

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pasar tradisional terbentuk karena adanya penjual dan pembeli dengan transaksi barang atau jasa sesuai dengan kesepakatan bersama. Dalam sejarahnya pasar tradisional muncul pada masa Kerajaan Majapahit abad ke-14 yang berada di persimpangan jalan pusat kota (Santoso, 2008), sehingga transaksi jual beli dapat berjalan. Interaksi yang terbentuk pada pasar tradisional tersebut bukan hanya mengenai pemenuhan kebutuhan pokok dan kegiatan ekonomi tetapi sebagai media interaksi sosial dan kegiatan rekreasi seperti pertunjukan seni, tempat berkumpul, dan lainnya. Maka pasar tradisional perlu menyediakan ruang-ruang yang aksesibel dan nyaman dalam mewadahi aktivitas ekonomi serta sosiokultural yang memberikan kontribusi sebagai identitas kota (Ekomadyo A.S., 2012)

Dalam suatu kota, eksistensi pasar tradisional semakin terancam karena kondisi pasar tradisional yang memprihatinkan (Rachmat, 2018), pasar tradisional banyak memiliki permasalahan dalam standar teknis dan peranannya secara ekonomi-sosiokultural sebagai identitas kota. Pada perkembangannya, pasar tradisional mengalami penurunan sebesar 3% yaitu terdapat 13.450 pasar tradisional pada 2007 menjadi hanya 9.559 pasar tradisional (Kemendagri, 2017). Kemudian, jika dilihat perbandingan pertumbuhan pasar tradisional dan pasar modern maka dapat dilihat bahwa peningkatan perkembangan pasar modern lebih tinggi dibandingkan pasar tradisional yaitu 16% untuk pasar modern berbanding 5 % untuk pasar tradisional (Tempo Interaktif, 2004). Permasalahan standar teknis dan fungsional pada pasar menjadi permasalahan utama dalam penurunan jumlah pasar yang ada di Indonesia. Data kriteria pasar berdasarkan kelayakan dan kebersihan pada wilayah Jawa-Bali pada grafik (Lampiran.1) bahwa sebesar 77,04 % berada di kuadran 1 yang menunjukkan kelayakan dan kebersihan pasar tradisional rendah (BPS, 2019). Permasalahan tersebut dapat mengakibatkan Penurunan Sumber Pendapatan Anggaran Daerah (SPAD) menurun sehingga retribusi pajak menjadi rendah (BPS, 2019). Selain itu, potensi pasar tradisional sebagai media dalam proses pertumbuhan UMKM dan lapangan pekerjaan baru (BPS, 2019), perlu difasilitasi dalam desain pasar tradisional untuk memupuk peranannya sebagai ekonomi-sosiokultural.

Berdasarkan Permasalahan diatas dalam mendesain sebuah pasar tradisional perlu menggunakan prinsip yang ada pada Revitalisasi pasar tradisional yang dikemukakan oleh Presiden Joko Widodo dengan menekankan pada empat poin utama yaitu mengenai fisik bangunan, revitalisasi ekonomi, revitalisasi sosiokultural, dan revitalisasi manajemen pengelolaan pasar. Revitalisasi tersebut salah satu berupa upaya dalam memberikan vitalitas baru pada pasar tradisional (Hery Suryadi, 2013). Hal tersebut perlu dilakukan karena 30 % persen pasar tradisional di Indonesia sudah berumur lebih dari 25 tahun (Time Indonesia, 2015) dan belum adanya pemerataan pasar tradisional pada wilayah tertentu. Program revitalisasi pasar tradisional ini pun

menjadi program presiden jangka panjang yaitu untuk revitalisasi 5000 pasar tradisional dari sabang sampai merauke yang berlandaskan pada Undang-undang No 7 tahun 2014 tentang Perdagangan pasal 13 ayat 1,2, dan 3 mengenai revitalisasi pasar rakyat.

Dalam penerapan revitalisasi pasar khususnya di kota Bandung belum berjalan dengan baik karena pengawasan dan pelaksanaan revitalisasi pasar tradisional masih belum berjalan dengan baik sehingga belum memiliki pakem yang jelas dalam pelaksanaannya. Terlebih lagi pada SWK Arcamanik tidak terdapat pasar tradisional yang dapat memfasilitasi kebutuhan masyarakat. Padahal tingkat kemiskinan pada salah satu kecamatan yaitu kecamatan Antapani sebesar 10 % dari total penduduk dikategorikan miskin. Sedangkan, dua kecamatan lainnya memiliki tingkat kemiskinan sebesar 5% dari total penduduk. Tingkat kemiskinan ini menjadi potensi memfasilitasi kebutuhan pokok masyarakat kelas menengah ke bawah melalui Pasar Tradisional.

