

**TUGAS AKHIR
(SKRIPSI)**

**PEMANFAATAN RUANG PASAR TRADISIONAL
BERDASARKAN AKTIVITAS PASAR SERTA
KARAKTER DAN AKTIVITAS PEDAGANG
DI PASAR BLIMBING KOTA MALANG**



**MILIK
PERPUSTAKAAN
ITN MALANG**

**Disusun Oleh :
RATIH YULIANDHARI .AR
NIM 05.24.035**

**JURUSAN TEKNIK PLANOLOGI
PROGRAM STUDI PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG
2010**

3019

ИШТИРАК ТЕКНОЛОГИСИ ИСТИҚОНАТ МАТНАСИ
БУКАТЛАШ ТЕКНИК СИСТЕМАСИ БИРЛЭШТЮРГӨН
БИОСФЕРА ТЕКНОЛОГИЯСИ ИСТИҚОНАТ МАТНАСИ
ТЕКНОЛОГИЯ ТЕКНИК СИСТЕМАСИ

ИИИ 02'34'072

НАТИЖА ХУДАДАШТИРИШ

Дизайн Сир :

ИИИ МАТНАСИ
БЕРМӨСЛӨК
ИИИ

ДИ БУСАК ВЕРАТИФИКАЦИЯ МАТНАСИ
КУНАКТЕК ДАМ УҚЛАШТИРАШ БЕДВАСИ
БЕРМӨСЛӨК УҚЛАШТИРАШ БУСАК СЕКЦ
БЕРМӨСЛӨК МАТНАСИ БУСАК ТЕКНОЛОГИЯ

(СЕКЦИОН)
ЛОСУС УҚЛАШТИ

LEMBAR PENGESAHAN

TUGAS AKHIR
(SKRIPSI)

PEMANFAATAN RUANG PASAR TRADISIONAL
BERDASARKAN AKTIVITAS PASAR SERTA KARAKTER
DAN AKTIVITAS PEDAGANG DI PASAR BLIMBING KOTA MALANG

Disusun oleh
Nama : RATIH YULIANDHARI .AR
NIM. : 05.24.035

Dipertahankan Dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Jenjang Strata Satu (S1)
Di
Jurusan Teknik Planologi
Program Studi Perencanaan Wilayah Dan Kota
Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan
Institut Teknologi Nasional Malang

Dinyatakan Lulus Dan Diterima Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Teknik
Pada Hari : Kamis, 19 Agustus 2010

Anggota Penguji :

Penguji I

(Nindya Sari, ST, MT)

Penguji II

(Ir. Hutomo Moestadjab)

Penguji III

(Trijuwono Widodo, ST)

Menyetujui,

Pembimbing I

(Arief Setiyawan, ST, MT)

Pembimbing II

(Endra Budi Santosa, ST)

Mengetahui,

Dekan

Fakultas Teknik Sipil Dan Perencanaan
Institut Teknologi Nasional Malang



(Ir. A. Agus Santosa, MT)

Ketua Jurusan

Teknik Planologi
FTSP-ITN Malang



(Dr. Ir. Ibnu Sasongko, MT)

LEMBAR PENGESAHAN

TUGAS AKHIR
(SKRIPSI)

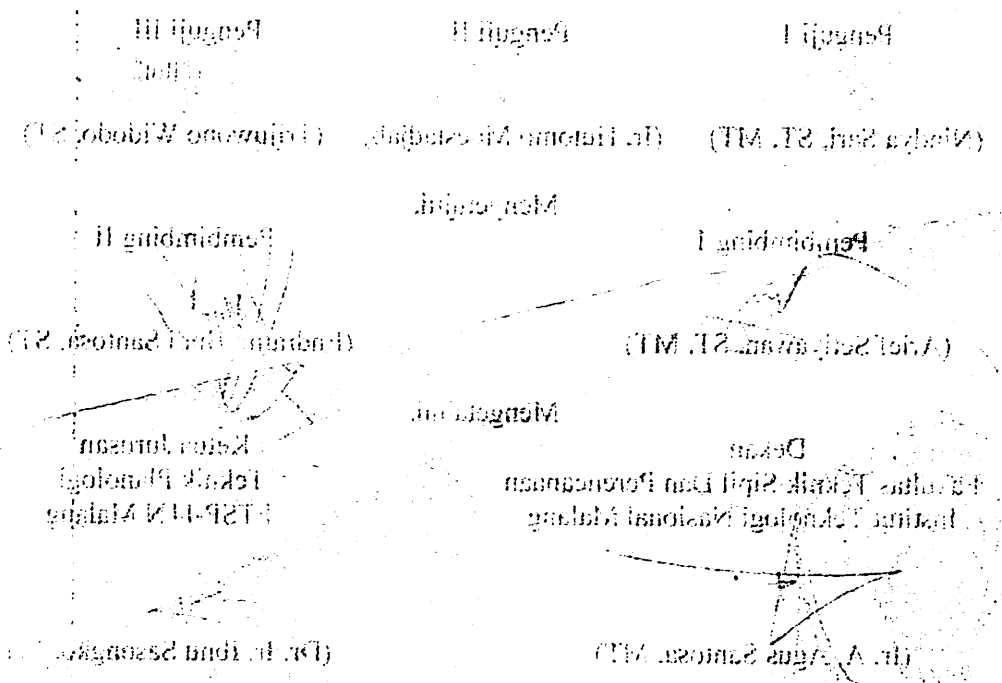
PEMANTAPAN RUANG PASAR TRADISIONAL
BERDASARKAN AKTIVITAS PASAR SEBAGAI BAKAR
DAN AKTIVITAS WADAGANG DI PASAR BERINGIN KOTA MALANG

Dibuat oleh
Nama : RATHI YULIAHARTI AR
NIM : 05231032

Dipresentasikan Disiapkan (Tahap Pengantar) dan
Jajangan (Sesi 20)
DI
Jurusan Teknik Pangan
Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota
Fakultas Teknik dan Perencanaan
Institut Teknologi Nasional Malang

Dinyatakan lulus dan diberikan nilai kelulusan pada saat ujian
Guna memperoleh Gelar Sarjana Teknik
Tahun II tahun : Januari - Desember 2010

Anggota Pengajar :



The Use of Traditional Market Space Based On Activity of the Market and Character and Activity of the Traders at Blimbing Market Malang

ABSTRACT

The traditional market trend in Indonesia that generally is seen dirty, muddy, and was smelly, forced the government to carry out revitalisation against the markets that were felt began to experience the decline, to increase competitiveness against the modern market. The traditional market had the strategic role in developing endurance and communication access of populist economics in conservation of the values of the culture as well as local civilization. Most stakeholder that was constructive and revitalisation of a market not all that pay attention to activity of the traditional market and character and activity of the trader as well as the available inside. Where the cultural tradition of a market was rooted from the pattern of the social life of his community's economics.

In the research concerning activity of the market and character and activity of the the traders in the utilisation of traditional market space used the theory approach Koenjaraningrat concerning the trader's nine kinds that were received in the traditional Javanese market, the Belshaw theory concerning the characteristics of the exchange system as well as the approach space to discuss this problem, then in this research was used by the method of the data collection of using the interview totalling fifty respondents randomly and the analysis method used descriptive qualitative, the domain method, and the method komponensial.

Conclusions from the results of studies showing that structurally the use of space by some kind of traders at the farmers of Blimbing market was the person who processed the raw material into the manufactured item, the parker attendant only did not guard parked but also became the worker carried as well as woke the thing of the trader's merchandise, and as well as in the Blimbing Market was not gotten by the owner of the cart and opelet but owners of pedicab and pick-up. The use of Blimbing Market space by activity individual traders of semi-public space (parking lot) into a private space (space for trade) led to the use of temporary space and time distribution of the three sessions in Blimbing Market. The most frequently used space is a parking space. So we can conclude that the utilization of space in the Market Blimbing create space and time to the maximum, the role involves a lot of traders and the market environment to live for 24 hours packed in the old concept in the traditional sense.

Key Words : The Use of Traditional Market Space, Traditional Market, Character, Activity

**Pemanfaatan Ruang Pasar Tradisional Berdasarkan Aktivitas Pasar
Serta Karakter dan Aktivitas Pedagang di Pasar Blimbing Kota Malang**

**The Use of Traditional Market Space Based On Activity of the Market
and Character and Activity of the Traders at Blimbing Market Malang**

ABSTRAKSI

Kecenderungan pasar tradisional di Indonesia yang umumnya terlihat kumuh, becek, dan bau, memaksa pemerintah melakukan revitalisasi terhadap pasar-pasar yang dirasakan mulai mengalami penurunan, untuk meningkatkan daya saing terhadap pasar modern. Pasar tradisional memiliki peran strategis dalam membangun ketahanan ekonomi kerakyatan dan akses komunikasi dalam pelestarian nilai-nilai budaya serta peradaban lokal. Sebagian besar para *stakeholder* yang membangun maupun revitalisasi sebuah pasar tradisional kurang memperhatikan aktivitas pasar serta karakter dan aktivitas pedagang yang ada di dalamnya. Dimana tradisi kultural sebuah pasar berakar dari pola kehidupan sosial ekonomi masyarakatnya.

Dalam penelitian mengenai aktivitas pasar serta karakter dan aktivitas pedagang dalam pemanfaatan ruang pasar tradisional menggunakan pendekatan teori Koenjaraningrat mengenai sembilan jenis pedagang yang terdapat di pasar tradisional Jawa, teori Belshaw mengenai ciri-ciri sistem pertukaran serta pendekatan keruangan untuk membahas permasalahan tersebut, maka dalam penelitian ini digunakan metode pengumpulan data menggunakan wawancara sebanyak lima puluh responden secara acak dan metode analisa menggunakan deskriptif kualitatif, metode domain, dan metode komponensial.

