa proses *wayfinding* terdiri atas beberapa tahapan, yaitu pengambilan keputusan (*decision making*), pelaksanaan keputusan (*decision execution*), dan pemrosesan informasi (*information processing*). Pada tahap pengambilan keputusan, pengguna menentukan tujuan dengan memilih rute berdasarkan informasi yang tersedia. Selanjutnya pengguna melaksanakan keputusan tersebut dan bergerak melalui jalur yang dipilih. Selama perjalanan berlangsung, pengguna akan terus memproses informasi dari lingkungannya untuk memastikan dirinya masih berada pada jalur yang sesuai untuk menuju kepada tujuan yang ia inginkan.

Dalam buku *Wayfinding: People, Signs, and Architecture*, Arthur dan Passini juga menekankan bahwa pentingnya pembentukan *cognitive map* atau peta mental. *Cognitive map* merupakan representasi mental yang terbentuk dalam pikiran seseorang mengenai susunan ruang dan hubungan antar elemen dalam suatu lingkungan. Keberadaan *cognitive map* memungkinkan pengguna memahami posisi dirinya, mengenali lokasi tujuan, serta mengingat jalur yang telah dilalui. Oleh karena itu, lingkungan yang memiliki struktur ruang yang jelas akan mempermudah proses orientasi dan navigasi penggunanya.

Arthur dan Passini menyatakan bahwa keberhasilan *wayfinding* tidak hanya bergantung pada keberadaan sistem signage, tetapi juga dipengaruhi oleh organisasi ruang dan karakter fisik lingkungan. Struktur ruang yang mudah dipahami dapat membantu pengguna mengenali pola pergerakan dan hubungan antar ruang tanpa harus selalu bergantung pada petunjuk arah. Dalam hal ini,

Perancangan Pasar Cikupa dengan Pendekatan Wayfinding, Elia Marcela Candra, Universitas Multimedia Nusantara

elemen arsitektur seperti bentuk ruang, konfigurasi sirkulasi, bukaan visual, maupun titik fokus tertentu dapat berfungsi sebagai petunjuk orientasi yang membantu pengguna memahami lingkungan secara intuitif.

Selain itu, keberadaan *landmark* juga memiliki peran penting dalam mendukung proses *wayfinding*. *Landmark* merupakan elemen yang memiliki karakter visual yang menonjol sehingga mudah dikenali dan diingat oleh pengguna. Elemen tersebut dapat berupa bentuk bangunan, ruang terbuka, atrium, menara, maupun elemen visual lainnya yang berfungsi sebagai titik referensi dalam orientasi ruang. Keberadaan *landmark* dapat membantu pengguna membangun pemahaman terhadap lingkungan dan mempermudah proses pencarian arah.

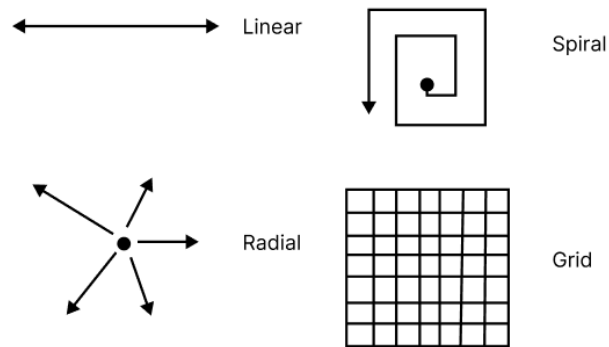
Arthur dan Passini juga menekankan pentingnya pengelompokan fungsi ke dalam zona-zona yang jelas. Pembagian ruang berdasarkan fungsi atau aktivitas tertentu memungkinkan pengguna memahami organisasi ruang secara lebih mudah. Setiap zona dapat memiliki karakter yang berbeda melalui penggunaan warna, material, pencahayaan, maupun elemen visual lainnya sehingga memudahkan pengguna dalam mengenali lokasi dan tujuan yang ingin dicapai.

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Arthur dan Passini, dapat dipahami bahwa *wayfinding* merupakan suatu sistem yang melibatkan interaksi antara manusia, informasi visual, dan lingkungannya. *Wayfinding* tidak hanya berkaitan dengan penyediaan papan petunjuk arah, tetapi juga mencakup bagaimana suatu lingkungan dirancang agar mampu memberikan informasi orientasi secara jelas, membantu pembentukan peta mental pengguna, serta mendukung proses navigasi yang efektif dan efisien.

2.5 Teori Sirkulasi dalam Pasar

Sirkulasi merupakan suatu elemen fundamental yang dapat menentukan bagaimana manusia akan bergerak dan berinteraksi dengan ruang. Menurut Ching(n.d.) dalam bukunya yang berjudul *Architecture Form, Space, and Order*, sirkulasi tidak hanya merupakan jalur pergerakan, melainkan struktur ruang yang menghubungkan fungsi satu dengan fungsi lainnya di dalam bangunan. Dalam membahas sirkulasi, DK Ching membagi pola sirkulasi menjadi beberapa bentuk, yaitu:

