BAB II
STUDI LITERATUR PASAR TRADISIONAL

2.1 Tinjauan Mengenai Pasar Tradisional

2.1.1 Pengertian Pasar Tradisional

Pasar adalah suatu tempat bertemunya pembeli dan penjual dalam usaha memenuhi kebutuhan pokok hidup sehari-hari. Namun dalam perkembangannya, kemudian pasar menjadi pusat pertemuan antar masyarakat dari beberapa wilayah yang lebih luas, misalnya beberapa kecamatan. Pasar sebagai pusat ekonomi, melancarkan kegiatan yang bersifat ekonomi. Dalam bidang konsumsi, pasar menyediakan kebutuhan primer dan sekunder. Sedangkan dalam bidang distribusi, pasar berperan besar terhadap penyebar luasan barang-barang kebutuhan masyarakat (Syarifuddin, 1990).

Pasar adalah suatu komponen utama pembentukan komunitas masyarakat baik di desa maupun di kota sebagai lembaga distribusi berbagai macam kebutuhan manusia seperti bahan makanan, sumber energi, dan sumber daya lainnya. Pasar berperan pula sebagai penghubung antara desa dan kota. Perkembangan penduduk dan kebudayaan selalu di ikuti oleh perkembangan pasar sebagai salah satu pendukung penting bagi kehidupan manusia sehari-hari terutama di kawasan perkotaan (Tjoek Soewarso, 1991/1992).

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya pembeli dan penjual serta ditandai dengan adanya transaksi penjual dan pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar. Pasar tradisional secara unum memiliki bangunan yang terdiri dari kios-kios, atau gerai yang di buka oleh penjual yang umumnya menjual kebutuhan sehari-hari konsumen. Pasar tradisional adalah suatu wadah yang menampung orang-orang yang memiliki latar belakang yang berbeda, etnis dan agama namun dapat saling berinteraksi tanpa hambatan dan perbedaan tersebut. Melalui pasar tradisional, para petani kita masih bisa hidup dengan menjualkan hasil panennya dengan harga yang memuaskan (Arfie, 2009).

Pasar tradisional adalah pasar yang dikelola secara sederhana dengan bentuk fisiknya tradisional menerapkan sistem transaksi tawar menawar secara langsung dimana fungsi utamanya adalah untuk melayani kebutuhan masyarakat baik didesa, kecamatan dan lainnya. Yang berjualan di pasar ini terdiri dari UKM dan pedagang kaki lima. Harga di pasar tradisional ini mempunyai sifat yang tidak pasti, oleh karena itu bisa dilakukan tawar menawar (Sinaga P, 2008).

Pengertian pasar di masyarakat dapat bermacam-macam. Pasar dapat diartikan sebagai tempat jual beli, pusat pengadaan barang kebutuhan, tempat perputaran modal uang, tempat berbelanja tempat tukar-menukar barang, tempat memberi lapangan kerja dan lapangan usaha, sarana pengembangan perekonomian dan kehidupan masyarakat, pusat informasi dan komunikasi, tuntunan standar harga barang dan jasa, sarana dan media pemberi kesejahteraan bagi masyarakat, pussat pengenalan metode dan lain sebagainya (Ikram dkk, 1990).

Pasar pada masyarakat adalah tempat dimana penjualan pembeli bertemu. Tetapi apabila pasar telah terselenggara dalam arti penjual dan pembeli telah bertemu, dan barang-barang kebutuhan telah disebarluaskan, maka pasar telah memperlihatkan peranannya bukan hanya sebagai pusat kegiatan ekonomi tetapi juga sebagai pusat kebudayaan (Tjoek Soewarso, 1991/1992). Peranan pasar sebagai pusat kegiatan ekonomi akan dapat dilihat dalam perubahan-perubahan yang terjadi atas produksi, konsumsi, maupun distribusi. Sedangkan sebagai pusat kebudayaan dapat dilihat dari perubahan-perubahan sosial budaya sebagai akibat adanya pembauran, pembaharuan dan rekreasi (Syarifuddin, 1990).

Dapat disimpulkan pada penjelasan diatas yaitu pasar tradisional merupakan area yang dapat mencakup sarana perekonomian, kebutuhan sandang, pangan dan papan, dan juga sebagai pusat kebudayaan masyarakat di area sekitarnya. Peranan pasar tersebar luas dalam konteks sosial budaya masyarakat dan menjadi pusat aktifitas perekonomian masyarakat yang tidak akan pernah lepas dalam kehidupan manusia.

2.1.2 Sejarah Pasar Tradisional

Sudah sejak zaman dahulu kota tidak akan pernah terlepas dari pusat kegiatan komersial yang disebut dengan pasar. Sejarah pasar diawali pada zaman pra sejarah, dimana didalam memenuhi kebutuhan manusia melakukan sistem barter yaitu suatu sistem yang di terapkan antara dua individu dengan cara menukar barang yang satu dengan barang yang lainya, sistem barter terus menerus berkempang seiring dengan proses perkembangan zaman. Proses penukaran barang tersebut menimbulkan masalah akan tempat dimana tempat sendiri berkaitan dengan jarak dan waktu yang di tempuh. Semakin dekat jarak pertukaran, semakin memudahkan untuk memindahkan barang-barang, sehingga terbentuk sebuah pertukaran barang-barang yang tidak jauh dari lingkungan kediaman mereka.

Tempat tukar menukar inilah disebut dengan pasar, dan setelah mengenah mata uang sebagai alat tukar menukar yang menjadi dasar perhitungan bagi seluruh proses pertukaran barang, maka proses tersebut disebut dengan proses jual beli. Dengan meningkatnya perkembangan penduduk, kehidupan sosial, ekonomi dan juga kemajuan teknologi khususnya dibidang perdagangan, timbulah sekelompok individu baru yang bergerak dalam bidang pedagang. Pedagang-pedagang inilah yang membuat tempat-tempat yang lebih permanen untuk berdagang.

Seperti yang telah diketahui bahwasannya pasar tradisional merupakan tempat berjualan yang secara tidak sadar secara turun temurun menjadi tempat bertemunya penjual dan pembeli dimana barang-barang yang diperjual belikan tergantung kepada permintaan pembeli (konsumen)., harga yang ditetapkan merupakan harga yang disepakati melalui suatu proses tawar menawar. Pedagang selaku produsen menawarkan harga sedikit diatas harga standar. Pada umurnya pasar tradisional merupakan tempat penjualan bahan-bahan kebutuhan pokok.

Biasanya pasar tradisional beraktifitas dalam batas-batas waktu tertentu, seperti pasar pagi, pasar sore, pasar pekan dan lain sebagainya. Pasar tradisional biasanya dikelola oleh pemerintah maupun swasta, fasilitas yang tersedia biasanya merupakan kios, meja, gudang, toilet, mushola dan pusat

pengelola. Pasar tradisional proses jual beli terjadi secara manusiawi dan komunikasi dengan nilai-nilai kekeluargaan yang tinggi.

Dalam prilaku msyarakat sehari-hari seiring dengan perkembangan pasar, maka masyarakat membentuk suatu vokal poin dimana area pasar terbuka mengalami perubahan dengan adanya bangunan pasar tradisional. Perkembangan bangunan tersebut tidak lepas dari aspek budaya masyarakat didalamnya, sehingga di Indonesia memiliki pasar tradisional dengan landmark bangunan yang berbeda-beda. Hal tersebut merupakan penjelasan terbentuknya pasar dari waktu ke waktu seiring dengan perkembangan zaman dan perekonomian masyarakat.

Perlakuan Pemerintah

Perkembangan kota kian dahsyat seiring dengan urbanisasi, pertumbuhan industri dan kegiatan ekonomi mengubah kota menjadi seperti “mesin pertumbuhan”. Tata kota pun berubah secara drastis sehingga konflik memperebutkan ruang kota antara kepentingan bisnis dan sosial menjadi perjuangan panjang dan melelahkan yang akhirnya dimenangi oleh kepentingan komersial dan kapitalisme.

Pasar-pasar tradisional dewasa ini bukan hanya menghadapi persaingan dengan sesama ritel atau pasar modern, tetapi juga regulasi dan perlakuan pemerintah yang kurang bersahabat. Walau dari jumlah, pasar tradisional masih mendominasi sektor ritel, tetapi tanpa intervensi pemerintah, pasar tradisional tidak lama lagi mungkin akan tinggal sejarah, terutama di wilayah perkotaan.

Kesan yang muncul, pemerintah terlalu asik "memburu investor" sehingga lengah. Eksistensi pasar tradisional menjadi goyah, gara-gara ekspansi dan invasi pesat sektor ritel dan pasar modern yang kian menemukan momentumnya dengan liberalisasi tahun 1998, yang mengeluarkan bisnis ritel dari daftar negatif investasi. Akibatnya dalam beberapa tahun terakhir, ritel modern ibarat jamur di musim hujan, menyeruak sampai ke tengah pemukiman dan pelosok-pelosok sehingga menggusur warung kecil dan pasar tradisional yang sudah jauh lebih dulu ada. Ratusan bahkan ribuan pasar tradisional banyak yang tumbang. Tak terhitung jumlah pedagang/tenaga kerja lain yang menggantungkan hidup padanya ikut pula kehilangan mata pencaharian.

