

LAPORAN TUGAS AKHIR

## PENATAAN PASAR PRAMBANAN

Penekanan Pada Tata Ruang Dagang Yang Mencerminkan  
Obyek Wisata Perbelanjaan Yang Rekreatif dan Inovatif



Disusun oleh

**JOKO TRIYONO**

No. Mhs · 94 340 112

NIRM · 949051013116129106

JURUSAN ARSITEKTUR  
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOYOKARTA  
2020

**LEMBAR PENGESAHAN**

**TUGAS AKHIR**

**PENATAAN PASAR PRAMBANAN**

**Penekanan Pada Tata Ruang dagang Yang mencerminkan  
Obyek Wisata Pebelanjaan Yang Rekreatif dan Inovatif**

**Disusun Oleh**

**JOKO TRIYONO**

**No. Mhs. : 94340112**

**NIRM/NIMKO : 940051013116120106**

**Telah disetujui dan disahkan di Yogyakarta**

**Pada tanggal : Juli 2000**

**Dosen Pembimbing I**



**(Ir. H. Amir Adenan )**

**Dosen Pembimbing II**



**(Ir. Hastuti Saptorini, MA.)**

**Ketua Jurusan Arsitektur**

**FTSP - UII**

**(Ir. H. Munichy B. Edrees, M. Arch.)**

## KATA PENGANTAR

Assalaamu 'alaikum Wr. Wb.

Tiada ungkapan lebih berarti selain rasa syukur yang mendalam kehadirat Allah SWT. Oleh karena kasih dan kemurahan-Nya, yang telah memberi rahmat dan hidayah sehingga penulis dalam segala keterbatasannya dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini dengan baik. Buku ini disusun sebagai bagian dari tahapan Tugas Akhir yang diajukan sebagai syarat untuk syarat mencapai gelar Sarjana Teknik Arsitektur, Jurusan Arsitektur Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan, Universitas Islam Indonesia dengan judul : PENATAAN PASAR PRAMBANAN dengan PENEKANAN PADA TATA RUANG DAGANG YANG MENCERMINKAN OBYEK WISATA PERBELANJAAN YANG REKREATIF DAN INOVATIF.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Ir. Munichy B. Edrees, M. Arch selaku ketua jurusan Teknik Arsitektur Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan Universitas Islam Indonesia dan Civitas Academica Jurusan Arsitektur.
2. Bapak Ir. Amir Adenan dan Ir. Hastuti Saptorini, MA. Selaku Dosen pembimbing Tugas Akhir, yang telah memberikan bimbingan, semangat dan penalaran selama tahap penulisan.
3. Ir. Muhammad Iftironi, selaku wali dosen, yang selalu memberi bimbingan dan dorongan semangat yang tulus.
4. Sejumlah Pihak dan instansi yang menijinkan penulis mendapatkan data-data.
5. Kedua orang tuaku (Ayahanda dan Ibunda) tercinta, atas segala kesabaran dan doa restunya serta motivasi yang tiada henti-hentinya.
6. Kakak dan adikku yang selalu memberi motivasi dan dukungan semangat yang tulus dan ikhlas.
7. Adinda yang tercinta (Binari Kusumaningtyas, SE) yang selalu memberi semangat dan dukungannya.

8. Saudara-saudaraku yang selalu memberikan semangat atau motivasi dan dukungan semangat dengan tulus dan ikhlas.
9. Anang Dodi Pracaya, SE. , Mas Kus, SP. Purnomoadi (Ipung), SE. , Handoko, Ragil, Dedi, Anto, Kelik, Muhammad Is Trijoko, SE. , Korim, ST. , Wowok dan teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih semuanya, yang telah banyak membantu selama proses penulisan hingga terselesaikannya karya ini, kiranya Allah SWT sendiri yang akan membalas segala budi baik yang telah diberikan.
10. Beserta teman-teman Arsitek Angkatan '94 (FKA '94) yang selalu memberi motivasi selama bersama-sama duduk dibangku kuliah.

Akhirnya penulis berharap semoga buku ini bermanfaat.

Wassalaamu 'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, Juli 2000

Penulis

JOKO TRIYONO

(94340112)

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAKSI	xiii
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1. LATAR BELAKANG.....	1
1.1.1. Industri Kerajinan Pada Kawasan Candi Prambanan.....	3
1.1.2. Kondisi dan Potensi Khusus Perbelanjaan di Pasar Prambanan.....	3
1.1.3. Kendala Pasar Prambanan.....	7
1.3. PERMASALAHAN.....	8
1.3.1. Permasalahan Umum.....	8
1.3.2. Permasalahan Khusus.....	8
1.4. TUJUAN DAN SASARAN.....	8
1.4.1. Tujuan.....	8
1.4.2. Sasaran.....	9
1.5. LINGKUP PEMBAHASAN.....	9
1.6. METODE PEMBAHASAN.....	9
1.6.1. Observasi.....	9
1.6.2. Analisa.....	10
1.6.3. Sintesa.....	10
1.7. SISTEMATIKA PENULISAN.....	11
1.8. KEASLIAN PENULISAN.....	11
1.9. KERANGKA POLA PIKIR.....	13
BAB II : TINJAUAN UMUM PASAR TRADISIONAL	
2.1. TINJAUAN UMUM PASAR TRADISIONAL...	14
2.1.1. Pengertian.....	14
2.1.2. Tinjauan Lembaga Pasar.....	15
2.1.3. Perkembangan Fungsi Pasar.....	16
2.1.4. Fasilitas Utama Pasar Yang Dibutuhkan...	18
2.1.5. Sifat Kegiatan Pasar Tradisional.....	18
2.1.6. Sifat Kegiatan Jual Beli.....	19
2.1.7. Sifat Kegiatan Pariwisata.....	19
2.2. TINJAUAN SISTEM PERPASARAN.....	20
2.2.1. Sistem Distribusi.....	20

2.2.2. Sistem Pelayanan.....	21
2.2.3. Ruang Kegiatan Perpasaran.....	21
2.2.4. Pasar Ditinjau dari Klasifikasinya.....	25
2.2.5. Persyaratan Pasar.....	26
2.3. FAKTOR PELAKU KEGIATAN PASAR.....	28
2.3.1. Konsumen.....	29
2.3.2. Pedagang.....	30
2.3.3. Pengelola.....	31
2.3.4. Unsur-Unsur Penunjang.....	31
2.4. PENGELOMPOKAN TINGKAT KEBUTUHAN BARANG DAGANGAN.....	32
2.4.1. Jenis Dagangan.....	32
2.4.2. Pengelompokan Jenis Dagangan.....	33
2.5. TINJAUAN CITRA BANGUNAN.....	33
2.5.1. Pengertian.....	33
2.5.2. Citra Sebagai Simbol.....	34
2.5.3. Citra Pada Penampilan Bangunan.....	35
BAB III : ANALISA PASAR PRAMBANAN YANG REKREATIF DAN INOVATIF.....	37
3.1. ANALISA KEDUDUKAN PASAR PRAMBANAN	37
3.1.1. Status dan Kelas Pasar Prambanan.....	37
3.1.2. Kepariwisataaan .....	37
3.2. ANALISA TAPAK.....	38
3.2.1. Analisa Kedudukan Site.....	38
3.2.2. Analisa Kapasitas Pedagang.....	41
3.2.3. Analisa Aksesibilitas.....	45
3.3. ANALISA KEBUTUHAN FASILITAS PERBELANJAAN..	47
3.3.1. Analisa Klasifikasi Perbelanjaan.....	47
3.3.2. Analisa Materi Yang Diperdagangkan....	48
3.3.3. Analisa Sistem Pelayanan Dalam Pusat Perbelanjaan.....	49
3.3.4. Analisa Pola Sirkulasi Kegiatan Perilaku	50
3.4. ANALISA KEBUTUHAN RUANG DAN BESARAN RUANG.....	53
3.4.1. Studi Tata Ruang.....	53
3.4.2. Program kegiatan.....	53
3.4.3. Pengelompokan Ruang Dagang.....	54
3.5. ANALISA TATA RUANG DAGANG.....	62
3.5.1. Pola Hubungan Ruang.....	62
3.5.2. Analisa Organisasi Ruang.....	64
3.6. ALTERNATIF STARTEGI PENATAAN.....	66
3.7. ANALISA SIRKULASI.....	67
3.7.1. Arah dan Macam Sirkulasi.....	68

3.7.2. Analisa Kualitas dan Kuantitas Lebar Jalur Sirkulasi.....	70
3.7.3. Analisa Penataan Ruang Dalam.....	72
3.7.4. Analisa Kualitas Ruang Dalam.....	80
3.7.5. Analisa Penatan Ruang luar.....	80
3.8. ANALISA PENAMPILAN BANGUNAN YANG INOVATIF.....	83
3.8.1. Analisa Citra Bangunan.....	83
3.8.2. Analisa Bentuk Bangunan Yang Inovatif.....	85
3.9. ANALISA SISTEM BANGUNAN.....	88
3.9.1. Analisa Stuktur dan Bahan Bangunan....	88
3.9.2. Analisa Sistem Utilitas Pasar Pada Site..	88
 BAB IV : KONSEP DASAR PERENCANAAN DAN PERANCANGAN.....	92
4.1. KONSEP DASAR OBYEK WISATA PERBELANJAAN YANG DIRENCANAKAN....	93
4.1.1. Konsep Dasar Pasar Tradisional Prambanan Yang Ditingkatkan Menjadi Bagian Obyek Wisata Perbelanjaan.....	93
4.1.2. Konsep Perencanaan dan Perancangan Site..	94
4.2. KONSEP PROGRAM RUANG.....	95
4.2.1. Macam Ruang dan Besaran Ruang.....	95
4.2.2. Konsep Penataan Ruang Dagang.....	98
4.2.3. Konsep Organisasi Ruang dan Pengelompokan Ruang.....	98
4.2.4. Pola Gubahan Massa.....	100
4.3. KONSEP LAY OUT SIRKULASI.....	101
4.3.1. Konsep Pola Sirkulasi Ruang Dagang.....	101
4.3.2. Konsep Penataan Ruang Dalam.....	102
4.3.3. Konsep Penataan Ruang Luar.....	105
4.4. KONSEP PENAMPILAN BANGUNAN YANG INOVATIF.....	107
4.4.1. Konsep Bentuk Bangunan yang Inovatif..	107
4.4.2. Konsep Visual Bangunan.....	108
4.4.3. Konsep Karakter Penampilan Bangunan....	109
4.5. KONSEP SISTEM BANGUNAN.....	110
4.5.1. Struktur dan Bahan Bangunan.....	110
4.5.2. Konsep Sistem Utilitas.....	111
 DAFTAR PUSTAKA.....	113
LAMPIRAN .....	114

## DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1 Fasilitas pendukung pasar berdasarkan kelasnya	26
2.2 Hirarki pelayanan dan spesifikasi menurut Soewito	26
2.3 Tinjauan pedagang dan macamnya	31
2.4 Kelompok materi dagangan dan spesifikasinya	33
3.1 Jumlah pedagang Pasar Prambanan	53
3.2 Kelompok dan macam kegiatan pelaku	53
3.3 Besaran ruang kios pasar	61
3.5 Kebutuhan ruang fasilitas perbelanjaan	62
3.6 Besaran ruang perbelanjaan	63
3.7 Pengelompokan variasi sirkulasi rekreatif pada ruang dalam	79

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Pola hubungan bangunan dengan lingkungan	24
2.2 Pola unit ruang jual beli	24
2.3 Pola lay out dan sirkulasi	25
2.4 Citra bangunan sebagai simbol	34
2.5 Bangunan biro di Hamburg	36
3.1 Peta Kabupaten Sleman dengan lokasi Kecamatan Prambanan	40
3.2 Lokasi pasar pada site	40
3.3 Besaran dan lokasi site	45
3.4 Analisa view site	47
3.5 Cara penyajian dan pelayanan	50
3.6 Pola sirkulasi kegiatan pengunjung	52
3.7 Pola sirkulasi kegiatan barang	52
3.8 Skema strategi penataan ruang dan jenis barang dagangan	57
3.9 Pola sirkulasi pada ruang dagang fasilitas perbelanjaan	65
3.10 Jalur lalu lintas orang dan lebar pengamatan	71
3.11 Kedudukan dan sudut pandang mata atas bidang buka vertikal	72
3.12 Pola grid (kios/los & superekonomi)	73
3.13 Pola spiral (gallery promosi wisata/Handicraft centre)	73
3.14 Site dengan pencapaian bangunan secara tersamar	75
3.15 Bentuk pintumasuk yang rekreatif	76
3.16 Bentuk ruang sirkulasi dan konstruksi yang rekreatif	77
3.17 Ruang terbuka pada satu sisi	77
3.18 Karakter benda tiga dimensi	78
3.19 Pengolahan ruang terhadap benda pameran tiga dimensi	79
3.20 Bentuk dasar ruang dalam dan ornamen	80
3.21 Sirkulasi pejalan kaki dan kendaraan	81
3.22 Elemen-elemen ruang luar	82

3.23 Penempatan tempat istirahat di luar bangunan	82
3.24 Bentuk ruang plaza	83
3.25 Pewadahan fisik untuk los pasar tradisional	85
3.26 Gagasan/ide sketsa denah dan bentuk bangunan yang inovatif	87
3.27 Sketsa posisi/bagian bangunan pasar yang mengalami pengembangan sampai tahun 2010 mendatang	87
3.28 Sistem pembuangan limbah basah/cair secara fungsional	89
3.29 Sistem pembuangan air hujan secara fungsional	90
4.1 Konsep orientasi tapak	95

## ABSTRAKSI

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan daerah tujuan wisata terbesar kedua setelah Bali. Dengan mencermati kenyataan bahwa untuk kegiatan ekonomi (perdagangan) yang menjadi tolak ukur di dalam pengembangan tujuan wisata yang diarahkan untuk meningkatkan fasilitas pendukung pariwisata, maka salah satu bentuk kegiatan yang cukup berpotensi adalah pusat perbelanjaan. Berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik untuk melakukan " *Penataan Pasar Prambanan dengan Penekanan Pada Tata Ruang Dagang Yang Mencerminkan Obyek Wisata Perbelanjaan Yang Rekreatif dan Inovatif* " di kawasan wisata Candi Prambanan agar dapat menjadi salah satu obyek wisata yang dapat memberikan nilai lebih terhadap daerah tersebut khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta bagian timur sebagai pintu gerbang tujuan wisata. Selain analisa Penataan Pasar Prambanan sebagai tempat jual beli sembilan bahan pokok, juga lebih diorientasikan pada sirkulasi dan penampilan bangunan yang baru. Dengan memasukkan, menggabungkan dan pengaturan beberapa unsur materi dagangan yang mempunyai nilai seni sekaligus nilai jual dan unsur tradisional di sekitar maupun di luar kawasan tersebut maka akan menjadi daya tarik atau magnet untuk menarik para wisatawan. Sehingga Pasar Prambanan akan benar-benar menjadi pasar yang mencerminkan obyek wisata perbelanjaan yang rekreatif dan inovatif. Berdasarkan data dan analisa, lokasi Pasar Prambanan yang berada di kawasan wisata Candi Prambanan dan merupakan daerah perbatasan Yogya-Klaten sebagai tempat transit memungkinkan daerah tersebut dapat berkembang khususnya dalam pengembangan atau penataan Pasar Prambanan menjadi pusat perdagangan. Selain itu dengan keberadaan Pasar Prambanan di kawasan wisata diorientasikan pada bentuk-bentuk kegiatan yang rekreatif dan inovatif. Hal ini dapat di analisa melalui pengolahan sirkulasi dan bentuk atau penampilan bangunan. Bila dilihat dari pengolahan sirkulasi yang rekreatif sendiri mempunyai orientasi pada jual beli sebagai kegiatan berhenti dan kegiatan pencapaian sebagai kegiatan bergerak. Dari orientasi ini dapat memberikan kesan terhadap pengguna selama berada di ruang tersebut. Sekaligus akan merasa betah dan tertarik untuk datang mengunjungi, dikarenakan adanya efek-efek dari pencapaian sebagai kegiatan bergerak yang diwujudkan dalam penampilan entrance dan pencapaian yang tersamar akan memberikan kesan yang berbeda dengan pasar-pasar yang sudah ada. Maka bentuk atau penampilan bangunan diwujudkan dalam perpaduan antara bangunan tradisional Jawa dengan bentuk candi yang karena keberadaan pasar tersebut berada di daerah wisata candi. Selain itu pasar juga tidak terlepas dari masalah ruang service (area parkir) dan utilitas (pengolahan limbah). Dengan menerapkan sistem dua area parkir yaitu di lantai dasar dan di atas lantai bangunan diharapkan agar semua kegiatan dapat terlayani dengan lancar dan menghemat biaya / ongkos pelayanan. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan berupa konsep-konsep yang dapat memberikan gagasan-gagasan baru, meliputi: penekanan pada letak lokasi, jenis komoditi dagangan, pengolahan pola ruang dagang dan penampilan citra bangunan yang ditekankan pada perpaduan antara bangunan tradisioanal Jawa dengan bentuk candi.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. LATAR BELAKANG**

Kecamatan Prambanan, merupakan wilayah yang strategis untuk dapat tumbuh dan berkembang, karena terletak pada jalan utama propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta - Klaten (Jawa Tengah) yang sekaligus merupakan daerah perbatasan. Di daerah tersebut terdapat obyek pariwisata yang mempunyai prioritas utama dalam daerah kunjungan wisata yaitu Candi Prambanan. Dalam perkembangannya diramalkan akan menjadi daerah yang semakin potensial karena direncanakan menjadi titik pertemuan jalan tol Yogyakarta-Solo-Semarang dengan jalan propinsi yang sudah ada yaitu Yogyakarta-Prambanan-Solo. Dan daerah yang menjadi pintu gerbang keluar masuknya kendaraan berada di Desa Selomartani, Kecamatan Kalasan, Kabupaten Sleman. Konsep ini di dasarkan pada Pengoptimalan perekonomian mengenai peningkatan kontribusi sektor non primer dalam PDRB Jateng dan DIY, Sehingga untuk mengurangi kesenjangan antar wilayah dan pemeratakan pelaksanaan pembangunan maka muncul Joglosemar (Yogyakarta-Solo-Semarang) tersebut. Hal ini sangat mempengaruhi keberadaan Kecamatan Prambanan karena selain sebagai pintu gerbang persinggahan (tansit), juga merupakan tempat pertemuan di antara sejumlah kegiatan/aktifitas ekonomi diantaranya terdapat sub terminal, pasar tradisional, dan aktifitas ekonomi lainnya.

Di saat sekarang ini sektor pariwisata merupakan sektor yang sangat diandalkan guna mendukung sektor perdagangan. Terutama di kawasan Candi Prambanan yang merupakan aset untuk dikembangkannya fasilitas penunjang yang lain. Apalagi didukung oleh beberapa sektor industri kerajinan di kawasan Prambanan yang keberadaan lokasinya masih berpencar-pencar tanpa ada suatu organisasi yang terpadu guna mendukung pariwisata di kawasan Candi Prambanan yang juga bisa menjadi aset obyek wisata perbelanjaan tanpa menutup kemungkinan aset industri kerajinan di daerah lain untuk masuk menjadi bagian

dari obyek wisata perbelanjaan tersebut. Untuk itu maka kriteria penekanan judul lebih di orientasikan pada hal-hal yang menyangkut dibawah ini :

Pasar : Menurut Rihard A Bilas (Ekonomi Mikro, 1985) “Pasar adalah wadah pertemuan antara penjual dan pembeli (konsumen) untuk saling mengadakan transaksi jual beli barang dan jasa.

Tata Ruang Dagang : Pengaturan terhadap ruang penjualan yang disesuaikan dengan besaran ruang, jenis maupun karakteristik barang dagangan yang akan diwadahi.

Obyek wisata : Perwujudan daripada ciptaan manusia, tata hidup seni budaya serta sejarah bangsa dan tempat atau keadaan alam yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi wisatawan.<sup>1</sup>

Pusat Perbelanjaan atau shopping centre merupakan salah satu fungsi yang dibutuhkan sebagai salah satu mata rantai dari kegiatan ekonomi dan sarana fisik perdagangan.<sup>2</sup>

Rekreatif : Karakter fisik yang bersifat menyenangkan, mengesankan suasana santai dan membuat betah pemakai untuk berlama-lama di pusat perbelanjaan.

Inovatif : Karakter fisik yang bersifat pembaharuan dari bentuk-bentuk yang ada dan menarik perhatian

Jadi dapat disimpulkan bahwa tata ruang dagang sebagai pencerminan obyek wisata perbelanjaan yang rekreatif dan inovatif adalah Bagaimana cara menciptakan suatu wujud bangunan dan ruang-ruang yang mempunyai daya tarik bagi wisatawan untuk datang dan singgah menikmati suasana maupun kegiatan yang ada. Dalam hal ini pengaturan ruang-ruang penjualan berdasarkan besaran ruang, jenis maupun karekteristik barang dagangan yang bangunannya bersifat permanen digunakan oleh pedagang resmi sedangkan bangunan yang sifatnya tidak permanen digunakan oleh pedagang tidak resmi (pedagang kaki lima).

---

<sup>1</sup> Buku Pengantar Pariwisata Indonesia, diterbitkan oleh Direktorat Jenderal Pariwisata.

<sup>2</sup> Shopping Centre Deverlopment Hard Book, ULI 1997.

### **1.1.1. Industri Kerajinan Pada Kawasan Candi Prambanan**

Potensi yang ada di kawasan Prambanan selain Obyek wisata Candi Prambanan juga ada industri kerajinan yang mempunyai aset yang menarik bagi wisatawan untuk datang berkunjung dan membeli barang kerajinan tersebut.

Beberapa industri kerajinan yang ada dan juga hasilnya telah di ekspor ke berbagai negara antara lain :<sup>3</sup>

- a. Kerajinan Kulit.
- b. Kerajinan Kayu.
- c. Kerajinan Mendong / Serat Sisal dan Tenun.
- d. Kerajinan Fiber Glass.
- e. Kerajinan Bambu.

Dari data di atas menunjukkan bahwa jumlah industri kerajinan di DATI II Sleman sangat potensial untuk di organisir secara terpadu. Dengan kondisi tersebut maka semakin meningkatkan arus wisatawan yang berkunjung pada obyek tersebut. Selain itu ditambah dengan kecenderungan para tourist manca negara pada saat ini lebih berorientasi pada bisnis selain untuk berwisata. Para tourist tersebut lebih cenderung ke dunia kerajinan sehingga harus membutuhkan sebuah Unit Pelayanan Promosi dan Informasi (UPPI) untuk dapat mengetahui pusat kerajinan yang ada beserta pruduknya maupun potensi-potensi wisata yang dapat mendukung kegiatan tersebut.

### **1.1.2. Kondisi dan Potensi Khusus Kegiatan Perbelanjaan di Pasar Prambanan**

Mencermati kenyataan bahwa untuk kegiatan ekonomi yaitu perdagangan yang menjadi tolak ukur di dalam pengembangan tempat tujuan wisata yang diarahkan untuk meningkatkan fasilitas pendukung pariwisata maka salah satu bentuk kegiatan yang cukup berpotensi adalah pusat perbelanjaan / pasar. Pasar Prambanan menjadi sangat penting karena sejumlah aktifitas/kegiatan ekonomi terfokus di dalamnya yang dapat memberikan nilai lebih pada kawasan tersebut sehingga perlu penataan yang dapat memberikan daya tarik terhadap wisatawan

yaitu dengan berusaha meningkatkan sarana dan prasarana yang tidak terlepas dari tuntutan zaman sehingga tidak tertinggal dari pusat-pusat kota besar lain yang selalu memprioritaskan kegiatannya di sektor perekonomian dan hiburan. Selain itu kondisi Pasar Prambanan saat ini masih mengalami ketidakteraturan di dalam penataan los-los penjualan barang dagangan yang setiap saat mengalami peningkatan penambahan jumlah pedagang yang masuk ke pasar tersebut. Penataan kawasan kota Prambanan dalam upaya mengantisipasi pergeseran kegiatan sejalan dengan perkembangan kondisi baru yang secara potensial mengembangkan pusat kota kecamatan menjadi ujung tombak di dalam pembangunan di propinsi DIY.

Bila dilihat dari sisi lain perkembangan pelaku ekonomi produktif perkotaan, "Pedagang Kaki Lima" dewasa ini dalam setiap tahunnya selalu menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan. Fenomena yang muncul dalam perkembangan sektor informal ini antara lain adalah (1) Semakin padatnya ruas jalan yang digunakan untuk tempat berjualan pedagang kaki lima. (2) Menyerap angkatan kerja. Hal ini dapat dilihat pada sebagian masyarakat yang mempunyai modal kecil-kecilan dan keahlian di dalam berdagang, cenderung mengembangkannya guna menambah penghasilan dan juga sebagai lapangan pekerjaan. (3) Berkembang ekonomi produktif ekonomi rakyat seperti hasil kerajinan tangan, hasil industri kecil (makanan ringan, roti, dll).

Keberadaan pedagang kaki lima (sebagai sektor informal) merupakan kegiatan yang seringkali dianggap mengganggu keindahan, ketertiban, kebersihan, kenyamanan dan yang lainnya yang bersifat negatif. Hal ini disebabkan oleh pada umumnya mereka tidak memenuhi ketentuan-ketentuan yang berkenaan dengan pedagang kaki lima. Selain itu jumlah pedagang kaki lima di kota-kota hampir setiap tahunnya mengalami peningkatan dilihat dari para pedagang yang bersosialisasi di sepanjang trotoar jalan maupun di pinggir-pinggir jalan dengan membuka jenis barang dagangan berupa warung-warung tenda, pedagang makanan kecil (gerobak dorong), dan lain sebagainya. Hal negatif yang sering

---

<sup>3</sup> Tourist Guide to Sleman, Dinas pariwisata Kabupaten Sleman 1999.

ditimbulkan adalah sebagian dari mereka cenderung untuk menetap seterusnya di tempat tersebut sehingga mengganggu ketertiban.

Di sisi lain adalah merupakan kenyataan bahwa sektor informal (pedagang kaki lima) terbukti menjadi katup pengaman ekonomi. Untuk mencari titik temu tersebut maka dilakukan usaha konstruktif agar keberadaan sektor informal perkotaan (pedagang kaki lima) mampu menjadi katup pengaman, juga mampu memberi nilai lebih terhadap keindahan, ketertiban, kenyamanan atau bahkan menjadi daya tarik wisata. Dengan pertimbangan bahwa kawasan perkotaan yang semakin padat dan dayaampungnya terbatas, maka dipandang perlu dilakukan pengembangan atau pengalihan pusat kegiatan ekonomi dari pusat kota ke daerah-daerah pertumbuhan baru. Kota Kecamatan Prambanan merupakan salah satu wilayah potensial untuk ditumbuhkembangkan.

Pasar Prambanan merupakan pasar tradisional yang didalamnya terjadi kegiatan jual-beli macam-macam barang dagangan dan kegiatan dari Pasar Prambanan ditentukan oleh *hari pasaran* sebagai puncak kegiatan perdagangan dan pada hari-hari selain *hari pasaran*, kegiatan bersosialisasi masih tetap berjalan seperti biasa. Pasar Prambanan ini terletak di Kelurahan Bokoharjo, Kecamatan Prambanan, Kabupaten Sleman.

Secara garis besar luas area Pasar Prambanan adalah 21.825 m<sup>2</sup>, dengan luas bangunan 5.037 m<sup>2</sup> serta jumlah pedagang terbagi ke dalam beberapa bagian, yaitu : untuk kios jumlah pedagang 201, untuk los jumlah pedagangnya adalah 433, dan jumlah pedagang di luar kios dan los adalah 165, jadi total jumlah pedagang yang ada sebanyak 799 pedagang. Apabila ditambah pedagang musiman berjumlah 215 pedagang maka totalnya menjadi 1.014 pedagang. Dari jumlah pedagang yang ada itu, ternyata mengalami peningkatan yang cukup pesat yaitu ± 4,8% dari tahun sebelumnya. Dikarenakan keberadaan pedagang musiman yang tidak menetap maka jumlah pedagang musiman tersebut diabaikan tetapi dalam kenyataannya kedatangan pedagang musiman ini membawa dampak yang kurang baik terhadap lahan yang tersedia maka perlu antisipasi dan pengaturan agar kegiatan bersosialisasi tidak mengganggu kelancaran dan kenyamanan. Untuk itu

perlu suatu perencanaan mengenai penataan Pasar Prambanan agar dapat teroptimalisaikan semua pedagang dalam suatu wadah kegiatan berdasarkan dua fungsi pemanfaatan ruang khususnya yang digunakan oleh pedagang musiman dengan skala pelayanan 70 km untuk melayani 136.691 jiwa<sup>4</sup>.

Pasar Prambanan merupakan sebuah tempat perbelanjaan yang dikelola dan dimiliki oleh Pemerintah Daerah Tingkat II Sleman. Pasar Prambanan berdasarkan hirarki pelayanan perdagangan diharapkan dapat melayani dalam skala kota sekitar dan di luar Daerah Istimewa Yogyakarta yaitu Kabupaten Klaten (Propinsi Jawa Tengah). Adapun jenis barang/jasa dagangan terdiri dari : kebutuhan pokok utama, pedagang roti, pedagang kelontong, elektronik, alat rumah tangga, pakaian jadi, rumah makan/kedai, sepatu dsb, perhiasan, hewan (unggas/burung).

### **1.1.3. Kendala Pasar Prambanan**

Pasar Prambanan yang dibangun pada tahun 1982, saat ini kondisi fisiknya mengalami banyak kerusakan dan tidak tertatur. Demikian juga dengan area parkir yang sangat terbatas. Tidak terdapatnya kios maupun los yang disediakan untuk memasarkan barang dagangan berupa souvenir yang mencerminkan wisata di kawasan Prambanan. Bila dilihat dari peningkatan jumlah pedagang di Pasar Prambanan yaitu sebesar 4,8 %, menunjukkan bahwa Pasar Prambanan mempunyai peran yang sangat penting di wilayah tersebut dan merupakan bagian dari mata pencaharian dari masyarakat.

Fenomena dari pertambahan jumlah pedagang yang tidak dapat ditampung oleh Pasar Prambanan, menimbulkan efek pemakaian pembatas jalan dan tempat-tempat kosong lain sehingga kondisi pasar menjadi padat dan tidak teratur. Keberadaan Pasar Prambanan juga tidak terlepas dari interaksi terhadap lingkungan sekitar terutama yang berhubungan dengan kondisi jaringan utilitas lingkungan dan utilitas bangunan yang ada misalnya tempat pembuangan sampah, tidak adanya got / drainase sehingga berdampak negatif terhadap lingkungan sekitar. Kesemrawutan pada Pasar Prambanan ini tidak saja menggnggu

---

<sup>4</sup> Pengelola Pasar Prambanan, Data Statistik Pasar 1999.

kenyamanan berbelanja tetapi juga berpengaruh pada citra pasar yang berinteraksi pada lingkungan sekitar.

Pasar Prambanan yang berada di antara beberapa pusat obyek wisata merupakan salah satu fasilitas pendukung dari wisata Candi Prambanan yang selalu ramai dikunjungi oleh wisatawan nusantara maupun asing sehingga keberadaan Pasar Prambanan akan menjadi lebih potensial untuk dikunjungi juga. Begitu pula dengan Candi-Candi lainnya yang keberadaannya sangat berperan penting dalam tumbuhkembangnya pendapatan ekonomi kota tersebut. Selain itu dari hasil pengamatan langsung jaringan jalan, sebagai indikasi awal jaringan jalan yang ada mempunyai pola kisi-kisi dengan kerangka utama berupa jalan arteri/antar kota dan propinsi ditunjang dengan keberadaan sub terminal di sekitar kawasan pasar tersebut serta bagian dari jalur-jalur tujuan wisata. Transportasi yang begitu padat, karena harus melayani arus lalu lintas dari dan ke kabupaten Klaten (Propinsi Jawa Tengah), Kabupaten Sleman dan Kabupaten Gunung Kidul (Propinsi DIY), berdampak pada pertumbuhan Kecamatan Prambanan sangat cepat.

Dampak langsung yang dirasakan adalah kepadatan lalu lintas di sepanjang jalan utama di kawasan obyek wisata Candi Prambanan. Kepadatan lalu lintas di sekitar Pasar Prambanan yang paling utama disebabkan tempat parkir kendaraan yang berada di sepanjang pasar sehingga mengakibatkan jalan yang ada semakin sempit dan secara otomatis menghambat kelancaran kendaraan yang melewati area tersebut. Sehingga Pasar Prambanan dapat digunakan sebagai obyek wisata perbelanjaan yang mempunyai daya tarik tersendiri walaupun keberadaannya tidak terlepas dari fasilitas pendukung pariwisata di kawasan tersebut. Apalagi ditambah semakin cepat berkembangnya pusat kota Prambanan dengan berbagai jenis kegiatan perekonomian berupa bangunan-bangunan komersial dan akan dibuatnya terminal serta tempat parkir wisata yang menampung bus antar kota antar propinsi, bus perkotaan juga disediakan tempat pemberhentian untuk andong dan lain-lain menurut RUTRK Kabupaten Sleman dan rencana akan dibuatnya jalan tol Joglosemar yang menghubungkan Propinsi DIY dan Propinsi

Jawa Tengah (Yogyakarta, Solo, Semarang) yang menjadi pintu gerbang Keluar masuk kendaraan berada di Desa Selomartani, Kecamatan Kalasan, Kabupaten Sleman. Dengan demikian semua arah dan tujuan dari berbagai daerah di dalam kota maupun di luar kota (antar propinsi) akan pertama kali bertemu dan singgah di kawasan tersebut. Sehingga mendorong ke arah kemajuan kota Prambanan menjadi kota transit yang ramai akan segala macam kegiatan perekonomian maupun hiburan di pasca tahun 2000.

### **1.3. PERMASALAHAN**

Dengan mempelajari materi yang tertuang di latar belakang, maka dapatlah dirumuskan pokok-pokok permasalahan sebagai berikut :

#### **1.3.1. Permasalahan Umum**

- Bagaimana konsep perencanaan dan perancangan penataan kawasan Pasar Tradisional Prambanan sebagai pusat perbelanjaan yang ditingkatkan menjadi bagian obyek wisata perbelanjaan.

#### **1.3.2. Permasalahan Khusus**

- Bagaimana konsep perencanaan dan perancangan dalam tata ruang dagang kaitannya dengan karakteristik jenis komoditi dagangan sebagai pencerminan obyek wisata perbelanjaan yang rekratif dan inovatif untuk citra Pasar tradisional di kawasan Candi Prambanan.

### **1.4. TUJUAN DAN SASARAN**

#### **1.4.1 Tujuan**

Penataan Pasar Prambanan yang ditingkatkan menjadi bagian obyek wisata perdagangan diharapkan akan meningkatkan ekonomi kota Kecamatan dan penataan Pasar Prambanan sebagai sarana promosi pariwisata di kawasan Daerah Istimewa Yogyakarta pada umumnya dan Pasar Prambanan yang ditingkatkan menjadi bagian obyek wisata perbelanjaan di kota Prambanan pada khususnya.

#### **1.4.2. Sasaran**

Penataan Pasar Prambanan di Kecamatan Prambanan, Kabupaten Sleman, guna mendukung kegiatan ekonomi produktif rakyat dan pariwisata Candi Prambanan, Candi Ratu boko Kecamatan Prambanan Kabupaten Sleman, yang diharapkan akan mendukung pengembangan pariwisata di Daerah Istimewa Yogyakarta pada khususnya dan di tingkat Indonesia pada umumnya.

#### **1.5. LINGKUP PEMBAHASAN**

Ruang lingkup pembahasan dibatasi pada hal-hal yang berkaitan dengan disiplin ilmu arsitektur dengan ditunjang hal-hal lain yang dianggap mendukung dan ikut menentukan keberhasilan perencanaan dan perancangan dalam kaitannya dengan materi pembahasan.

Sedangkan lingkup pembahasan itu sendiri lebih diarahkan pada :

- Pembahasan pada faktor-faktor yang mempengaruhi penataan Pasar Prambanan yang ditingkatkan menjadi bagian obyek wisata perbelanjaan serta kegiatan yang lain, yang berkaitan dengan sistem pemanfaatan ruang sebagai wadah penataan kawasan wisata perbelanjaan.
- Pembahasan tentang pengaruh karakteristik perlakuan terhadap barang dagangan (kebutuhan ruang) dan kaitannya dengan penampilan bangunan Pasar yang ditingkatkan menjadi bagian obyek wisata perbelanjaan.

#### **1.6. METODE PEMBAHASAN**

##### **1.6.1. Observasi**

Bertujuan untuk mendapatkan data yang berkaitan dengan Pasar sebagai obyek wisata perbelanjaan yaitu dengan cara :

##### **a. Observasi Langsung**

yaitu pengamatan langsung pada lokasi untuk mengetahui bagaimana kondisi lokasi yang dijadikan sebagai obyek wisata perbelanjaan sebagai data primer berupa : wawancara dengan pengguna atau pihak-pihak yang terkait, data instansional mengenai kawasan layanan.

#### b. Observasi Tidak Langsung

Yaitu berupa studi literatur tentang hal-hal yang berhubungan dengan penataan Pasar yang ditingkatkan menjadi bagian Obyek wisata perbelanjaan serta hal-hal lain yang berkaitan dengan masalah perencanaan dan perancangan pasar tersebut sebagai data sekunder berupa : buku-buku pustaka, majalah, dan lain-lain.

#### 1.6.2. Analisa

Merupakan tahap pengkajian dan pengolahan data serta informasi yang diperoleh untuk disusun sebagai data yang relevan bagi perencanaan dan perancangan bangunan Pasar Prambanan yang ditingkatkan menjadi bagian obyek wisata perbelanjaan dalam suatu kerangka yang akan digunakan sebagai acuan. Analisa ini berdasarkan sebagai berikut :

- Kondisi eksisting / kesesuaian lahan Pasar Prambanan yang ditingkatkan menjadi bagian obyek wisata perbelanjaan di kota Prambanan.
- Kebutuhan masyarakat akan ketersediaan fasilitas tersebut.
- Kebutuhan akan besaran ruang yang digunakan untuk mewadahi aktifitas perdagangan tersebut.
- Ketentuan-ketentuan rencana tata ruang propinsi.
- Kecenderungan pergeseran penggunaan tanah.

#### 1.6.3. Sintesa

Dari tahap pendekatan-pendekatan pemecahan masalah pada tahap analisa yang telah dilakukan, diperoleh sintesa permasalahan berupa konsep perancangan yaitu :

- Merumuskan konsep penataan Pasar Prambanan yang ditingkatkan menjadi bagian obyek wisata perbelanjaan.
- Merumuskan konsep ruang dagang berdasarkan karakteristik perlakuan terhadap barang dagangan (kebutuhan ruang) pasar yang ditingkatkan menjadi bagian obyek wisata perbelanjaan.
- Merumuskan konsep penataan ruang pasar Prambanan yang ditingkatkan menjadi bagian obyek wisata perbelanjaan dalam upaya untuk mengantisipasi pertambahan atau peningkatan ruang pemasaran.

### **1.7. SISTEMATIKA PENULISAN**

Secara garis besar penulisan ini dibagi menjadi beberapa bab yang saling berkaitan antara yang satu dengan yang lainnya, yaitu :

**BAB I : PENDAHULUAN**

Pendahuluan, latar belakang, permasalahan, tujuan dan sasaran, lingkup pembahasan, metode pembahasan, sistematika pembahsan, dan sistematika penulisan.

**BAB II : TINJAUAN UMUM**

Tinjauan umum keberadaan fasilitas wisata perbelanjaan baik secara teoritis maupun faktual yang berisi studi literatur tentang tinjauan pasar (ilmu dan kondisi pasar itu sendiri).

**BAB III : TINJAUAN PASAR TRADISONAL PRAMBANAN**

Merupakan tinjauan kondisi eksisting pasar Prambanan baik secara data faktual maupun studi literatur.

**BAB IV : ANALISA**

Merupakan pembahasan mengenai permasalahan yang nantinya digunakan sebagai pedoman untuk landasan konseptual perencanaan dan perancangan penataan Pasar Prambanan yang ditingkatkan menjadi bagian obyek wisata perbelanjaan.

**BAB V : KONSEP DASAR PERENCANAAN DAN PERANCANGAN**

Merupakan pembahasan konsep dasar perencanaan dan perancangan sistem penataan Pasar Prambanan sebagai obyek wisata perbelanjaan, pola tata ruang dan penampilan bangunan / citra bangunan.

### **1.8. KEASLIAN PENULISAN**

Keaslian penulisan ini dibuat untuk menghindari adanya kemungkinan kesamaan dalam penekanan permasalahan yang diambil, berikut ini penulis sebutkan beberapa Tugas Akhir yang digunakan sebagai studi literatur dalam penulisan tugas akhir ini.

1. **Relokasi Pasar Burung Karimata Di Semarang, Sidiq Prananto Sulisty, JTA-UII,1998.**

**Permasalahan :**

- Penataan kegiatan perdagangan pada pasar burung, kaitannya dengan pola perdagangan dan karakteristik tiap-tiap komoditi dagangan.
- Penataan pola tata ruang pasar, kaitannya dengan upaya kenyamanan dalam pengamatan seluruh materi dagangan.
- Perancangan pasar burung yang menyatu dengan lingkungan sekitar dari segi penampilan bangunan sebagai citra suatu pasar burung.

**Perbedaan :**

- Perbedaan yang utama adalah pada karya Sidiq, pasar yang diangkat adalah merupakan pasar khusus yang keberadaannya sudah tidak memenuhi syarat sehingga penekanan relokasi sebagai alternatif.