Adapun kesimpulan dari hasil penelitian yang didapat bahwa secara struktural pemanfaatan ruang oleh beberapa jenis pedagang yaitu para petani di Pasar Blimbing merupakan orang yang mengolah bahan baku menjadi bahan jadi, tukang parkir tidak hanya menjaga parkir tetapi juga menjadi buruh angkut serta menjagakan barang dagangan pedagang, serta di Pasar Blimbing tidak terdapat pemilik pedati dan opelet melainkan pemilik becak dan pick up. Pemanfaatan ruang pasar Blimbing oleh aktivitas para pedagang dari ruang semi publik (ruang parkir) menjadi ruang privat (ruang untuk berdagang) menyebabkan adanya pemanfaatan ruang secara temporer dan pembagian tiga sesi waktu di Pasar Blimbing. Dan ruang yang paling sering digunakan yaitu ruang parkir. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa pemanfaatan ruang di Pasar Blimbing menjadikan ruang dan waktu menjadi maksimal, melibatkan banyak peran pedagang serta suasana pasar menjadi hidup selama 24 jam yang dikemas dalam konsep lama dalam arti tradisional.

Kata Kunci : Pemanfaatan Ruang Pasar, Pasar Tradisional, Karakter, Aktivitas

KATA PENGANTAR

Setelah mengalami proses yang cukup panjang dan melelahkan, penulis merasa bahwa penulisan tugas akhir ini merupakan sesuatu hal yang sangat penting untuk mengukur kemampuan dalam menyerap ilmu yang telah didapat baik secara langsung melalui kuliah maupun pengalaman di lapangan. Penulis sangat tertarik mengambil tema pasar tradisional, karena lingkungan tempat tinggal penulis yang terletak berdekatan dengan pasar di kampung halaman, sehingga peneliti sudah merasa dekat dengan yang namanya pasar tradisional.

Dengan adanya perkembangan pasar modern di kota-kota besar dapat mematikan pasar tradisional yang merupakan habitat dan relung bagi para pedagang. Para pedagang pasar tradisional yang menggerakkan roda kehidupan pasar, yang menjadikan pasar memang dapat bekerja sebagai pasar (tempat transaksi dan distribusi), lebih banyak berperan sebagai tamu penyewa bedak, padahal mereka menjadikan sebuah pasar menjadi *locus* habitat (tempat usaha) dan relung (tempat hidup). Karena persoalan utama yang mengkemuka pada pasar tradisional adalah lebih menyentuh pada manusia “pelaku pasar” dan bukan pada barang dan jasa atau bangunan fisik yang ada di pasar, maka perlu kajian mengenai karakter pedagang dalam memanfaatkan ruang pasar agar dapat dilihat konsep ruang pasar tradisional yang masih mempertahankan nuansa tradisional.

Dalam pemilihan lokasi studi penelitian ini, bukan merupakan hal yang sederhana untuk dilakukan, tetapi pentingnya observasi yang dilakukan sebelumnya untuk melihat potensi serta masalah yang ada di Pasar Tradisional seluruh Kota Malang. Selanjutnya Pasar Blimbing terpilih menjadi lokasi studi penelitian karena dilihat dari intensitas waktu pemanfaatan ruang yang terjadi sehingga adanya pemanfaatan ruang secara temporer pada halaman parkir Pasar Blimbing.

Konsep pemanfaatan ruang pasar tradisional berdasarkan aktivitas pasar serta karakter dan aktivitas pedagang ditujukan sebagai referensi bidang *urban*

design. Dengan demikian studi ini merupakan kegiatan yang cukup luas dan komprehensif yang menyangkut ruang sempit dengan batasan aspek yang telah ditentukan.

Puji syukur kehadirat Allah SWT, karena penulis telah diberikan jalan dan tenaga untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini, walaupun dengan waktu yang lama dan pastinya biaya yang tinggi. Ucapan terima kasih dan hormat penulis kepada kedua pembimbing Bapak Arief Setiyawan,ST,MT dan Bapak Endratno Budi Santosa, ST atas waktu yang telah diluangkan untuk memberikan masukan dalam rangka perbaikan tugas akhir ini. Serta rasa terima kasih yang tulus juga penulis haturkan kepada Bapak Ir. Hutomo Mustadjab, Ibu Ir. Agustina Nurul Hidayati, MT, rekan Iin, Titin dan Willy atas diskusi dan semangat yang telah diberikan. Penulis juga tak lupa memberikan ucapan terima kasih kepada teman-teman angkatan 2005 dan anak kos Bendungan Wlingi 34.

Demikian dengan penuh rasa syukur pada Allah SWT, insyaallah penelitian dapat diamalkan dan berguna bagi banyak kalangan yang berkepentingan, terutama bagi *civitas* Jurusan Teknik Perencanaan Wilayah dan Kota.

Malang, Agustus 2010

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
Abstrack.....	i
Abstraksi.....	ii
Kata Pengantar.....	iii
Daftar Isi.....	v
Daftar Tabel.....	viii
Daftar Gambar.....	x
Daftar Diagram.....	xii
Daftar Peta.....	xiii
Daftar Pustaka.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan dan Sasaran.....	8
1.3.1 Tujuan.....	8
1.3.2 Sasaran.....	9
1.4 Ruang Lingkup Studi.....	9
1.4.1 Ruang Lingkup Wilayah Studi.....	9
1.4.2 Ruang Lingkup Materi.....	10
1.5 Tinjauan Pustaka.....	13
1.5.1 Beberapa Pengertian dan Unsur Pasar Tradisional.....	13
1.5.1.1 Definisi Pasar Tradisional.....	14
1.5.1.2 Jenis Pasar Tradisional.....	15
1.5.1.3 Ciri-ciri Pasar Tradisional.....	18
1.5.1.4 Jenis Barang Dagangan di Lokasi Pasar Tradisional.....	19
1.5.1.5 Tipe Tempat Berjualan Pada Pasar Tradisional.....	20
1.5.1.6 Fungsi, Peranan, dan Aktivitas Pasar.....	22
1.5.1.7 Karakter dan Aktivitas Pedagang Pasar Tradisional.....	26
1.5.2 Beberapa Pengertian Mengenai Ruang.....	29
1.5.2.1 Konsep.....	29
1.5.2.2 Ruang.....	29
1.5.2.3 Pola Ruang.....	32
1.5.2.4 Pemanfaatan Ruang.....	32
1.5.2.5 Pendekatan Keruangan.....	33
1.6 Landasan Penelitian.....	35
1.6.1 Definisi Pemanfaatan Ruang.....	35
1.6.2 Definisi Pasar Tradisional.....	35
1.6.3 Definisi Karakter Pedagang.....	35
1.6.4 Definisi Aktivitas Pedagang.....	36

2.4. Pemanfaatan dan Pendekatan Keruangan Pasar Tradisional.....	91
2.4.1. Pemanfaatan Ruang Pasar Tradisional.....	91
2.4.2. Pendekatan Keruangan Pasar Tradisional	92
BAB III ANALISA PEMANFAATAN RUANG PASAR BLIMBING..	93
3.1. Analisa Karakteristik Pedagang Terhadap Ruang Pasar.....	93
3.1.1. Analisa Jenis Pedagang Terhadap Ruang Pasar	93
3.1.2. Analisa Asal Pedagang Terhadap Ruang Pasar	98
3.1.3. Analisa Jenis Barang Dagangan Terhadap Ruang Pasar.....	100
3.1.4. Analisa Alasan Berdagang Terhadap Ruang Pasar.....	103
3.1.5. Analisa Tingkat Pendidikan Terhadap Ruang Pasar.....	106
3.1.6. Analisa Frekuensi Berdagang Terhadap Ruang Pasar	108
3.1.7. Analisa Motivasi Pedagang	110
3.2. Analisa Aktivitas Pasar dan Pedagang Terhadap Ruang Pasar	114
3.2.1. Analisa Aktivitas Pasar Terhadap Ruang Pasar.....	114
3.2.1.1. Analisa Rotasi Pasar Terhadap Ruang Pasar	115
3.2.1.2. Analisa Arus Barang dan Jasa Terhadap Ruang Pasar.....	117
3.2.1.3. Analisa Tingkat dan Persaingan Jual Beli Terhadap Ruang Pasar.....	120
3.2.2. Analisa Aktivitas Pedagang Terhadap Ruang Pasar	122
3.3. Analisa Pemanfaatan Ruang Pasar Blimbing	127
3.4. Konsep Pemanfaatan Ruang Pasar Tradisional Berdasarkan Karakter- Aktivitas Pasar dan Pedagang	130
3.4.1. Pemanfaatan Ruang Pasar Oleh Para Petani.....	130
3.4.2. Pemanfaatan Ruang Pasar Oleh Para Tengkulak Bakul.....	132
3.4.3. Pemanfaatan Ruang Pasar Oleh Para Tengkulak Kedua.....	134
3.4.4. Pemanfaatan Ruang Pasar Oleh Para Makelar	136
3.4.5. Pemanfaatan Ruang Pasar Oleh Para Pemilik Toko	138
3.4.6. Pemanfaatan Ruang Pasar Oleh Para Pemilik Becak dan Pick Up	140
3.4.7. Pemanfaatan Ruang Pasar Oleh Para Penjaja Keliling	143
3.4.8. Pemanfaatan Ruang Pasar Oleh Para Pemilik Warung Makanan	145
3.4.9. Pemanfaatan Ruang Pasar Oleh Para Tukang	147
BAB IV PENUTUP	156
4.1. Kesimpulan	156
4.2. Rekomendasi	165