Hal diatas menjadi penghambat eksistensi pasar tradisional untuk mencapai peranannya secara penuh. Menjawab persoalan tersebut, untuk mencapai eksistensi pasar tradisional dan mengatasi isu utama yang baik maka perlu adanya vitalitas baru pada pasar tradisional yang menjadikan sebagai area atau ruang sosiokultural dan rekreasi masyarakat (Reardon, 2003). Kemudian, pasar tradisional pun dapat memfasilitasi masyarakat untuk mengembangkan usaha, komoditas utama kawasan tersebut, dan urgensi ekonomi-sosiokultural lainnya. Oleh karena itu, Perancangan Pasar Tradisional pada tugas akhir ini perlu memberikan menghasilkan penanda yang jelas dalam memaksimalkan eksistensi pasar tradisional sehingga dapat tercapai penyelesaian isu utama berupa ekonomi, fisik, sosiokultural dan manajemen kelola pada bangunan yang juga mempertimbangkan regulasi terkait.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam Tugas akhir sebagai berikut.

- 1.2.1. Bagaimana potensi lahan yang tepat di Kota Bandung untuk dirancang sebuah Pasar Tradisional ?
- 1.2.2. Bagaimana Perencanaan Pasar Tradisional dengan isu utama berupa vitalitas baru yang sesuai dengan regulasi ?
- 1.2.3. Bagaimana penerapan tema dan konsep pendekatan arsitektur ikonik pada perancangan Pasar Tradisional ?

1.3. Tujuan dan Sasaran

- 1.3.1. Tujuan dalam Tugas akhir sebagai berikut.

- a. Untuk menghasilkan rancangan Pasar Tradisional yang sesuai dengan potensi lahan dan prinsip revitalisasi berupa vitalitas baru yang sesuai dengan regulasi pada kawasan kota Bandung.
 - b. Untuk menciptakan Pasar Tradisional sebagai representasi Identitas Kota
 - c. Untuk menciptakan sarana ekonomi dan sosial kultural pada Pasar Tradisional yang menjadi sarana perkembangan UMKM dan sarana rekreasi.
 - d. Untuk menerapkan pendekatan arsitektur ikonik pada bangunan Pasar Tradisional.
- 1.3.2. Sasaran dalam tugas akhir sebagai berikut.
- a. Menghasilkan rancangan pasar tradisional yang sesuai dengan potensi lahan dan prinsip revitalisasi berupa vitalitas baru yang sesuai dengan regulasi pada kawasan kota Bandung.
 - b. Terciptanya pasar tradisional sebagai representasi identitas kota.
 - c. Terciptanya sarana ekonomi dan sosial kultural pada pasar tradisional yang menjadi sarana perkembangan UMKM dan sarana rekreasi.
 - d. Menerapkan pendekatan arsitektur ikonik pada bangunan pasar tradisional.

1.4. Penetapan Lokasi

Berdasarkan latar belakang yang disampaikan diatas, lokasi pada perencanaan dan perancangan Pasar tradisional berada di Kota Bandung. Pemilihan lokasi pasar tradisional

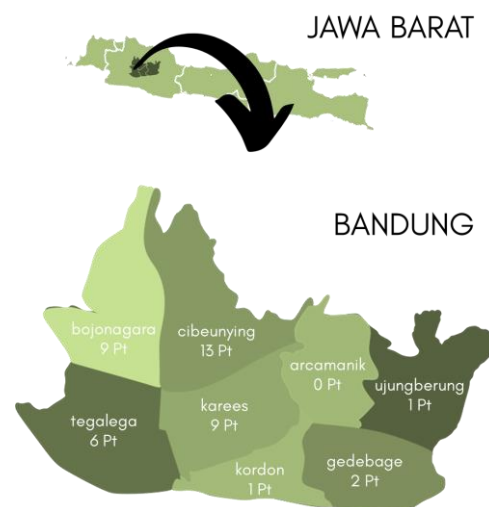
NO	NAMA PASAR	NO	NAMA PASAR
1	Pasar Baru	22	Pasar Banceuy
2	Pasar Kosambi	23	Pasar Palasari
3	Pasar Andir	24	Pasar Karapitan
4	Pasar Kiaracandong	25	Pasar Cicadas
5	Pasar	26	Pasar Cihapit