2. **Penataan Pasar Klewer, Agung Rahmadi, JTA-UII,1997.**

Penekanan : “Penataan wadah sebagai antisipasi perkembangan pedagang kaitannya dengan keterbatasan lahan”.

**Perbedaan :** Perbedaan yang utama adalah untuk penataan Pasar Klewer lebih berorientasi pada keterbatasan lahan dalam mewadahi berbagai jenis kegiatan terutama pada jenis dagangan.

3. **Penataan Pasar Ngasem, Raynold Librian Shaputra, JTA-UII, 1997.**

Penekanan : “Penataan pasar Khusus Ngasem Sebagai Obyek wisata Perdagangan”.

**Permasalahan :**

- Penataan Pasar Khusus Ngasem sebagai antisipasi perkembangan pasar dalam kaitannya dengan keterbatasan lahan.
- Penataan ruang dagang bertolak dari pola perdagangan dan karakteristik cara dagang burung, dalam kaitannya dengan kenyamanan dalam pengamatan.
- Penataan pola sirkulasi dalam kaitannya dengan upaya penguasaan pengamatan seluruh materi dagangan.

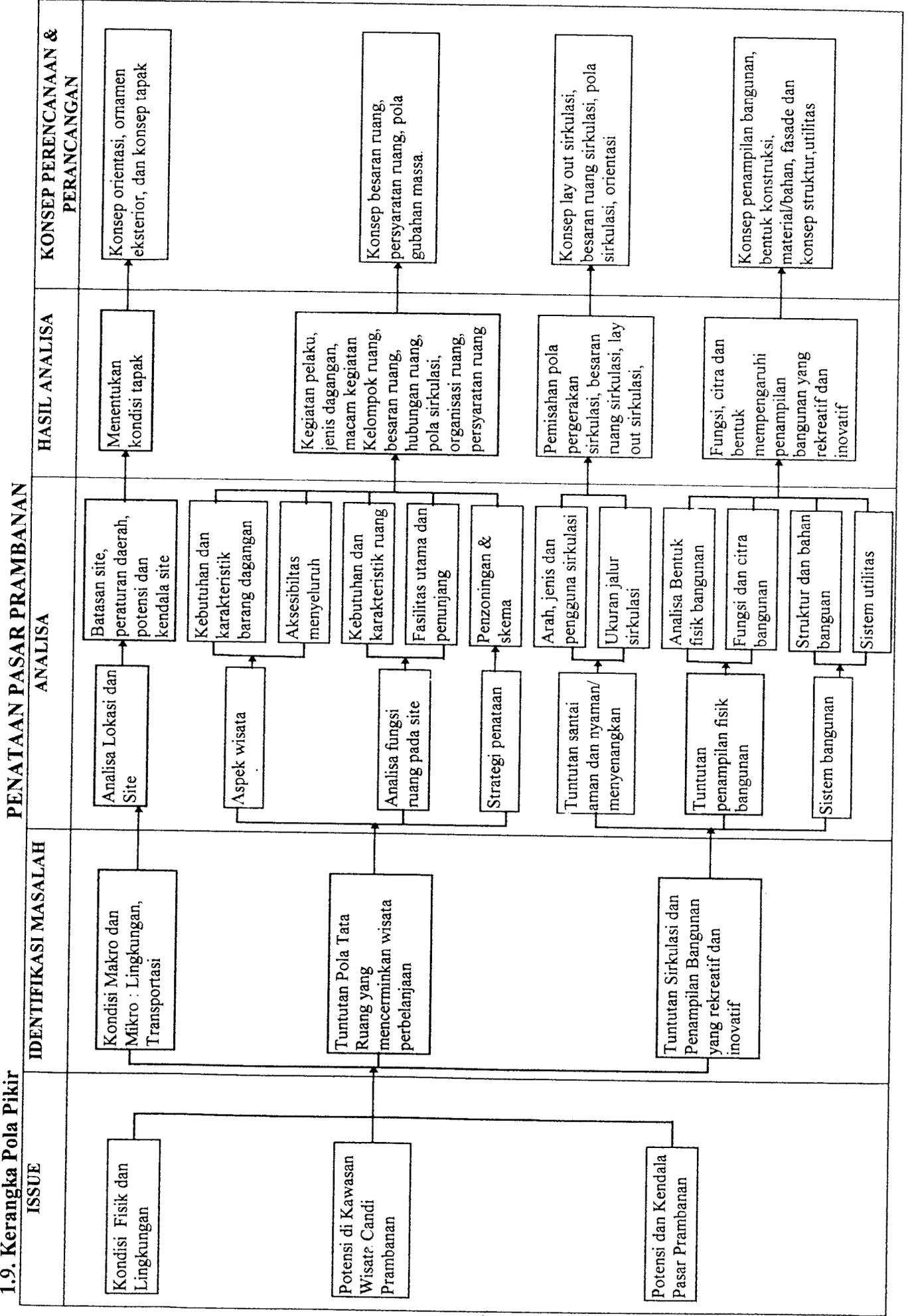
**Perbedaan :**

- Secara makro penekanan ini memiliki pengertian yang hampir sama dengan karya penulis, tetapi jika di amati secara mendalam akan terlihat perbedaan-perbedaannya. Perbedaan yang utama adalah pada karya

Reynold, pasar yang diangkat adalah merupakan pasar khusus sebagai obyek wisata perdagangan. Oleh karena itu penekanan mengenai konsep tata ruang, yaitu konsep tata ruang karya Reynold lebih tertuju pada ciri khas atau penghayatan terhadap cara dagang burung pada pasar yang bersangkutan. Sedangkan pada Pasar Prambanan sebagian besar ditujukan dalam penataan pasar untuk menampung pedagang resmi dan musiman sebagai ciri khas dari pasar tradisional penarik wisatawan

- Yang kedua adalah konsep tata ruang tidak penekanan khusus pada penulisan karya Reynold, sedangkan pada penulisan ini konsep pola tata ruang pasar ditekankan.

### 1.9. Kerangka Pola Pikir



## **BAB II**

### **TINJAUAN UMUM PASAR TRADISIONAL**

#### **2.1. TINJAUAN UMUM PASAR TRADISIONAL**

##### **2.1.1. Pengertian**

Pasar ditinjau dari kegiatannya dibedakan :<sup>1</sup>

1. Pasar Tradisional dalam pengertian terbatas antara lain dapat dirumuskan sebagai pasar yang kegiatan para penjual dan pembelinya dilakukan secara langsung dalam bentuk eceran atau transaksi bebas secara tawar menawar dalam waktu tertentu umumnya pagi sampai siang hari atau tetap dengan tingkat pelayanan terbatas.
2. Pasar Modern adalah pasar yang kegiatan para penjual dan pembelinya dilakukan secara langsung dan atau tidak langsung dalam bentuk eceran dan atau grosir dalam waktu tetap dengan tingkat pelayanan yang lebih luas. Umumnya merujuk pola dagang di negara-negara maju / barat.

Pasar ditinjau dari jenis dagangannya dibedakan :

1. Pasar Umum adalah pasar dengan jenis dagangan yang diperjualbelikan lebih dari satu jenis dagangan secaa berimbang minimal tersedia pemenuhan kebutuhan sehari-hari.
2. Pasar Khusus adalah pasar dengan dagangan yang diperjualbelikan sebagian besar terdiri dari satu jenis dagangan beserta kelengkapannya.

##### **2.1.2. Tinjauan Lembaga Pasar**

Pasar adalah suatu lembaga sarana pertukaran barang antara penjual (penghasil, pemasok, pemroses, penyalur) dan pembeli dalam suatu lingkungan kehidupan, dapat tumbuh secara organis ataupun dibangun secara sadar sebagai suatu sarana perekonomian dalam skala wilayah pemukiman tertentu. Karena merupakan bagian dari suatu sistem perkonomian, maka lembaga pasar terikat oleh kaidah-kaidah ekonomi yakni efisiensi, kemudahan, hukum penawaran-penawaran dan dengan demikian dalam kaitannya dengan sifat serta jangkauan

pelayanannya ditentukan oleh tingkat harga barang dan jasa. Dalam perkembangannya, karena pasar merupakan sub sistem dari suatu sistem perekonomian yang lebih luas, maka antar pasar dalam suatu kota wilayah membentuk kait hubungan yang kompleks. Dari beberapa pengertian mengenai pasar selama ini, ternyata dapat dibedakan atas 3 (tiga) tinjauan.

#### **a. Fungsi Ekonomis**

Dimana pada tinjauan ini melihat pasar dalam fungsi ekonomisnya, yakni sebagai tempat transaksi / jual-beli antara pedagang dan konsumen dengan berbagai kemungkinan ragam barang.

#### **b. Tradisi Historis**

Pada tinjauan ini melihat pasar dalam peran historis sosiologisnya, dimana karena adanya unsur kebiasaan (tradisi) maka pasar tidak lagi sekedar sebagai tempat transaksi, melainkan juga merupakan tempat untuk memenuhi tuntutan psikologis pengunjungnya (kontak sosial, nostalgia). Dalam hal ini peran barang sebagai obyek transaksi dapat menjadi tingkat sekunder.

#### **c. Formal Kelembagaan**

Tinjauan ini melihat pasar sebagai satu lembaga formal yang dikelola oleh Pemerintah Daerah. Dalam hal ini secara resmi dipungut retribusinya oleh jawatan / dinas di bawah Pemerintah Daerah atau perubahan daerah dinas diberi otorita untuk mengelola pelayanan umum di bidang perpasaran di daerah yang bersangkutan.

Dari ketiga tinjauan di atas, berdasarkan batasan studi yang dibuat ditetapkan bahwa studi akan lebih menekankan pada pasar dalam tinjauan yang pertama ( fungsi ekonomis) dan kedua (tradisional historis).

### **2.1.3. Perkembangan Fungsi Pasar**

Seiring dengan kemajuan peradaban, fungsi pasar mengalami perkembangan beberapa ragam fungsi pasar yang berkembang saat ini adalah sebagai berikut <sup>2</sup>:

---

<sup>1</sup> Peraturan Daerah kotamadya Dati II Yogyakarta tentang Pasar.

<sup>2</sup> Wiyardi, Sistem Perpasaran dan Peranannya dalam Ekonomi Kota, Hal 63-65.

#### **a. Pasar sebagai sumber pendapatan daerah**

Dengan penarikan retribusi dari pedagang di pasar Pemerintah Daerah memperoleh pendapatan. Pada pasar-pasar di Jakarta, 60% dari retribusi pasar ditetapkan sebagai pendapatan daerah, sedang 40% merupakan biaya-biaya operasional yang dipegang oleh pengelola pasar, dalam hal ini PD Pasar Jaya.

Di Yogyakarta, pasar ditangani oleh Jawatan Pasar sehingga hasil retribusi pasar seluruhnya masuk ke Pemerintah Daerah sedang biaya-biaya operasional seluruhnya dikeluarkan oleh Pemerintah Daerah.

#### **b. Pasar sebagai tempat kesempatan kerja**

Statistik mengenai beberapa tenaga kerja yang diserap dalam sektor perdagangan di bidang perpasaran belum tercatat dengan baik, tetapi hal ini dapat diperkirakan bahwa pembangunan pasar akan menambah tempat kesempatan kerja. Dapat dilihat sebagai contoh pembangunan sebuah pasar Inpres yang direncanakan dapat menampung  $\pm 150$  pedagang dan akan dapat menyerap tenaga kerja  $\pm 300$  orang dengan asumsi setiap pedagang membutuhkan pelayan toko sebanyak 2 orang.

#### **c. Pasar sebagai tempat rekreasi / wisata**

Oleh *Mathieson dan wall* (1982), pariwisata diartikan sebagai kegiatan temporal yang bertujuan meninggalkan segala bentuk rutinitas keseharian dan mereka mempergunakan waktu ini dengan seoptimal mungkin. Selain aspek keseharian sebenarnya bentuk wisata / rekreasi ini secara psikologis merupakan tindakan respon terhadap kebutuhan rohani akan hiburan. Kegiatan wisata merupakan suatu usaha untuk menggali pola kehidupan serta budaya masyarakat yang ada di daerah tujuan wisata sebagai sesuatu yang baru. Maka tidaklah salah bila *Partier* berpendapat bahwa pariwisata bukanlah sekedar industri belaka. Pariwisata merupakan gejala kompleks aspek ekonomi, sosiologi, psikologi yang berpengaruh pada pola kehidupan masyarakat dunia.

Wing Haryono yang dalam bukunya *Pariwisata, Rekreasi dan Entertainment* memberikan pengertian bahwa pariwisata merupakan suatu bentuk kegiatan manusia dan merupakan suatu pernyataan dari usaha-usaha manusia untuk

memenuhi kebutuhannya dan hal ini di pandang sebagai milik semua pihak dan golongan. Lebih lanjut dikatakan Wing Haryono, bagi daerah yang menjadi tujuan wisatawan harus memenuhi faktor-faktor :

1. Ada yang dilihat (to see)
2. Ada yang dilakukan (to do)
3. Ada yang dibeli (to buy, to shop, and to get)
4. Ada yang bisa ditempati (To stay)
5. Ada yang dimakan dan diminum (to eat, to fresh, and to drink)

Begitu juga dengan masyarakat yang datang ke pasar ternyata tidak semata-mata ingin berbelanja, namun juga bermaksud berekreasi, menyaksikan penataan barang-barang dalam almari atau meja pajangan membanding-bandingkan jenis dan harga barang di pasar yang satu dengan pasar lainnya.

Pada pasar-pasar tradisional, yang sifat masyarakatnya masih *paguyuban*, orang datang ke pasar kadang-kadang karena ingin bertemu dengan orang lain, ingin mengobrol dan menyambung hubungan batin. Terutama pada hari-hari pasaran, banyak orang menyempatkan diri datang ke pasar. Dari sini dapat pula disaksikan, bahwa tempat rekreasi yang paling murah ada di pasar. Orang keluar masuk pasar tanpa larangan, tanpa dibedakan status sosial, profesi, dan sebagainya.

#### **d. Pasar sebagai tempat studi dan pendidikan.**

- Pasar akan memberi pelajaran kepada para pedagang bagaimana caranya memberi pelayanan yang baik kepada konsumen pasar.
- Pasar akan mendidik anak-anak untuk berani membeli sesuatu, caranya memberi pelayanan yang baik kepada konsumen.
- Pasar akan mendidik anak-anak untuk berani membeli sesuatu, belajar mengenal tempat untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan dan mendidik anak-anak untuk memutuskan sendiri apa yang menjadi pilihan.
- Pasar akan merupakan tempat melatih seorang pedagang untuk belajar menghitung harga pokok, biaya dan laba. Kesemuanya itu merupakan pendidikan informal yang tidak didapat dalam bentuk tertulis. Permasalahan

pendidikan bukan hanya dijumpai di sekolah atau perguruan tinggi saja, tetapi pasar dapat pula menjadi obyek pendidikan dan studi.

- Pasar dapat dijadikan obyek studi guna menyelesaikan gelar kesarjanaan.
- Pasar mendidik masyarakat untuk mentaati kebersihan, ketertiban dan keindahan lingkungan, yang berarti juga meningkatkan disiplin masyarakat. Tawar-menawar, saling tukar pandangan dan pelayanan masyarakat akan selalu terjadi di pasar. Dengan demikian pasar merupakan tempat studi dan pendidikan.

#### **2.1.4. Fasilitas Utama Pasar Yang Dibutuhkan**

##### 1. Ruang Jual Beli Ternaung

Merupakan ruang jual beli yang terlindung atap, berada dalam bangunan, berupa los-loas yang merupakan tempat menggelar dagangan dan penjual melayani pembeli. Diantara los-los ini terdapat jalur pergerakan orang dan barang. Los-los ini diperuntukan bagi pedagang tetap yang mempunyai materi dagangan relatif banyak.

##### 2. Ruang Jual Beli Terbuka

Ruang jual beli yang tidak terlindung atap merupakan tempat jual beli pedagang temporer dengan volume dagangan sedikit. Ruang terbuka merupakan ruang pasar tradisional awal biasa menempati naungan kerindangan pohon. Untuk pasar yang direncanakan dapat diselesaikan dengan penataan ruang luar berupa taman-taman, plaza, sculpture.

##### 3. Sejumlah fasilitas pendukung yang diperlukan guna memenuhi persyaratan dalam menjalankan operasionalnya.

#### **2.1.5. Sifat Kegiatan Pasar Tradisional**

Dari fungsi yang direncanakan telah dibahas kegiatan utama pasar dari fungsi pasar yaitu kegiatan jual beli dan pariwisata yang beraspek sosial budaya. Dari ketiga unsur tersebut dapat ditelusuri sifat / tabiat kegiatan sejalan dengan kegiatan utamanya, sifat kegiatan dikelompokkan berdasar tiga macam yaitu sifat kegiatan jual beli, sifat kegiatan pariwisata dan sifat kegiatan sosial budaya yang melekat di kedua fungsi terdahulu.

### **2.1.6. Sifat Kegiatan Jual Beli**

1. Dinamis : Ramai, padat, hidup karena berbagai ragam kegiatan dan orang hilir mudik, berbicara, tawar menawar.
2. Umum : semua orang tanpa melihat tingkat derajat dan kedudukan boleh masuk dalam kegiatan ini.
3. Terbuka : Pengunjung tanpa hambatan visual dapat melihat dan mencapai barang dagangan. Secara visual tidak boleh ada halangan untuk melihat jauh ke depan hingga pengunjung merasa bebas memilih tujuan dan barang. Demikian juga dapat mencapai keseluruhan unit-unit penjualan dengan lancar tanpa hambatan kantong-kantong ruang ataupun jalur sirkulasi.

### **2.1.7. Sifat Kegiatan Pariwisata**

#### 1. Unik

wisatawan mengharap suatu suasana maupun ragam barang yang digelar mempunyai nilai kedaerahan setempat yang berbeda dengan dengan sehari-hari mereka lihat dan rasakan di asalnya.

#### 2. Dinamis

Pengunjung datang ke pasar untuk kegiatan santai menyenangkan dengan suasana semaraknya kegiatan dan suasana pasar yang “temawon”.

Pengembangan pasar tidak terlepas dari faktor-faktor yang menentukan seperti : potensi sosial-budaya, ekonomi dan kebijaksanaan pemerintah. Kebijakan Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta, salah satunya adalah menggalakan sektor pariwisata, hingga mampu menarik wiatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. Dorongan sektor pariwisata ini akan menumbuhkan kegiatan dibidang perdagangan, transportasi, penginapan, barang cinderamata, barang kerajinan khas Yogyakarta yang sangat beragam oleh karena itu potensi pariwisata akan mewarnai komposisi materi perdagangan di pasar-pasar yang berpotensi wisata membutuhkan barang-barang yang akan diminati wisatawan di samping penataan bangunan pasar itu sendiri yang akan mendukung suasana khas pasar tradisional.

- Batasan secara fungsional dalam aspek ekonomi pasar merupakan tempat transaksi jual beli secara langsung antara pedagang dan pembeli.
- Batasan secara fungsional dalam aspek pariwisata, pasar merupakan tempat wisatawan mendapatkan barang-barang dan suasana khas daerah / lokal.

Batasan secara sosial budaya, pasar merupakan tempat kontak sosial masyarakat yang terlibat di dalamnya.

## 2.2. TINJAUAN SISTEM PERPASARAN

### 2.2.1. Sistem Distribusi

Proses perpindahan barang, ada tiga jalan yaitu :

#### 1. Secara Langsung

yaitu perpindahan barang dari produsen langsung ke tangan konsumen.

Nilai barangnya sebagian besar mempunyai sifat :

- Barang yang segar / fresh (lekas basi).
- Kebutuhan sehari-hari berdimensi kecil.

#### 2. Secara Resmi Langsung (daerah perantara)

Yaitu perpindahan barang dari produsen ke konsumen, dimana ada pihak ketiga ikut mendukungnya (perantara).

#### 3. Secara Tak Langsung

Bentuk penyampaian barang dari produsen melalui pihak ketiga terlebih dahulu sebelum ke konsumen. Pihak pedagang besar dan eceran, sebagai proses penyampaian barang sampai pada konsumen akhir.

Hal ini akan didapatkan suatu gambaran yang bermacam-macam segi atau tingkatan sebagai akibatnya. Tingkatan-tingkatan tersebut bisa berwujud :

1. Tingkatan harga, yaitu semakin tak langsung saluran terdistribusi, semakin mahal harga barang dari awal.
2. Tingkat pelayanan, yaitu semakin tak langsung saluran terdistribusi, semakin bagus pelayanannya baik dalam cara penyajian barangnya maupun *convinence* yang dirasakan oleh konsumen.

### 2.2.2. Sistem Pelayanan

Tinjauan geografis bagi suatu kota, tidak dimungkinkan dilayani oleh sebuah wadah kegiatan perpasaran saja. Sedangkan kegiatan tersebut dapat tumbuh secara organis sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Dengan faktor-faktor pertimbangan :

1. Jangkauan pelayanan.
2. Motivasi pembeli, pencapaian.
3. Kelengkapan barang yang disajikan.

Maka kegiatan perpasaran terbagi dalam unit-unit pelayanan dan wilayahnya akan sangat dipengaruhi oleh faktor geografisnya. Dalam peninjauan keseluruhan fasilitas perdagangan suatu kota, berdasarkan hirarki pelayanan dapat dikemukakan adanya kegiatan yang terpusat (di pusat kota) dan yang tersebar.

### 2.2.3. Ruang Kegiatan Perpasaran

#### a. Prasarana Kegiatan

1. Utama
  - Dasar : Tidak ada bentuk fisik yang memberi batas antara tempat penjualan dan sirkulasi dan kegiatan pasar lain. Tempat ini biasanya dilengkapi dengan shelter temporer, tidak ada wadah fisik, pedagang membentuk ruangnya sendiri.
  - Los : terdapat perbedaan bentuk fisik antara tempat penjualan, penyimpanan dan sirkulasi, namun tidak ada batas fisik permanen antara pedagang satu wadah untuk beberapa pedagang.
  - Kios : antara pedagang dipisahkan oleh batas fisik, satu wadah untuk satu pedagang.
  - Bango : terdapat perbedaan bentuk fisik dengan dinding yang beratapkan pasangan seng dengan tiang penyangga dari bambu / kayu dan tidak permanen.
  - Warung : serupa dengan kios tetapi lebih terbuka karena pembeli ikut berperan serta di dalamnya.

## 2. Pendukung

- Bongkar muat barang
- Gedung tempat penampungan barang
- Parkir
- Ruang pengelola
- Ruang penunjang (KM/WC, mushola)
- Ruang keamanan (kriminal, kebakaran)

### **b. Jaringan Utilitas**

1. Listrik
2. Air (bersih, kotor, hujan)
3. Telepon
4. Sampah

### **c. Fasilitas Sosial**

Mengingat fungsi pasar yang tidak merupakan tempat bisnis semata, maka pasar biasanya dilengkapi fasilitas sosial. Fasilitas ini bisa meliputi : Gedung bioskop, tempat bilyard, Telepon Umum ataupun Plaza (ruang-ruang terbuka) dan Taman-taman.

### **d. Penyajian barang dagangan**

- etalase
- kotak kayu
- digantung
- dasaran
- tenggok/karung
- los khusus
- ambenan

### **e. Ruang sirkulasi**

*Ruang sirkulasi atau daerah sirkulasi adalah jalan lalu dari jalan masuk di luar bangunan sampai masuk ke dalam bangunan dan berlalu dari satu tempat atau ruang ke tempat atau ruang lainnya.<sup>3</sup>*

---

<sup>3</sup> H.K. Ishar, Pedoman Umum Merancang Bangunan, tahun 1992, hal 15-16.

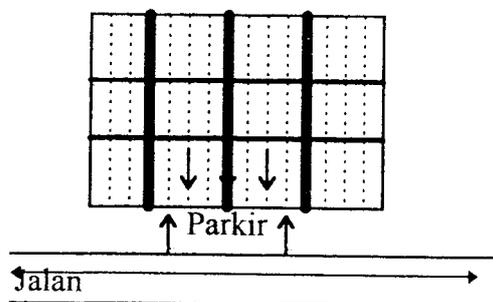
Demikian juga dengan sirkulasi di luar maupun di dalam pasar punya fungsi selain untuk sirkulasi pelayanan juga sebagai jalan dalam keadaan darurat. Dalam sirkulasi orang bergerak dan mengalami dalam arti bergerak langsung dengan aman atau tersendat-sendat dan sering menubruk sesuatu, sekaligus mengalami urutan-urutan pengelihatannya yang logis dan mengesankan atau yang membingungkan, ini tergantung dari mutu ruang yang dimasukinya. Pengaturan dan perancangannya yang benar amat menentukan efisiensi pemakai. Lagi pula sirkulasi yang baik memperlihatkan keteraturan ekspresi keindahan.

Adapun syarat-syarat sirkulasi meliputi :

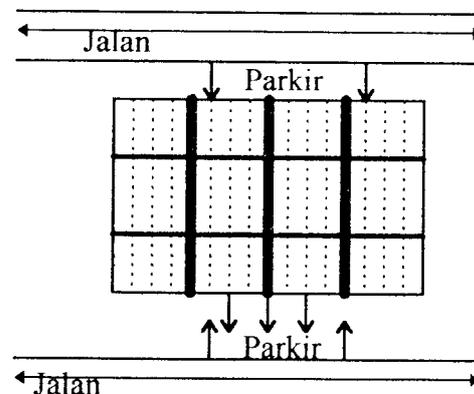
1. Urutan yang logis baik dalam ukuran ruang, bentuk dan arah.
2. Pencapaian yang mudah dan langsung.
3. Memberikan gerak yang logis dan pengalaman yang indah.

Perencanaan sistem dan bentuk ruang sirkulasi mencakup alur gerak baik untuk orang, kendaraan dan barang. Untuk manusia / orang sebagai pejalan kaki dapat berbelok, berhenti sejenak, berhenti, dan istirahat sesuka hati. Sepeda memiliki kebebasan yang lebih terbatas dan mobil bahkan lebih terbatas lagi dalam perubahan kecepatan dan arah secara tiba-tiba. Pada persimpangan atau perlintasan alur gerak selalu merupakan titik pengambilan keputusan bagi orang yang mendekatinya. Kontinuitas dan skala dari masing-masing alur gerak pada sebuah persimpangan dapat menolong kita membedakan antara jalan utama menuju ruang-ruang utama dan jalan menuju ruang-ruang sekunder.

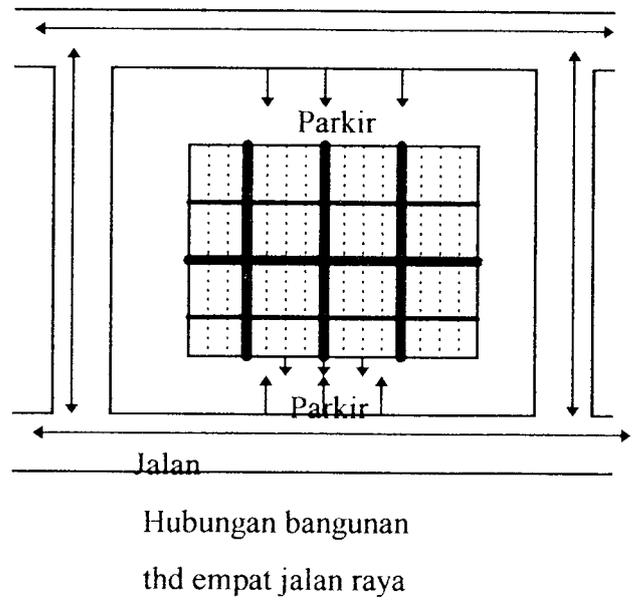
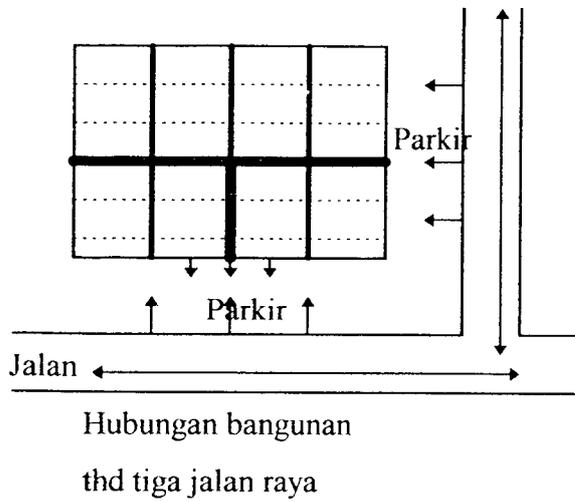
#### f. Pola umum pasar



Hubungan bangunan  
thd satu jalan raya

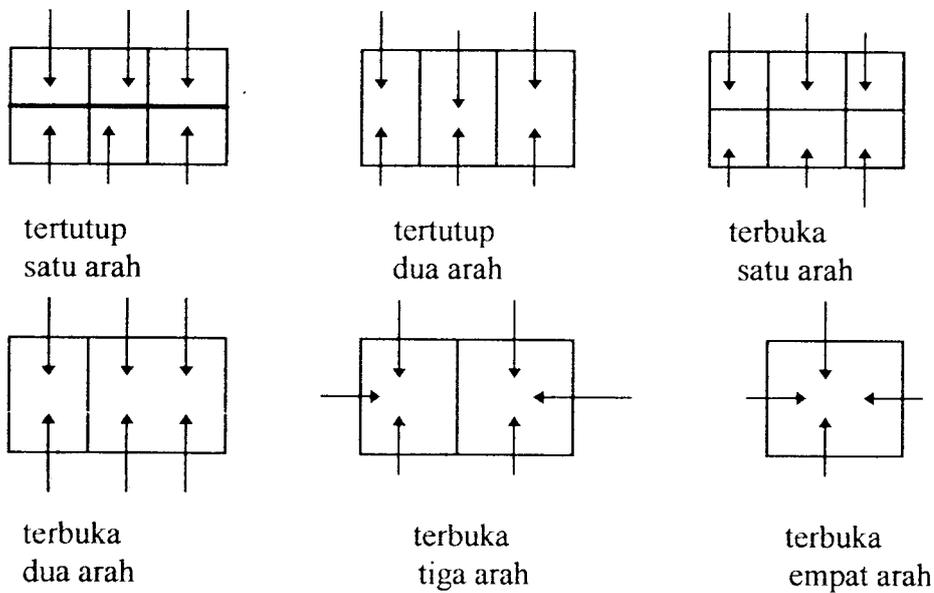


Hubungan bangunan  
thd dua jalan raya

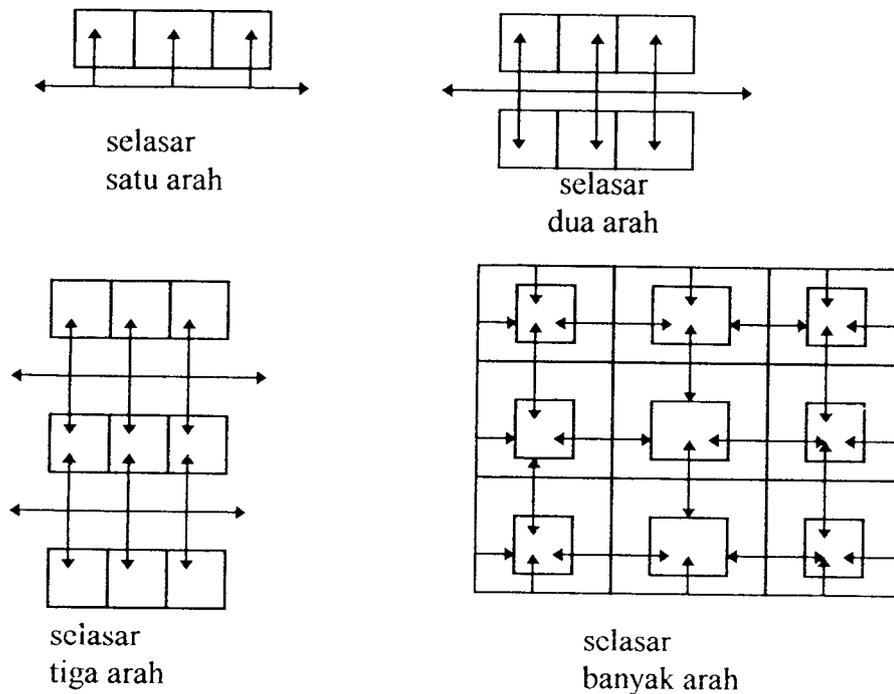


Ket : **—** Sirkulasi Primer  
**—** Sirkulasi Sekunder  
 ..... Sirkulasi tersier

Gambar 2. 1. Pola hubungan bangunan dengan lingkungan  
 Sumber : Darwis 1984 (Soewito)



Gambar 2. 2. Pola unit ruang jual beli  
 Sumber : Darwis 1984 (Soewito)



Gambar 2. 3. Pola lay out dan sirkulasi  
Sumber : Darwis 1984 (Soewito)

#### 2.2.4. Pasar Ditinjau dari Klasifikasinya

Menurut tingkatan kelas pasar dapat dibedakan menjadi :<sup>4</sup>

1. Pasar kelas satu adalah pasar dengan komponen bangun-bangunan yang lengkap, sistem arus barang dan orang baik di dalam maupun di luar bangunan dan melayani perdagangan tingkat regional.
2. Pasar kelas dua adalah pasar dengan komponen bangun-bangunan, sistem arus barang dan orang baik di dalam maupun di luar bangunan, dan melayani perdagangan tingkat kota.
3. Pasar kelas tiga adalah pasar dengan komponen bangun-bangunan, sistem arus barang dan orang baik di dalam maupun di luar bangunan, dan melayani perdagangan tingkat wilayah bagian kota.
4. Pasar kelas empat adalah pasar dengan komponen bangun-bangunan, sistem arus barang dan orang terutama di dalam bangunan dan melayani perdagangan tingkat lingkungan.
5. Pasar kelas lima adalah pasar tanpa atau dengan komponen bangun-bangunan, sistem arus barang dan orang dan melayani tingkat perdagangan blok.

Pada pasar skala kota, yang terpenting adalah kebutuhan akan tempat parkir karena jarak jangkauannya atau pelayanannya adalah berskala kota, sehingga akan memerlukan tempat parkir (roda dua, roda empat, maupun kendaraan umum, becak dan andong). Tidak dipungkiri bahwa pasar berskala kota akan berfungsi ganda yaitu juga merupakan pasar lingkungan bagi masyarakat di sekitarnya.<sup>5</sup>

Berdasarkan kriteria-kriteria mengenai fasilitas pendukung pasar, dalam hal ini Pasar Prambanan termasuk pasar kelas III. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat di lampiran (Tabel 2.1 dan 2.2).

### 2.2.5. Persyaratan Pasar

Pasar termasuk bangunan umum yang memiliki persyaratan yaitu Pasar harus memperhatikan citra komersial yaitu.<sup>6</sup>

1. Kejelasan (*Clarity*), perlu penyelesaian dengan sesuatu yang sangat penting untuk dapat menarik perhatian pengunjung dan memberikan kejelasan bagi seseorang mengenali suatu fasilitas dengan cepat, dapat menemukan pintu masuk utama dengan segera dan dapat merasakan aktivitas kehidupan dari luar.
2. Kemencolokan (*Boldness*), perlunya mempertimbangkan penyelesaian dengan sesuatu yang membuat orang segera mengenali dan senantiasa mengingat dalam kenangannya.
3. Keakraban (*Intimicy*), perlunya mempertimbangkan penyelesaian fisik yang memungkinkan terciptanya suasana tersendiri yang menjadikan pengguna / pengunjung lebih betah.
4. Fleksibilitas (*Flexibility*), perlunya mempertimbangkan aspek-aspek perencanaan dan perancangan yang memberikan kemungkinan-kemungkinan alih guna, alih citra dan alih waktu serta adanya suasana yang membawa pengunjung untuk senantiasa mencari serta mendapatkan apa yang dibutuhkan.

---

<sup>4</sup> Peraturan Daerah Kotamadya Daerah tingkat II Yogyakarta tentang Pasar.

<sup>5</sup> Final Report, Studi MIIP Kotamadya Dati II Yogyakarta.

<sup>6</sup> Hoyt, Charles King, AIA, Building For Commerce and Industry, Mc Crow Hill, New York, 1978.

5. Kekomplekan (*Complexity*), perlu mempertimbangkan tuntutan penciptaan suasana yang tidak berkesan monoton untuk menciptakan suasana yang khas pada fasilitas komersial.
6. Efisiensi (*Efficiency*), dalam perencanaan dan perancangan dituntut adanya penggunaan yang optimal dan provitable dalam setiap luasan yang ada.
7. Kebaruan (*Inventiuness*), perlu tataan fisik yang mencerminkan inovatif, ekspresif dan spesifik untuk mencegah kebosanan dan diusahakan untuk memberikan suasana yang khas suatu fasilitas komersial.

Jadi dapat disimpulkan bahwa ciri dari pasar tradisional adalah

#### 1. Tata ruang luar

- Berada di titik persimpangan jalan (pertigaan / perempatan).
- Belum / tidak disediakan area untuk bongkar muat barang.
- Hilangnya ruang transisi antara jalan dan bangunan.
- Pencapaian dari luar bangunan dan ke dalam bangunan dengan pola sirkulasi terbatas.

#### 2. Tata ruang dalam

- Unit-unit bangunan secara umum berupa los-los pasar (sebagai bangunan induk) dengan pencapaian banyak jalur sirkulasi dengan dua sisi ruang.
- Masa bangunan berderet-deret dengan pola sirkulasi menerus.
- Bidang vertikal ruang terbentuk oleh perabotan pedagang (almari/rak), yang dipakai untuk menyimpan barang dagangan.
- Sistem pencahayaan dan penghawaan dari ke empat sisi bangunan los.

#### 3. Fisik bangunan

Secara umum fisik bangunan pasar tradisional menggunakan bentuk atap kampung / limasan.

Dengan demikian Pasar tradisional masih belum memenuhi kriteria-kriteria di atas mengenai persyaratan pasar yang mencerminkan citra komersial. Untuk itu maka perlu pembaharuan di dalam perencanaan dan perancangan (desain) nanti terutama yang perlu diperhatikan adalah dari segi kemencolokan, kekomplekan dan kebaruan sebab kemencolokan (*Boldness*), kekomplekan (*Complexity*) dan

kebaruan (Inventiuness) ini akan memberikan kesan yang menarik / khas dan baru pada pasar-pasar tradisonal umumnya tanpa mengesampingkan persyaratan yang lainnya.

### **2.3. FAKTOR PELAKU KEGIATAN PASAR**

Bentuk penjualan merupakan salah satu jenis pola dalam sistem distribusi perdagangan yang yang bertujuan untuk menghubungkan sistem penjualan dari pedagang ke konsumen. Ada dua bentuk penjualan yang paling umum, yaitu eceran dan grosir masing-masing memiliki tujuan khusus yaitu <sup>7</sup> :

#### **1. Penjual Eceran**

meliputi semua kegiatan yang melibatkan penjualan barang dan jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk digunakan sendiri, bukan untuk bisnis. Badan usaha penjualan eceran ini digolongkan dalam lima kelompok sesuai dengan tingkat pelayanan mereka.

#### **2. Penjualan Grosir**

Adalah penjualan partai besar yang meliputi semua kegiatan yang melibatkan penjualan barang-barang produk atau jasa kepada mereka yang membeli untuk dijual kembali atau untuk keperluan bisnis. Kegiatan para grosir merupakan suatu kegiatan yang secara tak langsung membantu para produsen mengirim produk-produknya secara efisien ke banyak pengecer dan pemakai barang industri. Grosir memiliki beberapa fungsi dalam rangkaian distribusi pasar yaitu :

- Pembelian dan pemilihan barang.
- Pembagian kemasan besar.
- Pergudangan pengangkutan.
- Pembiayaan.
- Pembelian informasi dan konsultasi.

Dari penjelasan di atas maka dalam perdagangan memiliki unsur-unsur pelaku guna kelangsungan operasional kegiatan tersebut. Unsur-unsur tersebut antara lain:

- Unsur konsumen adalah pelaku yang memerlukan pelayanan akan barang dan jasa. Kondisi sosial ekonomi konsumen sangat mempengaruhi jumlah dan jenis kebutuhannya. Semakin tinggi tingkat sosial ekonomi semakin tinggi pula kebutuhan yang harus terpenuhi.
- Unsur penyewa/pedagang adalah pelaku yang menyediakan modal, membutuhkan wadah di pusat perdagangan untuk menjajakan materi dagangannya dengan tujuan mencari keuntungan.

Unsur penyelenggara adalah investor sebagai penanam modal terbesar, memberi pelayanan dan fasilitas yang memadai agar pedagang mau menyewa lebih banyak lantai.

### **2.3.1. Konsumen**

Konsumen pasar adalah masyarakat yang membutuhkan pelayanan akan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Tipe masyarakat yang merupakan unsur konsumtif bagi pasar ditentukan oleh : status sosial ekonomi dan wawasan budaya intelektualnya. Dari segi sejarahnya, Pasar adalah bentuk fasilitas yang tumbuh secara organis karena pertemuan motivasi yang saling menguntungkan antara pedagang dan pembeli.

