

## BAB II

# TINJAUAN TEORITIS PUSAT PERBELANJAAN DAN PASAR TRADISIONAL DAN FAKTUAL PASAR PUSAT SUKARAMAI

### 2.1. Tinjauan Umum Pusat Perbelanjaan

#### 2.1.1. Pengertian Pusat Perbelanjaan

Pusat perbelanjaan adalah sekelompok kesatuan bangunan komersial yang dibangun dan didirikan pada lokasi yang direncanakan, dikembangkan, dimulai dan diatur menjadi sebuah kesatuan operasi ( *operating unit* ), berhubungan dengan lokasi, ukuran tipe toko dan area perbelanjaan dari unit tersebut. Unit ini juga menyediakan tempat parkir yang dibuat berhubungan dengan tipe dan ukuran total dari toko-toko. ( An no name, Community Builders Handbook, 1977; 43 ).

Secara umum pusat perbelanjaan mempunyai pengertian sebagai suatu wadah dalam masyarakat yang menghidupkan kota atau lingkungan setempat, selain berfungsi sebagai tempat untuk kegiatan belanja atau transaksi jual beli, juga tempat untuk berkumpul atau berekreasi atau rilex. ( Nadine Bendington, 1982 ).

#### 2.1.2. Klasifikasi Pusat Perbelanjaan

##### 1. Berdasarkan Skala Pelayanan

Pusat perbelanjaan dapat digolongkan menjadi tiga macam tingkatan. ( Victor Gruend, 1973; 23 ).

##### a. Pusat perbelanjaan lokal ( *Neighbourhood Center* )

Pusat perbelanjaan lokal ini mempunyai jangkauan pelayanan antara 500 s/d 40.000 penduduk. Luas areanya berkisar antara 30.000 s/d 100.000 sq ft ( 2787 s/d 9290 m<sup>2</sup> ) dengan unit terbesar berupa supermarket.

##### b. Pusat perbelanjaan distrik ( *Community Center* )

Pusat perbelanjaan distrik ini mempunyai jangkauan pelayanan antara 40.000 s/d 150.000 penduduk dengan skala wilayah. Luas areanya berkisar 100.000 s/d 300.000 sq ft ( 9290 s/d 27870 m<sup>2</sup> ) yang terdiri dari *junior department store*, supermarket, dan toko-toko.

##### c. Pusat perbelanjaan regional ( *Regional / Main Center* )

Pusat perbelanjaan regional mempunyai jangkauan pelayanan antara 150.000 s/d 400.000 penduduk. Luas areanya berkisar antara 300.000 s/d 1.000.000 sq ft ( 27870 s/d 92990 m<sup>2</sup> ) yang terdiri dari *junior department store*, *department store*, dan jenis-jenis toko.

2. Berdasarkan bentuk Fisik

Pusat perbelanjaan dapat digolongkan dalam tujuh bentuk yaitu: ( Nadine Bendington, 1982; 14 )

a. *Shopping street*

Toko yang berderet di sepanjang jalan dan membentuk pola pita.

b. *Shopping center*

Kompleks pertokoan yang terdiri dari stand-stand toko yang disewakan atau dijual.

c. *Department store*

Suatu toko besar, biasanya terdiri dari beberapa lantai, yang menjual bermacam-macam barang termasuk pakaian. Perletakan barang memiliki tata letak yang khusus untuk memudahkan sirkulasi dan memberikan kejelasan akses. Luas lantainya berkisar antara 10.000 s/d 20.000 m<sup>2</sup>.

d. Supermarket

Merupakan toko yang menjual barang kebutuhan sehari-hari dengan sistem pelayanan self service. Dari area penjualan dengan luas area berkisar antara 5000 s/d 7000 m<sup>2</sup>.

e. *Department store* dan supermarket

Merupakan bentuk perbelanjaan modern yang umum dijumpai dan merupakan gabungan kedua jenis pusat perbelanjaan diatas.

f. *Super store*

Merupakan toko satu lantai yang menjual bermacam-macam barang kebutuhan sandang dengan sistem *self service*. Luasnya berkisar antara 5000 s/d 7000 m<sup>2</sup>.

3. Berdasarkan Kuantitas Barang yang Dijual

a. Toko grosir

Yaitu toko menjual barang dengan jumlah besar atau secara partai, dimana barang dalam jumlah besar tersebut biasanya disimpan di tempat lain, dan yang terdapat di toko-toko hanya sebagai contohnya saja.

b. Toko eceran ( *retail* )

Merupakan toko yang menjual barang dengan jumlah relatif sedikit atau persatuan barang. Lingkup sistem eceran ini lebih luas dan fleksibel daripada grosir. Selain itu toko retail akan lebih banyak menarik pengunjung karena tingkat variasi barang yang tinggi.

4. Berdasarkan Variasi Barang yang dijual

a. *Specialty shop*

Merupakan toko yang menjual jenis barang tertentu, misalnya : toko obat, toko sepatu, toko kaca mata, toko emas, dan sebagainya.

b. *Variety shop*

Merupakan toko yang menjual berbagai jenis barang seperti toko kelontongan.

### 2.1.3. Sistem Pelayanan Dalam Pusat Perbelanjaan

Berdasarkan sistem pelayanan pada pusat perbelanjaan dapat dibagi atas: ( Victor Gruen, 1982; 23 )

1. *Personal Service*

Pembeli dilayani oleh pramuniaga dari balik *counter*. Biasanya untuk barang-barang yang mahal dan eksklusif, seperti: jam tangan, perhiasan, kaca mata, parfum, kosmetik, dan sebagainya.

2. *Self Selection*

Pembeli mencari sendiri barang kebutuhannya, kemudian memilihnya dan memberitahukan pramuniaga agar mendapatkan nota tanda pembelian untuk melakukan pembayaran.

3. *Self Service*

Pembeli menggunakan alat angkut barang perbelanjaan seperti *trolley* atau keranjang yang tersedia dan memilih barang yang dibutuhkan, kemudian membawanya menuju counter untuk melakukan pembayaran.

### 2.1.4. Materi yang Diperdagangkan

Berdasarkan tingkat kebutuhan pemakaian, barang dagangan yang ditawarkan dapat dikelompokkan menjadi: ( De Chiara, 1983; 731 )

### 1. *Demand Goods*

Yaitu barang-barang kebutuhan pokok yang dibutuhkan setiap harinya.

### 2. *Convenience Goods*

Yaitu barang yang sering dibutuhkan, tetapi bukan kebutuhan pokok dan tiap hari di butuhkan

### 3. *Impuls Goods*

Yaitu barang kebutuhan khusus, mewah dan biasanya untuk kepuasan, bahkan juga menaikkan gengsi pemakainya, seperti jam tangan, parfum, kaca mata, sepatu, perhiasan, asesoris dan sebagainya.

Selain itu materi yang perdagangan juga dapat dibedakan berdasarkan sifat materi perdagangan yang terkandung di dalam barang itu sendiri. Sifat-sifat barang yang ditawarkan yaitu:

- a. Bersih baik materi barang maupun wadahnya.
- b. Tidak berbau, untuk yang berbau dilakukan pengemasan khusus.
- c. Padat, paling tidak untuk wadah luarnya.
- d. Kering, sedang untuk yang basah dilakukan pengemasan khusus.
- e. Tidak mudah busuk dan tahan lama.

## **2.2. Pelaku Dan Kegiatan Pusat Perbelanjaan**

### **2.2.1. Pelaku Kegiatan**

Pelaku kegiatan dalam pusat perbelanjaan dapat dibedakan atas: ( Aria Nugrahad, 1997; 36 )

#### **A. Konsumen / Pengunjung / Pembeli**

Yaitu masyarakat atau obyek pelaku kegiatan yang membutuhkan pelayanan barang, jasa dan rekreasi. Kondisi sosial ekonomi konsumen sangat mempengaruhi jumlah dan jenis kebutuhannya. Pengunjung sebagai calon konsumen menginginkan banyak pilihan barang, pelayanan dalam transaksi maupun parkir, serta menikmati suasana ruang yang rekreatif.

#### **B. Penyewa / Pedagang**

Yaitu pemakai ruang dengan menyewa atau membeli dari pusat perbelanjaan untuk digunakan sebagai tempat barang-barang dagangannya kepada konsumen.

### C. Pengelola

Yaitu memberikan pelayanan dan menyediakan fasilitas yang memadai agar pedagang mau menyewa seluruh luasan yang ditawarkan.

### D. Supplier

Yaitu pengisi atau pengantar barang yang diperlukan pedagang.

## 2.2.2. Jenis Kegiatan

Jenis kegiatan yang diwadahi dalam kegiatan pusat perbelanjaan adalah sebagai berikut:

### A. Kegiatan jual beli

- Kegiatan penyajian barang dan penyimpanan
- Kegiatan pelayanan jual beli
- Kegiatan promosi
- Kegiatan pergerakan
- Kegiatan distribusi barang ( bongkar muat )

### B. Kegiatan pengelola

- Kegiatan manajemen
- Kegiatan operasional dan pemeliharaan

## 2.2.3. Pola Kegiatan

### A. Pola kegiatan mengenal area

Pola kegiatan ini pengunjung memikirkan jarak yang akan ditempuh untuk mencapai unit penjualan yang dituju, dalam hal ini memerlukan orientasi yang jelas.

### B. Pengunjung telah mengenal medan

- Langsung ketempat yang dituju apabila untuk keperluan khusus, maka perlu diberikan jarak capai yang efektif.
- Berkeliling apabila pengunjung ingin memilih barang atau sekedar melihat-lihat atau rekreasi.

### C. Transaksi

Yaitu pengunjung langsung membayar harga barang yang dibeli pada kasir.