Teori Sirkulasi DK CHING



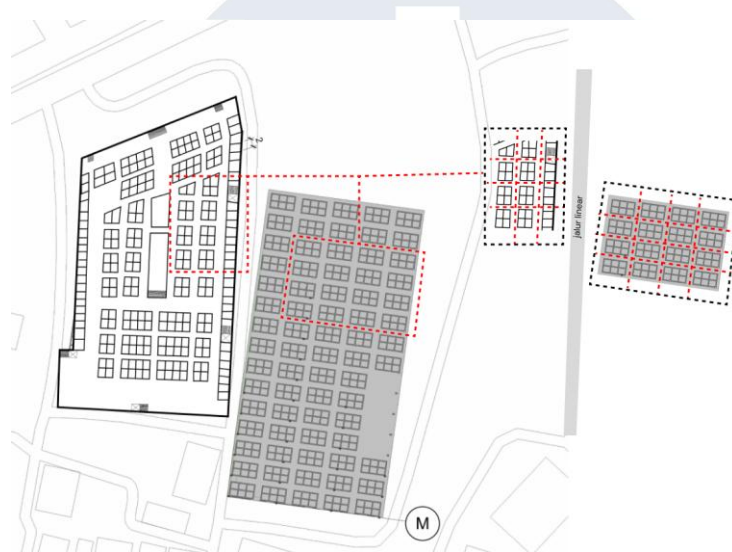
Gambar 2.2 Eksisting Pasar Cikupa

Sumber: Penulis

- **Linear**
Pola pergerakan lurus. Bentuk ini merupakan pola pergerakan paling sederhana. Pada pasar, pola linear bisa diterapkan pada koridor utama. Koridor utama dapat dibedakan dimensinya supaya dapat menjadi panduan bagi pengunjung, sehingga mudah ditelusuri tanpa tersesat.
- **Radial**
Sirkulasi ini merupakan suatu pola pergerakan dimana terdapat satu titik pusat dan dari situlah terpancar jalur jalur sirkulasi. Titik pusat ini biasa merupakan ruang penting atau node (titik strategis).
- **Spiral**
Sirkulasi spiral merupakan jalur yang berputar mengelilingi titik pusat.
- **Grid**
Sirkulasi grid terbentuk dari jaringan jalur yang saling tegak lurus dan berpotongan sehingga membentuk pola kotak kotak. Pola sirkulasi ini memberikan citra yang lebih teratur dan fleksibel sehingga memudahkan

orientasi pengunjung di dalamnya karena dapat bergerak ke berbagai arah sesuai dengan keinginan pengguna.

Dalam konteks bangunan pasar, sirkulasi yang banyak digunakan adalah bentuk grid karena dapat memberikan keteraturan dan kemudahan orientasi pengunjung. Sirkulasi merupakan aspek yang penting bagi pasar karena akan mempengaruhi kenyamanan, keamanan, serta efisiensi ruang pada pasar.



Gambar 2.3 Analisis Sirkulasi Bangunan Eksisting

Sumber: Pribadi

Pada bangunan eksisting Pasar Cikupa juga menggunakan tipe sirkulasi grid di seluruh area bangunannya. Bangunan Barat dan Timur keduanya memiliki tipe sirkulasi grid dan pada tengah bangunan Timur dan Barat dipisahkan oleh sirkulasi kendaraan. Sirkulasi grid ini umum digunakan pada bangunan pasar karena mampu menciptakan tata ruang yang efisien, memudahkan pembagian kios dan los secara teratur, serta mengoptimalkan penggunaan lahan. Selain itu, sirkulasi dengan pola ini memberikan fleksibilitas dalam pergerakan pengguna karena memberikan alternatif jalur untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Dengan karakteristik tersebut, pola sirkulasi grid ini sesuai untuk mewadahi aktivitas dagang yang melibatkan banyak pedagang dan pengunjung dalam satu kawasan.

Meskipun memiliki tingkat efisiensi yang tinggi, pola sirkulasi ini juga memiliki keterbatasan apabila tidak didukung oleh sistem orientasi ruang yang baik. Keseragaman dan pengulangan pada pola ruang dapat menyebabkan lingkungan pasar terasa monoton sehingga pengguna dapat mengalami kesulitan mengenali posisi dan menetapkan arah tujuan. Pada Pasar Cikupa, kondisi tersebut terlihat dari koridor-koridor yang memiliki karakter visual yang relatif serupa serta belum adanya penanda ruang yang kuat untuk membedakan setiap area dagang. Akibatnya pengunjung berpotensi mengalami kesulitan menemukan area yang ingin dituju, terutama bagi pengunjung yang baru pertama kali datang ke Pasar Cikupa.

2.5.1 Faktor Pembentuk Sirkulasi Pasar yang Baik

Sirkulasi pasar yang baik merupakan hasil dari integrasi beberapa aspek desain yang mendukung efisiensi pergerakan pengunjung, pedagang, dan barang. Aksesibilitas dan konektivitas merupakan elemen dasar yang dapat menentukan intensitas arus pengunjung, sehingga pasar harus memiliki keterhubungan antara jaringan pejalan kaki dengan transportasi publik. (Gehl, 2011). Selain itu, visibilitas kios dan jalur sangat berperan dalam menarik minat pembeli untuk berkunjung. Kios yang terlihat dari jalur utama cenderung memiliki performa ekonomi yang lebih tinggi dibanding kios yang berada di area yang memiliki kualitas visibilitas yang rendah. Dalam pasar, area yang memiliki visibilitas yang rendah sering berkembang menjadi deadspot (Underhill, 1999).

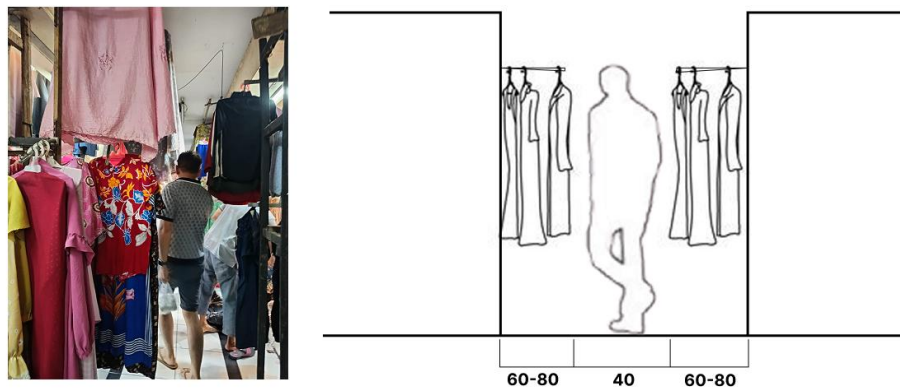
Dalam menciptakan sirkulasi yang baik, lebar dan kualitas koridor harus direncanakan dengan proporsional sehingga dapat memberikan kemudahan bagi pergerakan pembeli, pedagang, dan barang pada pasar. Berdasarkan analisis Dewar & Watson, koridor yang baik untuk pasar umumnya berkisar pada rentang 1-1,5 meter, yaitu ukuran yang secara konsisten terbentuk secara spontan pada pasar informal. Pada rentang ukuran ini, pembeli dapat melihat dan berinteraksi dengan kios di kedua sisi jalur tanpa terpecahnya aliran pengunjung. Lebar koridor dibawah 1 meter dianggap terlalu sempit karena dapat menyebabkan kemacetan pada alur pergerakan sehingga mendorong pedagang memperlebar ruang secara alami. Sementara koridor yang berukuran diatas 3,5 dapat membuat arus pengunjung terpecah dan hanya bergerak pada satu sisi.