Salah satu ciri pasar tradisional adalah kebiasaan tawar menawar secara langsung tetap bertahan sampai kini karena cara ini dianggap menguntungkan bagi kedua belah pihak, baik dari pertimbangan kebebasan memilih barang maupun persuasi harga. Karena itu konsumen pasar pada umumnya adalah lapisan masyarakat yang tingkat wawasan budaya/intelektualnya relatif belum maju. Demikian pula jika ditinjau dari segi status sosial ekonominya, maka konsumen pasar kebanyakan adalah lapisan masyarakat dari golongan penghasilan rendah sampai sedang. Motivasi untuk mendapatkan barang yang sesuai dengan kehendak tetapi dengan harga murah membutuhkan bentuk-bentuk pelayanan langsung, transaksi pada unit-unit eceran kecil dan pelayanan langsung. Pada

---

<sup>7</sup> KOTLER, Manajemen Pemasaran, Analisa, Perencanaan dan Pengendalian, Erlangga, Jakarta 1990.

masyarakat dengan kondisi sosial ekonomi yang relatif masih rendah, motivasi tersebut masih kuat, sehingga pasar tetap dibutuhkan.

Di kota besar yang struktur masyarakatnya lebih kompleks dengan golongan berpenghasilan menengah ke atas dan berwawasan budaya tinggi lebih banyak daripada kota kecil, terjadi penggolongan konsumen untuk pasar, pertokoan atau pelayanan yang lebih modern, seperti departemen store dan super market. Maka tidak seluruh masyarakat kota besar dapat diperhitungkan sebagai konsumen pasar. Ditinjau dari segi kesempatan, masyarakat golongan ekonomi rendah sampai sedang relatif tidak begitu sibuk sehingga mereka masih dapat menyempatkan diri untuk datang dan langsung ke pasar setiap hari.

Dan karena kemampuan ekonomi yang terbatas, mereka melakukan pembelian dalam jumlah kecil dalam periode harian. Ini berbeda dengan masyarakat golongan menengah ke atas yang kebanyakan memiliki kesibukan yang tinggi. Mereka tidak datang langsung ke tempat jual beli setiap hari, tetapi secara berkala dengan maksud berbelanja dalam jumlah besar untuk keperluan beberapa hari sekaligus berupa barang-barang kebutuhan berkala seperti kelontong, peralatan rumah tangga, sandang dan sebagainya. Untuk sebagian kebutuhan sehari-harinya biasanya mereka disuplai oleh pedagang-pedagang keliling yang mendapatkan barang-barang dari pasar. Jadi golongan menengah ke atas juga merupakan konsumen pasar meskipun tidak langsung.

Maka dapat dikatakan, bahwa konsumen dari pasar sebagian besar adalah masyarakat berpenghasilan menengah ke bawah, para pedagang keliling dan pemilik warung di kampung-kampung.

### **2.3.2. Pedagang**

Pedagang dalam menjalankan kegiatan menyediakan modal, tenaga dan material jual beli. Berdasarkan kegiatannya dibedakan menjadi dua yaitu:

#### **a. Menetap**

Pedagang ini memerlukan suatu tempat yang sifatnya "statis" untuk tempat usahanya, misal: warung makan penjual barang produksi/kerajinan, tukang tambal ban. Mereka biasanya membuat tenda-tenda, payung atau membawa rak-rak barang.

### b. Bergerak

Dalam melakukan kegiatan usahanya, biasanya berkeliling dalam suatu kawasan; misal: penjual makanan keliling, pedagang asongan, penjual jasa. Mereka biasanya memiliki gerobak atau “dipanggul”.

NO	TINJAUAN PEDAGANG	JENIS (MACAM/KELOMPOK) PEDAGANG
1	Dari jumlah pelakunya	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pedagang individu</li> <li>• Pedagang gabungan/kongsi</li> </ul>
2	Dari segi kemampuan modalnya	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pedagang modal kecil</li> <li>• Pedagang modal sedang</li> <li>• Pedagang modal cukup</li> <li>• Pedagang modal besar</li> </ul>
3	Dari segi cara penyalurannya	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pedagang eceran</li> <li>• Pedagang grosir</li> <li>• Pedagang pengumpul</li> </ul>
4	Dari segi jangkaun pelayanan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pedagang lingkungan</li> <li>• Pedagang lokal</li> <li>• Pedagang kota</li> <li>• Pedagang regional</li> </ul>
5	Dari segi pelayanannya	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pedagang langsung</li> <li>• Pedagang tak langsung</li> </ul>
6	Dari segi asalnya	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pedagang dari desa/hinterland</li> <li>• Pedagang dari kota</li> </ul>

Tabel 2.3. Tinjauan pedagang dan macamnya

#### 2.3.3. Pengelola

Untuk melaksanakan tugas sehari-hari dibidang perdagangan, Pemerintah Daerah menempuh satu cara dari dua pilihan, yaitu dengan menunjuk :

1. Jawatan / Dinas dibawahnya.
2. Perusahaan Daerah yang diberi otorita untuk mengelola pelayanan umum di bidang perdagangan.

#### 2.3.4. Unsur-Unsur Penunjang

Unsur-unsur penunjang adalah pihak-pihak yang berperan dalam kelangsungan kegiatan perdagangan di pasar. Unsur-unsur ini meliputi : Pemerintah, Bank dan swasta.

##### 1. Pemerintah

Dalam rangka pembangunan dan pelancaran ekonomi nasional, pemerintah wajib memelihara kestabilan ekonomi, diantaranya dengan menguasai sektor perpasaran dengan cara ikut mengelola dan menarik pajak pasar, menentukan

klasifikasi pasar dan wilayah kekuasaannya. Pembangunan fisik pasar biasanya dilakukan oleh Pemerintah dengan Anggaran Daerah ataupun Inpres.

## 2. Bank

Bank berperan terutama dalam hal segi pembiayaan pembangunan dan permodalan bagi pedagang. Misalnya : pembangunan pasar Inpres dibiayai melalui Bank Pemerintah, Kredit Canda Kulak bagi para pedagang disalurkan melalui Bank Rakyat Indonesia, dan sebagainya.

## 3. Swasta

Dalam hal ini yang disebut swasta bisa para pedagang sendiri atau pelaksana (kontraktor) yang membiayai pembangunan pasar, karena pada prinsipnya pembangunan fasilitas pasar dibiayai dengan dana dari masyarakat yang akan kembali kepada masyarakat dalam bentuk yang lain. Secara umum pasar sebagai suatu kebutuhan masyarakat yang dikelola oleh dan untuk kepentingan masyarakat melalui peranan unsur-unsur penunjang yang menggerakkan kehidupan pasar sehari-hari.

## **2.4. PENGELOMPOKAN TINGKAT KEBUTUHAN BARANG DAGANGAN**

### **2.4.1. Jenis Dagangan**

Berdasar tingkat kebutuhan pemakainya dapat dibedakan :

#### 1. Demand goods :

Barang kebutuhan primer pokok yang dibutuhkan setiap hari.

#### 2. Convenience goods :

Barang kebutuhan sekunder, perlu tapi tidak pokok dan tidak dibutuhkan setiap hari, misal: pakaian, perkakas rumah dan sebagainya.

#### 3. Impulse goods :

Barang-barang kebutuhan khusus, mewah, luks yang digunakan untuk kenyamanan dan kepuasan, misalnya : kalung, gelang, jam tangan, minyak wangi, dan sebagainya.

## 2.4.2. Pengelompokan Jenis Dagangan

NO	KELOMPOK MATERI DAGANGAN	SPESIFIKASI
1	Jenis materi dagangan	a. Barang Demand Goods / bahan pangan : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hasil pertanian</li> <li>• Sayuran</li> <li>• Buah-buahan</li> <li>• Hasil peternakan</li> <li>• Bumbu-bun:buan</li> <li>• Bahan pangan mentah yang diproses</li> <li>• Pangan matang</li> </ul> b. Barang Convinience Goods: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Barang-barang kelontong/grabatan</li> <li>• Bahan sandang</li> <li>• Perkakas rumah tangga</li> <li>• Barang-barang klitikan : sisir, onderdil, kacamata.</li> </ul> c. Barang-barang khusus / Impulse Goods / Mewah : perhiasan, radio, televisi. d. Jasa: tukang jahit, reparasi arloji, kacamata.
2	Sifat/kesan materi dagangan	a. Bersih b. Kotor c. Berbau d. Tak berbau e. Basah f. Kering g. Tahan lama h. Tak tahan lama
3	Tingkat urgensi materi perdagangan	a. Barang kebutuhan sehari-hari (Demand Goods) b. Barang kebutuhan berkala (Convinience Goods) c. Barang tak selalu dibutuhkan (impulse Dgoods)
4	Cara pengangkutan	a. Barang pecah belah b. Bukan barang pecah belah
5	Cara penyajian	a. Penyajian sederhana (sayur, bumbu) b. Penyajian sedang (beras, bahan pangan yang di proses) c. Penyajian baik (Klontong/grabatan) d. Penyajian Khusus (arloji, kacamata)

Tabel 2.4. Kelompok materi dagangan dan spesifikasinya

## 2.5. TINJAUAN CITRA BANGUNAN

### 2.5.1. Pengertian

Menurut *Mangunwijaya* mendefinisikan citra sebagai image, kesan atau gambaran penghayatan yang ditangkap oleh seseorang.

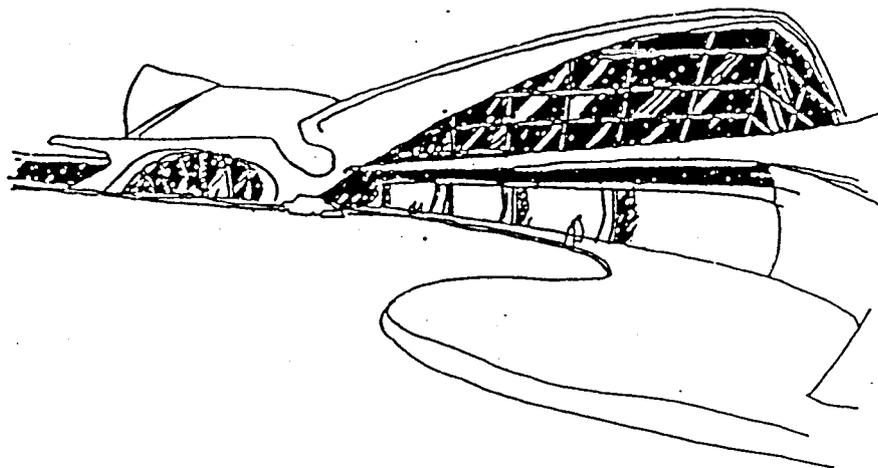
*Charles Jencks* mendefinisikan citra dalam arsitektur adalah "Kesan (impresi) yang muncul ketika proses melihat, menghayati dan merasakan suatu entitas dari suatu tanda sebagai pembentuk ruang".

Citra tumbuh dalam arsitektur pertama kali dipengaruhi oleh perwujudan dari sebuah bentuk bangunan dan kemudian faktor-faktor pembentuk wujud bangunan, termasuk diantaranya pembentukan atau penyusunan program (fasilitas/fisik/lay out) ruang, type bangunan, lingkungan gaya (style), perilaku dan teknologi.

### 2.5.2. Citra Sebagai Simbol

Sebuah lambang atau simbol merupakan suatu proseswujud gagasan atau ide yang tertuang secara fisik dari suatu perilaku kolektif dan dimaknai pada visual simbol. Hal ini ditekankan pula pada bentuk bangunan Pasar Prambanan sebagai salah satu bentuk simbol yang berada di kawasan wisata Candi Prambanan. Symbolisme pada bangunan didukung oleh tradisi perilaku dan alam yang telah diperoleh sepanjang masa dan ini secara spesifik terlihat pada bentuk bangunan (Jules, 1985).

Seperti pada karya Trans World Airlines Building, Kennedy Airport. Gedung tersebut merupakan simbol dari binatang yang berada di udara dan diekspresikan sebagai gagasan awal fungsi pesawat terbang.



Gambar 2.4 . Citra Bangunan Sebagai Simbol  
Sumber : Wastu Citra, YB Mangunwijaya.

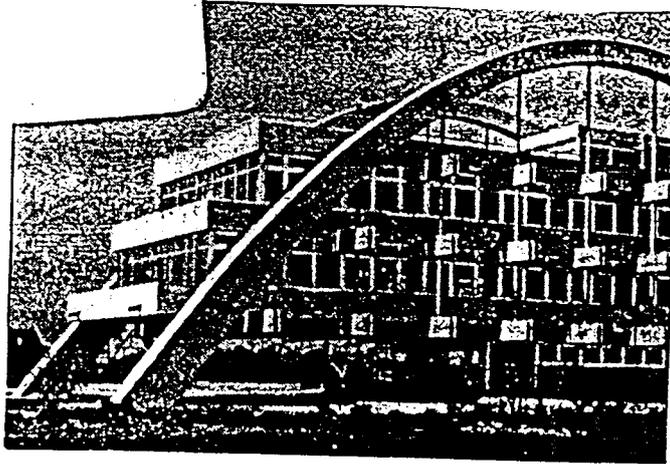
Simbol sebagai bahasa yang mengisyaratkan sesuatu, yang menuntut pemahaman pengamat terhadap fungsi tertentu. Oleh Jencks (1980) simbol dalam arsitektur dikategorikan menjadi 3 (tiga), yaitu :

1. *Index* atau *Indexial Sign*, yaitu simbol yang menuntut pengertian seseorang karena adanya hubungan langsung antara penanda (signifier) dan petanda (signified), terutama pada bentuk dan ekspresinya. Index merupakan tingkat paling sederhana dari simbolisasi, yaitu tanda-tanda yang secara harafiah menunjukkan adanya maksud untuk berkomunikasi dari perancangnya untuk menghasilkan sebuah bentuk. Orang mengenal bentuk sebagai tanda index melalui proses kebiasaan, penggunaan yang berulang pada fungsi tetap, sehingga waktu pembentukannya lama dan memerlukan pengamatan yang menurus.
2. *Icon* atau *Iconic Sign*, adalah simbolisasi yang memberikan pengertian berdasar sifat-sifat khusus yang terkandung. Icon ini sering dikatakan sebagai simbol metafor atau kiasan. Keserupaan atau kemiripan tersebut dapat dirasakan karena menimbulkan bayangan.
3. *Symbolic Sign*, adalah simbolisasi yang menunjukkan suatu aturan tertentu berupa hubungan dari gagasan-gagasan umum yang menyebabkan suatu simbol dapat diinterpretasikan dan mempunyai hubungan dengan obyek yang bersangkutan.

### **2.5.3. Citra Pada Penampilan Bangunan**

Faktor-faktor pembentuk yang mewujudkan sebuah bentuk khususnya bangunan, merupakan awal terbentuk citra dari penampilan bentuk bangunan, faktor-faktor pembentuk citra tersebut diantaranya :

- a. *Vitality* : Suatu kekuatan yang lebih tercermin pada penampilan ungkapan fisik. Dengan tujuan meningkatkan bobot kualitaif penampilan ungkapan fisik bangunan untuk mendukung eksistensi bangunan.



Dalam konstruksi bangunan ini pemikul utama memanfaatkan efisiensi parabola yang hemat material. Biro dengan konstruksi mencolok seperti ini sering di maksud juga agar berfungsi selaku iklan komersil, karena dengan sendirinya menjadi semacam titik orientasi lokal.

Gambar 2.5 . Bangunan biro di Hamburg  
Sumber : Wastu Citra, Y.B. Mangunwijaya.

- b. *Balance* : Ungkapan keseimbangan kualitatif maupun kuantitatif baik melalui simetri atau bukan pada bagian atau keseluruhan dari komposisi visual sebagai hasil Perancangan arsitektur. Dengan tujuan khususnya ungkapan fisik untuk meningkatkan bobot kualitatif maupun kuantitatif bangunan / komposisi visual (bentuk, warna, lay out, Gubahan massa, Unsur pengikat).
- c. *Harmony* : Kesesuaian dan keselarasan antar bagian atau elemen suatu komposisi visual sehingga dapat menumbuhkan suatu nilai estetika tertentu. Dengan tujuan untuk mendapatkan nilai lebih secara kualitatif dari hasil rancangan arsitektur khususnya ditinjau dari segi estetika. Ungkapan kesesuaian / keselarasan ini berupa : warna, tekstur orientasi, bentuk material, lay out, proporsi.

### **BAB III**

#### **ANALISA PASAR PRAMBANAN**

#### **YANG REKREATIF DAN INOVATIF**

### **3.1: ANALISA KEDUDUKAN PASAR PRAMBANAN**

#### **3.1.1. Status dan Kelas Pasar Prambanan**

Status untuk Pasar Prambanan merupakan pasar tradisional dan juga pasar umum karena mempunyai ciri-ciri yang telah disebutkan pada bab-bab awal dan sesuai dengan kondisi eksisting yang ada. Pasar Prambanan termasuk pasar kelas III yang hanya mempunyai fasilitas yang terbatas, seperti prasarana pasar (Masjid/mushola, saluran drainase, sumber air bersih, TPS, MCK), Prasarana lingkungan (jalan lingkungan, jalan setapak, parkir, TPS, MCK, saluran drainase). Namun begitu, fungsi Pasar Prambanan dapat dikembangkan kelasnya karena keberadaannya di daerah kawasan wisata yang mana sebagai tempat rekreasi / wisata selain fungsi yang lain yang dapat mendukung maupun memberikan nilai lebih terhadap pelaku / pengunjung.

Sebagai pusat perdagangan, daerah Prambanan diharapkan mampu sebagai jantung perekonomian DIY (Perbatasan Yogya-Klaten) secara umum dan daerah Kota Prambanan pada khususnya. Fungsi Kota Prambanan dalam skala lokal sebagai berikut :

- Pusat pelayanan kegiatan pemerintah kecamatan.
- Pusat pelayanan sosial ekonomi, seperti pertanian, perdagangan, wisata, dan lain-lain untk daerah belakangnya.
- Pusat pengembangan kegiatan pendidikan, perdagangan, industri kerajinan dan transportasi.

#### **3.1.2. Kepariwisataaan**

Kawasan obyek wisata Prambanan adalah salah satu daerah tujuan wisata yang berada di sebelah timur kota Yogyakarta dengan obyeknya peninggalan purbakala / wisata budaya arkeologi. Perkembangan pariwisata untuk Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta yang merupakan daerah Tujuan Wisata

(DTW) kedua setelah Bali perlu mengembangkan secara terpadu, dengan adanya beberapa kepentingan yaitu

- Memperkenalkan budaya bangsa.
- Memperluas kesempatan kerja.
- Pembangunan daerah.
- Peningkatan pendapatan daerah.

Kebijakan pengembangan kepariwisataan DIY diarahkan kepada pembenahan obyek-obyek wisata beserta sarana dan prasarana pendukungnya, seperti akomodasi, restoran, biro perjalanan, akses menuju obyek wisata, atraksi kesenian tradisional, hasil kerajinan sebagai cendramata serta makanan khas Yogyakarta. Dengan melihat pengembangan di bidang kepariwisataan tersebut maka prioritas pengembangan kepariwisataan ditekankan pada model / paket wisata dengan memanfaatkan peninggalan yang bernilai sejarah / situs purbakala, kesenian daerah, kota perjuangan, kota pendidikan dan kerajinan tangan.

Atas dasar satuan kawasan pengembangan (SKP) maka dapat diperkirakan kota Prambanan akan menjadi pintu gerbang propinsi DIY di bagian timur dan salah satu tempat tujuan wisata utama (Candi Prambanan) ditambah dengan adanya pengembangan obyek wisata perbelanjaan sebagai salah satu fasilitas pendukung wisata utama berupa obyek wisata perbelanjaan Pasar Prambanan.

Hingga saat ini konsentrasi pariwisata di Yogyakarta masih berada di wilayah timur, yang mengandalkan obyek-obyek wisata purbakala / arkeologi, khususnya tersebar di kawasan yang berupa candi-candi yang tersebar di kawasan Prambanan. Dengan memanfaatkan pasar tradisional Prambanan sebagai alternatif obyek wisata, akan memberikan sentuhan suasana lain sebagai obyek wisata budaya selain obyek candi-candi yang ada.

## **3.2. ANALISA TAPAK**

### **3.2.1. Analisa Kedudukan site**

Lokasi Pasar Prambanan berada pada posisi yang strategis yaitu di sebelah utara Candi Prambanan, sebelah selatannya Candi Ratu Boko, Sebelah Baratnya

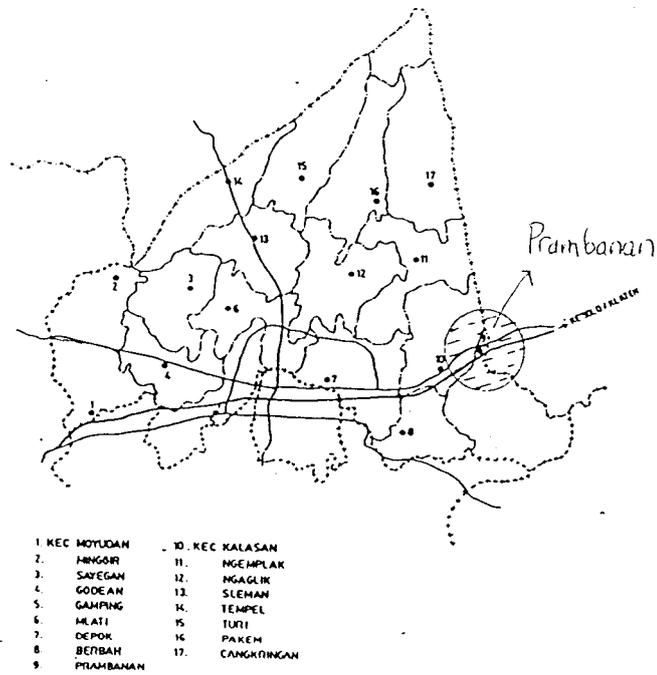
Candi Kalasan dan Sebelah timurnya perbatasan Yogya-Klaten. Jadi dapat diperkirakan bahwa dengan kedudukan seperti ini akan menjadi pusat kegiatan perdagangan dan wisata karena selain sebagai kawasan wisata juga sebagai tempat transit bagi mereka yang datang dari luar kota (Jawa Tengah).

Pasar Prambanan merupakan pasar pusat kota Kecamatan dengan tingkat pelayanan meliputi :

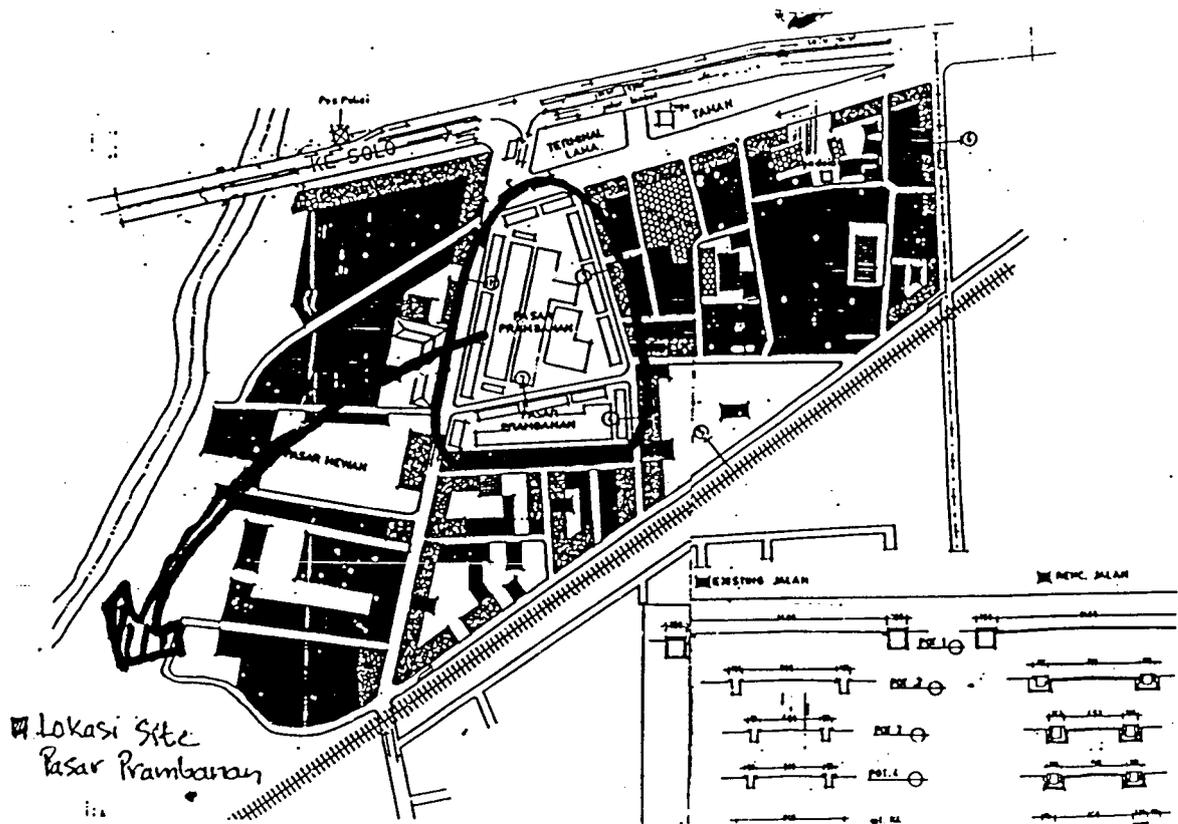
- Desa Bokoharjo, Kecamatan Prambanan Sleman.
- Desa Taman Martani, Kecamatan Kalasan.
- Desa Tlogo, Kecamatan Prambanan Klaten.
- Desa Kebondalem Kidul, Kecamatan Prambanan Klaten.

Sehingga dengan peningkatan fasilitas berupa sarana dan prasarana pada pasar Prambanan maka jangkauan pelayanan akan lebih luas didukung oleh letak dan keberadaannya di kawasan wisata yang ramai akan pengunjung. Dengan keberadaan kota Prambanan yang terletak pada segitiga tujuan wisata di Yogyakarta dan Jawa Tengah yaitu Candi Borobudur-Keraton Yogya-Candi Prambanan. Sistem jaringan jalan regional sangat berperan terhadap aksesibilitas pencapaian menuju obyek wisata perbelanjaan Pasar Prambanan nantinya, yang juga didukung jalur jalan lokal yang telah mengalami peningkatan bagi perkembangan pertumbuhan kota karena jalan adalah sarana yang vital untuk kemajuan tersebut.

Dengan berdasarkan RTURK Kabupaten Sleman khususnya kota Prambanan jaringan jalan yang dikembangkan meliputi sistem primer dan sekunder dengan fungsi arteri, kolektor dan lokal. Jalan arteri primer menghubungkan kota Yogyakarta-Solo; jalan kolektor primer menghubungkan kota Prambanan-Piyungan; jalan kolektor sekunder menghubungkan unit-unit lingkungan; dan jalan lokal sekunder menghubungkan blok-blok peruntukan.



Gambar 3.1. Peta Kabupaten Sleman dengan lokasi Kecamatan Prambanan  
 Sumber : RUTRK Sleman



Gambar 3.2. Lokasi pasar pada site  
 Sumber : RTURK Sleman

Sesuai dengan keberadaan Pasar Prambanan di kawasan wisata Candi Prambanan maka kedudukan seperti ini dapat dijadikan obyek wisata dengan sistem wisatawan yang datang dengan bus besar diwajibkan dulu untuk parkir di taman parkir wisata untuk selanjutnya menaiki komotra, kendaraan yang didesain cantik yang membawa wisatawan ke obyek tersebut. Hal ini dapat diuraikan dengan urutan kegiatan yaitu setelah wisatawan selesai menikmati Candi Prambanan, langsung digiring ke Pasar Prambanan. Pasar ini juga didesain sedemikian rupa sehingga semua kios terlewati.

### **3.2.2. Analisa Kapasitas Pedagang**

Sesuai dengan kondisi eksisting dan bentuk site maka Pasar Prambanan dibagi menjadi tiga bagian yaitu bagian depan untuk kebutuhan *Impuls goods* dan *Convinence Goods* sedangkan bagian belakang untuk kebutuhan *Demand Goods*. Sehingga di dalam penataan perlu suatu pola yang dapat memberikan unsur penyatu sekaligus sebagai ruang integrasi terhadap kegiatan perpasaran.

Menurut data yang ada bahwa site memiliki luas 21.825 m<sup>2</sup>, terdiri dari pasar umum. Lahan seluas ini ternyata tidak mampu menampung seluruh pedagang yang ada. Untuk menampung semua pedagang maka perlu pengembangan bangunan. Dalam kaitannya dengan penekanan yang diambil, bahwa pola tata ruang yang diharapkan adalah memiliki sifat efisien. Maka karena secara horizontal pengembangan bangunan tidak bisa dilakukan, pengembangan bangunan baru dilakukan pada arah vertikal. Hal ini berdasarkan perhitungan sebagai berikut:

Berdasarkan dari data tahun 1999 (lihat lampiran Tabel 3.1) pengelola Pasar Prambanan jumlah total pedagang adalah 1014 pedagang, terdiri dari 799 pedagang tetap dan 215 pedagang temporer yang mangkal di los / selasar. Arah pengembangan dilakukan secara vertikal. Untuk mengantisipasi pertambahan jumlah pedagang sampai tahun 2010. Maka diestinasikan terjadi pertambahan menjadi menjadi 1500 pedagang. Pengembangan ini dengan perhitungan yang terjadi tiap tahun  $\pm 4,8\%$ . Asumsi ini dapat dilihat pada analisa hitungan di bawah ini untuk tahun 1999 yang terbagi ke dalam 4 bagian yaitu pedagang kios, los, bango dan pedagang selasar / musiman.

## 1. Kios (201 pedagang)

Asumsi kios yang digunakan berukuran  $3\text{m} \times 4\text{m} = 12\text{m}^2$  adalah 47,8% pedagang dan  $3\text{m} \times 3\text{m} = 9\text{m}^2$  adalah 52,2% pedagang. Jadi :

- $47,8\% \times 201 = 96 \times 12\text{m}^2 = 1152\text{m}^2$ .
  - $52,2\% \times 201 = 105 \times 9\text{m}^2 = 945\text{m}^2$ .
  - 30% untuk sirkulasi =  $629\text{m}^2$
- Total luas =  $2726\text{m}^2$

## 2. Los (433 pedagang)

Jumlah los yang ada berukuran :

$$4\text{m} \times 24\text{m} \text{ ada } 3 \text{ los} = 288\text{m}^2$$

$$4\text{m} \times 21\text{m} \text{ ada } 2 \text{ los} = 168\text{m}^2$$

$$4\text{m} \times 15\text{m} \text{ ada } 31 \text{ los} = 1860\text{m}^2$$

$$4\text{m} \times 12\text{m} \text{ ada } 13 \text{ los} = 624\text{m}^2$$

$$30\% \text{ untuk sirkulasi} = \underline{882\text{m}^2}$$

$$\text{Total luas} = 3822\text{m}^2$$

Sedangkan luas los yang digunakan oleh pedagang adalah sebagai berikut :

Asumsi 88,7% menggunakan los berukuran  $2\text{m} \times 3\text{m}$ , 10,4% menggunakan los berukuran  $4\text{m} \times 3\text{m}$ , 1% menggunakan los berukuran  $4\text{m} \times 6\text{m}$ . Jadi :

- $88,7\% \times 433 = 384 \times 6\text{m}^2 = 2304\text{m}^2$
- $10,4\% \times 433 = 45 \times 12\text{m}^2 = 540\text{m}^2$
- $1\% \times 433 = 4 \times 24\text{m}^2 = 96\text{m}^2$
- 30% untuk sirkulasi =  $882\text{m}^2$

$$\text{Total luas} = 3822\text{m}^2$$

## 3. Bango (165 pedagang)

Asumsi 78,8% menggunakan bango berukuran  $6\text{m}^2$ , 21,2% menggunakan bango berukuran  $4\text{m}^2$ . Jadi :

- $78,8\% \times 165 = 130 \times 6\text{m}^2 = 780\text{m}^2$
- $21,2\% \times 165 = 35 \times 4\text{m}^2 = 140\text{m}^2$
- 30% untuk sirkulasi =  $276\text{m}^2$

$$\text{Total luas} = 1196\text{m}^2$$

4. 3 MCK (6x4) = 72m<sup>2</sup>
5. 7 gudang (6x4) = 168m<sup>2</sup>
6. Kantor pengelola = 74m<sup>2</sup>
7. Sirkulasi yang ada di pasar diasumsikan kurang lebih 30% dari luas lahan yang ada yaitu 21.825 x 30% = 6547,5m<sup>2</sup>

8. Pedagang selasar/musiman (215 pedagang)

Asumsi 46,5% pedagang menggunakan lahan ukuran 6m<sup>2</sup>, 39,5% menggunakan lahan ukuran 4m<sup>2</sup>, dan 14% menggunakan lahan ukuran 2m<sup>2</sup>.

Jadi:

- 46,5% x 215 = 100 x 6m<sup>2</sup> = 600m<sup>2</sup>
- 39,5% x 215 = 85 x 4m<sup>2</sup> = 340m<sup>2</sup>
- 14% x 215 = 30 x 2m<sup>2</sup> = 60m<sup>2</sup>

$$\text{Total luas} = 1000\text{m}^2$$

Sedangkan untuk sampai tahun 2010 analisa diasumsikan dengan jumlah total pedagang menjadi 1500 pedagang yang terbagi ke dalam 3 bagian yaitu pedagang kios, los, dan pedagang temporer. Dengan tingkat pertambahan pada kios, los, dan pedagang temporer diasumsikan sebesar  $\pm 4,8\%$  per tahun. Sehingga hitungannya sebagai berikut :

1. Kios (212 pedagang)

Asumsi kios yang digunakan berukuran 4mx6m = 24m<sup>2</sup> adalah 24,8% pedagang dan 3mx4m = 12m<sup>2</sup> adalah 40,2% serta 3mx3m = 9m<sup>2</sup> adalah 35% pedagang. Jadi :

- 24,8% x 212 = 53 x 24m<sup>2</sup> = 1272m<sup>2</sup>.
- 40,2% x 212 = 85 x 12m<sup>2</sup> = 1020m<sup>2</sup>.
- 35% x 212 = 74 x 9m<sup>2</sup> = 666m<sup>2</sup>
- 30% untuk sirkulasi = 887m<sup>2</sup>

$$\text{Total luas} = 3845\text{m}^2$$

2. Los (627 pedagang)

Sedangkan luas los yang digunakan oleh pedagang adalah sebagai berikut :

Asumsi 5% menggunakan los berukuran 2mx1,5m, 83,7% menggunakan los berukuran 2mx3m, 10,4% menggunakan los berukuran 4mx3m, 1% menggunakan los berukuran 4mx 6m. Jadi :

- $5\% \times 627 = 31 \times 3m^2 = 93m^2$
  - $83,7\% \times 627 = 525 \times 6m^2 = 3150m^2$
  - $10,4\% \times 627 = 65 \times 12m^2 = 780m^2$
  - $1\% \times 627 = 6 \times 24m^2 = 144m^2$
  - 30% untuk sirkulasi = 1250m<sup>2</sup>
- Total luas = 5417m<sup>2</sup>

### 3. Pedagang selasar / musiman (225 pedagang)

Asumsi 46,5% pedagang menggunakan lahan ukuran 6m<sup>2</sup>, 39,5% menggunakan lahan ukuran 4m<sup>2</sup>, dan 14% menggunakan lahan ukuran 2m<sup>2</sup>.

Jadi:

- $46,5\% \times 225 = 105 \times 6m^2 = 630m^2$
  - $39,5\% \times 225 = 89 \times 4m^2 = 356m^2$
  - $14\% \times 225 = 32 \times 2m^2 = 64m^2$
- Total luas = 1050m<sup>2</sup>

4. Asumsi 4 MCK (6x4) pada tiap lantai pasar =  $4 \times 24m^2 \times 3 \text{ lantai} = 288m^2$ .

5. Asumsi 6 gudang (6x6) = 216m<sup>2</sup>.

6. Asumsi kantor pengelola = 74m<sup>2</sup>.

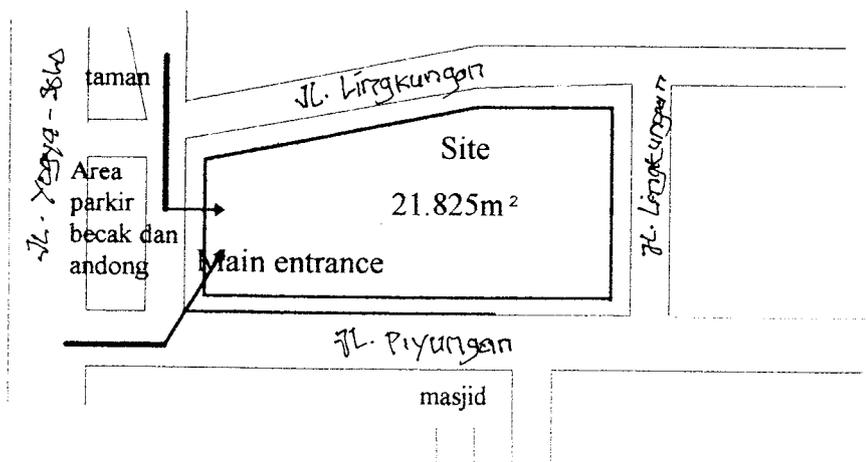
Selain itu luasnya BCR yang ada sekarang hanya 70% dari luas lahan. Sehingga untuk mengatasi hal tersebut maka perlu dilakukan pengembangan pasar secara vertikal. Berdasarkan peraturan daerah yang ada untuk menentukan luas bangunan di daerah Prambanan ditetapkan sebagai berikut : (1) BCR maksimum 80% dan FAR maksimum 0,8, (2) Ketinggian bangunan 12m atau 3 lantai, (3) Garis sempadan bangunan (ROOI) selebar 10m dan 5m dari As jalan.

Dalam perencanaan pola tata ruang harus memperhatikan keberadaan pedagang lama yang sebagian besar adalah pedagang kelas menengah ke bawah agar pedagang kecil ini tetap bisa bertahan. Sedangkan bila dilihat dari segi ekonomi, beberapa hal perlu diperhatikan yaitu penghasilan pedagang untuk

menentukan atau mengetahui kemampuan mengangsur, harga bahan bangunan sekarang untuk mengetahui harga bangunan baru dan bunga bank.

Untuk meningkatkan kondisi Pasar Prambanan menjadi obyek wisata perbelanjaan maka keberadaan unsur-unsur penunjang pasar sangat perlu sekali. Dari pasar kelas III (Pasar Prambanan) agar menjadi pasar yang memenuhi syarat dengan kondisi perencanaan dan perancangan ini sebagai obyek wisata perbelanjaan, maka adanya penambahan fasilitas penunjang yang belum ada di lokasi yaitu pelayanan kesehatan, area parkir, tempat penitipan anak, mushola, fire protection, mekanikal elektrik, pengolahan limbah.

Selain itu penggunaan eskalator untuk menarik pengunjung dalam pelayanan di Superekonomi dan Gallery Promosi Wisata / Hendicraft Centre & UPPI. Sedangkan untuk pasarnya sendiri (kebutuhan pokok / Demand Goods) hanya menggunakan tangga biasa sedangkan untuk pengangkutan barang ke lantai atas dapat menggunakan lift barang dan disediakan juga area parkir di lantai atas bangunan. Hal ini untuk mengantisipasi kegiatan di pasar tersebut agar terlayani semua dan biaya pengangkutan barang dagangan lebih murah terutama kegiatan di lantai atas sehingga semua kegiatan perpasaran dapat berjalan dengan lancar dan akan ramai dikunjungi oleh pembeli / konsumen. Dalam hal ini pengadaan pasar ini dilakukan oleh pemerintah dan untuk pengadaan eskalator yang harganya sangat mahal maka perlu adanya kerjasama dengan pihak swasta (investor).



Gambar 3.3. Besaran dan lokasi site  
Sumber : RTURK Kab. Sleman



### **3.2.3. Analisa Aksesibilitas**

#### **a. Pencapaian**

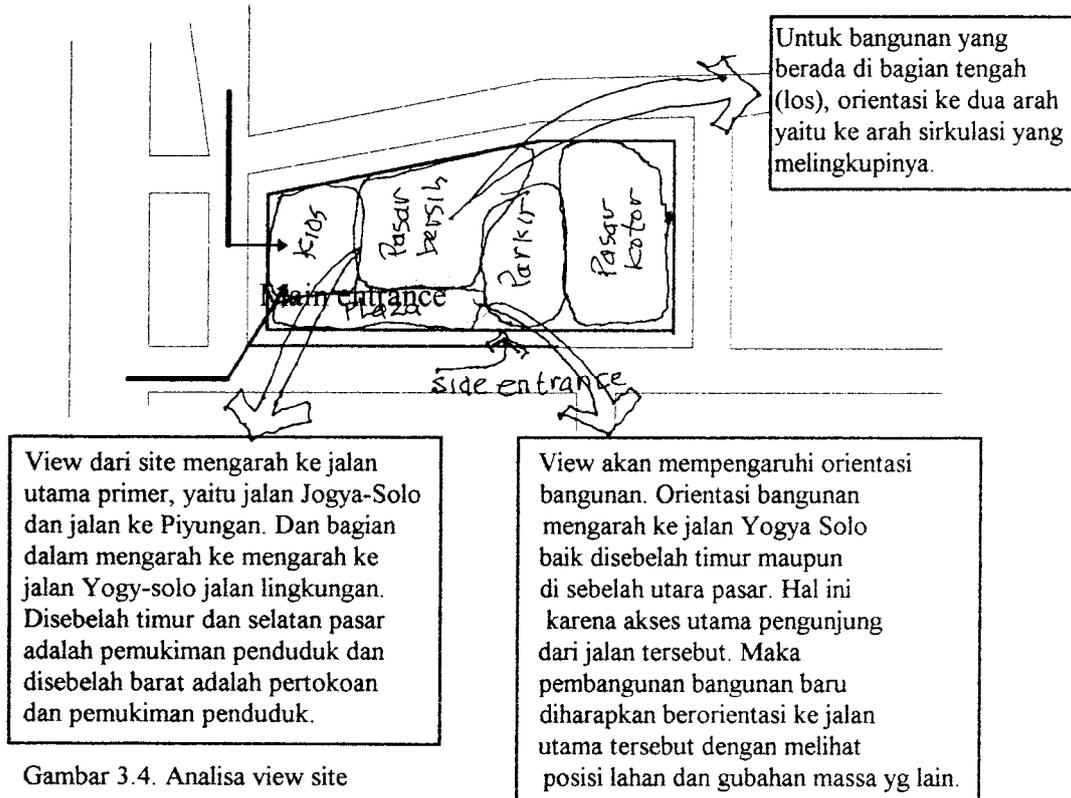
Kemudahan pencapaian ke lokasi Pasar Prambanan merupakan faktor yang sangat peniting, yang dapat menarik konsumen. Faktor pencapaian yang mudah didukung oleh adanya kelancaran arus lalu lintas. Kemudahan dalam transportasi umum dan transportasi pribadi, adanya pedestrian bagi pejalan kaki. Dengan begitu pencapaian ke lokasi dapat lebih mudah, aman dan lancar. Pencapaian pada lokasi Pasar prambanan tersebut sudah baik sebab lokasinya di tepi jalan raya / jalan Yogya-Solo dan jalan ke Piyungan dengan ditambah keberadaan sub terminal angkutan kota menyebabkan posisi site sangat strategis. Sehingga jalur pencapaian dapat dilakukan dari berbagai arah.