Penyebabnya, selama ini tak ada regulasi yang jelas di sektor ritel. Kalaupun ada regulasi, aturan-aturan seperti zonasi yang dibuat dalam rangka melindungi pelaku usaha ritel kecil dan pasar tradisional mudah dilabrak.

Gejala mulai ditinggalkannya pasar tradisional oleh konsumen karena berubahnya pola hidup masyarakat. Orang datang ke Mall tujuannya bukan sekedar belanja, tetapi ada yang sekalian juga untuk jalan-jalan. Itu berbeda dengan yang terjadi bila datang ke pasar tradisional. Secara fisik, pasar tradisional belum lepas dari gambaran kumuh, becek, tak aman dan tidak nyaman.

Karut marutnya masalah eksternal dan internal yang membelenggu pasar tradisional ini membuat tanpa pembenahan dari parameter manapun, pasar tradisional akan sulit bertahan dalam kondisi persaingan sengit di pasar ritel. Sekarang ini, lebih karena ikatan psikologis yang sifatnya emosional semata, memang pasar tradisional belum sepenuhnya ditinggalkan masyarakat.

Selain akibat pesaingan yang sifatnya alamiah, kalangan pedagang/asosiasi pasar selama ini juga melihat adanya upaya sistematis untuk meminggirkan pasar tradisional yang selama ini berkonotasi kumuh oleh pemda dengan pengembang swasta dan ritel besar yang ada di belakangnya.

Kecenderungan upaya sistematis itu terutama pasar yang berlokasi strategis, "terbakar" atau ada indikasi sengaja dibakar. Hal ini tentu saja dengan melihat kenyataan bahwa tidak lama setelah dibakar, di tempat tersebut biasanya berdiri pusat perbelanjaan megah. Renovasi selama ini dengan mengatasnamakan kepentingan pedagang, tak jarang melalui penunjukan pengembang tanpa tender. Namun kenyataannya sering kali "menghianati" pedagang lama yang sebelumnya ada. Malah belakangan ini muncul modus-modus baru menggusur pasar tradisional melalui kekerasan dengan mengerahkan aparat.

Dalam perspektif ekonomi, memang tidak ada yang salah dengan keberadaan pasar modern, karena menjadi hal positif bila suatu kegiatan ekonomi itu pro pada kepentingan peningkatan keuntungan konsumen. Namun sebagai konsekwensinya dalam perspektif sosial budaya memiliki ancaman kultural yang besar.

Oleh karenan itu, pasar tradisional harus mendapatkan perhatian serius karena selain memelihara infrastruktur perekonomian negara, pasar tradisional juga melindungi kepentingan masyarakat banyak.

Romantisme Kejayaan Pasar

Romantisme pasar tradisional, kalau dibilang masih ada, tampaknya tinggal sisa. Mungkin 5-10 tahun ke depan seiring perkembangan zaman, pasar tradisional nampaknya tinggal kenangan. Urbanisasi di banyak tempat di Indonesia, khususnya di Jawa, sebenarnya didahului oleh pemerintah kolonial Belanda. Sosiolog Belanda WF Wartheim menulis, sebelum tahun 1600, kota-kota di Jawa terdiri atas beberapa zona: keraton, alun-alun dan pasar. Pasar terletak di dekat alun-alun, lalu pemukiman kaum bangsawan. Semakin jauh jaraknya dari keraton, semakin rendah pula kelas sosial para pemukimnya.

Modernisme kota dimulai dari kota-kota pantai yang berhubungan langsung dengan para pedagang dari luar dan menjadi tempat tinggal para pedagang kaya. Zona lama ini tidak dapat bertahan ketika uang semakin berperan. Kota-kota yang berkembang, perpindahan penduduk dan jumlah penduduk yang semakin besar meningkatkan kebutuhan akan pasar, sehingga lokasi pasar semakin menyebar, mengikuti lokasi-lokasi pemukiman.

Konotasi tentang pasar pun mengadopsi pandangan kolonial; kotor, tidak efisien dan tidak modern. Bangunan-bangunan baru dan modern semakin menggeser lokasi-lokasi pasar tradisional di kota-kota besar. Pusat-pusat kota bergeser mengikuti perkembangan baru dari kawasan-kawasan bisnis baru.

Sejarah pasar tradisional sebenarnya juga menggambarkan perjalanan perkembangan ekonomi di suatu kebudayaan, diawali dengan tukar menukar (barter) hasil pertanian dan barang, sebelum segala hal dimonetasi. Transaksi yang terjadi dalam perkembangan pasar tak hanya melibatkan uang dan barang tetapi juga pertukaran informasi tentang banyak hal, termasuk politik. Pasar menjadi ruang publik yang penting dalam perkembangan kota.

Karena itulah para kandidat presiden, gubernur, bupati/walikota ketika sedang getolgetolnya berkampanye, mereka berlomba berkunjung ke pasar. Paling tidak, untuk memberi kesan polpulis, karena ekonomi kerakyatan berputar di tempat itu.

Namun suatu hari pasar tradisional mungkin akan menghilang dari pemandangan kota. Bukan karena beroperasinya mall, supermarket dan megastore. Bukan pula karena mulai beroperasinya korporasi transnasional di bidang ritel yang diyakini sebagai kekuatan yang paling destruktif dalam kapitalisme global, melainkan sebagian besar pedagang pasar tradisional adalah orang-orang yang berusia cukup lanjut. Anak anaknya umumnya enggan mengikuti jejak langkah orang tuanya, mereka lebih memilih bekerja di pabrik atau menjadi pelayan di tokotoko dari pada harus berjualan sendiri di pasar.

Persepsi bahwa modernisme tidak ada di pasar becek, tidak pula oleh jalinan sosial dan solidaritas, tetapi kematian orang-orang tua pedagang itulah yang membawa napas yang menghidupi pasar tradisional selama ini ikut hilang. Jangan heran ketika pasar tradisional hilang, bahasa daerah pun akan lenyap ditelan masa.

2.1.3 Peranan Pasar Tradisional

Peranan pasar sebagai pusat kegiatan ekonomi akan dapat dilihat dalam perubahan-perubahan yang terjadi atas produksi, konsumsi, maupun distribusi. Sedangkan sebagai pusat kebudayaan dapat dilihat dari perubahan-perubahan sosial budaya sebagai akibat adanya pembauran, pembaharuan dan rekreasi (Syarifuddin, 1990).

Peranan pasar sebagai pusat ekonomi mempunyai elemen-elemen sebagai berikut :

- Sistem produksi merupakan suatu kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa dengan jalan mengkombinasikan faktor-faktor produksi yang meliputi :

a) Tanah (sumber daya alam),

b) Tenaga kerja (sumber daya manusia),

c) Modal, dan

d) Manajemen.

- Sistem Distribusi yaitu Proses penyebaran hasil produksi kepada konsumen yang meliputi :

a) Distribusi langsung,

b) Distribusi tidak langsung, dan

c) Sarana distribusi.

- Sistem Konsumsi yaitu sesuatu yang dibutuhkan manusia berupa benda dan jasa, baik untuk keperluan diri maupun keluarga (lingkungan) yang terdiri dari :

a) Kebutuhan Primer,

b) Kebutuhan Sekunder.

Fleksibilitas dalam pasar tradisional tidak hanya dalam masalah harga. Para pedagang pun relatif fleksibel dalam melakukan kegiatannya, baik pada sisi waktu, kegiatan, maupun tempat. Banyak pedagang, terutama yang tidak memiliki kios, berdagang hanya pada waktu-waktu tertentu saja (Listiani, 2009). Menurut Soekartawi (1991) di dalam pasar, pedagang juga memiliki peranan penting, karena pedagang merupakan produsen kedua setelah petani. Perlu diketahui bahwa pedagang tidak hanya mempengaruhi naik turunnya harga yang terjadi dipasar, selain dari pedagang ada juga pihak lain yaitu pemerintah dan kekuatan lain tetapi mempengaruhi perubahan harga.

Penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba.penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan / pedagang, karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasilkan (Swastha dan Irawan, 1990).

