

BAB II

TINJAUAN UMUM

II.1. Pengertian dan Batasan

Definisi pasar menurut Dinas Pekerjaan Umum (DPU)¹ dibagi dua, antara lain :

1. Secara fungsional.

- a. Dalam arti ekonomi, pasar merupakan tempat transaksi jual beli antara pedagang dan pembeli.
- b. Dalam arti sosial, pasar merupakan kontak sosial masyarakat dengan lingkungan.

2. Secara formal.

Dalam arti kelembagaan pasar dapat dipandang sebagai suatu lembaga formal yang dikelola oleh pemerintahan daerah yang secara resmi dipungut retribusi oleh Dinas Pengelola Pasar (DPP).

Dari pengertian – pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pasar adalah suatu lembaga formal yang dikelola oleh pemerintah daerah sebagai sarana perekonomian masyarakat dalam suatu wilayah tertentu, selain terjadi transaksi jual beli antara pedagang dengan pembeli juga terjadi kontak sosial antara masyarakat dengan lingkungannya.

II.2. Fungsi Pasar .²

- a. *Tingkat Regional* adalah Pasar yang berfungsi memberikan pelayanan antar kota dan atau daerah belakang/pendukung dengan luas minimal 35.000 m² yang berlokasi di pinggir kota/perkotaan sekitar Jalan Arteri Skunder dan atau Kolektor Primer.
- b. *Tingkat Kota* adalah Pasar yang berfungsi memberikan pelayanan dalam kota/perkotaan dengan luas lahan minimal 13.500 m² yang berlokasi di Pusat Kota/Perkotaan di kawasan perdagangan/jasa.
- c. *Tingkat Wilayah* Bagian Kota adalah Pasar yang berfungsi memberikan pelayanan bagian wilayah kota/bagian wilayah perkotaan dengan luas lahan

¹ Peraturan Pemerintah Daerah (Perda) NO. 2 tahun 1992, DPU Kotamadya Dati II Pekalongan

² Perda No. III/th 1992, Tentang Pasar BAB III Fungsi Pasar, Pasal 5

- minimal 4.000 m² yang berlokasi di bagian wilayah kota dalam kawasan perdagangan/jasa.
- d. *Tingkat Lingkungan* adalah Pasar yang berfungsi memberikan pelayanan lingkungan dengan luas lahan minimal 500 m² yang berfungsi dilingkungan.
 - e. *Tingkat Blok* adalah Pasar yang berfungsi memberikan pelayanan lokal dengan luas lahan kurang dari 500 m² yang berlokasi tersebar.

II.2.1. Kelas Pasar .³

- a. *Pasar Kelas Satu* adalah pasar dengan komponen bangunan – bangunan yang lengkap, sistem arus barang dan orang baik didalam maupun diluar bangunan dan melayani perdagangan tingkat regional.
- b. *Pasar Kelas Dua* adalah pasar dengan komponen bangunan – bangunan, sistem arus barang dan orang baik didalam maupun diluar bangunan, dan melayani perdagangan tingkat kota.
- c. *Pasar Kelas Tiga* adalah pasar dengan komponen bangunan – bangunan, sistem arus barang dan orang baik didalam maupun diluar bangunan, dan melayani perdagangan tingkat wilayah bagian kota.
- d. *Pasar Kelas Empat* adalah pasar dengan komponen bangunan – bangunan sistem arus barang dan orang terutama didalam bangunan dan melayani perdagangan tingkat lingkungan.
- e. *Pasar Kelas Lima* adalah pasar tanpa atau dengan komponen bangunan – bangunan, sistem arus barang dan orang dan melayani tingkat perdagangan blok.

Untuk mengetahui secara lebih detail mengenai komponen bangunan pasar, sistem arus barang dan orang serta tingkat pelayanan, dapat dilihat pada lampiran tabel 9 lampiran 3.

II.2.2. Jenis Barang Dagangan Pasar⁴

- a. *Pasar Umum* adalah Pasar dengan jenis dagangan yang diperjual belikan lebih dari satu jenis dagangan secara berimbang minimal tersedia pemenuhan kebutuhan sehari – hari.
- b. *Pasar Khusus* adalah Pasar dengan dagangan yang diperjual belikan sebagian besar terdiri dari satu jenis dagangan beserta kelengkapannya

II.2.3. Kegiatan Pasar.⁵

- a. *Pasar Tradisional* adalah pasar yang kegiatan para penjual dan pembelinya dilakukan secara langsung dalam bentuk acaran dalam waktu sementara atau tetap dengan tingkat pelayanan terbatas.

