

**STUDI PENGARUH KARAKTERISTIK RUANG PASAR TRADISIONAL DAN MODERN
TERHADAP KENYAMANAN KONSUMEN**
STUDI KASUS : PASAR GEDE DAN RITA PASARAYA KOTA CILACAP

Oleh : Falih Aqil Rizkananta

Abstrak

Pasar Gede merupakan salah satu pasar tradisional di Kota Cilacap terletak di Jl. RE Martadinata, Potongan, Tambakreja, Kec. Cilacap Sel., Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah. Pada tahun 2014, bangunan ini telah selesai direvitalisasi. Namun setelah penataan ruangnya sudah cukup baik, para pedagang kurang memanfaatkannya dengan maksimal. Mereka merasa tidak mendapatkan tempat sesuai harapannya, sehingga memilih untuk berjualan di tempat yang tidak seharusnya. Beberapa pedagang yang tidak memiliki kios atau los di pasar berjualan di emperan bahkan sampai badan jalan serta menggunakan lahan parkir.

Salah satu pasar modern di Cilacap adalah Rita Swalayan yang terletak di Jalan Ahmad Yani Cilacap. Pembagian area barang penjualannya cukup rapi. Jika pasar tradisional masih bergelimang dengan masalah, di sisi lain pasar modern telah siap bertarung dengan kelebihan-kelebihan yang mereka miliki. Keduanya memiliki karakteristik ruang yang berbeda, maka dari itu minat konsumen dalam berbelanja pun berbeda.

Kata kunci : Pasar, tata ruang

Abstract

Pasar gede is one of the traditional market in Cilacap City, it is located in RE Martadinata Street, Potongan, Tambakreja, Kec. Cilacap Sel., Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah. In 2014, this building was completely revitalized. But after the spatial planning was good enough, the traders did not use it to the maximum. They felt they did not get the place as their expectations, so they chose to sell in places they were not supposed to. Some traders who do not have kiosks or booths in the market sell on the veranda even up to the road and use the parking lots.

One of the modern markets in Cilacap is Rita Swalayan, located on Ahmad Yani Street Cilacap. The distribution of goods sales area is quite neat. If the traditional market is still wallowing with problems, on the other hand the modern market is ready to fight with their strengths. Both have different spatial characteristics, and therefore the consumers interest in shopping is different.

Keywords : Market, Spatial planning

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, perkembangan pola hidup masyarakat Indonesia semakin maju dan mengalami arus perubahan yang semakin kompleks pada segala bidang salah satunya bidang ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK). Ilmu pengetahuan dan teknologi berkembang begitu pesat seiring dengan perkembangannya zaman yang tentunya membawa perubahan dan keunikan yang berbeda. Pengaruh perkembangan tersebut terjadi secara nyata, misalnya terciptanya fasilitas-fasilitas yang memudahkan kegiatannya sejalan dengan perkembangan teknologi tersebut dan berpengaruh pula kepada satu perubahan gaya hidup mereka. Dampak dari perkembangan teknologi tersebut salah satunya adalah semakin banyak berkembang pasar tradisional dan pasar modern berupa supermarket, hypermarket, departement store, dan lain sebagainya, yang menawarkan kemudahan, kenyamanan, dan keamanan bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhan hidupnya secara mudah dan efisien. Menurut Wicaksono dkk. (2011) pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Pasar tradisional umumnya banyak dijumpai di daerah pedesaan sehingga tak jarang pasar tradisional menjadi salah satu alternatif tempat yang sering dikunjungi. Pasar tradisional dikenal dengan harganya yang murah tetapi dengan kondisi bangunan ala kadarnya. Masalah infrastruktur yang hingga kini masih menjadi masalah serius di pasar tradisional adalah kondisi bangunan, kebersihan, dan tempat pembuangan sampah yang kurang terpelihara, kurangnya lahan parkir, dan buruknya sirkulasi udara. Belum lagi ditambah semakin menjamurnya PKL yang otomatis merugikan pedagang yang berjualan di dalam lingkungan pasar yang harus membayar