Kegiatan penjualan dipengaruhi oleh beberapa faktor sebagai berikut:

a) Kondisi dan kemampuan penjual

Transaksi jual beli atau pemindahan hak milik secara komersil atas barang dan jasa itu pada prinsipnya melibatkan dua pihak, yaitu penjual dan pembeli. Disini penjual harus dapat menyakinkan pembeli agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan. Penjual harus dapat memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan, yakni:

- Jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan.
- Harga Produk
- Syarat penjualan seperti: pembayaran, penghantaran, pelayanan sesudah penjualan, garansi dan sebagainya.

b) Kondisi Pasar

Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualan. Adapun kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah:

- Jenis pasarnya
- Kelompok pembeli atau segmen pasarnya
- Daya belinya
- Frekuensi pembelian
- Keinginan dan kebutuhan

c) Faktor lain seperti: periklanan, peragaan, pemberian diskon sering mempengaruhi penjualan. Namun dalam melaksanakannya diperlukan sejumlah dana yang tidak sedikit. Bagi perusahaan yang bermodal kuat, kegiatan ini secara rutin dapat dilakukan. Sedangka bagi perusahaan kecil sangat jarang dilakukan bahkan mungkin tidak pernah sama sekali

(Swastha dan Irawan, 1990).

Beberapa hal dapat digunakan sebagai panduan rancangan sebuah pasar tradisional, antara lain:

1. Penyediaan ruang kegiatan jual beli berdasarkan kelompok pedagang masing-masing, seperti ada area penjualan yang sama jenis barang dagangannya;

2. Penyediaan ruang sirkulasi (bergerak) yang efektif di dalam maupun di lingkungan pasar;
3. Penyediaan tempat terlindung dari pengaruh cuaca, hujan, panas matahari, bau;
4. Penyediaan ruang gawat darurat bagi publik bila mengalami situasi darurat, seperti terjadi kebakaran, gempa bumi;
5. pemanfaatan pemasukan cahaya alami;
6. Sirkulasi(pertukaran) udara secara optimal;
7. Bentuk massa sederhana, struktur rangka ruang, bersifat fleksibel;
8. Sediakan ruang parkir yang cukup dan berpeluang untuk bisa dikembangkan;
9. Selesaikan secara teknis dan arsitektural sanitasi lingkungannya;
10. Dengan mewujudkan rancangan yang dapat memberi rasa aman dan nyaman

2.1.4 Landasan Teori Terhadap Kerangka Pemikiran

Pasar tradisional dapat diartikan sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli dimana orang-orang yang terdiri dari latar belakang yang berbeda, etnis dan agama namun dapat saling berinteraksi tanpa hambatan akan perbedaan tersebut. Sifat kegotong royongan di dalam masyarakat juga masih terlihat di pasar tradisional. Melalui pasar tradisional, para petani kita masih bisa hidup dengan menjualkan hasil produksi mereka dan mendapatkan laba yang memuaskan.

Tetapi, akibat kondisi fisik pasar tradisional yang sangat memprihatinkan dan belanja yang tidak nyaman, masyarakat mulai beralih ke pasar modern yang kemudian muncul menjadi saingan pasar tradisional. Masyarakat lebih memilih berbelanja di pasar modern (*Hipermarket, Supermarket, Swalayan*, dan lain-lain) karena lebih praktis dan bersih. Dengan berdirinya pasar modern seperti *supermarket* telah banyak mematikan pasar tradisional dan yang paling penting

lebih mematikan peran pedagang pasar tradisional yang akhirnya menciptakan pengangguran dan angka kemiskinan yang cenderung meningkat.

Kemunculan pasar modern juga membuat dampak terhadap pasar tradisional semakin terlihat. Perekonomian pasar yang selama ini dikuasai pasar tradisional perlahan tetapi pasti mulai beralih menuju pasar modern, ditambah dengan dukungan manajemen dan sistem informasi yang tertata rapi. kemungkinan pasar-pasar modern tersebut akan memimpin pasar dalam sekejap.

Namun kesadaran masyarakatlah yang harus membuat pasar tradisional tetap berperan. Konsumen ibarat raja, gaya hidupnya terus didorong oleh perubahan dan dikendalikan pengelola pasar modern. Sejumlah kelebihan ditawarkan pasar modern, seperti harga lebih murah, diskon, hadiah, jaminan kualitas, tampilan menarik, dan kemudahan akses informasi produk. Ditunjang fasilitas lain sebagai alternatif hiburan bagi pembeli, seperti tempat bermain, tempat jajan, maka akan menarik konsumen. Di pasar tradisional hanya di dapat ketidaknyamanan, seperti lorong penuh dagangan, bau pengap, tempat kotor, bahkan harga lebih tinggi, sering dijumpai. Inilah sebagian akibat konsumen meninggalkan pasar tradisional.

Kekhawatiran itu tentu akan sirna, bila peran, makna dan fungsi pasar tradisional dikembalikan pada karakter pasar tradisional yang sebenarnya, dengan transformasi yang disesuaikan dengan kondisi saat ini, tegas dan konsisten melaksanakan aturan atau ketentuan dalam Perda dan konsep-konsep arsitektural pasar tradisional yang telah dijabarkan bisa dterapkan secara bijak.

2.1.5 Pengertian Pedagang Kaki Lima

PKL adalah setiap orang yang menawarkan atau menjual barang dan jasa dengan cara berkeliling (Wawoerontoe, 1995). Istilah kaki lima yang selama ini dikenal dari pengertian trotoar yang dahulu berukuran 5 kaki (5 kaki = 1,5 meter). Biasanya PKL mengisi pusat-pusat keramaian seperti pusat kota, pusat perdagangan, pusat rekreasi, hiburan, dan sebagainya (Ardiyanto, 1998). Jadi PKL merupakan semua bentuk usaha atau pekerjaan yang berupa kegiatan ekonomi yang dilakukan di tempat-tempat atau tepi jalan-jalan umum yang pada dasarnya tidak diperuntukan bagi kegiatan ekonomi.

2.1.6 Jenis Ruang Usaha

Aktivitas jasa sektor informal menempati ruang yang terdiri dari ruang umum dan ruang privat. Uraian dari kedua jenis tersebut adalah sebagai berikiut:

- Ruang Umum

Jenis ruang yang dimiliki oleh pemerintah sebagai ruang yang diperuntukan bagi kepentingan masyarakat luas. Contoh ruang umum adalah taman kota, trotoar, ruang terbuka, lapangan dan sebagainya. Termasuk pula fasilitas/sarana yang terdapat di ruang umum seperti halte, jembatan penyebrangan dan sebagainya.

- Ruang Privat

Jenis rung yang dimiliki oleh individu atau kelompok tertentu, misalnya lahan pribadi yang dimiliki oleh pemilik pertokoan, perkantoran dan sebagainya.

2.1.7 Jenis Ruang Usaha

Aktivitas jasa sektor informal dapat dikelompokan berdasarkan jenis usahanya, yaitu:

- Gerobak/kereta dorong

Bentuk aktivitas jasa sektor informal yang menggunakan gerobak/kereta dorong dibagi atas dua macam yaitu gerobak/kereta dorong yang tampa atap dan gerobak/kereta dorong yang menggunakan atap untuk melindungi barang dagangan dari pengaruh panas, debu, hujan dan sebagainya.

- Pikulan

Bentuk aktivitas jasa sektor informal yang menggunakan sebuah atau dua buah keranjang dengan cara dipikul. Bentuk pikulan ini dapat dikategorikan dalam bentuk aktivitas jasa informal keliling atau semi menetap, biasanya dijumpai pada jenis makanan dan minuman.

- Warung semi permanen

Bentuk aktivitas jasa informal yang terdiri atas beberapa gerobak/kereta dorong yang telah diatur sedemikian rupa secara berderet dan dilengkapi dengan bangku-bangku panjang dan meja. Bagian atap dan sekelilingnya biasanya ditutup dengan pelindung yang terbuat dari kain terpal, plastik atau bahan kain lainnya yang tidak tembus air.

- Jongko/meja

Bentuk aktivitas jasa informal yang menggunakan jongko/meja sebagai sarana usahanya. Bentuknya ada yang tampa atap dan ada pula yang beratap untuk melindungi pengaruh dari luar. Berdasarkan sarana usaha tersebut maka jasa sektor informal ini tergolong memiliki aktivitas jasa menetap.

- Kios

Bentuk aktivitas jasa informal yang menggunakan papan-papan yang diatur sedemikian rupa sehingga menyerupai sebuah bilik semi permanen. Para penjajanya juga biasanya bertempat tinggal di dalamnya. Berdasarkan sarana usaha tersebut maka aktivitas jasa sektor informal ini digolongkan sebagai aktivitas jasa menetap.

2.1.8 Pola Kegiatan Pedagang Kaki Lima

Secara umum pola kegiatan pedagang kaki lima (Gusmulyadi, 1994) dikelompokan menjadi 3 (tiga) bagian, yaitu:

1. Pola pembanding, pola dimana para pedagang cenderung menuju kawasan-kawasan yang mempunyai kegiatan sama jenisnya dengan usaha yang dilakukan, misalnya penjualan jenis bumbu masakan atau sayursayuran di sekitar pasar.
2. Pola komplementer, pola dimana pedagang kaki lima disuatu lokasi membuka peluang untuk menumbuhkan jenis-jenis sektor informal lainnya seperti pedagang kaka lima yang menjuan makanan/minuman.
3. Pola bebas, dimana pola ini berkaitan dengan pedagang kaki lima di suatu lokasi hanya sekedar agar mudah untuk dikenali.