#### **b. Sirkulasi**

Sirkulasi yang terjadi pada kawasan tersebut sudah tertata dengan baik, sehingga sirkulasi kendaraan maupun sirkulasi pejalan kaki. Sirkulasi antara pejalan kaki dan kendaraan sudah dipisah, pejalan kaki sudah disediakan pedestrian atau trotoar sendiri. Sehingga para pejalan kaki tidak mengganggu kelancaran sirkulasi kendaraan. Walaupun masih terdapat dampak negatif dalam sirkulasi kendaraan pada lokasi tersebut seperti terjadinya jalur padat pada jam-jam tertentu, namun masih di batas kewajaran. Hal ini dapat di atasi dengan pengaturan sirkulasi dalam pencapaian ke bangunan dengan cara sebagai berikut:

1. Pola sirkulasi site (terutama kendaraan) dibuat dengan pemisahan antara pintu masuk kendaraan dengan pintu keluar dengan bentuk linier.
2. Pintu masuk kendaraan diletakan di sebelah barat sedangkan pintu keluar kendaraan ditempatkan di sebelah timur bangunan. Hal ini untuk mengantisipasi kemacetan lalu lintas dan agar tidak terjadi crossing antar kendaraan.
3. Pintu masuk kendaraan dibuat dengan sistem pintu masuk tunggal.
4. Apabila ditinjau dari posisi dan bentuk site dari arah jalur / sirkulasi maka pencapaian yang dicapai melalui view yang mengarah ke jalan besar ( Yogya-Klaten) atau lebih mengarah ke Candi Prambanan karena orientasi penampilan bangunan akan lebih tampak dari segala arah dibandingkan kalau menghadap ke jalan Kota Prambanan-Piyungan. Hal ini juga disesuaikan dengan bentuk

site yang memanjang dari arah utara ke selatan agar di dalam penataan pola-pola ruang lebih efisien dan terarah. Area parkir yang ada sekarang berada di sepanjang jalan ke Piyungan dan baik sebelah utara dan barat serta di dalam pasar. Karena keadaan ini sangat beresiko khususnya bagi pengguna jalan, maka perlu penyediaan tempat parkir khusus bagi pengunjung pasar.



Gambar 3.4. Analisa view site

### 3.3. ANALISA KEBUTUHAN FASILITAS PERBELANJAAN

#### 3.3.1. Analisa Klasifikasi Pusat Perbelanjaan

##### a. Berdasarkan skala pelayanan

Karena wilayah Prambanan adalah pusat pariwisata dan perdagangan dan, maka pasar secara otomatis mempunyai fungsi vital sebagai tombak ekonomi dan perdagangan serta sebagai obyek wisata. Pusat perbelanjaan ini direncanakan mempunyai lingkup pelayanan kota dan regional diperkirakan dapat melayani masyarakat berbelanja. Berdasarkan adanya peningkatan jumlah penduduk dan perekonomian di Sleman maupun Yogyakarta, maka daya serap pusat-pusat perbelanjaan semakin meningkat pula. Yang mana jumlah penduduk kota Sleman

berdasarkan prediksi tahun 2010 berjumlah  $\pm$  915.560 jiwa, dan dalam pemenuhan fasilitas belanja pemerintah menyediakan area perdagangan berupa kebutuhan ruang. Mengingat cakupan jumlah yang dilayani cukup besar, maka yang dikembangkan adalah pusat perbelanjaan kota dengan luas area minimal 27870 m<sup>2</sup>, dan lingkup pelayanan 150.000 s/d 400.000 orang (Gruend, 1973).

#### **b. Berdasarkan bentuk fisik**

Berdasarkan jangkauan pelayanan dan luas area, pusat perbelanjaan kota (main center) dapat berupa gallery, supermarket dan jenis-jenis toko.

#### **c. Berdasarkan kuantitas barang**

Dengan bentuk fisik berupa departemen store, supermarket dan toko-toko lebih cenderung penjualan berupa toko eceran. Lingkup sistem eceran lebih luas dan fleksibel dari pada grosir, sehingga akan lebih banyak menarik pengunjung karena tingkat variasi barang yang tinggi. Hal ini mendukung keberadaan kondisi perdagangan di kawasan Pasar Prambanan yang memiliki variasi barang yang cukup tinggi. Selain itu berdasarkan kuantitas barang dagangan dan sifat barang dan waktu berdagang dapat diperoleh pendekatan penataan unit dagangan dalam bangunan yaitu :

1. Pedagang kaki lima dengan jenis dagangan berupa kebutuhan sehari-hari akan diwadahi dengan los dan kios dengan waktu berdagang dari jam 05.00-17.00.
2. Jenis dagangan yang dapat dikategorikan berupa Impuls Goods dan Convenience Goods akan diwadahi dengan gallery, pertokoan dan kios dengan waktu berdagang jam 08.00-21.00.
3. Penggabungan ketiga jenis dagangan tersebut diwadahi dalam Superekonomi namun lebih bersifat teratur dari pada sistem perdagangan kios dan los.

#### **3.3.2. Analisa Materi Yang Diperdagangkan**

Pertambahan jumlah dan jenis barang dagangan ini memerlukan ruangan yang lebih besar dan layak untuk berdagang. Penggolongan jenis barang dagangan dapat dikelompokkan berdasarkan tuntutan wadah dan sifatnya yaitu :

1. Berdasarkan tuntutan pewartannya, dapat diketahui jenis barang yang bisa ditumpuk dan ditata / dikemas secara khusus yang akan mempengaruhi kapasitas ruang dagang.
2. Berdasarkan sifat barang dagangan yang utama (dominan) adalah sifat basah dan kering karena akan mempengaruhi sifat yang lain, sehingga perlu pemisahan jenis dagangan ini.

Berdasarkan pewartan sistem perdagangan, dalam strategi pengembangan bangunan secara vertikal dapat dikelompokkan atas : los, kios, toko dengan materi perdagangan berupa kebutuhan pokok diletakan pada lantai dasar, sehingga dapat langsung berhubungan dengan bagian luar bangunan dan kebutuhan sekunder pada lantai/ ruang tersendiri, dengan pertimbangan untuk menarik pengunjung.

### 3.3.3. Analisa Sistem Pelayanan Dalam Pusat Perbelanjaan

Sistem pelayanan pada fasilitas perbelanjaan harus sesuai dengan jenis barang dagangannya, misalnya pakaian, perkakas rumah tangga, keramik, elektronik, perhiasan dan lain-lain. Selain itu cara penyajian juga mempengaruhi cara pelayanan, yang berdasarkan atas dimensi, resiko kerusakan, berat dan sifat barang (bersih, tidak bau, padat, kering dan tahan lama). Namun pedagang eceran seperti ini biasanya memajang semua barang dagangan, hal ini bertujuan untuk memudahkan konsumen dalam memilihnya. Adapun cara pelayanan jual beli yang ada biasanya berupa :

1. Pedagang dan pengunjung sama-sama berdiri.

Misalnya : pedagang yang menggunakan meja etalase, meja barang, rak / almari.

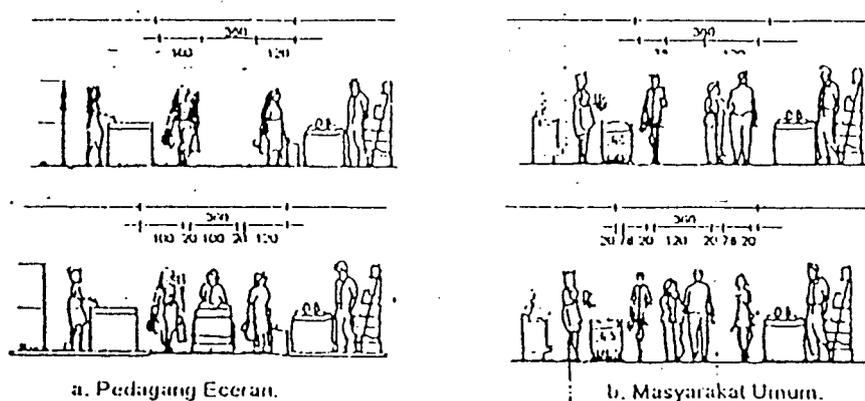
2. Pedagang berdiri pengunjung duduk .

Misalnya : pedagang makanan.

Sistem pelayanan yang sesuai dengan jenis barang dagangan dapat dikategorikan sebagai berikut :

1. Sistem *personal service* dilayani oleh pramuniaga dari balik counter berupa jenis dagangan *impuls goods* (jam tangan, perhiasan, kaca mata dan lain-lain)

2. Sistem *self selection*, pembeli mencari sendiri barang yang dibutuhkan, berupa jenis dagangan *impuls goods* (pakaian, elektronik, keramik dan sebagainya)
3. Sistem *self service*, mencari dan memilih barang dengan menggunakan alat angkut barang perbelanjaan seperti trolley yang kemudian melakukan pembayaran di counter, berupa jenis dagangan *demand goods*, *convenience goods* dan sebagian berupa jenis *impuls goods* (kebutuhan sehari-hari, pakaian, sepatu dan lain-lain).



Gambar 3.5. Cara penyajian dan pelayanan  
Sumber : Analisa

### 3.3.4. Analisa Pola Sirkulasi Kegiatan Perilaku

Secara umum baik sirkulasi yang ada di pasar maupun yang ada di luar pasar mengalami masalah yang sama yaitu adanya kesemrawutan pengguna sirkulasi. Menurut analisa kami bahwa hal ini dipicu oleh banyak hal, sebagai contoh adalah meningkatnya jumlah pedagang di luar kios dan los sehingga menggunakan jalur sirkulasi sebagai tempat berdagang, pembagian hirarki jalur sirkulasi yang kurang tepat baik sirkulasi primer maupun sirkulasi sekunder, keterbatasan ruang sirkulasi. Untuk sirkulasi barang, pola yang terjadi adalah karena adanya pembeli yang dalam mendapatkan barang dagangannya sesuai dengan yang mereka inginkan, tetapi banyak mendapat halangan karena pemadatan sirkulasi. Trotoar yang menjadi tempat pejalan kaki nyaris tidak bisa dipakai karena digunakan untuk berjualan. Parkir yang disediakan masih kurang dan akibatnya penggunaan jalan sebagai tempat parkir yang sehingga jalan menjadi macet.

Dari masing-masing pelaku kegiatan pada fasilitas perbelanjaan memiliki pola sirkulasi kegiatan yang berbeda-beda. Ruang sirkulasi dapat dikembangkan berdasarkan lebar badan manusia, dagangan dan kegiatan yang terjadi. Berdasarkan kegiatan yang ada dengan memiliki karakteristik berbeda pula, maka perlu adanya penggabungan kegiatan tersebut dengan pengolahan sirkulasi integrasi maupun sub integrasi. Pengolahan sirkulasi integrasi berupa ruang bersama (plaza) pada kegiatan fasilitas komersial. Sedangkan sub integrasi merupakan penggabungan kegiatan yang lingkungannya kecil yakni berupa ruang bersama yang terdiri dari ruang duduk, hall, lobby dan lain-lain. Maka pola sirkulasi kegiatan perilaku dapat dibedakan atas :

**a. Manusia**

1. Pedagang

Berdasarkan pengamatan pola sirkulasi pedagang mempunyai tempat yang menetap dalam arti pembeli mendatangi pedagang, selain kegiatan berdagang pedagang juga memiliki kegiatan yang lain.

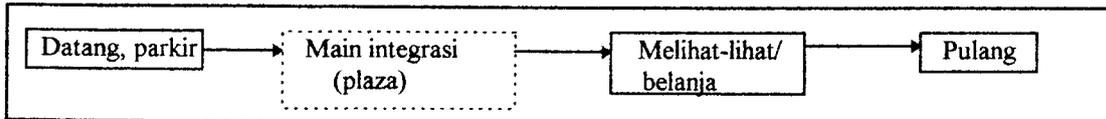
2. Pengunjung

Karena pengaruh lingkungan yang berbau tradisional, maka sifat paguyuban masyarakat masih erat. Oleh karena itu tidak semua pengunjung pasar ingin berbelanja, tetapi lebih dari itu ingin rekreasi, ingin bertemu keluarga dan menyambung hubungan batin yang dalam antar teman maupun relasi yang ada di pasar. Dengan adanya motivasi tambahan itu, maka dapat dikatakan jangkauan pelayanan pasar sangatlah luas. Tetapi terbatas pada jenis-jenis komoditi perdagangan, ataupun kebutuhan sehari-hari yang sifatnya tidak mendesak dan tidak memiliki angka keawetan yang cukup. Sedangkan untuk kebutuhan sehari-hari yang bersifat mendesak serta mudah didapat, cukup dengan berbelanja di pasar lingkungan. Aktivitas pengunjung di tiap-tiap bangunan / pusat perbelanjaan berbeda-beda. Berdasarkan cara penyajiannya dapat dibedakan :

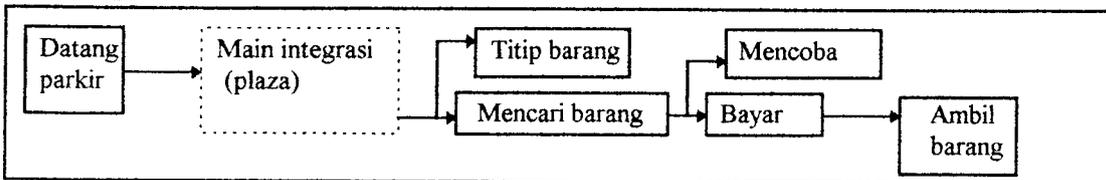
- Berdasarkan bentuk fisik fasilitas perbelanjaan
- Berdasarkan aktivitas

Berdasarkan bentuk fisik fasilitas perbelanjaan dan aktivitasnya pola sirkulasi kegiatan pengunjung dapat dijabarkan sebagai berikut :

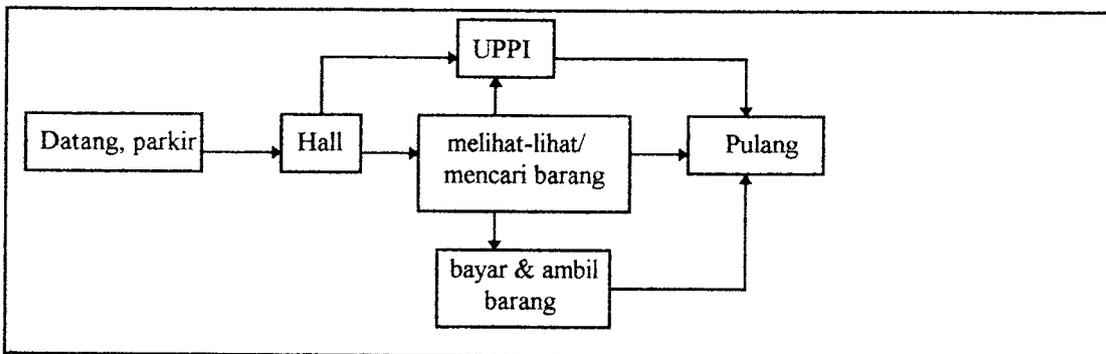
- Pasar umum



- Superekonomi



- Galelery Promosi Wisata/Handicraft Centre dan UPPI



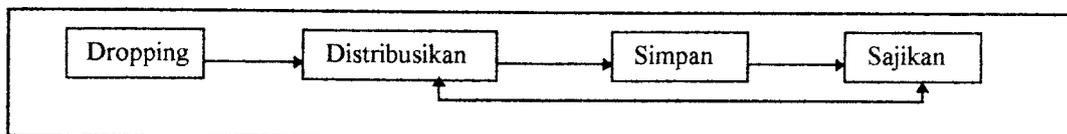
Gambar 3.6. Pola sirkulasi kegiatan pengunjung  
Sumber : Analisa

### 3. Pengelola

Pengelola pada dasarnya tidak banyak mempengaruhi terhadap tata ruang fasilitas perbelanjaan ini, karena jumlah pelakunya yang terlibat relatif sedikit.

#### b. Barang

Sistem pola kegiatan barang pada fasilitas perbelanjaan adalah :



Gambar 3.7. Pola sirkulasi kegiatan barang  
Sumber : analisa

#### c. Kendaraan

Pola kegiatan kendaraan dapat dibedakan atas :

- Kendaraan pribadi
- Kendaraan barang

### 3.4. ANALISA KEBUTUHAN RUANG DAN BESARAN RUANG

#### 3.4.1. Studi Tata Ruang

Ada empat bentuk pelayanan dalam kegiatan perdagangan di Pasar Prambanan, yaitu : (1) Kios, (2) Los, (3) Bango, (4) Dasaran terbuka (lihat gambar di lampiran Tabel 3.1). Fungsi ruang pada site ditentukan berdasarkan peruntukannya. Kemudian dikelompokkan ke dalam suatu ikatan massa bangunan. Tetapi pengertian ruang secara luas tidak hanya terpaku pada ruang kios saja, tetapi mencakup ruang panjang dan area pengamatan serta penggunaan fungsi ruang yang lainnya.

#### 3.4.2. Program Kegiatan

##### a. Macam Kegiatan

Macam kegiatan yang terjadi pada pasar Prambanan dibedakan kedalam empat kelompok yaitu :

No	KELOMPOK KEGIATAN	MACAM KEGIATAN
1.	Kegiatan umum	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transaksi jual beli</li> <li>• Penimbangan barang</li> <li>• Pengangkutan barang</li> </ul>
2.	Kegiatan khusus	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bongkar barang suplay</li> <li>• Penimbangan barang</li> <li>• Penampungan</li> <li>• Pergudangan</li> <li>• Penyebaran</li> </ul>
3.	Kegiatan service	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kegiatan parkir</li> <li>• Pemeliharaan bangunan</li> <li>• MCK</li> <li>• Mushola</li> <li>• Istirahat</li> </ul>
4.	Kegiatan pengelolaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kegiatan administrasi</li> <li>• Koordinasi</li> <li>• Keamanan</li> <li>• Komunikasi</li> <li>• Keuangan</li> </ul>

Tabel 3.2. Kelompok dan macam kegiatan pelaku.

Sumber : Analisa

Kegiatan ini akan di jadikan dasar perencanaan ruang baik kebutuhan, maupun organisasi ruang. Semua kegiatan di atas akan mewujudkan bangunan baru.

## **b. Sifat kegiatan**

### **1. Kegiatan umum**

Kegiatan disini adalah kegiatan pelayanan utama untuk pembeli, dimana pembeli mempunyai peranan penting dalam menentukan berbagai hal terutama macam dan sifat ruang. Kegiatan inilah yang menghidupkan suasana pasar, yaitu terjadinya korelasi antara penjual dan pembeli. Oleh karena itu maka kegiatan umum ini sifatnya publik, dan harus mudah dan aman dicapai oleh pengunjung (pembeli).

### **2. Kegiatan khusus**

Sifat kegiatan khusus adalah sifat kegiatan utama yang terjadi pada hal-hal yang spesial atau telah dikhususkan. Kegiatan ini cenderung melayani kegiatan utama pedagang dalam melakukan kegiatan berdagangnya. Dan kegiatan ini berhubungan erat dengan pengadaan barang bagi pedagang untuk dapat dipasarkan atau disebarakan lagi dengan cepat. Sehingga dengan terlayannya suplai barang bagi pedagang dengan cepat akan berpengaruh juga dalam melayani pembeli dalam memenuhi kebutuhannya.

### **3. Kegiatan service**

Sifat kegiatan service ini merupakan kegiatan pengunjung bagi terlaksananya kegiatan umum maupun khusus di pasar tersebut, sehingga perannya akan mendukung kegiatan yang lain.

### **3.4.3. Pengelompokan Ruang Dagang**

Untuk mengetahui besaran ruang-ruang yang dibutuhkan maka perlu diketahui siapa dan beberapa jumlah pelaku atau pedagang yang akan ditampung.

#### **a. Jenis kelompok barang dagangan**

1. Demand Goods : barang kebutuhan primer yang dibutuhkan setiap hari, misalnya : sayuran bumbu-bumbu, daging, dll (barang yang tidak tahan lama).
2. Convenience Goods : barang sekunder yang dibutuhkan tidak setiap hari, misalnya : Pakaian, perkakas rumah dan sebagainya (barang yang tahan lama).

3. Impuls Goods : barang kebutuhan khusus, mewah, luks yang digunakan untuk kenyamanan dan kepuasan, misalnya : kalung, jam tangan, gelang, minyak wangi, dan sebagainya.

Jadi nantinya pedagang yang berada di luar kios dan los dan pedagang yang bangunannya mengalami kerusakan dan akan ditata ulang. Jumlah pedagang ini adalah pedagang dan pedagang yang bangunannya mengalami penataan ulang. Total jumlah pedagang yang akan ditampung adalah 1014 pedagang. Pedagang kecil berada pada los, sedangkan pedagang menengah berada pada kios dan toko-toko. Oleh karena sebagian besar pedagang pasar Prambanan adalah pedagang kecil sampai menengah, maka hal ini berpengaruh pada perencanaan khususnya dalam penataan kembali pasar Prambanan. Pengaruh yang sangat erat adalah adanya pengaruh sosial dan ekonomi.

Secara sosial bahwa keberadaan pedagang ini akan terancam tergusur jika penataan pasar kembali tidak mempedulikan pendapatan pedagang ini. Dari aspek ekonomi bahwa kemungkinan harga sewa bangunan baru tidak terjangkau oleh pedagang kecil ini. Untuk mengatasi ini perlu adanya subsidi dengan cara menjual fasilitas-fasilitas tambahan kepada investor yang mau invest di pasar Prambanan. Salah satu cara yang menarik adalah menyediakan kemudahan dalam hal kelonggaran masa sewa bangunan oleh investor, misal 25 atau 35 tahun.

#### **b. Strategi penataan ruang dagang**

Untuk memberikan kekuatan pada masing-masing lantai agar orang tertarik untuk mengunjungi maka strategi yang digunakan adalah menempatkan barang-barang yang menjadi " magnet ". Sehingga para pengunjung / konsumen akan mencari dimana pun letaknya dan semua lantai akan menimbulkan aktifitas yang mengalir tanpa ada ruang-ruang yang tidak ada pengunjungnya yaitu pada :

- Lantai dasar

Transaksi jual beli dapat dilakukan secara tawar-menawar antar kedua belah pihak berupa: Perhiasan, arloji, pakaian, konveksi, sepatu, kebutuhan pokok dan lain-lain dengan kualitas relatif baik (dalam kios dan los). Hal ini akan menjadi daya tarik para pengunjung bagi berpenghasilan rendah. Sedangkan

pencapaiannya dapat dilakukan secara langsung dari depan maupun samping bangunan.

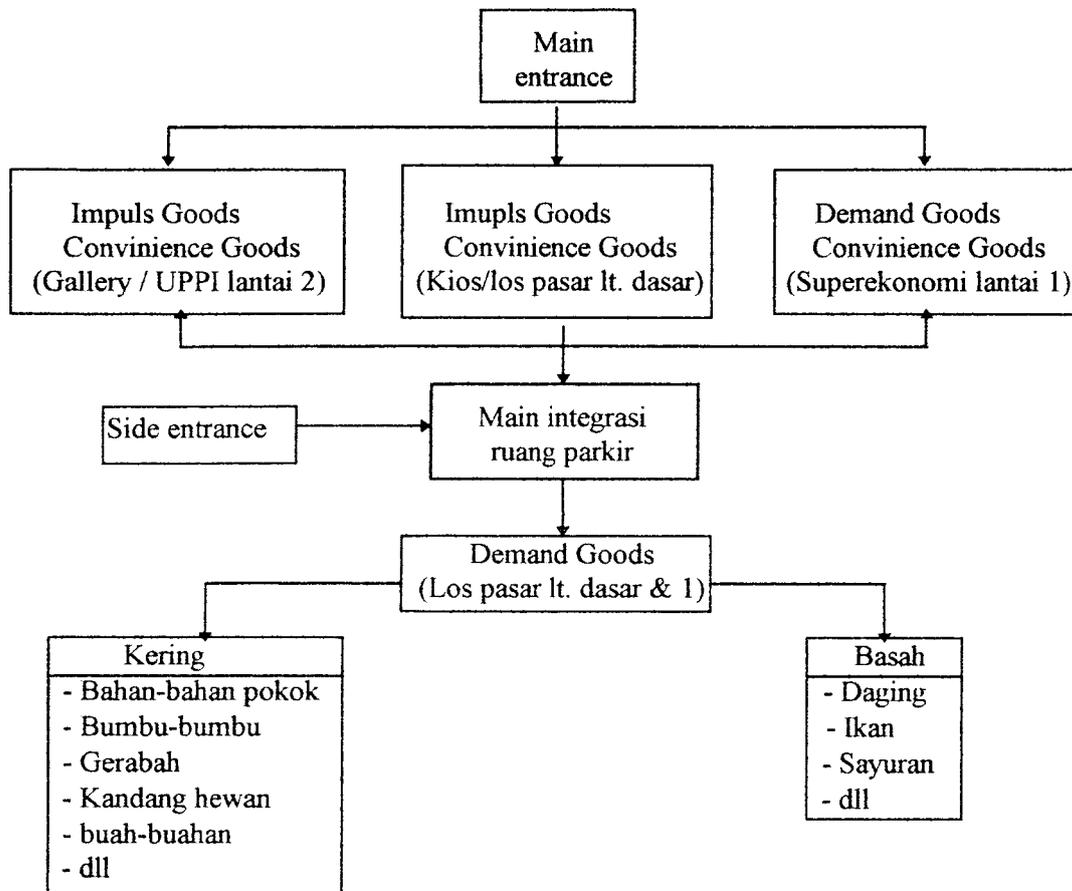
- Lantai satu

Di lantai ini jenis barang yang disajikan lebih baik kualitasnya dengan harga relatif murah dan tidak ada sistem tawar-menawar berupa: barang kerajinan Pakaian, perhiasan, restoran, kebutuhan pokok, dll. (dalam retail-retail/ superekonomi). Hal ini akan menjadi daya tarik juga bagi mereka yang berpenghasilan sedang dan tinggi tanpa mereka harus mencari / pindah ke tempat lain. Sedangkan pencapaiannya dapat dilakukan melalui bagian depan bangunan dengan melewati tangga untuk menuju ke lantai satu tersebut atau masuk melalui lantai dasar kemudian diteruskan dengan melewati tangga dan eskalator yang menuju ke lantai satu.

- Lantai dua

Di lantai Barang-barang kerajinan, work shop diletakan, karena sifatnya yang membutuhkan ruang yang relatif tenang untuk dapat melihat, menghayati, dan merasakan bentuk-bentuk keindahan dari barang-barang kerajinan tersebut. Sedangkan pencapaian awalnya dilakukan seperti pada lantai satu tetapi untuk menuju ke lantai dihubungkan oleh tangga dan eskalator yang telah disediakan.

Dari keterangan di atas dapat buat sebuah skema pengelompokan jenis barang dagangannya adalah sebagai berikut:

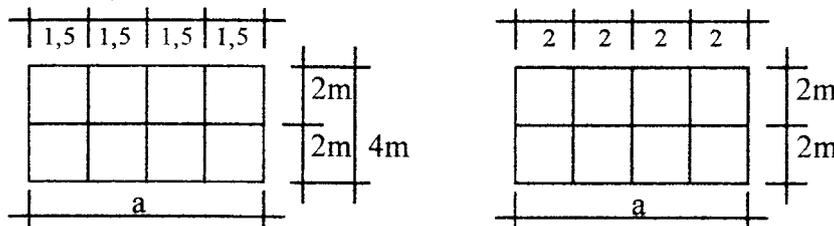


Gambar 3.8. Skema strategi penataan ruang dan jenis barang dagangan  
Sumber : Analisa

### c. Penataan besaran ruang

Berdasarkan data dan analisa maka ruang dagang dapat di kelompokkan menjadi tiga yaitu :

#### 1. Kecil (los): modul 2mx1,5m dan 2mx2m

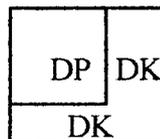
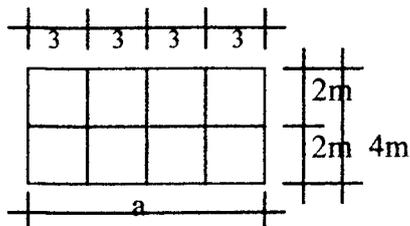


Modul untuk jenis kebutuhan *Demand Goods* dan *Convenience Goods*.

DP
DK

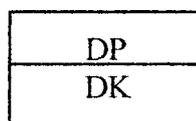
- Pelayanan 1 arah

## 2. Sedang (los): modul 2mx3m



- Pelayanan 2 arah

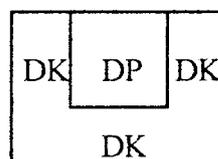
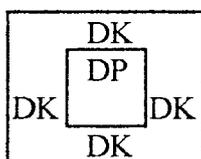
Ket. : DP = Daerah Pelayanan  
DK = Daerah Konsumen



- Pelayanan 1 arah

Modul ini untuk jenis kebutuhan *Convenience Goods*

## 3. Besar (kios): Modul 3mx4m, 4mx6m, dan 5mx9m



Ket. : DP = Daerah Pelayanan  
DK = Daerah Konsumen

Modul ini untuk jenis kebutuhan *Impuls Goods* dan *Convenience goods*.

## d. Perincian jumlah los

Asumsi perincian jumlah pedagang tahun 1999 untuk penggunaan modul los adalah sebagai berikut:

## 1. Pedagang los

Luas =  $6m^2 \rightarrow 384$  pedagang menggunakan modul 2mx3m.

$2m^2, 24m^2 \rightarrow 49$  pedagang menggunakan modul 4mx3m.

## 2. Pedagang bango

Luas =  $4m^2, 6m^2 \rightarrow 165$  pedagang menggunakan modul 2mx1,5m.

## 3. Pedagang selasar

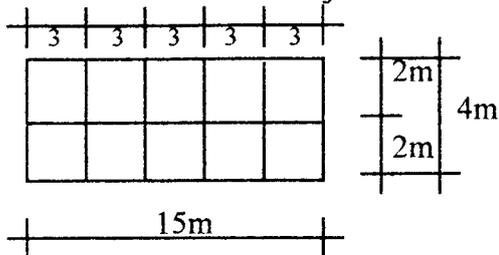
Luas =  $4m^2, 6m^2 \rightarrow 185$  pedagang menggunakan modul 2mx1,5m.

$2m^2 \rightarrow 30$  pedagang sebagai asumsi pedagang yang masih bertahan sebagai pedagang musiman.

Jika dibandingkan dengan hasil pertambahan jumlah pedagang los tahun 1999 sampai tahun 2010 maka selisihnya sebesar 286 pedagang. Sehingga asumsi modul los yang digunakan 2mx3m.

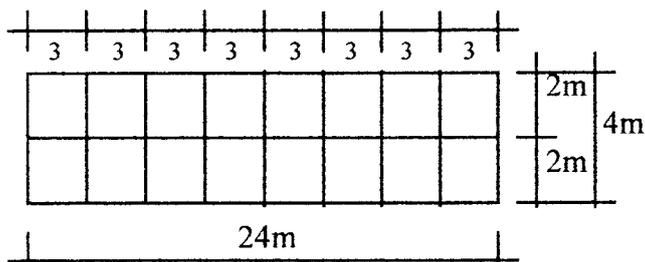
Dari analisa data tabel (lihat di lampiran Tabel 3.1 dan 3.2), maka jumlah dan luas los dapat diketahui yaitu :

- Kebutuhan *Convenience Goods* : sandang dan bala pecah → 170 pedagang untuk ukuran  $6m^2$  berjumlah 17 los.

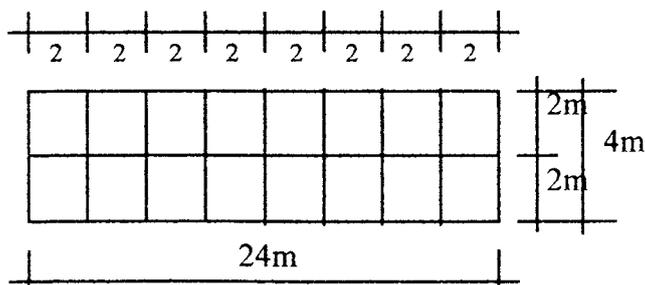


- Kebutuhan *Demand Goods* dan *Convenience Goods* :

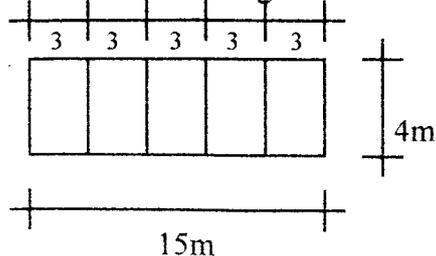
- Sembako, buah-buahan → 160 pedagang untuk ukuran  $6m^2$  berjumlah 10 los.



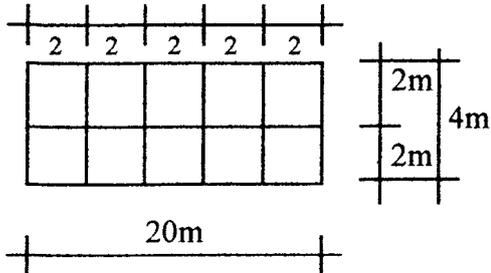
- Pangan, sayuran, bumbu, lauk-pauk, abrak → 355 pedagang untuk ukuran  $4m^2$  berjumlah 15 los.



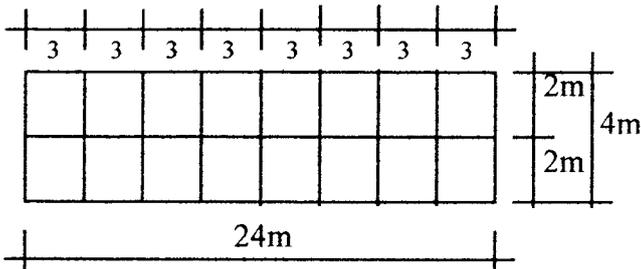
- Gerabah/kandang hewan → 20 pedagang untuk ukuran  $12m^2$  berjumlah 4 los.



- Dagaing / ikan → 10 pedagang untuk ukuran  $4\text{m}^2$  berjumlah 1 (satu) los.



- Asumsi dari selisih pertambahan jumlah pedagang tahun 1999 sampai tahun 2010 adalah 230 pedagang untuk ukuran los  $6\text{m}^2$  berjumlah 13 los.



#### e. Besaran area parkir :

Mengingat terbatasnya lahan yang ada, maka tidak semua kendaraan roda 4 maupun roda 2 di tampung di dalam site bangunan melainkan di tempatkan di area parkir wisata yang telah ada. pengelolaan parkir menggunakan sistem 2 area parkir yaitu di lantai dasar dan di atas lantai bangunan.

##### 1. Di lantai dasar

- 5 bus wisata @  $40\text{m}^2$  =  $200\text{m}^2$
- 20 Mobil @  $15\text{m}^2$  =  $300\text{m}^2$
- Sirkulasi 30% =  $150\text{m}^2$
- Luas total =  $650\text{m}^2$
- 60 Sepeda motor bh @  $2,5\text{m}^2$  =  $150\text{m}^2$
- 150 Sepeda @  $1,5\text{m}^2$  =  $225\text{m}^2$
- Sirkulasi 15 % =  $60\text{m}^2$

##### 2. Di lantai atas bangunan

- 80 mobil @  $15\text{m}^2$  =  $1200\text{m}^2$

- 100 sepeda motor @ 2,5m<sup>2</sup> = 250m<sup>2</sup>
- Sirkulasi 30% = 435m<sup>2</sup>
- Luas total lahan yang dibutuhkan = 2670m<sup>2</sup> .....(1)
- Ruang jual beli terbuka (pedagang temporer) diasumsikan sebesar 1460m<sup>2</sup> ditambah ruang sirkulasi 20% dari luas lahan yang diasumsikan tersebut sebesar 292m<sup>2</sup>. Hal ini mengingat pertambahan jumlah pedagang yang selalu meningkat tiap tahunnya. Jadi totalnya adalah 1752m<sup>2</sup>.....(2)

#### f. Ruang kios dan los pada site

##### 1. Besaran ruang kios (212 pedagang)

- Ukuran ruang kios dibagi kedalam 3 variasi luasan yaitu Kios 9m<sup>2</sup> berjumlah 132, 12m<sup>2</sup> berjumlah 56, dan 24m<sup>2</sup> berjumlah 19. Kriteria kios (kelas 1) ini diambil untuk lokasi yang berhadapan dengan jalan raya langsung (lihat lampiran Tabel 3.3).
- Dari perhitungan di atas didapat luasan total lahan = 3645m<sup>2</sup>.

##### 2. Besaran ruang los, bango dan luar pasar ( pedagang)

- Ukuran los dihitung berdasarkan luas rata-rata dari masing-masing jenis dagangan yaitu los pasar kering dan los pasar basah (lihat data lampiran Tabel 3.4).
- Untuk jenis dagangan tertentu mungkin saja ukuran luasnya sama.
- Dibagi ke dalam 4 ukuran luasan dan 11 kelompok barang dagangan dengan modul setiap pedagang 2mx1,5m = 3m<sup>2</sup> untuk modul terkecil/kelipatannya.

Sebagai asumsi luasannya didapat sebagai berikut :

$$- 4m \times 24m \text{ asumsi } 22 \text{ los} = 2112m^2$$

$$- 4m \times 20m \text{ asumsi } 15 \text{ los} = 1200m^2$$

$$- 4m \times 18m \text{ asumsi } 6 \text{ los} = 432m^2$$

$$- 4m \times 15m \text{ asumsi } 18 \text{ los} = \underline{1080m^2}$$

$$\text{Total luas} = 4824m^2$$

- Dari perhitungan di atas didapat luasan total bangunan adalah = 4824 m<sup>2</sup>

- Dari perhitungan luasan bangunan kios dan los baru total luasan yang didapat adalah  $7140 \text{ m}^2$ .....(3)
- Sisa luasan ruang yang ada dipergunakan untuk sirkulasi, open space/ plaza, fasilitas-fasilitas pasar dan luasan ruang yang akan dijual investor.
- Luasan ruang sirkulasi 30% dari luas bangunan.  
 $30\% \times 9689 \text{ m}^2 = 2907 \text{ m}^2$ .....(4)

**g. Besaran ruang-ruang yang lain :**

- Pos keamanan diasumsikan =  $24 \text{ m}^2$ .....(5)
- Fasilitas umum diasumsikan (2%) =  $135 \text{ m}^2$ .....(6)
- Fasilitas pendukung =  $92 \text{ m}^2$ .....(7)

### 3.5. ANALISA TATA RUANG DAGANG

#### 3.5.1. Pola Hubungan Ruang

##### a. Kebutuhan Ruang Kegiatan Perbelanjaan

Karena semua bangunan yang ada sekarang dibongkar, maka kebutuhan ruang juga akan mengikuti kondisi yang baru. Di bawah ini adalah ruang-ruang yang dibutuhkan untuk pembangunan baru :

PENGELOMPOKAN JENIS DAGANGAN	KELOMPOK KEGIATAN PERBELANJAAN	KEBUTUHAN JENIS RUANG
Convenience Goods Impuls Goods	• Pertokoan	• Kios • Gudang/penyimpanan barang
Demand Goods	• Pedagang kaki lima	• Kios dan los • Tempat penyimpanan barang dagangan
Demand Goods Convenience Goods	• Superekonomi	• Retail • R. pengelola/administrasi • Ruang karyawan • Gudang/penyimpanan
Impuls Goods Convenience Goods	• Gallery promosi wisata (Handicraft Centre)	• Retail space • Ruang Demo • Ruang informasi • Ruang tamu • R. pengelola/administrasi • Ruang karyawan • Gudang • Ruang service

Tabel 3.5. Kebutuhan ruang fasilitas perbelanjaan

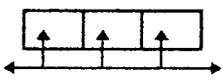
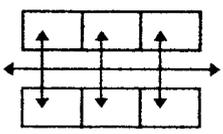
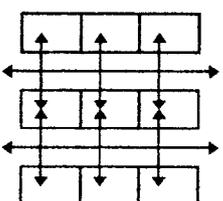
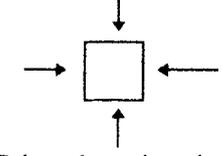
Sumber : Analisa

Untuk besaran ruang pada Superekonomi dan Gallery Promosi Wisata/Handicraft Centre dapat dilihat pada data lampiran Tabel 3.6.