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1	Jenis Pasar Tradisional 18
Tabel 1.2	Perbandingan Pasar Tradisional dan Pasar Modern 24
Tabel 1.3	Karakteristik Pasar Tradisional 24
Tabel 1.4	Karakteristik Pedagang Pasar Tradisional 27
Tabel 1.5	Variabel Penelitian 37
Tabel 1.6	Lembar Kerja Analisis Domain 48
Tabel 1.7	Pertanyaan-Pertanyaan Struktural Domain 49
Tabel 1.8	Analisis Komponensial 52
Tabel 2.1	Jenis Pedagang Berdasarkan Perannya 62
Tabel 2.2	Jumlah Pedagang Berdasarkan Peran Pedagang di Pasar Blimbing 62
Tabel 2.3	Jumlah Pedagang Berdasarkan Asal Pedagang di Pasar Blimbing 63
Tabel 2.4	Jumlah Pedagang Berdasarkan Jenis Barang Dagangan 65
Tabel 2.5	Komposisi Pedagang Menurut Kelompok Barang Dagangan di Pasar Blimbing 65
Tabel 2.6	Jumlah Pedagang Berdasarkan Alasan Berdagang 68
Tabel 2.7	Jumlah Pedagang Berdasarkan Tingkat Pendidikan 69
Tabel 2.8	Jumlah Pedagang Berdasarkan Frekuensi Pendidikan 71
Tabel 2.9	Aktivitas Pasar dan Pedagang Berdasarkan Rotasi Berdagang 73
Tabel 2.10	Fasilitas Pasar Blimbing 81
Tabel 2.11	Jumlah Tempat Usaha Yang Menempati Bangunan Permanen Pasar Blimbing 84
Tabel 2.12	Jumlah Tempat Usaha Yang Menempati Bangunan Non Permanen Pasar Blimbing 84
Tabel 3.1	Analisa Karakteristik Pedagang Berdasarkan Jenis Pedagang 95
Tabel 3.2	Komposisi pedagang Berdasarkan Peran Pedagang di Pasar Blimbing 97
Tabel 3.3	Komposisi Pedagang Berdasarkan Asal Pedagang 98
Tabel 3.4	Komposisi Pedagang Menurut Karakter Barang Dagangan di Pasar Blimbing 100
Tabel 3.5	Komposisi Pedagang Berdasarkan Alasan Berdagang 103
Tabel 3.6	Komposisi Pedagang Berdasarkan Tingkat Pendidikan 107
Tabel 3.7	Karakteristik Pedagang Berdasarkan Frekuensi Pedagang 108
Tabel 3.8	Analisa Karakteristik Pedagang Berdasarkan Zonasi Pasar Blimbing 112
Tabel 3.9	Pemanfaatan Ruang Pasar Blimbing Berdasarkan Aktivitas Pedagang 126
Tabel 3.10	Analisa Karakteristik Pasar Berdasarkan Zonasi Pasar Blimbing 127
Tabel 3.11	Analisa Pemanfaatan Ruang Pasar Secara Intens

	di Pasar Blimbing	128
Tabel 3.12	Analisa Pemanfaatan Ruang Secara Temporer.....	129
Tabel 3.13	Analisa Domain Para Petani	130
Tabel 3.14	Analisa Komponensial Para Petani	132
Tabel 3.15	Analisa Domain Para Tengkulak Bakul	132
Tabel 3.16	Analisa Komponensial Para Tengkulak Bakul	134
Tabel 3.17	Analisa Domain Para Tengkulak Kedua	134
Tabel 3.18	Analisa Komponensial Para Tengkulak Kedua	136
Tabel 3.19	Analisa Domain Para Makelar	136
Tabel 3.20	Analisa Komponensial Para Makelar	138
Tabel 3.21	Analisa Domain Para Pemilik Toko	139
Tabel 3.22	Analisa Komponensial Para Pemilik Toko.....	140
Tabel 3.23	Analisa Domain Para Pemilik Becak dan Pick Up	141
Tabel 3.24	Analisa Komponensial Para Pemilik Becak dan Pick Up	142
Tabel 3.25	Analisa Domain Para Penjaja Keliling	143
Tabel 3.26	Analisa Komponensial Para Penjaja Keliling	144
Tabel 3.27	Analisa Domain Para Pemilik Warung Makanan	145
Tabel 3.28	Analisa Komponensial Para Pemilik Warung Makanan	146
Tabel 3.29	Analisa Domain Para Tukang	147
Tabel 3.30	Analisa Komponensial Para Tukang	148
Tabel 3.31	Matriks Hubungan Antara Karakter Pedagang, Aktivitas Pedagang, dan Aktivitas Pasar	153
Tabel 4.1	Matriks Hubungan Antara Ruang, Waktu, dan Kegiatan Oleh Pelaku Pasar Blimbing	162

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Keadaan Pasar Tradisional di Indonesia.....	3
Gambar 1.2. Keadaan Pasar Modern BSD City, Tangerang.....	5
Gambar 1.3. Penggunaan Ruang Pasar Blimbing	6
Gambar 1.4. Jenis Pedagang di Pasar Tradisional Blimbing	6
Gambar 1.5. Ruang yang sama memberikan kesan yang berbeda bergantung pada faktor hujan, angin atau sinar matahari yang mempengaruhinya	30
Gambar 1.6. Bila suatu keluarga sedang piknik “menggelar” sebuah tikar di tempat terbuka, maka terjadi sebuah ruang yang terpisah dari alam	30
Gambar 1.7. Bila seseorang pria dan wanita yang berjalan di waktu hujan membuka payung maka di bawah payung itu terjadi sebuah dunia “hanya untukku dan untukmu”	30
Gambar 1.8. Bila orang-orang berkerumun mengelilingi seorang pembicara, maka terbentuk ruang yang mempunyai tegangan di sekitar pembicara.....	30
Gambar 2.1. Pasar Blimbing	56
Gambar 2.2. Gambaran Kawasan Pemanfaatan Ruang di sekitar Pasar Blimbing Kota Malang.....	57
Gambar 2.3. Sketsa Lokasi Pasar Blimbing Kota Malang.....	58
Gambar 2.4. Jenis Pedagang di Pasar Blimbing.....	61
Gambar 2.5. Denah Pasar Berdasarkan Asal Pedagang	64
Gambar 2.6. Denah Pasar Berdasarkan Jenis Barang Dagangan	68
Gambar 2.7. Denah Pasar Berdasarkan Frekuensi Berdagang.....	70
Gambar 2.8. Denah Pasar Berdasarkan Motivasi Pemanfaatan Ruang	71
Gambar 2.9. Aktivitas Pasar Blimbing	73
Gambar 2.10. Aktivitas Pedagang di Pasar Blimbing	77
Gambar 2.11. Sistem Jual Beli	79
Gambar 2.12. Paguyuban Becak Pasar Blimbing	79
Gambar 2.13. Petugas Membersihkan Pasar setelah Kegiatan Pasar.....	80
Gambar 2.14. Fasilitas TPS	81
Gambar 2.15. Denah Pasar.....	82
Gambar 2.16. Denah Lokasi Fasilitas Perdagangan Pasar Blimbing	85
Gambar 2.17. Denah Lokasi Fasilitas Pendukung Pasar Blimbing.....	86
Gambar 2.18. Areal Parkir Pasar Blimbing	87
Gambar 2.19. Areal Bongkar Muat Barang Dagangan di Pasar Blimbing	88
Gambar 2.20. Sempitnya lorong pasar menyebabkan pergerakan orang tidak nyaman	88
Gambar 2.21. Sirkulasi di Pasar Blimbing.....	89
Gambar 2.22. Sirkulasi Barang Dagangan di Pasar Blimbing.....	90
Gambar 2.23. Pemanfaatan Ruang di Pasar Blimbing	91
Gambar 3.1. Pemanfaatan Ruang Berdasarkan Berdasarkan	

	Asal Pedagang.....	97
Gambar 3.2.	Pemanfaatan Ruang Berdasarkan Jenis Barang Dagangan	99
Gambar 3.3.	Menurut Pak Tono, alasan berdagang karena tuntutan.....	104
Gambar 3.4.	Pemanfaatan Ruang Berdasarkan Alasan Berdagang.....	105
Gambar 3.5.	Pemanfaatan Ruang Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	108
Gambar 3.6.	Pemanfaatan Ruang Berdasarkan Frekuensi Berdagang	109
Gambar 3.7.	Pemanfaatan Ruang Berdasarkan Motivasi Pedagang	111
Gambar 3.8.	Pemanfaatan Ruang Berdasarkan Karakteristik Pedagang Pasar Blimbing	114
Gambar 3.9.	Rotasi Pasar Blimbing	116
Gambar 3.10.	Analisa Arus Barang dan Jasa Terhadap Ruang Pasar	119
Gambar 3.11.	Analisa Tingkat dan Persaingan Jual Beli Terhadap Ruang Pasar	121
Gambar 3.12.	Analisa Pemanfaatan Ruang Pasar Blimbing Berdasarkan Aktivitas Pedagang.....	126
Gambar 3.13.	Hubungan Keterkaitan Antar Pedagang Di Pasar Blimbing.....	149
Gambar 3.14.	Pemanfaatan Ruang Pada Pagi Hari	150
Gambar 3.15.	Pemanfaatan Ruang Pada Siang Hari	151
Gambar 3.16.	Pemanfaatan Ruang Pada Malam Hari.....	152
Gambar 4.1.	Karakteristik Pedagang Pasar Blimbing	157
Gambar 4.2.	Pola Aktivitas Pasar Blimbing	157
Gambar 4.3.	Pola Aktivitas Pedagang	158
Gambar 4.4.	Ruang Yang Terbentuk Akibat Aktivitas Pasar Blimbing.....	158
Gambar 4.5.	Ruang Yang Terbentuk Akibat Aktivitas Pedagang Pasar Blimbing	159
Gambar 4.6.	Konsep Pemanfaatan Ruang Pasar Blimbing Kota Malang	163

DAFTAR DIAGRAM

	Halaman
Diagram 1.1. Penentuan Konsep Induk dan Domain Pendukung	48
Diagram 1.2. Kerangka Pikir.....	54
Diagram 2.1. Sejarah Berdirinya Pasar Blimbing	59
Diagram 2.2. Komposisi Pedagang Menurut Kelompok Barang Dagangan di Pasar Blimbing.....	67
Diagram 2.3. Frekuensi Berdagang di Pasar Blimbing	70
Diagram 2.4. Arus Barang dan Jasa di Pasar Blimbing.....	75
Diagram 2.5. Sistem Jual Beli	79
Diagram 2.6. Tempat Usaha.....	85
Diagram 3.1. Komposisi Pedagang Berdasarkan Peran di Pasar Blimbing	94
Diagram 3.2. Peran Pedagang Berdasarkan Jenis Pedagang di Pasar Blimbing	97
Diagram 3.3. Komposisi Pedagang Menurut Karakter Barang Dagangan di Pasar Blimbing.....	101
Diagram 3.4. Alasan Berdagang.....	104
Diagram 3.5. Analisa Tingkat Pendidikan Pedagang	107
Diagram 3.6. Analisa Frekuensi Berdagang	109
Diagram 3.7. Salah Satu Penggunaan Ruang Temporer Pada Ruang Parkir	117
Diagram 3.8. Alur Arus Barang Dan Jasa.....	120
Diagram 3.9. Analisa Aktivitas Pedagang Tetap di Pasar Blimbing.....	123
Diagram 3.10. Analisa Aktivitas Pedagang Tidak Tetap di Pasar Blimbing...	124