Permasalahan pedagang kaki lima dapat ditinjau dari 2 (dua) sudut pandang, yaitu permasalahan yang ditimbulkan oleh pedagang kaki lima terhadap lingkungan sekitarnya dan permasalahan yang dihadapi oleh pedagang kaki lima dalam melakukan kegiatan usahanya. Permasalahan yang ditimbulkan olen pedagang kaki lima terhadap lingkungan antara lain menggangu ketertiban dan kelancaran lalu lintas, keindahan dan kebersihan serta kenyamanan dan keamanan lingkungan. Permasalahan yang dihadapi

pedagang kaki lima dalam melakukan usahanya dapat dibedakan 2 (dua) permasalahan, yaitu:

1. Permasalahan eksternal PKL, yaitu:
    a) Banyaknya pesaing dalam usaha sejenis
    b) Sarana dan prasarana usaha yang tidak memadai
    c) Belum adanya pembinaan
    d) Akes terhadap kredit yang masih sukar dan terbatas
2. Permasalahan internal PKL, yaitu:
    a) Lemah dalam struktur pemodalan
    b) Lemah dalam bidang organisasi dan manajemen
    c) Terbatas dalam jumlah komoditi yang dijual
    d) Tidak ada kerja sama usaha
    e) Pendidikan dan keterampilan usaha yang rendah
    f) Kualitas sumberdaya manusia yang kurang memadai

2.1.9 Keberhasilan Kota Dalam Usaha Penanganan Pedagang Kaki Lima

Pedagang kaki lima dalam menjalankan aktivitasnya umumnya menggunakan area publik yang bukan peruntukannya sehingga menimbulakan masalah-masalah bagi wajah kota seperti kesemrawutan dan kemacetan. Dari aktivitas ini menimbulkan konflik kepentingan yang terjadi karena PKL menggunakan trotoar sebagai area berdagang. Penggunaan trotoar sebagai area bergadang tersebut tentu saja menyebabkan ketidaknyamanan bagi pejalan kaki dan tidak sedikit dari aktivitasnya yang menempati kawasan-kawasan tertentu yang dianggap strategis justru seringkali menimbulkan kemacetan lalu lintas. Penanganan masalah PKL ini juga merupakan masalah yang penanganannya tidak hanya dengan cara penggusuran atau relokasi, sebab selain sulit menemukan tempat baru untuk menempatkan para PKL tersebut, juga masalah yang sering terjadi adalah PKL yang tidak bisa diatur dan sulit untuk diajak bekerjasama dengan pemerintah dalam usaha penataan kawasan perkotaan.

Umumnya PKL yang tidak bisa bekerjasama ini sudah merasa cukup menguntungankan berdagang di trotoar, ataupun tempat umum lain seperti taman sehingga tidak tersedia untuk dipindahkan ke tempat baru yang di sediakan oleh pemerintah. Berikut ini terdapat beberapa contoh penataan kawasan yang berhasil

dilakukan oleh pemerintah dibeberapa kota berikut ini:

1. Penataan Kawasan PKL di Trunojoyo Malang, Jawa Timur (Wikantiyoso, 2009)

Permasalah PKL Trunojoyo Malang Jawa Timur adalah masalah penggunaan RTH (Ruang Terbuka Hijau) sebagai area berdagang PKL. Pemerintah Kota Malang dalam usahanya mengembalikan ruang terbuka hijau pada fungsinya yaitu sebagai jantung kota atau paru-paru kota dan juga sebagai tempat yang nyaman untuk digunakan masyarakat untuk bersantai. Dalam usaha ini pemerintah menyadari bahwa penanganan PKL yang sudah menempati lokasi ini sejak 10 tahun terakhir bukan sebatas melakukan penggusuran tetapi juga harus menyediakan tempat yang baru bagi PKL untuk tetap dapat mencari sumber penghidupannya tersebut.

Untuk menemukan lokasi yang baru juga menjadi pekerjaan yang sulit bagi pemerintah karena ketidaktersediaannya lahan untuk lokasi berdagang, ataupun juga jika ada lokasi baru itu merupakan tempat yang cukup jauh sehingga PKL tidak ingin berpindah dengan alasan tempat baru tersebut tidak strategis, jauh dari jangkauan masyarakat dan juga aksesibilitasnya untuk mencapai lokasi baru tersebutntidak memadai dan tidak seramai lokasi yang lama.

Dalam penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwasannya penertiban pedagang kali lima tidaklah mudah, terutama merelokasikan kepada ruang yang baru. Ruang terbuka hijau atau RTH merupakan pusat kenyamanan beraktifitas masarakat. Namun dalam hal disini, ruang terbuka hijau atau RTH juga merupakan ladang usaha bagi para pedagang kaki lima. Hal tersebut dikarenakan ramainya aktifitas pada ruang terbuka hijau menjadikan potensi bagi pedagang kaki lima berjualan. Faktor keramaian menjadikan salah satu potensi ekonomi bagi para pedagang kaki lima. Selain itu ruang terbuka hijau

mempunyai ruang yang nyaman untuk beristirahat dan beraktifitas bagi para pedagang kaki lima, sehingga untuk merekolasi para pedagang tersebut dirasa sangat sulit.

Dari permasalahan tersebut mengharuskan adanya solusi selain merelokasi para pedagang kaki lima. Para pedagang kaki lima menilai relokasi sebagai solusi yang tidak bijak, hal tersebut dikarenakan tempat relokasi hanya suatu area dimana potensi ekonomi mereka menurun. Keramaian pada area relokasi dinilai tidak memungkinkan bagi pedagang kaki lima mendapatkan pendapatan yang sama seperti pada ruang terbuka hijau.

Akan tetapi keterlibatan pedagang kaki lima pada ruang terbuka hijau akan berdampak terhadap kerusakan infrastruktur didalamnya. Pemerintah Kota Malang bertujuan untuk menertibkan para msyarakat yang tidak bertanggung jawab merusak sarana infrastruktur kota, sehingga dalam kaitan disini kebijakan pemerintah kota Malang sangat baik untuk mengembalikan fungsi ruang terbuka hijau dan para pedagang sesuai dengan tempatnya.

2. Penataan Kawasan PKL di Kawasan Nusa Indah dan Pasar Sudirman Pontianak (Pemerintah Kota Pontianak, 2009)

Permasalahan penanganan PKL di Kota Pontianak semakin menunjukan kemajuan kearah yang lebih baik yaitu dengan program penempatan PKL pada lokasi yang menjadi fasilitas umum yang aktivitasnya hanya berlangsung dari pagi sampai sore dan malam harinya dapat digunakan sebagai kawasan kuliner. Penempatan kawasan ini dianjurkan oleh pemerintah untuk digunakan PKL dalam beraktivitas secara gratis.

Sebagai langkah awal yang dilakukan oleh pemerintah adalah dengan membuat konsep penataan pada kawasan tersebut dan kemudian dibicarakan langsung dengan PKL yang ada. Konsep penataan kawasan kuliner ini dibuat dan diharapkan dapat memberikan keunikan bagi *image* Kota Pontianak dan memberikan wadah bagi alternatif lapangan usaha dan juga untuk interaksi sosial masyarakat dengan menggunakan cara pendekatan akomodatif. Dalam mewujudkan konsep tersebut, pemerintah terlebih dahulu melakukan survey kelayakan dan sosialisasi kepada masyarakat yang bertempat tinggal di sekitar kawasan tersebut sehingga

dapat dinilai kawasan tersebut layak untuk dijadikan kawasan perdagangan yaitu kuliner.

Dengan melakukan pendekatan akomodatif yang diusung oleh pemerintah tentu saja pemerintah juga harus menyediakan sarana ataupun fasilitas-fasilitas penunjang lainnya seperti: lampu penerangan, perbaikan jalan, sistem drainase, tenda bongkar pasang, tempat sampah serta lokasi parkir. Dengan konsep disertai dengan ketersediaan pemerintah dalam menyediakan langsung fasilitas-fasilitas tersebut akhirnya disetujui oleh PKL yang menyambut baik konsep tersebut dan bersedia untuk pindah lokasi berdagang dari lokasi lama ke lokasi baru tersebut.