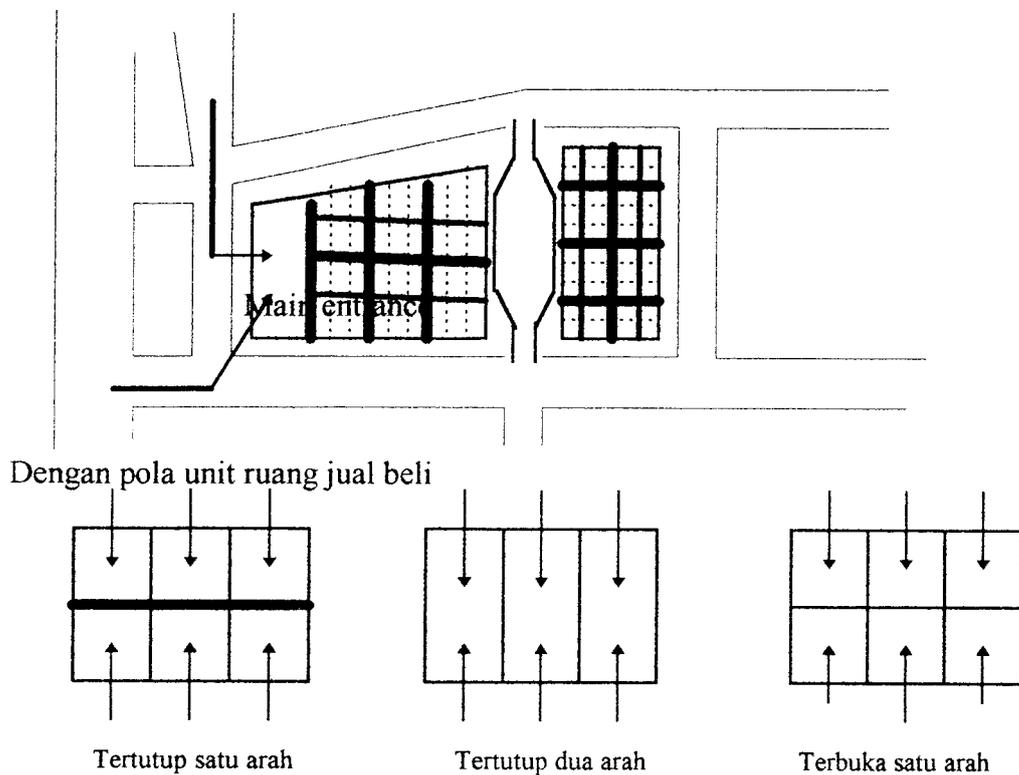
### b. Hubungan Ruang

Hubungan ruang disesuaikan dengan urutan kegiatan yang berlangsung (sirkulasi yang terjadi), sehingga aktivitas yang dilakukan tidak membingungkan pengguna. Hal ini juga disesuaikan dengan penzoningan ruang-ruang agar ada perbedaan antara yang publik, private dan semi private.

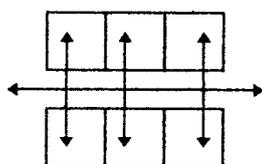
### c. Pola sirkulasi

Kriteria Obyek	Pencapaian			Teknis		Pilihan
	A	B	C	D	E	
	-	-	+	-	-	
	+	+	+	+	+	Alternatif yang dikembangkan
	+	+	-	+	+	Ket : a. Pencapaian A. Efisiensi B. Efektifitas C. Psikologi  b. Teknis D. Efisiensi E. Fleksibilitas
 Selasar banyak arah	+	-	-	+	+	

Dari pola yang ada yaitu pada Pasar Prambanan tampak tidak teratur sehingga dengan demikian bila dilihat dari polanya yaitu site yang ada di pasar Prambanan mempunyai pola hubungan bangunan terhadap empat jalan. Dengan pola unit ruang jual beli tertutup satu arah, tertutup dua arah, dan terbuka satu arah. Dan juga pola lay out dan sirkulasi dengan selasar dua arah. Sehingga dari pola yang ada dapat dikembangkan menjadi pola-pola yang lebih baik yaitu dengan menentukan pola hubungan bangunan terhadap empat jalan yang ada dan aktifitas pengunjung di dalam melakukan sosialisasi.



dan pola lay out dan sirkulasi dengan :



alasan :

Pencapaian :

- lebih efisien
- lebih efektif
- dalam hal psikologis

lebih luwes

Teknis :

- lebih efisien
- lebih fleksibelitas

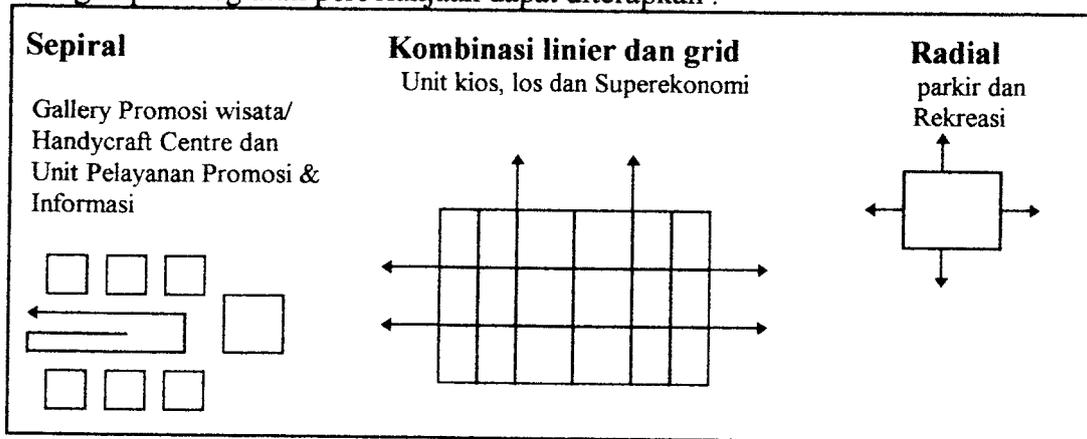
### 3.5.3. Analisa Organisasi Ruang

Pola organisasi ruang membutuhkan transformasi dari pola hubungan ruang yang lebih spesifik dari kegiatan perbelanjaan yang diwadahi. Dalam perencanaan pola organisasi ruang yang menjadi dasar pertimbangan adalah :

1. Pengorganisasian ruang disesuaikan dengan fungsi kegiatan yang akan diwadahi yaitu sebagai fasilitas belanja.
2. Sirkulasi harus menciptakan nilai strategis yang sama terhadap semua ruang dagang.
3. Kemudahan pencapaian ke segala arah.

4. Sirkulasi harus dapat mendukung kenyamanan dan suasana belanja konsumen dengan memberikan ruang sirkulasi yang cukup.

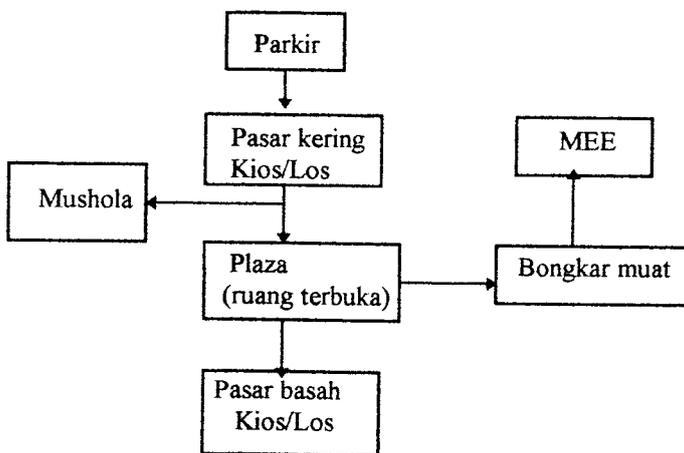
Pola organisasi ruang, dalam penciptaan sirkulasi yang dianggap sesuai dengan pola kegiatan perbelanjaan dapat diterapkan :



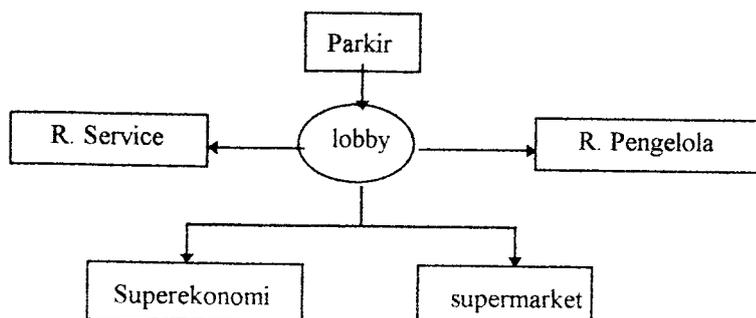
Gambar 3.9. Pola sirkulasi pada ruang dagang fasilitas perbelanjaan  
Sumber : Analisa

Dengan begitu organisasi ruang dalam tiap lantai bangunan adalah sebagai berikut:

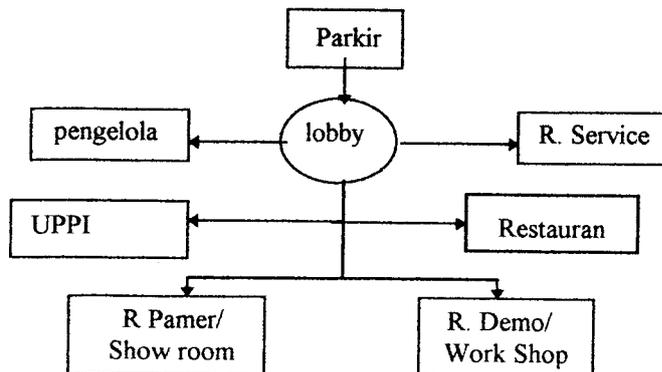
1. Hubungan ruang lantai dasar



2. Hubungan ruang lantai satu



### 3. Hubungan ruang lantai dua



### 3.6. ALTERNATIF STRATEGI PENATAAN

Untuk mengantisipasi kekurangan lahan akibat pertumbuhan pedagang dan pengunjung, maka perlu dipertimbangkan strategi penataan yang tepat bagi Pasar Prambanan.

#### a. Pengembangan lahan kompleks Pasar Prambanan

Untuk mengembangkan lahan kompleks pasar Prambanan maka perlu dilihat lingkungan sekitar Pasar Prambanan yang dimungkinkan sebagai area pengembangan.

##### 1. Lokasi sub terminal angkutan kota

Pemilihan lokasi ini sebagai kemungkinan lahan pengembangan adalah dengan mempertimbangkan hal-hal sebagai berikut :

- Ditinjau dari fungsi sub terminal angkutan kota maka keberadaan terminal tersebut kurang sesuai dengan rencana tata guna lahan daerah kawasan

#### b. Pengembangan lahan kompleks pasar Prambanan secara vertikal

Pengembangan lahan dengan vertikal ini, baik vertikal ke atas maupun ke bawah, memiliki potensi dan kendala.

##### 1. Potensi

- Dalam pengembangan lahan pasar Prambanan tidak perlu memindahkan terminal angkutan kota dan permukiman di sekitar.
- Fungsi-fungsi seperti parkir dapat ditampung di dalam lokasi pasar tanpa harus membebani fungsi jalan yang menuju ke Piyungan.

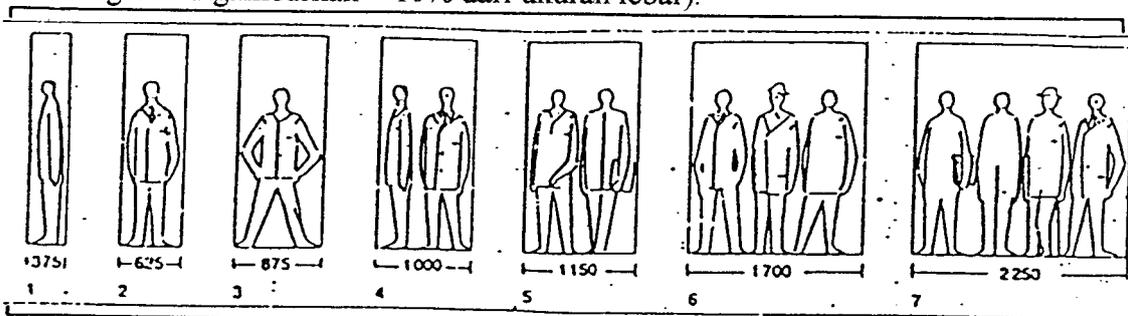
## 2. Kendala

- Pengembangan lahan secara vertikal ke atas akan mengurangi kemonumentalan preservasi artefak Candi Prambanan.
- Pengembangan lahan secara vertikal tidak ekonomis dalam penggunaan sistem utilitas bagi pasar tingkat wilayah kecamatan.

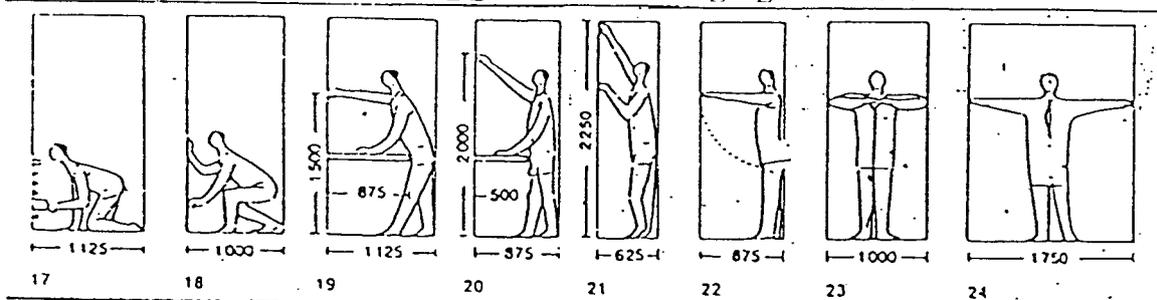
### 3.7. ANALISA SIRKULASI

Untuk menentukan kebutuhan ruang gerak manusia (menurut Neufert) ditentukan atas :

- Kebutuhan-kebutuhan ruang gerak antara dinding batas (untuk keadaan orang bergerak digambarkan > 10% dari ukuran lebar).



- Kebutuhan-kebutuhan ruang gerak dalam berbagai gerak tubuh.



Jadi berdasarkan kebutuhan dan ukuran ruang gerak di atas maka lebar jalan sirkulasi dapat disesuaikan dengan data tersebut. Penggunaan ruang sirkulasi adalah salah satu alternatif sebagai tempat bagi pedagang untuk dapat menjajakan / menjual barang dagangannya. Akibatnya akan mempengaruhi ruang gerak sehingga ruang sirkulasi kegiatan menjadi tidak nyaman lagi. Untuk menanggulangi hal seperti ini maka perlu penataan yang matang berdasarkan atas hasil analisa yang ada mengenai besaran ruang maka dapat terwujud kondisi ruang sirkulasi yang di kehendaki.

Jika dilihat dari prinsip hirarki jalur sirkulasi maka dapat diketahui dari perbedaan di antara bentuk-bentuk dan ruang-ruang. Perbedaan menunjukkan derajat kepentingan dari bentuk dan ruang, serta peran-peran fungsional, formal dan simbolis yang dimainkan di dalam organisasinya. Hal ini tergantung pada situasi khusus kebutuhan dan keinginan dari para pemakai dan keputusan-keputusan para perancangannya. Semua ini dapat dilihat pada bagan strategi penataan pasar.

Sesuai dengan penekanan pada tata ruang dagang maka implikasi sirkulasi akan sangat berperan karena jalur / ruang sirkulasi akan mempengaruhi tingkat psikologis pengguna di mana pengguna akan menentukan arah dan tujuannya yang didukung juga oleh jenis dagangan yang disajikan. Dengan pengolahan jalur / ruang sirkulasi yang rekreatif akan memberikan suasana atau nuansa yang nyaman, santai dan menyenangkan.

### **3.7.1. Arah dan Macam Sirkulasi**

Arah sirkulasi akan menentukan orientasi obyek terhadap pelaku sirkulasi. Bangunan yang baik akan menggunakan arah sirkulasi untuk menentukan view dan entrance bangunan. Perencanaan ini menggunakan arah sirkulasi untuk menentukan view bangunan baru. Pada pasar Prambanan arah utama sirkulasi adalah dari arah utara dan timur, kemudian arah barat dan selatan adalah arah sekunder. Tetapi perlu ditekankan bahwa tidak semua massa bangunan diarahkan pada arah sirkulasi utama, mengingat banyaknya massa bangunan dan luasnya area perencanaan dan perancangan. Jadi penentu view dan orientasi bangunan sesuai dengan arah sirkulasi berlaku pada massa bangunan yang orientasi utama ke arah sirkulasi yang bersangkutan.

Macam sirkulasi yang berkaitan dengan perencanaan dan perancangan ini adalah pelaku sirkulasi pada pasar Prambanan, yaitu :

- Sirkulasi barang
- sirkulasi angkutan (truk dan pick/colt).
- Sirkulasi manusia (penjual, pembeli, pengelola, dan pekerja)

**a. Pola sirkulasi barang dan angkutan**

Secara umum dapat dikelompokkan kedalam menjadi dua bagian :

**1. Barang datang**

- Arah datangnya barang dapat dikelompokkan atas dasar daerah produsen dan atas dasar jenis barang dagangan. Untuk memudahkan pengontrol dipakai jenis barang.
- Sarana angkutan barang digunakan truk barang.
- Frekuensi dan volume barang datang berbeda.
- Waktu bongkar yang diperlukan untuk tiap-tiap truk

**b. Distribusi atau penyebaran barang.**

1. Arah distribusi barang dikelompokkan atas pengelompokan daerah pelayanannya. Dalam hal ini terdapat dua kelompok, yaitu dalam kota dan luar kota.
2. Sarana angkutan menggunakan pick up yang ditrayekkan secara khusus untuk distribusi barang atau dikelola khusus untuk distribusi barang khusus, selain angkutan dari para pembeli sendiri.
3. Frekuensi dan volume pendistribusian barang mengingat wilayah yang harus dilayani banyak, maka berbeda dengan frekuensi dan volume barang datang. Frekuensi dari distribusi ini tinggi dengan volume kecil. Dengan diberlakukannya pengaturan waktu dan jalur distribusi yang jelas, diharapkan setiap wilayah pelayanan akan dapat memperoleh barang dengan waktu yang sama.

**c. Pola sirkulasi barang dan manusia**

Sirkulasi yang terjadi adalah bentuk transaksi yaitu perpindahan barang dari tangan penjual ke tangan pembeli. Ditinjau dari pelakunya, dibedakan :

**1. Barang**

Pelaku kegiatan yang ada di pasar sebagian besar konsumen dalam kota dan sebagian kecil adalah dari luar kota. Pada saat pasaran yaitu pada saat ramai konsumen dalam kota juga mendominasi dan sebagian kecil dari luar kota.

**2. Manusia, terdiri dari :**

- Penjual

Datang bersama dengan barang dagangannya atau sendiri dan barang dagangannya diantarkan dengan angkutan, dengan tujuan barang dagangannya.

- Pembeli

Datang dari daerah sekitar dengan angkutan umum atau angkutan pribadi dengan tujuan ingin mendapatkan kebutuhannya.

- Pengelola

Datang ke pasar dengan tujuan melaksanakan tugasnya mengelola pasar.

- Pekerja (karyawan)

Datang dari daerah sekitar dengan angkutan umum atau pribadi atau jalan kaki dengan tujuan menjual jasa pada pembeli dan penjual.

### 3.7.2. Analisa Kualitas dan Kuantitas Lebar Jalur Sirkulasi

Karena adanya tuntutan akan kenyamanan sirkulasi maka perencanaan dan perancangan sirkulasi harus sesuai dengan keinginan pelaku sirkulasi. Mengingat pengunjung pasar yang tidak hanya membeli saja, melainkan juga akan bersosialisai atau mungkin rekreasi, maka penekanan kualitas dan kuantitas sirkulasi akan lebih penting.

Pola yang banyak terdapat pada pasar umum biasanya menurut pola grid. Pola ini walaupun terkesan kaku tetapi efektif, karena mudah pencapaian dan mudah mencari barang yang dicari berdasarkan pola jalan yang ada. Berkaitan dengan kualitas sirkulasi, faktor pencahayaan juga berpengaruh dalam perencanaan. Lebar jalur sirkulasi bervariasi dan harus di atur agar tercipta jalur sirkulasi yang harus dilalui pengunjung dan jalur yang tidak dianjurkan untuk dilewati.

Fenomena yang sering terjadi pada alur sirkulasi di pasar pada umumnya adalah:

- Apabila sempit tidak menyenangkan.
- Apabila lebar digunakan untuk berdagang / bakul-bakul gendongan.

Untuk mengatur beberapa fenomena tersebut, maka dibuat peraturan untuk tidak berjualan di area sirkulasi. Apabila diperbolehkan, hal tersebut telah



Gambar 3.11. Kedudukan dan sudut pandang mata atas bidang buka vertikal

Sumber : Analisa

## 2. Jalur pengamatan (Sirkulasi sekunder)

Di dalam melakukan pengamatan pengunjung sebagai subyek sering mengalami ketidaknyamanan dalam hal mencari apa yang diinginkan, sehingga perlu jalur sirkulasi yang mengarahkan pengunjung dari satu obyek ke obyek lain pada bagian-bagian pasar secara jelas. Besarnya dipertimbangkan atas dasar kriteria :

- Area pengamatan, lalu lintas satu orang
- Lingkup pengamatan 0,5 m sampai dengan 3 m, berarti lebar jalur merupakan selisihnya, yaitu 2,5 m.

### b. Sirkulasi Secara kualitatif

Untuk mencapai sirkulasi secara kualitatif, didapat melalui persepsi visual, yaitu dengan pengarah lintasan menjadi petunjuk arah untuk berjalan terus, membelok dan yang menjadi elemen pengarah dalam hal ini adalah :

- Bidang Vertikal sebagai pegarah untuk membelok ke kanan atau ke kiri.
- Simbol, lambang, warna dan skala, akan memberi arah pada waktu akan menuju ke suatu tempat
- Perbedaan dan finishing jalur, akan memberikan isyarat kegunaan suatu jalur.

Sebagai faktor penentu sirkulasi secara kualitatif adalah : Pengelompokan ruang, hubungan ruang, pencapaian, keamanan.

### 3.7.3. Analisa Penataan Ruang Dalam

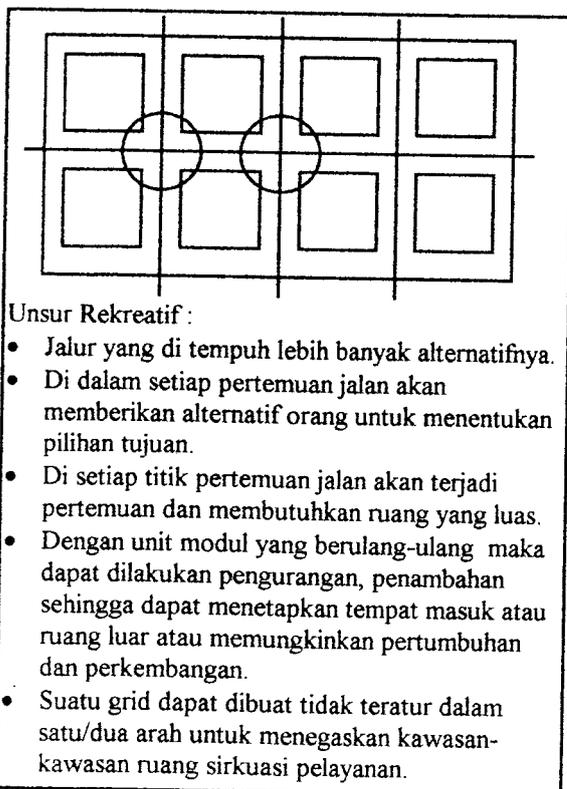
#### a. Orientasi sirkulasi yang rekreatif

Sirkulasi dilihat dari dimensi gerak ada 2 macam :

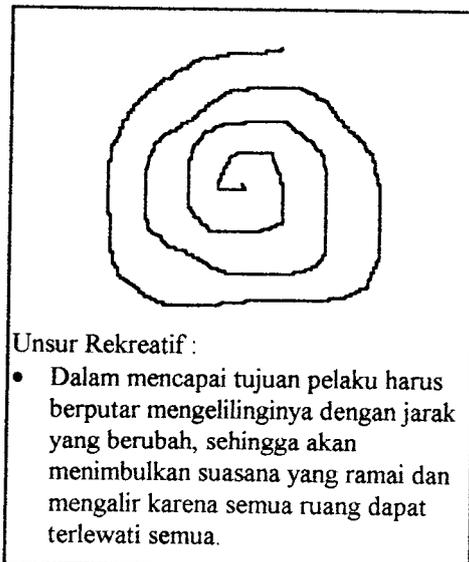
1. Jual beli sebagai kegiatan berhenti

Dalam hal ini pengunjung sebagai subyek dalam melakukan aktifitas yang utama artinya di dalam kegiatan tersebut ada saatnya orang untuk berhenti dan berkumpul melakukan transaksi /menunggu dan membutuhkan ruang yang cukup. Di dalam hubungan sosialisasi tersebut kecenderungan orang untuk bertahan lama dan merasa senang untuk berhenti lama apabila tempat tersebut ada yang menarik perhatian baik dari besaran luasnya, sajian barang dagangan dan ada juga memang digunakan untuk bersantai sambil menikmati keadaan sekitar. Dengan adanya fasilitas pengikat yang dapat memberikan kegiatan yang berkesinambungan berupa superekonomi dan Gallery promosi wisata / Handicraft Centre. Sedang bidang lain yang dipertinggi dalam perencanaan dapat terjadi pada entrance bangunan. Pemisahan bidang yang dipertinggi ini dengan bidang datar yang ada dibawahnya untuk membedakan jenis kegiatan yang dilakukan agar tampak teratur dan tidak campur aduk antara yang sifatnya publik dengan yang privat.

Atas dasar analisa berupa pola ruang sirkulasi yang rekreatif yaitu dengan mengambil bentuk pola grid untuk kegiatan pasar (kios/los dan superekonomi) dan pola spiral untuk kegiatan di Gallery promosi wisata/Handicraft centre.



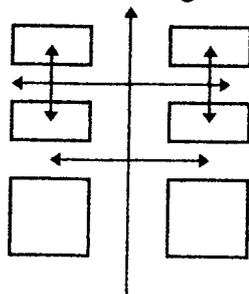
Gambar 3.12. Pola Grid (Kios/Los & Superekonomi)  
Sumber : Analisa



Gambar 3.13. Pola Spiral (Gallery Promosi Wisata/Handicraft Centre  
Sumber : Analisa

Dari pengembangan maupun perpaduan di atas maka akan terjadi suatu hubungan jalan dengan ruang yang ada. Pada pola grid dalam pasar akan terjadi hubungan ruang sebagai berikut :

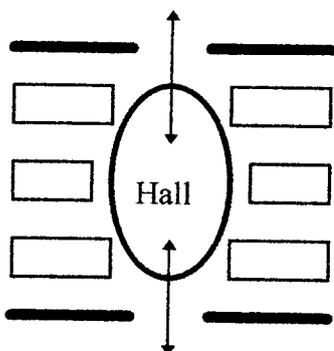
- Melewati ruang-ruang



Kriteria :

- Konfigurasi jalan luwes.
- Integrasi ruang dipertahankan.
- Ruang-ruang perantara dapat di pergunakan untuk menghubungkan jalan dengan ruang-ruang yang ada.

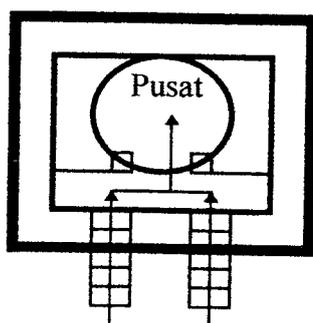
- Menembus ruang-ruang



Kriteria :

- Dalam memotong ruang / hall, jalan akan menimbulkan pola istirahat dan gerak di dalamnya.

- Berakhir dalam ruang

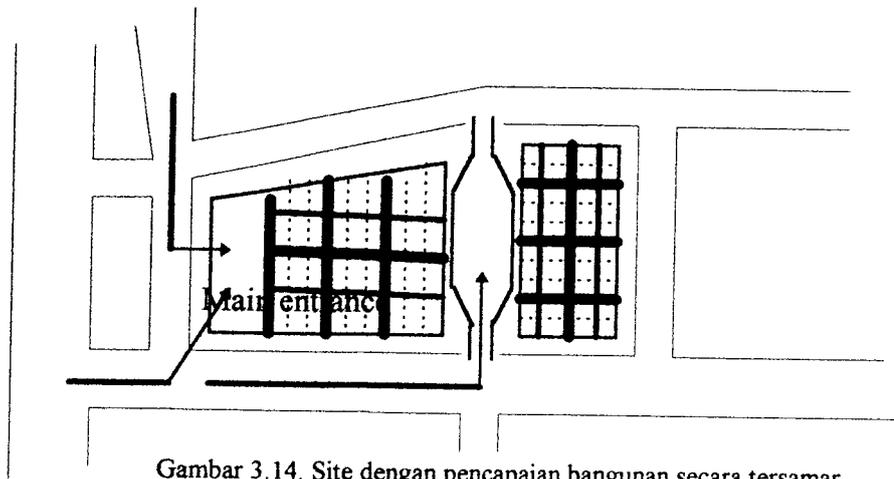


Kriteria :

- Dalam menentukan hubungan jalan-ruang ini menggunakan pencapaian untuk memasuki ruang secara fungsional dan melambangkan sebuah ruang-ruang yang penting. Dalam hal ini sebagai pusat bangunan.

## 2. Kegiatan pencapaian sebagai kegiatan bergerak

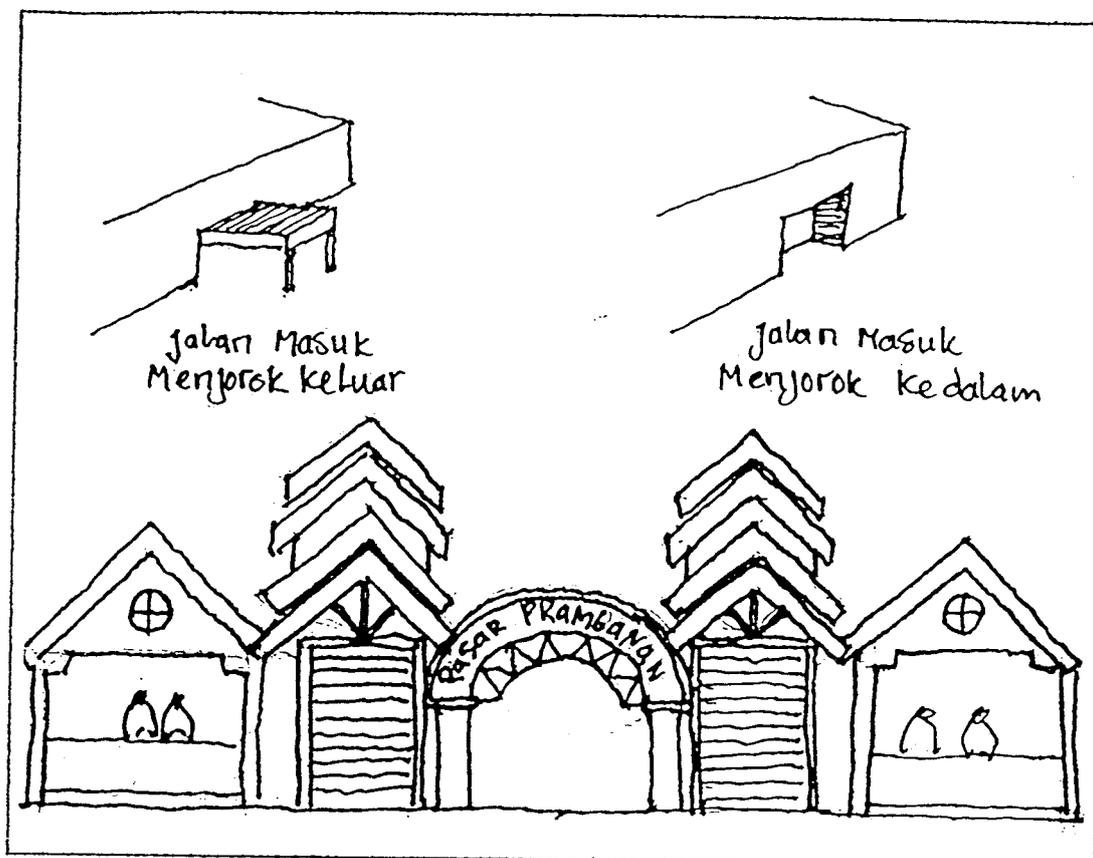
artinya kegiatan yang dilakukan oleh pengguna di dalam mencapai tujuan dalam hal ini suasana maupun kondisi ruang sirkulasi yang dapat memberikan nuansa tersendiri. Ditinjau dari tapak yang ada yaitu dengan pola hubungan bangunan terhadap empat jalan maka alternatif pencapaian yang digunakan adalah secara tersamar.



Gambar 3.14. Site dengan pencapaian bangunan secara tersamar  
Sumber : Analisa

Dengan pencapaian secara tersamar akan mempertinggi efek perspektif pada fasade depan dan bentuk suatu bangunan. Jika sebuah bangunan didekati pada sudut yang ekstrim, jalan masuknya dapat memproyeksikan apa yang ada di belakang fasade depan sehingga dapat terlihat jelas. Sekaligus jalurnya dapat diubah arahnya satu atau beberapa kali untuk menghambat dan memperpanjang urutan pencapaian. Arah pencapaian dapat dilakukan dengan efek ketinggian bangunan terhadap jalan atau tinggi rendahnya jalan menuju ke bangunan.

Dari bentuk pencapaian tersebut tentunya akan berhubungan juga dengan pintu masuk bangunan, sehingga agar tampak kesan yang menyenangkan maka pintu masuk dapat dibuat secara rata, menjorok keluar atau menjorok ke dalam. Dari bentuk tersebut tampak bahwa jalan masuk yang menjorok ke luar maupun ke dalam memberikan pernaungan dan menerima sebagian ruang luar menjadi bagian dari bangunan dan menunjukkan fungsinya sebagai pencapaian.



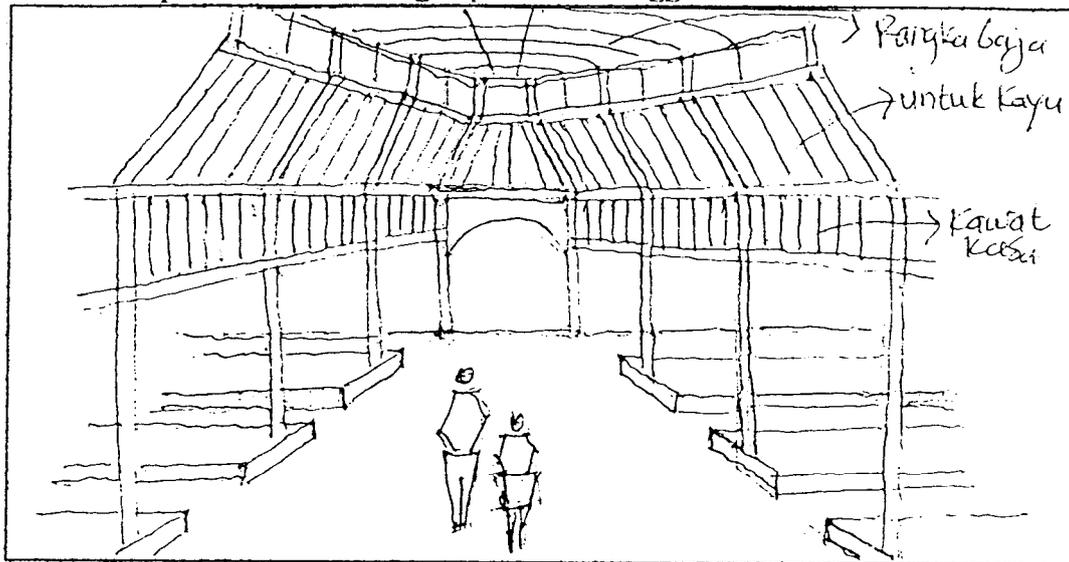
Gambar 3.15. Bentuk pintu masuk yang rekreatif  
Sumber : Analisa

#### b. Sirkulasi ruang dalam yang rekreatif

Agar pasar mampu menarik untuk dikunjungi wisatawan, maka pasar harus mempunyai penampilan yang unik dan menarik baik suasana di luar maupun suasana di dalam pasar. Salah satu kegiatan yang diwadahi adalah kegiatan rekreasi, maka kebutuhan ruang yang diperlukan berdasarkan atas perilaku yang rekreatif yaitu bebas, santai dan menyenangkan. Bebas artinya bebas di dalam menentukan arah, tujuan dan tidak terikat oleh peraturan. Santai artinya di dalam melakukan sosialisasi diharapkan tidak ada hal atau sesuatu yang menghambat / membuat seseorang tersebut merasa terganggu oleh aktifitas orang lain. Menyenangkan artinya di dalam melakukan sosialisasi di dalam sebuah ruang diharapkan dapat menimbulkan suasana yang dapat memberikan pilihan-pilihan untuk menentukan tinggal berlama-lama diakibatkan oleh jenis produk-produk yang bermacam-macam dan sifatnya yang unik juga.

Untuk menimbulkan kesan diatas maka ditekankan pada permainan sisi-sisi ruangnya..

- Terbuka pada kedua sisi dengan permainan tinggi rendah lantai.

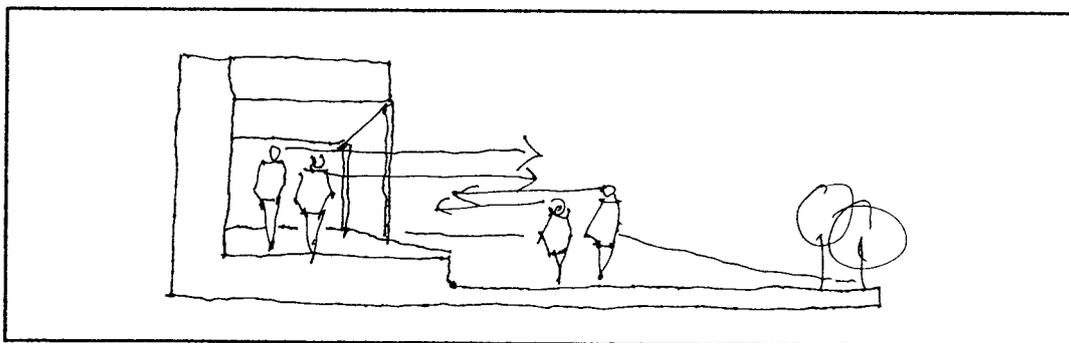


Gambar 3.16. Bentuk ruang sirkulasi dan konstruksi yang rekreatif

Sumber : Analisa

- Terbuka pada satu sisi.

Hal ini memungkinkan untuk memberikan kontinuitas visual dengan ruang-ruang yang dihubungkan.



Gambar 3.17. Ruang terbuka pada satu sisi

Sumber : Analisa

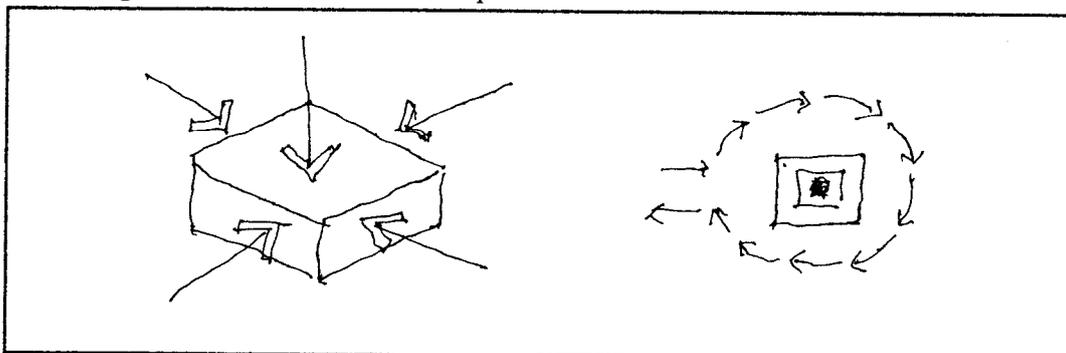
Variasi jalur sirkulasi yang dapat dikembangkan bisa dengan pelebaran jalan yang mempunyai kapasitas pengunjung yang padat di dalam sebuah ruangan. Di dalam mengatur sirkulasi yang rekreatif tentu saja tidak terlepas dari penataan ruang-ruang pameran / saji. Sebagai obyek yang diamati sehingga hal-hal yang perlu dipertimbangkan adalah :

- Penyajian benda-benda hasil kerajinan dan ruang workshop.