#### D. Rekreatif

Yaitu pengunjung dalam melakukan kegiatan berbelanja lama akan melelahkan dan membutuhkan suasana yang lebih rekreatif oleh karena itu perlu diberikan keleluasaan gerak.

#### E. Kedekatan jarak

Yaitu pengunjung cenderung untuk mencari jalan yang singkat apabila kebutuhannya telah terpenuhi, sehingga bentuk dan arah jalur dimungkinkan untuk mudah tercapai dan sederhana.

### 2.2.4. Sifat Kegiatan

Kegiatan utama pusat perbelanjaan adalah kegiatan jual beli dan kegiatan promosi yang bersifat rekreatif. Adapun sifat-sifat kegiatan tersebut adalah:

#### A. Sifat kegiatan jual beli

- Sifat dinamis yaitu suasana yang ramai karena adanya aliran pengunjung dalam memilih barang yang akan dibeli.
- Sifat terbatas berarti terdapatnya pembatasan. Walaupun semua orang bisa terlibat dalam kegiatan tersebut, tetapi hanya kalangan ekonomi tertentu yang mau melakukan dan mampu melakukannya.

#### B. Sifat kegiatan promosi

Diorientasikan pada peningkatan daya tarik dan daya saing barang. Orientasi daya tarik lebih mengarah pada aspek visual atau penampakan barang yang langsung ditangkap oleh pengunjung. Sedangkan orientasi daya saing barang lebih mengarahkan pada aspek harga dan mutu serta pelayanan.

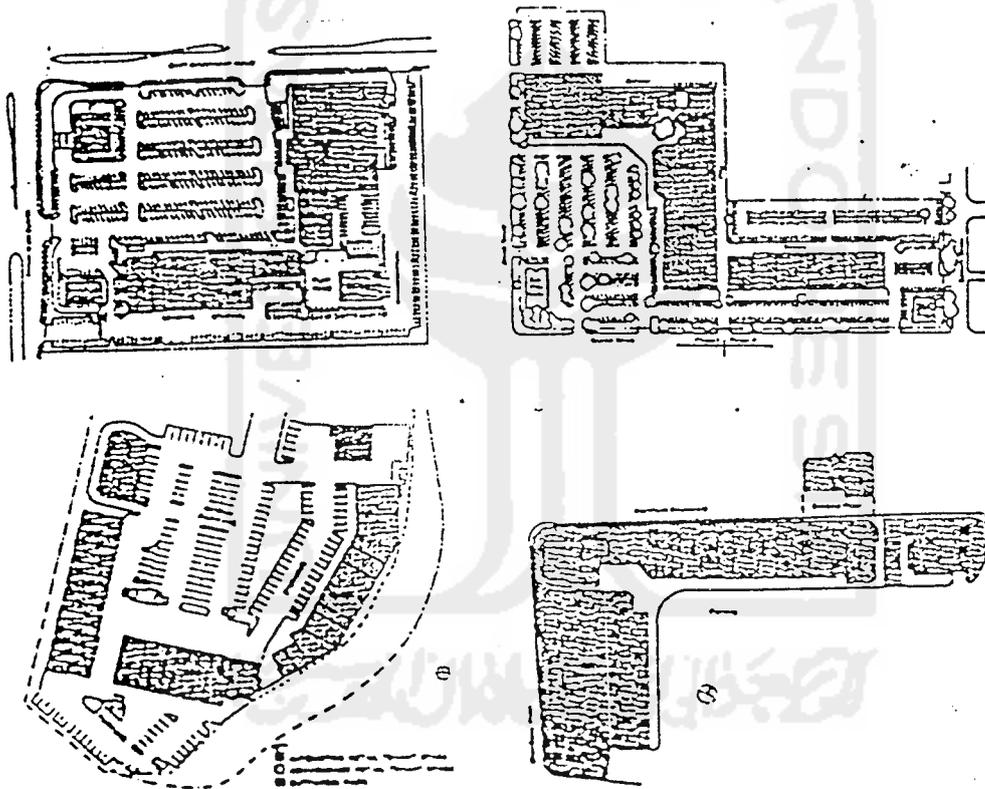
#### C. Sifat kegiatan rekreasi

- Non formal, pengunjung datang untuk santai dan bersenang-senang dan melihat keramaian suasana.
- Dinamis, adanya pergerakan yang selalu mengalir dan yang dilakukan oleh pengunjung dari satu tempat ketempat yang lain.

### 2.2.5. Denah Tapak dan Konfigurasi Bangunan

Konfigurasi bangunan dan perletakan bangunan pada tapak sangat tergantung pada bentuk tapak, jaringan transportasi disekitarnya dan perletakan *anchor tenants*. Secara umum, kebanyakan pusat perbelanjaan ditata dengan konfigurasi mengikuti 4 bentuk dasar atau variasi dan bentuk-bentuk dasar tersebut. ( Adi Utomo H, Prinsip-prinsip Perancangan Pusat Perbelanjaan 1996 )

1. Memanjang atau linier
2. Bentuk L
3. Bentuk U
4. Bentuk Z

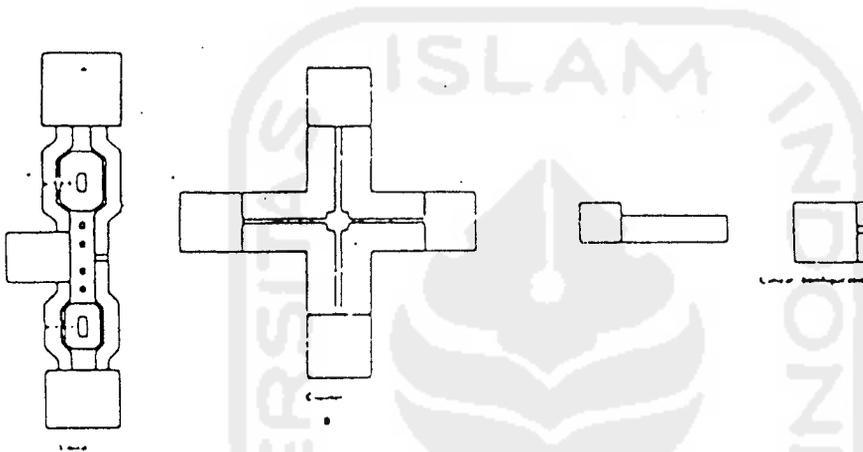


Gambar 2.1 : Bentuk-bentuk Denah Pusat Perbelanjaan  
Sumber : Adi Utomo H, Prinsip-prinsip Perancangan Pusat Perbelanjaan 1996

### 2.2.6. Pola Ruang Pusat perbelanjaan

Organisasi ruang pusat perbelanjaan terdiri dari ruang penjualan, ruang sirkulasi, ruang service, ruang penerima dan ruang bersama, sebagai pusat orientasi.

Pola ruang bangunan pusat perbelanjaan berupa bentuk linier, bentuk ruang bisa dikembangkan dibuat bervariasi. Besarnya ruangan untuk area jual terdiri dari ruang yang bersifat besar dan kecil. Ruang yang besar diperuntukan bagi penyewa yang mampu. Ruang besar dipergunakan sebagai tempat daya tarik atau magnet bagi pengunjung. Perletakan magnet satu dengan tempat yang lain saling berjauhan. Sedangkan ruang-ruang kecil untuk retail terletak antara magnet-magnet yang ada. Bentuk dasar adalah linier, tetapi bisa berubah-ubah menyesuaikan kondisi site.



Gambar 2.2 : Pola Ruang Pusat Perbelanjaan

Sumber : Adi Utomo H, Prinsip-prinsip Perancangan Pusat Perbelanjaan 1996

### 2.2.7. Pola Sirkulasi Pusat perbelanjaan

Pola sirkulasi yang dipergunakan adalah pola sirkulasi linier. Pola tersebut berawal dari pintu masuk kemudian bersifat menyebar. Sirkulasi pusat perbelanjaan pada lantai atas bersifat mengalir, memutar suatu void pada ruang bersama.

Bentuk sirkulasi pada lantai dasar, ada yang menggunakan ruang bersama sebagai pemecah sirkulasi dan sebagai transit setelah berjalan-jalan. Pola linier diatas merupakan pola yang mempunyai gerak secara horisontal, sirkulasi vertikal berfungsi untuk menghubungkan masing-masing lapis lantai. Letak sirkulasi secara vertikal berada ditempat-tempat strategis, biasanya ditengah bangunan, baru menyebar kearah samping secara horisontal.

## 2.3. Tinjauan Fasilitas Rekreasi Pada Pusat Perbelanjaan

### 2.3.1. Pengertian Umum Rekreasi dan Arena Rekreasi

#### A. Pengertian Umum Rekreasi

Rekreasi berasal dari kata “ *re-create* “, yang berarti menciptakan kembali ; maksudnya adalah menciptakan suasana baru dan cocok untuk melaksanakan tugas seperti sediaan setelah bekerja keras baik secara fisik maupun mental ( Echols, 1976; 471 )

#### B. Arena Rekreasi

Arena rekreasi adalah suatu tempat yang berfungsi sebagai fasilitas tempat rekreasi dalam hal ini berada di suatu pusat perbelanjaan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa rekreasi adalah suatu aktifitas atau usaha untuk mendapatkan suasana baru yang menyenangkan di sela-sela melakukan kegiatan berbelanja.

