

BAB II

TINJAUAN PASAR REGIONAL

II. 1. TINJAUAN UMUM PASAR REGIONAL

II. 1. 1. Pengertian

a. Pasar

- Pasar adalah tempat berkumpulnya masyarakat dari golongan menengah kebawah dan keatas dengan tujuan komunikasi, transfer barang, informasi, rekreasi, mencari pengalaman baru dan komersial.¹
- Pasar adalah tempat orang jual beli.²

b. Regional

- Daerah atau Wilayah

II. 1. 2. Klasifikasi Perdagangan

II. 1. 2. 1. Berdasarkan Skala Pelayanan

Pasar digolongkan menjadi tiga tingkatan, yaitu :

1. Sebagai Pusat Kegiatan Nasional :

Pusat kegiatan wilayah yang mempunyai jangkauan pelayanan skala nasional, merupakan pintu gerbang bagi keluar masuknya arus barang dan jasa.

2. Sebagai Pusat Kegiatan Regional :

Pusat kegiatan yang mempunyai cakupan wilayah pelayanan beberapa kawasan, kabupaten dan merupakan pusat pelayanan perdagangan dan jasa untuk dan dari kawasan atau kabupaten tersebut.

3. Sebagai Pusat Kegiatan Lokal :

Pusat kegiatan lokal yang mempunyai wilayah pelayanan beberapa kawasan dalam kabupaten.

¹ Wiryadi, Sistem Pemasaran dan peranannya Dalam Ekonomi Widya Pura, No. : 3/th 1980.

² W.J.S. Poerwodarminto, Kamus Indonesia-Indonesia, BP.Jkt. 1984.

II. 1. 2. 2. Berdasarkan Bentuk Fisik

1. Pertokoan
2. Kios
3. Los

II. 1. 2. 3. Berdasarkan Kualitas Barang yang Dijual

Berdasarkan kualitas barang yang dijual, yaitu :

1. Toko grosir : toko yang menjual barang dalam jumlah besar atau secara partai besar, dimana barang-barang yang akan di jual disimpan di toko itu juga.
2. Toko eceran (retail) : toko yang menjual barang relatif lebih sedikit atau persatuan barang kebutuhan. Lingkup sistem retail ini lebih luas dan fleksibel daripada grosir. Selain itu toko eceran akan lebih banyak menarik pengunjung karena adanya kelengkapan barang yang dijual.

II. 1. 2. 4. Klasifikasi Pasar di Mataram

Dengan penambahan penduduk yang semakin meningkat, daya serap dan kebutuhan penduduk untuk berbelanja semakin meningkat pula, Berdasarkan data jumlah penduduk tahun 2000 di Kodya Mataram yang mencapai 379.848 jiwa. Jumlah tersebut masih dapat dilayani oleh berbagai fasilitas perdagangan yang ada, yang berupa los dan kios pada pasar tradisional, pertokoan dan plasa.

Dengan adanya keterkaitan pelayanan terhadap masyarakat dan sektor perdagangan, maka Pasar yang direncanakan mempunyai lingkup pelayanan regional, dapat melayani kebutuhan masyarakat Kodya Mataram dalam berbelanja.

Pasar Regional di Kodya Mataram merupakan bentuk perdagangan terpadu yang terdiri dari unit-unit pertokoan, kios dan los. Yang melayani transaksi penjualan dalam bentuk grosir maupun eceran, sehingga diharapkan mampu menampung unit pertokoan grosir, toko eceran, kios dan los eceran serta los kaki lima yang perkembangannya menyebar disepanjang jalan.

II. 2. TINJAUAN UMUM KODYA MATARAM

II. 2. 1. Fungsi dan Peran Kota

II. 2. 1. 1. Sistem Makro

Fungsi dan peranan suatu kota mempunyai kaitan erat terhadap wilayah sekitarnya. Dengan segala potensi dan hasil produksi yang dimiliki akan memberikan suatu kesempatan pada kota tersebut untuk dapat berkembang dan berperan terhadap wilayah sekitarnya. Berdasarkan Undang-Undang No. 4 Tahun 1993, maka Kota Mataram statusnya resmi menjadi Kotamadya. Kotamadya Mataram sebagai pusat pertumbuhan, berstatus sebagai Pusat Kegiatan Wilayah (PKW) selain sebagai Ibukota Propinsi Nusa Tenggara Barat sampai sekarang juga masih berstatus sebagai Ibukota Kabupaten Daerah Tingkat II Lombok Barat.

Untuk pembangunan dan pengembangan Kotamadya Mataram pada saat sekarang sudah memiliki Rencana Induk Kota 1978/Rencana Umum Tata ruang Kota maupun rencana-rencana kota yang lebih rinci (RDTRK, RTRK). Rencana pemanfaatan ruang Kodya Mataram meliputi jenis pemanfaatan kawasan permukiman dan kegiatan usaha. Pada saat sekarang pemanfaatan ruang didominasi oleh kawasan hijau dan perumahan serta kawasan pemerintahan. Daerah terbangun yang ada sekarang sekitar 35 % dari luas kota. Dalam pembangunan selanjutnya, maka skenario makro pembangunan kota adalah sebagai berikut :³

- Kotamadya Mataram diharapkan dapat berfungsi sebagai pusat pengembangan dan pintu gerbang pariwisata di Pulau Lombok
- Perkembangan kota untuk masa mendatang diarahkan ke Selatan dan Timur, Kawasan Bagian Utara tetap dipertahankan sebagai kawasan hijau (pertanian)
- Pertumbuhan penduduk (2,6% pertahun) dan ekonomi (7,2% pertahun) perlu didukung dengan penyiapan sarana dan prasarana dasar perkotaan yang memadai

³ Penyiapan Pembangunan Prasarana Kota Mataram, Laporan ANTARA II (Laporan Akhir Sementara II), Tahun Anggaran 1994/1995, hal.28.