penuh sewa dan retribusi. Perbedaan utama bangunan yang mendasari bangunan pasar tersebut terlihat dari fasilitas yang disediakan, salah satunya ialah pasar gede Cilacap. Pasar Gede merupakan salah satu pasar tradisional di Kota Cilacap terletak di Jl. RE Martadinata, Potongan, Tambakreja, Kec. Cilacap Sel., Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah. Pada tahun 2014, bangunan ini telah selesai direvitalisasi. Revitalisasi bertujuan menata ulang lokasi berjualan supaya tampak rapi sehingga mempermudah proses transaksi, serta dengan tingkat kebersihan yang lebih tinggi dapat menjaga kesehatan pedagang, pembeli, maupun masyarakat di sekitar pasar. Selain itu dapat meningkatkan daya saing pasar tradisional ditengah menjamurnya pasar modern. Namun setelah penataan ruangnya sudah cukup baik, para pedagang kurang memanfaatkannya dengan maksimal. Mereka merasa tidak mendapatkan tempat sesuai harapannya, sehingga memilih untuk berjualan di tempat yang tidak seharusnya. Beberapa pedagang yang tidak memiliki kios atau los di pasar berjualan di emperan bahkan sampai badan jalan serta menggunakan lahan parkir.

Pasar modern adalah pasar yang dibangun oleh pemerintah, koperasi swasta yang dalam bentuknya Mall, Supermarket, Departemen store, dan Pusat perbelanjaan dimana pengelolaannya dilaksanakan secara modern dan mengutamakan pelayanan kenyamanan dengan manajemen berada disatu tangan, bermodal relatif kuat, dan dilengkapi dengan harga yang pasti (Widodo, 2013: 31). Salah satu pasar modern di Cilacap adalah Rita Swalayan yang terletak di Jalan Ahmad Yani Cilacap. Swalayan ini terdiri dari tiga lantai. Pembagian area barang penjualannya cukup rapi. Di lantai satu digunakan untuk penjualan kebutuhan sehari-hari, foodcourt, dan tempat bermain. Di lantai dua digunakan untuk penjualan pakaian. Kemudian di lantai paling atas terdapat untuk penjualan sepatu, tas, alat dapur, alat tulis, dan mainan. Inilah salah satu alasan pasar modern lebih diminati. Tidak hanya terdapat area jual beli, namun ada area untuk

hiburan. Kegiatan berbelanja di pasar modern dapat menjadi suatu hiburan. Pengelolaan lahan parkir juga tertata dengan rapi. Jika pasar tradisional masih bergelimang dengan masalah, di sisi lain pasar modern telah siap bertarung dengan kelebihan-kelebihan yang mereka miliki (Sadino dan Syahbana, 2014). Keduanya memiliki karakteristik ruang yang berbeda, maka dari itu minat konsumen dalam berbelanja pun berbeda.

Kajian Pasar Tradisional

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (1996), definisi dari pasar adalah tempat orang berjual beli atau bisa disebut dengan peken. Sedangkan definisi tradisional adalah menurut tradisi (adat). Dengan demikian maka pasar tradisional dapat diartikan menjadi tempat orang berjual beli yang memiliki adat tertentu. Pasar tradisional memiliki ciri-ciri atau adat yang khas yaitu cara jual belinya yang masih tradisional dengan bertatap muka secara langsung antara pembeli dan penjual. Selain itu, pasar tradisional juga memiliki adat untuk tawar menawar antara penjual dan pembeli. Kedua adat di atas merupakan daya tarik terbesar bagi pasar tradisional dan membedakan pasar tradisional dengan pusat perbelanjaan modern.