### 2.3.2. Klasifikasi Kegiatan Rekreasi

#### 1. Berdasarkan Sifat Kegiatan

- a. *Entertainment* / kesukaan : *restoran, cafeteria, snack bar.*
- b. *Amusement* / kesenangan : *bioskop, night club, art gallery, ball room, teater, konser dan sebagainya.*
- c. *Recreation* / bermain dan hiburan : *bowling, billyard, taman margasatwa, permainan dan ketangkasan seperti pin ball dan sebagainya.*
- d. *Relaxation* / santai : *taman kota, swimming poll, jeaside youthclub, cottage, beach dan sebagainya.*

#### 2. Berdasarkan Jenis Kegiatan

- a. Aktif : kegiatan rekreasi yang membutuhkan gerak fisik seperti renang, *golf, billyard*, permainan / ketangkasan ; video game, *bom-bom car* dan lain-lain.
- b. Pasif : kegiatan rekreasi yang tidak membutuhkan gerakan fisik seperti menonton bioskop, konser, drama dan lain-lain.

#### 3. Berdasarkan Pola Kegiatan

- a. Massal : pertunjukan film, konser, drama dan lain-lain.
- b. Kelompok kecil : *billyard.*
- c. Perorangan : *bowling, pinball.*

4. Berdasarkan Waktu Kegiatan
  - a. Pagi hari : jalan-jalan di taman.
  - b. Pagi / siang / malam : bioskop, *billyard*, renang, *bowling*.
  - c. Malam hari : club malam, *disco*.

## 2.4. Tinjauan Umum Pasar Tradisional

### 2.4.1. Pengertian Pasar

Pasar adalah tempat orang berjual beli ( Kamus Besar Bahasa Indonesia, Depdikbud, Jakarta, 1988 )

Menurut Richard A Bilas ( Ekonomi Makro, 1985 ), pasar adalah wadah pertemuan antara penjual dan pembeli ( konsumen ) untuk saling mengadakan transaksi jual beli barang dan jasa. Sedangkan menurut Dinas Pekerjaan Umum ( DPU ) arti pasar dibedakan menjadi dua yaitu :

- a. Menurut Fungsional
  - Dalam arti ekonomi, pasar merupakan tempat transaksi antara penjual dan pembeli.
  - Dalam arti sosial, pasar merupakan tempat kontak sosial masyarakat lingkungan.
- b. Secara formal  
Dalam artian kelembagaan pasar dapat dipandang sebagai suatu lembaga formal yang dikelola oleh pemerintah secara resmi dipungut retribusinya oleh Dinas Pasar.

### 2.4.2. Klasifikasi Pasar

Secara garis besar, macam-macam pasar yang ada dapat dikelompokkan menurut :

- a. Jenis Materi yang Dijual  
Pasar Umum : Pasar yang menjual materi perdagangan yang dibutuhkan sehari-hari. Dalam hal ini lebih dikhususkan pada kebutuhan pokok sehari-hari, yaitu sandang, sayur mayur, bumbu, ayam, dan perlengkapan dapur sederhana.  
Pasar Khusus : Pasar yang menjual materi perdagangan secara khusus, dan biasanya hewan ternak seperti sapi, kerbau, kambing dan lain-lain.
- b. Waktu Pelayanan  
Dari waktu pelayanannya, pasar dapat dibedakan menjadi :

Pasar Harian : Pasar yang khusus memiliki pelayanan setiap hari. Kegiatan utama (jual beli) terjadi setiap hari, tetapi memiliki kegiatan puncak pada hari-hari tertentu.

Pasar Khusus ( pasar ) : Pasar yang kegiatannya terjadi pada hari-hari pasaran yang ditentukan oleh masyarakat sendiri. Kegiatan pasar hanya benar-benar terjadi pada hari-hari pasaran itu saja. Selain hari-hari pasaran, keadaan pasar akan sepi.

c. Status Pasar

Menurut statusnya, pasar dapat dibedakan :

Pasar Negeri : Pasar yang dikelola oleh pemerintahan daerah. Pasar yang dikelola memiliki status tanah milik pemerintah daerah.

Pasar Desa : Pasar yang dikelola oleh pemerintahan kelurahan. Status tanahnya biasanya milik pemerintah kelurahan.

d. Hierarki Perdagangan

Menurut Soewito, Optimasi Penggunaan Ruang Pada Pasar Wilayah di Kota Besar, TGA, FT, UGM, 1977. Pembagian hierarki pelayanan perdagangan dikelompokkan berdasarkan spesifikasi fasilitas populasi pelayanan, skala radius pelayanan, perkiraan kepadatan dan status pasar, sebagai berikut :

☐ Pasar Kota Besar

- Fasilitas : Perkantoran ekonomi, pertokoan, perpasaran, kantor-kantor pelayanan umum ( Bank, Kantor Pos, dll ) dan *civic center*
- Populasi Pelayanan : Kota dan Regional
- Skala Radius Pelayanan : 5 – 10 Km
- Perkiraan Kepadatan : 300 / Ha
- Status Pasar : Pasar Kota

☐ Pasar Kota Pembantu

- Fasilitas : Perkantoran ekonomi, pertokoan, perpasaran.
- Populasi Pelayanan : Kota dan Regional
- Skala Radius Pelayanan : 3 – 5 Km
- Perkiraan Kepadatan : 200 – 250 / Ha
- Status Pasar : Pasar Kota

#### ☐ Pasar Wilayah

- Fasilitas : Perkantoran ekonomi, pertokoan, perpasaran, kantor-kantor pelayanan umum ( Bank, Kantor Pos, dll ) dan *civic center*.
- Populasi Pelayanan : 250.000
- Skala Radius Pelayanan : 2 – 3 Km
- Perkiraan Kepadatan : 150 – 200 / Km
- Status Pasar : Pasar Wilayah

#### ☐ Pasar Wilayah Pembantu

- Fasilitas : Pertokoan, perpasaran, kantor-kantor pelayanan umum ( Bank, Kantor Pos, dll ) dan *civic center*.
- Populasi Pelayanan : 70.000 – 250.000
- Skala Radius Pelayanan : 1,5 – 2 Km
- Perkiraan Kepadatan : 100 – 150 / Ha
- Status Pasar : Pasar Wilayah

#### ☐ Pasar Kecamatan

- Fasilitas : Pertokoan, perpasaran, kantor-kantor pelayanan umum ( Bank, Kantor Pos, dll ) dan *civic center*.
- Populasi Pelayanan : 20.000 – 70.000
- Skala Radius Pelayanan : s/d 1,5 Km
- Perkiraan Kepadatan : 80 – 100 / Ha
- Status Pasar : Pasar Lingkungan

#### ☐ Kelompok Perumahan

- Fasilitas : Warung-warung dan toko-toko kecil
- Populasi Pelayanan : kurang dari 500
- Skala Radius Pelayanan : s/d 0,5 Km
- Perkiraan Kepadatan : 80 – 100 / Ha
- Status Pasar : -

### 2.4.3. Fungsi Pasar Dalam Sistem Perdagangan

Pasar pada mulanya adalah tempat lingkungan dan bangunan sebagai pusat kegiatan jual beli, penyalur, perputaran dan pertemuan antara penyedia dan penawar

barang dan jasa. Bentuk jual beli itu adalah langsung antara penjual dan pembeli di tempat penjualan. Ada kebebasan memilih dan menawar barang dagangan kepada pembeli. Macam dagangan sebagian besar adalah kebutuhan sehari-hari dan diperjualbelikan secara eceran. Secara umum Fungsi Pasar sebagai berikut :

a. Tempat pengumpulan hasil pertanian

Hasil-hasil pertanian seperti : sayuran, buah-buahan, dan sebagainya, penjualannya terjadi di pasar. Dalam sistem perdagangan maka hasil pertanian diperoleh dalam jumlah kecil atau besar jika transaksi terjadi secara langsung oleh produsen atau juragan. Namun untuk membeli kebutuhan sehari-hari biasanya terjadi dalam jumlah kecil.

b. Tempat distribusi barang industri

Barang-barang industri tertentu ( alat-alat rumah tangga, dll ) merupakan barang dagangan yang diperlukan sebagai alat kelengkapan dapur. Dengan demikian pasar juga merupakan tempat distribusi barang industri, namun terbatas pada industri kerajinan tangan ( bambu, kayu, logam ). Dalam perkembangannya, sesuai dengan tingkat pasar maka jenis barang industri juga akan bertambah misalnya radio, tape atau alat perkembangan dapur elektronik.

c. Tempat tukar menukar barang kebutuhan

Pasar dalam proses jual beli terjadi secara langsung dengan tawar menawar harga. Dengan terjadinya kontak langsung tersebut, maka acap kali jual beli terjadi dengan tukar menukar barang ( barter ) yang sering pula ditambah dengan uang merupakan kebudayaan yang masih hidup dalam suasana pasar.

d. Tempat jual beli barang dan jasa

Pasar sebagai fungsi ekonomis, merupakan tempat jual beli barang dan jasa. Jasa disini tidak selalu berupa barang, tetapi lebih merupakan tenaga. Misalnya tukang cukur, tukang parut kelapa, pembawa barang dagangan.

e. Tempat informasi perdagangan

Pasar merupakan tempat informasi perdagangan, karena dalam pasar terjadi proses perputaran barang, uang dan jasa. Melalui informasi pasar dapat diketahui jumlah dagangan yang ada, sampai harga barang dan distribusinya.

#### 2.4.4. Sistem Pelayanan Pasar

Pasar dapat dipandang sebagai sistem pelayanan yang terdiri atas komponen-komponen : konsumen, pedagang, materi perdagangan atau jenis dagangan dan unsur-unsur penunjangnya. Interaksi antar komponen ini menimbulkan perpasaran yang menentukan sarana fisik yang harus disediakan.

##### 1. Konsumen Pasar

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 yang intelektual.

##### 2. Pedagang di Pasar

Pedagang dalam menjalankan kegiatan menyediakan modal, tenaga dan materi jual beli. Pedagang dapat digolongkan menurut : jumlah pelaku, kemampuan modalnya, cara menyalurkannya, jangkauan pelayanan, cara pelayanannya dan asalnya.