³ Perda No. III/th 1992, Tentang Pasar BAB III Fungsi Pasar, Pasal 8

⁴ Perda No. III/th 1992, Tentang Pasar BAB III Fungsi Pasar, Pasal 6

⁵ Perda No. III/th 1992, Tentang Pasar BAB III Fungsi Pasar, Pasal 7

- b. *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 lebih luas.

II.3. Batasan Pasar Tradisional.

Berdasarkan pembahasan sebelumnya (BAB I dan BAB II, II.2.3. Tinjauan Pasar), batasan-batasan berikut dibuat.

- a. Batasan secara fungsional dalam *aspek ekonomi*, pasar merupakan tempat transaksi jual beli secara langsung antar pedagang dan pembeli.
- b. Batasan secara fungsional dalam *aspek pariwisata*, pasar merupakan tempat pelancong mendapatkan barang-barang dan suasana khas pasar daerah/lokal.
- c. Batasan secara *sosial-budaya*, pasar merupakan tempat kontak sosial masyarakat yang terlibat.

II.3.1. Fungsi Pasar Tradisional.

Fungsi pasar tradisional adalah untuk memberi wadah bagi kegiatan perpasaran, yakni jual beli secara langsung yang terkait dengan pariwisata dan sosial-budaya masyarakat yang terlibat.

II.3.2. Kegiatan Pasar Tradisional

Bertitik tolak dari batasan pasar tradisional dan fungsi yang direncanakan, maka dapat diturunkan kegiatan-kegiatan dalam pasar tradisional. Pembahasan kegiatan dalam pasar meliputi faktor pelaku dan pola/bentuk kegiatannya.

II.3.2.1. Pelaku Kegiatan Pasar Tradisional⁶

Pelaku kegiatan dalam pasar dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok, yaitu pembeli/konsumen dan pedagang/bakul. Masing-masing kegiatannya adalah

a. Konsumen

Konsumen pasar adalah masyarakat yang membutuhkan pelayanan barang, jasa dan sosial. Ada dua kelompok konsumen, yaitu masyarakat sekitar dan wisatawan. Masyarakat sekitar terutama membutuhkan barang kebutuhan sehari-hari, sedangkan wisatawan datang mengunjungi pasar untuk mendapatkan pelayanan atas barang-barang dan makanan khas Pekalongan dan suasana pasar.

barang, penyimpanan barang, penyajian barang, pergerakan pengunjung dan kegiatan jual beli itu sendiri.

1. Distribusi Barang :

Distribusi barang merupakan usaha mensuplai barang dagangan dari tempat penurunan barang/dropping barang ke masing-masing tempat penjualan. Ditinjau dari frekwensi dan volume barang yang didistribusikan setiap hari, kegiatan ini tidak memerlukan jaringan sirkulasi khusus barang. Pedagang umumnya membawa barang ke pasar sebelum pembeli datang, sehingga tidak mengganggu lalu lintas pengunjung. Dengan demikian distribusi barang yang perlu dijadwal kegiatannya.

2. Penyimpanan Barang :

Volume persediaan barang di pasar relatif tidak banyak, tidak seperti pasar induk dimana persediaan barang sangat besar. Barang-barang yang diperdagangkan mempunyai sifat mudah diangkut, dipindahkan, ditambah maupun dikurangi. Setelah pasar usai, ada sebagian barang yang dibawa pulang. Oleh karena itu barang yang ditinggal dapat disimpan dalam almari-almari atau kotak-kotak di tempat jual-beli.

3. Penyajian Barang :

dalam perdagangan pasar, barang-barang dagangan disajikan dengan tujuan agar mudah dilihat dan dipilih pembeli. Berdasar materi barang yang dijajakan, terdapat beberapa kemungkinan cara penyajian :

- a) Meja menerus (table fixture)
- b) Almari rendah (counter fixture)
- c) Almari transparan, rak kasa, strimin/kaca (cases fixture)
- d) Kotak – kotak terbuka (box fixture)
- e) Rak/almari terbuka atau transparan yang sekaligus berfungsi sebagai alat penyimpanan (back fixture)
- f) Peralatan – perlatan sederhana : keranjang, bakul, kaleng, periuk dsb.