Tingkatan Pasar Tradisional

Pengertian tingkatan pasar dapat dibedakan atas pasar induk dan pasar bawahan. Pengertian pasar induk adalah suatu tempat sebagai pemusatan pedagang- pedagang besar atau grosir yang mempunyai peranan aktif dalam pemasaran barang- barang yang sesuai dengan jenis komoditi, dengan jalan mengatur suplai, pembentukan harga sesuai dengan permintaan. Satu pasar induk akan membawahi/terdiri atas beberapa pasar bawahan.

Dalam Perda yang sama, letak ruang dagang pada sebuah pasar juga diklasifikasikan menjadi beberapa kelompok, yaitu:

1) Paling Baik (PB) adalah toko, kios yang menghadap keluar pasar, pinggir jalan yang

dilewati pada jalan utama masuk dan keluar pasar

- 2) Baik (B) adalah toko, kios antara yang dilewati pada jalan utama masuk dan keluar pasar
- 3) Cukup (C) adalah toko, kios yang dilewati jalan samping untuk masuk dan keluar pasar
- 4) Sedang (S) adalah kios, meja dan gelaran yang tidak termasuk pada kategori PB,B, dan C

Pasar Tradisional Bercitra Modern

Rancangan sebuah pasar tradisional patut menganut kaidah-kaidah rancangan, dijiwai konsep dasarnya sebagai landasan berpijak di pasar. Beberapa hal bisa digunakan sebagai parameter acuanrancang sebuah pasar tradisional bercitra modern, antara lain: (Suardana, 2007)dalam merancang sebuah

1. Ruang kegiatan jual beli berdasarkan kelompok pedagang
2. Mewujudkan sirkulasi yang efektif
3. Terlindung dari pengaruh cuaca, hujan, panas mentari, bau
4. Menyediakan ruang emergency bagi publik
5. Manfaatkan pemasukan cahaya alami
6. Meposisikan sirkulasi udara secara optimal
7. Bentuk massa sederhana, dengan struktur rangka ruang bersifat fleksibel
8. Ruang parkir yang cukup & berpeluang untuk dikembangkan
9. Menyelesaikan secara teknis & arsitektural sanitasi lingkungan
10. Mewujudkan rancangan yang memberi rasa aman & nyaman

Dalam mempertahankan keberadaan pasar tradisional agar tetap eksis keberadaannya, adanya faktor-faktor yang perlu lebih diperhatikan. Faktor-faktor tersebut adalah:

A.Faktor Lokasi

Factor lokasi merupakan factor yang sangat penting, karena dapat mempengaruhi berkembang atau

tidaknya pasar tersebut. Didalam pemilihan lokasi pasar perlu adanya pertimbangan yang matang karena setiap lokasi memiliki karakteristik yang berbedabeda. Lokasi pasar tradisional harus memiliki lokasi yang strategis sehingga mudah untuk dicapai oleh masyarakat, terutama letaknya tidak jauh dari pemukiman penduduk. Untuk saat ini lokasi pasarpasar tradisional merupakan lokasi pasar yang cocok, dimana letak pasar yang berdekatan dengan wilayah pemukiman penduduk.

B. Faktor Fisik

Bangunan Pasar dan Fasilitas Pasar Tradisional Jika kita lihat dari fisik bangunan pasar tradisional yang ada (studi kasus), sebagian besar masih perlu adanya perhatian yang serius terutama dalam hal fisik/bangunan pasar yang dirasakan sudah perlu adanya renovasi pasar, dan perlu adanya perhatian tentang kebersihan lingkungan pasar yang memiliki kesan kotor dan bau. Sedangkan mengenai fasilitas pasar dirasakan areal perparkiran masih kurang bila dilihat dari besarnya konsumen pasar yang menggunakan kendaraan pribadi serta penyediaan sarana ibadah dan WC umum harus lebih diperhatikan terutama kebersihannya.

C. Faktor Produk

Produk yang diperdagangkan di pasarpasar tradisional tidak jauh berbeda dengan produk yang dijual di pasarpasar modern, hanya saja cara penyediaan barang/ komoditi barang dagangan yang berbeda. Sehingga perlu adanya variasi jenis komoditi atau dagangan selain kebutuhan hidup sehari-hari serta lebih dimodifikasikan dalam penyajiannya pada konsumen.