DAFTAR PETA

	Halaman
Peta 1.1 Orientasi Wilayah Pasar Blimbing.....	11

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pasar tradisional selain sebagai sarana jual-beli juga merupakan tempat bertemunya warga masyarakat dari berbagai kalangan. Pasar tradisional juga mempunyai peranan dalam kegiatan sosial. Perannya sebagai tempat melakukan aktivitas sosial, pasar tradisional terlihat sebagai tempat interaksi, komunikasi dan informasi serta tempat keramaian dan hiburan.¹

Pasar dengan kata lain juga mempunyai peranan dalam kegiatan sosial selain berperan sebagai tempat berniaga. “Pasar pada prinsipnya adalah tempat dimana para penjual dan pembeli bertemu. Tetapi apabila pasar telah terselenggara dalam arti para pembeli dan penjual sudah bertemu serta barang-barang kebutuhan sudah disebarluaskan, maka pasar memperlihatkan peranannya bukan hanya sebagai pusat kegiatan ekonomi tetapi juga sebagai pusat kebudayaan”.²

Pasar Tradisional merupakan salah satu warisan budaya yang perlu dilestarikan. Dalam beberapa prasasti menyebutkan bahwa pasar tradisional di masa Jawa kuno telah terbangun sebuah sistem berdasarkan kosmologi yang dianut dan dipercaya oleh masyarakat Jawa kuno. Dalam Prasasti Pangumulan A yang berangka 824 Saka (902 M) dijelaskan mengenai adanya orang-orang yang datang dari satu desa ke desa lain untuk berdagang pada hari-hari pasar. Dengan demikian, pada hari pasar, para pedagang dari desa itu sendiri maupun desa-desa di sekitar pasar membawa dagangan mereka ke pasar.

Salah satu contoh pasar tradisional yang masih memiliki suasana tradisional adalah Pasar Tradisional Wage Wadaslintang. Pasar tradisional yang masih bertahan di Kelurahan Wadaslintang, Kecamatan Wadaslintang, Kabupaten Wonosobo, walaupun berada di daerah yang terpencil namun keberadaannya masih tetap bertahan ditengah-tengah masyarakat yang terus berkembang. Pasar

¹ Menurut Wiryomartono peken adalah kata lain dari pasar, yang kata kerjanya mapeken, artinya berkumpul. Berkumpul dalam arti saling bertemu muka dan berjual beli pada hari pasaran (Saraswati, 2000 : 140. Dalam Paramita. No. 2)

² Chasanah, Ifah, Keberadaan Pasar Tradisional Wage Wadaslintang, Dalam Buku “Peranan Pasar pada Masyarakat Pedesaan Sumatera Barat”, 2007

merupakan salah satu penyebab adanya pergeseran nilai-nilai tradisional yang semula masih dipertahankan. Kehadiran pasar setidaknya-tidaknya telah merubah pola ekonomi tradisional kepada ekonomi komersial. Salah satu ciri untuk dapat melihat setiap usaha yang dilakukan oleh masyarakat telah berorientasi kepada untung dan rugi atau diukur dengan uang.³

Maju mundurnya suatu pasar tergantung pada gerak roda ekonomi pasar itu. Penggerak ekonomi itu antara lain pedagang. Pedagang berperan sebagai penjual dan pembeli dalam rangka mempersiapkan barang kebutuhan konsumen. Konsumen berhadapan langsung dengan pedagang yang memiliki kedai. Penjual mengharapkan barang yang dijual agar cepat laku, sebaliknya bagi pembeli ingin memiliki barang yang ia butuhkan. Adanya barang dalam pasar karena adanya permintaan dan penawaran. Untuk memperoleh barang tersebut bisa terjadi dibeli sendiri oleh pedagang atau melalui pedagang keliling, bahkan ada yang dibuat dalam pasar.⁴

Di pasar tradisional masih terjadi proses tawar-menawar harga, sedangkan di pasar modern harga sudah pasti ditandai dengan label harga. Dalam proses tawar-menawar terjalin kedekatan personal dan emosional antara penjual dan pembeli yang tidak mungkin didapatkan ketika berbelanja di pasar modern.⁵ Selain itu pasar tradisional memiliki keunggulan komparatif dalam atribut-atribut: harga murah, harga dapat ditawar, lokasi dekat rumah, dan waktu tempuh singkat.⁶

Selain memiliki keunggulan yang dimiliki pasar tradisional, tidak dapat dipungkiri bahwa pada umumnya pasar tradisional juga memiliki kelemahan yang kini kian terlihat semakin semrawut. Kendala pasar tradisional yang ada di Indonesia dilihat dari segi fisik, permasalahan yang ada yaitu :⁷

- a. Pasar tradisional belum dapat dibebaskan dari citra negatif sebagai tempat yang kumuh, semrawut, becek, kotor, dan bau. Hal ini disebabkan oleh para

³ Chasanah, Ifah, Op.cit, (Depdikbud, 1993 :201), 2007

⁴ Ibid, (Majid, 1988: 321), 2007

⁵ Rudy, Pasar Tradisional vs Pasar Modern, 2006, website www.hilmiarifin.com

⁶ Kerja Sama antara INDEF dan Departemen Perdagangan RI, Ringkasan Eksekutif, "Kajian Dampak Ekonomi Keberadaan Hypermarket terhadap Ritel/Pasar Tradisional", 2007, website www.indef.or.id

⁷ Harian Kompas, Krisis Pasar Tradisional, 2007, website www.Kompas.com

meningkatkan status sosial masyarakat dengan meningkatkan taraf pendidikan dan kesehatan masyarakat. Selain itu, pasar tradisional juga memiliki peran penting dalam perekonomian masyarakat. Pasar tradisional merupakan salah satu sumber pendapatan bagi masyarakat yang tinggal di sekitar pasar tersebut. Selain itu, pasar tradisional juga memiliki peran penting dalam pelestarian budaya dan kearifan lokal masyarakat.

Salah satu tantangan utama pasar tradisional adalah persaingan dengan pasar modern. Pasar modern menawarkan berbagai macam barang dan jasa dengan harga yang lebih murah dan kualitas yang lebih baik. Selain itu, pasar modern juga menawarkan berbagai macam layanan yang tidak dapat ditemukan di pasar tradisional. Namun demikian, pasar tradisional memiliki keunggulan yang tidak dapat diabaikan. Salah satunya adalah harga yang lebih murah dan kualitas yang lebih baik. Selain itu, pasar tradisional juga memiliki peran penting dalam pelestarian budaya dan kearifan lokal masyarakat.

Di pasar tradisional masih terjadi proses tawar-menawar harga, sedangkan di pasar modern harga sudah pasti ditandai dengan label harga. Dalam proses tawar-menawar terjadi ketekunan personal dan emosional antara penjual dan pembeli yang tidak mungkin didapatkan ketika berbelanja di pasar modern. Selain itu, pasar tradisional memiliki keunggulan komparatif dalam menjual berbagai macam barang dapat diwariskan oleh generasi berikutnya dan waktu singkat.

Selain memiliki keunggulan yang dimiliki pasar tradisional, tidak dapat dipungkiri bahwa pada umumnya pasar tradisional juga memiliki kelemahan yang kini kian terlihat semakin sempit. Kendala pasar tradisional yang ada di Indonesia dilihat dari segi fisik permasalahan yang ada yaitu:

a. Pasar tradisional belum dapat dibebaskan dari cara negatif sebagai tempat yang kumuh, sempit, becek, kotor dan lain-lain ini disebabkan oleh para

1. Damanhuri, 2010, "Peran Pasar Tradisional dalam Perekonomian Masyarakat", hal. 1-10.
2. Damanhuri, 2010, "Peran Pasar Tradisional dalam Perekonomian Masyarakat", hal. 1-10.
3. Damanhuri, 2010, "Peran Pasar Tradisional dalam Perekonomian Masyarakat", hal. 1-10.
4. Damanhuri, 2010, "Peran Pasar Tradisional dalam Perekonomian Masyarakat", hal. 1-10.
5. Damanhuri, 2010, "Peran Pasar Tradisional dalam Perekonomian Masyarakat", hal. 1-10.

pedagang yang menggelar dagangannya di jalan masuk pasar atau di sepanjang emperan kios pasar, sehingga lorong untuk pembeli terlihat sempit dan tidak adanya ruang kosong, tidak ada pengaturan cahaya dan udara, jenis barang dagangan masih bercampur karena tidak digolongkan sesuai barang yang dijual, dan pembuangan sampah yang seringkali menumpuk.

Gambar 1.1. Keadaan Pasar Tradisional di Indonesia



Sumber : Dokumentasi Joko setiyanto, Masa Depan Pasar Tradisional

- b. Penataan los/kios/lapak yang tidak beraturan. Hal ini disebabkan oleh pelaku pasar seperti pedagang yang menggunakan ruang yang bukan peruntukkannya.