4. Pergerakan Pengunjung :

Dalam pasar sistem jual beli dilakukan secara langsung, artinya bila telah ada kesepakatan harga, barang langsung dapat dibawa pembeli. Sebagai

konsekwensinya, maka besaran sirkulasi maupun arahnya diperhitungkan terhadap pergerakan manusia beserta barang yang dibawanya

Jalur pergerakan konsumen merupakan kantong lincer menerus, tidak menimbulkan kantong-kantong atau jalur buntu, berorientasi ke unit-unit penjualan. Tuntutan ini erat kaitannya dengan motivasi pedagang untuk mendapatkan pembeli dalam lintasan sirkulasi. Di pihak konsumen, lintasan demikian akan mempermudah dalam mencapai banyak tujuan unit penjualan.

5. Kegiatan Jual Beli :

Kegiatan jual beli dilakukan secara langsung dengan cara *tawar menawar*. Seorang pembeli langsung berhadapan dengan bakul/pedagang dan barangnya, demikian pula bila harga telah disepakati barang langsung dibawa pembeli. Pola/bentuk kegiatan yang dilakukan pedagang dalam melayani adalah: duduk bersila/bertimpuh, atau duduk diatas dingklik/kursi. Oleh karena itu dituntut perletakan barang masih dalam jangkauan tangannya.

Untuk memanfaatkan jalur konsentrasi pembeli, maka dituntut pengelompokan *lincer*. Oleh sebab itu kegiatan ini membutuhkan wadah ruang kegiatan utama pasar berupa los-los. Pedagang membutuhkan ruang yang masih dalam jangkauannya, cukup untuk meraih barang dagangan. Pembeli menginginkan ruang untuk dilayani yang cukup leluasa agar tidak terganggu kegiatan konsumen lain.

II.4. Barang Dagangan Pasar Tradisional.⁸

Materi perdagangan di pasar tradisional dapat dikelompokkan berdasarkan fungsi pelayanannya, cara penyajiannya, sifatnya, kepentingannya.

II.4.1. Fungsi Pelayanan Barang Dagangan

Berdasar fungsi pelayanannya, materi perdagangan dibagi menjadi dua kelompok, yaitu materi pelayanan pariwisata dan materi kebutuhan masyarakat lingkungan.

a. Materi Pelayanan Pariwisata :

Meliputi barang-barang khas daerah Pekalongan berupa :

- (1). Bahan pakaian/sandang
- (2). Batik tulis/batik cap/sablon
- (3). Barang kerajinan tangan
- (4). Gerabah
- (5). Perkakas rumah tangga
- (6). Bahan pangan :
 - a) Pangan matang
 - b) Pangan mentah diproses
 - c) Bumbu
 - d) Jamu

b. Materi Pelayanan Masyarakat Lingkungan :

Meliputi bahan kebutuhan sehari-hari dan berkala.

II.4.2. Cara Penyajian Barang Dagangan⁹

- a. Penyajian sederhana; sayur, bumbu.
- b. Penyajian sedang; beras, bahan pangan yang diproses.
- c. Penyajian baik; kelontong/grabatan.
- d. Penyajian khusus; arloji, kacamata, aksesoris.

II.4.3. Sifat Barang Dagangan.

Sifat materi perdagangan merupakan sifat fisik yang terkandung padanya, meliputi :

- a. Barang bersih/kotor
- b. Barang menimbulkan bau/tidak berbau
- c. Barang mudah busuk/tidak mudah busuk
- d. Barang basah/kering
- e. Barang awet/tidak tahan lama

II.4.4. Tingkat Kebutuhan Barang Dagangan¹⁰

- a. Barang kebutuhan sehari-hari (primer, *Demand good*)
- b. Barang kebutuhan berkala (sekunder, *Convenience good*)
- c. Barang tak selalu dibutuhkan (tersier, *Impuls good*)

⁸ M. Darwis, Pasar Kota Gede, Tugas Akhir, FTA UGM, 1984, hal. I – 13/14

⁹ Neufert, Data Arsitek, Airlangga, Jakarta, 1993, hal. 190, 192, 193, 195, 196.

II.5. Fasilitas Fisik Pasar Tradisional¹¹

Fasilitas fisik yang dibutuhkan oleh tuntutan fungsional dan sosial budaya yang ada. Akan diurai fasilitas fisik keseluruhan secara umum, fasilitas utama ditinjau lebih detail.