- Meningkatkan peran industri terhadap penerimaan daerah, dengan merealisasikan kawasan industri seluas 55 Ha di Kelurahan Dasan Cermen, Kecamatan Cakranegara
- Meningkatkan kualitas perumahan dan permukiman penduduk, pembangunan perumahan secara individu dialokasikan sekitar 70%, sedangkan oleh perumnas maupun developer swasta 30% dari total kebutuhan rumah
- Pengembangan struktur Kodya Mataram diarahkan menjadi kota yang terdiri pusat kota, sub pusat kota dan pusat lingkungan

II. 2. 1. 2. Sistem Perkotaan

Secara menyeluruh rencana jenjang pusat-pusat pelayanan Kotamadya Mataram adalah sebagai berikut :⁴

A. Pusat Kota

Merupakan pusat pelayanan utama, untuk melayani seluruh penduduk kota. Kawasan ini dilengkapi dengan berbagai fasilitas sebagai berikut :

- Pusat Pemerintahan
- Fasilitas perdagangan dan jasa berupa pertokoan, kantor perniagaan, bank, pasar dan sebagainya
- Pusat kebudayaan dan rekreasi berupa gedung-gedung kesenian dan kebudayaan serta gedung bioskop, disamping itu juga gelanggang remaja

B. Sub Pusat Kota

Sub Pusat Kota dikembangkan dengan fasilitas pembentuknya adalah sebagai berikut :

- Fasilitas kesehatan dan pendidikan
- Fasilitas peribadatan setingkat kecamatan untuk masing-masing agama
- Pusat perbelanjaan berupa pasar dan pertokoan
- Taman dan lapangan olah raga

⁴ Ibid 2, hal.37.

C. Pusat Lingkungan

Pusat Lingkungan dikembangkan dengan jenis fasilitas sebagai berikut :

- Fasilitas perdagangan
- Fasilitas kesehatan berupa PUSKESMAS pembantu
- Fasilitas pendidikan
- Taman dan lapangan olah raga

II. 2. 1. 3. Kawasan Strategis

Kriteria penentuan kawasan strategis dipertimbangkan atas dasar :

1. Keterkaitan dengan azas penataan ruang kota yang meliputi :

- Peningkatan produktivitas kota (productivity)
- Peningkatan efisiensi pelayanan kota (efficiency)
- Pembangunan kota yang berkelanjutan (environmentally sustainable)
- Pembangunan kota yang berkeadilan sosial (socially just)
- Pembangunan kota yang mendukung kelestarian budaya kota (culturally vibrant)
- Pembangunan kota yang didukung oleh masyarakat (politically participatory)
- Pembangunan kota yang menjamin jati diri kota (image)

2. Ketersediaan lahan.

3. Kesesuaian dengan fungsi kota.

4. Tingkat aksesibilitas pencapaian.

5. Minat investasi (pemerintahan, swasta atau masyarakat)

Beberapa sektor strategis yang diharapkan dapat memacu atau meningkatkan perkembangan kota di masa mendatang, antara lain :

- Sektor perdagangan dan jasa
 - Sektor pariwisata
 - Sektor perumahan
-

II. 2. 1. 4. Potensi Perdagangan

Penentuan fungsi perdagangan didasarkan atas perkembangan kegiatan perdagangan di Kota Mataram yang kedudukannya sebagai Ibukota Propinsi Nusa Tenggara Barat, menjadikan kota ini sebagai tempat berlangsungnya kegiatan perdagangan regional yang meliputi kegiatan lokasi dan distribusi barang dari dan kebelakangnya (hinterland).

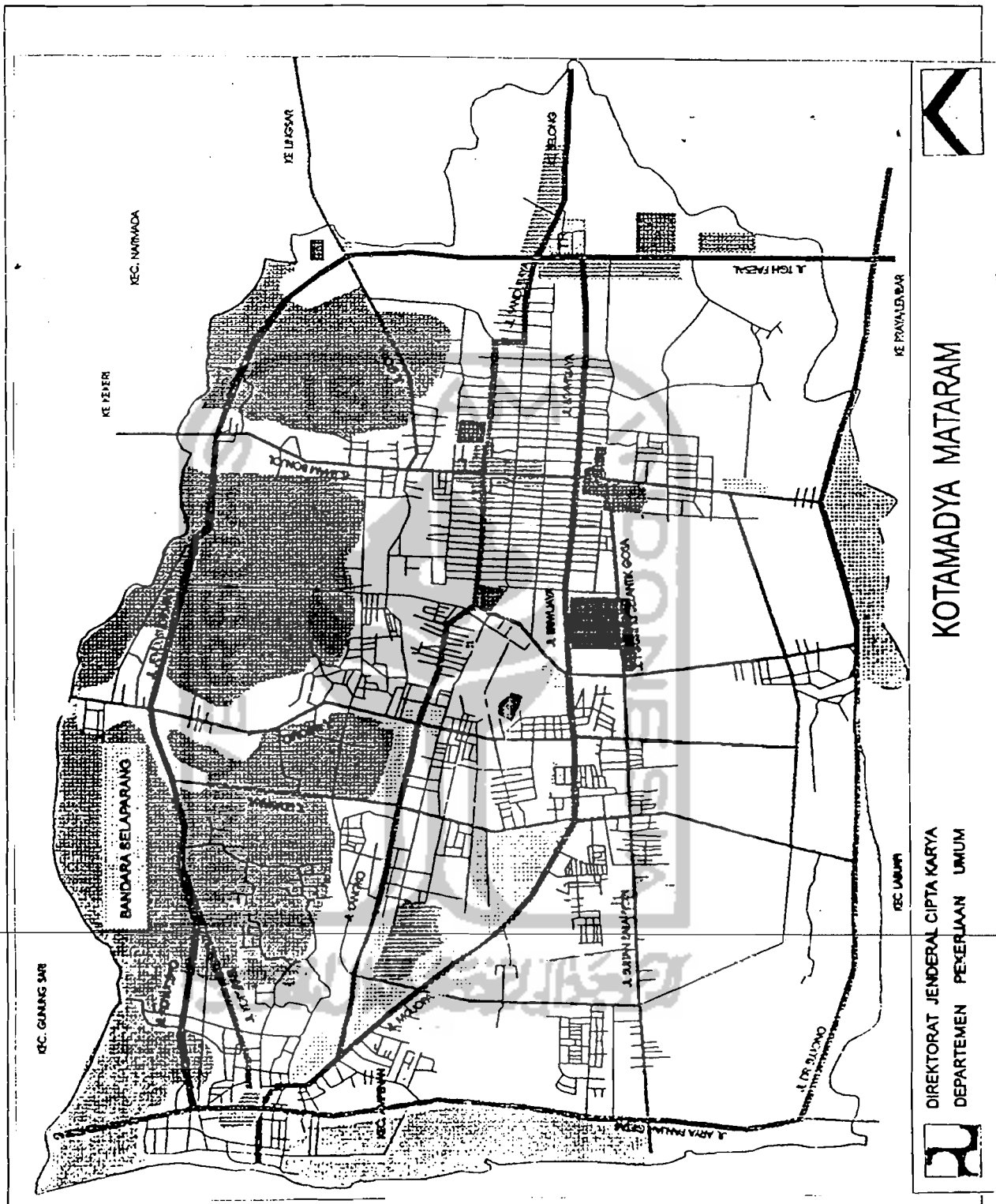
Perdagangan di Kota Mataram ini juga sangat ditunjang adanya fasilitas perdagangan, baik yang memiliki skala regional maupun skala lokal dan juga adanya Bandar Udara Selaparang dan Pelabuhan laut Lembar dan secara ekonomis kota Mataram mempunyai letak yang strategis karena letaknya dekat dengan pusat perdagangan besar yaitu Kota Surabaya dengan jalur lintas wisata pulau Bali.