Tabel 1.1. Pasar Tradisional di Kota Bandung
Sumber: PD Kota Bandung

7	Pasar Seceumana	28	Pasar Pegarangan
8	Pasar Cicaheum	29	Pasar Ciroyom
9	Pasar Simpang	30	Pasar Gg Saleh
10	Pasar cihaurgeulis	31	Pasar Sarijadi
11	Pasar Balubur	32	Pasar Cikaso
12	Pasar Wastukencana	33	Pasar Kebon Sirih
13	Pasar Cikapundung	34	Pasar Puyuh
14	Pasar Moch toha	35	Pasar Basalamah
15	Pasar Leuwihpanjang	36	Pasar Gempol
16	Pasar Cijerah	37	Pasar Kota Kembang
17	Pasar Ciwastra	38	Pasar Gedebage
18	Pasar Sukahaji	39	Pasar Kordon
19	Pasar Pamoyan	40	Pasar Dago
20	Pasar Jatayu	41	Pasar Saeuran
21	Pasar Sidang Serang		

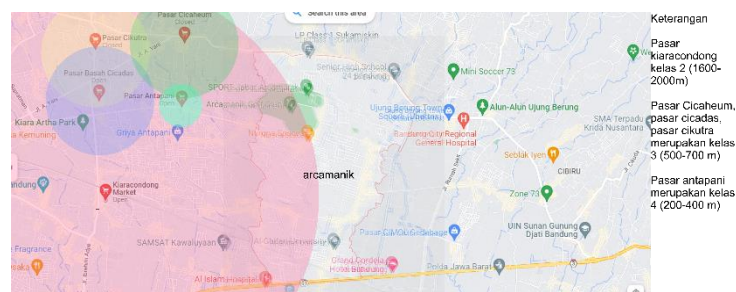
dilakukan dengan *Tradisional Market Mapping*, karena lokasi pasar tradisional perlu mempertimbangkan radius pelayanan yang mempengaruhi *Market Segment*, baik antara sesama pasar tradisional maupun dengan bangunan komersial lainnya. Berikut pasar tradisional yang ada di kota Bandung berjumlah 41 berdasarkan PD. Bermartabat Kota Bandung (Tabel 1.1).

Data diatas dianalisis dengan *Tradisional Market Mapping* berdasarkan Sub Wilayah Kota yang telah mencakup kecamatan dan kelurahan (Gambar 1.1). Sehingga dihasilkan jumlah pasar pada setiap SWK yang dapat memenuhi radius pelayanan wilayah tersebut.



Gambar 1.1. Tradisional Market Mapping
Sumber : PD Kota Bandung

Pada gambar diatas dapat dilihat bahwa SWK Arcamanik belum memiliki Pasar Tradisional. Merujuk pada Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 10 Tahun 2015 tentang Rencana Detail Tata Ruang dan Peraturan Zonasi Kota Bandung Tahun 2015 - 2035 pada BAB III pasal 152 bahwa SWK Arcamanik diperuntukan sebagai Pengembangan Pusat Pembinaan Olahraga (Sportopolis) yang mencakup beberapa zona peruntukan salah satunya zona perdagangan dan jasa. Pada pasal 160 dijelaskan bahwa zona perdagangan dan jasa salah satunya mencakup sub zona Pasar tradisional yang maksimal memiliki luasan 3,23 (tiga koma dua



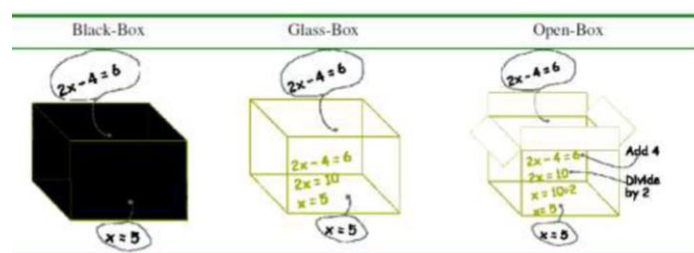
Gambar 1.2. Radius Pasar Tradisional SWK Arcamanik
Sumber: Dokumentasi Pribadi

tiga) hektar dengan sebaran pada blok Sindangjaya Kecamatan Mandalajati dan Blok Cisaranten Bina Harapan Kecamatan Arcamanik.