II.5.1. Fasilitas Fisik Pasar Keseluruhan

- a. Jaringan jalan pencapaian dari luar pasar ke dalam bangunan pasar
- b. Jaringan sirkulasi manusia dan barang
- c. Bangunan pasar :
 - (1). Ruang Jual Beli
 - (2). Ruang Pengelola
 - (3). Ruang Penunjang: KM, KC, Musholla, Gudang
- d. Tempat Parkir :
 - (1). Tempat Parkir Umum: merupakan tempat parkir pengunjung yang berupa sepeda, sepeda motor, mobil; baik pengunjung masyarakat sekitar maupun wisatawan.
 - (2). Tempat Parkir Khusus : merupakan tempat parkir bagi staff pengelola dan pedagang yang berupa sepeda maupun sepeda motor.
- e. Jaringan Utilitas :
 - (1). Listrik
 - (2). Air bersih, Air kotor, Air hujan
 - (3). Telepon
 - (4). Sampah
- f. Fasilitas Sosial :

Pasar yang direncanakan bukan hanya berupa tempat perdagangan melainkan juga sebagai tempat wisata sosial-budaya. Oleh karena itu diperlukan fasilitas pula. Fasilitas sosial ini berupa : Ruang-ruang terbuka/plasa, taman-taman, suasana pasar tradisional.

¹⁰ Time Server Standart for Building Types, Mc Grow – Hill, USA. P. 137

¹¹ Soewito, *Optimasi Penggunaan Ruang Pada Wilayah Kota Besar*, 1985, hal. 16

II.5.2. Fasilitas Utama Kegiatan Pasar

Fasilitas utama kegiatan perpasaran adalah ruang jual beli. Fasilitas ini dapat dibagi menjadi dua, ruang jual beli terbuka dan ruang jual beli ternaung.

1. Ruang Jual Beli Ternaung :

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

2. Ruang Jual Beli Terbuka :

Adalah 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.

II.6. Sifat Kegiatan Jual Beli Pasar Tradisional¹²

Dari fungsi yang direncanakan telah dibahas kegiatan utama pasar, yaitu kegiatan jual beli dan pariwisata yang beraspek sosial budaya. Dari ketiga unsur tersebut dapat ditelusuri sifat kegiatannya. Sejalan dengan kegiatan utamanya, sifat kegiatan dikelompokkan berdasarkan tiga macam yaitu sifat kegiatan jual beli, sifat kegiatan pariwisata dan sifat kegiatan sosial budaya yang melekat pada kedua fungsi lainnya.

II.6.1. Sifat Kegiatan Jual Beli.

1. Dinamis : Ramai, padat, hidup karena berbagai ragam kegiatan dan 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

¹² Sutopo Dwi Cahyo, Pasar Kranggan Yogyakarta, Tugas Akhir, FTA UGM, 1989, hal. 29

mencapai dagangan. Secara visual tidak boleh ada halangan untuk melihat jauh kedepansehingga pengunjung bebas memilih tujuan dan barang. Demikian juga dapat mencapai unit – unit penjualan dengan lancar kekantong – kantong ruang atau jalur – jalur sirkulasi buntu.

II.6.2. Sifat Kegiatan Pariwisata¹³

1. Unik : Wisata mengharap suatu suasana maupun ragam barang yang digelar mempunyai nilai kedaerahan setempat (Pekalongan) yang berbeda dengan sehari – hari mereka melihat dan rasakan diasalnya.
2. Umum : Kegiatan pariwisata di Pasar Banjarsari mempunyai sifat terbuka untuk semua masyarakat baik wisatawan nusantara maupun isatawan manca negara.
3. Dinamis : Pengunjung datang kepasar untuk kegiatan santai menyenangkan dengsan suasana semaraknya kegiatan dan suasana pasar “temawon”

II.6.3. Sifat Kegiatan Dari Aspek Sosial Budaya.¹⁴

1. Luwes : Kegiatan tawar menawar merupakan ciri ciri khusus tradisional. Tidak ada harga mati dalam sistem jual beli dipasar, harga ditentukan dengan kegiatan tawar menawar naik turunnya barang tersebut. Oleh karena itu terjalinnya sifat dari yang serba luwes tanpa ikatan mati.
2. Dinamis : Dalam menawar dituntut keaktifan, kecepatan, ketelatan pembeli dalam usaha mendapatkan harga serendah – rendahnya, sehingga tercerminkan dinamika kegiatan ini.
3. Terbuka : Tidak ada rasa “pakewuh” dalam melakukan kegiatan pasar, semua serba bebas terbuka. Bakul selalu menawarkan pengunjung yang lewat, pengunjung bebas memilih barang yang disenangi.