Wilayah perdagangan di Kodya Mataram menyebar mengelompok pada tiga wilayah kota, yaitu :

- Di Ampenan pada kelurahan Ampenan Tengah, dan sebagian di Kelurahan Ampenan Selatan, serta di Kelurahan Pagutan.
- Di Mataram pada Kelurahan-kelurahan Mataram Timur, sebagian di Dasan Agung, serta Mojok, dan Rembiga.
- Di Cakranegara terdapat pada daerah perbatasan antara Kelurahan-kelurahan Cakra Timur, Cakra Selatan, dan Cakra Barat, serta sebagian di Kelurahan Bertais.



Gambar. II-1 : Situasi penyebaran perdagangan di sepanjang jalan



Gambar. II-2 : Situasi penyebaran perdagangan di Kodya Mataram
Sumber : Laporan ANTARA II

DIREKTORAT JENDERAL CIPTA KARYA
DEPARTEMEN PEKERJAAN UMUM



KOTAMADYA MATARAM

II. 3. POLA PERDAGANGAN DI MATARAM

Perkembangan perdagangan di Mataram yang ada sekarang ini menyebar di tiap-tiap wilayah kecamatan, perkembangannya berada disekitar jalan-jalan wilayah dan merupakan kegiatan perdagangan yang mempunyai fungsi pelayanan lingkungan tingkat kecamatan yang khusus melayani wilayah yang bersangkutan.

II. 3. 1. Bentuk Wadah Kegiatan Perdagangan di Mataram

Ada 3 bentuk wadah kegiatan perdagangan di Mataram, yaitu :

1. Pertokoan

Merupakan bentuk bangunan berdinding bata plasteran pada ketiga sisinya/permanen dengan pintu-pintu pada sisi depan menghadap kejalan. Pada umumnya toko-toko ini menjual pakaian jadi, bahan pakaian, peralatan kantor, aksesories elektronik dan barang kebutuhan sehari-hari. Cara penyajiannya barang yaitu barang dagangan di letakkan diatas meja yang menerus, almari rendah, almari transparan dan pada rak-rak yang berada di dinding toko. Cara pelayanannya yaitu pembeli memilih barang, kemudian memberitahu pramuniaga untuk diberikan bon pembayarannya di kasir atau pembeli langsung dilayani oleh pedagang baik dalam memilih barang maupun dalam pembayarannya.



Gambar. II-3 : Unit pertokoan
Sumber : Observasi Lapangan, 1999

2. Kios

Merupakan ruang dagang yang permanen beratap dan berdinding disepanjang bangunan. Ruang kios hampir mirip dengan petokoan hanya saja dimensi ruangnya lebih kecil. Jenis barang dagangan dan cara penyajian barangnya sama dengan di petokoan. Cara pelayannannya pembeli langsung dilayani oleh pedagang dalam memilih barang maupun dalam pembayarannya.

3. Los

Merupakan ruang dagang yang permanen beratap, dengan atau tanpa dinding di sepanjang bangunan. Pada umumnya los ini digunakan oleh pedagang, daging, ikan, sayur-sayuran, buah-buahan. Cara penyajian barang yaitu barang dagangan di letakkan diatas meja. Cara pelayanannya pembeli langsung dilayani oleh pedagang dalam memilih barang dan pembayarannya.



Gambar. II-4 : Situasi perdagangan pada Los Pasar
Sumber : Observasi, 1999

II. 3. 2. Kesesuaian dengan Sosial Budaya

Perkembangan daerah di Kodya Mataram diakibatkan oleh perkembangan pusat-pusat kegiatan yang beraneka ragam, dengan gaya hidup dan kebutuhan masyarakat yang berbeda-beda. Meningkatnya struktur sosial dan ekonomi yang lebih

baik memungkinkan masyarakat tinggal secara relatif damai, suasana kota sangat penting bagi perkembangan dan pertumbuhan kota.