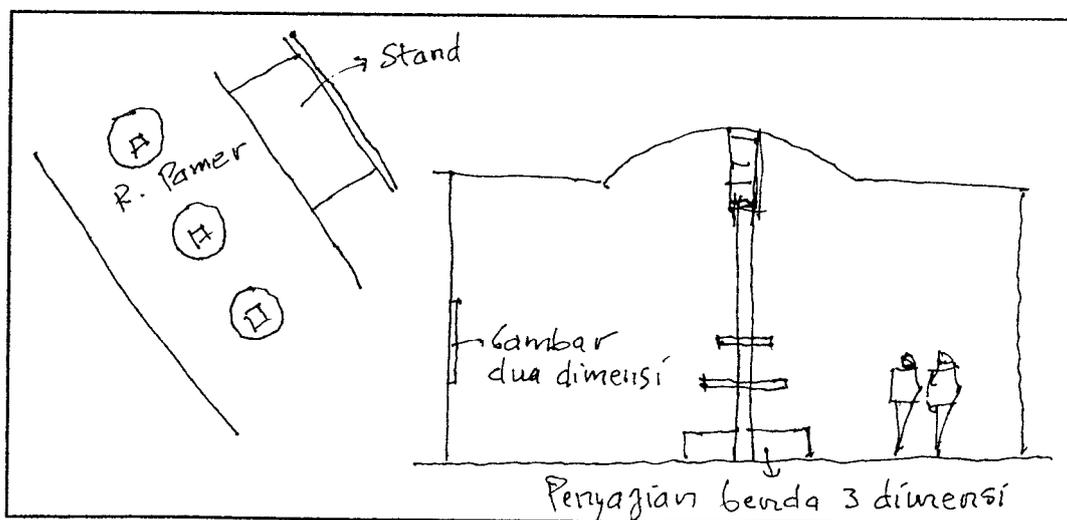
- Pengarahan konsentrasi pengunjung terhadap benda pameran.
- Kenyamanan pengunjung.

Berdasarkan pertimbangan-pertimbangan di atas maka karakter ruang pameran untuk Gallery Promosi Wisata / Handicraft Centre dapat direncanakan sebagai berikut :

1. Bentuk penyajian terhadap benda hasil kerajinan dan ruang demo dengan pengolahan ruang untuk benda tiga dimensi harus memberikan jalur sirkulasi dan ruang yang dapat memberikan sudut pandang secara tiga dimensi yaitu melingkari atau memutar benda pameran.



Gambar 3.18. Karakter benda tiga dimensi  
Sumber : Analisa



Gambar 3.19. Pengolahan ruang terhadap benda pameran tiga dimensi  
Sumber : Analisa

2. Menata warna dinding yang menonjolkan benda pameran yaitu dengan pemakaian warna-warni cerah dan polos dan akan lebih baik dapat menguatkan benda yaitu dengan pemakaian warna putih.

3. Untuk mengatasi kemonotonan, ruang dapat diolah dengan memainkan ketinggian lantai dan bukaan terhadap ruang luar.

Dasar pertimbangan penciptaan sirkulasi yang rekreatif pada ruang dalam adalah bahwa fasilitas komersial memiliki berbagai kegiatan, berupa kegiatan belanja, rekreasi dan area parkir. Dalam pengolahan ruang dalam, pengunjung selain berbelanja juga dapat berekreasi atau sebaliknya. Dalam menelusuri kegiatan-kegiatan yang ada yakni berupa sirkulasi yang panjang, sirkulasi akan menimbulkan rasa bosan, jenuh dan lelah, mengingat bahwa kondisi normal titik lelah manusia berjalan antara 200m - 300m. Dalam hal ini perlu penciptaan sirkulasi rekreatif dapat berupa variasi suasana maupun variasi kegiatan. Variasi-variasi rekreasi ini dapat dituangkan dalam bentuk aktifitas yakni orang berjalan, berhenti lama, istirahat, dan menikmati view sekeliling yang mana dapat dikategorikan pada jarak 0 - 200m dan jarak > 200m. Maka pengolahannya dapat berupa tabel berikut :

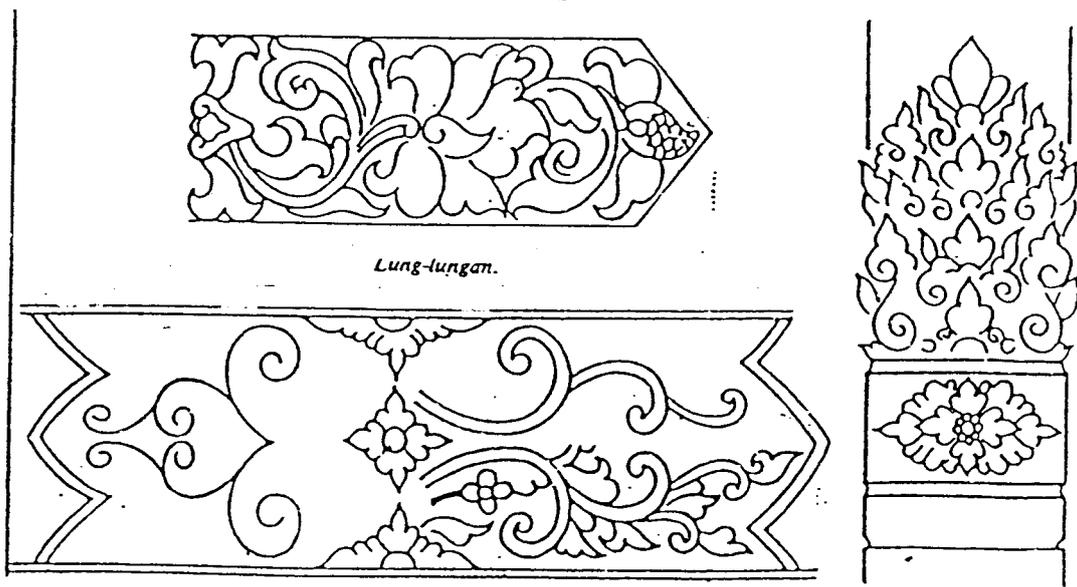
Variasi Sirkulasi Rekreatif	Aktifitas/Gerak	Jarak Titik Lelah	Fasilitas yang Disediakan
Variasi suasana	Berjalan-jalan Berhenti sejenak Berhenti lama Istirahat Menikmati view sekeliling	0 - 200 m	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerakkan berjalan-jalan berupa kegiatan melihat-lihat seperti pada fasilitas perbelanjaan.</li> <li>• Ruang terbuka (plaza) yang dilengkapi dengan tempat-tempat duduk, tanaman, kolam.</li> <li>• Pengolahan jalur sirkulasi dengan penyempitan dan pelebaran atau terbuka dan tertutup berupa koridor.</li> <li>• Perubahan ketinggian lantai dengan tangga, ramp, eskalator dan elevator.</li> <li>• Perubahan bentuk ruang yang dihubungkan dengan menembus atau memotong ruang.</li> <li>• Perubahan warna koridor dan permainan plafon.</li> </ul>
Variasi Kegiatan	Berhenti lama Istirahat Menikmati	> 200 m	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menyediakan fasilitas rekreasi berupa restoran, pujasera, promosi barang, tempat bermain anak.</li> </ul>

Tabel 3.7. Pengelompokan Variasi Sirkulasi Rekreatif pada Ruang Dalam  
Sumber : Analisa

Dari tabel dapat disimpulkan bahwa titik lelah orang menelusuri jalur sirkulasi yang membutuhkan pergantian variasi suasana yang rekreatif berjarak 0 - 200 m, sedangkan titik lelah yang membutuhkan variasi kegiatan rekreasi berjarak > 200 m.

#### 3.7.4. Analisa Kualitas Ruang Dalam

Penampilan interior bangunan direncanakan bersifat komersial serta menerapkan detail ornamen arsitektur lokal, hal ini untuk memperkuat keberadaannya di kawasan wisata Candi Prambanan. Kualitas ruang yang dipengaruhi bentuk dasar ruang dalam bangunan, dipilih atas dasar pertimbangan agar memberikan kesan yang dinamis, maka diterapkan bentuk dasar segi empat dalam pengolahan massa bangunan yang memungkinkan akan dikembangkan atau adanya penggabungan bentuk segi empat dengan bentuk-bentuk dasar geometris lainnya. Selain itu untuk menarik para pembeli maka keberadaan nuansa alami yang memberikan kesejukan (pepohonan) perlu dimasukkan.

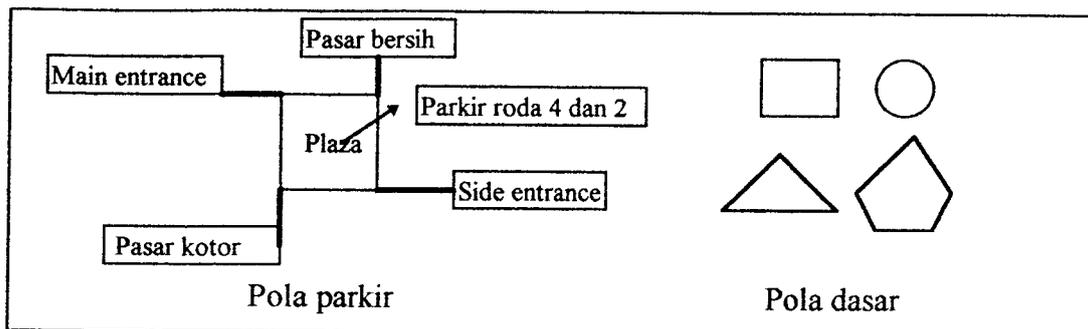


Gambar 3.20. Bentuk dasar ruang dalam dan ornamen  
Sumber : Analisa

#### 3.7.5. Analisa Penataan Ruang Luar

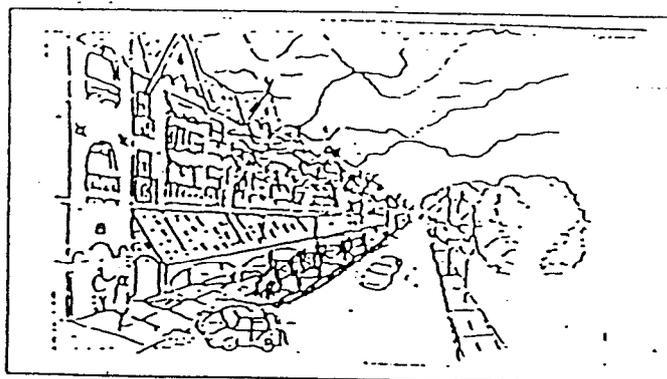
Untuk penataan ruang luar terutama area parkir dan rekreasi menggunakan pola radial karena di dalam pola radial ini mempunyai bentuk-bentuk linier yang berkembang keluar dari suatu unsur inti yang terletak di pusatnya dan berkembang menurut arah jari-jarinya. unsur ini bisa sebagai simbol dengan

pengambilan bentuk segiempat akan membentuk lengan-lengan radial yang terbuka keluar.



Sehingga dengan pola radial segiempat ini akan memberikan ruang parkir yang lebih mudah, teratur dan terarah. Dalam hal ini area parkir menampung Roda 4 atau mobil pribadi, bus, dan mobil angkut barang, Roda 2 atau motor, Roda 2 atau sepeda. Sedangkan untuk jenis angkutan yang lain berupa andong, becak dan bus wisata di tempatkan di luar site yaitu di luar pasar yang telah direncanakan / disediakan tersendiri (area parkir wisata).

Selain itu kemacetan sering ditimbulkan oleh arus sirkulasi kendaraan yang tidak lancar, maka perlu pengaturan serta pemisahan pola pergerakan kendaraan dan pejalan kaki, agar sirkulasi pejalan kaki aman dan nyaman direncanakan pedestrian.

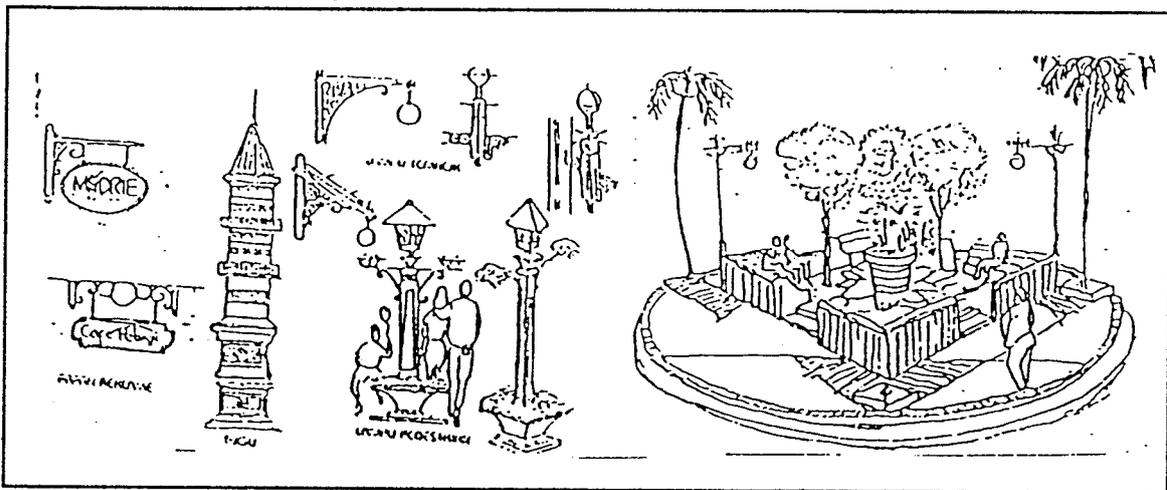


Gambar 3.21. Sirkulasi pejalan kaki dan kendaraan  
Sumber : Analisa

Jalur pedestrian dapat menjadi unsur pengikat antara jalan dan bangunan. Penciptaan pedestrian ini dapat didasarkan atas perilaku manusia yang terdiri dari:

- Manusia suka melihat-lihat, sehingga tepian-tepian bangunan harus didesain agar pejalan kaki dapat melihat dan dilihat oleh pejalan kaki.

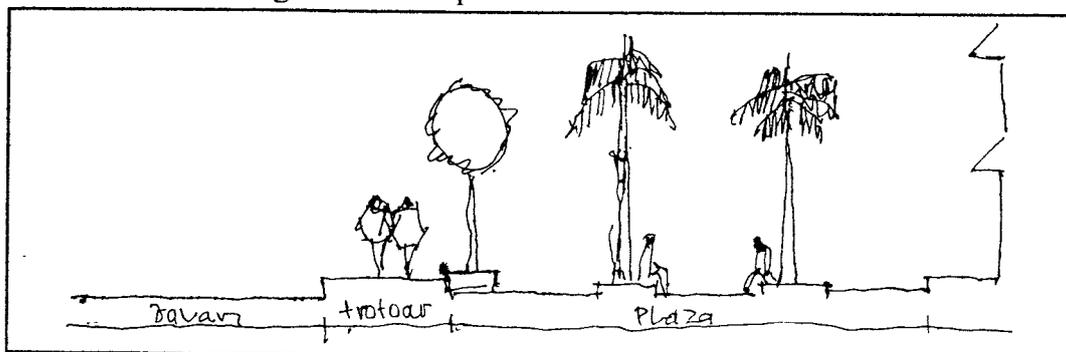
- b. Kebiasaan manusia adalah menyenangi kegiatan melihat-lihat ke pusat keramaian. Manusia lebih senang duduk di pusat sebuah ruangan terbuka dan ditepian suatu ruangan terbuka.
- c. Menciptakan ruang terbuka berupa plaza dengan lingkungan yang menarik.
- d. Elemen-elemen penting pendukung pedestrian atau plaza adalah seperti bangku, air mancur, ruang terbuka, tumbuh, tumbuhan dan sculpture.
- e. Memiliki orientasi jelas.



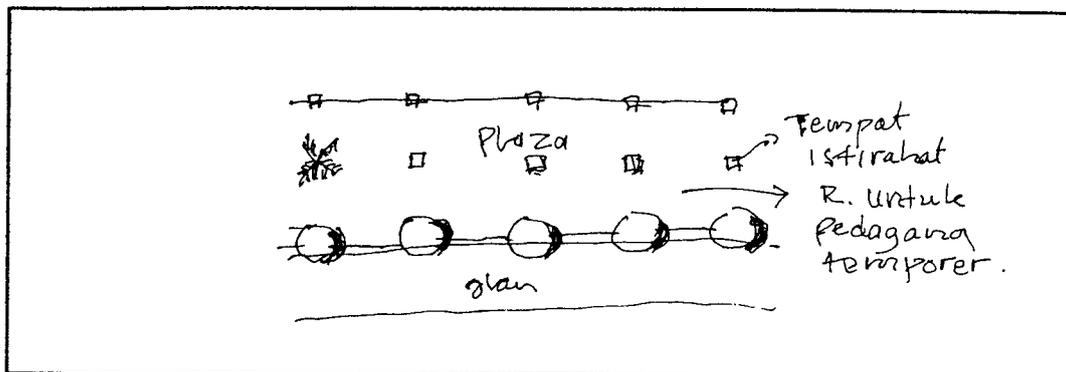
Gambar 3.22. Elemen-elemen ruang luar  
Sumber : Analisa

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku pejalan kaki memiliki keterkaitan yang erat antara bangunan dengan lingkungan sekitar bangunan serta menjadi penghubung yang erat antara ruang dalam dan ruang luar.

Dengan pengolahan ruang-ruang sirkulasi akan memberikan suasana yang lebih rekreatif yaitu pembuatan tempat duduk untuk menunggu, beristirahat dan bersantai di luar bangunan atau di plaza.



Gambar 3.23. Penempatan tempat istirahat di luar bangunan  
Sumber : Analisa



Gambar 3.24. Bentuk ruang plaza  
Sumber : Analisa

Pendekatan penataan ruang dalam agar tidak padat dan sesak berupa pengembangan bangunan secara vertikal. Adapun kebutuhan luasan lantai untuk pasar dan fasilitas komersial adalah 21806,25 m<sup>2</sup>. Hal ini dapat disesuaikan dengan luasan site yang ada 21825 m<sup>2</sup> serta ketentuan tinggi bangunan di kawasan Pasar Prambanan dengan ketinggian maksimal 12 m dan KDB 70%. Maka jumlah lantai dapat diperkirakan 3 lantai. Pola sirkulasi kegiatan dalam satu lantai berupa sirkulasi secara horizontal, dengan menggunakan selasar/koridor. Sedangkan hubungan vertikal menggunakan tangga dan eskalator.

### 3.8. ANALISA PENAMPILAN BANGUNAN YANG INOVATIF

#### 3.8.1. Analisa Citra Bangunan

Dilihat dari segi fungsi pasar sebagai bangunan komersial khususnya pada kios dan los pasar, bangunan perdagangan, dan juga sebagai fasilitas khususnya di bidang ekonomi, penampilan bangunan menggunakan mengutamakan nilai efisiensi. Penyesuaian dengan bangunan sekitarnya adalah prinsip pada konsep penampilan ini. Bangunan menggunakan atap limasan dan menggunakan bahan-bahan sesuai dengan bahan yang digunakan pada bangunan di sekitarnya, misalnya atap menggunakan genteng atau asbes, dinding bata merah dengan plesteran, dan kolom dari beton bertulang, baja atau kayu. Kondisi daerah tropis juga mempengaruhi penampilan bangunan khususnya pada masalah yang berkaitan dengan penkondisian ruangan, yaitu masalah pencahayaan dan penghawaan. Saleh Amirudin dalam bukunya “*Pengantar Kepada Arsitektur*”

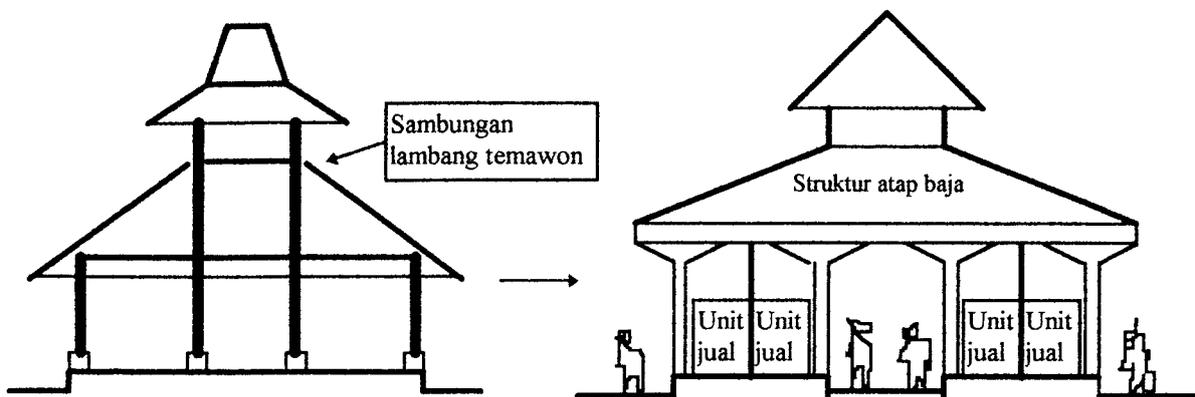
mengatakan “ Arsitektur bukan hanya mengenal pengertian-pengertian seperti bentuk, proporsi, skala, gaya, ekspresi dan unsur estetika lainnya, tetapi mencakup pengertian yang lebih luas lagi antara lain adalah ASPEK SOSIAL.” Lingkungan sekitar adalah sahabat bangunan dan menyatu ke dalam suatu satuan yang sangat erat dan saling mempengaruhi.

Kenyataan mengatakan bahwa arsitektur adalah untuk kemanusiaan, tidak saja berfungsi sebagai wadah aktifitas fisik manusia tetapi juga sanggup memberikan kepada manusianya suatu kesenangan, semangat dan pelayanan. Dari beberapa arah konsep di atas, maka citra daerah menjadi pilihan utama bangunan.

Adapun pewadahan fisik pasar tradisional menggunakan tuntutan ciri arsitektur Yogyakarta adalah:

1. Penyajian barang dengan cara duduk dan barang dagangan digelar di depan dan samping pedagang.
2. Pola ruang berderet, terbuka empat sisi.
3. Pola sirkulasi menerus berkeliling.
4. Bidang vertikal terbuka.
5. Bentuk ruang segiempat
6. Bentuk atap ragam beragam kampung/limasan.
7. Proporsi horizontal lebih menonjol dari proporsi vertikal.
8. Ukuran berdasar satuan anggota tubuh.
9. Sistem struktur rangka dengan sistem tumpuan sendi, roll dan jepit.
10. Biasanya penonjolan detail konstruksi sebagai perpaduan kekuatan dan keindahan.
11. Simetri bentuk dan ruang di kanan kiri as.
12. Adanya hirarki ruang yaitu bagian depan bersifat umum / publik dan makin ke dalam makin privacy.

Sedangkan untuk bangunan los pasar menggunakan konsep bangunan tradisional Jawa seperti di bawah ini :



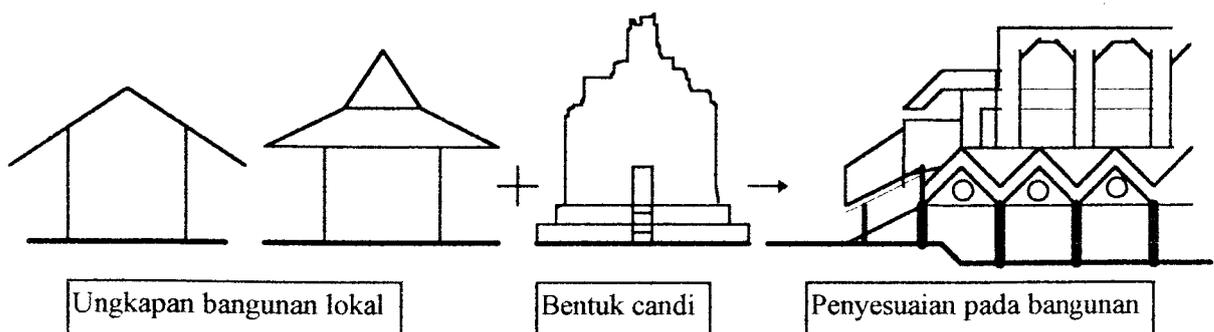
Gambar 3.25. Pewadahan fisik untuk los pasar tradisional

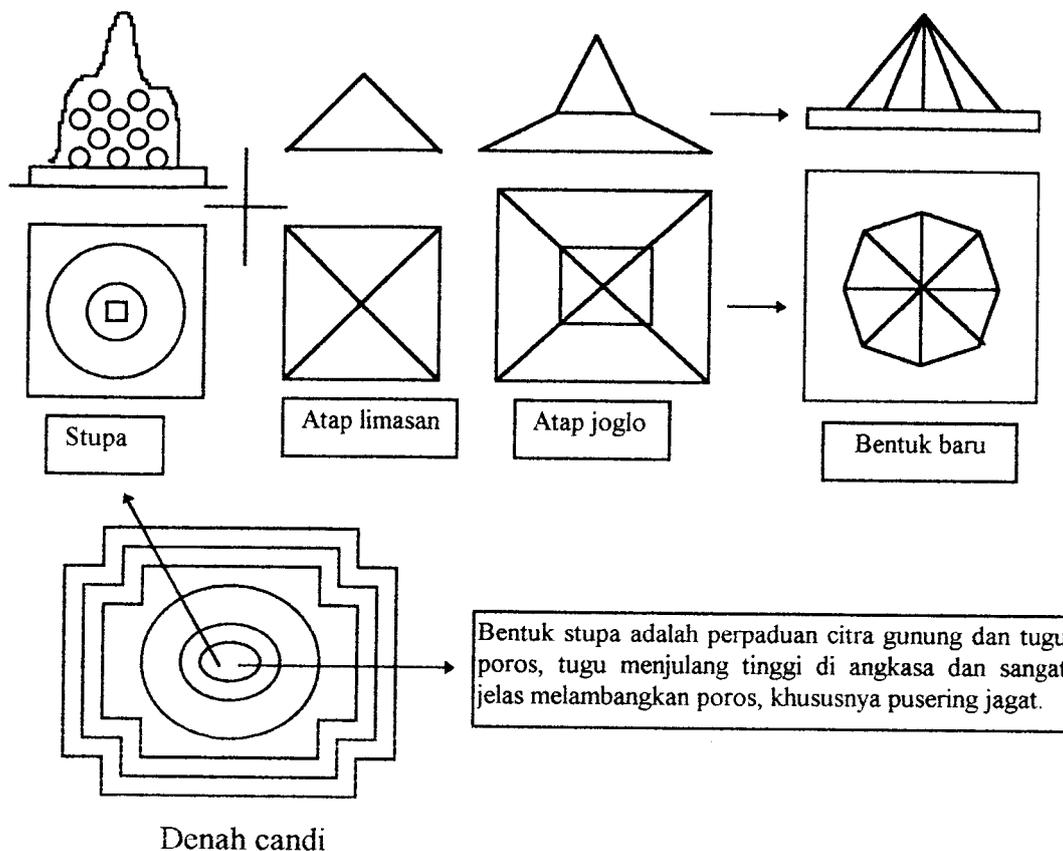
Sumber : Analisa

Orientasi pencapaian akan menentukan arah fasade atau tampak muka bangunan. Orientasi bangunan pasar ini mengarah ke jalan utama, jadi fasade atau muka bangunan baru akan menghadap orientasi utama bangunan. Dasar utama mengapa menghadap jalan utama adalah pencapaian dari pengunjung pasar menuju ke pasar sebagian dari arah kedua jalan utama tersebut, dan yang kedua orientasi sesuai dengan view yang lebih baik. Walaupun demikian harus tidak seluruh massa bangunan akan diorientasikan ke jalan utama ini, karena untuk beberapa bangunan di dalam site banyak dipengaruhi oleh faktor-faktor pendukung, misalnya sirkulasi, dan efektif lahan.

### 3.8.2. Analisa Bentuk Bangunan Yang Inovatif

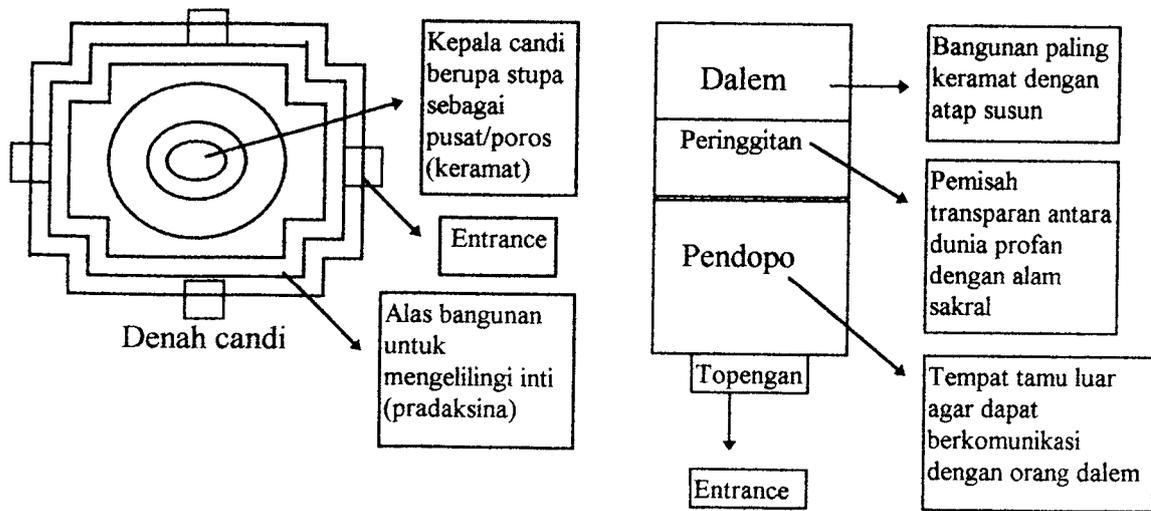
Penampilan bentuk bangunan Pasar Prambanan yang ditingkatkan menjadi bagian obyek wisata perbelanjaan harus mempunyai bentuk-bentuk yang inovatif sehingga akan membawa pembaharuan bagi bangunan tersebut di masa sekarang dan yang akan datang. Konsep pengambilan bentuk bangunan yang inovatif di sini didasarkan atas perpaduan antara bangunan tradisional Jawa dengan bentuk-bentuk candi yang ada di kawasan Prambanan.





Demikian pula dengan rumah juga terdiri dari 3 datu itu pertama: dasar dan lantai; kedua : tiang dan dinding; ketiga : atap. Pada prinsipnya candi-candi dan stupa-stupa sebagai poros didirikan justru untuk dikitari. Orang datang dan berjalan mengelilingi " pusering jagad " dengan arah jarum jam. Perjalanan keliling para peziarah itu melambangkan perjalanan hidup manusia dan semesta yang berputar tanpa pangkal tanpa ujung mengitari poros yang mutlak. Agar semogalah tercapai suatu saat bahagia sampai pada tujuan terakhir.

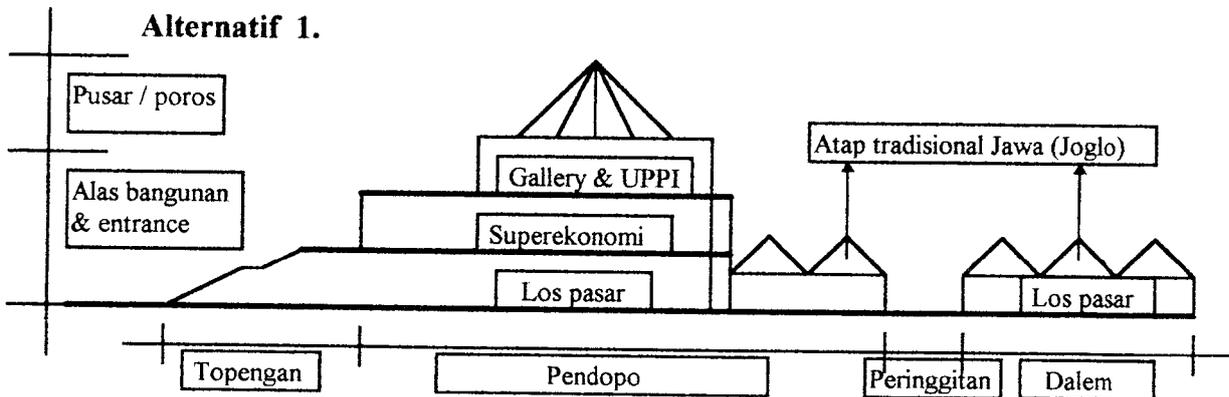
Dengan mengambil filosofi yang terkandung di dalam bentuk-bentuk tersebut maka dapat dijadikan sebagai konsep dalam menentukan karakter sirkulasi bangunan. Untuk itu maka dapat dijabarkan sebagai berikut :



Denah Rumah Tradisional Jawa

Dari uraian di atas dapat dijadikan suatu konsep untuk membentuk sebuah jalur sirkulasi guna mencapai tujuan yang diinginkan.

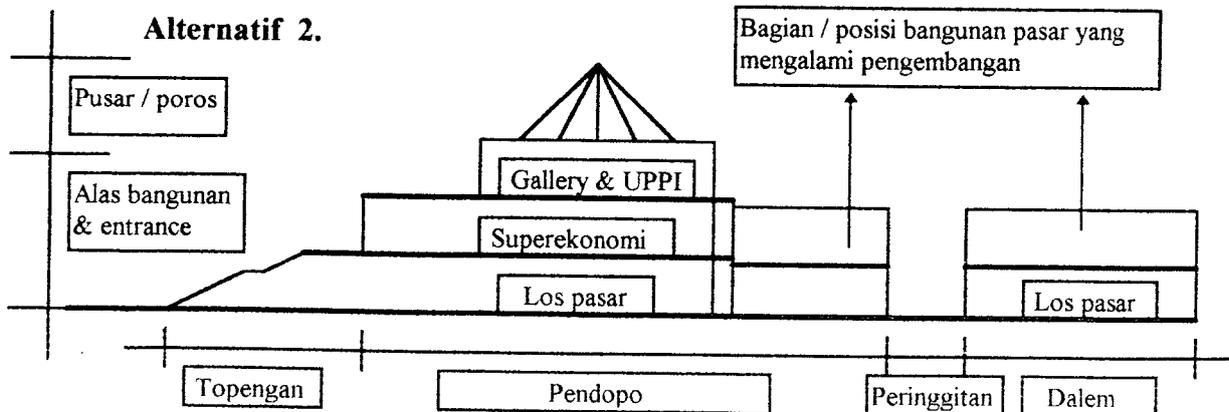
**Alternatif 1.**



Gambar 3.26. Gagasan / ide sketsa denah dan bentuk bangunan yang inovatif

Sumber : Analisa

**Alternatif 2.**



Gambar 3.27. Sketsa posisi / bagian bangunan pasar yang mengalami pengembangan sampai dengan tahun 2010 mendatang

Sumber : Analisa

### **3.9. ANALISA SISTEM BANGUNAN**

#### **3.9.1. Analisa Struktur dan Bahan Bangunan**

Pertimbangan konsep struktur bangunan dan bahan bangunan yang digunakan adalah :

1. Kemudahan pelaksanaan
2. Faktor ekonomi (murah)
3. Kualitas bahan
4. Faktor-faktor lingkungan fisik setempat, misal : kondisi tanah, angin dan sebagainya.
5. Kekuatan menahan beban

Struktur dan bahan yang digunakan pada dasarnya menggunakan struktur dan bahan yang disesuaikan dengan lingkungan sekitar. Pada bagian bawah bangunan menggunakan pondasi batu kali untuk satu lantai dan pondasi voet plat untuk bangunan bertingkat (bangunan komersial), karena tanah memungkinkan dan lebih efisien dari segi ekonomi. Pada bagian dinding menggunakan pasangan bata merah dengan plesteran dari semen dan struktur atap menggunakan konstruksi kayu dengan kuda-kuda atau gunungan untuk bangunan rendah (kios) sedangkan untuk bangunan bertingkat menggunakan konstruksi baja dengan kuda-kuda dan beton (dag).

#### **3.9.2. Analisa Sistem Utilitas Pasar Pada Site**

Untuk menjaga kebersihan dan kenyamanan pasar maka di dalam pengolahan limbah dan sistem-sistem yang lain perlu pengaturan yang baik dan terencana antara lain yaitu:

1. Limbah kering (sampah)

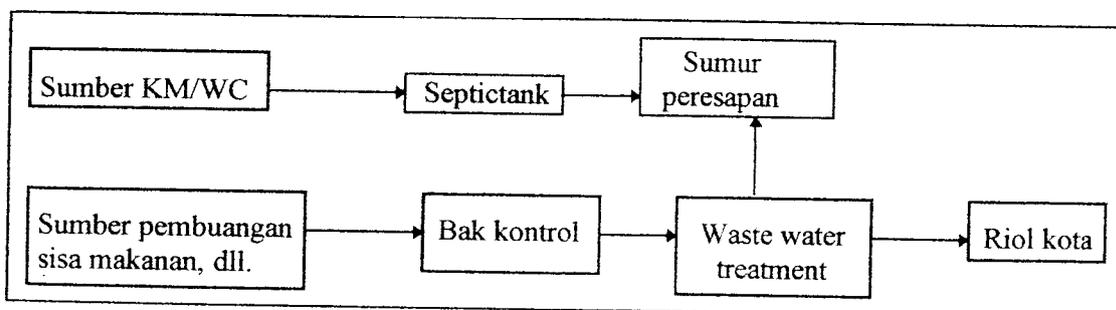
Berdasarkan hasil analisa mengenai pola ruang dagang yang digunakan maka pola yang ada dapat dikembangkan menjadi pola-pola yang lebih baik di dalam menyusun strategi penataan bak-bak sampah yaitu dengan menentukan pola hubungan bangunan terhadap empat jalan yang ada dan pada pola ruang dagang. Sampah dibersihkan sendiri oleh masing-masing pemilik bangunan, kemudian diangkut oleh tukang sampah ke dalam truk sampah untuk kemudian

dibuang pada tempat pembuangan sampah. Oleh karena perlu pengelolaan sampah secara baik melalui fasilitas yang memadai, sehingga dampak negatif mampu diminimalisasikan. Pengelolaan ini sesuai dengan pengelolaan sampah pada umumnya yaitu ditampung pada masing-masing unit bangunan. Volume sampah yang akan ditampung sesuai dengan jenis dagangan dan ini akan mempengaruhi besar kecilnya volume bak sampah permanen yang disediakan. Untuk barang dagangan yang menghasilkan sampah dalam jumlah besar, volume bak sampah juga akan lebih besar dan sebaliknya.

Dari penentuan tersebut maka penempatan bak-bak sampah diletakkan di tiap-tiap unit bangunan (kios/los). Kemudian sampah di tiap-tiap unit di transfer ke bak sampah permanen yang diletakkan di tempat yang strategis dan dapat dijangkau oleh truk sampah. Kemudian sampah dari TPS (di dalam site) dibuang ke TPA (di luar site) oleh dinas kebersihan kota.

## 2. Limbah basah (padat & cair)

Pembuangan air kotor yang ada sekarang hanya difasilitasi dengan penyediaan selokan kecil pada pasar, dan tidak seluruh bangunan terlalui sehingga pada beberapa bagian bangunan harus membuang air kotor dibelakang bangunannya (pada bangunan los). Hal ini akan sangat mengganggu kenyamanan pengunjung pasar. Maka perlu penataan ulang tentang sistem pembuangan air kotor agar lebih baik dan tidak mengganggu lingkungan pasar. Adapun sumber limbah basah /cair berasal KM/WC (kotoran) dan sisa makanan. Jadi sistem pembuangannya adalah:



Gambar 3.28. Sistem pembuangan limbah basah/cair secara fungsional

## **BAB IV**

### **KONSEP DASAR PERENCANAAN DAN PERANCANGAN**

Konsep dasar perencanaan dan perancangan ini merupakan landasan menuju tahap transformasi ke bentuk rancangan fisik. Penyusunan konsep ini merupakan titik tolak upaya pemecahan sejumlah permasalahan yang muncul dan didasarkan atas pendekatan konseptual dan teori yang ada. Pewadahan sektor perdagangan ini berupa penerapan pada kegiatan perbelanjaan yang ditingkatkan menjadi wisata perbelanjaan berupa penggabungan dari pasar tradisional, superekonomi dan barang kerajinan yang digemari oleh wisatawan sebagai pertimbangan utama dalam perencanaan dan perancangan bangunan tersebut.

Untuk itu maka bentuk pengolahan konsep perancangannya harus memenuhi syarat-syarat sebagai berikut :

1. Pengelolaan Pasar Prambanan yang ditingkatkan menjadi bagian obyek wisata perbelanjaan dilakukan oleh pihak pemerintah daerah Kabupaten Sleman yang pelaksanaannya dikelola oleh Jawatan Pasar dan pihak swasta yang memenuhi peraturan yang berlaku di pemerintahan Dati II Sleman.
2. Pengadaan tempat bagi pedagang besar / kecil dan pengembangan potensi masyarakat berupa hasil kerajinan merupakan syarat yang harus dipenuhi dalam membangun sebuah obyek wisata perbelanjaan di kawasan wisata Candi Prambanan. Pedagang yang ditampung diutamakan dari daerah sekitarnya dan dengan biaya sewa yang rendah / ringan yang disesuaikan dengan kondisi letak bangunan.

#### **4.1. KONSEP DASAR OBYEK WISATA PERBELANJAAN YANG DIRENCANAKAN**

##### **4.1.1. Konsep Dasar Pasar Tradisional Prambanan Yang Ditingkatkan Menjadi Bagian Obyek Wisata Perbelanjaan**

Fungsi sebagai bangunan umum perbelanjaan dan obyek wisata harus dapat dikunjungi dan dinikmati oleh segenap lapisan masyarakat pada umumnya dan khususnya bagi wisatawan asing, maka diperlukan suatu bentuk sajian bangunan atau jenis barang dagangan yang nantinya akan memberikan citra yang menarik dan mendorong bagi setiap orang untuk datang berkunjung. Dari fasilitas yang ada harus dapat memberikan keleluasaan dan kenyamanan untuk pengunjung dengan menciptakan suasana yang akrab sesuai dengan karakteristik pada setiap bagian kegiatan yaitu pada kegiatan di Gallery Promosi Wisata / Handicraft Centre dan UPPI harus dapat mendukung serta menciptakan suasana yang rekratif dan inovatif sehingga akan terjadi perputaran kegiatan, dari kegiatan yang sederhana sampai ke yang unik di dalam pasar tersebut.