D. Faktor Pembinaan/Penyuluhan Pedagang

Factor ini berguna selain untuk mempererat tali persaudaraan antara

sesama pedagang, hal ini juga berguna untuk lebih memberikan pengetahuan terhadap pedagang, bagaimana cara berdagang yang baik serta cara (promosi) atau menarik konsumen untuk tetap berbelanja di pasarpasar tradisional.

E. Faktor Hukum

Tidak adanya tindak lanjut hukum dalam penerapan undangundang ataupun peraturan daerah, terutama untuk pasarpasar pesaing pasar tradisional yang memperdagangkan komoditi yang sama tetapi dengan pola atau bentuk sistem pasar modern.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu karakteristik ruang Pasar Gede dan Rita Pasaraya serta mengetahui pengaruhnya terhadap kenyamanan konsumen.

Metode Pengumpulan Data Penelitian

Metode Pengumpulan data pada penelitian ini meliputi :

a. Data Primer

Menurut Wardiyanta dalam Sugiarto (2017:87), data primer merupakan informasi yang diperoleh dari sumber-sumber primer yaitu informasi dari narasumber. Data primer diperoleh melalui observasi langsung dan secara online. Observasi dilakukan langsung di lapangan dengan menghitung pengunjung yang datang dari arah pintu depan dan pintu samping. Alat bantu yang digunakan untuk observasi berupa alat penghitung manual, telepon genggam, serta alat tulis serta mengikuti sebagian pengunjung untuk mengetahui alur perjalanan yang akan dilakukan. Sedangkan secara online yaitu melakukan pembagian kuesioner dengan format google form untuk diisi oleh pengunjung yang pernah datang ke Pasar Gede dan Rita Pasaraya Cilacap.

b. Data Sekunder

Menurut Wardiyanta dalam Sugiarto (2017:87), data sekunder merupakan informasi yang diperoleh tidak secara langsung dari narasumber melainkan dari pihak ketiga. Data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah peta lokasi bangunan yang didiapat dari Google Earth, serta informasi umum yang diperoleh dari internet.

Materi Penelitian

A. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Pasar Gede Cilacap yang terletak di Jl. RE Martadinata, Potongan, Tambakreja, Kec. Cilacap Sel., Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah dan di Rita Pasaraya yang terletak di Jl. Jend. Ahmad Yani No.83-85, Manggis, Tambakreja, Kec. Cilacap Sel., Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah 53211.

B. Tahapan Penelitian

Tahapan – tahapan penelitian antara lain :

- a. Tahapan Persiapan Terdiri atas mencari informasi terkait dan membuat surat perizinan yang digunakan untuk penelitian.
- b. Survey Lapangan Survei lapangan dilakukan dengan cara berkunjung ke lokasi penelitian yaitu Pasar Gede dan Rita Pasaraya Cilacap untuk mengamati dan menghitung pengunjung yang datang.
- c. Penggalan Data Penggalan data didapatkan dengan cara observasi lapangan serta pembagian koesioner google form kepada pengunjung Pasar Gede dan Rita Pasaraya Cilacap. Berikut adalah beberapa pertanyaan dari kuesioner adalah sebagai berikut:
 - 1) Apakah anda pernah mengunjungi Pasar Gede Cilacap?
 - 2) Menurut anda, bagaimana keadaan jalur untuk berjalan di pasar gede?

- 3) Menurut anda, apakah kios sudah di kelompokkan sesuai jenis dagangan yang sejenis ?
- 4) Apakah pedagang yang berdagang di jalur untuk berjalan mengganggu kenyamanan anda?
- 5) Apakah anda pernah mengunjungi Rita Pasaraya Cilacap?
- 6) Menurut anda, bagaimana keadaan jalur untuk berjalan di rita pasaraya?
- 7) Menurut anda, apakah penempatan rak sudah sesuai pengelompokan jenis barang?
- 8) Dari kedua tempat tersebut, mana yang paling anda sering kunjungi?
- 9) Menurut anda, lebih nyaman berbelanja di Pasar Gede atau di Rita Pasaraya?
- 10) Apa alasan anda lebih nyaman belanja di tempat tersebut ?