| Kategori | Ukuran | Dampak |
|----------------|-------------|---|
| Ideal | 1 – 1.5 m | Pembeli dapat menjangkau kios kedua sisi; aliran stabil |
| Terlalu sempit | < 1 m | Kemacetan, pedagang berusaha melebarkan |
| Terlalu lebar | > 3.5 – 4 m | Aliran pecah, intensitas menurun |

Tabel 2.1 Standar Lebar Koridor
Sumber: Dewar dan Watson (1990)

Menurut Herliana (2016), kebanyakan pasar di Indonesia belum memenuhi standar dimensi sirkulasi yang dibutuhkan. Menurut standar SNI mengenai persyaratan pasar rakyat berdasarkan tipenya dibagi menjadi tiga yaitu tipe I dengan jumlah penjual terdaftar sebanyak >750 orang, II sebanyak 501-750 orang, dan III sebanyak 250-500 orang. Pasar Cikupa memiliki 300 kios dan 600 los sehingga dapat disimpulkan bahwa pasar Cikupa merupakan pasar tipe I dengan jumlah penjual terdaftar sebanyak >750 orang.

GAMBARAN SIRKULASI PASAR KERING CIKUPA



Gambar 2.4 Dimensi koridor Pasar Cikupa
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar diatas merupakan gambaran dari sirkulasi pasar kering di pasar cikupa. Terlihat bahwa lorong hanya dapat dilalui oleh satu orang saja dikarenakan banyaknya barang jualan yang dipamerkan sampai ke bagian lorong tempat sirkulasi. Menurut SNI, lebar minimal koridor/gangway dari pasar tipe I adalah 1,8 meter sedangkan pada pasar Cikupa ini sirkulasi yang dapat dilewati

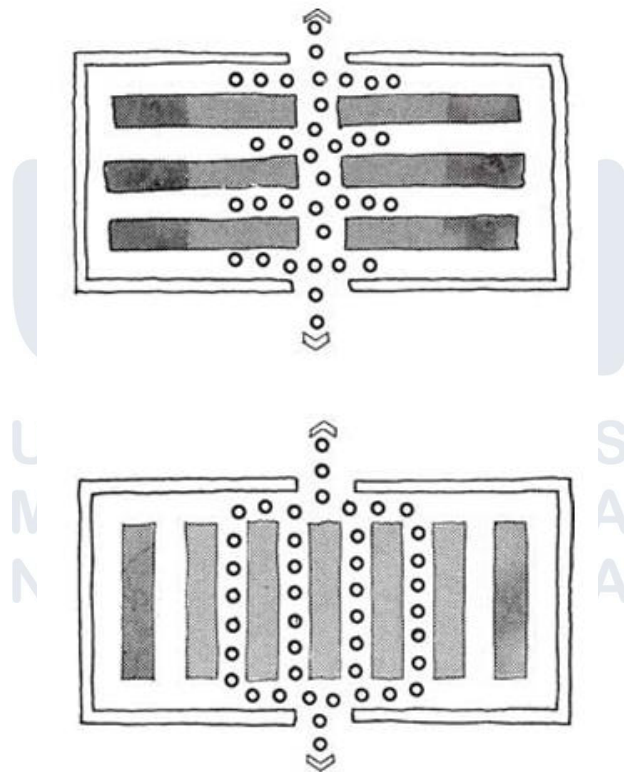
Perancangan Pasar Cikupa dengan Pendekatan Wayfinding, Elia Marcela Candra, Universitas Multimedia Nusantara

oleh pembeli hanya muat satu orang saja dengan perkiraan lebar 40 cm dari 180 cm yang merupakan standar minimal.

2.6 Teori *Dead spot* dalam Pasar

Konsep *dead spot* dalam pasar merujuk pada area yang tidak menarik pelanggan, tidak berkembang, atau bahkan ditinggalkan oleh pedagang akibat lemahnya aliran pengunjung serta ketidaktepatan tata letak. Berdasarkan Dewar & Watson, *dead spot* merupakan salah satu indikator kegagalan desain pasar karena area tersebut menciptakan kesan “kemandekan aktivitas” yang kemudian menurunkan performa pasar secara keseluruhan. Menurut Dewar & Watson, *dead spot* dapat terjadi karena beberapa penyebab antara lain adalah:

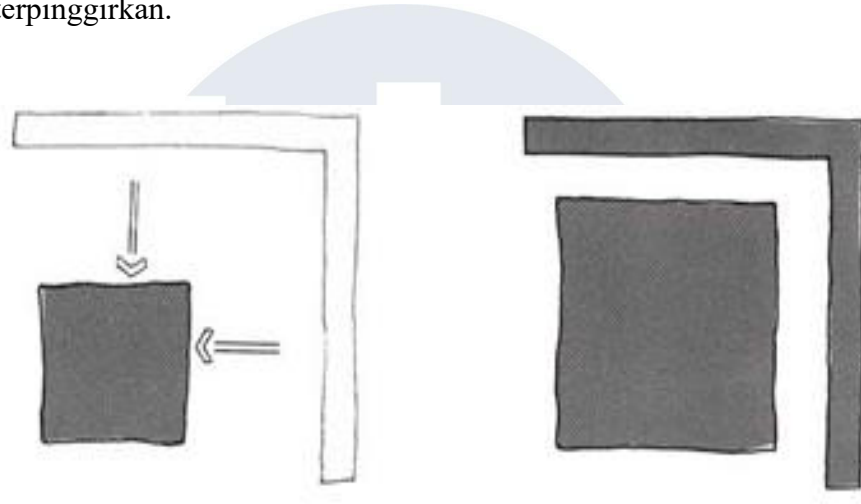
- Penyebaran alur pedestrian yang buruk. Pada pasar, pengguna lebih memilih untuk mengunjungi area yang paling dekat dengan sirkulasi utama. Desain sirkulasi pasar yang buruk dapat menyebabkan pembeli untuk enggan memasuki area-area tertentu. Sehingga dapat menyebabkan *dead spot*.