Sebagai hasil struktur sosial yang lebih maju, terjadilah perubahan-perubahan secara nyata, bangunan-bangunan perumahan yang lebih permanen mulai tersebar ,baik didalam kota maupun didaerah transisi dan pinggiran kota. Pada sekitar kawasan perkantoran dan pendidikan, serta sepanjang jalan utama, kondisi rumah-rumah yang ada cukup baik, selain tata letak bangunan yang lebih teratur, dan mempunyai luas yang cukup besar dan rapi pembagiannya (mengikuti pola grid) serta cukup tersedianya fasilitas umum yang dibutuhkan.

II. 4. KARAKTERISTIK BERDAGANG DI MATARAM

Karakteristik pedagang adalah tingkah laku dan kegiatan pedagang dalam melakukan kegiatan perdagangan dan pelayanannya terhadap konsumen serta penyajian terhadap barang dagangan.

Pedagang di Mataram datang ke tempat-tempat perdagangan dengan menggunakan jasa angkutan transportasi umum yang berupa angkutan kota, cidomo, (cikir) dan untuk para konsumen menggunakan alat transportasi kendaraan pribadi maupun dengan menggunakan jasa angkutan umum.



Gambar . II-5 : sarana transportasi masyarakat di Mataram
Sumber : Observasi, 1999

Cara Penyajian Barang oleh pedagang di Mataram

Sistem penyajian barang oleh para pedagang yang ada di Mataram, bagi pedagang los biasanya dengan menggunakan meja untuk penyajiannya dan untuk pedagang yang keberadaannya di luar bangunan pasar biasanya dengan meletakkan barang dagangannya diatas tampah yang terbuat dari bahan bambu yang ditaruh diatas tenggok (kebanyakan untuk pedagang sayur-sayuran), ada juga yang dalam penyajiannya ditaruh diatas lantai dengan menggunakan bagor/plastik sebagai alasnya biasanya untuk pedagang alat-alat tani dan pertukangan. Untuk pakaian jadi sebagian digantung, dihamparkan diatas meja dan ada juga yang dihamparkan diatas lantai.



Gambar . II-6 : cara penyajian barang pada los pasar
Sumber : observasi, 1999

Untuk pedagang kios sistem penyajian barangnya yaitu dengan :
Menggunakan bentuk meja yang menerus, bentuk almari rendah, bentuk almari transparan, kotak-kotak terbuka, rak-rak almari terbuka/transparan sekaligus sebagai penyimpanan dan lemari pengantung.

Cara Pelayanan oleh pedagang di Mataram terhadap konsumen

Dalam pelayanannya terhadap konsumen lokal (daerah sekitar) para pedagang menggunakan bahasa sehari-hari untuk alat komunikasi dan untuk melayani konsumen yang non lokal mereka menggunakan bahasa Indonesia sebagai alat komunikasi.

I. 5. KARAKTERISTIK BERDAGANG YANG AKAN DI WADAHI

II. 5. 1. Jenis Pedagang

Pedagang tetap

Pedagang tetap dapat diartikan sebagai pedagang yang berdagang sepanjang tahun dan merupakan mata pencaharian utamanya. Termasuk di dalamnya adalah pedagang yang mempunyai tempat berdagang yang sifatnya statis untuk tempat usahanya, sektor ini terbagi dalam dua kelompok, yaitu : pedagang penyewa dan pedagang yang tidak menyewa.

A. Pedagang Penyewa, dapat diartikan sebagai pedagang yang menyewa atau membeli ruangan pertokoan pada pasar yang disediakan oleh investor baik pemerintah maupun swasta, untuk digunakan sebagai tempat menjual barang dagangannya. Pedagang penyewa mempunyai modal sedang hingga besar dapat menyewa (membeli) toko atau kios. Sedang pedagang penyewa yang bermodal kecil dapat menyewa los pada pasar.

• **Jenis Komoditas**

Berdasarkan tingkat kebutuhan pemakaiannya, jenis barang dagangan dapat dikelompokkan :

- a. Barang kebutuhan pokok sehari-hari, misalnya : bahan makanan, makanan jadi, sabun, odol dan sebagainya
 - b. Barang kebutuhan standar, perlu tapi tidak pokok, misalnya : pakaian jadi maupun bahan, perkakas rumah (kelontong dan pecah belah), kebutuhan pertanian dan pertukangan, alat tulis dan kantor.
-

- c. Barang kebutuhan khusus, mewah, luks yang digunakan untuk kenyamanan dan kepuasan, misalnya : perhiasan, aksesoris, elektronik, dan lainnya.

- **Cara Penyajian Barang**

Beberapa cara penyajian barang pada pedagang penyewa ini adalah :

- a. Bentuk meja yang menerus
- b. Bentuk almari rendah
- c. Bentuk almari transparan
- d. Kotak-kotak terbuka
- e. Rak-rak almari terbuka/transparan sekaligus sebagai penyimpanan
- f. Lemari penganjung
- g. Jendela peraga yang penyajian barangnya di luar toko, berfungsi sebagai alat peraga
- h. Barang dagangan diletakkan (dihamparkan) dilantai

Tidak semua bentuk penyajian di atas digunakan pada setiap toko, kios dan los, tetapi hanya beberapa bagian yang sesuai dengan barang yang dijual dan disusun berdasarkan suasana yang dikehendaki.

- **Sifat Fisik Barang Dagangan**

Berdasarkan sifat materi perdagangan yang merupakan sifat fisik barang yang dijual :

Barang yang di jual di pasar mempunyai sifat fisik yang berbeda-beda dan bermacam-macam, antara lain :

- a. Barang bersih hingga kotor
- b. Barang berat hingga ringan
- c. Barang basah hingga kering
- d. Barang tahan lama hingga tidak tahan lama
- e. Barang mudah rusak (riskan) hingga tidak riskan
- f. Barang cair hingga padat
- g. Barang berbau hingga tidak berbau

Dengan adanya sifat fisik barang yang berbeda-beda mengakibatkan perlu adanya zoning dan penanganan terhadap penataan terhadap barang dagangan, penyediaan prasarana pendukung dan tata ruang.