Namun dalam mempertahankan keberadaan pasar tradisional agar tetap eksis keberadaannya, adanya faktor-faktor yang perlu lebih diperhatikan. Faktor-faktor tersebut adalah :

A. Faktor Lokasi

Factor lokasi merupakan factor yang sangat penting, karena dapat mempengaruhi berkembang atau tidaknya pasar tersebut. Didalam pemilihan lokasi pasar perlu adanya pertimbangan yang matang karena setiap lokasi memiliki karakteristik yang berbedabeda. Lokasi pasar tradisional harus memiliki lokasi yang strategis sehingga mudah untuk dicapai oleh masyarakat, terutama letaknya tidak jauh dari pemukiman penduduk. Untuk saat ini lokasi pasarpasar tradisional merupakan lokasi pasar yang cocok, dimana letak pasar yang berdekatan dengan wilayah pemukiman penduduk.

B. Faktor Fisik

Bangunan Pasar dan Fasilitas Pasar Tradisional Jika kita lihat dari fisik

bangunan pasar tradisional yang ada (studi kasus), sebagian besar masih perlu adanya perhatian yang serius terutama dalam hal fisik/bangunan pasar yang dirasakan sudah perlu adanya renovasi pasar, dan perlu adanya perhatian tentang kebersihan lingkungan pasar yang memiliki kesan kotor dan bau. Sedangkan mengenai fasilitas pasar dirasakan areal parkir masih kurang bila dilihat dari besarnya konsumen pasar yang menggunakan kendaraan pribadi serta penyediaan sarana ibadah dan WC umum harus lebih diperhatikan terutama kebersihannya.

C. Faktor Produk

Produk yang diperdagangkan di pasarpasar tradisional tidak jauh berbeda dengan produk yang dijual di pasarpasar modern, hanya saja cara penyediaan barang/ komoditi barang dagangan yang berbeda. Sehingga perlu adanya variasi jenis komoditi atau dagangan selain kebutuhan hidup sehari-hari serta lebih dimodifikasikan dalam penyajiannya pada konsumen.

D. Faktor Pembinaan/Penyuluhan Pedagang
 Factor ini berguna selain untuk mempererat tali persaudaraan antara sesama pedagang, hal ini juga berguna untuk lebih memberikan pengetahuan terhadap pedagang, bagaimana cara berdagang yang baik serta cara (promosi) atau menarik konsumen untuk tetap berbelanja di pasarpasar tradisional.

E. Faktor Hukum

Tidak adanya tindak lanjut hukum dalam penerapan undang-undang ataupun peraturan daerah, terutama untuk pasarpasar pesaing pasar tradisional yang memperdagangkan komoditi yang sama tetapi dengan pola atau bentuk sistem pasar modern.

PEMBAHASAN

Studi Penelitian: Kenyamanan

Data Pengunjung

Data pengunjung menggambarkan kuantitas pengunjung yang dibuktikan dalam persentase untuk melihat daya tarik pengunjung yang memiliki keberpihakan pada salah satu obyek yang diteliti. Pengambilan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuisisioner kepada masyarakat luas (terutama orang dewasa hingga orang tua) dan pengamatan langsung yang dilakukan oleh penulis untuk mengunjungi dua obyek tersebut. Berikut ini adalah diagram hasil data pengunjung:

Dari kedua tempat tersebut, mana yang paling anda sering kunjungi?