Selain itu, Pemilihan lokasi mempertimbangkan *Market Segment* atau cangkupan radius pelayanan dapat diakomodir oleh masyarakat sekitar sehingga secara ekonomi dapat terjadi transaksi yang dapat dilighta pada Gambar 1.2. *Market Segment* pada pasar tradisional yaitu masyarakat pada usia 28-60 tahun dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Berdasarkan penelitian dilakukan survey mengenai kunjungan ke pasar tradisional, didapatkan pada usia 28-38 tahun kunjungan ke pasar tradisional rendah yaitu < 1 kali per minggu dengan total responden 20 orang atau 66,7% dari 30 responden yang telah menjawab. Kemudian, dapatkan pula pada usia 40-60 tahun kunjungan ke pasar tradisional relatif tinggi yaitu 4-6 kali dengan total responden 11 orang atau 36,7% dari 30 responden yang telah menjawab (Prasetyo, 2019). Data penduduk rentang usia 25-64 tahun berjumlah 41.528 jiwa yang terdiri dari perempuan dan laki-laki (BPS, 2020). Oleh karena itu, SWK Arcamanik memiliki angka penduduk yang tinggi sehingga berpotensi dibangun pasar tradisional dengan jenis Pasar Pasar tradisional Type 1 untuk menampung lebih dari sama dengan 750 pedang (SNI 8152, 2015).

1.5. Metode Perancangan

Metode Perancangan pada Proposal Tugas Akhir ini menggunakan Metode Perancangan *Problem Seeking* (Pena W. M., 2001),. Metode Perancangan jenis ini memungkinkan perancang untuk mencari masalah secara holistik yang dikemukakan dalam tiga perbandingan konsep de

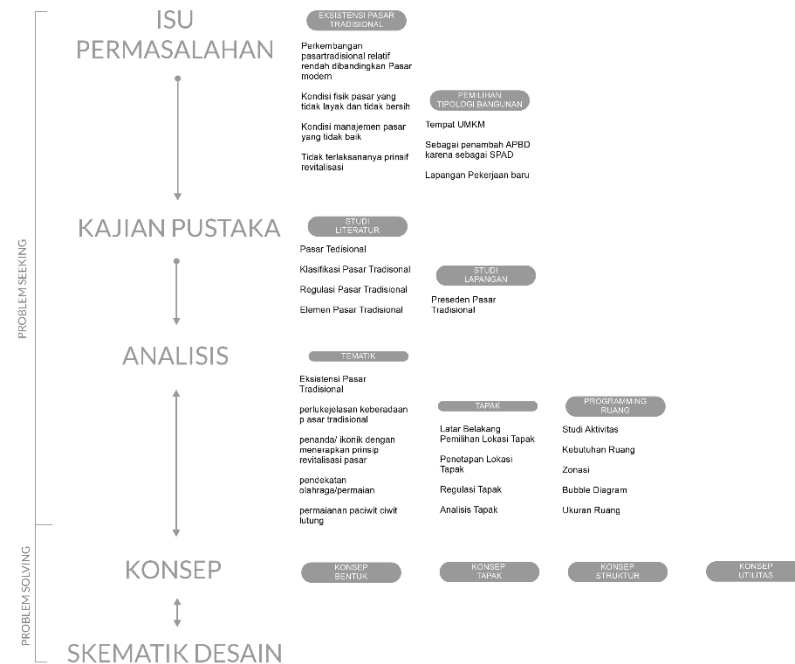


Gambar 1. Perbandingan tiga konsep desain
Sumber: (Hosein, Aczel, Clow, & Richardson, 2008)

Gambar 1.3. Perbandingan tiga Konsep Desain *Problem Seeking*
Sumber: (Hosein, 2008)

Berdasarkan gambar diatas, terdapat tiga melihat permasalahan yang berbeda pada setiap konsepnya. *Black-box* melihat permasalahan dari luar kotak sehingga permasalahan yang muncul hanya secara makro. *Glasi-box* melihat permasalahan secara lebih mendalam sehingga permasalahan yang didapat lebih banyak dari sebelumnya. *Open-box* melihat permasalahan

secara holistik sehingga beberapa isu atau permasalahan suatu bangunan dapat diselesaikan dengan menyeluruh seperti sistem ruang luar, sistem ruang dalam, sistem struktur bangunan, sistem tampilan bangunan, sistem bentuk bangunan, dan sistem penataan ruang. Sehingga Permasalahan yang muncul akan dipilah dan dianalisis untuk mendapatkan penyelesaian masalah (*Problem solving*) berupa desain Arsitektur. Alur Berpikir metode perancangan arsitektur yaitu sebagai berikut.