- **Cara Pelayanan**

Berdasarkan cara pelayanannya :

- a. Self selection : pembeli memilih barang, kemudian memberitahu pramuniaga untuk diberikan bon pembayaran di kasir/kassa.
- b. Pembeli langsung dilayani oleh pedagang baik dalam memilih barang maupun dalam pembayarannya.

B. Pedagang bukan penyewa, mempunyai pengertian sebagai pedagang yang tidak mempunyai tempat berdagang secara khusus. Sektor ini biasa disebut sebagai sektor pedagang informal, yang mempunyai pengertian sektor ekonomi marginal (kecil-kecilan) mempunyai ciri-ciri sebagai berikut :⁵

- a. Pola kegiatannya tidak teratur baik dalam arti waktu, permodalan maupun penerimaan.
- b. Kurang tersentuh oleh peraturan atau ketentuan yang ditetapkan oleh pemerintah.
- c. Modal, peralatan dan perlengkapan maupun omzetnya biasanya kecil dan diusahakan atas dasar hitungan harian.
- d. Umumnya tidak mempunyai tempat usaha yang permanen dan terpisah dari tempat tinggalnya.
- e. Tidak mempunyai keterikatan dengan usaha lain yang besar.
- f. Umumnya dilakukan oleh dan melayani golongan masyarakat yang berpendapatan rendah.
- g. Tidak membutuhkan keahlian dan ketrampilan khusus sehingga secara luwes dapat menyerap bermacam-macam tingkat pendidikan tenaga kerja.

⁵ Soecipto W,1995.

- h. Umumnya tiap-tiap satuan usaha memperkerjaan tenaga yang sedikit dan dari lingkungan hubungan kenalan berasal dari daerah yang sama.
- i. Tidak mengenal sistem perbankan, pembukuan, perkreditan.
- Klasifikasi Pedagang bukan penyewa
 - a. Menetap, pedagang bukan penewa yang memerlukan tempat yang sifatnya ‘statis’ untuk tempat usahanya, misalnya : warung, penjual barang produksi/kerajinan, penjual tanaman hias, dan sebagainya. Mereka biasanya membuat tenda-tenda, payung atau membawa rak-rak barang.
Khusus mengenai pedagang kaki lima (PKL) dapat didefinisikan : ⁶
“Pedagang kaki lima adalah mereka yang dalam usahanya menggunakan sarana atau perlengkapan yang mudah dibongkar pasang atau dipindahkan serta mempergunakan bagian jalan trotoar,tempatempat untk kepentingan umum yang bukan peruntukannya bagi tempat usaha, atau tempat lain yang bukan miliknya”.
 - b. Bergerak, pedagang bukan penyewa yang dalam melakukan kegiatan usahanya, biasanya berkeliling dalam suatu kawasan, misalnya : penjual makanan keliling, pedagang asongan, penjual jasa, mereka biasanya memiliki gerobak dorong atau dipanggul.

Penyajian barang pada pedagang bergerak umumnya lebih sederhana dibanding pedagang menetap. Prinsip penyajian barang pada pedagang ini adalah kemudahan untuk diangkut/dibongkar.

Penyajian barang pada pedagang menetap :

- a. Penyajian barang pada meja rendah
- b. Penyajian dalam kotak terbuka
- c. Barang disajikan dilantai

⁶ Daldjoeni, 1987.

Penyajian barang pedagang bergerak :

- a. Barang disajikan di kotak/keranjang dengan pikulan
- b. Barang disajikan dengan gerobak/kotak dorong



Gambar. II-7 : Cara pelayanan perdagangan.
Sumber : Observasi lapangan, 1999

II. 5. 2. Cara Berdagang

Pedagang yang akan diwadahi dalam bangunan adalah yang berdagang secara grosir dan eceran. Pedagang grosir melayani pedagang eceran juga langsung dapat melayani pembeli. Transaksi jual-beli barang biasanya dalam jumlah besar memerlukan tempat yang lebih luas. Fasilitas tempat berdagang yang digunakan pedagang grosir biasanya berupa toko.

Pedagang eceran adalah pedagang yang langsung melayani konsumen atau pembeli. Transaksi jual-beli barang biasanya dalam jumlah yang relatif lebih kecil. Pedagang eceran ini terdiri dari pedagang penyewa dan pedagang kaki lima.

II. 5. 3. Karakter Konsumen

Masyarakat Kodya Mataram cenderung memiliki budaya transisi antara masyarakat modern dan tradisional. Corak kehidupan yang heterogen, kebutuhan yang beragam akan tatap kegiatan ekonomi dari sektor pertanian masih menonjol. Hal ini akan berpengaruh pula pada gaya hidupnya.

Masyarakat transisi mempunyai pola pemenuhan kebutuhan, misalnya : kecenderungan ke arah bentuk baru secara materialistis yang berorientasi pada merk terkenal atau toko besar. Hal ini berpengaruh terhadap sikapnya yang menyukai tempat baru dengan teknologi baru, biasanya senang mencoba bersama-sama meski hanya melihat-lihat.⁷

Pengunjung pada fasilitas perdagangan tersebut biasanya adalah konsumen masyarakat umum dan pedagang eceran. Konsumen masyarakat umum yang ada terdiri dari petani, pegawai, ibu rumah tangga biasa dan sektor usaha lainnya. Diantara mereka memiliki standard kenyamanan yang berbeda sesuai dengan karakternya disaat belanja didalam bangunan, sebagai contoh :

- a. Pedagang eceran biasanya belanja dalam jumlah yang besar karena akan dijual lagi. Jumlah barang dagangan dan jenisnya bermacam –macam sesuai dengan permintaan konsumen yang akan dilayaninya. Cara membawa barang : dijinjing, digendong.
- b. Petani biasanya berbelanja secara mingguan atau bulanan, sehingga mereka perlu belanja banyak barang. Cara membawa barang : dijinjing, digendong, dipikul.
- c. Pegawai/pelajar biasanya belanja setelah pulang kantor atau sekolah, barang belanjannya sedikit. Cara membawa barang dagangan cukup dijinjing.
- d. Ibu rumah tangga biasanya berbelanja setiap hari, berbelanja barang kebutuhan secukupnya. Cara membawa barang dagangan : digendong atau dijinjing.