¹³ Ibid 12, hal. 30

¹⁴ Ibid 12, hal 30 – 31

II.7. Kegiatan Komersial Pasar Tradisional.

II.7.1. Kegiatan Transaksi.

Kegiatan transaksi merupakan kegiatan jual beli didalam suatu proses dari terciptanya hubungan antara penjual dan pembeli. Dari transaksi ini dapat dikeompokan dalam dua katagori berdasarkan sifat kegiatannya, yaitu :¹⁵

1. Dinamis.

Maksudnya bahwa kegiatan pasar ramai dengan hilir mudiknya orang dalam memilih barang yang akan dibeli baik secara eceran maupun grosiran/kulakan.

2. Terbatas.

Walaupun semua orang terlibat dalam kegiatan ini, tidak semua orang yang mau dan mampu melakukannya, melainkan hanya dari masyarakat yang mampu tingkat ekonomi menengah keatas.

II.7.2. Kegiatan Promosi.

Kegiatan promosi merupakan kegiatan peragaan tentang hasil teknologi dan benda nyata lainnya yang bersifat promosi atau pameran sekaligus dapat sebagai sarana pameran dan tempat hiburan pada pusat perbelanjaan atau pasar, seperti kutipan dibawah ini :

*To Exhibit means to choose to display, to present a sample or an example. The imparting of information is the aim of exhibition, and such information maybe a didactic, comercial or representational nature.*¹⁶

Peningkatan promosi dimaksudkan agar produk batik lebih dikenal oleh masyarakat, sehingga diharapkan akan menambah pendapatan/omset dan peningkatan usaha produsen batik. Selain itu diupayakan untuk memberi kemudahan dalam pelayanan komersial.

Dapat disimpulkan bahwa ruang pameran adalah wadah untuk kegiatan peragaan tentang rencana atau hasil – hasil teknologi dan benda – benda nyata lainnya, yang bersifat promosi/pameran sekaligus dapat dijadikan sebagai sarana promosi dan tempat hiburan pada pasar/pusat perbelanjaan.

¹⁵ Supratono, Pusat Perbelanjaan di Kudus, 1992, TA UGM, Yogyakarta, hal 37

¹⁶ Darlow, Clive, *Enclosed Shopping Centers*, 1961, Arch Pres, London, hal 13

Kegiatan ini sangat berorientasi pada peningkatan daya tarik dan daya saing barang dagangan didalam proses pengenalan produk maupun transaksi, berupa :

1. *Orientasi pada daya tarik*, lebih – lebih mengarah pada segi visual atau penampakan barang serta respon dari kesan penangkapan panca indera keseluruhan.
2. *Orientasi pada daya saing*, lebih mengarah pada aspek harga dan mutu barang serta mutu pelayanan.

II.8. Teori Kegiatan Rekreasi.

II.8.1. Teori Pengertian Rekreasi¹⁷

Menurut Wing Haryono (1978) yang menyadur dari Henry Prat (1944), rekreasi berupa kegiatan bersifat bebas dan menyenangkan, yang dilakukan selama waktu senggang baik secara perorangan maupun bersama – sama. Rekreasi dapat dilakukan oleh semua kelompok umur. Dari dua rumusan tersebut, Wing Haryono mengemukakan ciri – ciri rekreasi adalah :

- Merupakan aktivitas fisik, mental dan emosional baik aktif maupun pasif.
- Tidak memiliki bentuk atau macam tertentu.
- Dilakukan karena terdorong oleh keinginan atau mempunyai motif.
- Dilakukan pada waktu senggang.
- Dilakukan secara suka rela.
- Bersifat universal dan fleksibel, tidak dibatasi umur, tempat dan jumlah peserta.
- Untuk mendapatkan kesenangan dan kepuasan.

Rekreasi merupakan salah satu kegiatan yaitu menciptakan suasana baru dan cocok untuk melaksanakan tugas seperti sedia kala, setelah bekerja keras baik secara fisik maupun mental.