28 tanggapan

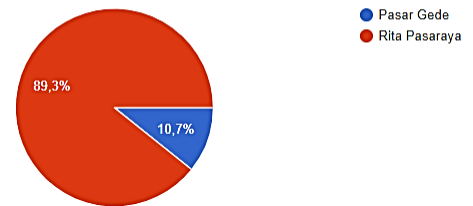


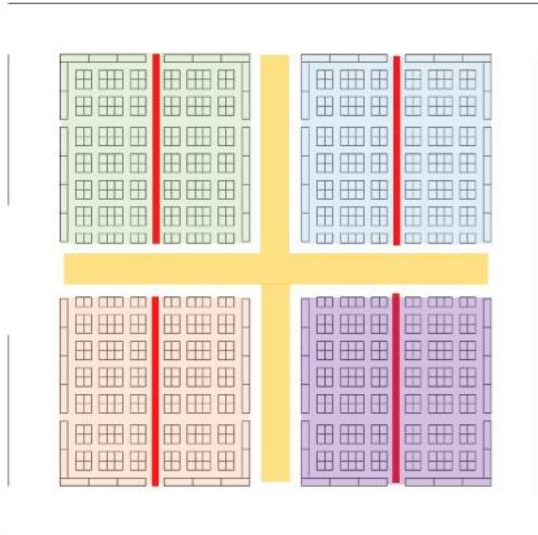
Diagram 1 Data Pengunjung

Studi Penelitian: Tata Ruang

Denah Ruang Pasar gede



Gambar 1 Kebutuhan Ruang



Gambar 2 Denah Pasar Gede Cilacap



Gambar 3 Keadaan Lorong Pasar Gede

Keterangan :

1. Warna kuning yang terletak pada denah merupakan sirkulasi utama dengan ukuran lebar 10 m yang sering digunakan sebagai tempat parkir dan juga terdapat banyak pedagang ilegal.
2. Warna merah yang terletak pada denah merupakan sirkulasi sekunder dengan ukuran lebar seharusnya adalah 1,75 m tetapi yang terjadi di lapangan berukuran 1,5 m antar kios sehingga terlihat sempit karena terdapat manequin atau barang dagang yang

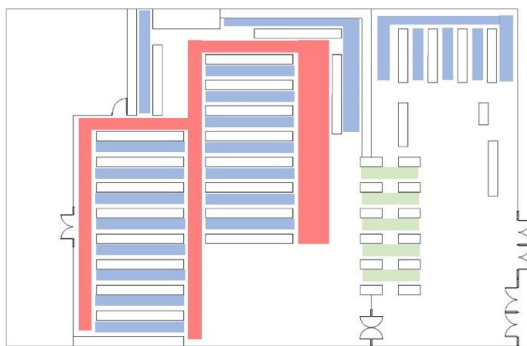
diletakkan didepan kios sehingga mengganggu lalu lalang konsumen baik yang sedang memilih produk maupun konsumen lainnya yang hendak melewati daerah tersebut.

3. Segmentasi bangunan terdiri dari :
 - a. Warna hijau pada denah merupakan letak kios untuk jenis pakaian
 - b. Warna biru pada denah merupakan letak kios untuk jenis kebutuhan pokok (sembako)
 - c. Warna oranye pada denah merupakan letak kios untuk jenis hasil olahan pertanian seperti sayur-sayuran
 - d. Warna ungu pada denah merupakan letak kios untuk jenis hasil tangkapan seperti ikan dan lain sebagainya.
4. Kondisi Pasar Gede Cilacap terlihat tidak tertib karena semenjak ada kenaikan harga sewa kios menimbulkan banyak munculnya pedagang ilegal yang berjualan di area pasar sehingga pengelompokan komoditas produk tidak sesuai bahkan membuat akses jalan sempit dan pengunjung bingung untuk mencari letak produk komoditas yang dibutuhkan.
5. Demi memberikan peran yang efektif supaya tidak memanfaatkan area sirkulasi sebagai area berdagang, kebutuhan akan area yang sejenis harus ditata ulang guna mengurangi kepadatan pada bagian sirkulasi untuk berdagang, karena bagaimanapun juga area sirkulasi adalah area aktivitas untuk menunjang proses jual beli di dalam pasar. Apabila lebar kios mencukupi yaitu dengan ukuran $1,8 \text{ m} \times 1,8 \text{ m} = 3,24 \text{ m}$