Dapat disimpulkan pada penjelasan diatas adalah penerapan waktu sebagai kegiatan yang berbeda didalam suatu area perdagangan. Dalam analisis terhadap setiap pasar dalam waktu untuk beraktifitas jual beli dapat disimpulkan bahwasannya masyarakat memiliki kebutuhan ruang pasar sekitar 85 % pada pagi hari. Pada pagi hari merupakan aktifitas utama masyarakat membeli kebutuhan pokok, baik untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari maupun untuk diperdagangkan kembali sebagai bahan baku olahan. Sehingga penataan area kuliner pada malam hari dirasa dapat memenuhi kebutuhan hiburan area perdagangan bagi masyarakat pontianak. Pada malam hari masyarakat membutuhkan hiburan sebagai aktifitas luang dari sibuknya pekerjaan dari pagi hingga sore hari. Selain itu malam hari merupakan waktu yang tepat untuk melakukan aktifitas kuliner.

2.2 Peraturan Daerah Kota Bandung

2.2.1 Klasifikasi Pasar Berdasarkan Lokasi dan Jangkauan Pelayanannya (Direktorat Tata Kota dan Daerah, Bandung 2009)

a) Pasar kawasan 30.000 Penduduk, berfungsi sebagai pusat pembelanjaan lingkungan yang menjual kebutuhan sehari-hari. Lokasi pada jalan utama lingkungan mengelompokan dengan pusat lingkungan, didukung oleh minimal 30.000 penduduk dengan kebutuhan luas tanah 13.500m^2. Sarana lain yang

harus ada : parkir, pos polisi, pos pemadam kebakaran, kantor pos pembantu dan sarana pribadatan. Prosentase terhadap areal pemukiman yang dilayani adalah 0,93%.

b) Pasar kawasan 120.000 penduduk, fungsi sama dengan pusat perbelanjaan lingkungan, hanya dilengkapi dengan niaga lain seperti kantor, bank, dan lain-lain. Tidak hanya menjual kebutuhan sehari-hari tapi juga bengkel, tempat hiburan dan sejenisnya. Lokasinya mengelompok dengan pusat kecamatan dan memiliki pangkalan angkutan penumpang. Luas tanah yang dibutuhkan adalah 36.000m^2, dilengkapi dengan sarana parkir, pos pemadam kebakaran, kantor pos pembantu dan sarana peribadatan. Prosentase terhadap areal pemukiman yang dilayani adalah 0,6% luas tanah perpenduduk atau 0,3m^2/penduduk.

c) Pasar kawasan 480000 penduduk, fungsi sama dengan pasar pembelanjaan dan niaga yang lebih kecil dengan skala usaha yang lebih besar dan lengkap, terdiri dari pasar, toko-toko, bengkel dan tempat hiburan. Lokasinya mengelompok dengan wilayah yang memiliki terminal. Luas tanah yang dibutuhkan adalah 96.000$m^{2,}$ dilengkapi dengan sarana parkir, pos polisi, pos pemadam kebakaran, kantor pos dan sarana peribadatan. Prosentase terhadap areal pemukiman dengan luas tanah lebih besar dan mencakup kebutuhan suatu wilayah kependudukan.

2.2.2 Klasifikasi Pasar Menurut Pemerintah Daerah

a) Berdasarkan kegiatannya :

- Pasar Eceran, yaitu pasar dimana terdapat permintaan dari penawaran barang dan jasa secara eceran (*relatif*).
- Pasar Grosir, yaitu dimana terdapat penawaran dan permintaan barang dan jasa dalam jumlah besar.
- Pasar Induk, yaitu pasar yang merupakan pusat-pusat pengumpulan pelelangan dan penawaran barang untuk disalurkan pada grosir dan pusat pembelian.

Berdasarkan kriteria diatas maka pasar ini digolongkan kedalam pasar eceran.

b) Berdasarkan lokasi dan lingkup pelayanan :

- Pasar Kota (regional), yaitu pasar yang terletak di pusat kota atau jalan-jalan regional dengan pelayanan kota/ regional dan mobilitas penduduk tinggi.
- Pasar Sub Kota, yaitu pasar yang terletak di pusat daerah-daerah pelayanan dekat dengan jalan utama kota, mobilitas penduduknya sedang dengan radius pelayanan 1600 – 2000m.
- Pasar Lokal (distrik), yaitu pasar yang terletak ditengah-tengah daerah pelayanan dengan mobilitas penduduk sedang (40.000 – 60.000 jiwa), radius pelayanan 500 – 700m.
- Pasar Lingkungan, yaitu pasar yang terletak di pusat suatu lingkungan (10.000 – 20.000 jiwa), dengan radius pelayanan 200 – 400m.
- Pasar khusus yaitu pasar yang tempatnya strategis, bangunan permanen atau semi permanen, mempunyai kemampuan pelayanan meliputi wilayah kota dan barang-barang yang diperjualbelikan terdiri dari satu macam barang khusus

Berdasarkan kriteris diatas maka pasar ini digolongkan kedalam pasar sub kota.

Menurut waktu kegiatannya ada empat macam pasar yaitu :

1. Pasar siang hari yang beroperasi pukul 04.00-16.00
2. Pasar malam hari yang beroperasi pada pukul 16.00-04.00
3. Pasar siang malam yang buka 24 jam nonstop
4. Pasar darurat yaitu pasar yang menggunakan jalanan umum atau tempat tertentu atas penetapan Kepala Daerah dan dibuka pada siang hari atau malam hari
5. Pasar insidentil yaitu pasar yang menggunakan jalan atau tempat umum tertentu atas keputusan Kepala Daerah dan diadakan pada saat peringatan hari-hari tertentu.

2.2.3 Tipe dan Fasilitas Pasar Tradisional

Tempat berjualan atau stan dipilih secara undian. Jenis barang yang dikelompokan dilihat jenis barang dagangan apa yang banyak diperdagangkan dan diminati. Bagian atau blok yang telah ditetapkan tempat-tempat strategi diundi terlebih dahulu untuk pengurus setiap bagian dan sisanya diundi kembali untuk pedagang lain. Tempat-tempat berjualan menurut perusahaan daerah adalah :

1. Kios yaitu tipe tempat berjualan tertutup, tingkat keamanan tinggi. Dalam kios dapat ditata dengan berbagai macam alat display. Pemilikan kios oleh beberapa sesuai kebutuhan. Untuk kios yang besar biasanya disisakan satukios untuk tempat penyimpanan barang atau gudang.

2. Loss adalah tipe tempat berjualan yang terbuka tetapi dibatasi secara tetap barang yang sukar bergerak seperti dibatasi lemari, meja kursi

3. Pelataran adalam tempat berjualan terbuka dan tidak dibatasi secara tetap. Stan yang ada adalah milik sendiri dengan membayar retribusi per m2/hari sesuai biaya yang telah ditetapkan. Pemilik stan juga harus membayar uang pembangunan setelah pasar direnovasi.

Fasilitas dan utilitas pasar terdiri dari :

1. Keamanan pada tiap jalan masuk terdapat pos keamanan untuk menjaga keamanan sirkulasi masuk utama.

2. Ketersediaan air bersih

3. MCK

4. Tempat Ibadah

5. Kebersihan dimana ada beberapa tempat sampah yang disediakan per blok. Pedagang membayar jasa dari tukang sampah berdasarkan tarif yang telah ditetapkan.

Saat ini terdapat pasar tradisional dengan kualifikasi pasar kelas I hingga kelas V. Perbedaan kelas pasar berdasarkan luas lahan dasaran dan fasilitas yang diberikan. Oleh karena itu kelas pasar ditinjau kembali setiap ada perubahan

keluasan lahan dasaran dan kelengkapan fasilitas. Adapun krikeria kelas pasar (Dinas Pengelolaan Pasar Kota Bandung, 2009: 16) adalah sebagai berikut:

1. Pasar Kelas I

Luas lahan dasaran: = 2.000 m2. **Fasilitas**: tempat parkir, tempat bongkar muat, tempat promosi, tempat pelayanan kesehatan, tempat ibadah, kantor pengelola, KM/WC, sarana pengamanan, sarana Pengelolaan Kebersihan, sarana Air Bersih, Instalasi Listrik, Penerangan Umum dan Radio Pasar.

2. Pasar Kelas II

Luas Lahan dasaran; = 1500 m2. **Fasilitas**: Tempat parkir, tempat promosi, tempat pelayanan kesehatan, tempat ibadah, kantor pengelola, KM/WC, sarana pengamanan, sarana pengelolaan kebersihan, sarana Air Bersih, Instalasi Listrik, Penerangan Umum dan Radio Pasar

3. Pasar Kelas III

Luas lahan dasaran : = 1.000 m2. **Fasilitas**: tempat promosi, tempat pelayanan kesehatan, tempat ibadah, kantor pengelola, KM/WC, sarana pengamanan, sarana Pengelolaan Kebersihan, sarana Air Bersih, Instalasi Listrik, Penerangan Umum dan Radio Pasar.