II.8.2. Macam – Macam Kegiatan Rekreasi¹⁸

1. Berdasarkan obyeknya, rekreasi dapat dibedakan menjadi :

¹⁷ Wing Haryono, *Pariwisata, Rekreasi dan Entertainment*, Ilmu Publisher, Bandung, 1978, hal. 15 -17

¹⁸ Echols, 1976, P. 471

- *Rekreasi alam*, yaitu memanfaatkan alam sebagai obyek utamanya, seperti menikmati hutan, gunung, sungai, pantai dan sebagainya.
 - *Rekreasi buatan*, adalah rekreasi yang memanfaatkan obyek – obyek buatan manusia seperti taman, bioskop, dan sebagainya.
 - *Rekreasi budaya*, merupakan kegiatan rekreasi untuk menikmati hal – hal yang berhubungan dengan seni budaya dan sejarah, misalnya menikmati karya – karya kesenian tradisional dan peninggalan sejarah.
2. Berdasarkan pewadahan kegiatannya, rekreasi dapat dibedakan menjadi :
- *Rekreasi Tertutup (indoor)*, adalah rekreasi yang dilakukan didalam ruangan, misalnya mengunjungi museum, bioskop.
 - *Rekreasi Terbuka (outdoor)* adalah rekreasi yang dilakukan diluar ruangan, misalnya menikmati panorama alam.
3. Berdasarkan karakter kegiatannya, rekreasi dapat dibedakan menjadi :
- *Rekreasi Pasif*, yaitu rekreasi yang tidak memerlukan banyak tenaga dan keahlian khusus, misalnya menikmati panorama, menyaksikan aktrasi.
 - *Rekreasi Aktif*, yaitu rekreasi yang memerlukan banyak tenaga dan keahlian khusus, seperti olah raga, pencinta alam.
4. Berdasarkan aktivitasnya dapat dibedakan menjadi :
- Rekreasi yang ditimbulkan didalam atau disekiling rumah, menonton televisi, membaca buku, mendengarkan radio.
 - Rekreasi yang berupa kegiatan dengan kepuasan sosial tinggi, misalnya makan di restoran, entertaining.
 - Rekreasi berupa kegiatan seni dan budaya, seperti melihat pameran, mengunjungi pasar khusus, mengunjungi museum, menonton teater.
 - Rekreasi berupa kegiatan olah raga, misalnya berenang, bersepeda.
 - Rekreasi berupa kegiatan informal diluar rumah, misalnya berjalan – jalan, piknik, keliling kota.
5. Rekreasi berdasarkan keberadaan kegiatannya dibedakan menjadi :

- *Non Formal*, maksudnya pengunjung datang kepasar untuk kegiatan santai, menyenangkan dengan suasana ramainya kegiatan manusia terutama pengunjung itu sendiri.
- *Dinamis*, adanya pergerakan pengunjung yang mengalir tiada henti dari tempat ketempat lainnya.

Penciptaan suasana rekreatif dalam kaitannya dengan karakter pewadahan fisik bangunan pasar yang mampu menimbulkan rasa senang, santai dan membuat betah para pemakai/pedagang maupun pengunjung didalamnya. Jadi untuk mewujudkan suasana pasar yang rekreatif ditekankan pada tata ruang dalam dan tata ruang luar serta pola sirkulasinya.

Disamping penciptaan suasana yang rekreatif tata ruang juga ekspresi terhadap karakter rekreatif, maksudnya memiliki batasan pengertian bahwa facade bangunan harus mampu menampilkan kesan bangunan non formal/menyenangkan dan dinamis (tidak monoton). Tampilan visual yang berkarakter rekreatif (bersifat santai, menyenangkan, non formal, dinamis) akan diungkapkan pada komposisi unsur – unsur facade bangunan (kontekstual dengan arsitektur bangunan sekitarnya, dengan teori preseden arsitektur).

II.9. Teori Preseden Arsitektur

1. Roger H. Clark dan Michael Pause mengatakan bahwa perancangan dengan pendekatan preseden adalah suatu cara merancang sebuah karya arsitektur baru dengan mengenali pola – pola dan tema – tema yang khas dari suatu karya arsitektur yang sama¹⁹.
2. John E. Hancock mengatakan bahwa perancangan yang didasarkan preseden adalah perancangan dengan upaya memilih unsur – unsur yang tepat, hal tersebut menjadi ciri suatu karya arsitektur terdahulu yang sesuai dengan tuntutan kebutuhan arsitektur²⁰.
3. Longman Dictionary Contemporary English, dikatakan bahwa preseden adalah penggunaan kebiasaan keputusan masa lalu sebagai pemandu dalam

¹⁹ Clark R.H. Preseden Dalam Arsitek, Intermatra, Bandung, 1986

²⁰ Preseden and Invention, Harvard Architecture Review, 1986

tindakan dimas datang/suatu tindakan/kasus masa lalu yang bisa digunakan sebagai sebuah contoh/aturan bagi tindakan sekarang/masa depan.