Gambar 2.5 Alur Pedestrian yang Buruk

Sumber: Dewar, D., & Watson, V. (1990)

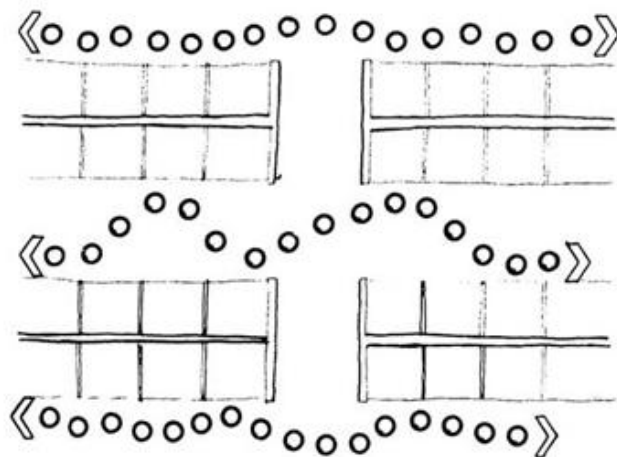
- Keberadaan kios yang terpinggirkan dan jauh dari inti pasar, menyebabkan *dead spot* karena ritme perdagangan terfokus ke tengah sehingga pengunjung akan jarang mengunjungi los/kios yang terpinggirkan.



Gambar 2.6 Kios Terpinggirkan

Sumber: Dewar, D., & Watson, V. (1990)

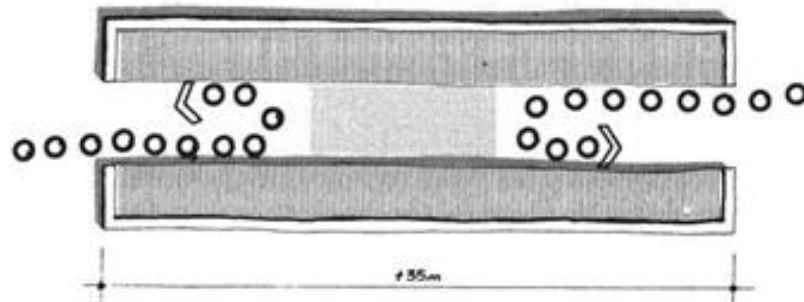
- Orientasi kios yang salah, sehingga menciptakan *blank wall* yang mematikan aktivitas komersial



Gambar 2.7 Orientasi Kios yang Salah

Sumber: Dewar, D., & Watson, V. (1990)

- Panjang *selling run* yang berlebihan, konsumen yang kurang ingin memberikan usaha lebih untuk menjelajahi pasar dengan jauh.



Gambar 2.8 *Selling Run* yang Terlalu Panjang

Sumber: Dewar, D., & Watson, V. (1990)

Deadspot pada Bangunan Eksisting

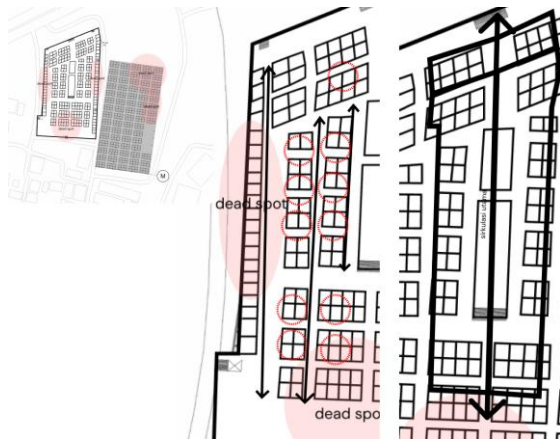
Pasar Cikupa memiliki *selling run* diatas 20-30 m sehingga pengunjung butuh effort lebih untuk menjelajahi seluruh pasar.
David Dewar & Vanessa Watson, 1990

| Kategori | Ukuran | Dampak |
|---------------|-----------|--|
| lebar | 1 - 2 m | Pembeli dapat menjangkau sisi berhadapan lebih mudah |
| Tinggi langit | < 1 m | Konsumen pejalan kaki mudah melihat |
| lebar jalan | 2,5 - 3 m | Aliran pejalan kaki lancar |

Besaran sirkulasi pasar tidak sesuai standar

Zona pasar tercampur
Pasar kering - ada sayur dan buah
Pasar basah - ada kios alat rumah tangga

The complex block contains a site plan of Pasar Cikupa with a red-shaded area indicating a deadspot. Below the plan are two circulation diagrams. The first diagram shows a cross-section of a stall with a 90cm aisle, a 1.2m stall width, and a 90cm aisle, with a red box highlighting the narrow aisle. The second diagram shows a cross-section with a 1.5m aisle and a 1m stall width, with a red box highlighting the narrow aisle.



Gambar 2.9 Dead Spot pada Eksisting

Sumber: Pribadi

Pada denah eksisting pasar terdapat banyak titik *dead spot*. Hal ini dikarenakan masalah utamanya yaitu pasar memiliki panjang seling run diatas 20-30 m. Selain itu, dari keempat poin yang dikemukakan oleh Dewar & Watson, pasar cikupa mengalami 4 poin yang dapat membuat pasar memiliki banyak titik deadspot. 3 poin lainnya adalah pasar cikupa memiliki orientasi kios yang salah sehingga pengunjung kurang tertarik untuk menjelajahi ke kanan dan ke kiri bangunan, Alur pedestrian yang buruk dan aktivitas yang berpusat di tengah sehingga pasar ini pada bagian pinggir merupakan deadspot yang kurang diminati pengunjung. Hal ini diperparah oleh sirkulasi yang dipersempit karena pedagang yang menggunakan area sirkulasi sebagai display dan meninggalkan ruang 40-60 cm untuk pengunjung sehingga selain menutup visibilitas kios lain, hal ini juga menurunkan kenyamanan pengguna pasar dalam menjelajahi pasar.

2.7 Kajian Mengenai Sampah

2.7.1 Pengertian Sampah

Sampah merupakan konsekuensi tak terhindarkan dari aktivitas manusia, terutama aktivitas ekonomi di pasar. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah Mendefinisikan sampah merupakan sisa kegiatan aktivitas sehari-hari manusia dan/atau proses alam yang berbentuk padat. Dalam konteks pasar tradisional, sampah dikategorikan sebagai market waste atau sampah hasil komersial yang menjadi bagian dari *Municipal Solid Waste* (MSW). Volume dan karakternya sangat dipengaruhi oleh jenis barang yang diperdagangkan, dan secara umum, sampah pasar didominasi oleh fraksi organik

Perancangan Pasar Cikupa dengan Pendekatan Wayfinding, Elia Marcela Candra, Universitas Multimedia Nusantara

seperti sisa sayuran, buah, dan makanan busuk (Tchobanoglous et al., 1993). Oleh karena itu, pengelolaan sampah di pasar memerlukan pendekatan yang spesifik, berbeda dengan pengelolaan sampah permukiman.