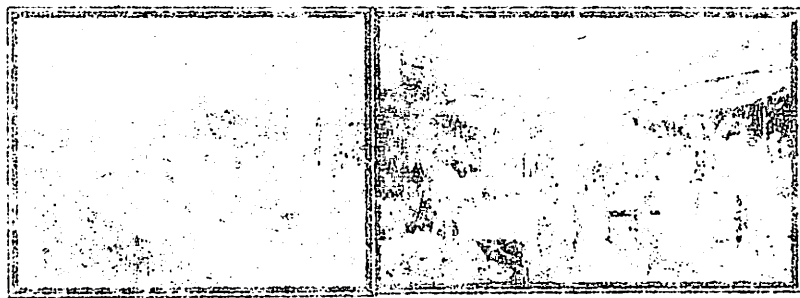
Dari fakta di atas, dapat disimpulkan bahwa kinerja pasar tradisional lebih dipengaruhi oleh faktor fisik yakni kebersihan dan kenyamanan. Aspek ini terkait dengan karakteristik pelaku pasar dalam memanfaatkan ruang pasar, terutama para pedagang. Sehingga ke depannya akan tercipta sebuah konsep dengan suasana pasar yang nyaman, aman dan bersih.

Dalam rangka menciptakan suasana pasar tradisional yang nyaman, setiap daerah cenderung melakukan revitalisasi pasar tradisional menggunakan konsep modern. Adapun salah satu contoh pasar tradisional yang menggunakan konsep modern ialah pasar tradisional BSD (Bumi serpong Damai) Tangerang yang sukses dan kini menjadi ide revitalisasi bagi pasar tradisional di daerah lainnya, sesuai dengan yang diungkapkan oleh Iyung Pahan dalam blog *The World Is Flat*.

Pasar Modern BSD City Marketplace merupakan pasar tradisional (dengan ciri utama terdiri dari para pedagang kecil dan transaksi jual-beli barang dagangannya bisa dilakukan dengan proses tawar-menawar), tetapi kondisinya bersih dan tertata rapi.

yang menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia pada umumnya masih memegang teguh kepercayaan yang berakar pada agama, adat, dan kebiasaan. Hal ini dapat dilihat dari berbagai aspek kehidupan masyarakat, seperti dalam hal-hal yang berkaitan dengan adat istiadat, kepercayaan, dan kebiasaan.

(Gambar 1.1. Keragaman Budaya Masyarakat di Indonesia)



gambar 1.1. Keragaman Budaya Masyarakat di Indonesia

Hal ini dapat dilihat dari berbagai aspek kehidupan masyarakat, seperti dalam hal-hal yang berkaitan dengan adat istiadat, kepercayaan, dan kebiasaan. Hal ini dapat dilihat dari berbagai aspek kehidupan masyarakat, seperti dalam hal-hal yang berkaitan dengan adat istiadat, kepercayaan, dan kebiasaan.

Hal ini dapat dilihat dari berbagai aspek kehidupan masyarakat, seperti dalam hal-hal yang berkaitan dengan adat istiadat, kepercayaan, dan kebiasaan. Hal ini dapat dilihat dari berbagai aspek kehidupan masyarakat, seperti dalam hal-hal yang berkaitan dengan adat istiadat, kepercayaan, dan kebiasaan.

Meskipun bukan hipermarket (dengan ciri utama berupa sistem pelayanan penjualan barang secara mandiri dan harga barang tidak bisa ditawar), tetapi lingkungan pasar seluas 2,6 hektar itu seperti layaknya hipermarket. Area parkirnya memadai, tak ada pedagang kaki lima, serta kebersihan dan keamanan yang terus terjaga. Bahkan, pada malam hari pasar itu mampu berubah menjadi pasar wisata kuliner yang juga dipadati pengunjung. Setelah dibenahi kembali pada 2004 (dan proses relokasi pedagangnya bisa dilakukan tanpa perlu terjadi konflik), Pasar Modern BSD City Marketplace terbukti mampu menarik minat banyak orang untuk berbelanja di sana.

Bangunan fisik pasar dirancang beratap tinggi agar bisa menghasilkan sirkulasi udara alami sehingga pasar itu tidak menjadi pengap atau membuat pengunjung kegerahan meskipun tidak ada AC. Adanya enam pintu pasar yang lapang juga memudahkan pengunjung masuk-keluar pasar. Struktur bangunannya pun sengaja dibuat tanpa kolom sehingga tidak memungkinkan pedagang pasar menggantungkan barang dagangannya yang kerap merusak kerapian pasar. Sebagian atap bangunannya yang transparan dapat menghasilkan penerangan alami sehingga pemakaian listrik bisa dihemat. Alhasil, harga sewa lapak dapat tetap terjangkau para pedagang kecil. Pasar yang menyediakan 330 lapak, 320 kios, dan 100 ruko itu dilengkapi pula dengan fasilitas tempat pemotongan ayam, tempat penampungan sampah, instalasi air bersih, dan tempat ibadah.

Keberhasilan ditekannya distorsi pengelolaan pasar tradisional, yang sering menjadi biang keladi semrawutnya pasar tradisional, seperti yang terjadi di Pasar Modern BSD City Marketplace, ternyata menarik perhatian banyak pihak. Mereka menilai pasar itu patut menjadi contoh atau tolok ukur pengelolaan pasar-pasar tradisional lainnya di Indonesia. Selain pernah meraih penghargaan sebagai pasar tradisional terbaik dari sejumlah pihak, tidak sedikit pemerintah daerah dari provinsi lain mengunjungi Pasar Modern BSD City sebagai bahan studi banding.

Meskipun bukan hipermarket (dengan ciri utama berupa sistem pelayanan penjualan barang secara mandiri dan harga barang tidak bisa ditawar), tetapi lingkungan pasar seluas 30 hektar ini seperti layaknya hipermarket. Area parkirnya memadai, tak ada pedagang kaki lima, serta kebersihan dan keamanan yang terus terjaga. Bahkan pada malam hari pasar ini mampu berubah menjadi pasar wisata kuliner yang juga dipadati pengunjung. Setelah dibentengi kembali pada 2004 (dan proses relokasi pedagang-pedagang bisa dilakukan tanpa perlu terjadi konflik), Pasar Modern BSD City Marketplace terbukti mampu menarik minat banyak orang untuk berbelanja di sana.

Bangunan fisik pasar dirancang bertajuk tinggi agar bisa mengoptimalkan sirkulasi udara alami sehingga pasar ini tidak menjadi pengap atau membusuk pengunjung kehabisan meskipun tidak ada AC. Adanya enam pintu pasar yang lapang juga memudahkan pengunjung masuk-keluar pasar. Struktur bangunannya pun sengaja dibuat kolom sehingga tidak menimbulkan pedagang pasar menggunakan barang dagangannya yang kerap merusak kerajinan pasar. Sedangkan atap bangunannya yang transparan dapat menghasilkan penerangan alami sehingga pemakaian listrik bisa ditekan. Alhasil, harga sewa tidak dapat tetap terjangkau para pedagang kecil. Pasar yang menyedekakan 330 lapak, 320 kios, dan 100 toko ini dilengkapi pula dengan fasilitas tempat parkir otomatis, tempat penyimpanan sampah, instalasi air bersih, dan tempat ibadah.

Kebertahanan dikannya distorsi pengelolaan pasar tradisional yang sering menjadi bidang kelahi sama halnya pasar tradisional, seperti yang terjadi di Pasar Modern BSD City Marketplace, ternyata menarik perhatian banyak pihak. Atleka menilai pasar ini patut menjadi contoh atau acuan pengelolaan pasar-pasar tradisional lainnya di Indonesia. Selain bermain-main dengan pedagang pasar tradisional terbak dari sejumlah pihak, tidak sedikit pemerintah daerah dari berbagai lain memantun juga Pasar Modern BSD City Marketplace dalam studi banding.

Gambar 1.2. Keadaan Pasar Modern BSD City, Tangerang

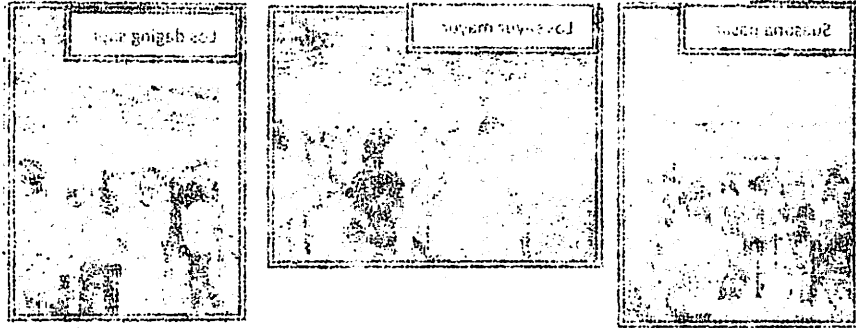


Sumber : Dokumentasi Joko setiyanto, Masa Depan Pasar Tradisional

Persaingan yang terjadi antara pasar modern dan pasar tradisional juga terjadi di Kota Malang. Perkembangan pasar modern semakin menekan pasar tradisional yang ada. Akan tetapi masyarakat tetap mengunjungi pasar tradisional yang ada di Kota Malang, seperti Pasar Besar, Pasar Kedungkandang, Pasar Blimbing, Pasar Kebalen, Pasar Dinoyo, dan lainnya. Karena setiap pasar yang ada di Kota Malang memiliki keunikan masing-masing sesuai dengan aktivitas pasar serta karakter dan aktivitas pedagang dalam memanfaatkan ruang pasar. Keunikan ini sendiri dapat dilihat dari intensitas waktu pelayanan pasar, interaksi jual beli, serta fenomena lainnya yang terjadi di dalam pasar tradisional Blimbing ini.

Salah satu pasar yang unik di Kota Malang adalah Pasar Blimbing. Jika dilihat dari intensitas pemanfaatan ruang pasar ini melayani pembeli selama 24 jam, dimana pasar ini beroperasi dibagi menjadi tiga sesi. Sesi pertama, yaitu pasar ini memulai aktivitas dari tengah malam hingga pagi hari (pukul 00.00-08.00 wib), sesi kedua (pukul 08.00-15.00 wib), dimana penggunaan ruang pada bangunan permanen. Dan dilanjutkan sesi ketiga, memulai aktivitas pada sore hari hingga tengah malam (pukul 15.00-22.00), dengan penggunaan ruang pada bangunan temporer yakni mendirikan tenda-tenda pada halaman parkir Pasar Blimbing. Sehingga adanya pemanfaatan ruang secara temporer yang terjadi di Pasar Blimbing ini, dan menjadi ciri khas dibanding dengan pasar tradisional lainnya di Kota Malang.