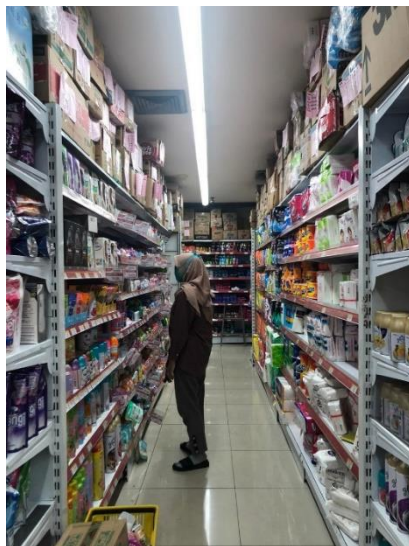
Denah Ruang Rita Pasar Raya



Gambar 4 Gambar Trolley di Rita Pasaraya



Gambar 5 Denah Rita Pasaraya



Gambar 6 Keadaan Lorong Rita Pasaraya

Keterangan :

1. Warna merah yang terletak pada denah merupakan sirkulasi utama dengan lebar 1,6 m
2. Warna biru yang terletak pada denah merupakan sirkulasi sekunder dengan lebar 1,1 m, panjang lorong 6,5 m, dan lebar antar kasir 60 cm.
3. Kondisi di lapangan yang terjadi ialah apabila konsumen memasuki area sirkulasi sekunder dengan posisi membawa trolley maka akan tersendat bahkan tidak bisa berpapasan, sehingga banyak konsumen meninggalkan trolley di sirkulasi utama dan menimbulkan penumpukan pada area sirkulasi utama. Letak gudang berada di belakang sedangkan bongkar muat di depan melalui sirkulasi utama membuat pengunjung tidak nyaman dan lalu lalang tersendat.

Hasil Rekapitulasi

Tabel 1 Rekapitulasi Pasar Gede

Pertanyaan	Ya	Tidak
Apakah anda pernah mengunjungi Pasar Gede Cilacap?	96,4%	3,6%
Menurut anda, apakah kios sudah di kelompokkan sesuai jenis dagangan yang sejenis?	57,1%	42,9%
Apakah pedagang yang berdagang di jalur untuk berjualan mengganggu kenyamanan anda?	78,6%	21,4%
Jumlah Responden : 28		

Tabel 2 Rekapitulasi Rita Pasaraya

Pertanyaan	Ya	Tidak
Apakah anda pernah mengunjungi Rita Pasaraya Cilacap?	100%	
Jumlah Responden : 28		

Apa alasan anda lebih nyaman belanja di tempat tersebut ?

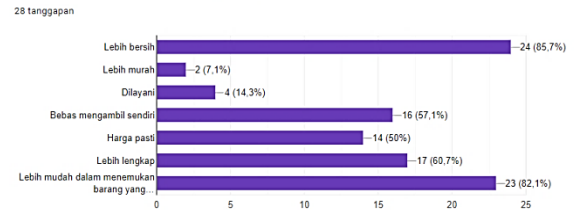


Diagram 3 Rekapitulasi 2

Tabel 3

Menurut anda, bagaimana keadaan jalur untuk berjalan?