⁷ Diolah dari A. Anwar FM, 1988.



Gambar. II-8 : Karakter konsumen saat berbelanja.
Sumber : Observasi Lapangan, 1998.

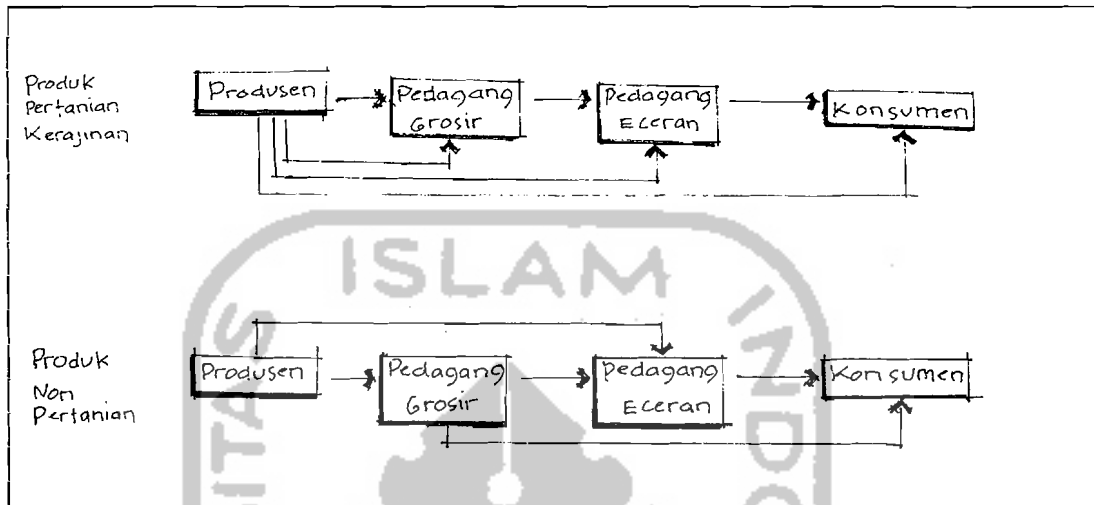
Berdasarkan pengamatan pada pusat-pusat perdagangan, pedagang kaki lima akan selalu muncul. Kehadiran pedagang kaki lima dalam pusat-pusat perbelanjaan biasanya sesuatu yang tidak direncanakan. Akan tetapi karena pola kegiatannya yang tidak teratur dan umumnya tidak mempunyai tempat usaha yang permanen, kehadirannya sering menimbulkan masalah. Dalam bangunan ini diperlukan pengaturan dan penyediaan tempat khusus pedagang kaki lima.

II. 5. 4. Pola Distribusi Barang

Pola distribusi barang yang ada pada fasilitas perdagangan di Kodya Mataram secara umum di bagi dua yaitu distribusi secara langsung dan tidak langsung. Distribusi langsung terjadi tanpa perantara sedangkan distribusi tidak langsung terjadi melewati beberapa perantara.

Untuk produk pertanian dan kerajinan biasanya display langsung dari daerah setempat dan sekitar Kodya Mataram, sedangkan untuk produk non pertanian atau kerajinan disamping display dari daerah setempat juga dari luar daerah. Komoditas tersebut biasanya didatangkan dalam jumlah besar oleh pedagang grosir baru kemudian didistribusikan ke pedagang eceran, dan diteruskan ke konsumen.

Apabila kebutuhan barang meningkat, sebagian besar konsumen menempuh jalur distribusi langsung ke produsen atau pedagang grosir. Akan tetapi sebagian besar masih membeli dari pedagang eceran.



Gambar. II-9 : Pola Distribusi Barang.
Sumber : Analisis.

II. 6. TINJAUAN UMUM RUANG

• Jenis Area Profit

Fasilitas ruang pada Pasar di bagi menjadi tiga berdasarkan kemampuan menghasilkan keuntungan, yaitu :

1. Area yang menghasilkan keuntungan, area disini merupakan area yang menghasilkan keuntungan, dijual atau disewakan, antara lain adalah :
 - a. Fasilitas untuk pedagang tetap
 - Pertokoan yang merupakan yang merupakan tempat perdagangan grosir dan eceran, dapat berdiri sendiri maupun berkelompok.
 - Kios yang merupakan tempat pedagang eceran yang ditata secara berderet.
 - Los yang merupakan tempat pedagang eceran yang ditata secara berkelompok.
 - Fasilitas untuk pedagang kaki lima dibatasi untuk pedagang kaki lima yang sangat menunjang kebutuhan masyarakat umum dan yang menunjang

pemenuhan kenyamanan kenyamanan dan mengurangi kejenuhan dalam berbelanja. Antara lain fasilitas :