Sehingga strategi dalam desain untuk mengangkat citra Pasar Prambanan baru yaitu dari pasar tradisioanl menjadi obyek wisata perbelanjaan yang rekratif dan inovatif yaitu meliputi :

1. Lokasi / site berada di kawasan wisata (Candi Prambanan, Candi Ratu Boko, Candi Kalasan).
2. Tempat yang strategis yaitu di daerah perbatasan Yogya-Klaten yang nantinya juga sebagai tempat transit berupa adanya sub terminal angkutan kota.
3. Banyaknya wisatawan nusantara / mancanegara yang berkunjung ke daerah tersebut.
4. Banyak tempat dan hasil kerajinan yang belum terorganisir yang nantinya dalam perencanaan dan perancangan dijadikan sebagai komoditi yang dapat menarik para wisatawan.
5. Tanpa menghilangkan tradisi kegiatan (pasar) yang juga sebagai daya tarik dan rekreasi, pasar akan menjadi lebih semarak dan ramai dikunjungi.

#### 4.1.2. Konsep Perencanaan dan Perancangan Site

Lokasi site terletak di antara Jalan Yogya-Solo dan Jalan ke Piyungan dengan luas lahan 21.825m<sup>2</sup>. Kondisi site sangat baik dan strategis, keadaan tanah yang relatif rata dan kondisi tanah yang stabil. Untuk menentukan luas bangunan di daerah Prambanan ditetapkan sebagai berikut: (1) BCR maksimum 80% dan FAR maksimum 0,8, (2) Ketinggian bangunan 12m atau 3 lantai, (3) Garis sempadan bangunan (ROOI) selebar 10m dan 5m dari As jalan. Adapun batasan sitenya adalah sebagai berikut: (1) Sebelah Utara berbatasan dengan Jalan Yogya-Solo, (2) Sebelah Timur berbatasan dengan Jalan lingkungan, (3) Sebelah Selatan berbatasan dengan Jalan lingkungan, Sebelah Barat berbatasan dengan Jalan ke Piyungan.

##### a. Pengolahan Sirkulasi Kendaraan

###### 1. Sirkulasi Kendaraan

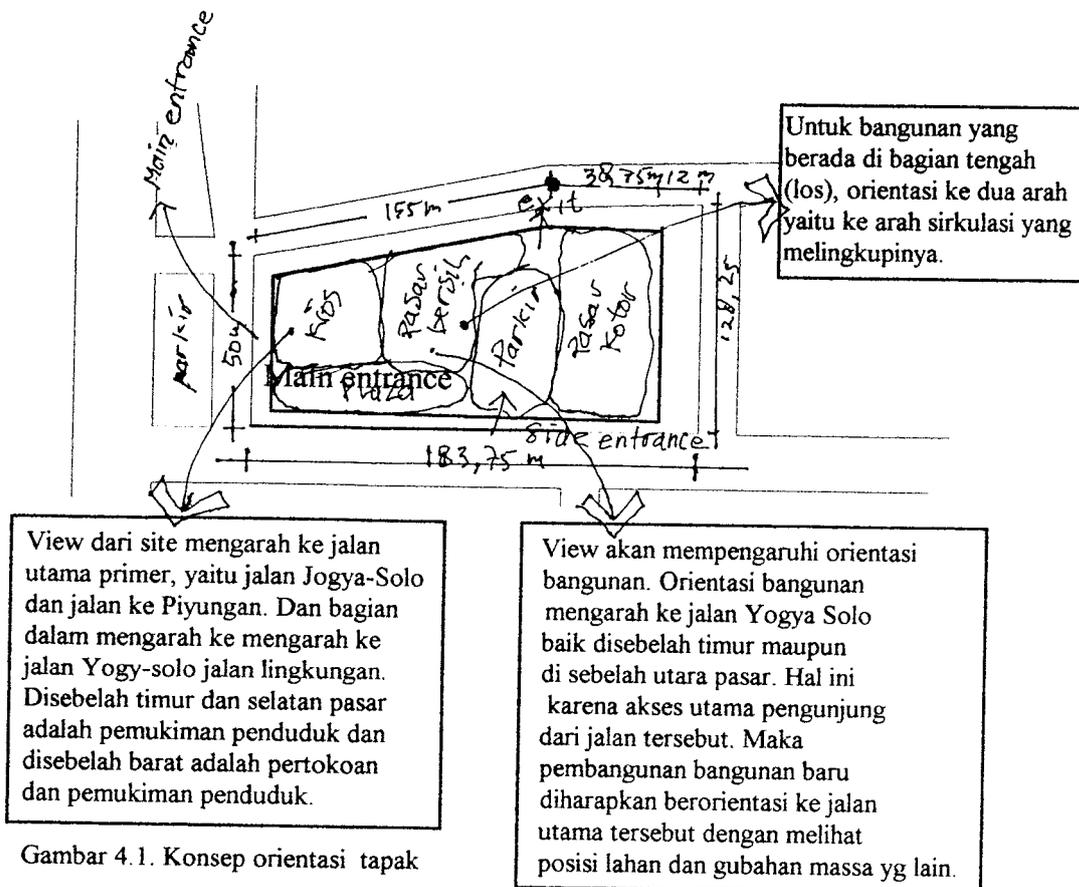
Pola sirkulasi site (terutama kendaraan) dibuat dengan adanya pemisahan antara pintu masuk kendaraan dengan pintu keluar dengan bentuk linier.

###### 2. Sirkulasi Manusia

- Sistem sirkulasi dibuat sederhana agar tidak membingungkan pengunjung untuk mencapai ke fasilitas yang diinginkan.
- Sirkulasi manusia ini terpisah dengan sirkulasi kendaraan yang terdapat di sekeliling tapak.
- Dengan perkerasan bahan dan pola-pola tertentu akan dapat mengarahkan arus pengunjung ke tempat yang diinginkan.
- Pada sirkulasi dalam bangunan terutama pada sirkulasi di Gallery Promosi Wisata/Handicraft Centre dan UPPI dengan kegiatan perpasaran perlu diperhatikan benar agar hubungan sirkulasi antara kegiatan yang berbeda tersebut dapat dicapai dengan mudah dan terlewati semua.

###### 3. Vegetasi

Vegetasi digunakan untuk mempertegas ruang terbuka / plaza, memberikan arah pada jalur sirkulasi, untuk perlindungan terhadap iklim, sebagai screening pandangan dari pemandangan yang tidak dikehendaki dan untuk mereduksi polusi udara dan bau. Oleh karena itu perencanaan penataan vegetasi tersebut diharapkan harus mampu memberikan kenyamanan bagi pengunjung, maka dari itu vegetasi yang ditanam pada area tersebut adalah berupa tanaman peneduh, bunga dan rerumputan.



Gambar 4.1. Konsep orientasi tapak

## 4.2. KONSEP PROGRAM RUANG

### 4.2.1. Macam Ruang dan Besaran Ruang

Mengingat terbatasnya lahan yang ada, pengelolaan parkir menggunakan sistem 2 kali shift (pergantian penampungan kendaraan dua kali) dengan tiap shift menampung kendaraan :

- Luas area parkir di lantai dasar = 885m<sup>2</sup> .....(1)
- Luas area parkir di lantai atas bangunan = 1985m<sup>2</sup> .....(2)
- Ruang jual beli terbuka (pedagang temporer) diasumsikan sebesar 1460m<sup>2</sup> ditambah ruang sirkulasi 20% dari luas lahan yang diasumsikan tersebut sebesar 292m<sup>2</sup>. Hal ini mengingat pertambahan jumlah pedagang yang selalu meningkat tiap tahunnya. Jadi totalnya adalah 1752m<sup>2</sup> .....(3)
- Pos keamanan diasumsikan = 24m<sup>2</sup> .....(4)
- Fasilitas umum diasumsikan (2%) = 135m<sup>2</sup> .....(5)

- Fasilitas pendukung = 92 m<sup>2</sup>.....(6)

NO	UKURAN (M)	JUMLAH PEDAGANG	LUASAN LANTAI
1.	Kios 3X3=12m <sup>2</sup>	106	106x@9m <sup>2</sup> =1188m <sup>2</sup>
2.	Kios 3X4=12m <sup>2</sup>	56	56x@12m <sup>2</sup> = 672m <sup>2</sup>
3.	Kios 4X6=24m <sup>2</sup>	19	19x@24m <sup>2</sup> = 456m <sup>2</sup>

Dari analisa data tabel (lihat di lampiran Tabel 3.2), maka jumlah dan luas los dapat diketahui yaitu :

- Ukuran los dihitung berdasarkan luas rata-rata dari masing-masing jenis dagangan yaitu los pasar kering dan los pasar basah (lihat data lampiran Tabel 3.4).
- Untuk jenis dagangan tertentu mungkin saja ukuran luasnya sama.
- Dibagi ke dalam 4 ukuran luasan dan 11 kelompok barang dagangan dengan modul setiap pedagang 2mx1,5m = 3m<sup>2</sup> untuk modul terkecil/kelipatannya. Sebagai asumsi luasannya didapat sebagai berikut :

- 4m x 24m asumsi 22 los = 2112m<sup>2</sup>

- 4m x 20m asumsi 15 los = 1200m<sup>2</sup>

- 4m x 18m asumsi 6 los = 432m<sup>2</sup>

- 4m x 15m asumsi 18 los = 1080m<sup>2</sup>

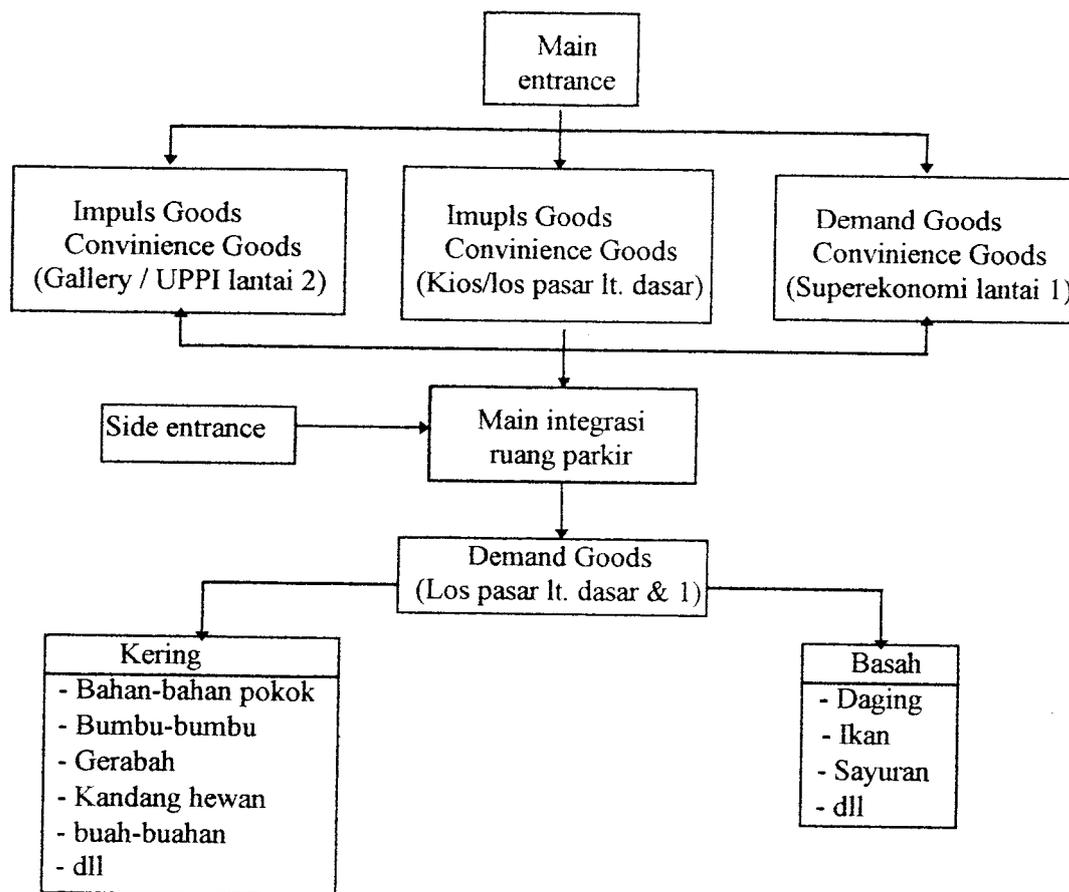
Total luas = 4824m<sup>2</sup>

- Dari perhitungan di atas didapat luasan total bangunan adalah = 4824 m<sup>2</sup>

NO	KEBUTUHAN JENIS RUANG	UKURAN (M)	LUAS LANTAI
<b>Superekonomi</b>			
1.	Super store		1944 m <sup>2</sup>
2.	Restaurant		432 m <sup>2</sup>
2.	R. pengelola/administrasi	4mx6m	24 m <sup>2</sup>
3.	Ruang karyawan	4mx6m	24 m <sup>2</sup>
4.	Gudang/penyimpanan	4mx5m	20 m <sup>2</sup>
5.	R. Utilitas	1,5mx1,5m	2,25 m <sup>2</sup>
5.	Toilet	3mx6m	18 m <sup>2</sup>
6.	Lift barang	2mx2m	4 m <sup>2</sup>
<b>Gallery Promosi Wisata Unit Pelayanan Promosi</b>		<b>/ Handicraft Centre &amp; Informasi</b>	<b>dan</b>
1.	Retail space + Show room		1764 m <sup>2</sup>
2.	Ruang administrasi	4m x 6m	24 m <sup>2</sup>
3.	Ruang karyawan	4m x 6m	24 m <sup>2</sup>
4.	Gudang	4m x 5m	20 m <sup>2</sup>

5.	Toilet	3m x 6m	18 m <sup>2</sup>
6.	Ruang informasi	2m x 3m	6 m <sup>2</sup>
7.	Ruang tamu	3m x 4m	12 m <sup>2</sup>
8.	R. Utilitas	1,5m x 1,5m	2,25 m <sup>2</sup>
9.	R. rapat / pertemuan	4m x 6m	24 m <sup>2</sup>
10.	R. Konsultasi bisnis	4m x 5m	20 m <sup>2</sup>
11.	Lift barang	2mx2m	4 m <sup>2</sup>
Luas total lantai			4386,25 m <sup>2</sup>

#### 4.2.2. Konsep Penataan Ruang Dagang



Skema Strategi Penataan Ruang Dagang

Pertambahan jumlah dan jenis barang dagangan ini memerlukan ruangan yang lebih besar dan layak untuk berdagang. Penggolongan jenis barang dagangan dapat dikelompokkan berdasarkan tuntutan wadah dan sifatnya yaitu :

1. Berdasarkan tuntutan pewadahannya, dapat diketahui jenis barang yang bisa ditumpuk dan ditata / dikemas secara khusus yang akan mempengaruhi kapasitas ruang dagang.

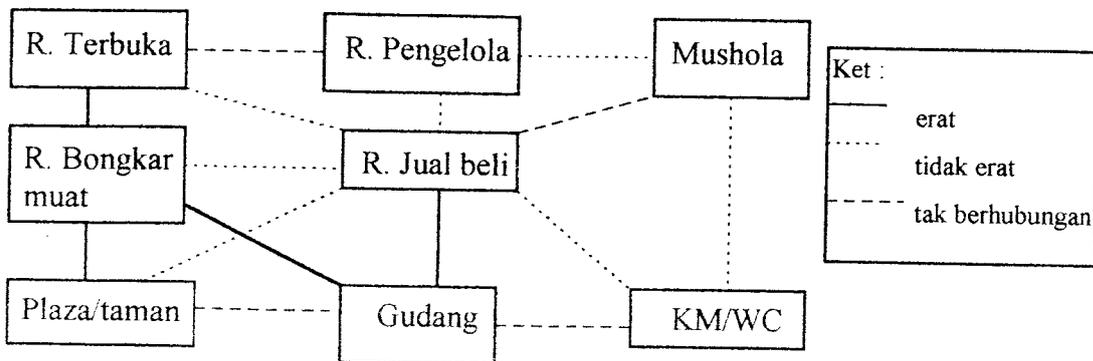
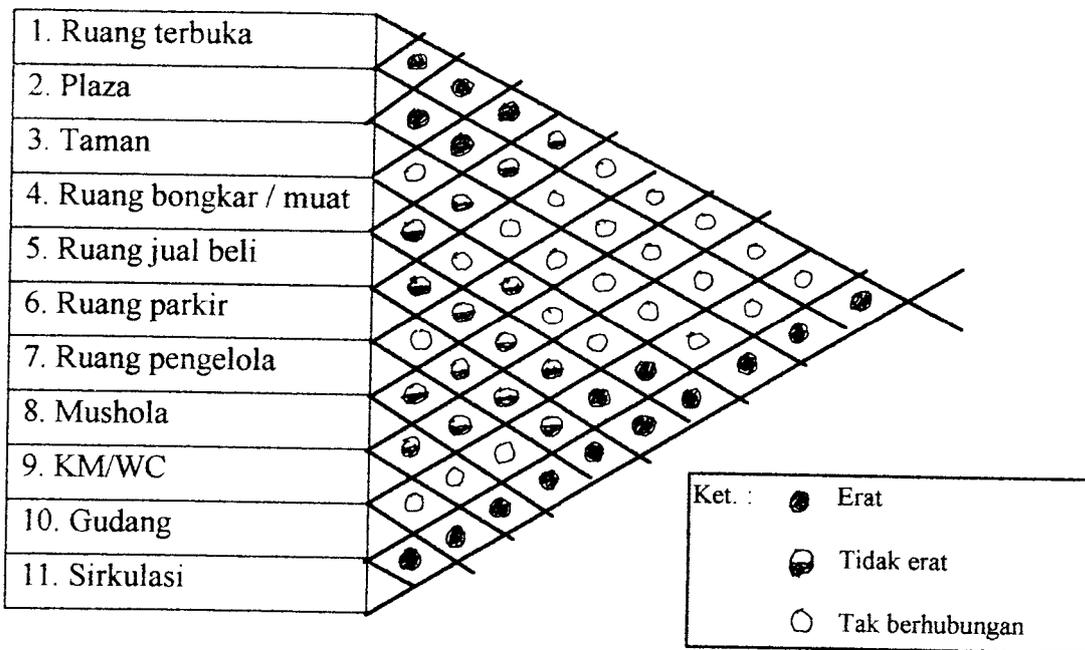
2. Berdasarkan sifat barang dagangan yang utama (dominan) adalah sifat basah dan kering karena akan mempengaruhi sifat yang lain, sehingga perlu pemisahan jenis dagangan ini.

Berdasarkan pewadahan sistem perdagangan, dalam strategi pengembangan bangunan secara vertikal dapat dikelompokkan atas : los, kios, toko dengan materi perdagangan berupa kebutuhan pokok diletakan pada lantai dasar, sehingga dapat langsung berhubungan dengan bagian luar bangunan dan kebutuhan sekunder pada lantai/ ruang tersendiri, dengan pertimbangan untuk menarik pengunjung.

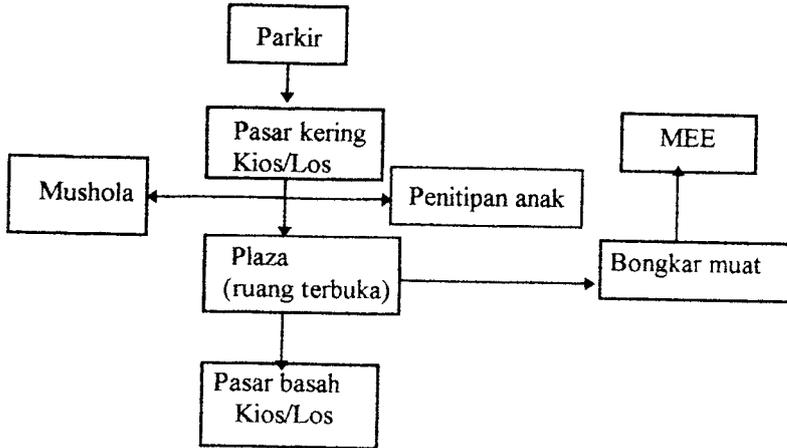
**4.2.3. Konsep Organisasi Ruang dan Pengelompokan Ruang**

Hubungan ruang disesuaikan dengan urutan kegiatan yang berlangsung (sirkulasi yang terjadi), pada dasarnya adalah :

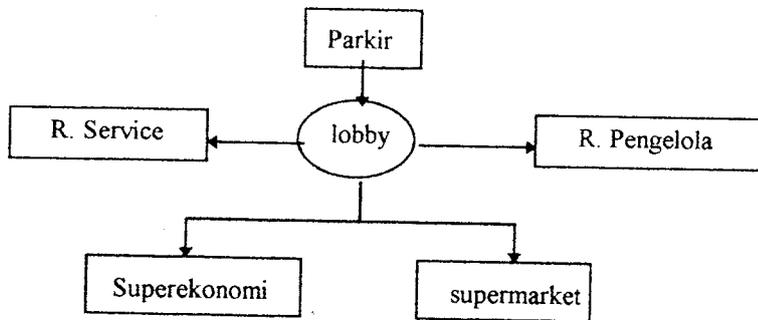
Interelasi hubungan antar ruang



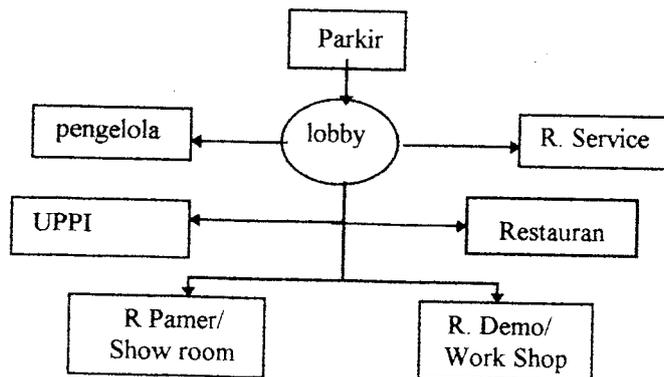
1. Hubungan ruang lantai dasar



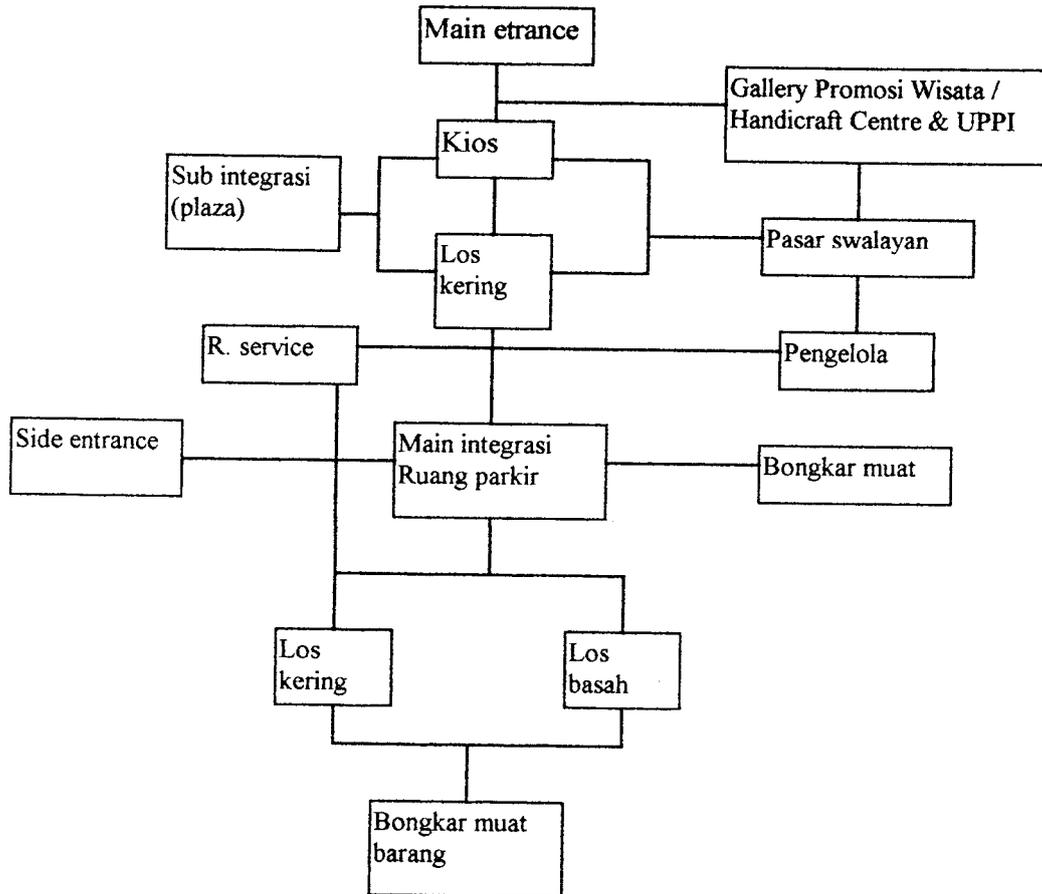
2. Hubungan ruang lantai satu



3. Hubungan ruang lantai dua

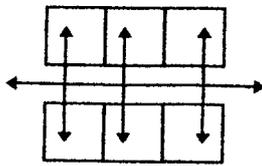


Maka pola organisasi kegiatan perbelanjaan adalah :



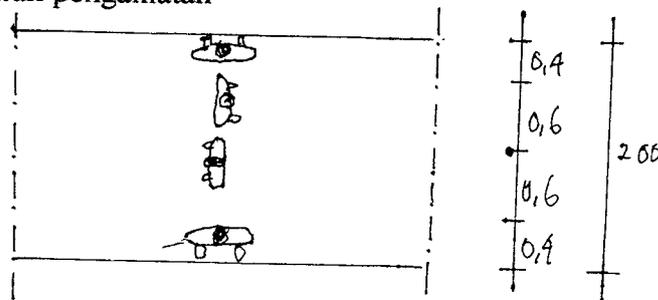
#### 4.2.4. Pola Gubahan Massa

Untuk bentuk bangunan Pasar Prambanan menggunakan bentuk cluster. Hal ini disesuaikan dengan bentuk site agar mudah dalam penambahan bentuk-bentuk baru dan juga untuk mengantisipasi perubahan bangunan bila dihadapkan pada penambahan jumlah pedagang.



Besaran yang dipertimbangkan atas dasar kriteria :

- Lalu lintas orang untuk dua arah
- Area untuk pengamatan



Jalur lalu lintas orang dan lebar pengamatan

#### 4.3.2. Konsep Penataan Ruang Dalam

##### a. Orientasi sirkulasi yang rekreatif

Sirkulasi dilihat dari dimensi gerak ada 2 macam :

##### 1. Jual beli sebagai kegiatan berhenti

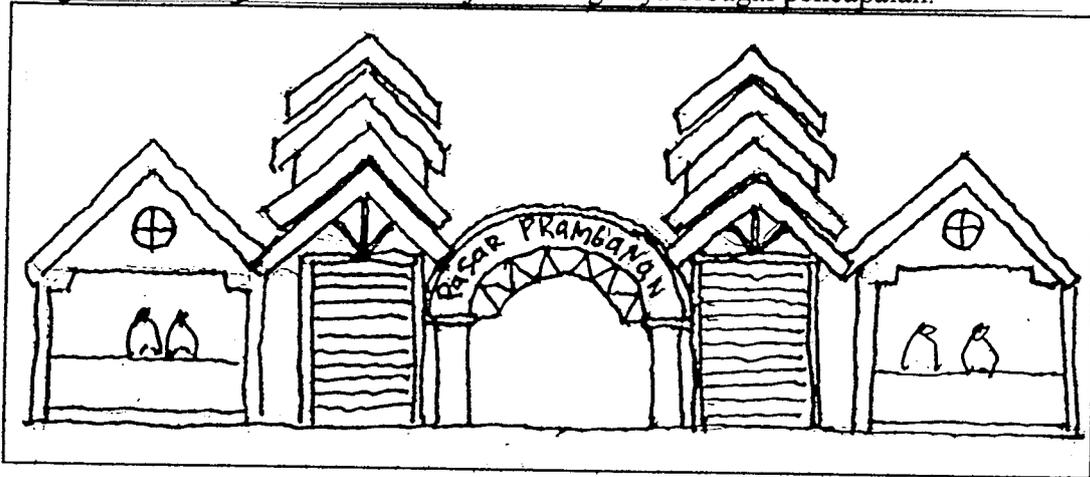
Artinya di dalam hubungan sosialisasi kecenderungan orang untuk bertahan lama dan merasa senang untuk berhenti lama apabila tempat tersebut ada yang menarik perhatian baik dari besaran luasnya, sajian barang dagangan dan ada juga memang digunakan untuk bersantai sambil menikmati keadaan sekitar.

##### 2. Kegiatan pencapaian sebagai kegiatan bergerak

artinya kegiatan yang dilakukan oleh pengguna di dalam mencapai tujuan dalam hal ini suasana maupun kondisi ruang sirkulasi yang dapat memberikan nuansa tersendiri. Ditinjau dari tapak yang ada yaitu dengan pola hubungan bangunan terhadap empat jalan maka alternatif pencapaian yang digunakan adalah secara tersamar.

Dari bentuk pencapaian tersebut tentunya akan berhubungan juga dengan pintu masuk bangunan, sehingga agar tampak kesan yang menyenangkan maka pintu masuk dapat dibuat secara rata, menjorok keluar atau menjorok ke dalam. Dari bentuk tersebut tampak bahwa jalan masuk yang menjorok ke luar maupun

ke dalam memberikan pernaungan dan menerima sebagian ruang luar menjadi bagian dari bangunan dan menunjukkan fungsinya sebagai pencapaian.



Gambar 4.3. Konsep bentuk pintu masuk yang rekreatif

#### b. Sirkulasi ruang dalam yang rekreatif

Salah satu kegiatan yang diwadahi adalah kegiatan rekreasi, maka kebutuhan ruang yang diperlukan berdasarkan atas perilaku yang rekreatif, yaitu bebas, santai dan menyenangkan.

Untuk menimbulkan kesan di atas maka ditekankan pada permainan sisi-sisi ruangnya.

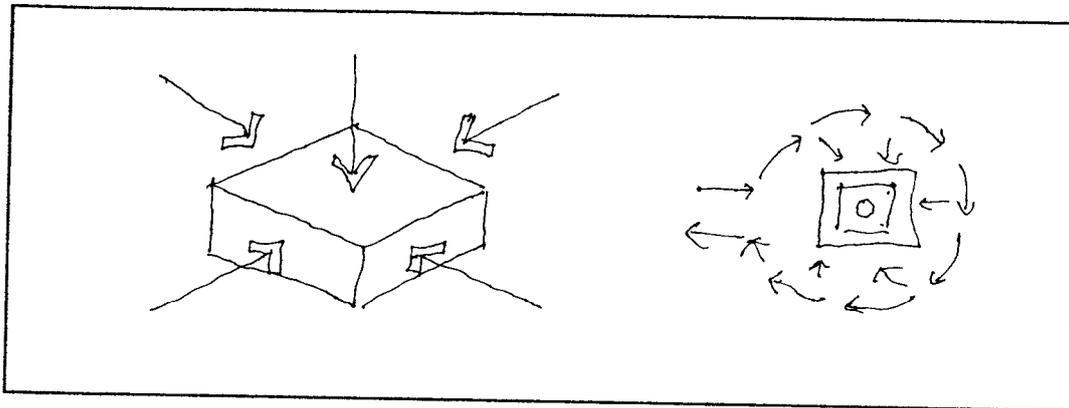
1. Terbuka pada kedua sisi dengan permainan tinggi rendah lantai.
2. Terbuka pada satu sisi yang memungkinkan untuk memberikan kontinuitas visual dengan ruang-ruang yang dihubungkan.

Variasi jalur sirkulasi yang dapat dikembangkan bisa dengan pelebaran jalan yang mempunyai kapasitas pengunjung yang padat di dalam sebuah ruangan. Khusus di dalam mengatur sirkulasi terhadap barang-barang kerajinan tentu saja tidak terlepas dari penataan ruang-ruang pameran/saji. Sebagai obyek yang diamati sehingga hal-hal yang perlu dipertimbangkan adalah :

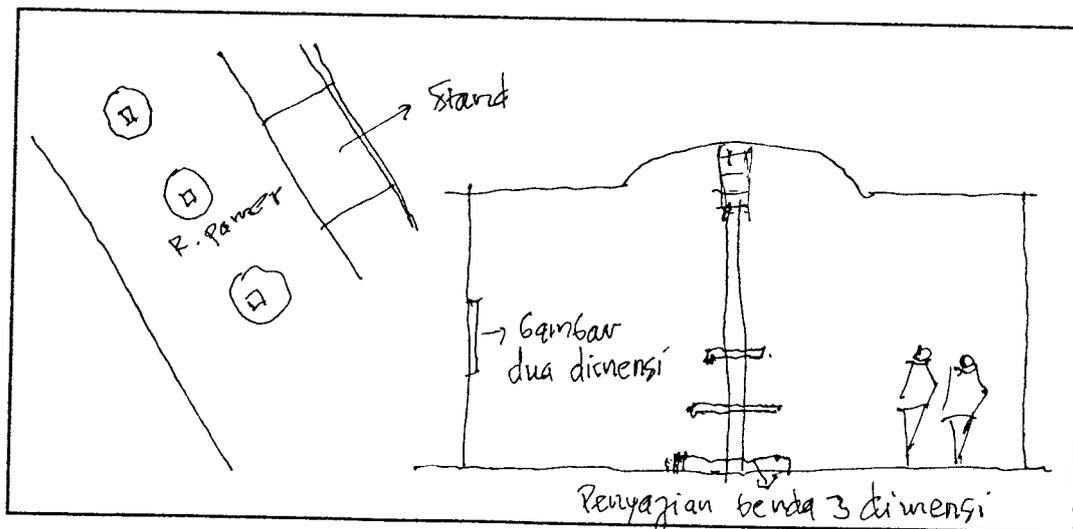
- Penyajian benda-benda hasil kerajinan dan ruang demo.
- Pengarahan konsentrasi pengunjung terhadap benda pameran.
- Kenyamanan pengunjung.

Berdasarkan pertimbangan-pertimbangan di atas maka karakter ruang pameran untuk Gallery Promosi Wisata / Handicraft Centre dapat direncanakan sebagai berikut :

1. Bentuk penyajian terhadap benda hasil kerajinan dan ruang demo yaitu dengan memberikan jalur sirkulasi dan ruang yang dapat memberikan sudut pandang secara tiga dimensi atau memutar benda pameran.



Gambar 4.5. Konsep karakter benda tiga dimensi

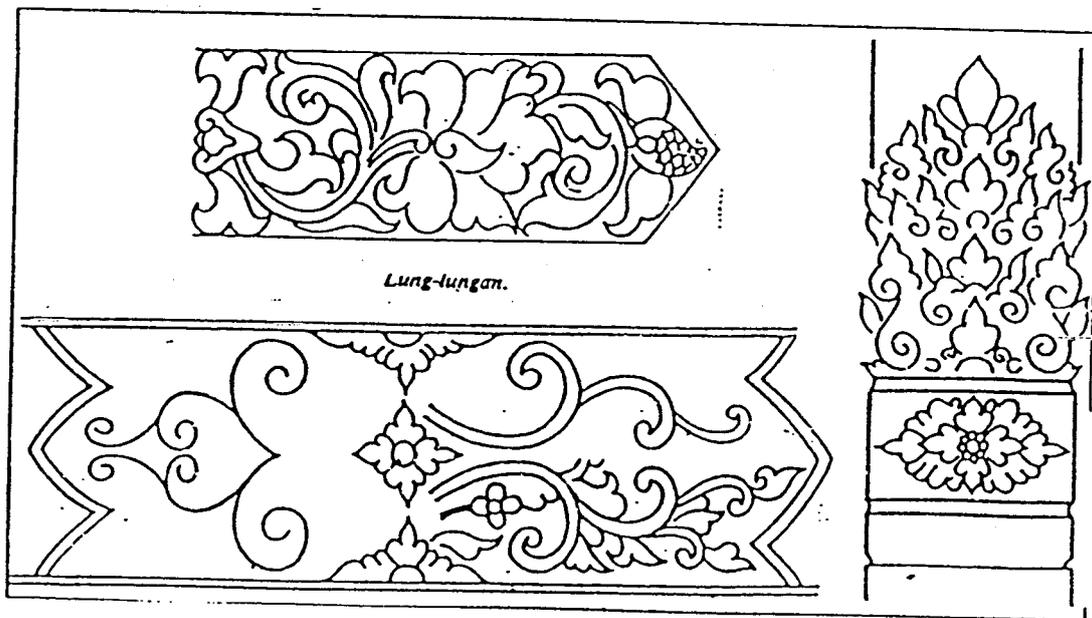


Gambar 4.6. Konsep pengolahan ruang terhadap benda pameran tiga dimensi

2. Menata warna dinding yang menonjolkan benda pameran yaitu dengan pemakaian warna-warni cerah dan polos dan akan lebih baik dapat menguatkan benda yaitu dengan pemakaian warna putih.
3. Untuk mengatasi kemonotonan, ruang dapat diolah dengan memainkan ketinggian lantai dan bukaan terhadap ruang luar.

### c. Kualitas Ruang Dalam

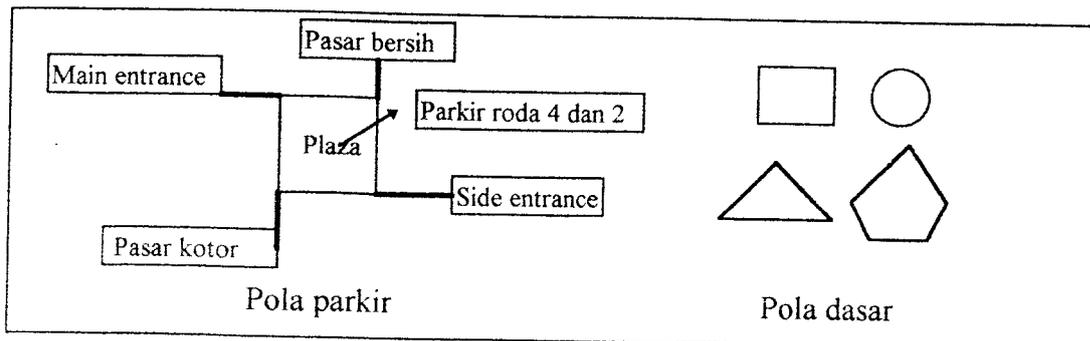
Penampilan interior bangunan direncanakan bersifat komersial serta menerapkan detail ornamen arsitektur lokal, hal ini untuk memperkuat keberadaannya di kawasan wisata Candi Prambanan. Kualitas ruang yang dipengaruhi bentuk dasar ruang dalam bangunan, dipilih atas dasar pertimbangan agar memberikan kesan yang dinamis, maka diterapkan bentuk dasar segi empat dalam pengolahan massa bangunan yang memungkinkan akan dikembangkan atau adanya penggabungan bentuk segi empat dengan bentuk-bentuk dasar geometris lainnya. Selain itu untuk menarik para pembeli maka keberadaan nuansa alami yang memberikan kesejukan (pepohonan) perlu dimasukkan.



Gambar 4.7. Konsep bentuk dasar ruang dalam dan ornamen

### 4.3.3. Konsep Penataan Ruang Luar

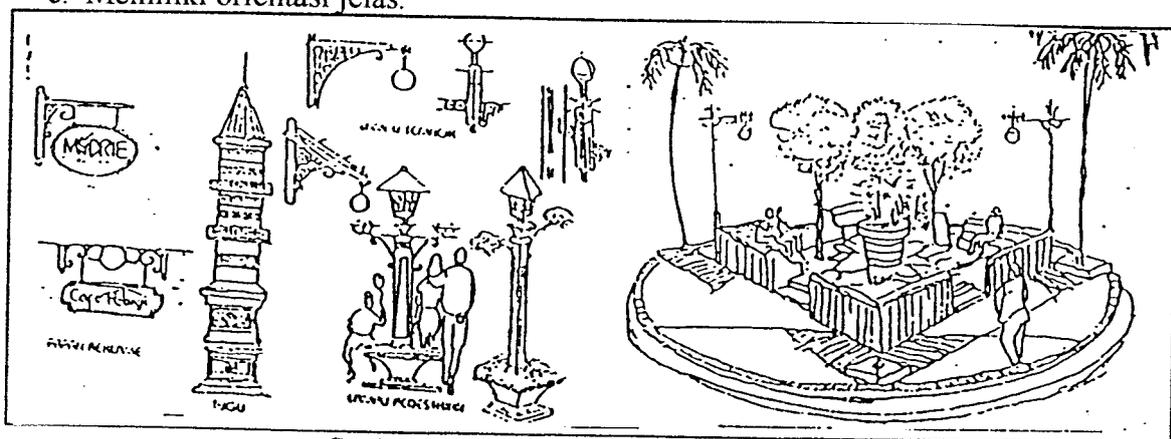
Di dalam penataan ruang luar tidak terlepas dari sistem parkir kendaraan yang mana konsepnya berupa:



Sehingga dengan pola radial segiempat ini akan memberikan ruang parkir yang lebih mudah, teratur dan terarah. Dalam hal ini area parkir menampung Roda 4 atau mobil pribadi, bus, dan mobil angkut barang, Roda 2 atau motor, Roda 2 atau sepeda. Terbagi ke dalam 2 area parkir yaitu: (1) Parkir lantai dasar dengan kapasitas 20 mobil dan 5 bus, 60 sepeda motoran 150 sepeda. (2) Parkir di lantai atas bangunan dengan kapasitas 80 mobil, 100 kendaraan roda 2. Sedangkan untuk jenis angkutan yang lain berupa andong, becak dan bus wisata di tempatkan di luar site yaitu di luar pasar yang telah direncanakan / disediakan tersendiri (area parkir wisata).