Gambar 1.4. Alur Berfikir
Sumber : Dokumentasi Pribadi

Teknik pengumpulan data pada laporan ini yaitu menggunakan studi dokumentasi dan observasi dengan data yang didapatkan berupa data primer dan data sekunder. Data Primer menggunakan teknik observasi didapatkan studi lapangan terkait dengan tapak dan bangunan sejenis. Kemudian Data Sekunder berupa kajian literatur yang didapatkan dengan studi dokumentasi dengan melihat foto, buku, jurnal dan dokumen terkait (Arikunto, 1998)

Teknik analisis pada laporan ini menggunakan beberapa teknik yaitu analisis naratif pada studi literatur dan studi lapangan dengan menjelaskan data yang telah didapatkan secara menyeluruh yang pada studi lapangan meliputi regulasi, aksesibilitas, tautan lingkungan, sirkulasi, kebisingan, utilitas, keistimewaan buatan, alami, iklim, vegetasi, transportasi, data penduduk. Analisis perbandingan dilakukan pada studi banding suatu objek yang dianalisis dengan aspek lokasi, luasan, arsitek, fungsi, tema konsep, aksesibilitas, fasilitas, sirkulasi, lanskap, interior, fasad, dan gubahan masa.

1.6. Ruang Lingkup Perancangan

Ruang lingkup dalam perencanaan pasar sangat diperlukan untuk membatasi output perancangan sesuai dengan kebutuhan. Lingkup perancangan pasar tradisional ditentukan berdasarkan hal berikut.

1.6.1. Objek

Pasar pada perancangan ini menggunakan tipe pasar I yaitu dengan beberapa spesifikasi yang perlu dipenuhi sesuai dengan Peraturan Kepala Badan Standardisasi Nasional Nomor 7 Tahun 2015 tentang Skema Sertifikasi Pasar Rakyat. Dalam spesifikasi perancangan pasar tersebut, terdapat beberapa yang perlu distandarisasi yaitu berupa jumlah pedagang sebanyak >750 pedagang, dan juga mengatur terkait teknis bangunan yaitu zonasi, elemen bangunan, hingga manajemen serta sosio-ekonomi dari pedagang pasar tersebut. Pendekatan perancangan yang digunakan yaitu pendekatan tema ikonik yang mendukung tercapainya eksistensi fungsi pasar secara penuh yang diselaraskan dengan revitalisasi pasar tradisional. Revitalisasi yang dimaksudkan berupa upaya dalam memberikan vitalitas baru pada pasar tradisional (Suryadi Hery, 2013) sehingga pasar yang dibangun dapat mempertimbangkan empat poin revitalisasi pasar yaitu pada prinsip ekonomi, fisik, sosiokultural dan manajemen kelola serta perlu mempertimbangkan regulasi yang berlaku dalam perancangannya.

1.6.2. Regulasi

Regulasi dalam perancangan pasar tradisional merujuk pada beberapa regulasi yang mengikat mengenai panduan teknis bangunan dan penilaian pasar yang diharapkan terbangun pada kawasan tertentu. Berikut beberapa regulasi terkait pasar tradisional..

a. Undang-undang No 7 tahun 2014 tentang Perdagangan

Pada undang-undang tersebut membahas mengenai pasar tradisional yang dapat dibangun dengan bentuk 4 hal yang tercantum dalam pasal 13 ayat 1,2, dan 3 yaitu mengenai pembangunan dan/atau revitalisasi pasar rakyat, manajemen pengelola, fasilitas penyedia barang dengan mutu dan biaya bersaing serta fasilitas pembiayaan pasar rakyat.

b. Peraturan Kepala Badan Standardisasi Nasional Nomor 7 Tahun 2015 tentang Skema Sertifikasi Pasar Rakyat

Pada Peraturan ini membahas mengenai penilaian pasar tradisional sesuai jenis pasar yang dinilai berdasarkan indikator ketercapaian yaitu 44 indikator penilaian. Sehingga beberapa teknis bangunan dalam perancangan bangunan ditentukan pula oleh indikator ketercapaian dalam peraturan ini.

c. Permendag Nomor 23 Tahun 2021 tentang Pedoman Pengembangan, Penataan, dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern

Pada peraturan ini membahas mengenai pedoman secara fundamental dalam membangun pasar tradisional dari segi lokasi, sosial ekonomi, teknis, dan penyelenggaraan.