##### 3. Materi perdagangan di Pasar

Materi pedagang dapat digolongkan berdasarkan jenisnya, sifatnya, urgensinya, cara pengangkutan dan cara penyajian.

##### 4. Unsur-unsur Penunjang

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

##### 5. Kegiatan Pemasaran

Kegiatan utama di dalam suatu pasar adalah jual beli, namun kegiatan ini tidak dapat berlangsung tanpa ditunjang oleh kegiatan-kegiatan yang lain.

#### 2.4.5. Materi Perdagangan

Materi perdagangan dapat dikelompokkan atas dasar :

Jenis Materi Perdagangan - Bahan pangan : hasil pertanian / perkebunan / palawija, sayuran, buah-buahan, hasil peternakan / perikanan, bumbu pangan matang - Barang-barang kelontong/ grabatan - Bahan sandang - Perkakas rumah tangga - Barang-barang klithikan: sisir, onderdil, dll - Barang-barang khusus / mewah: perhiasan, tv - Jasa: tukang jahit, reparasi arloji tukang cukur	Sifat / Kesan Materi Perdagangan - Bersih - Kotor - Bau - Tidak bau - Basah - Kering - Tahan lama / awet - Tak tahan lama / cepat rusak
Tingkat Urgensi Materi Perdagangan - Barang kebutuhan sehari-hari - Barang kebutuhan berkala - Barang tak selalu dibutuhkan	Cara Pengangkutan - Barang pecah belah - Bukan pecah belah
Cara Penyajian - Penyajian sederhana: sayur, bumbu - Penyajian sedang: beras, bahan pangan yang diproses - Penyajian baik: kelontong / grabatan - Penyajian khusus: arloji, kaca mata	

Tabel 2.1. Materi yang Diperdagangkan

Sumber : TGA/TA UII Tunggul Feri.T.M/94340026

#### 2.5. Kegiatan Utama dalam Pasar

##### a. Kegiatan jual beli

Merupakan kegiatan utama yang dilakukan pada sebuah pasar. Kegiatan jual beli tersebut didukung oleh unsur-unsur lain :

##### 1. Penyimpanan Barang

Volume persediaan barang di pasar sebagian besar tidak dilakukan setiap hari. Barang yang diperdagangkan mempunyai sifat mudah diangkat, ditambah maupun dikurangi.

##### 2. Penyajian barang

Penyajian barang bertujuan agar barang tersebut mudah dilihat dan dipilih oleh pembeli. Ada beberapa cara penyajian antara lain :

- Penyajian dalam kotak terbuka
- Penyajian barang pada meja rendah
- Penyajian barang digelar langsung di lantai
- Penyajian barang dalam almari transparan

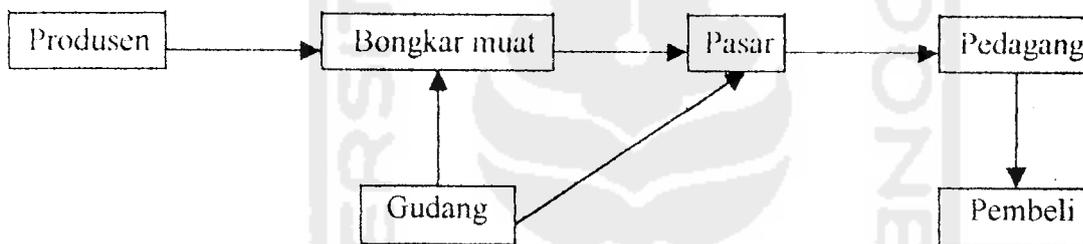
### 3. Sirkulasi pembeli

Jalur pergerakan konsumen merupakan lintasan linear menerus, tidak menimbulkan kantong-kantong atau jalur buntu, berorientasi ke unit-unit penjual.

Agar pembeli lebih mudah melihat dan memilih barang yang dibeli.

#### b. Distribusi barang

Kegiatan ini merupakan penyaluran barang dagangan dari produsen ke konsumen serta tempat bongkar pasang muat sampai ke tempat penjualan. Hal ini dapat digambarkan :



Gambar 2.4. Skema Distribusi Barang

Sumber : TGA/TA UII Tunggal Feri.T.M/94340026

#### c. Pergerakan pengunjung

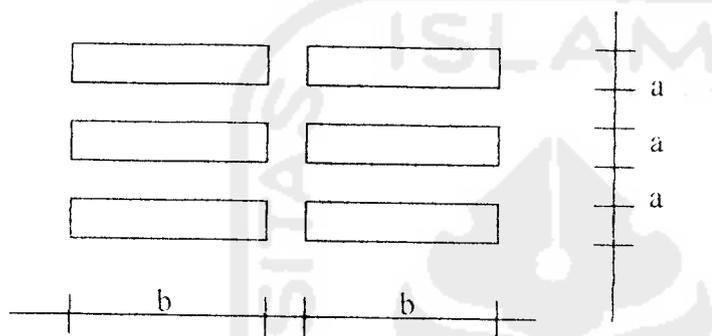
Dalam kegiatan di pasar, jalur lintasan konsumen merupakan konsentrasi linier yang berorientasi pada unit-unit pedagang. Hal ini berkaitan erat dengan motifasi pedagang untuk menjaring jalur kegiatan konsumen.

#### d. Pengelola

Dilakukan oleh pengelola pasar untuk menjaga kelangsungan, kenyamanan dan ketertiban suasana lingkungan pasar, yang kemudian dilaporkan pada jawatan di atasnya. Pengelolaan meliputi pengelolaan fisik.

## 2.6. Pola Ruang Pasar Tradisional

Organisasi ruang pasar tradisional adalah ruang penjualan, ruang sirkulasi, ruang service. Pola ruang bangunan pasar tradisional berbentuk pola grid. Ruang yang dipergunakan untuk penjualan mempunyai besaran ukuran yang sama. Bentuk tidak banyak variasi, terkesan monoton karena ruang penjualan yang satu dengan yang lain dibatasi oleh area sirkulasi. Perletakkan ruang saling berjajar, dengan bentuk persegi panjang, mempunyai ukuran yang sama. Bentuk ruang selalu mempergunakan bentuk kotak.

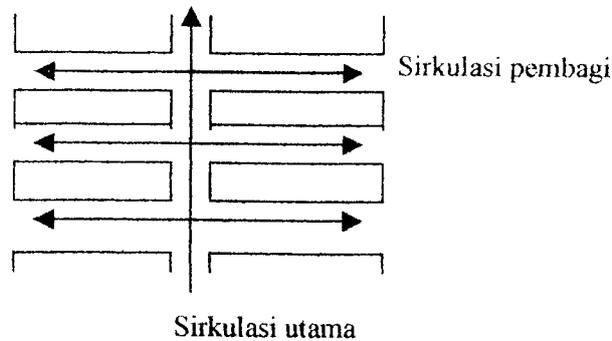


Gambar 2.5 : Pola Ruang Pasar Tradisional

Sumber : Sketsa Penulis

## 2.7. Pola Sirkulasi Pasar Tradisional

Pola sirkulasi yang dipergunakan adalah pola sirkulasi grid. Pola sirkulasi grid mempunyai jalur utama baru menyebar melalui jalur yang lebih kecil. Pola sirkulasi ini berkaitan dengan penataan dan bentuk area ruang penjualan, yang berbentuk lurus, tidak ada yang lengkung. Sirkulasi ini dipergunakan sebagai pemisah antar ruang penjualan. Sirkulasi untuk pembeli biasanya mempunyai orientasi dua arah, terutama pola tengah bangunan pasar. Sedangkan sirkulasi pada pinggiran bangunan mempunyai satu arah orientasinya bagi pembeli.



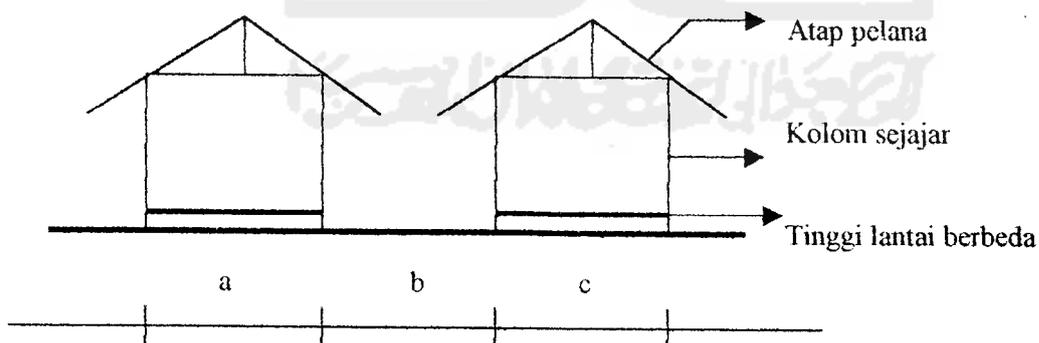
Gambar 2.6 : Pola Sirkulasi Pasar Tradisional

Sumber : Sketsa Penulis

## 2.8. Tampilan Bangunan Pasar Tradisional

### a. Bentuk Bangunan

Bangunan pasar tradisional mempunyai bentuk yang sederhana. Bangunan terdiri dari lantai dan kolom serta atap, bentuk bangunan berupa kios-kios, los-los yang sejajar dan berdekatan satu sama lain dengan jarak tertentu. Bangunan pasar tradisional bentuk massa bangunannya jamak, terdiri dari beberapa massa yang sejajar. Kolom-kolom yang sejajar dan besarnya sama, membentuk ritme. Ketinggian lantai antara area jual dengan area sirkulasi berbeda. Area jual mempunyai ketinggian lantai yang lebih tinggi dibanding area sirkulasi yang mempunyai ketinggian yang lebih rendah.