Perancangan dengan pendekatan preseden bangunan yang ada di Kota Pekalongan (bangunan lama berarsitektural Kolonial, Cina dan Arab) adalah suatu cara perancangan bangunan baru dengan mengenali dan memilih pola – pola/tema – tema yang khas dari bentuk bangunan lama yang sesuai dengan tuntutan kebutuhan dan dapat mencerminkan bangunan komersial pada bangunan baru tersebut.

II.9.1. Prinsip – Prinsip Preseden Arsitektur

Preseden merupakan suatu kriteria dalam menentukan pilihan acuan referensi historis yang tersedia. Prinsip – prinsip dalam menggunakan preseden arsitektur adalah²¹

1. Doktrin Mimis

Merupakan cara kita menangkap suatu kata-kata dan kalimat dalam suatu objek arsitektur sebagai ungkapan/ekspresi dari bangunan itu sendiri bisa diterapkan pada bangunan lain.

2. No Copying

Dalam merancang bangunan baru yang berpijak pada desain bangunan lama yang sudah ada tidak bisa hanya meniru begitu saja, tapi harus mengkaji esensi dari fungsi bangunan itu sendiri sehingga tidak monoton.

3. No Elimination

Ini merupakan peleburan bentuk dari karya arsitektur yang sudah ada pada bangunan baru. Hal ini tidak dijadikan cara dalam menggunakan preseden.

Dari ketiga prinsip teori preseden yang sesuai dengan perencanaan bangunan Pasar Banjarsari cenderung menggunakan teori *No Copying* serta metode pendekatannya *Tipologis* sebagai cara untuk mewujudkannya sesuai dengan tipe – tipe bangunan bangunan yang ada di Kota Pekalongan.

II.9.2. Metode Pendekatan Teori Preseden Arsitektur.

Teori-teori preseden arsitektur dapat dicapai melalui :

²¹ Bahan Kuliah PP 8, Ir Wiendu N. M Arch., Seperti dikutip oleh Marsudi Yuwono, Shopping Center di Madiun, JUTA UII, 1994.

1. Pendekatan fungsional

Pendekatan pragmatik problem solving ini mempunyai orientasi atau prinsip utama fungsi sebagai penggunaan preseden arsitektur.

2. Pendekatan Tipologis

Yaitu pendekatan dalam preseden dengan mempelajari suatu tipe-tipe bangunan. Dengan pendekatan tipologis bisa ditelusuri asal-usul / awal mula terbentuknya suatu objek arsitektur.

- Prinsip-prinsip klasifikasi
Bagaimana kita mengklasifikasikan objek arsitektur berdasarkan tipe yang berangkat dari asal-usul suatu objek arsitektur.
- Pendekatan historis
Pendekatan dengan melihat sejarah yang menjadikan obyek arsitektur pada masa tertentu yang menjadi pengaruh besar terhadap gaya arsitektur pada masa itu.

3. Pendekatan kontekstual

- Nilai-nilai sosial
- Nilai-nilai budaya

Pendekatan melalui nilai-nilai sosial dan budaya masyarakat. Ini berkaitan dengan perilaku dalam masyarakat dalam menghasilkan suatu obyek arsitektur. Nilai sosial dan budaya masyarakat yang berubah akan berpengaruh pada suatu karya arsitektur.

II.9.3. Preseden Sebagai Dasar Perancangan

Batasan ungkapan fisik berkaitan dengan bentuk dan ekspresi arsitektural bangunan serta prinsip – prinsip penyusunan yang diterapkan dan tercermin pada rancangan fisik fasilitas baru untuk tetap menjaga kesinambungan karakter kawasan. Pada tahapan ini dilakukan dengan memakai pendekatan tipologis pada bangunan – bangunan yang sudah ada sehingga dicapai hasil dari identifikasi serta karakteristik arsitektural bangunan.

Tindak lanjut menerapkan teori preseden dengan melakukan identifikasi karakteristik arsitektural. Dalam hal ini perlu dipilahkan karakter atau pola – pola dasar yang membentuk citra dan struktur bangunan serta karakter dasar yang

membentuk tipologi facade bangunan. Sehingga karakter – karakter yang ada dapat disusun, berdasar :

- Karakter dasar facade bangunan.
- Karakter dasar tata ruang.

II Karakteristik Dasar Arsitektural Facade Bangunan

Yaitu prinsip-prinsip dasar penyusunan yang tercermin pada ungkapan fisik bangunan, khususnya pada bentuk *facade* yang ditekankan pada bangunan koteks Kota Pekalongan.