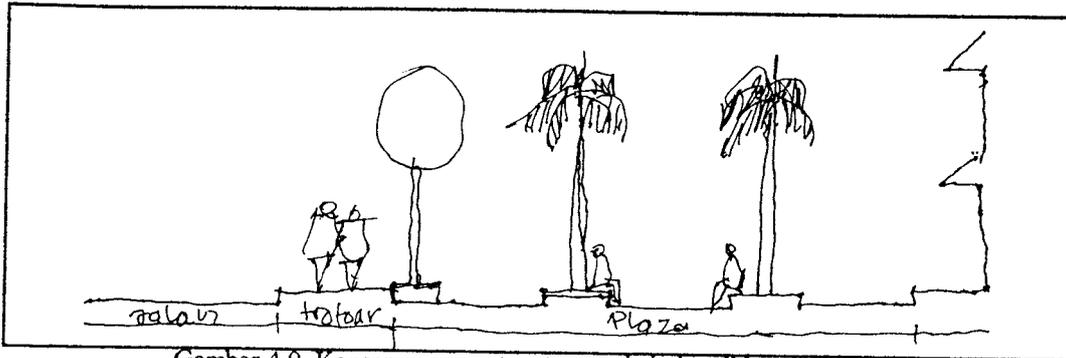
Kemacetan sering ditimbulkan oleh arus sirkulasi kendaraan yang tidak lancar, maka perlu pengaturan serta pemisahan pola pergerakan kendaraan dan pejalan kaki, agar sirkulasi pejalan kaki aman dan nyaman direncanakan pedestrian. Jalur pedestrian dapat menjadi unsur pengikat antara jalan dan bangunan. Penciptaan pedestrian ini dapat didasarkan atas perilaku manusia yang terdiri dari:

- a. Manusia suka melihat-lihat, sehingga tepian-tepian bangunan harus didesain agar pejalan kaki dapat melihat dan dilihat oleh pejalan kaki.
- b. Kebiasaan manusia adalah menyenangi kegiatan melihat-lihat ke pusat keramaian. Manusia lebih senang duduk di pusat sebuah ruangan terbuka dan ditepian suatu ruangan terbuka.
- c. Menciptakan ruang terbuka berupa plaza dengan lingkungan yang menarik.
- d. Elemen-elemen penting pendukung pedestrian atau plaza adalah seperti bangku, air mancur, ruang terbuka, tumbuh, tumbuhan dan sculpture.
- e. Memiliki orientasi jelas.

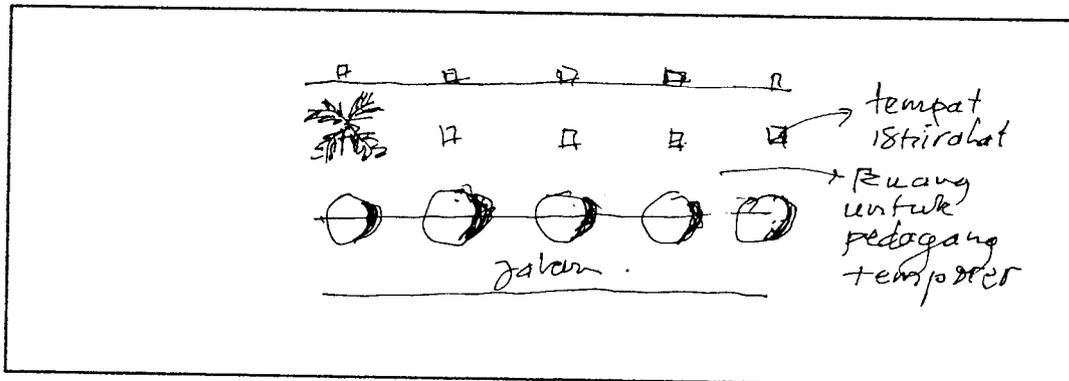


Gambar 4.8. Konsep elemen-elemen ruang luar

Dengan pengolahan ruang-ruang sirkulasi akan memberikan suasana yang lebih rekreatif yaitu pembuatan tempat duduk untuk menunggu, beristirahat dan bersantai di luar bangunan atau di plaza.



Gambar 4.9. Konsep penempatan tempat istirahat di luar bangunan

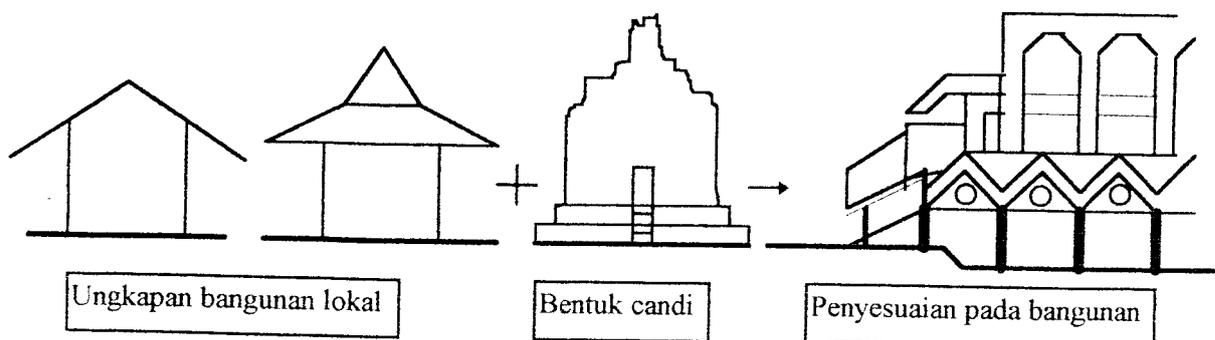


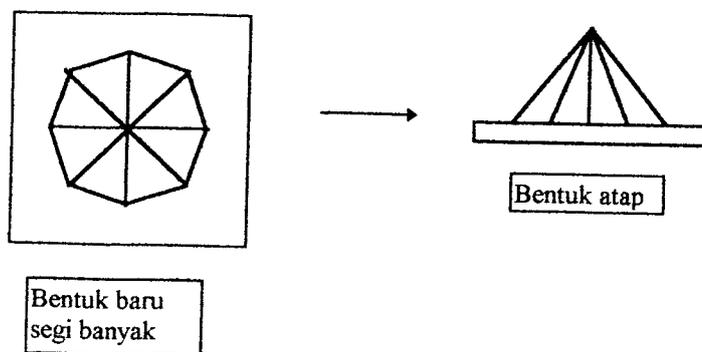
Gambar 4.10. Konsep bentuk ruang plaza

#### 4.4. KONSEP PENAMPILAN BANGUNAN YANG INOVATI

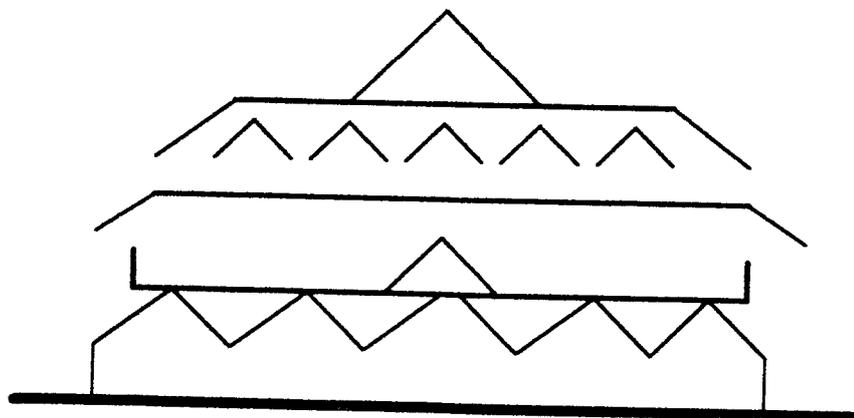
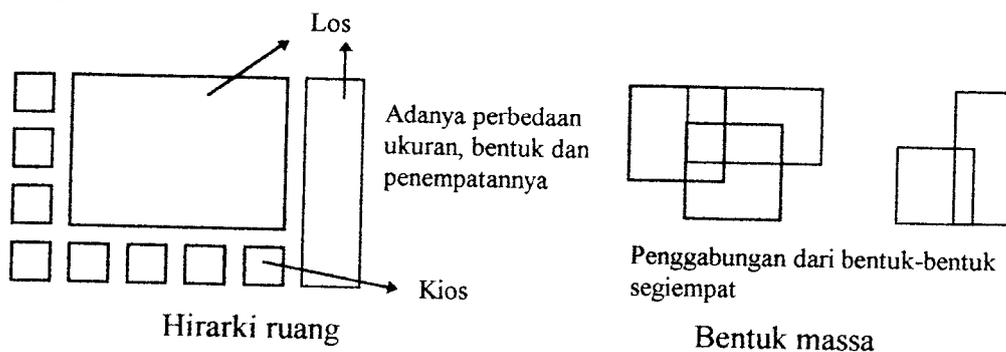
##### 4.4.1. Konsep Bentuk Bangunan Yang Inovatif

Konsep pengambilan bentuk bangunan yang inovatif di sini didasarkan atas perpaduan antara bangunan tradisional Jawa dengan bentuk-bentuk candi yang ada di kawasan Prambanan.





Bentuk-bentuk tersebut dapat dijadikan sebagai konsep dalam menentukan Hirarki ruang, bentuk massa dan organisasinya. Untuk itu maka dapat dijabarkan sebagai berikut



Bentuk penampilan bangunan pasar Prambanan

#### 4.4.2. Konsep Visual Bangunan

Penampilan visual bangunan Pasar Prambanan yang diinginkan adalah adanya keterpaduan antara arsitektur tradisional Jawa dengan bentuk candi. Perpaduan dari bentuk tersebut sebagai perwujudan dari bentuk bangunan pasar yang inovatif sekaligus membawa suatu citra bangunan berupa simbol yang mengisyaratkan sesuatu (*Symbolic sign*) yaitu simbolisasi yang menunjukkan

suatu aturan tertentu berupa hubungan dari gagasan-gagasan umum yang menyebabkan suatu simbol dapat diinterpretasikan dan mempunyai hubungan dengan obyek yang bersangkutan.

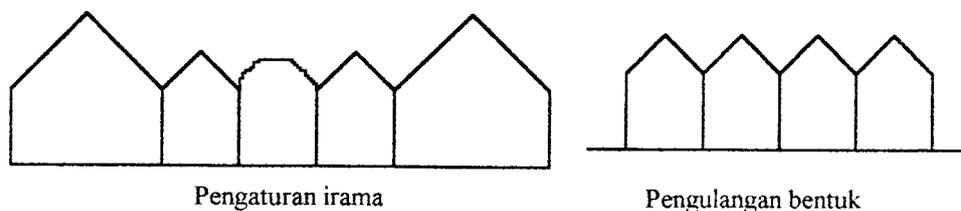
Adanya pengambilan arsitektur setempat menunjukkan bangunan itu masih memiliki jati diri yang kuat dibandingkan dengan bangunan yang lain. Sebagai bangunan komersial sekaligus obyek wisata dalam penampilannya menampilkan citra komersial juga harus memperhatikan kaidah-kaidah unsur budaya setempat / di kawasan wisata tersebut.

#### 4.4.3. Konsep Karakter Penampilan Bangunan

Dalam kaitanya sebagai bangunan komersial maka agar bangunan mempunyai nilai jual terhadap barang yang diwadahnya, maka karakter bangunannya adalah sebagai berikut :

##### 1. Dinamis

Pewadahan fisik bangunan harus dapat mendukung terlaksananya kegiatan yang bersifat bebas, dinamis, terus mengalir sepanjang waktu selama dioperasikan. Pengungkapan karakter tersebut divisualkan melalui pengaturan irama, pengulangan bentuk, dan sebagainya.



##### 2. Rekreatif

Bersifat rekreatif dalam arti bangunan bersifat menyenangkan bagi pengunjung sehingga pengunjung merasa betah dan santai berada di dalam bangunan, misalnya: suasana santai / yang dapat memberikan rasa betah untuk berlama-lama ditunjukkan melalui pemberian tempat pemberhentian pada titik-titik lelah di jalur-jalur sirkulasi.

##### 3. Promotif

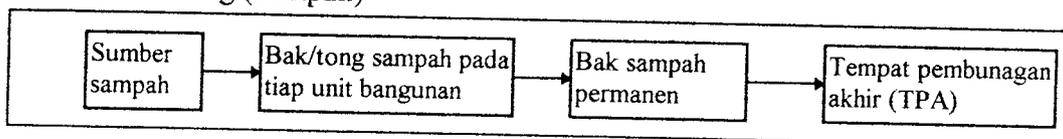
Bentuk bangunan mempunyai daya tarik bagi konsumen untuk mengunjunginya dan bersifat mempromosikan dari fungsi bangunan yang

dan lebih efisien dari segi ekonomi. Pada bagian dinding menggunakan pasangan bata merah dengan plesteran dari semen dan struktur atap menggunakan konstruksi kayu dengan kuda-kuda atau gunungan untuk bangunan rendah (kios) sedangkan untuk bangunan bertingkat menggunakan konstruksi baja dengan kuda-kuda dan beton (dag).

#### 4.5.2. Konsep Sistem Utilitas Pasar Pada Site

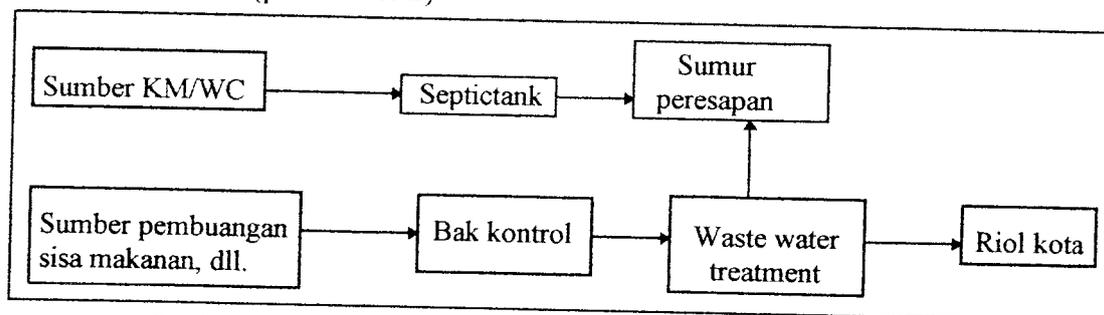
Untuk menjaga kebersihan dan kenyamanan pasar maka yang perlu diperhatikan adalah hal-hal sebagai berikut:

##### 1. Limbah kering (sampah)



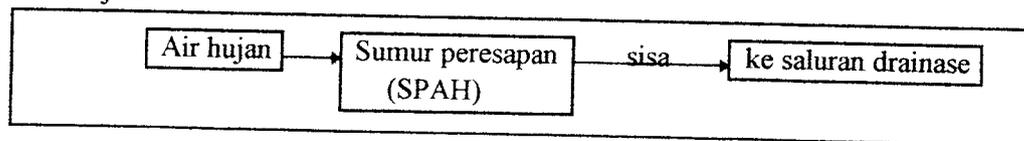
Gambar 4.14. Konsep sistem Pembuangan Sampah kering

##### 2. Limbah basah (padat & cair)



Gambar 4.15. Konsep sistem pembuangan limbah basar/cair secara fungsional

##### 3. Air hujan



Gambar 4.16. Konsep sistem pembuangan air hujan secara fungsional

##### 4. Sistem air bersih

Sistem penyediaan air pada Pasar Prambanan berasal dari sumur dalam juga berasal dari PDAM. Kemudian di tampung dalam bak penampungan (tower) dengan volume  $22 \text{ m}^3 \pm 15 \text{ m}$  dengan sistem down feed yang dihubungkan dengan pipa-pipa. Akan tetapi untuk sumber untuk fire hidran lebih mengandalkan hidran kota yang berasal dari PDAM. Alat pemadam kebakaran pada Pasar Prambanan memakai Hose rack standart dan diletakan pada tiap-

## Daftar Pustaka

1. William J. Stanton, **Prinsip-Prinsip Pemasaran**, Jilid I 1988
2. Richard A Bilas, **Ekonomi Mikro**, 1985
3. **Buku Pengantar Pariwisata**, diterbitkan oleh Direktorat Jenderal Pariwisata.
4. ULI, **Shoping Centre Development**, 1997.
5. Ketchun, **Shop & Stores, Revised Edition**.
6. Richard W. Snibbe, **Small Commercial Buildings, Reinhold Publishing Corporation**, New York 1956.
7. Wiyardi, **Sistem Perpasarn dan Peranannya dalam Ekonomi Kota**.
8. Gruen, Victor Shopping Town USA, **The Plannning Of Shopping Centers**, Reinhold Publishing Cooperation NY, 1960.
9. Kotler , **Manajemen Pemasaran, Analisa, Perencanaan dan Pengendalian**, Erlangga, Jakarta 1960.
10. Daldjoeni, **M Geografi Kota dan Desa**, Alumni, Bandung, 1988.
11. D.K. Ching, **Arsitektur : Bentuk-Ruang dan Susunannya**, Erlangga, Jakarta 1991.
12. C. Snyder, **Pengantar Arsitektur**, Erlangga, Jakarta 1985.
13. H.K. Ishar, **Pedoman Merancang Bangunan**, P.T Gramedia, Jakarta 1992.
14. Y.B. Mangun Wijaya, **Wastu Citra**, Penerbit P.T. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta 1992.

**LAMPIRAN**

KELAS PASAR	FASILITAS PENDUKUNG	
	Prasarana Pasar	Prasarana Lingkungan
KELAS I	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Puskesmas</li> <li>• Masjid / mushola</li> <li>• Tempat penitipan anak</li> <li>• Area parkir</li> <li>• Area bongkar muat barang</li> <li>• TPS</li> <li>• MCK</li> <li>• Sumber air bersih</li> <li>• Jaringan listrik</li> <li>• fire protection</li> <li>• Pengolahan limbah</li> <li>• Saluran drainase</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jalan lingkungan</li> <li>• Jalan raya</li> <li>• Jalan setapak</li> <li>• TPS</li> <li>• MCK</li> <li>• Saluran drainase / riol kota</li> <li>• Parkir</li> <li>• Jaringan listrik</li> <li>• Sub terminal angkutan kota</li> </ul>
KELAS II	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Puskesmas</li> <li>• Masjid / mushola</li> <li>• Area parkir</li> <li>• Area bongkar muat barang</li> <li>• TPS</li> <li>• MCK</li> <li>• Saluran drainase</li> <li>• Parkir</li> <li>• Jaringan listrik</li> <li>• Fire protection</li> <li>• Pengolahan limbah</li> <li>• Saluran drainase</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jalan raya</li> <li>• Jalan lingkungan</li> <li>• Jalan setapak</li> <li>• TPS</li> <li>• MCK</li> <li>• Saluran drainase / riol kota</li> <li>• Parkir</li> <li>• Jaringan listrik</li> </ul>
KELAS III	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saluran drainase</li> <li>• Sumber air bersih</li> <li>• Pengolahan limbah</li> <li>• TPS</li> <li>• MCK</li> <li>• Masjid / mushola</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jalan lingkungan</li> <li>• Jalan setapak</li> <li>• Parkir</li> <li>• TPS</li> <li>• MCK</li> <li>• Saluran drainase / riol kota</li> </ul>
KELAS IV	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saluran drainase</li> <li>• Sumber air bersih</li> <li>• TPS</li> <li>• MCK</li> <li>• Mushola</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saluran drainase</li> <li>• MCK</li> <li>• Parkir</li> <li>• Jalan lingkungan</li> <li>• Jalan setapak</li> </ul>
KELAS V	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saluran drainase</li> <li>• Sumber air bersih</li> <li>• MCK</li> <li>• TPS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saluran drainase</li> <li>• parkir</li> <li>• Jalan lingkungan</li> <li>• Jalan setapak</li> </ul>

Tabel 2.1. Fasilitas pendukung pasar berdasarkan kelasnya  
Sumber : Studi MIIP Kotamadya Dati II Yogyakarta

NO	HIRARKI PELAYANAN PERDAGANGAN	SPESIFIKASI
1.	Pusat kota besar	<ul style="list-style-type: none"> <li>• fasilitas : perkantoran ekonomi, perpasaran, kantor-kantor pelayanan umum (bank, kantor pos, dll)</li> <li>• Populasi pelayanan : kota dan regional</li> <li>• Skala radius pelayanan : 5 - 10 km.</li> <li>• Perkiraan kepadatan : 300/ha</li> <li>• Status pasar : pasar kota</li> </ul>
2.	Pusat kota pembantu	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fasilitas : Perkantoran ekonomi, pertokoan, perpasaran.</li> <li>• Populasi pelayanan : kota dan regional</li> <li>• Skala dan radius pelayanan : 3 -5 km</li> <li>• Status pasar : pasar kota</li> </ul>
3.	Pusat wilayah	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fasilitas : perkantoran ekonomi, pertokoan, perpasaran, kantor-kantor pelayanan umum (bank, kantor pos, dll) dan civic centre</li> <li>• populasi pelayanan : 250.000/km</li> <li>• Perkiraan kepadatan : 150 - 200 /km</li> <li>• Status pasar : pasar wilayah</li> </ul>
4.	Pasar kecamatan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fasilitas : perkantoran ekonomi, pertokoan, perpasaran, kantor-kantor pelayanan umum (bank, kantor pos, dll), civic centre</li> <li>• Populasi pelayanan : 20.000-70.000</li> <li>• Skala dan radius pelayanan : s/d 1,5km</li> <li>• Perkiraan kepadatan : 20-100/ha</li> <li>• Status pasar : pasar lingkungan</li> </ul>
5.	Kelompok perumahan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fasilitas : warung-warung dan toko-toko kecil</li> <li>• Populasi pelayanan : kurang dari 500</li> <li>• Skala dan radius pelayanan : s/d 0,5km</li> <li>• Perkiraan kepadatan : 80-100ha</li> <li>• Status pasar : -</li> </ul>

Tabel 2.2. Hirarki pelayanan dan spesifikasi menurut Soewito.

<b>JUMLAH PEDAGANG</b>	<b>Kios</b>	<b>Los</b>	<b>Bango</b>	<b>Dagang Luar (Selasar)</b>	<b>JUMLAH</b>
Th. 1982	201	211	149	126	687
Th. 1996	201	306	154	174	835
Th. 1997	201	372	160	180	933
Th. 1998	201	415	163	197	976
Th. 1999	201	433	165	215	1.014

Tabel 3.1. Jumlah Pedagang Pasar Prambanan  
Sumber : Pengelola Pasar Prambanan

<b>NO</b>	<b>JENIS DAGANGAN</b>	<b>UKURAN (M)</b>	<b>JUMLAH PEDAGANG</b>	<b>LUAS LANTAI</b>
<b>Los Pasar Kering</b>				
1.	Sandang	$2m \times 3m = 6m^2$	120	$120x @ 6m^2 = 720m^2$
2.	Pangan	$2m \times 2m = 4m^2$	115	$115x @ 4m^2 = 460m^2$
3.	Sembako	$2m \times 3m = 6m^2$	95	$95x @ 6m^2 = 570m^2$
4.	Sayuran	$2m \times 2m = 4m^2$	105	$105x @ 4m^2 = 420m^2$
5.	Buah-buahan	$2m \times 3m = 6m^2$	65	$65x @ 6m^2 = 390m^2$
6.	Lauk-pauk	$2m \times 2m = 4m^2$	85	$85x @ 4m^2 = 340m^2$
7.	Bumbon	$2m \times 2m = 4m^2$	90	$90x @ 4m^2 = 360m^2$
8.	Bala pecah	$2m \times 3m = 6m^2$	50	$50x @ 6m^2 = 300m^2$
9.	Abrak	$2m \times 2m = 4m^2$	50	$50x @ 4m^2 = 200m^2$
10.	Gerabah dan kandang hewan	$3m \times 4m = 12m^2$	20	$20x @ 12m^2 = 240m^2$
<b>Los pasar basah</b>				
11	Daging/ikan	$2m \times 2m = 4m^2$	10	$10x @ 4m^2 = 40m^2$

Tabel 3.4. Analisa pembagian luas ruang dagang berdasarkan jenis dagangan

<b>NO</b>	<b>UKURAN (M)</b>	<b>JUMLAH PEDAGANG</b>	<b>LUASAN LANTAI</b>
1.	Kios $3 \times 3 = 12m^2$	106	$106x @ 9m^2 = 1188m^2$
2.	Kios $3 \times 4 = 12m^2$	56	$56x @ 12m^2 = 672m^2$
3.	Kios $4 \times 6 = 24m^2$	19	$19x @ 24m^2 = 456m^2$

Tabel 3.3. Besaran ruang kios pasar  
Sumber : Analisa

<b>N O</b>	<b>KEBUTUHAN JENIS RUANG</b>	<b>UKURAN (M)</b>	<b>LUAS LANTAI</b>
<b>Superekonomi</b>			
1.	Superstore		1944 m <sup>2</sup>
2.	Restaurant		432 m <sup>2</sup>
2.	R. pengelola/administrasi	4mx6m	24 m <sup>2</sup>
3.	Ruang karyawan	4mx6m	24 m <sup>2</sup>
4.	Gudang/penyimpanan	4mx5m	20 m <sup>2</sup>
5.	R. Utilitas	1,5mx1,5m	2,25 m <sup>2</sup>
5.	Toilet	3mx6m	18 m <sup>2</sup>
6.	Lift barang	2mx2m	4 m <sup>2</sup>
<b>Gallery Promosi Wisata / Handicraft Centre dan Unit Pelayanan Promosi &amp; Informasi</b>			
1.	Retail space + Show room		1764 m <sup>2</sup>
2.	Ruang administrasi	4m x 6m	24 m <sup>2</sup>
3.	Ruang karyawan	4m x 6m	24 m <sup>2</sup>
4.	Gudang	4m x 5m	20 m <sup>2</sup>
5.	Toilet	3m x 6m	18 m <sup>2</sup>
6.	Ruang informasi	2m x 3m	6 m <sup>2</sup>
7.	Ruang tamu	3m x 4m	12 m <sup>2</sup>
8.	R. Utilitas	1,5m x 1,5m	2,25 m <sup>2</sup>
9.	R. rapat / pertemuan	4m x 6m	24 m <sup>2</sup>
10.	R. Konsultasi bisnis	4m x 5m	20 m <sup>2</sup>
11.	Lift barang	2mx2m	4 m <sup>2</sup>
Luas total lantai			4386,25 m <sup>2</sup>

Tabel 3.6. Besaran ruang perbelanjaan  
Sumber : analisa

## LAPORAN PERANCANGAN

### *PENATAAN PASAR PRAMBANAN*

**PENEKANAN PADA TATA RUANG DAGANG YANG MENCERMINKAN  
OBJEK WISATA PERBELANJAAN YANG REKREATIF DAN INOVATIF**



**ABSTRAKSI**

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan daerah tujuan wisata terbesar kedua setelah Bali. Dengan mencermati kenyataan bahwa untuk kegiatan ekonomi (perdagangan) yang menjadi tolak ukur di dalam pengembangan tujuan wisata yang diarahkan untuk meningkatkan fasilitas pendukung pariwisata, maka salah satu bentuk kegiatan yang cukup berpotensi adalah pusat perbelanjaan. Berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik untuk melakukan " *Penataan Pasar Prambanan dengan Penekanan Pada Tata Ruang Dagang Yang Mencerminkan Obyek Wisata Perbelanjaan Yang Kreatif dan Inovatif* " di kawasan wisata Candi Prambanan agar dapat menjadi salah satu obyek wisata yang dapat memberikan nilai lebih terhadap daerah tersebut khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta bagian timur sebagai pintu gerbang tujuan wisata. Selain analisa Penataan Pasar Prambanan sebagai tempat jual beli sembilan bahan pokok, juga lebih diorientasikan pada sirkulasi dan penampilan bangunan yang baru. Dengan memasukkan, menggabungkan dan pengaturan beberapa unsur materi dagangan yang mempunyai nilai seni sekaligus nilai jual dan unsur tradisional di sekitar maupun di luar kawasan tersebut maka akan menjadi daya tarik atau magnet untuk menarik para wisatawan. Sehingga Pasar Prambanan akan benar-benar menjadi pasar yang mencerminkan obyek wisata perbelanjaan yang kreatif dan inovatif. Berdasarkan data dan analisa, lokasi Pasar Prambanan yang berada di kawasan wisata Candi Prambanan dan merupakan daerah perbatasan Yogya-Klaten sebagai tempat transit memungkinkan daerah tersebut dapat berkembang khususnya dalam pengembangan atau penataan Pasar Prambanan menjadi pusat perdagangan.

Selain itu dengan keberadaan Pasar Prambanan di kawasan wisata diorientasikan pada bentuk-bentuk kegiatan yang kreatif dan inovatif. Hal ini dapat di analisa melalui pengolahan sirkulasi dan bentuk atau penampilan bangunan. Bila dilihat dari pengolahan sirkulasi yang kreatif sendiri mempunyai orientasi pada jual beli sebagai kegiatan berhenti dan kegiatan pencapaian

---

## **Laporan Perancangan**

---

sebagai kegiatan bergerak. Dari orientasi ini dapat memberikan kesan terhadap pengguna selama berada di ruang tersebut. Sekaligus akan merasa betah dan tertarik untuk datang mengunjungi, dikarenakan adanya efek-efek dari pencapaian sebagai kegiatan bergerak yang diwujudkan dalam penampilan entrance dan pencapaian yang tersamar akan memberikan kesan yang berbeda dengan pasar-pasar yang sudah ada. Maka bentuk atau penampilan bangunan diwujudkan dalam perpaduan antara bangunan tradisional Jawa dengan bentuk candi yang karena keberadaan pasar tersebut berada di daerah wisata candi. Selain itu pasar juga tidak terlepas dari masalah ruang service (area parkir) dan utilitas (pengolahan limbah). Dengan menerapkan sistem dua area parkir yaitu di lantai dasar dan di atas lantai bangunan diharapkan agar semua kegiatan dapat terlayani dengan lancar dan menghemat biaya / ongkos pelayanan. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan berupa konsep-konsep yang dapat memberikan gagasan-gagasan baru, meliputi: penekanan pada letak lokasi, jenis komoditi dagangan, pengolahan pola ruang dagang dan penampilan citra bangunan yang ditekankan pada perpaduan antara bangunan tradisional Jawa dengan bentuk candi.

### **Latar Belakang**

Daerah istimewa Yogyakarta merupakan daerah tujuan wisata terbesar kedua setelah Bali Dengan mencermati kenyataan bahwa untuk kegiatan ekonomi (perdagangan) yang menjadi tolak ukur di dalam pengembangan tujuan wisata yang diarahkan untuk meningkatkan fasilitas pendukung pariwisata, maka salah satu bentuk kegiatan yang cukup berpotensi adalah pusat perbelanjaan. Berdasarkan potensi yang ada Penataan Pasar Prambanan di orientasikan menjadi salah satu obyek wisata yang dapat memberikan nilai lebih terhadap daerah tersebut khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta bagian timur sebagai pintu gerbang tujuan wisata. Dengan memasukan, menggabungkan dan pengaturan beberapa unsur materi dagangan yang mempunyai nilai seni sekaligus nilai jual dan unsur tradisional disekitar maupun diluar kawasan tersebut maka akan menjadi daya tarik atau magnet untuk menarik para

---

## **Laporan Perancangan**

---

wisatawan. Sehingga Pasar Prambanan akan benar-benar menjadi pasar yang mencerminkan obyek wisata perbelanjaan yang rekreatif dan inovatif.

### **Permasalahan Umum**

Bagaimana konsep perencanaan dan perancangan penataan kawasan Pasar Tradisional Prambanan sebagai pusat perbelanjaan yang ditingkatkan menjadi bagian obyek wisata perbelanjaan.

### **Permasalahan Khusus**

Bagaimana konsep perencanaan dan perancangan dalam tata ruang dagang kaitannya dengan karakteristik jenis komoditi dagangan sebagai pencerminkan obyek wisata perbelanjaan yang rekreatif dan inovatif untuk citra Pasar tradisional di kawasan Candi Prambanan.

### **Lokasi**

Lokasi site terletak di jalan Yogya-Solo dengan Jalan Piyungan tepatnya di Desa Bokoharjo dengan luas lahan 21.825 m<sup>2</sup>. Kondisi site sangat baik, keadaan tanah yang relatif sedikit berkontur dan kondisi tanah yang stabil. Adapun batasan sitenya adalah sebagai berikut :

- Sebelah utara berbatasan dengan JL. Yogya-Solo
- Sebelah timur berbatasan dengan Jl. Piyungan
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Pemukiman penduduk
- sebelah barat berbatasan dengan Jl. Ligungan dan pemukiman

### **Perencanaan Kawasan**

Berdasarkan lokasi site yang berada di kawasan wisata tepatnya di Jalan Yogya-Solo dan Jalan Piyungan maka dalam pengolah site perlu diperhatikan adalah :

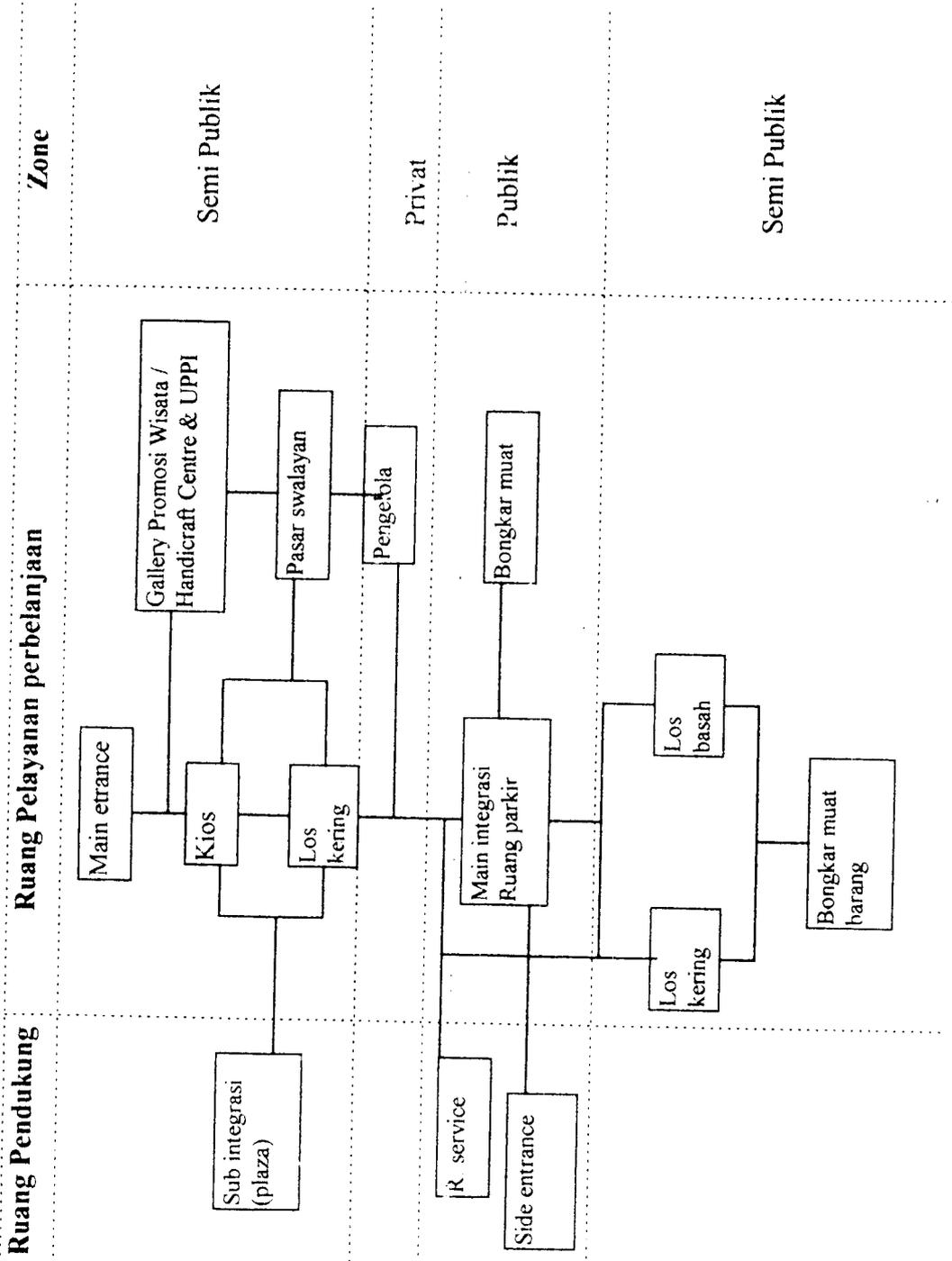
- Pemisahan jalur sirkulasi pejalan kaki dan kendaraan secara jelas.
- Strategi penataan pedagang formal dan informal harus mempunyai keterpaduan
- Pemanfaatan utilitas kawasan sebagai penunjang.
- Orientasi bangunan pada pertigaan jalan, letaknya sangat strategis untuk dikembangkan menjadi pusat perbelanjaan yang rekreatif.

### **Tata Ruang**

Berdasarkan perilaku pengunjung dengan cara penempatan fasilitas perbelanjaan secara formal dan informal (temporer) harus mampu mendukung antara keduanya supaya antara satu dengan yang lain mempunyai keterpaduan yang baik, sehingga saling menguntungkan.

Penempatan pedagang informal (temporer) sebagai sarana penunjang sangat memberi daya tarik tersendiri, kelompok pedagang ini dapat ditempatkan pada ruang terbuka (plaza) dan ditata sedemikian sehingga mampu memberi daya tarik bagi pengunjung.

Organisasi Ruang



### **Sirkulasi**

Sirkulasi dengan unsur Grid pada pusat perbelanjaan dan unsur spiral untuk Gallery Promosi Wisata Handycraft Centre di dalam memudahkan akses secara vertikal maupun horizontal, dengan bentuk yang rekreatif. Untuk sirkulasi ruang parkir secara radial, hal ini untuk memudahkan akses dari segala arah.

Pemisahan secara jelas sirkulasi manusia dan kendaraan berupa pedestrian supaya tidak terjadi crossing.

### **Penampilan Bangunan**

- Mempunyai citra fisik komersial sesuai dengan fungsinya sebagai pusat perbelanjaan (pasar) yang rekreatif dan inovatif.
- Mempunyai kesan terbuka dan akrab.
- Mempunyai bentuk perpaduan bangunan tradisional Jawa dengan bangunan candi.
- Adanya unsur kejelasan dan kebaruan dengan karakter bentuk-bentuk dan permainan bidang atap.

### **Sistem Struktur**

- Struktur atap menggunakan beton (ducting) dan baja sebagai unsur kebaruan serta unsur kayu sebagai ornamen.
- Menggunakan sistem struktur kolom dan balok dengan plat lantai.
- Menggunakan sistem pondasi foot plat.

## Laporan Perancangan

### Konsep Utilitas Bangunan

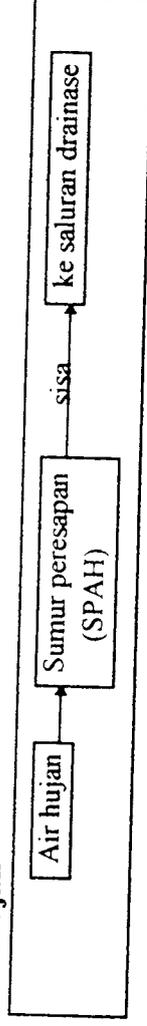
#### 1. Jaringan air bersih

Air bersih digunakan untuk air minum, lavatory, penyiraman serta pemadam terhadap kebakaran. Jaringan air bersih bersumber pada sumur dalam dan PAM yang telah tersedia pada jaringan utilitas kota. Pendistribusian air bersih menggunakan sistem down feed (sistem tower water tank) dengan pertimbangan lebih hemat energi karena listrik hanya digunakan untuk menaikkan air bersih ke tower water tank. Akan tetapi untuk fire hidrant lebih mengandalkan hidrant kota yang berasal dari PDAM dengan alat pemadam kebakaran pada pasar memakai hose rack dan diletakan pada tiap-tiap bagian yang strategis dengan jarak  $\pm 20m$ .

#### 2. Jaringan Air Kotor

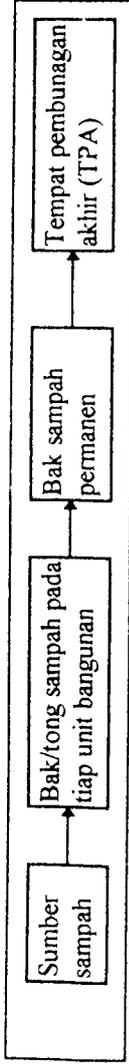
Jaringan air kotor berupa sumber pembuangan sisa makanan dialirkan melalui bak kontrol kemudian di masuk ke waste water dan treatment dan kemudian dialirkan ke riol kota sedangkan yang berasal dari sumber KM/WC disalurkan ke septic tank kemudian ke sumur peresapan.

#### 3. Air Hujan



#### 4. Jaringan Pembuangan Sampah

Limbah kering (sampah)



#### 5. Jaringan Listrik

Sistem jaringan listrik pada kondisi normal menggunakan sumber utama dari PLN, sedangkan untuk kondisi darurat menggunakan sumber dari genset.