Gambar 11. Rencana lokasi ALIRAN RSD CPT. Lincang



Sumbar: Dokumentasi foto-satelit dan gambar rencana lokasi

Perencanaan yang efektif antara lain merencanakan lokasi yang tepat di lokasi yang sesuai dengan kondisi alam dan sosial yang ada di lokasi tersebut. Perencanaan yang baik akan menghasilkan lokasi yang sesuai dengan kondisi alam dan sosial yang ada di lokasi tersebut. Perencanaan yang baik akan menghasilkan lokasi yang sesuai dengan kondisi alam dan sosial yang ada di lokasi tersebut. Perencanaan yang baik akan menghasilkan lokasi yang sesuai dengan kondisi alam dan sosial yang ada di lokasi tersebut.

Salah satu aspek yang perlu diperhatikan dalam perencanaan lokasi adalah aspek lingkungan. Aspek lingkungan yang perlu diperhatikan meliputi aspek fisik, sosial, dan ekonomi. Aspek fisik meliputi kondisi alam, iklim, dan topografi. Aspek sosial meliputi kondisi masyarakat dan budaya. Aspek ekonomi meliputi kondisi ekonomi dan infrastruktur. Perencanaan lokasi yang baik akan memperhatikan aspek lingkungan yang ada di lokasi tersebut. Perencanaan yang baik akan menghasilkan lokasi yang sesuai dengan kondisi alam dan sosial yang ada di lokasi tersebut.

Gambar 1.3. Penggunaan Ruang Pasar Blimbing



Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2009

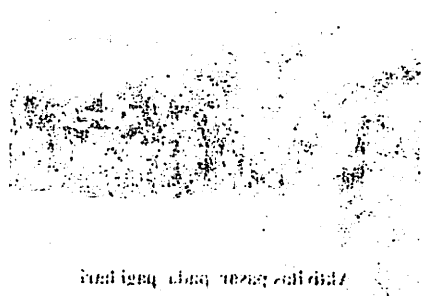
Menurut Koenjaraningrat, ada sembilan jenis pedagang di pasar tradisional Jawa, terdiri dari : petani atau tengkulak pertama, para tengkulak bakul, tengkulak kedua, makelar, penjaja keliling, pemilik toko, pemilik warung makanan, pemilik pedati dan opelet hingga para tukang. Di pasar Blimbing juga masih terdapat berbagai jenis pedagang di atas, yang membedakan di sini adalah di pasar ini tidak terdapat pemilik pedati dan opelet melainkan pemilik becak dan pick up. Para pedagang di pasar ini berasal dari tempat yang berbeda, ada yang berasal dari dalam Kota Malang maupun luar Kota Malang, sehingga mereka membawa budaya masing-masing.

Gambar 1.4. Jenis Pedagang di Pasar Tradisional Blimbing



Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2009

Gambar 1.3. Program Pasar Tradisional

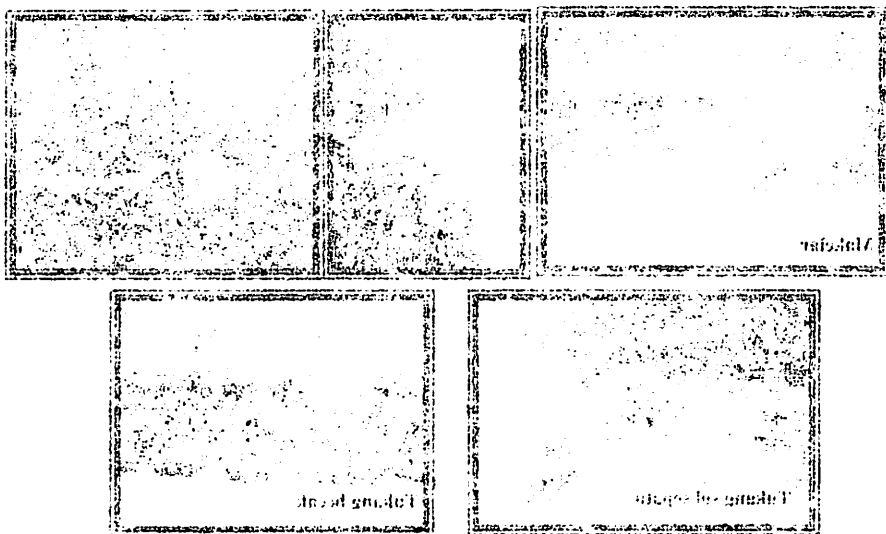


Atlitik pasar pada pagi hari

Sumber : Dokumentasi Penulis 2009

Menurut Kojaningsih, ada sembilan jenis pedagang di pasar tradisional. Jauh terdiri dari : petani dan tengkulak petama, para tengkulak bakul, tengkulak kedua, makelar, penjaja keliling, pemilik toko, pemilik warung makanan, pemilik pedai dan opetet hingga para tukang. Di pasar Blimbing juga masih terdapat berbagai jenis pedagang di atas yang membedakan di sini adalah di pasar ini tidak terdapat pemilik pedai dan opetet melainkan pemilik bebek dan pick up. Para pedagang di pasar ini berasal dari tempat yang berbeda, ada yang berasal dari dalam kota Malang maupun luar kota Malang sehingga mereka membawa budaya masing-masing.

Gambar 1.4. Jenis Pedagang di Pasar Tradisional Blimbing



Sumber : Dokumentasi Penulis 2009

Selain keumihan yang dimiliki pasar ini, kecenderungan pasar tradisional di Indonesia yang umumnya terlihat kumuh, becek, dan bau juga terlihat pada pasar ini. Oleh karena itu, pemerintah akan melakukan revitalisasi terhadap pasar-pasar yang dirasakan mulai mengalami penurunan untuk meningkatkan daya saing terhadap pasar modern dengan menggunakan konsep modern. Seperti halnya yang akan dilakukan pada perbaikan Pasar Blimbing yang rencananya akan dijadikan pasar bertingkat atau dua lantai.

Dari potensi dan masalah di atas, dapat dilihat bahwa pasar tradisional memiliki peran strategis dalam membangun ketahanan ekonomi kerakyatan dan akses komunikasi dalam pelestarian nilai-nilai budaya serta peradaban lokal. Kemungkinan besar para *stakeholder* yang membangun maupun revitalisasi sebuah pasar kurang memperhatikan karakter lokal pasar tradisional yang terkandung di dalamnya. Dimana tradisi kultural sebuah pasar berakar dari pola kehidupan sosial ekonomi masyarakatnya. Suwaji Bastomi (2003) mengatakan bahwa kebudayaan itu tergerus bukan oleh karena artefak budayanya yang hilang, namun karena mentalitas masyarakatnya yang rendah dan inferior. Tema ini sangat menarik untuk dibahas, mengingat kultur lokal sebuah pasar tradisional tetap bisa diangkat dan ditumbuh-kembangkan sesuai dengan perkembangan zaman.

1.2 Rumusan Masalah

Pasar Blimbing merupakan salah satu pasar tradisional yang masih diminati oleh warga sekitar Kota Malang, berada kurang lebih 1,5 km dari Terminal Arjosari - Malang. Lokasi yang strategis menjadikan pasar ini tetap “exis” (dalam arti “bertahan dan selalu dikunjungi”) diantara beberapa pasar tradisional di wilayah Malang yang lain. Aktifitas pasar Blimbing dimulai sejak subuh, beraneka macam sayuran segar, buah-buahan dan kebutuhan pokok lainnya diperjualbelikan. Harga yang relatif murah dan kualitas yang bagus menjadi pilihan bagi ibu-ibu, anak kost maupun pedagang kaki lima untuk berbelanja di pasar ini. Pukul 06.00 - 07.00 merupakan waktu tersibuk di Pasar Blimbing.

Di sekitar kawasan Blimbing ini, dari awal berkembang sebagai kawasan perdagangan dan jasa, terlihat deretan ruko-ruko di sepanjang jalan. Pemanfaatan ruang pada Pasar Blimbing memiliki keunikan, yakni pada pagi hingga sore hari, pemanfaatan ruang yang dilakukan pada bangunan permanen yang telah disediakan, sedangkan aktivitas pasar selanjutnya dilakukan pada sore hari hingga tengah malam secara temporer pada halaman parkir pasar dengan mendirikan tenda-tenda. Dan jenis barang dagangan yang dijual juga berbeda antara pada pagi hari dan pada malam hari.

Pasar tradisional merupakan wadah utama penjualan produk-produk kebutuhan pokok yang dihasilkan oleh para pelaku ekonomi berskala menengah kecil serta mikro. Mereka adalah petani atau tengkulak pertama, para tengkulak bakul, tengkulak kedua, makelar, penjaja keliling, pemilik toko, pemilik warung makanan, hingga para tukang, baik tukang becak dan buruh angkut dengan jumlah puluhan juta dan sangat menyandarkan hidupnya kepada pasar tradisional. Mereka memiliki karakteristik yang berbeda di pasar tradisional sesuai dengan aktivitas yang mereka lakukan.

Dengan adanya karakter yang berbeda dari setiap pedagang dan perbedaan pemanfaatan ruang pasar yang terjadi di Pasar Blimbing ini, maka akan sangat menarik untuk dibahas mengenai konsep pemanfaatan ruang pasar tradisional berdasarkan aktivitas pasar serta karakter dan aktivitas pedagang yang terjadi di Pasar Blimbing Kota Malang. Jadi, rumusan masalah dalam studi penelitian ini adalah seperti apakah konsep pemanfaatan ruang pasar tradisional sesuai dengan aktivitas pasar serta karakter dan aktivitas pedagang yang masih dapat diterapkan di Kota Malang?

1.3 Tujuan dan Sasaran

1.3.1 Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi konsep pemanfaatan ruang pasar tradisional sesuai dengan aktivitas pasar serta karakter dan aktivitas pedagang yang masih dapat diterapkan di Kota Malang.