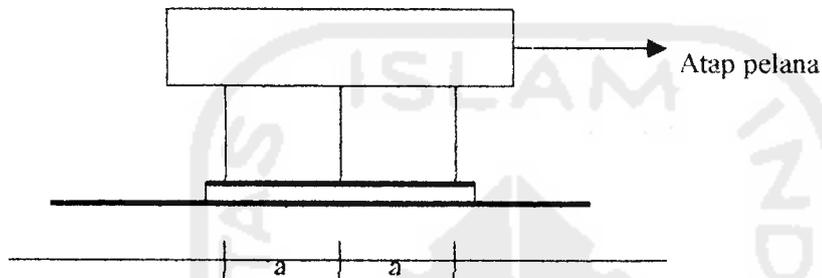


Gambar 2.7 : Bangunan Pasar, banyak massa

Sumber : Sketsa Penulis

b. Bentuk Atap

Bentuk atap pasar tradisional mempunyai bentuk yang sederhana, yaitu atap pelana memanjang, atau atap miring. Atap tersebut mempunyai ukuran yang sama antara atap satu dengan lainnya. Bahan yang dipergunakan juga dari bahan sederhana, seperti kayu atau bambu sebagai konstruksinya. Genteng yang digunakan dari genteng yang sederhana berkisar antara  $\pm 25-30^\circ$ . Ruang sirkulasi biasanya tanpa menggunakan atap dan terbuka.

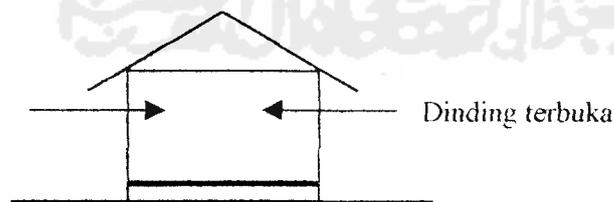


Gambar 2.8 : Bentuk atap Pasar

Sumber : Sketsa Penulis

c. Dinding atau sisi ruang

Dinding pada pasar tradisional biasanya berbentuk transparan sebagian besar justru tanpa dinding. Kesan bangunan adalah terbuka bisa dilihat oleh pembeli, barang dagangan apa yang dijual. Perbedaan ruang jual dengan area sirkulasi hanya dengan ketinggian lantainya. Sedangkan pembatas ruang jual yang satu dengan yang lain dalam satu los dibatasi oleh dinding partisi atau pentekat dari papan biasanya.



Gambar 2.9 : Dinding Pasar

Sumber : Sketsa Penulis

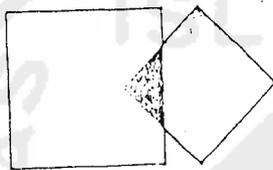
## 2.9. Tinjauan Penggabungan Pola Ruang Pada bentuk Penggabungan

### 2.9.1. Pengertian

Menggabungkan / mengumpulkan / mengikat dua ruang menjadi satu.

### 2.9.2. Penerapan Penggabungan Ruang

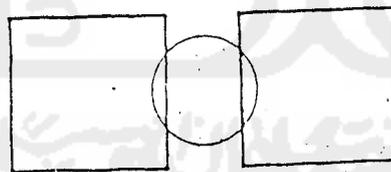
Suatu hubungan ikatan ruang yang terdiri dari dua buah ruang kawasannya bersatu membentuk suatu daerah ruang bersama. ( Francis D.K. Ching, 1985; 198 ).



Gambar 2.10 : Dua ruang yang dihubungkan oleh Ruang Bersama

Sumber : Francis D.K. Ching, 1985

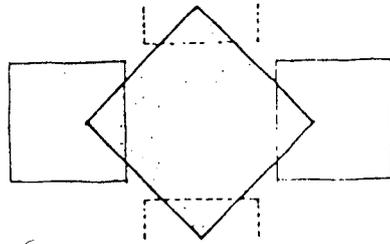
Dua buah ruang yang terbagi oleh jarak dapat dihubungkan atau dikaitkan satu sama lain oleh ruang ketiga yaitu ruang perantara. Ruang perantara dapat berbeda dalam bentuk dan orientasi dari kedua ruang lainnya untuk menunjukkan fungsi penghubung. ( Francis D.K. Ching, 1985; 202 )



Gambar 2.11 : Dua buah ruang dikaitkan dengan Ruang Perantara

Sumber : Francis D.K. Ching, 1985

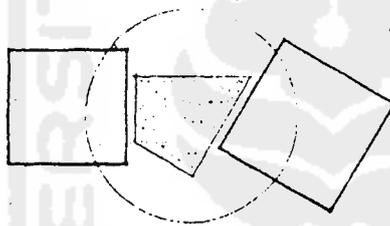
Bentuk ruang cukup besar maka ruang perantara dapat menjadi ruang yang dominan dalam hubungan dan mampu mengorganisir sejumlah ruang. ( Francis D.K. Ching, 1985; 202 )



Gambar 2.12 : Ruang Perantara menjadi ruang dominan dan mengorganisir ruang

Sumber : Francis D.K.Ching, 1985

Bentuk ruang perantara dapat ditentukan hanya oleh bentuk dan orientasi dari kedua ruang yang dihubungkan atau dikaitkan.



Gambar 2.13 : Ruang Perantara ditentukan bentuk dan orientasi dua ruang yang dikaitkan

Sumber : Francis D.K.Ching, 1985

## 2.10. Tinjauan Kondisi Perdagangan di Pekanbaru

### 2.10.1. Kondisi Umum

#### A. Kedudukan geografis

Daerah Tingkat II Pekanbaru meliputi 8 kecamatan dengan luas  $\pm 632,26 \text{ km}^2$  dan secara geografis terletak antara  $101^\circ 18' - 101^\circ 36'$  Bujur Timur dan  $0^\circ 25' - 0^\circ 45'$  Lintang Utara.

### *B. Batas administrasi*

Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Bengkalis, sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Bengkalis, sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Kampar, dan sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Kampar. (RUTRK, 1994-2004; II-1)

### *C. Keadaan Topografis*

Memiliki ketinggian 5-50m atas permukaan laut. Sebahagian wilayahnya terdiri dari dataran rendah yang rata-rata (0-2 %) terletak dibagian selatan Sungai Siak. Sebahagian kecil bergelombang (2-40%) terletak dibagian utara dan sebagian kecil selatan Sungai Siak

### *D. Pertumbuhan penduduk*

Jumlah penduduk Kodya Pekanbaru berdasarkan proyeksi tahun 2004 sebesar  $\pm$  824.437 jiwa, dengan pertumbuhan rata-rata 5,70% pertahun.

## **2.10.2. Kondisi khusus Perdagangan**

Kota Pekanbaru menurut Rencana Induk Kota (RIK) merupakan salah satu pusat perdagangan terbesar di Propinsi Riau, dengan lingkup pelayanan lokal/ kota, regional dan internasional.

### *A. Konsep pengembangan Kota Pekanbaru*

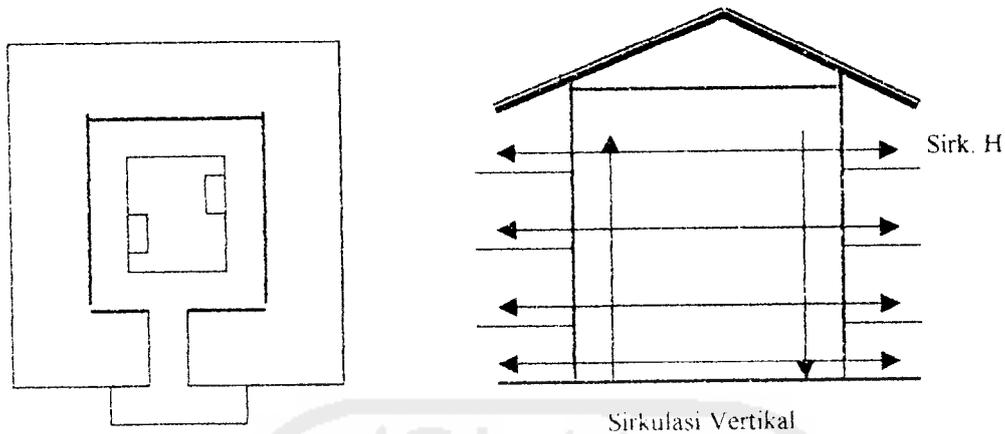
Wilayah pengembangan kota Pekanbaru untuk tahun 2015 terbagi atas lima, salah satunya wilayah pengembangan (WP) I yang terdiri dari kecamatan Lima Puluh, *Senaplan*, Pekanbaru Kota, Sail, dan Sukajadi. Pengembangan ini untuk prediksi jumlah penduduk  $\pm$  235.000 jiwa dengan luas 2.131 ha. (RUTRK Pekanbaru, 1994-2015; III-49)

### *B. Fungsi Wilayah Pengembangan I*

Di fungsikan sebagai pusat perdagangan, perkantoran, pemerintahan, jasa-jasa perkantoran, industri kecil dan pemukiman. (lihat lampiran gambar 2.14 peta karakteristik khusus wilayah pengembangan Kodya Pekanbaru tahun 2015 )

### *C. Kebutuhan Fasilitas Perdagangan*

Kebutuhan luas kegiatan perdagangan di Kota Pekanbaru tahun 2004 seluas  $\pm$  1.428 ha, yang difungsikan untuk shopping mall seluas  $\pm$  50 ha, pusat perbelanjaan  $\pm$  10 ha, pertokoan  $\pm$  1.642.500 m<sup>2</sup> dengan 271 unit, pasar  $\pm$  248.000 m<sup>2</sup> dengan 31 unit dan



Gambar 2.3 : Pola Sirkulasi Pusat Perbelanjaan  
Sumber : Sketsa Penulis

### 2.2.8. Tampilan Bangunan Pusat Perbelanjaan

Tampak bangunan pusat perbelanjaan dilihat dari luar terkesan tertutup pada lantai atasnya. Kesan terbuka terdapat pada lantai dasarnya serta ada penyelesaian-penyelesaian tertentu pada tampilan bangunan, agar seseorang segera mengenali dan mengenang fasilitas tersebut. Bentuk pintu pada bangunan terkesan terbuka, lebar dan mengundang. Tinggi bangunan terkesan lebih tinggi pada tiap-tiap lantainya. Ketinggian bangunan berkisar antara 3,5 m hingga 4.5 m, tetapi tergantung pada macam penyewa, langgam bangunan dan kedalaman ruang-ruang sewa ( Adi Utomo H, Prinsip-prinsip Perancangan Bangunan Pusat Perbelanjaan, 1996 ).