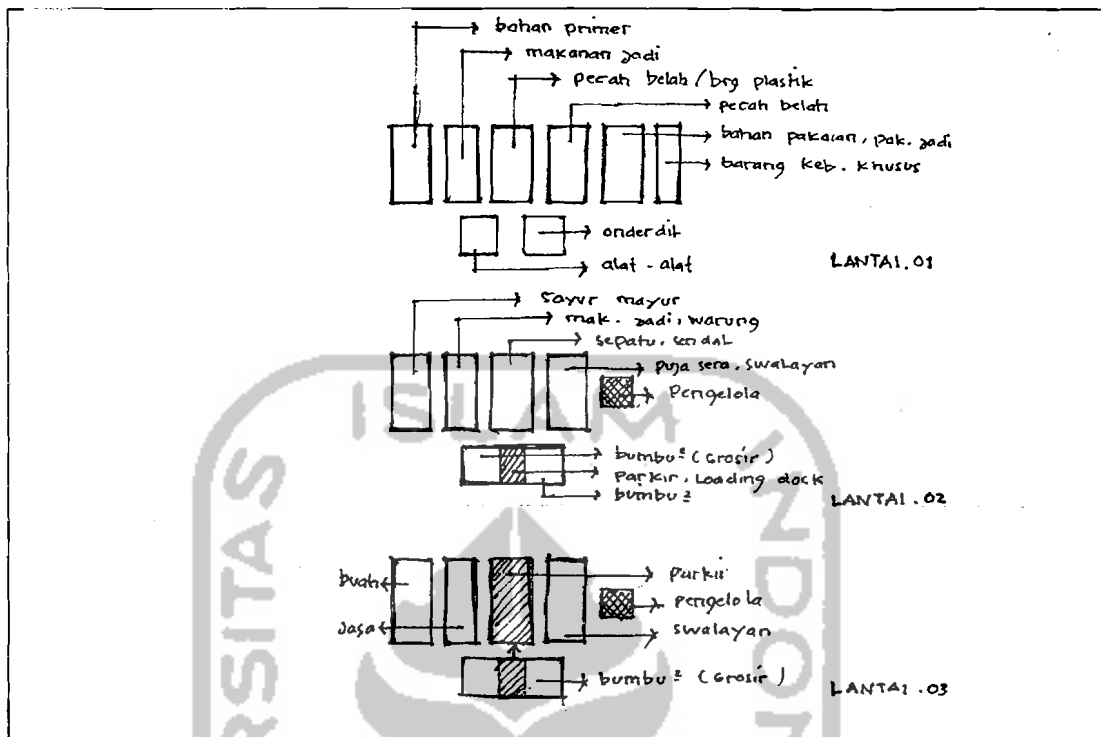
- Pujasera yang merupakan tempat pedagang makanan.
 - Los barang seni dan kerajinan yang memberi kesan rekreatif dan mengurangi kejenuhan dalam berbelanja.
 - Los tanaman hias dan buah-buahan.
 - Kios dan los untuk pedagang alat dan kebutuhan pertanian.
 - Los pedagang kebutuhan sehari-hari dan pakaian.
2. Area yang menghasilkan pemasukan, area ini menghasilkan pemasukan akan tetapi tidak diharapkan dapat mengembalikan modal awal yang dikeluarkan, antara lain : lavatori dan parkir.
 3. Area yang tidak produktif, area ini penting tetapi tidak menghasilkan keuntungan secara langsung, antara lain : pedestrian, pelataran/teras, tempat duduk-duduk, hall, ruang service, seperti : loading dock, ruang mekanikal elektrikal dan mushola.

II. 7. TINJAUAN PUSAT PERBELANJAAN DI DAERAH LAIN

Tinjauan umum pasar didaerah lain digunakan sebagai bahan perbandingan dalam menentukan jenis komoditas, penataan terhadap komoditas dan tingkat kebutuhan terhadap komoditas serta jumlah pedagang.

• Pasar Bringharjo

Pada pasar bringharjo terdapat bermacam-macam barang , baik jenis, sifat materi barang yang diperdagangkan dan cara pelayanannya. Hal ini akan mempengaruhi terhadap penataan komoditas. Adanya zoning untuk mata dagangan dan pedagang merupakan cara untuk mempermudah pelayanan pengunjung dalam perolehan barang yang dicari.



Gambar II-10 : Penataan komoditas Pasar Beringharjo
Sumber : Observasi, 1999

Dari uraian diatas dapat disimpulkan masih adanya potensi dan kendala yang ada, diantaranya :

❖ Potensi

1. Dengan adanya pemisahan komoditas mampu memberikan kemudahan bagi masyarakat maupun bagi pedagang.
2. Adanya zoning terhadap komoditas yang didasarkan pada sifat fisiknya akan dapat menghasilkan ruang yang sesuai dengan jenis barang dagangan.

❖ Kendala

- Penataan terhadap mata dagangan akan berpengaruh terhadap pembentukan ruang.

Golongan Komoditas di Pasar Beringharjo

Logam mulia	Bawang merah
Batu mulia	Lombok
Permata	Kentang
Textil	Hasil bumi
Batik	Buah
Mori	Pisang
Konveksi	Nangka
Pakaian tradisional	Grabatan
Kemasan	Bumbu
Kerajinan	Jahe kencur
Kelontong/pecah belah	Tembakau
Elektronika baru	Bumbu rokok
Barang sayangan	Gula kelapa
Plastik	Minyak goreng
Doos	Ayam hidup
Obat-obatan	Gilingan basah
Bahan kimia	Tukang cukur
Bumbu batik	Jasa timbangan
Bahan bangunan baru	Gilingan kering
Daging	Tukang patri
Telur	Nyepuh
Ikan asin	Warung makan
Garam	Jajan pasar
Jagung, kacang	Kembang
Mlinjo	Anyam-anyaman
Mie basah	Gerabah
Tepung terigu	b.b pakaian
Gula pasir	b.b sepatu sandal
Teh, kopi, gula	b.b koran, majalah
Kobis	goni, kantong gandum
Sayur-mayur	b.b alat elektro
Cam-cau	b.b onderdil
Kolang-kaling	b.b bahan bangunan
Gori	ember, seng, ban mobil
Tahu tempe	alat pertukangan
Daun pisang	alat pertanian
Kelapa	arang
Emping	gamping
Bawang putih	