4. Pasar Kelas IV

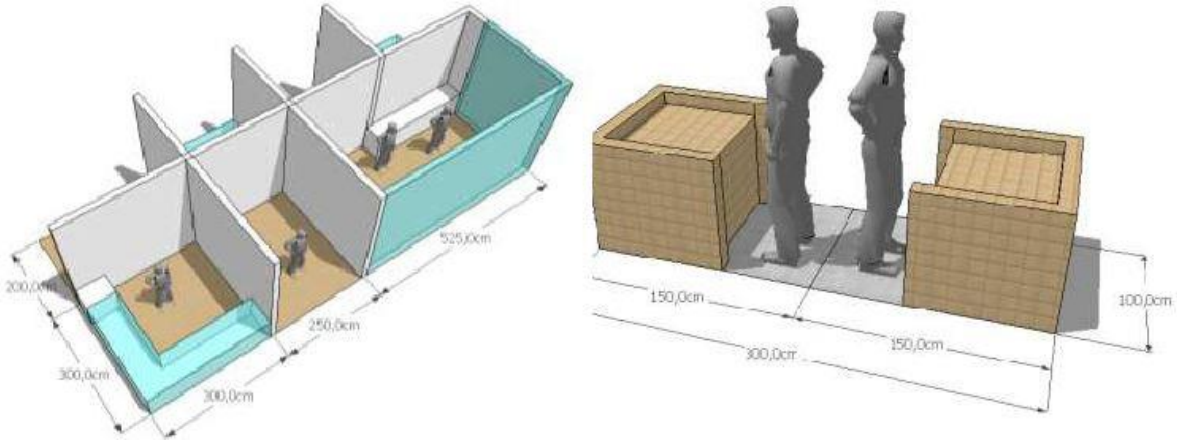
Luas Lahan dasaran: = 500 m2. **Fasilitas**: tempat promosi, kantor pengelola, KM/WC, sarana pengamanan, sarana Pengelolaan Kebersihan, sarana Air Bersih, Instalasi Listrik, Penerangan Umum.

5. Pasar Kelas V

Luas lahan dasaran: = 50 m2. **Fasilitas:** sarana pengamanan dan sarana pengelolaan kebersihan.

2.3 Standar Literatur Pasar

2.3.1 Standar Dimensi Kios dan Meja



Gambar 2.2 Dimensi Meja dan Kios

Sumber : Jurnal Unpar vol.1 No.2(2014)

a) type kios kecil dengan ukuran ruang 2,00m x 2,00m ,tinggi 2,30m.
b) type kios sedang dengan ukuran ruang 2,00 m x 3,00m ,tinggi 2,30m.
c) type kios besar dengan ukuran ruang 3,00m x 4,00m ,tinggi 2,30m
d) type meja dagang pxl = 1,00m x 1,00m ,tinggi 1,20m.
e) Jarak antar kios/los 1,40m dan 2,00m
f) ruang pamer yang berada di tengah area pasar dengan ukuran 5,00m x 5,00m dan 5,00m x 10m.
g) Ukuran gudang lebar 8,00m panjang 16m.
h) Ukuran toilet umum lebar 2,40m panjang 7,20m.
i) Ukuran shaft lebar 1,00m
j) Ukuran utilitas berada di atas ceiling dengan tinggi 1,20m.

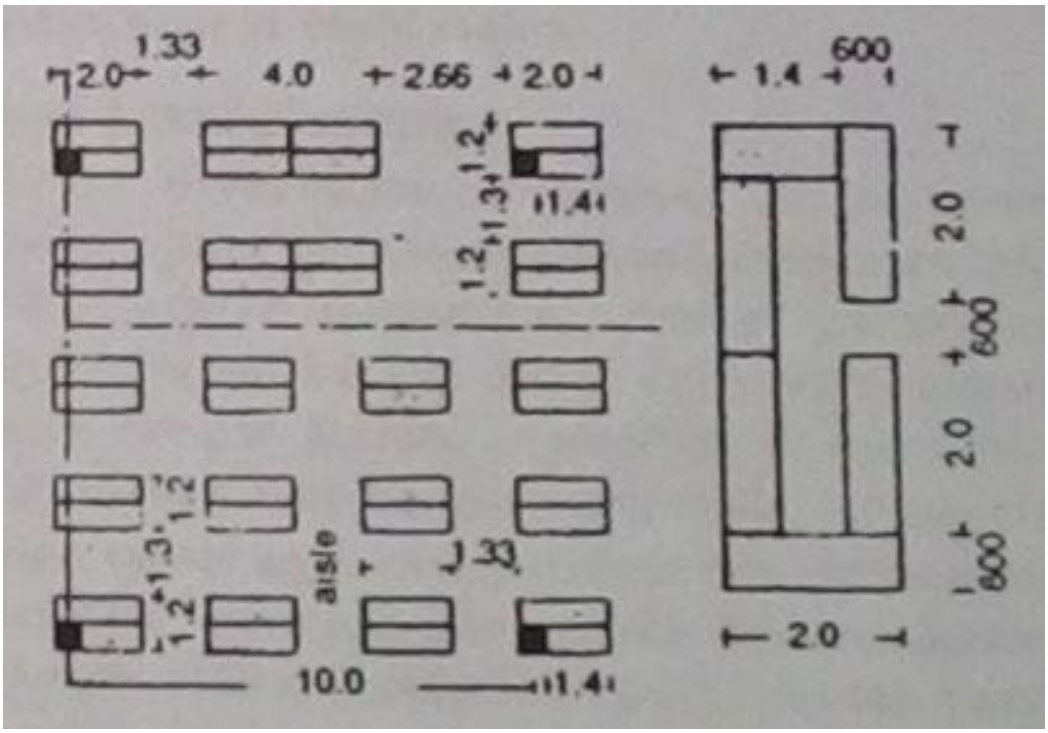
- **Dimensi Sirkulasi Bangunan**

Sirkulasi Pasar Tradisional	Sirkulasi Primer	Sirkulasi Sekunder
Rentang Dimensi	1,7 m – 2,00 m	1,40 m – 1,60 m
Sirkulasi Pasar Modern	Sirkulasi Primer	Sirkulasi Sekunder
Rentang Dimensi	2,20 m – 2,43 m	1,75 m – 2,00 m

Gambar 2.3 Dimensi Sirkulasi

Sumber : Jurnal Unpar vol.1 No.2(2014)