Massa bangunan cenderung kotak dengan atap menyatu dan berukuran besar. Bentuk atap dan bahan mempunyai banyak variasi, tergantung yang diinginkan. Bentuk atap ada yang lurus, segitiga, ada yang bersifat masif dan transparan. Atap transparan biasa dipergunakan pada ruang-ruang bersama atau ruang-ruang sirkulasi. Kolom yang dipergunakan mempunyai jarak bentang yang lebih panjang dengan ukuran-ukuran tertentu. Dimensi kolom disesuaikan dengan jarak bentangan, biasanya menggunakan bahan ekspos, seperti keramik, marmer atau plesteran dengan warna yang menarik dan cerah. Permukaan lantai cenderung datar antara ruang sirkulasi dengan ruang jual. Perbedaan permukaan dalam satu lantai biasanya terjadi pada ruang atau tempat pemajangan pameran suatu produk tertentu serta ruang-ruang *service*.

warung  $\pm$  86.480 m<sup>2</sup> dengan 2.751 unit, lihat lampiran tabel 2.1. (RUTRK Pekanbaru, 1994 – 2004; IV- 41).

### **2.10.3. Kondisi Perdagangan di Kawasan Pasar Pusat Sukaramai**

#### **A. Kondisi Fisik Pasar Pusat Sukaramai**

##### *1. Site Pasar Sukaramai*

Site Pasar Pusat diapit oleh jalan Jendral Sudirman, jalan Imam Bonjol, jalan Kopy dan jalan H.A.Salim. Kawasan Pasar dikelilingi oleh lingkungan kegiatan masyarakat lainnya yang terdiri dari:

- Sebelah Utara, terdapat plaza dan Pasar Pusat.
- Sebelah Barat, terdapat Toko Grosir dan Ruko.
- Sebelah Selatan, terdapat, Pertokoan dan Ruko.
- Sebelah Timur, terdapat pertokoan dan Ruko.

##### *2. Site Pasar Pusat*

Site Pasar Pusat diapit oleh jalan Jendral Sudirman, jalan Hos Cokro Aminoto, jalan Kopy dan jalan Imam Bonjol. Kawasan Pasar Pusat dikelilingi oleh lingkungan kegiatan masyarakat lainnya yang terdiri dari :

- Sebelah Utara, terdapat Pertokoan.
- Sebelah Barat, terdapat Pertokoan dan Ruko.
- Sebelah Selatan, terdapat plaza dan Pasar Sukaramai.
- Sebelah Timur, terdapat Pertokoan dan Ruko.

Untuk lebih jelas dapat dilihat gambar site Pasar Pusat Sukaramai terhadap kota Pekanbaru (lihat lampiran gambar 2.15. peta aktivitas disekitas site).

##### *3. Kondisi Bangunan Pasar Pusat Sukaramai*

Bangunan Pasar Sukaramai merupakan bangunan satu lantai yang terdiri dari toko bertingkat, kios, los dan pedagang kaki lima dan pedagang makanan pada malam hari. Jenis bangunan diperkirakan  $\pm$  40 % semi permanen dan  $\pm$  60 % permanen. (RUTD Pasar Sukaramai) Standar kelayakan dari ruang menurut RUTRK Pekanbaru yakni 5 m<sup>2</sup>, sedangkan yang diperoleh dari kondisi saat ini masih terdapat luasan sebesar 3-4 m<sup>2</sup>. Sedangkan bangunan Pasar Pusat dua lantai yang terdiri dari toko bertingkat, kios, dan

pedagang kaki lima. Bangunan 100 % permanen ( lihat lampiran gambar 2.16 pola pemukiman Pasar Pusat Sukaramai ).

Dari studi lapangan dapat dilihat kondisi Pasar Pusat Sukaramai tidak lagi memenuhi standar ditinjau dari:

- a. Area-area parkir digunakan untuk pedagang kaki lima yang menyebabkan tidak adanya tempat parkir dan sirkulasi menjadi macet.
- b. Lorong atau lorong digunakan untuk tempat pemajangan barang-barang oleh pedagang, namun mengganggu sirkulasi pengunjung dan barang serta tidak menguntungkan apabila terjadi kebakaran.



Gambar 2.17 : Lorong yang digunakan untuk tempat pemajangan barang dagangan  
Sumber : Dokumen pribadi

- c. Sistem pelayanan, masyarakat menginginkan adanya tempat perbelanjaan yang lebih lengkap dan fasilitas yang lengkap pula tanpa menghilangkan ciri khas keberadaan pasar tersebut, sedangkan yang ada dalam kenyataanya keadaan pasar semrawut.



Gambar 2.18 : Kondisi Pasar Pusat Sukaramai tahun 2000  
Sumber : Dokumen Pribadi

- d. Selasar dipenuhi oleh pedagang kaki lima



Gambar 2.19 : Selasar yang digunakan oleh pedagang kaki lima  
Sumber : Dokumen pribadi

- e. Tidak adanya penentuan jenis dagangan, terlihat pencampuran jenis barang
- f. Untuk jaringan drainase, beberapa saluran terbuka sehingga mengganggu kenyamanan dalam berbelanja.



Gambar 2.20 Kondisi drainase Pasar  
Sumber : Dokumen Pribadi

## **B. Kondisi Non Fisik Pasar Pusat Sukaramai**

### ***1. Pedagang Pasar Pusat Sukaramai***

Orang yang menjajakan barang dagangannya di Pasar Pusat Sukaramai dibedakan atas beberapa bagian antara lain:

#### **a. Pedagang tetap**

Orang yang menjajakan barang dagangannya dengan menempati kios, los, dan toko bertingkat. Pertambahan jumlah pedagang yang menempati kios di Pasar pusat Sukaramai dalam lima tahun terakhir, kenaikan rata-rata 20 pedagang pertahun, lihat lampiran tabel 2.3. Sedangkan pertambahan jumlah pedagang los di Pasar pusat Sukaramai, kenaikan rata-rata 17 orang pertahun, lihat lampiran tabel 2.4. (UPTD Pasar Pusat Sukaramai) Berdasarkan proyeksi jumlah pedagang tetap, di Pasar Pusat Sukaramai sampai tahun 2009 berjumlah  $\pm$  2137 orang (lihat lampiran tabel 2.5), hal ini belum termasuk jumlah pedagang kaki lima yang peningkatannya lebih tinggi dari pada pedagang tetap pertahunnya. (wawancara dengan kepala UPTD Pasar Pusat Sukaramai Pekanbaru, 2000). Dari sejumlah pedagang tetap ini, barang dagangannya berupa kebutuhan primer dan kebutuhan sekunder.

#### **b. Pedagang tidak tetap**

Orang yang menjajakan dagangannya dengan menyusun meja-meja, menggunakan bakul, menggunakan gerobak dan menggunakan kendaraan mobil. Pedagang ini dapat

disebut sebagai pedagang kaki lima. jumlah pedagang kaki lima di Pasar Sukaramai pada tahun 1998 berjumlah  $\pm$  300 orang. (wawancara dengan kepala UPTD Pasar Pusat Sukaramai) Pertambahan jumlah pedagang kaki lima tidak lagi sesuai dengan kondisi yang ada., sehingga keluar pasar yang kemudian mencari tempat dagangan sendirinya yaitu sepanjang jalan Jendral Sudirman, jalan H.A.Salim, jalan Copy, jalan Hos Cokro Aminoto dan jalan Imam Bonjol. Dengan kondisi yang ada menyebabkan pasar menjadi kotor, tidak teratur dan kemacetan lalu lintas. ( Pengamatan langsung )

## **2. Kegiatan Pasar Pusat Sukaramai**

Kegiatan utama dari Pasar Pusat Sukaramai sama seperti pasar-pasar lain yaitu kegiatan jual beli yang didukung oleh kegiatan-kegiatan lain. Adapun kegiatan-kegiatan yang tidak memenuhi syarat dapat ditinjau dari:

### **A. Kegiatan jual beli**

Kegiatan ini didukung oleh:

#### **1). Penyajian barang**

Penyajian barang di Pasar Pusat Sukaramai bertujuan agar barang tersebut mudah dilihat dan dipilih pembeli, yang terdiri dari:

##### **➤ *Almari transparan***

Almari transparan ini di sebahagian kios ada yang meletakkan pada bagian paling dalam dari kios, sehingga pengunjung tidak sepenuhnya dapat melihat dengan leluasa, karena bagian depan juga terdapat susunan barang dagangan yang dipajang. Ruang gerak pemilik / pedagang dan pembeli sangat terbatas.

Ketinggian almari menyebabkan sistem peruangan menjadi terganggu seperti sistem penghawaan dan pencahayaan ruangan pada Pasar Pusat Sukaramai. Sebaiknya penggunaan almari sesuai dengan proporsinya agar tidak mengganggu sistem arsitektural ruangan.

##### **➤ *Penyajian dengan meja yang bertingkat-tingkat***

Penyajian dengan meja bertingkat sangat mengganggu sirkulasi pengunjung, karena diletakkan disepanjang lorong atau depan kios.