1.3.2 Sasaran

- 1) Mengidentifikasi karakteristik pedagang Pasar Blimbing Kota Malang dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif
- 2) Mengidentifikasi aktivitas pasar dan pedagang Pasar Blimbing Kota Malang dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif
- 3) Mengidentifikasi ruang yang terbentuk akibat pemanfaatan ruang di pasar Blimbing Kota Malang dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif
- 4) Mengidentifikasi konsep pemanfaatan ruang berdasarkan aktivitas pasar serta karakter dan aktivitas pedagang terkait fenomena yang terjadi di Pasar Blimbing Kota Malang dengan menggunakan metode domain dan komponensial

1.4 Ruang Lingkup Studi

Guna mempermudah pengertian dan penjabarannya dalam menunjang penelitian ini, maka ruang lingkup ini dibagi dua, yaitu ruang lingkup wilayah studi dan ruang lingkup materi. Kedua ruang lingkup tersebut dapat diuraikan menurut batasan yang menjadi pedoman pelaksanaan pada penelitian ini.

1.4.1 Ruang Lingkup Wilayah Studi

Ruang lingkup wilayah studi adalah lokasi dilakukannya sebuah penelitian. Lingkup wilayah studi dalam penelitian ini adalah Pasar Tradisional Blimbing Kota Malang, yang terletak pada jalan Borobudur, Kecamatan Lowokwaru. Berada kurang lebih 1,5 km dari Terminal Arjosari – Malang. Lokasi Kota Malang diambil dengan pertimbangan bahwa pesatnya pertumbuhan pasar modern di Kota Malang secara tidak langsung menimbulkan persaingan dengan pasar tradisional yang ada.

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan, dari beberapa pasar tradisional yang ada ditemukan pasar tradisional yang masih memiliki indikasi sebuah pasar tradisional. Setiap pasar yang ada di Kota Malang memiliki keunikan masing-masing sesuai dengan karakteristik pedagang dalam memanfaatkan ruang pasar dan membentuk aktivitas / karakter lokal pasar. Salah satu pasar yang unik di Kota Malang adalah Pasar Blimbing.

Pasar Blimbing terpilih sebagai lokasi untuk dilakukan penelitian karena merupakan satu-satunya pasar di Kota Malang yang buka selama 24 jam setiap harinya, sehingga dapat menjadi salah satu pertimbangan untuk membangun maupun merenovasi pasar tradisional di Kota Malang ke depannya, dilihat dari pemanfaatan ruang pasar tradisional berdasarkan aktivitas pasar, karakter dan aktivitas pedagangnya. Dengan adanya pemanfaatan ruang pasar pada setiap waktunya di pasar Blimbing, maka dapat menjadi salah satu acuan dari pasar tradisional lainnya yang hanya buka pada waktu-waktu tertentu.

Sedangkan untuk mengetahui karakteristik pasar tradisional itu sendiri dilakukan pengamatan langsung terhadap pasar tradisional yang ada di Kota Malang berdasarkan variabel dan tolok ukur yang ditentukan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada peta 1.1 orientasi wilayah studi.

1.4.2 Ruang Lingkup Materi

Ruang lingkup materi, pada dasarnya adalah menyangkut materi yang ingin diteliti dan diperlukan sebagai objek penelitian. Dalam penelitian pasar tradisional terdapat 5 komponen, yang terdiri dari pengelola, fisik bangunan pasar, pedagang, barang dagangan, dan *financial*. Pada penelitian kali ini, peneliti membahas terkait fisik bangunan pasar, pedagang, dan barang dagangan dengan fokus penelitian aktivitas pasar serta karakter dan aktivitas pedagangnya.

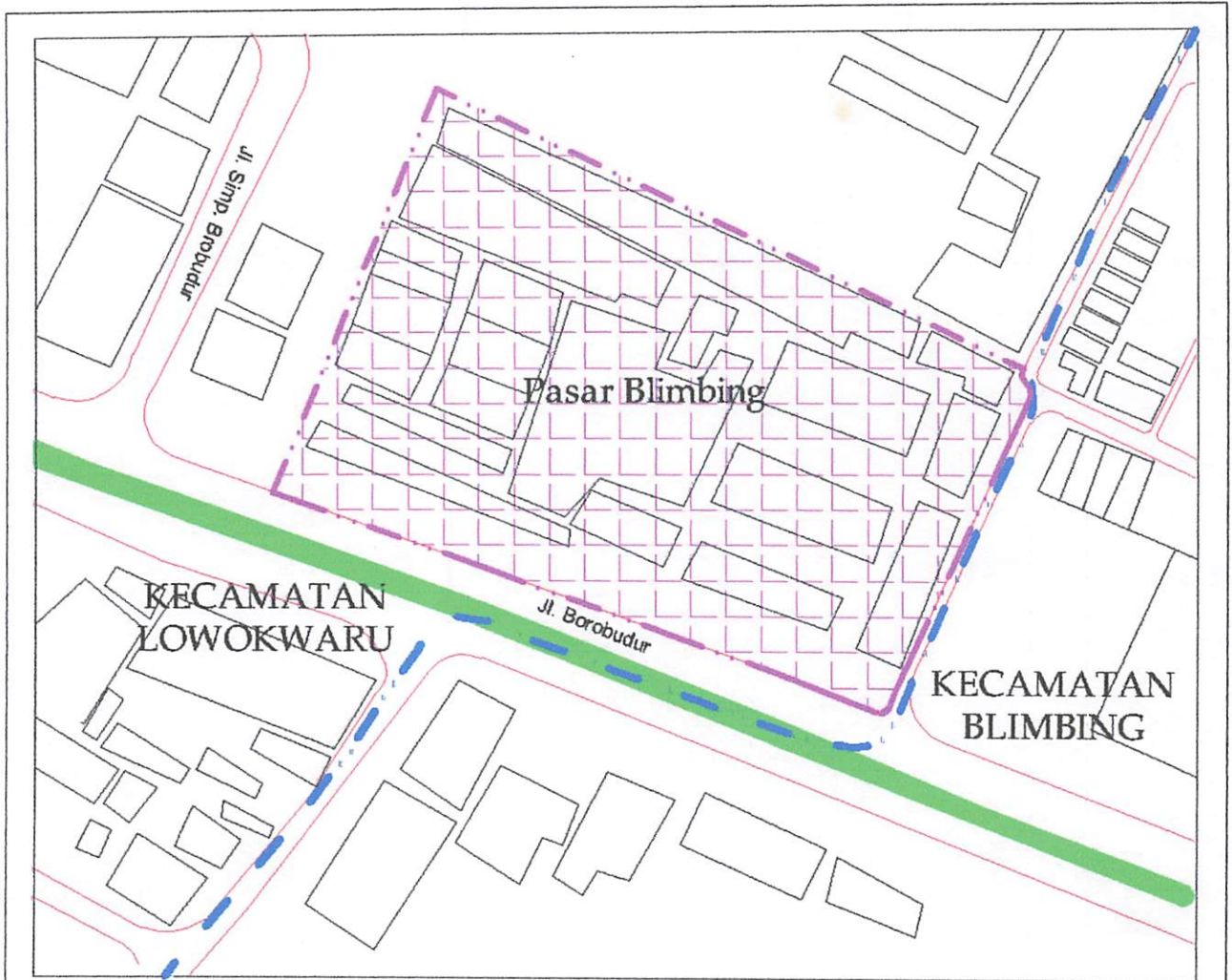
Pedagang merupakan salah satu penghuni pasar atau pelaku pasar yang paling mempengaruhi karakter pasar dilihat dari pola perilaku dan jenis aktivitas yang dilakukan dalam pemanfaatan ruang pasar. Para pedagang pasar tradisional yang menggerakkan roda kehidupan pasar, yang menjadikan pasar memang dapat bekerja sebagai pasar (tempat transaksi dan distribusi), lebih banyak berperan sebagai tamu penyewa bedak, padahal mereka menjadikan sebuah pasar menjadi *locus habitat* (tempat usaha) dan relung (tempat hidup). Karena persoalan utama yang mengkemuka pada pasar tradisional adalah lebih menyentuh pada manusia “pelaku pasar” dan bukan pada barang dan jasa atau bangunan fisik yang ada di pasar, maka perlu kajian mengenai aktivitas pasar

Pasar Blimbing terpilih sebagai lokasi untuk dilakukan penelitian karena merupakan satu-satunya pasar di Kota Malang yang buka selama 24 jam setiap harinya sehingga dapat menjadi salah satu pertimbangan untuk membangun rumah renovasi pasar tradisional di Kota Malang ke depannya. Dilihat dari pemanfaatan ruang pasar tradisional berdasarkan aktivitas pasar, lokasi dan aktivitas pedagang. Dengan adanya pemanfaatan ruang pasar pada setiap waktunya di pasar Blimbing, maka dapat menjadi salah satu acuan dari pasar tradisional lainnya yang hanya buka pada waktu-waktu tertentu.

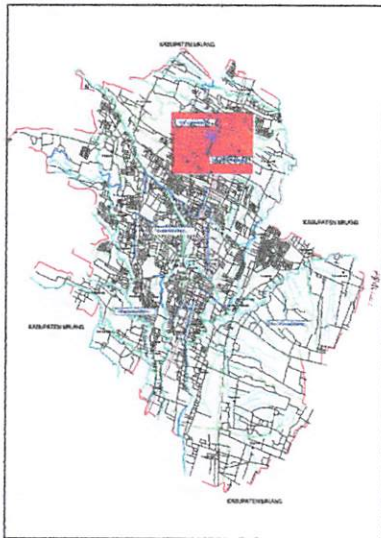
Sedangkan untuk mengetahui karakteristik pasar tradisional ini sendiri dilakukan pengamatan langsung terhadap pasar tradisional yang ada di Kota Malang berdasarkan variabel dan tolok ukur yang ditentukan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada peta 1.1 orientasi wilayah studi.