2.3.2 Standar Perdagangan

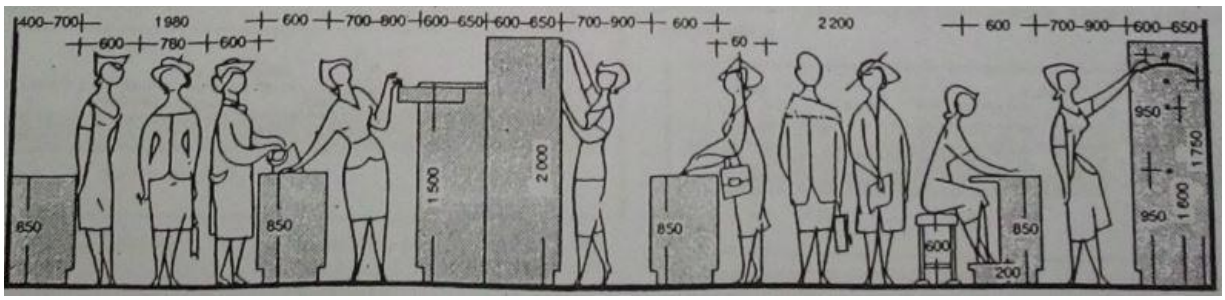


Gambar 2.4 Pengaturan Perabotan Unit-unit Penjualan

Sumber : Data Arsitek Jilid 2

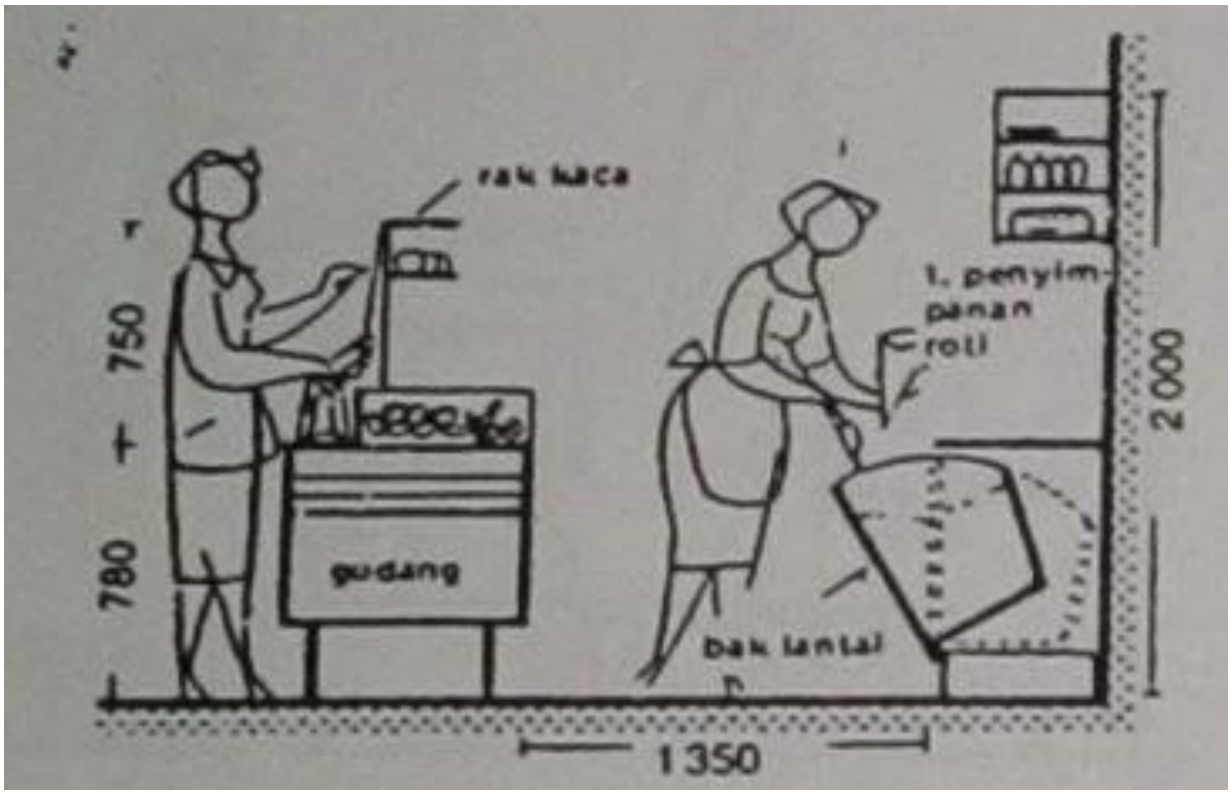
Tempat penjualan harus diatur sesuai dengan tempat-tempat yang tersedia, kalau mungkin dekat dengan jalan masuk per lantai masing-masing. Ruang bawah tanah lebih baik dipergunakan untuk tempat penjualan dibandingkan dengan lantai tambahan di atasnya, karena untuk ruang penumpukan barang dan

ruang staf sebaiknya terletak di atas dan untuk ruang kantor pada lantai yang lebih tinggi lagi. Hal tersebut juga berdampak terhadap pengaturan perabotan di dalam lingkup perdagangan, sehingga akan berdampak terhadap sirkulasi yang nyaman.



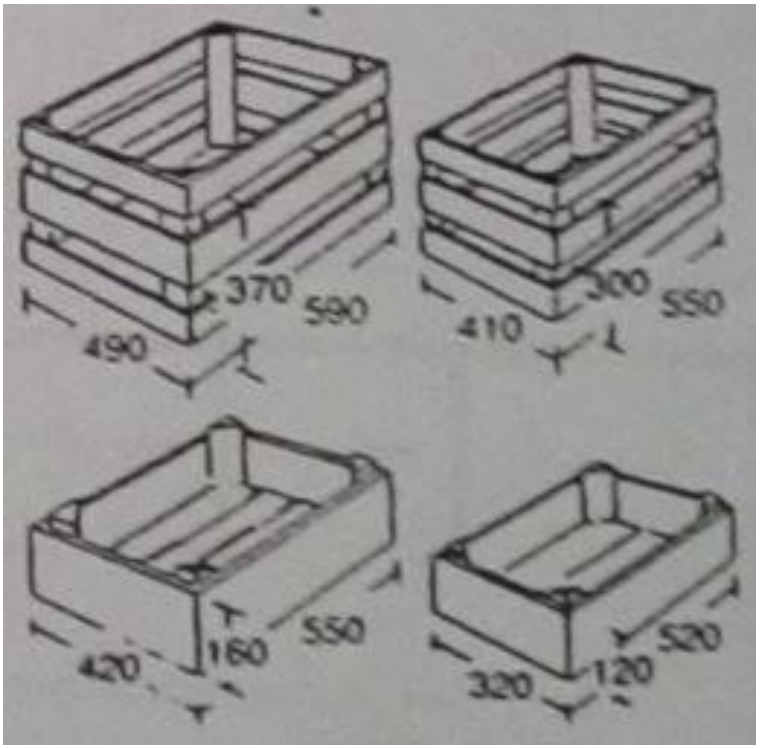
Gambar 2.5 Pengaturan Perabotan Unit-unit Penjualan

Sumber : Data Arsitek Jilid 2



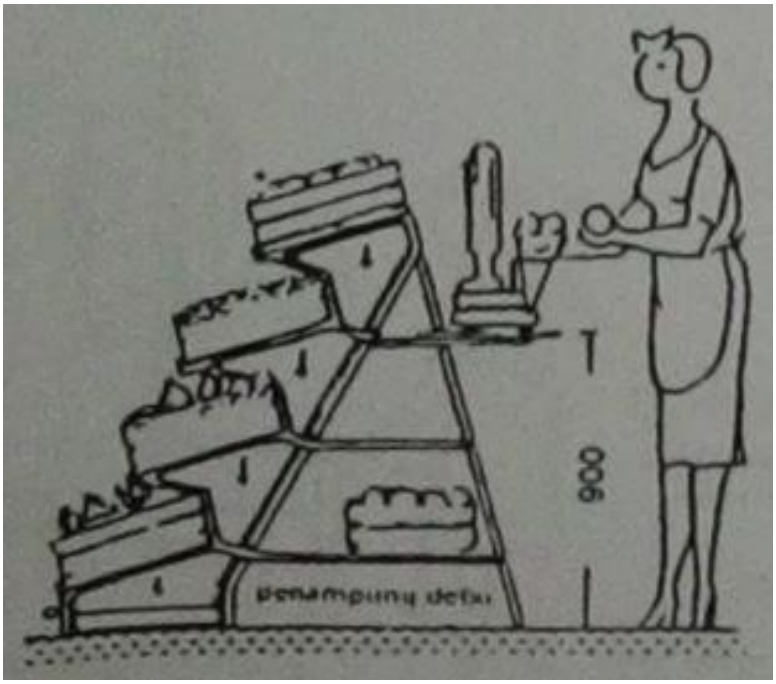
Gambar 2.6 Pengaturan Aktifitas Penjualan

Sumber : Data Arsitek Jilid 2



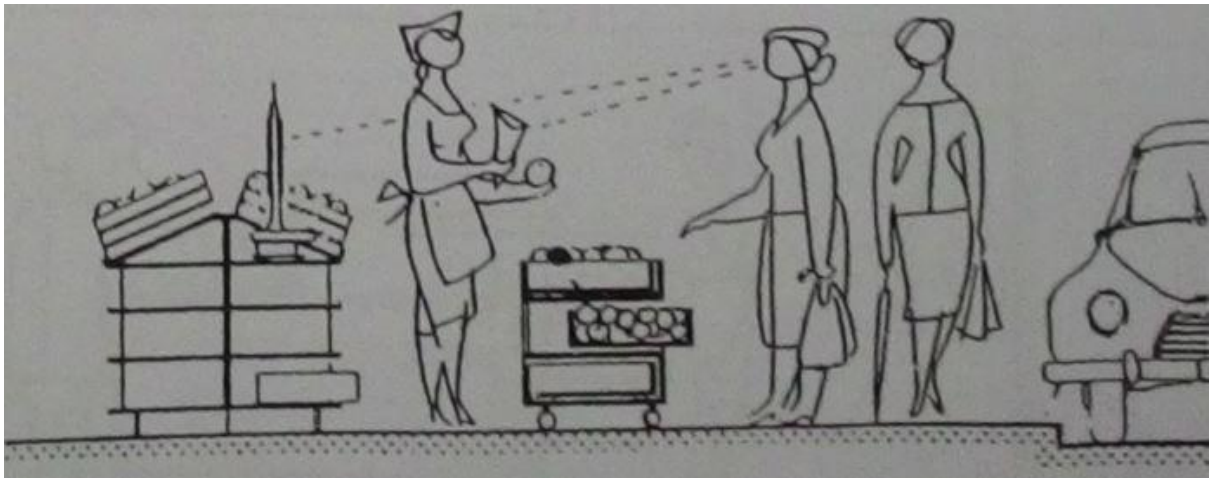
Gambar 2.7 Unit Tempat Penyimpanan Produk