##### **➤ *Penyajian pada meja rendah***

Penyajian pada meja rendah memberikan kesan akrab, namun pada kondisi Pasar Pusat Sukaramai penyajian seperti ini sangat mengganggu sirkulasi pengunjung dan

barang, karena umumnya pedagang seperti ini menjajakan dagangannya di selasar atau lorong pasar, bahkan disepanjang jalan.

➤ *Penyajian pada kotak terbuka*

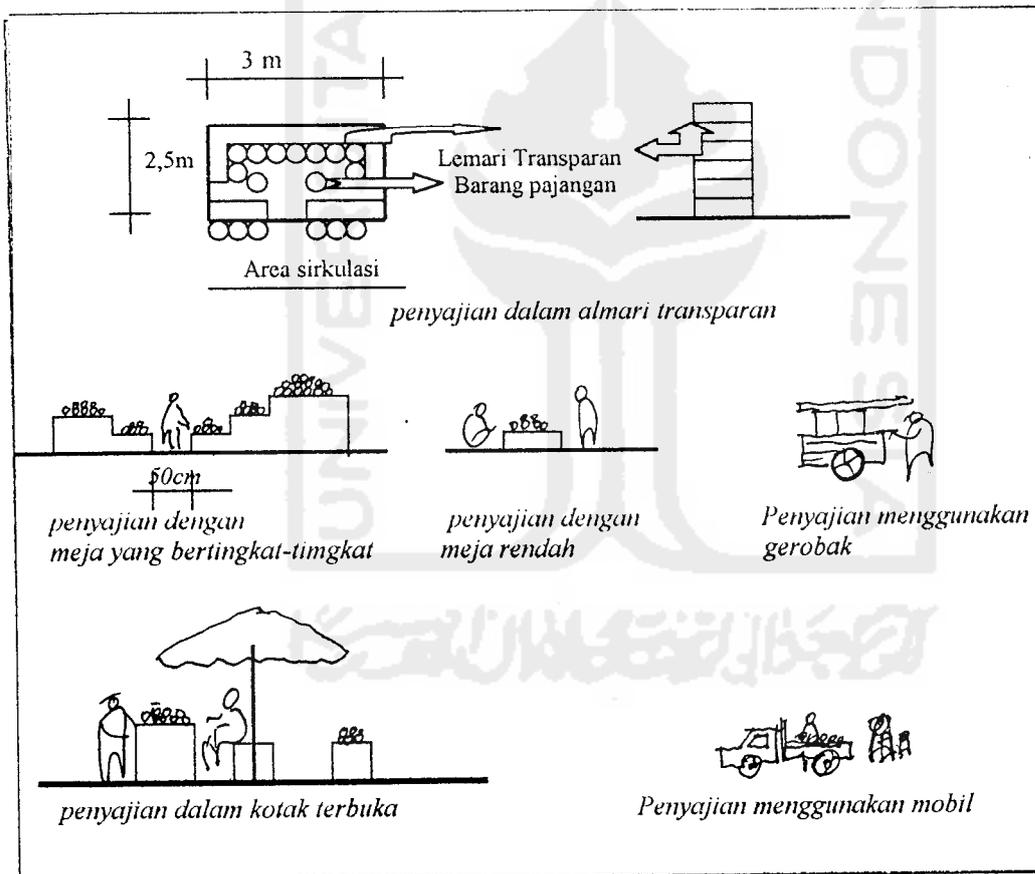
Sistem penyajian seperti ini akan mengganggu apabila terjadi pada musim penghujan karena hanya menempati ruangan seadanya.

➤ *Penyajian dengan gerobak*

Penyajian seperti ini terdapat di selasar-selasar dan dipinggiran jalan, sehingga mengganggu sirkulasi pengunjung dan kendaraan.

➤ *Penyajian dengan mobil*

Penyajian menggunakan mobil biasanya dibadan jalan sehingga akan mengganggu sirkulasi kendaraan, pejalan kaki dan keselamatan pembeli.



Gambar 2.21 : Sistem Penyajian di Pasar Pusat Sukaramai  
Sumber : Sketsa Penulis

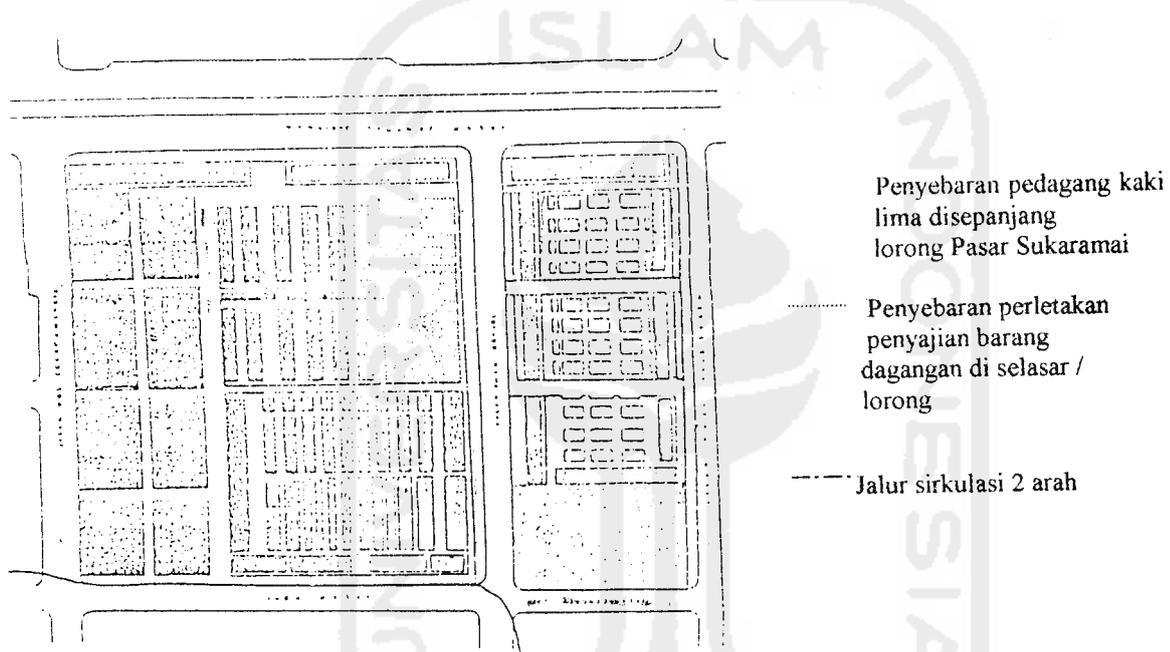
## 2). Penyimpanan barang

Penyimpanan barang biasanya dilakukan pedagang apabila tidak lagi melakukan aktifitas berdagang. Penyimpanan ini dimaksudkan agar barang-barang aman dari pencuri. Pedagang yang menggunakan kios penyimpanan tetap berada dalam kios itu sendiri. Dan untuk pedagang los dan darurat, menyimpannya dikotak yang juga berfungsi sebagai meja dan sebahagian ada yang membawa pulang.

## 3). Sistem sirkulasi

### a. Sirkulasi pengunjung/ pembeli

Jalur pergerakan konsumen Pasar Pusat Sukaramai merupakan lintasan linear



Gambar 2.22 Sistem sirkulasi di Pasar Pusat Sukaramai  
Sumber: sketsa panulis

Bentuk dan ukuran lorong yang sangat sempit, memberikan rasa yang tidak nyaman bagi pengunjung, terutama sekali pada jam-jam sibuk. Sistem pergerakan pengunjung dalam hal ini tidak lagi memenuhi syarat, yang mana dipengaruhi oleh:

- Keterbatasan luasan ruang jual, menyebabkan para pedagang memajang barang dagangannya di sepanjang lorong atau selasar.
- Pertambahan jumlah pedagang kaki lima yang menempati di bagian selasar, jalan sehingga selasar maupun jalan menjadi sempit.

c. Selasar yang difungsikan untuk tempat membersihkan dan menjemur barang dagangan terutama bagi para pedagang yang menjual peralatan rumah tangga (barang bekas), hal ini juga mengganggu pergerakan pengunjung.

Kegiatan penyaluran barang ke kios-kios dan los dilakukan bersamaan dengan kegiatan jual beli, karena barang dagangan yang ada di Pasar Pusat Sukaramai pada umumnya didatangkan dari luar kota. Kegiatan ini sangat mengganggu kegiatan jual beli karena di Pasar Pusat Sukaramai tidak terdapat pemisahan sirkulasi pengunjung dan barang.

#### *b. Sirkulasi kendaraan*

Sirkulasi kendaraan tidak tertata dengan baik, hal ini terlihat dari kondisi yang ada sering terjadi kemacetan, terutama pada jam-jam sibuk, ini disebabkan karena area parkir digunakan oleh pedagang kakai lima. Kendaraan-kendaraan tersebut tidak hanya pengunjung Pasar Pusat Sukaramai, namun pengunjung kegiatan yang ada di sekitar kawasan Pasar Pusat Sukaramai.

#### 4). Kegiatan pendistribusian barang

Kegiatan pendistribusian barang pada Pasar Pusat Sukaramai oleh pedagang dilakukan pada waktu dini hari, berupa kebutuhan sehari-hari yang terdiri dari sayur-sayuran, ayam serta daging dan sebagainya. Jenis dagangan lain dilakukan pada waktu pembeli atau konsumen berdatangan, karena barang-barang tersebut datang dari luar daerah, seperti keramik, elektronik, beras dan lain-lain.