2.7.2 Jenis-Jenis Sampah

Berdasarkan jenisnya, sampah dibedakan menjadi 2 yaitu sampah organik, anorganik. Sampah organik, terdiri dari sisa-sisa hasil pertanian, serta bahan-bahan yang mudah terurai seperti sayur, buah, juga sisa ikan/daging. Sedangkan sampah anorganik merupakan sampah yang sulit diuraikan secara alami seperti, plastik, kertas/karton, kaca, dan logam. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dari Institut Pertanian Bogor (IPB) sampah yang dihasilkan oleh pasar tradisional didominasi sekitar 80-90 persen oleh sampah organik. Tingginya proporsi sampah ini dikarenakan aktivitas pasar tradisional yang terfokus pada perdagangan bahan pangan segar dan produk pertanian. Kondisi serupa juga dapat diamati pada Pasar Cikupa, dimana terdapat timbunan sampah yang didominasi oleh sampah organik.

2.7.3 Teori Konflik Jalur Servis

Sampah tidak bisa dipisahkan dari kegiatan aktivitas pasar, maka dari itu pengangkutan sampah merupakan bagian penting dari sistem operasional pasar yang berlangsung secara rutin dan berulang sepanjang hari, terutama pada pasar tradisional yang menghasilkan timbunan sampah organik dalam jumlah besar. Aktivitas ini umumnya melibatkan pergerakan petugas kebersihan dengan sarana angkut seperti gerobak atau troli yang membutuhkan ruang sirkulasi tersendiri. Namun, pada banyak pasar tradisional, jalur servis untuk pengangkutan sampah tidak dirancang terpisah dari jalur sirkulasi pengunjung dan pedagang. Kondisi tersebut menyebabkan aktivitas servis harus berbagi ruang dengan aktivitas publik, sehingga memunculkan konflik pergerakan berupa hambatan alur, kemacetan, serta penurunan kenyamanan ruang.

Menurut Neufert dalam *Architects' Data*, jalur servis idealnya dipisahkan dari jalur utama pengguna bangunan untuk menghindari konflik fungsi dan menjaga efisiensi sirkulasi. Apabila pemisahan jalur tidak memungkinkan, maka koridor harus dirancang dengan dimensi yang lebih besar untuk mengakomodasi pergerakan simultan antara pengguna dan aktivitas servis. Dengan demikian, koridor pasar tradisional perlu dipahami sebagai ruang dengan fungsi ganda yang

Perancangan Pasar Cikupa dengan Pendekatan Wayfinding, Elia Marcela Candra, Universitas Multimedia Nusantara

menuntut pendekatan perancangan berbasis kompromi antara kebutuhan sirkulasi pengunjung dan kebutuhan operasional pengangkutan sampah.

2.8 Konsep Perancangan : Wayfinding

Berdasarkan kajian mengenai pentingnya readability pada pasar, perancangan pasar cikupa menggunakan pendekatan wayfinding untuk menciptakan lingkungan yang mudah untuk dipahami, dinavigasi dan dikenali oleh pengguna. Penerapan pendekatan ini diterjemahkan ke dalam beberapa strategi perancangan yang disesuaikan dengan karakteristik dan permasalahan Pasar Cikupa. Strategi tersebut meliputi struktur ruang, organisasi ruang, elemen arsitektur, sirkulasi, dan landmark. Kelima strategi tersebut digunakan sebagai dasar dalam menyusun lingkungan pasar yang mampu memberikan informasi spasial secara jelas sehingga dapat mendukung proses orientasi dan pergerakan pengunjung di dalam bangunan.



Gambar 2.10 Konsep

Sumber: Pribadi

2.8.1 Struktur Ruang

Struktur ruang merupakan susunan sistem ruang yang membentuk hubungan antar zona sehingga pengguna dapat memahami organisasi ruang secara menyeluruh. Dalam konsep *Readable Market*, struktur ruang yang jelas menjadi dasar penerapan wayfinding karena membantu pengguna memahami pembagian fungsi, hubungan antar area, dan orientasi sejak memasuki bangunan. Struktur ruang yang baik menciptakan lingkungan yang lebih mudah dibaca (*readable*) sehingga proses pencarian tujuan dapat berlangsung secara lebih intuitif.

2.8.2 Organisasi Ruang

Organisasi ruang merupakan penyusunan ruang berdasarkan hubungan fungsional sehingga terbentuk keterkaitan yang logis antar aktivitas. Dalam konsep *Readable Market*, organisasi ruang bertujuan menciptakan hubungan ruang yang mudah dipahami melalui pengelompokan fungsi yang memiliki karakter serupa dan kebutuhan dari tiap zona. Penyusunan tersebut membantu pengguna tidak membentuk pemahaman terhadap susunan ruang sehingga proses orientasi dan pencarian tujuan menjadi lebih efisien, namun juga memberikan kemudahan dalam aktivitas pendukung perdagangan yaitu loading barang dan servis bangunan.

2.8.3 Sirkulasi

Sirkulasi merupakan sistem jalur yang menghubungkan seluruh ruang yang telah disusun dalam bangunan dan menjadi media utama pergerakan pengguna. Pada konsep *Readable Market*, sistem sirkulasi dirancang agar memiliki pola yang mudah dipahami, menyediakan jalur yang jelas, serta meminimalkan kebingungan saat pengguna berpindah dari satu area ke area lainnya. Selain mendukung orientasi, sistem sirkulasi yang baik juga mampu mendistribusikan arus pengunjung secara lebih merata sehingga seluruh area memiliki tingkat keterjangkauan yang seimbang.