Sumber : Data Arsitek Jilid 2



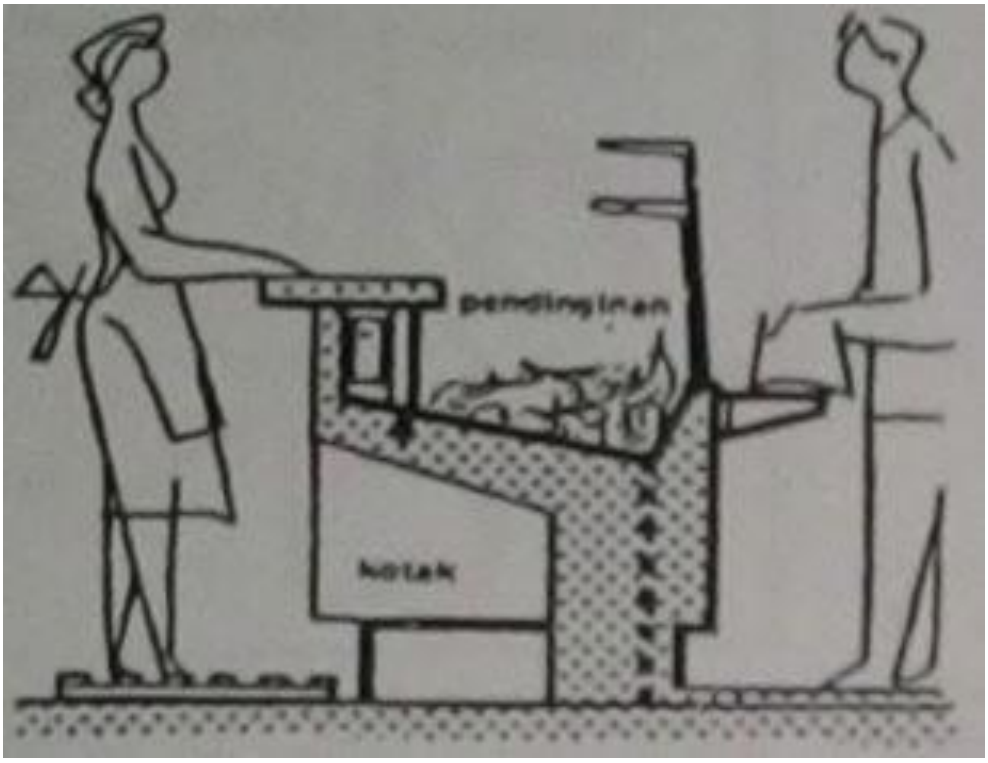
Gambar 2.8 Pengaturan Aktifitas Penjualan

Sumber : Data Arsitek Jilid 2



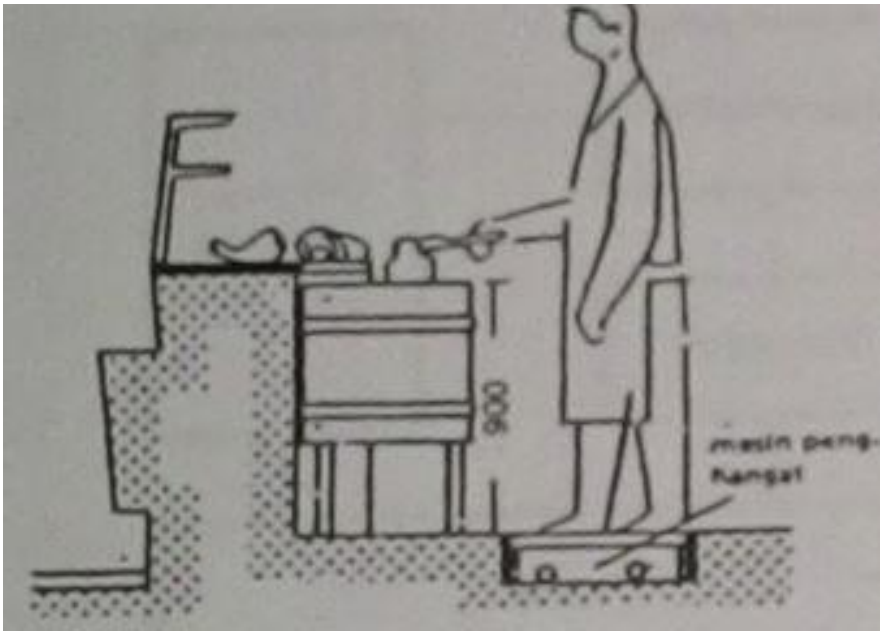
Gambar 2.9 Pengaturan Aktifitas Penjualan di Luar Pasar

Sumber : Data Arsitek Jilid 2



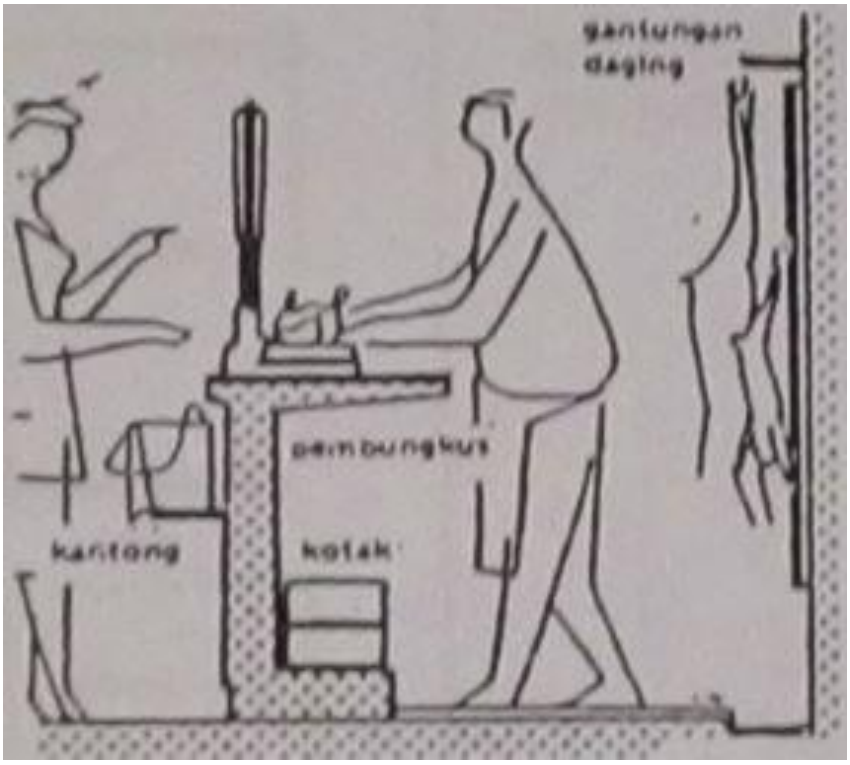
Gambar 2.10 Pengaturan Aktifitas Penjualan di Dalam Kios

Sumber : Data Arsitek Jilid 2



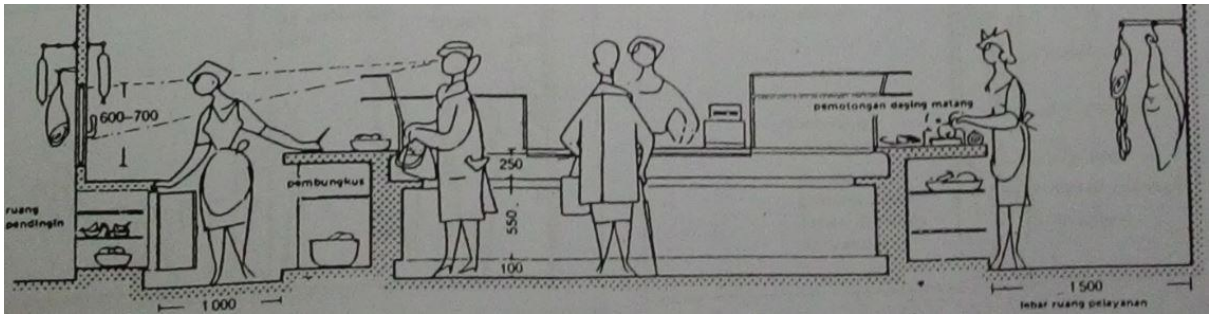
Gambar 2.11 Pengaturan Aktifitas Penjualan di Dalam Kios

Sumber : Data Arsitek Jilid 2



Gambar 2.12 Pengaturan Aktifitas Penjualan di Dalam Kios

Sumber : Data Arsitek Jilid 2



Gambar 2.13 Pengaturan Aktifitas Penjualan di Dalam Kios

Sumber : Data Arsitek Jilid 2

Perletakan dan dimensi tiang-tiang sangan menentukan tata letak peralatan-peralatan utilitas, kios dan meja dagang. Hal tersebut disebabkan oleh ukuran standar kios dan sirkulasi aktifitas dihitung dari berapa bentang tiang yang dipergunakan pasa suatu area perdagangan.

Berikut adalah standar ukuran dan jarak parkir untuk pasar tradisional :

a) Ukuran parkir mobil lebar 2,40 m dan panjang 5,00 m.
b) Ukuran parkir mobil servis berupa truk lebar 2,40 dan panjang 6,00 m.
c) Ukuran parkir motor lebar 1,00 dan panjang 2,50 m.
d) Ukuran parkir sepedah lebar 0,50 m dan panjang 1,60 m.

Hal diatas disimpulkan dari penggunaan struktur kolom dengan sistem modular yaitu kelipatan jarak antar kolom dengan ukuran 1,20 m.