### **3. Materi Perdagangan Pasar Pusat Sukaramai**

Materi yang diperdagangkan pada Pasar Pusat Sukaramai terdiri atas bermacam-macam barang dagangan. Dimana dapat dikelompokkan atas:

- a. Barang-barang kebutuhan pokok (*Demand goods*), seperti beras, sayuran dan ikan dan sebagainya.
- b. Barang yang sering dibutuhkan, namun bukan kebutuhan pokok (*convenience goods*), seperti sabun mandi, pembersih peralatan rumah tangga dan lain-lain
- c. Barang kebutuhan khusus, seperti jam tangan, perhiasan, elektronik, keramik, dan sebagainya.

#### **4. Lingkup pelayanan**

Pasar Pusat Sukaramai merupakan pasar dengan populasi pelayanan untuk kota dan regional, sedangkan skala radius pelayanan 5-10 km.

#### **2.10.4. Fasilitas Rekreasi di Pasar**

Fasilitas Rekreasi yang ada di Pasar Pusat Sukaramai dan kawasan sekitarnya berupa video game dan play station. Fasilitas rekreasi yang ada saat sekarang ini berjumlah 6 tempat video game, dan 4 tempat play station (pengamatan langsung) Pengunjung tempat rekreasi ini tidak hanya penduduk disekitar kawasan Pasar Pusat Sukaramai, namun juga dari luar kota serta dari berbagai umur. Hal ini disebabkan kawasan Pasar Pusat Sukaramai sebagai pusat perbelanjaan.

### **2.11. Tinjauan Pusat Perbelanjaan Terhadap Pembanding Faktual**

#### **2.11.1. Kalibata Mall**

Pusat perbelanjaan dan rekreasi yang terletak di Jalan Kalibata, Jakarta selatan ini menepati lahan seluas 2,2 Ha dari lahan 4 Ha yang ada. Luas lantai keseluruhannya 18.000 m<sup>2</sup>. Kalibata Mall ini punya karekter agak berbeda dengan pusat pusat perbelanjaan modern lainnya. Disana pengunjung tidak hanya berbelanja didalam gedung, tetapi juga diluar gedung yang diolah sebagai mal dan plaza. Kalibata Mall tidak hanya mengakomodasi kegiatan retail sektor modern / formal, pedagang informal juga diberi tempat dan diatur keberadaannya sehingga dapat terintegrasi secara wajar dengan kegiatan retail sektor modern.



Gambar 2.23 : Kalibata Mall

Sumber : Majalah Konstruksi hal 38, Agustus 1991

Kalibata Mall terdiri dari 3 gugus massa, yaitu:

a. Bangunan *Superstore*

Terdiri dari 5 lapis termasuk satu lantai setengah basement yang juga dimanfaatkan sebagai tempat / ruang belanja.

b. Bangunan *Supermall*

Terdiri dari 4 lapis termasuk satu lantai setengah basement yang digunakan sebagai tempat parkir.

c. Ruko

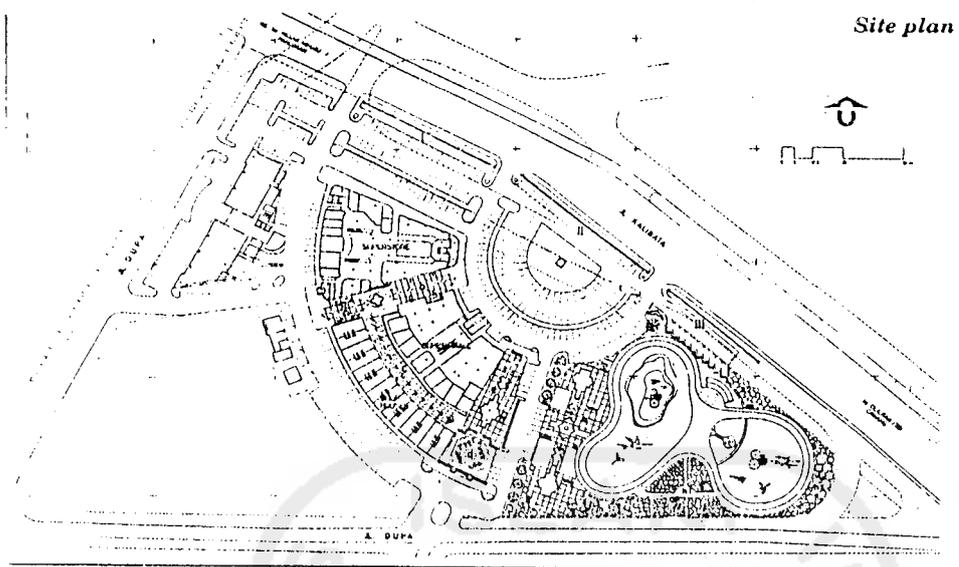
Terdiri dari 3 lapis berorientasi pada mall yang ada.

Ketiga gugus massa ini membentuk suatu kesatuan massa setengah lingkaran. Ruang antara ketiga gugus massa ini diolah sehingga terbentuk 2 buah mall:

- Mall antara bangunan supermall dan ruko
- Mall antara bangunan superstore dan supermall dengan ruko

Para pedagang sektor informal yang diberi tempat didaerah sepanjang mall tersebut terdiri dari pedagang barang kerajinan, buah-buahan dan makanan tradisional. Sektor ini mendukung suasana bazar informal yang memang ingin diwujudkan di Pusat Perbelanjaan Kalibata ini. Penempatan *anchor tenant* ( magnet ) pada bangunan superstore ( dilantai 3, 4 ) dan dibangun supermall ( dilantai dasar berupa *book center* dan lantai atas berupa bioskop ).

Penataan parkir berkapasitas 600 kendaraan terletak dihalaman dan dapat terlihat langsung oleh calon pengunjung. Hall ini akan lebih menunjang dilihat dari segi pemasaran karena pengunjung tidak ragu-ragu untuk masuk apabila melihat tempat parkir yang cukup luas. Penggabungan kedua sektor perdagangan ini punya keuntungan dan kelemahan. Keuntungannya yaitu pedagang kaki lima disekitar kawasan bisa ditampung dan dapat menghidupkan suasana mall yang ada. Kelemahannya adalah mall menjadi kotor karena pembatasan jenis pedagang kaki lima tidak begitu jelas.

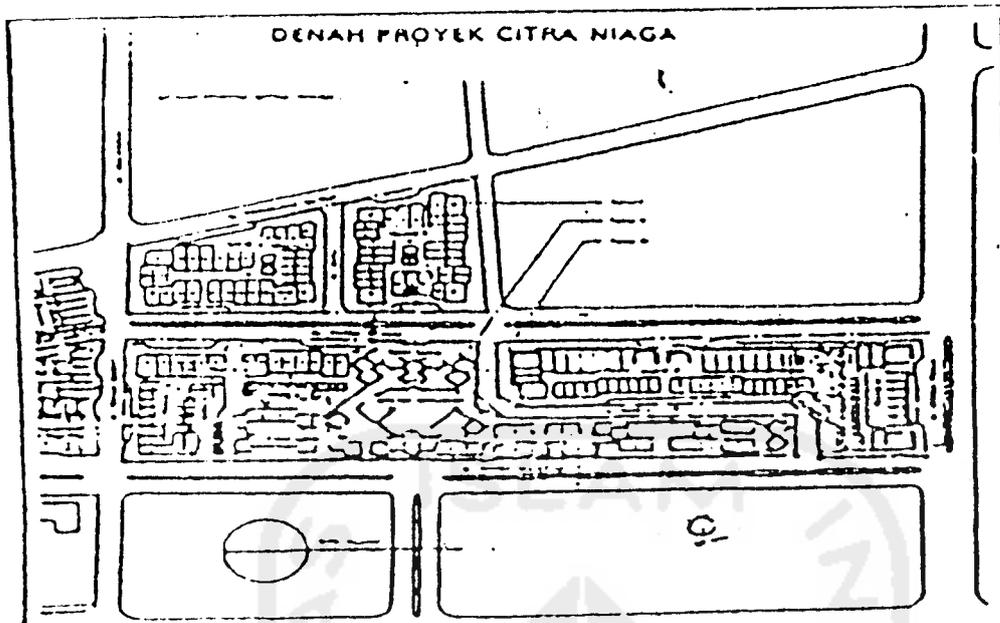


Gambar 2.24 : Site Plan Kalibata Mall  
 Sumber : Majalah Konstruksi hal 40, Agustus 1991

### 2.11.2. Citra Niaga Samarinda

Pusat perbelanjaan dan arena promosi ini berlokasi di Samarinda yang luasnya 2,7 Ha, merupakan proyek percontohan pasar di Samarinda. Proyek ini telah mewujudkan kenyataan bahwa pembenahan pusat kota dapat dilaksanakan tanpa menggusur dan malahan mengikutsertakan para pedagang kaki lima yang ada sebagai satu kesatuan pembangunan. Proyek ini terbagi dalam tiga tahap dimana jumlah keseluruhan ruko yang akan dibangun 141 unit, 79 kios dan 224 petak pedagang kaki lima. Luas unit : ruko = 60, 70, dan 80 m<sup>2</sup>, Kios = 13,5 m<sup>2</sup> dan pondok kaki lima 3 x 3 m<sup>2</sup>.

Konsep desain didasarkan pada prinsip pedestrianisasi dengan mempelajari tata cara pedestrian yang dirasakan penting dalam keberhasilan dalam upaya menunjang usaha pedagang kaki lima. Suatu jalan yang melengkung dimasukkan didalam desain untuk mengubah jalan-jalan grid yang monoton yang ada pada konsep pedestrianisasi tersebut, sehingga menjadi dasar dalam penataan ruang terbuka didalam lingkungan, komponen sisi arena hiburan dan bentuk bangunan-bangunan lainnya.



Gambar 2.25 : Site Plan Citra Niaga Samarinda  
Sumber : Majalah Konstruksi, Oktober 1987