2.8.4 Elemen Arsitektur

Elemen arsitektur dapat diterapkan melalui material, warna, pencahayaan, bentuk, tekstur, maupun signage berperan sebagai media komunikasi visual dalam sistem *wayfinding*. Dalam konsep *wayfinding*, elemen-elemen tersebut digunakan untuk memperkuat readability dari pasar yang akan berpengaruh kepada identitas ruang, perbedaan karakter antar zona, serta memberikan informasi yang membantu pengguna untuk mengenali lokasi dan arah tujuan tanpa bergantung sepenuhnya pada petunjuk tertulis.

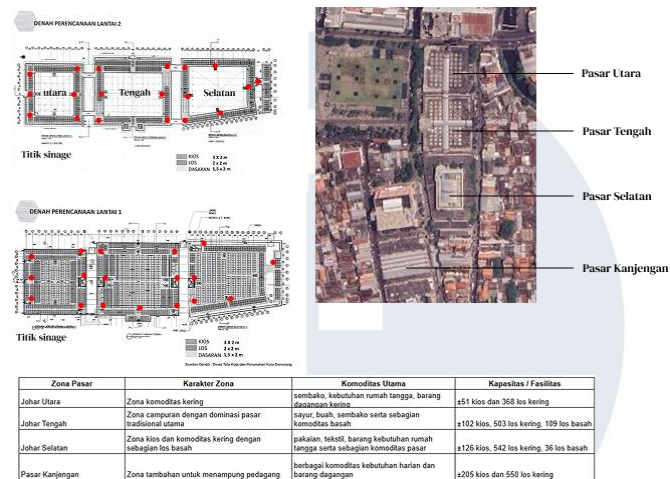
2.8.5 Landmark

Landmark merupakan elemen yang memiliki karakter visual paling menonjol sehingga mudah dikenali dan diingat oleh pengguna. Dalam konsep *Readable Market*, landmark berfungsi sebagai titik orientasi yang membantu pengguna memahami posisi mereka di dalam bangunan serta menjadi acuan dalam menentukan arah menuju tujuan. Keberadaan landmark memperkuat

keterbacaan ruang dan mengurangi kemungkinan pengguna mengalami disorientasi.

2.9 Studi preseden

2.9.1 Preseden Pasar Djohar



Gambar 2.11 Zonasi Pasar Djohar

Sumber: Pribadi

Pasar Djohar menjadi salah satu preseden penting karena memiliki sistem zoning dan sirkulasi yang terstruktur berdasarkan jenis komoditas perdagangan. Pembagian zona pasar dilakukan secara jelas antara area basah, area kering, dan area komoditas utama sehingga mempermudah pengunjung dalam memahami susunan ruang pasar. Selain itu, penempatan titik signage pada berbagai area strategis membantu memperkuat orientasi dan wayfinding pengunjung di dalam bangunan pasar.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Sirkulasi utama

Terbaca dengan jelas karena elemen arsitektur (atap) yang terlihat menonjol beda dari atap lainnya

Landmark

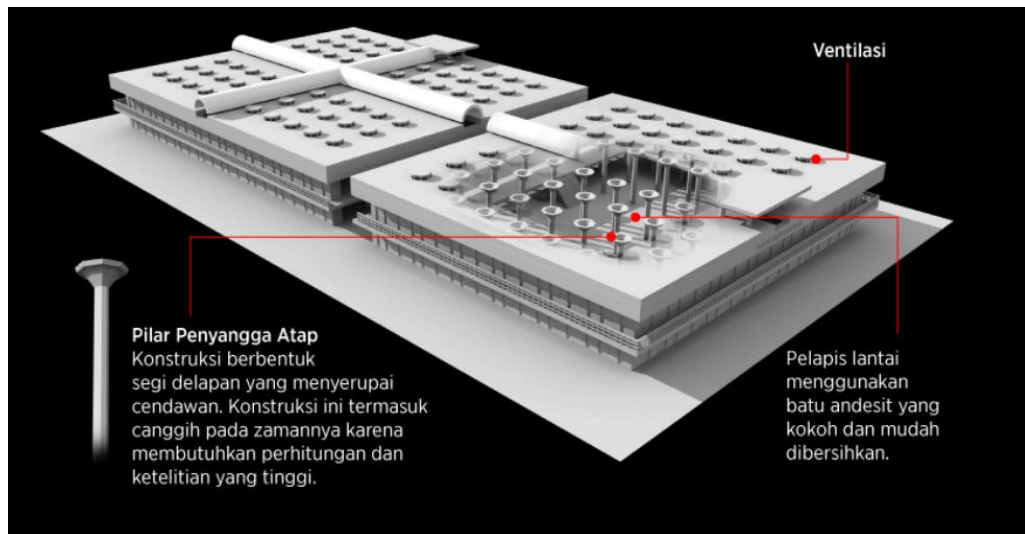
Penggunaan bentuk arsitektural yang menonjol sebagai entrance utama pasar

Gambar 2.12 Elemen Arsitektur Pasar Djohar

Sumber: Olahan Pribadi

Bangunan Pasar Djohar juga menggunakan elemen arsitektural sebagai strategi supaya pasarnya terbaca dengan mudah. Penggunaan elemen yang ditemukan adalah adanya perbedaan desain arsitektur pada bagian depan yang berfungsi sebagai landmark penanda. Tidak hanya landmark pada bagian depan, sirkulasi utama pada pasar ini dapat dibaca dengan perbedaan bentuk atap (melengkung).

UIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.13 Struktur Bangunan Pasar Djohaar

Sumber: Rinodwi (2021)

Bangunan ini juga menerapkan konsep ruang terbuka dengan bentang struktur yang luas sehingga area perdagangan terasa lebih lega dan fleksibel. Penggunaan bukaan pada bagian atap membantu memasukkan pencahayaan dan ventilasi alami ke dalam bangunan sehingga kualitas ruang menjadi lebih nyaman. Sistem struktur modular yang digunakan juga menciptakan ritme ruang yang teratur sehingga mempermudah keterbacaan jalur sirkulasi pasar.

Sebagai preseden, Pasar Djohar memberikan pembelajaran mengenai pentingnya hubungan antara zoning, sirkulasi, dan sistem wayfinding dalam pasar tradisional modern. Penataan zona berdasarkan jenis aktivitas dan tingkat keramaian membantu menciptakan distribusi pengunjung yang lebih merata dan mengurangi potensi dead spot di dalam pasar. Konsep tersebut kemudian diterapkan pada Pasar Cikupa melalui pengaturan zona perdagangan, pembentukan jalur pedestrian utama, serta penggunaan elemen visual sebagai penanda orientasi ruang pasar.