- d. Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 02 Tahun 2009 tentang Penataan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern pasal 20

Pada peraturan ini membahas mengenai pedoman dalam membangun pasar di kota bandung yang mempertimbangkan kondisi kawasan kota bandung seperti jarak lokasi, ekonomi, sosial, penyelenggaraan, dan pembagian hak serta kewajiban dengan pusat perbelanjaan lain.

- e. Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor : 10 Tahun 2015 tentang Rencana Detail Tata Ruang Dan Peraturan Zonasi Kota Bandung Tahun 2015 - 2035.

Pada peraturan ini membahas mengenai lokasi pasar tradisional yang akan dibangun pada perancangan kali ini yaitu pada SWK arcamanik dengan ketentuan lahan peruntukan pasar tradisional.

1.6.3. Tema Perancangan

Tema Perancangan yang digunakan adalah arsitektur ikonik karena dilatarbelakangi perlunya eksistensi pasar tradisional. Dimana keberadaan pasar tradisional sebagai perwujudan revitalisasi dalam menyelesaikan permasalahan pasar tradisional dapat diatasi dengan ikonik atau penanda yang sesuai SNI dan menjadi pasar tradisional yang ramah terhadap masyarakat sebagai konsumen. dengan empat prinsip yang perlu diperhatikan yaitu sebagai sarana representasi, bentuk atraktif, mampu menjadi daya tarik visual, dan mempertimbangkan proporsi serta skala. Hal tersebut dapat mendukung perancangan pasar tradisional dengan mempertimbangkan revitalisasi pada empat poin yaitu ekonomi, sosiokultural, manajemen pengelola, dan fisik bangunan sehingga konsep ini memberikan peluang untuk membranding standarisasi pasar tradisional yang sesuai dengan regulasi yang berlaku. Ikonik dapat pula diartikan simbol sehingga perancangan ini dapat menjadi simbol dalam perubahan pasar tradisional dengan standar yang lebih baik. Arsitektur ikonik dapat didefinisikan pula sebagai bangunan dalam sebuah daerah yang membedakan satu daerah dengan daerah yang lainnya (Abdurrafi, M. D., 2020). Perancangan pasar tradisional tersebut dapat menjadi sarana eksistensi pasar tradisional untuk mendukung berkembangnya pasar tradisional dalam sarana perdagangan di Indonesia.

1.7. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan berdasarkan aturan penulisan tugas akhir Program Studi Arsitektur, Departemen Pendidikan Teknik Arsitektur, Fakultas Pendidikan Teknologi dan Kejuruan, Universitas Pendidikan Indonesia. Ketentuan penulisan yaitu sebagai berikut:

COVER

USULAN DOSEN PEMBIMBING KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR TABEL

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- a. Latar Belakang
- b. Perumusan Masalah
- c. Tujuan dan Sasaran
- d. Penetapan Lokasi
- e. Metode Perancangan
- f. Ruang Lingkup Perancangan
- g. Sistematika Penulisan

BAB II TINJAUAN PERANCANGAN

- a. Tinjauan Umum
- b. Elaborasi Tema
- c. Tinjauan Khusus

BAB III TINJAUAN LOKASI PERENCANAAN DAN PERANCANGAN

- a. Latar Belakang Lokasi
- b. Penetapan Lokasi
- c. Kondisi Fisik Lokasi
- d. Peraturan Bangunan/Kawasan Setempat
- e. Tanggapan Fungsi
- f. Tanggapan Lokasi
- g. Tanggapan Tampilan Bentuk Bangunan
- h. Tanggapan Struktur Bangunan
- i. Tanggapan Kelengkapan Bangunan (Utilitas)

BAB IV KONSEP PERANCANGAN

- a. Usulan Konsep Rancangan Bentuk
- b. Usulan Konsep Rancangan Tapak
- c. Usulan Konsep Rancangan Struktur
- d. Usulan Konsep Rancangan Utilitas

e. Analisis Ekonomi Bangunan

BAB V PENUTUP

a. Kesimpulan

b. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN