BAB II

STUDI LITERATUR DAN STUDI BANDING

2.1 Studi Literatur Mengenai Pasar Tradisional

2.1.1 Pengertian-pengertian

a. Pengertian Pasar

Pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaanp, asar tradisional, pertokoan, mall, plasa, pusat perdagangan maupuns ebutan lainnya. (Menteri Perdagangan Republik Indonesia, 2008,. *Pedoman penataan dan pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Pembelanjaan Dan Toko Modern).*

Dalam ilmu ekonomi, konsep pasar adalah setiap struktur yang memungkinkan pembeli dan penjual untuk menukar jenis barang, jasa dan informasi. Pertukaran barang dan jasa untuk uang adalah transaksi.

b. Pengertian Pasar Tradisional

Pasar Tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelolah oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, badan usaha milik Negara dan badan usaha milik daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa took, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasid engan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melaluit awar menawar. (Menteri Perdagangan Republik Indonesia, 2008,. *Pedoman penataan dan pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Pembelanjaan Dan Toko Modern).*

2.2 Studi Literatur Mengenai Kebijakan Pemerintah

2.2.1 Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia

a. Ketentuan Umum

1. Pengelolaan pasar tradisional adalah penataan pasar tradisional yang meliputi perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian pasar tradisional.
2. Pemberdayaan pasar tradisional adalah segala upaya pemerintah daerah dalam melindungi keberadaan pasar tradisional agar mampu berkembang lebih baik untuk dapat bersaing dengan pusat perbelanjaan dan toko modern.
3. Surat Izin Tempat Usaha, yang selanjutnya disingkat SITU, adalah pemberian izin tempat usaha kepada orang pribadi atau badan di lokasi pasar tradisional.
4. Satuan Kerja Perangkat Daerah, yang selanjutnya disingkat SKPD, adalah perangkat daerah pada pemerintah kabupaten/kota yang membidangi pasar.
5. Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah, yang selanjutnya disingkat RPJMD, adalah dokumen perencanaan daerah untuk periode 5 (lima) tahun.
6. Rencana Kerja Pemerintah Daerah, yang selanjutnya disingkat RKPD, adalah dokumen perencanaan daerah untuk periode 1 (satu) tahun.

7. Rencana Strategis SKPD, yang selanjutnya disingkat dengan Renstra SKPD, adalah dokumen perencanaan SKPD yang membidangi pasar tradisional untuk periode 5 (lima) tahun.
8. Rencana Kerja Satuan Kerja Perangkat Daerah, yang selanjutnya disebut Renja SKPD, adalah dokumen perencanaan SKPD yang membidangi pasar tradisional untuk periode 1 (satu) tahun.
9. Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten/Kota, yang selanjutnya disebut RTRW Kabupaten/Kota, adalah arahan kebijakan dan strategi pemanfaatan ruang wilayah kabupaten/kota.

2.2.2 Menteri Perdaganggan Republik Indonesia

a. Pendirian Pasar Tradisional

Pasal (2)

(1) Lokasi untuk Pendirian Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modernw ajib mengacu pada RencanaT ata Ruang Wilayah KabupatenlKotad an Rencana Detail Tata Ruang Wilayah Kabupaten/Kotate, rmasuk peraturan zonasinya.

(2) Kabupaten/Kota yang belum memiliki Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten/Kotad an Rencana Detail Tata Ruang Wilayah Kabupaten/Kota tidak diperbolehkan memberi izin lokasi untuk pembangunan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaadna n Toko Modern.

Pasal (3)

(1) PendirianP asar Tradisionaal harus memenuhi persyaratan ketentuan peraturan perundang-undangan dan harus melakukan analisa kondisi sosial ekonomi masyarakat, keberadaanP asar Tradisionald an UMKM yang berada di wilayahb ersangkutan.

(2) Analisa kondisi sosial ekonomi masyarakat dan keberadaan Pasar Tradisionadl an UMKM sebaqaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi

a. Struktur penduduk menurut mata pencaharian dan pendidikan;

b. Tingkat pendapatan ekonomir umah tangga;

c. Kepadatan penduduk;

d. Pertumbuhan penduduk;

e. Kemitraand engan UMKM lokal;

f . Penyerapante naga kerja lokal;

g Ketahanan dan pertumbuhan Pasar Tradisional sebagai saranab agi UMKMl lokal;

h. Keberadaanf asilitas sosiald an fasilitas umum yang sudah ada;

i. Dampak positif dan negatif yang diakibatkano leh jarak antara Hypermarkef dengan Pasar Tradisional yang telah ada sebelumnya; dan

j. Tanggung jawab sosial perusahaan (Corporate Social Responsibility).

Pcrattuan Mcnteri PerdaganganR I Nornor : 53/M-DAG /Pm /12 /2OOS

(3) Penentuan jarak sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf i harusm empertimbangkan: a. Lokasi pendirian Hypermarket atau Pasar Tradisional

dengan Hypermarkef atau PasarT radisional yang sudaha da sebelumnya; b. lklim usaha yang sehat antara Hypermarkef dan Pasar Tradisional, c. Aksesibilitas wilayah (arus lalu lintas); d. Dukungan / ketersediaainn frastruktur; dan e. Perkembangan pemukiman baru.

(4) Analisa kondisi sosial ekonomi masyarakat sebagaimana dimaksud pada ayat (2), berupa kajian yang dilakukano leh badan/lembaga independen yang berkompeten.

(5) Badan/lembaga independen sebagaimana dimaksud pada ayat (4) melakukan kajian analisa kondisi sosial ekonomi masyarakat di wilayah yang bersangkutan.

(6) Hasil analisa kondisi sosial ekonomi masyarakast ebagaimana dimaksud pada ayat (2) merupakan dokumen pelengkapy ang tidak terpisahkan dengan syarat-syarat dalam mengajukan Surat Permohonan: a. lzin pendirian Pasar Tradisionala tau Pusat Perbelanjaan atau Toko Moderns elain Minimarkef; atau b. lzin usaha Pasar Tradisional atau Pusat Perbelanjaana tau Toko Modern selain Minimarket.

2.3 Aspek-Aspek Lingkungan

2.3.1 Aspek Sosial

Meninjau dari Aspek Sosial, pasar merupakan salah satu tempat pembentukan karakter social masyarakat sekitarnya, dimana pada pasar tersebut mempengaruhi paradigm terhadap fasilitas umum yang tersediakan, banyak pasar-pasar yang ada di Indonesia pada umumnya yang para pedagang dan pembeli yang sembarangan dan mempunyai paradigm bahwa pasar itu kumuh maka dalam waktu dekat pasar tersesbut menjadi kumuh dan tidak terawat dan itu terjadi dari generasi ke generasi

2.3.1 Aspek Ekonomi

Dalam Aspek Ekonomi pasar menjadi salah satu tempat yang berdampak dari perekonomian Negara, dimana pasar yang baik bisa menjadi wadah bagi para petani local dan UKM sekitar bisa menjual produk kepada masyarakat sebagai konsumen. Tapi hal tersebut tidak bisa terwujud apabila pasar sebagai sarana yang mengfasilitasi kumuh dan tidak dikelola dengan baik, bagaimana ada konsumen yang mau dating untuk bisa membeli produk-produk tersebut.

2.4 Studi Banding

2.4.1 Pasar BSD Tangerang Selatan

Pasar BSD merupakan salah satu pusat pembelanjaan yang mempunyai konsep seperti pasar tradisional pada biasanya. Pasar BSD menjadi salah satu tempat bagi masyarakat untuk bisa memenuhi kebutuhannya sehari-hari dan menjadi pilihan utama. Dimana pada pasar tersebut sudah cukup lengkap, bersih, aman dan nyaman. Pada pasar BSD menglokalisasi area jenis-jenis dagangan agar bisa mengontrol dan bagi para konsumen mudah untuk mencapainya. Ada beberapa area-area jenis dagangan sebagai berikut :

- Zona Basah.
    - Area Daging Sapi.
    - Area Ayam.
    - Area Ikan.
    - Area Sayur-mayur.

- Zona Kering.
    - Area Sembako
    - Area Warung
    - Area Fashion
    - Area Buku
    - Area Buah-buahan

Pasar BSD mempunyai lahan seluas 3 Ha. Pada sejarah pasar ini dulu merupak pasar yang sangat tidak rencanakan dengan baik. Pada tahun 2002 pemerintah setempat merencanakan pasar ini namun tidak berkesinambungan dengan pelaksanaannya, dan berimpas pada menjadi pasar yang kumuh dan tidak terawat serta sangat sedikit pengunjung.



Gambar 2.1
Keadaan Pasar BSD pada tahun 2002
Sumber : Dokumentasi Pribadi

Pada tahun 2010 merupakan titik balik dari perubahan dari pasar BSD dimana dibawah naungan *developer* Sinarmas mengubah pasar ini menjadi pasar yang bersih dan banyak pengunjungnya.



Gambar 2.2
Keadaan Zona Basah
Sumber : Dokumentasi Pribadi



Gambar 2.3
Kondisi Eksterior dan parkir
Sumber : Dokumentasi Pribadi



Gambar 2.4
Suasana Kawasan
Sumber : Dokumentasi Pribadi



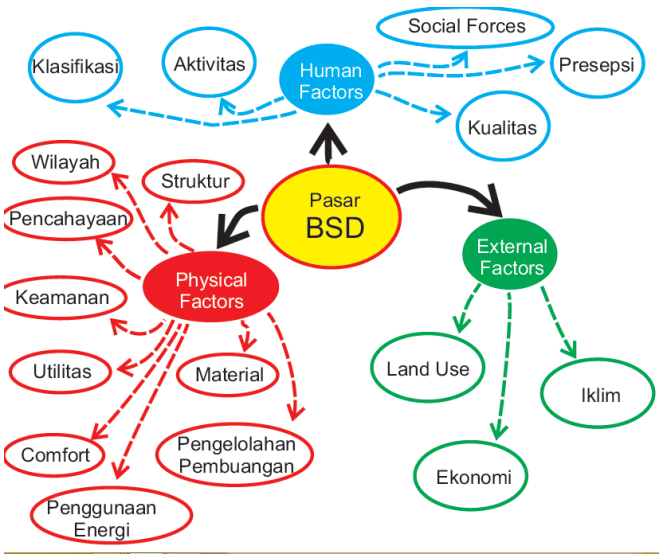
Gambar 2.5
Pintu masuk Bangunan
Sumber : Dokumentasi Pribadi

pasar bsd sangat memperhatikan kualitas dari setiap fasilitas-fasilitas yang disediakan yang ada di pasar tersebut, untuk menganalisa kualitas dari fasilitas ruang yang ada pada pasar BSD dari factor-faktor yang ada pada table Mickey Palmer.

TABEL: FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERANCANGAN FASILITAS

Human Factors	Physical Factors	External Factors
Activities	Location	Legal Restrictions (Codes/ Standards/ Regulations)
Behavior	• Region	• Building
Objectives/ Goals	• Locality	• Land Use
Organization	• Community	• Systems
• Hierarchy	• Vicinity	• Energy
• Groups	Site Conditions	• Environment
• Positions	Building/ Facility	• Materials
• Classifications	Envelope	• Safety
• Leadership	Structure	• Solar access
Characteristics (Demography)	Systems	Topography
Social Forces	• Engineering	Climate
Political Forces	• Communications	Ecology
• Interactions	• Lighting	Resource Availability
• Communication	• Security	Energy Supplies/ Prices
• Relatonships	Space	• Conventional
• Transfer of Materials, etc.	Equipment/ Furnishings	• Solar
Policies/ Codes	Materials/ Finishes	• Alternatives
Attitudes/ Values	Support Services	Economy
Customs/ Beliefs	• Storage	Financing
Perceptions	• Parking	Time
Preferences	• Access	• Schedule
Qualities	• Waste removal	• Deadlines
• Comfort	• Utilities (water, sewage, telephone)	• Operations
• Productivity	Uses	Costs/ Budget
• Efficiency	Functions	• Construction
• Security	Behavior/ Activity Settings	• Materials
• Safety	Operations	• Services
• Access	Calculations	• Operations
• Privacy	Circulation	Costs/ Benefits
• Territory	Environment	
• Control	• Comfort	
• Convenience	• Visual	
	• Accoustical	
	Energy Use/ Conservation	
	Durability/ Flexibility	

Gambar 2.6
Tabel Mickey Palmer
Sumber : Materi Metoda Perancangan 1



Gambar 2.7
Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Fasilitas Ruang
Sumber : Materi Metoda Perancangan 1

a. Human Faktor

Human Factor merupakan faktor manusia dimana pada faktor ini terdiri dari beberapa bagian yang diambil dari table *Mickey Palmer* yaitu :

- Aktifitas

  Aktifitas merupakan faktor yang mempengaruhi dimana pada bangunan yang berfungsi sebagai pasar menjadi pasar sehat maka pada ruang utama pencahayaan dan penghawaan sangat diperhatikan untuk menunjang kenyamanan.



Gambar 2.8
Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Fasilitas Ruang
Sumber : Materi Metoda Perancangan 1

- Social Forces

  Pasar merupakan fasilitas umum, dan pada pasar BSD sudah terlihat hal tersebut dimana masyrakat yang membutuhkan pasar ini namun juga berkewajiban untuk menjaga dari keseluruhan pasar tersebut.

b. Physical Factor

Faktor fisik biasanya berhubungan dengan bangunan itu sendiri yang terdiri dari faktor-faktor berikut :

- Struktur

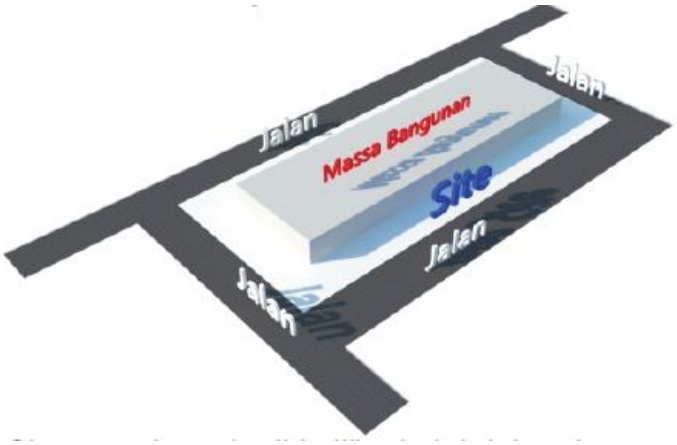
  Pada ruang utama pada bangunan ini menggunakan struktur atap Bentang Lebar yang bertujuan untuk menciptakan ruang utama yang bebas kolom agar bisa menunjang dari aktifitas pasar itu sendiri.



Gambar 2.9
Struktur Bentang Lebar Pada Ruang Utama
Sumber : Materi Metoda Perancangan 1

- Wilayah

  Bentuk Massa yang berbentuk balok itu didasari oleh letak tapak



Gambar 2.10
Faktor Wilayah Pengaruhi Massa
Sumber : Ramadhani

c. External Factor

Faktor lingkungan sangat mempengurahi dari rancangan dan sebgai pertimbangan, faktor-faktor tersebut ialah :

- Land Use

  Pada Kawasan ini memmang merupakan kawasan yang diperuntukan untuk kawasan bisnis, hunian dan perdagangan. Hal tersebut membuat perencanaan pasar mengikuti perkembangan lingkungan kawasan itu sendiri.

- Iklim

  Iklim hal yang mempengaruhi bagaimana perecanaan rancangan dari pasar ini diman iklim tropis yang panas,

lembab, dan curah hujan yang cukup tinggi, hal tersebut bisa terlihat dari kemiringa atap serta bukaan bangunannya.

- Ekonomi

  Faktor ekonomi dari rancangan pasar ini, dimana perekonomian masyrakat sekitar yang berbeda-beda dari rendah hingga yang tinggi. Maka maksud perecanaan pasar ini, bagaimana pasar ini melayani seluruh masyarakat yang perekonomian yang berbeda-beda satu sama lainnya.