2.9.2 Preseden Pasar Muttrah



Gambar 2.14 Struktur Ruang Pasar Muttrah

Sumber: Olahan Pribadi

Muttrah Fish Market dipilih sebagai preseden karena memiliki pendekatan bentuk arsitektur yang kuat terhadap identitas komoditas pasar. Bangunan ini menggunakan bentuk lengkung menyerupai ikan yang merepresentasikan fungsi utama pasar sebagai pasar ikan. Selain bentuk denah, elemen atap juga dirancang menyerupai gelombang laut sehingga karakter bangunan menjadi lebih khas dan mudah dikenali oleh pengunjung. Pendekatan bentuk tersebut menunjukkan bahwa elemen arsitektur dapat menjadi bagian dari strategi wayfinding dan identitas pasar.



Perancangan Pasar Cikupa dengan Pendekatan Wayfinding, Elia Marcela Candra, Universitas Multimedia Nusantara

Gambar 2.15 Sirkulasi Pasar Muttrah

Sumber: Pribadi

Selain aspek bentuk, Muttrah Fish Market juga memiliki organisasi ruang yang terbuka dengan sistem sirkulasi yang jelas. Area perdagangan utama ditempatkan dekat dengan area perairan untuk menjaga kesegaran komoditas ikan sekaligus mempermudah distribusi barang. Bentuk bangunan yang melengkung membantu mengarahkan pola pergerakan pengunjung secara alami mengikuti bentuk massa bangunan. Strategi ini menciptakan pengalaman ruang yang lebih intuitif dan membantu pengunjung memahami arah pergerakan di dalam pasar.

Penerapan elemen bentuk sebagai identitas ruang pada Muttrah Fish Market menjadi inspirasi bagi Pasar Cikupa dalam menciptakan pasar yang lebih mudah diingat dan memiliki karakter visual yang kuat. Penggunaan bentuk, material, dan elemen arsitektur tertentu dapat membantu memperkuat sistem wayfinding tanpa hanya bergantung pada signage. Dengan demikian, arsitektur tidak hanya berfungsi sebagai wadah aktivitas perdagangan, tetapi juga menjadi media komunikasi visual bagi pengguna pasar.

2.9.3 Preseden Marthal Rotterdam

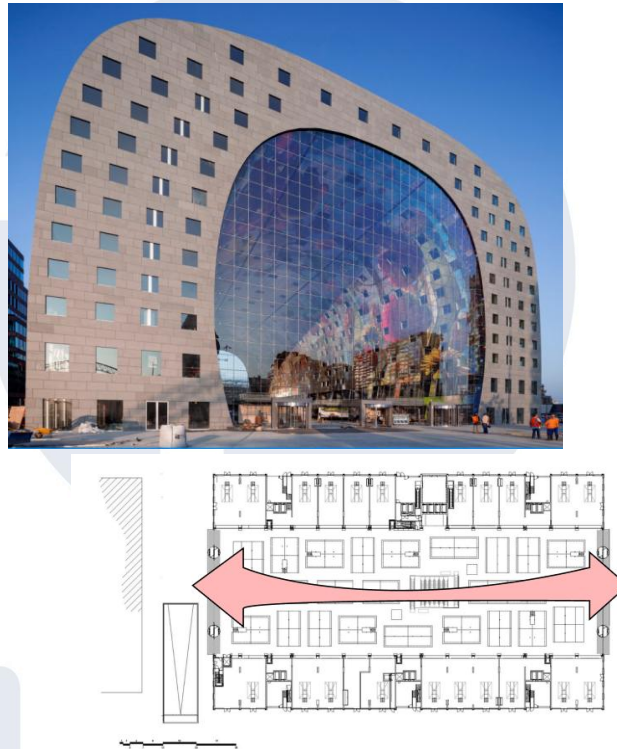


Gambar 2.16 interior Pasar Marthal Rotterdam

Sumber:tripadvisor.co.id

Markthal Rotterdam menjadi salah satu preseden yang digunakan karena keberhasilannya menciptakan pasar yang memiliki sistem ruang yang mudah dikenali dan dipahami pengunjung. Bangunan ini menggunakan konsep Perancangan Pasar Cikupa dengan Pendekatan Wayfinding, Elia Marcela Candra, Universitas Multimedia Nusantara

void besar pada bagian tengah sebagai pusat orientasi ruang sekaligus area utama pasar. Void tersebut menghubungkan area perdagangan dengan hunian di bagian atas bangunan sehingga menciptakan hubungan visual yang kuat antar fungsi bangunan. Kehadiran ruang tengah yang besar ini membantu pengunjung memahami arah pergerakan dan menjadikan area tengah sebagai titik wayfinding utama pasar.



Gambar 2.17 Sirkulasi Pasar Markthal Rotterdam

Sumber: Olahan Pribadi

Selain itu, bentuk bangunan Markthal yang sederhana namun ikonik membuat bangunan mudah dikenali dari kawasan sekitarnya. Sistem sirkulasi dibuat linear dan terbuka sehingga pengunjung dapat melihat keseluruhan aktivitas pasar secara langsung. Strategi visual connection ini membantu meningkatkan keterbacaan ruang dan mempermudah pengunjung menemukan area yang dituju tanpa bergantung sepenuhnya pada signage. Penerapan konsep tersebut relevan dengan pendekatan *Readable Market* pada Pasar Cikupa yang menekankan kemudahan orientasi dan keterbacaan ruang pasar.

Preseden Markthal juga menunjukkan bagaimana bentuk ruang dan elemen arsitektur dapat berfungsi sebagai wayfinding alami. Menurut Kevin

Perancangan Pasar Cikupa dengan Pendekatan Wayfinding, Elia Marcela Candra, Universitas Multimedia Nusantara

Lynch dalam *The Image of the City*, elemen ruang yang mudah dikenali dapat membantu pengguna membangun pemahaman visual terhadap lingkungan. Oleh karena itu, konsep ruang tengah dan visual terbuka pada Markthal menjadi salah satu inspirasi dalam pembentukan sistem sirkulasi dan orientasi ruang pada rancangan Pasar Cikupa.