Facade sebagai komponen arsitektural bangunan yang dominan dan paling awal tampak dalam kontak visual dengan pengamat, akan merupakan komponen penting dalam membentuk kontinuitas dan kesatuan bagi bangunan baru dalam dengan lingkungannya, dimana pola dominan membentuk tipologi *facade* dapat diungkapkan kembali sebagai elemen penyatu pada perancangan fasilitas baru.

Kriteria dasar prinsip-prinsip penyusunan tersebut melalui (DK. Ching, Francis, 1979) :

- *Pembentuk facade*
- *Proporsi vertikal-horisontal*
- *Simetri*
- *Pengulangan*
- *Ornamentasi*

a. Pembentuk facade (atap – dinding – bidang dasar)

Yaitu suatu konsep umum dalam kaidah perancangan arsitektural, yang membagi bangunan secara visual dalam tampak menjadi tiga bagian :

1. Bagian atap bangunan,
2. Permukaan dinding bangunan
3. Bidang dasar bangunan

b. Proporsi Vertikal – Horisontal

Yaitu perbandingan dimensi vertikal dan horisontal bangunan yang nampak secara visual pada penampang *façade* bangunan. Dalam hal ini terdapat tiga kemungkinan proporsi yang ditampilkan :

- dimensi vertikal lebih dominan dibanding dimensi horisontal,

Yaitu suatu prinsip penyusunan komposisi arsitektural yang dipakai untuk mengorganisir bentuk-bentuk dan ruang-ruangnya.

Simetri dapat dibedakan atas :

- *Simetri bilateral*, yang berpedoman terhadap susunan yang seimbang dari unsur-unsur yang sama terhadap suatu sumbu yang sama.
- *Simetri radial*, yang terdiri dari unsur-unsur yang sama dan seimbang terhadap dua atau lebih sumbu-sumbu yang berpotongan pada suatu titik pusat.

3. Irama/Pengulangan

Yaitu suatu bentuk irama yang tercermin pada komposisi bangunan melalui pengulangan yang teratur dan harmonis dari garis-garis, bentuk-bentuk, potongan-potongan dan warna-warna.

4. Hirarki.

Penekanan suatu hal yang penting atau mencolok dari suatu bentuk atau ruang menurut besarnya, potongan atau penempatannya secara relatif terhadap bentuk – bentuk dan ruang – ruang lain dari suatu organisasi.

Bagi sebuah bentuk atau ruang yang ditegaskan sebagai suatu yang penting atau menonjol terhadap suatu organisasi, harus dibuat tampak unik. Hal ini dapat dicapai dengan memberi :

- Ukuran yang luar biasa, suatu bentuk atau ruang mungkin akan menguasai suatu komposisi arsitektur dengan membuat sangat berbeda dalam ukuran dibandingkan dengan unsur – unsur lainnya dalam komposisi yang ada.
- Wujud yang unik, bentuk dan ruang dapat dibuat tampak dominan dan menjadi penting dengan membedakan bentuk wujudnya secara jelas dari unsur – unsur lain dalam komposisinya.
- Lokasi yang strategis pada suatu bentuk, bentuk dan ruang dapat ditempatkan secara strategis agar perhatian tertuju padanya sebagai unsur – unsur yang penting dalam suatu komposisi.

II.10. Kesimpulan

Ada beberapa tahapan (langkah) dalam proses perancangan pendekatan preseden, yaitu :

1. Tahapan Identifikasi.

Tahap ini meliputi semua langkah pengumpulan data dari bentuk yang akan dijadikan acuan dalam pendekatan preseden. Identifikasi komponen pengorganisasian bangunan, mempelajari karakter dan sifat komponen tadi.

2. Tahap Analisis.

Analisa dilakukan terhadap semua keterangan yang terkumpul dan memberikan kemungkinan – kemungkinan langkah dan metode yang bisa diambil dalam usaha pentransformasian citra bangunan lama kedalam bangunan baru.

3. Tahap Transformasi.

Tahap ini merupakan tahap penerapan konsep dan pembentukan bangunan baru secara hipotesa dari bagian – bagian yang telah dianalisa. Hasil yang didapat sudah tidak ada lagi dari komponen – komponen bangunan lama, tetapi hanya ada bangunan yang menampilkan karakter/citra bangunan lama yang ditampilkan dengan gaya yang berbeda.