Tabel. 2 : Jenis-jenis komoditas pasar Beringharjo

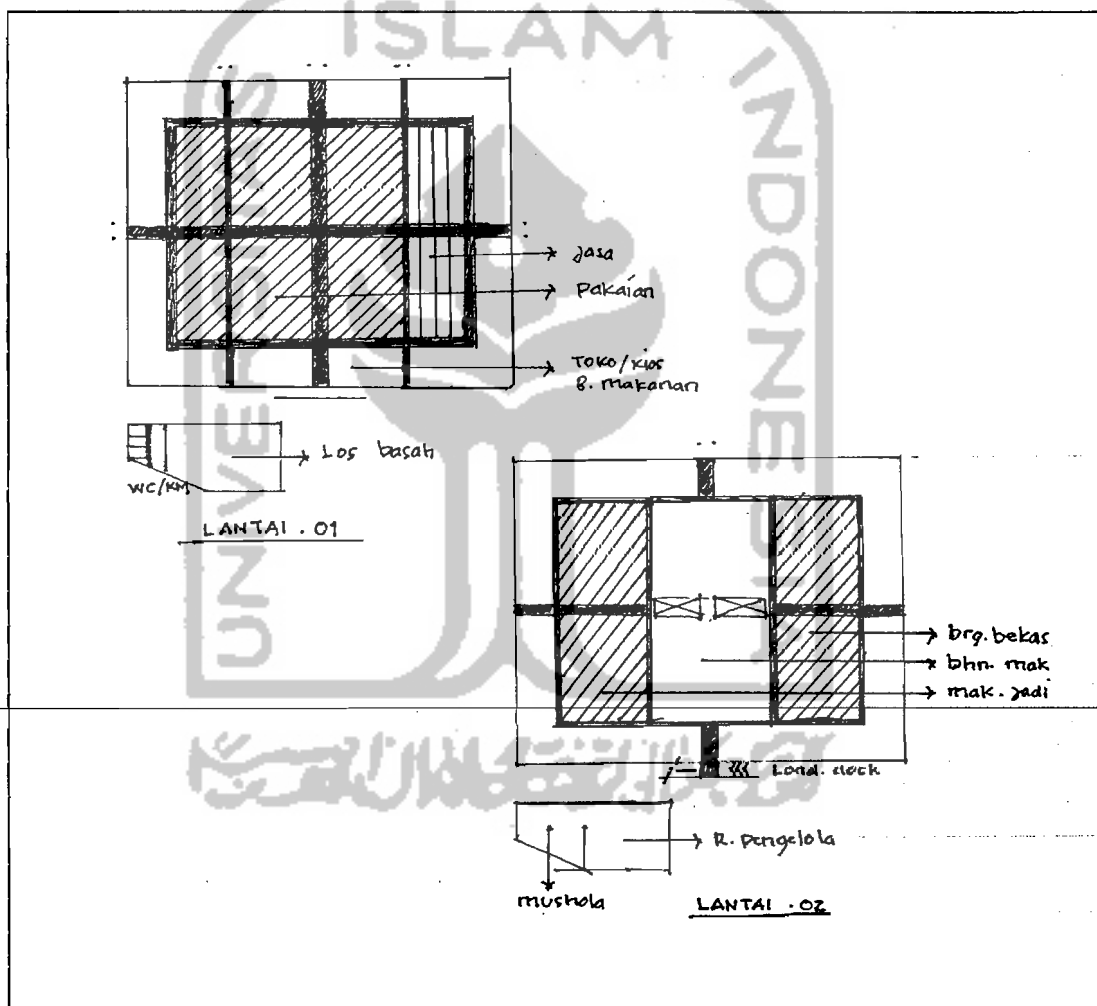
Sumber : observasi, 1999

Bangunan pada pasar Beringharjo terdiri dari 3 lantai dengan pembagian penataan komoditas seperti pada gambar II-10.

Besaran ruang untuk tiap- tiap jenis komoditas pada pasar beringharjo rata-rata untuk los eceran 9 m² dan untuk los grosir 12 m².

- **Pasar Purworejo**

Bangunan pasar terdiri dari dua lantai bangunan. Untuk lantai 1 digunakan oleh pedagang kios dengan mata dagangan sebagian besar kebutuhan sekunder dan lantai 2 digunakan untuk pedagang dengan komoditas kebutuhan primer, sebagian jasa.



Gambar II-11 : Penataan komoditas pada Pasar Purworejo
Sumber : Observasi, 1999.

Luas lantai untuk los lantai rata-rata 4 m² dan kios rata-rata 12 m².

Untuk kios / toko besar luasnya 24 m².

Jumlah pedagang keseluruhan yang ada adalah : 1701 pedagang terdiri dari :

Lantai bangunan	Pedagang Los	Pedagang Kios
Lantai 1	440	186
Lantai 2	1000	32
	Los basah : 43	
Jumlah	1483	218

Tabel. 3 : Jumlah pedagang
Sumber : Dinas Pasar Purworejo, 1999

II. 7. MOTIVASI PENGADAAN PASAR DI MATARAM

A. Motivasi perdagangan

Untuk meningkatkan perdagangan di Kodya Mataram pada khususnya dan Nusa Tenggara Barat pada umumnya.

B. Motivasi Ekonomi

Untuk meningkatkan taraf hidup dan menampung kegiatan perdagangan di Kodya Mataram dan sebagai sarana pemenuhan bagi masyarakat akan barang kebutuhan sehari-hari.

C. Motivasi Sosial

Untuk meningkatkan kondisi masyarakat dengan menyediakan barang kebutuhan sehari-hari sehingga dapat diperoleh kemudahan dalam mendapatkannya.

D. Motivasi Pembangunan

Sebagai dasar pembangunan fasilitas bagi prasarana perkotaan.