2.9.4 Preseden Toyosu Market



Gambar 2.17 Pasar Ikan Toyosu Market

Sumber: japan.travel

Toyosu Market merupakan pasar berskala internasional di Tokyo, Jepang dan merupakan pasar grosir yang memiliki standar tertinggi dalam manajemen logistik dan sanitasi. bangunan ini menerapkan sistem tertutup penuh yang ditunjang oleh sistem pengkondisian udara presisi tinggi. Konsep ini bertujuan untuk mengontrol suhu ruangan secara ketat guna menjaga kualitas rantai dingin (*cold chain*) pada komoditas hasil laut segar sejak proses bongkar muat logistik hingga tahap transaksi.



Gambar 2.18 Sirkulasi Pasar Toyosu Market

Perancangan Pasar Cikupa dengan Pendekatan Wayfinding, Elia Marcela Candra, Universitas Multimedia Nusantara

Sumber: Olahan Pribadi

Pasar ini dipilih karena memiliki kompleksitas penataan sirkulasi pada ruang yang berskala besar, khususnya dalam hal akomodasi pergerakan tiap pengguna pasar. Preseden ini menyediakan jalur yang berbeda untuk tiap user, sehingga pengunjung biasa atau wisatawan tidak bisa melewati jalur pedagang. Pengunjung yang datang langsung diarahkan ke ruang pengamatan kaca di lantai atas, sehingga pengunjung bisa melihat ke arah pasar dagang. Sistem wayfinding yang ada di pasar ini menggunakan sistem tata informasi makro yang sangat terstruktur, dengan menggunakan kode warna untuk mengelompokkan tiap zona dan bangunan. warna hijau untuk gedung grosir hasil laut, merah untuk fasilitas lelang tuna, dan biru untuk fasilitas sayur dan buah. Kode warna ini dieksekusi secara berulang dan terintegrasi pada elemen arsitektur, marka sirkulasi lantai, serta papan informasi.

2.9.5 Preseden Pasar Sarijadi



Gambar 2.19 Zonasi Pasar Sarijadi

Sumber: Olahan Pribadi

Pasar Tradisional Sarijadi yang berlokasi di Kota Bandung, Jawa Barat, merupakan salah satu purwarupa (prototipe) revitalisasi arsitektur pasar rakyat di Indonesia. Pasar ini dipilih menjadi preseden karena gerakan revitalisasi yang dilakukan terhadap pasar ini berhasil merubah ruang yang sebelumnya kumuh dan gelap menjadi ruang berbelanja yang terang, bersih, dan berkesinambungan. Pendekatan yang dilakukan pada pasar ini menggunakan

Perancangan Pasar Cikupa dengan Pendekatan Wayfinding, Elia Marcela Candra, Universitas Multimedia Nusantara

pendekatan arsitektur tropis pasif. Mulai dari fasadnya yang menggunakan susunan roster dan dipadukan dengan void yang menciptakan adanya penghawaan silang alami dan pencahayaan alami yang membuat penggunaan energi pada bangunan ini menurun. Keunggulan dari pasar ini ada pada penyelesaian sistem sirkulasi vertikal (ramp) dan aksesibilitas ke ruang-ruang pasar. Penggunaan ramp sebagai sirkulasi utama ditambah dengan void besar di bagian atas mempertegas akses sirkulasi utama dalam pasar ini, dan desainnya juga menjadi universal karena penyandang disabilitas dan lansia dapat pergi dan keliling di pasar ini secara mandiri.

Dari perspektif tata orientasi ruang (*wayfinding*), Pasar Sarijadi mengedepankan pendekatan arsitektural yang intuitif dibandingkan penggunaan elemen grafis atau *signage* yang padat. Konsep desain yang terbuka dan transparan memberikan konektivitas visual yang tinggi bagi pengunjung. Melalui *void* tengah, pengunjung yang berada di lantai dasar dapat langsung melihat dan mengidentifikasi zonasi komoditas di lantai atasnya (seperti area fesyen atau area kuliner). Elemen cahaya matahari yang masuk dari atap tembus pandang di atas *void* bertindak sebagai titik acuan (*landmark*) konstan yang membantu pengunjung mengorientasikan arah mereka secara natural tanpa harus merasa disorientasi di dalam bangunan.

2.9.6 Komparasi/Perbandingan Preseden

Berdasarkan ketiga preseden tersebut, dapat disimpulkan bahwa keterbacaan ruang pasar dipengaruhi oleh hubungan antara zoning, bentuk arsitektur, dan sistem sirkulasi bangunan. Markthal Rotterdam menunjukkan pentingnya ruang tengah dan visual connection sebagai elemen wayfinding utama yang membantu pengunjung memahami orientasi ruang secara alami. Sementara itu, Muttrah Fish Market memperlihatkan bagaimana bentuk bangunan dan elemen arsitektur dapat menjadi identitas visual yang memperkuat karakter pasar sekaligus membantu proses orientasi pengunjung. Pasar Djohar kemudian menunjukkan bahwa pembagian zoning yang jelas, didukung sistem signage dan sirkulasi yang terstruktur, mampu meningkatkan kenyamanan serta mempermudah navigasi di dalam pasar.

Dari ketiga preseden tersebut dapat dipahami bahwa pasar tidak hanya membutuhkan sistem perdagangan yang baik, tetapi juga harus memiliki sistem ruang yang mudah dipahami, mudah diingat, dan nyaman digunakan. Wayfinding tidak hanya dibentuk melalui signage, tetapi juga dapat diciptakan melalui bentuk massa bangunan, hirarki ruang, visual antar zona, serta pola

Perancangan Pasar Cikupa dengan Pendekatan Wayfinding, Elia Marcela Candra, Universitas Multimedia Nusantara

sirkulasi yang jelas. Selain itu, penerapan ruang terbuka, pencahayaan alami, dan ventilasi alami juga menjadi elemen penting dalam meningkatkan kualitas ruang pasar.

Kesimpulan tersebut kemudian menjadi dasar penerapan konsep *Readable Market* pada Pasar Cikupa, dimana sistem zoning, sirkulasi utama, ruang tengah, dan elemen visual dirancang untuk membantu pengunjung memahami pasar dengan lebih mudah. Pendekatan ini diharapkan mampu mengurangi dead spot, meningkatkan pemerataan aktivitas perdagangan, serta menciptakan pasar yang lebih nyaman, terbaca, dan memiliki identitas arsitektur yang kuat.