	SS	S	CL	SL
Di Pasar Gede	10,7%	57,1%	32,1%	
Di Rita Pasaraya		46,4%	53,6%	
Jumlah Responden : 28				
SS : Sangat Sempit				
S : Sempit				
CL : Cukup Luas				
SL : Sangat Luas				

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis diatas bahwa dalam penelitian ini dapat menarik kesimpulan yaitu:

Masyarakat cenderung memilih berbelanja di supermarket (pasar modern) karena kondisi bangunan lebih bersih, konsumen bebas memilih barang sendiri, ketersediaan barang lebih lengkap, pengelompokan barang lebih tertata dan rapi, sedangkan di pasar tradisional mutu kebersihan kurang terjamin, sirkulasi udara tidak lancar sehingga menimbulkan suasana yang lembab, sirkulasi merupakan hal yang paling penting untuk mengakses jalannya aktivitas pada pasar, karena sirkulasi dapat menciptakan rasa nyaman serta menunjang jalannya kegiatan pada saat pengunjung datang berbelanja di pasar. Tidak hanya itu saja terdapat pula beberapa pedagang kaki lima dan pedagang ilegal yang menggunakan sirkulasi untuk berjualan, dikarenakan sirkulasi utama pada pasar adalah tempat yang strategis dalam berjualan yang dilakukan pedagang, hal ini memunculkan masalah baru terkait penumpukan ruang jual pada area sirkulasi dan menimbulkan pencahayaan kurang terang (gelap). Perbandingan antara kedua kondisi tersebut menjadi pertimbangan konsumen dalam menentukan kenyamanan antara pasar modern dengan pasar tradisional. Sebaiknya dengan mempertimbangkan kondisi yang terjadi dilapangan, pasar tradisional lebih memperhatikan ketertiban untuk menunjang kenyamanan pengunjung.

Menurut anda, lebih nyaman berbelanja di Pasar Gede atau di Rita Pasaraya? 28 tanggapan

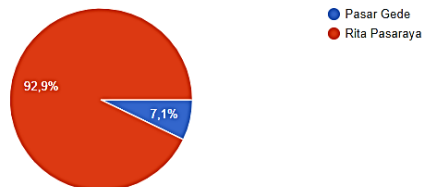


Diagram 2 Rekapitulasi 1

DAFTAR PUSTAKA

- Adianti Maya Monica. 2015. Perancangan Pasar Tradisional dengan Konsep Modern. *Jurnal Sains dan Seni ITS* Vol. 4 No.2 2015 hal. 101-104
- Endi Sarwoko. 2008. Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional Di Wilayah Kabupaten Malang. *Jurnal Ekonomi Modernisasi* Vol. 4 No. 2 2008 hal. 99-100
- <https://id.wikipedia.org/wiki/Pasar>
- <https://id.wikipedia.org/wiki/Supermarket>
- Marsekaldo Rivaldo, dkk. 2018. Dampak Kebijakan Relokasi Pasar Tradisional Rawajaya Di Wilayah Kota Tobelo Kabupaten Halmahera Utara. *Ejournal.unsrat.ac.id* Vol. 4 No. 32 2018 hal. 6-7
- Oryza Devi Salam. 2020. Personal Branding Digital Natives Di Era Komunikasi Media Baru (Analisis Personal Branding Di Media Sosial Instagram). *Jurnal BECOSS (Business Economic, Communication, and Social Science)* Vol. 2 No. 1 2020 hal. 26
- Peraturan Menteri Perdagangan RI no.53/M-DAG/PER/12/2008 Suardana, I Nyoman Gde. 2007. Pasar Tradisional yang Kian Terpinggir.
- Pradhipta Adhiatma. 2015. Penataan Pola Tata Ruang Dalam Pasar Legi Tradisional Kota Blitar. *Jurnal Mahasiswa Jurusan Arsitektur Universitas Brawijaya*
- Sasanto Reza. 2010. Identifikasi Karakteristik Pasar Tradisional di Wilayah Jakarta Selatan (Studi Kasus : Pasar Cipulir, Pasar Kebayoran Lama, Pasar Bata Putih, dan Pasar Santa). *Jurnal PLANESa*. Vol. 1 No. 1 Mei 2010 hal. 1-7
- Satuhu Yogie Maulana. 2014. Redesain Pasar Bareng Kota Malang (Perancangan Pasar Tradisional Bercitra Modern). *Jurnal Mahasiswa Jurusan Arsitektur Universitas Brawijaya*