1.4.2 Ruang Lingkup Materi

Ruang lingkup materi pada dasarnya adalah menyangkut materi yang ingin diteliti dan diperlukan sebagai objek penelitian. Dalam penelitian pasar tradisional terdapat 2 komponen yang terdiri dari pengelolan fisik bangunan pasar, pedagang, barang dagangan, dan aktivitas. Pada penelitian kali ini, peneliti membahas terkait fisik bangunan pasar, pedagang, dan barang dagangan dengan fokus penelitian aktivitas pasar serta karakter dan aktivitas pedagang. Sedangkan merupakan salah satu penghuni pasar atau pelaku pasar yang paling mempengaruhi karakter pasar dilihat dari pola perilaku dan jenis aktivitas yang dilakukan dalam pemanfaatan ruang pasar. Pada pedagang pasar tradisional yang menggerakkan roda kehidupan pasar yang menjadikan pasar memang dapat bekerja sebagai pasar (tempat transaksi dan distribusi) lebih banyak berperan sebagai taman bermain, pedagang mereka menjadikan sebagian pasar menjadi *love hotel* (tempat hiburan) dan *retang* (tempat hidup). Karena persoalan utama yang menggerakkan pada pasar tradisional adalah lebih mengutamakan manusia "pelaku pasar" dan bukan pada barang dan jasa atau bangunan fisik yang ada di pasar, maka perlu kajian mengenai aktivitas pasar.



Insert Peta :



Judul :
Peta Orientasi Wilayah Studi

No. Peta :
1

Sumber :
-BAPPEDA Kota Malang

- Legenda :
-  Batas Kecamatan
 -  Batas Lokasi Studi
 -  Jalan
 -  Boulevard
 -  Lokasi Studi
 -  Persil

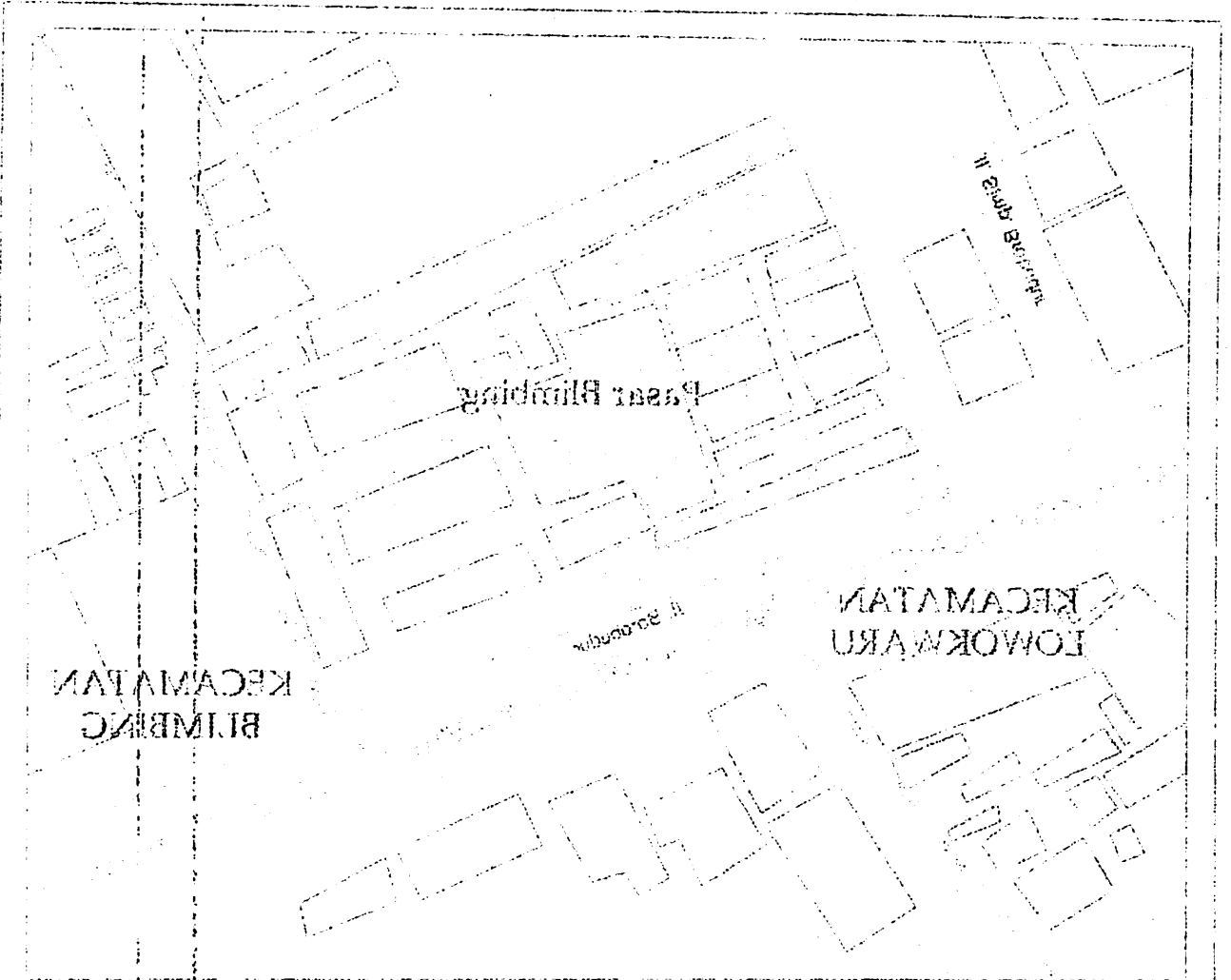
Pemanfaatan Ruang Pasar Tradisional Berdasarkan Aktivitas Pasar Serta Karakter dan Aktivitas Pedagang di Pasar Blimbing Kota Malang

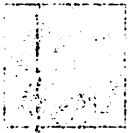




Tugas Akhir
Jurusan Teknik Planologi
Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan
Institut Teknologi Nasional Malang
2009

Skala :
1 : 2.250





<p>Penelitian Ruang Pasar Tradisional Berdasarkan Aktivitas Pasar Serta Karakter dan Aktivitas Pedagang di Pasar Blimbing Kota Malang</p>  <p>Tugas Akhir Jurusan Urbanistik dan Perencanaan Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan Institut Teknologi Sepuluh Nopember 2009</p>	<p>Judul: Peta Orientasi Wilayah Studi</p>	<p>Daerah Penelitian</p> 
<p>Skala: 1 : 2.500</p> 	<p>No. Peta: 1</p>	
	<p>Sumber: BAPPDA Kota Malang</p>	
	<p>Legenda: <input type="checkbox"/> Batas Kecamatan <input type="checkbox"/> Batas Desa/RT/RW <input type="checkbox"/> Jalan <input type="checkbox"/> Bantaran <input type="checkbox"/> Lokasi Studi <input checked="" type="checkbox"/> Petak</p>	

serta karakter dan aktivitas pedagang dalam memanfaatkan ruang pasar agar dapat dilihat konsep ruang pasar tradisional yang masih mempertahankan nuansa tradisional.

Dalam lingkup materi ini berisi batasan-batasan atau koridor pembahasan yang nantinya merupakan *frame* dalam pengerjaan, sehingga pembahasan tidak meluas. Adapun materi yang akan dibahas meliputi:

- 1) Batasan mengenai pasar tradisional adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi langsung dengan sistem tawar-menawar dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, bentuk bangunan umumnya berupa los terbuka yang dikelola oleh pedagang maupun pengelola pasar dengan modal kecil, dan skala pelayanan menengah ke bawah.
- 2) Terserap dalam kegiatan di pasar tradisional hanya dibatasi pada pedagang pasar tradisional yang terdiri dari petani atau tengkulak pertama, para tengkulak bakul, tengkulak kedua, para makelar, pemilik becak dan pick up, para penjaja keliling, para pemilik toko, para pemilik warung makanan, dan para tukang.
- 3) Pembahasan hanya dibatasi pada:
 - a. *Subjek* (karakteristik pedagang) dengan variabel amatan: asal pedagang, tingkat pendidikan, alasan berdagang, frekuensi berdagang, jenis dagangan, dan motivasi pedagang.
 - b. *Activity* (aktivitas pasar dan pedagang) dengan variabel amatan untuk aktivitas pasar: (1) sifat interaksi antara penjual dan pembeli; (2) sistematisasi dari nilai tukar yaitu harga-harga apakah saling mempengaruhi; (3) berapa jauh pembelian serta penjualan barang-barang dan jasa merupakan fungsi pasar; (4) rangkaian barang-barang dan jasa-jasa yang diperjualbelikan; (5) berapa jauh transaksi masuk ke tahap produksi dari bahan mentah ke produksi atau jasa yang dapat dikonsumsi; (6) tingkat dan persaingan jual-beli; (7) tingkat dimana jual-beli dapat dibedakan menurut alat tukar-menukar. Definisi penjual yang dimaksud di atas adalah orang yang berdagang maupun berbelanja di pasar

tradisional dalam jumlah yang banyak, sedangkan pembeli dalam arti pedagang yang juga membeli barang dagangan dari pedagang lainnya.

Sedangkan variabel amatan untuk aktivitas pedagang: jenis kegiatan seperti kegiatan berdagang, kegiatan sosial, dan kegiatan lainnya.

c. *Space* (ruang yang digunakan) terdiri dari fasilitas perdagangan dan fasilitas pendukung dengan variabel amatan: dimensi, lokasi, dan jumlah.

d. Konsep pemanfaatan ruang pasar tradisional (ruang yang terbentuk)

Suatu kegiatan yang dilakukan pedagang dalam memanfaatkan pasar tradisional, dimana kegiatan tersebut dilakukan oleh karakter dan aktivitas pedagang yang mempunyai arti dan nilai yang berbeda tergantung tingkat kepentingan yang menggunakan ruang tersebut dan terjadinya suatu ruang pasar sangat bergantung pada waktu. Kegiatan dengan sehubungan waktu dapat dibedakan menurut jam aktivitas pagi, siang, dan malam. Masing-masing pusat kegiatan mempunyai ciri waktu yang berbeda. Sehingga untuk mengidentifikasi konsep pemanfaatan ruang pasar tradisional menggunakan variabel amatan: karakteristik pedagang, waktu, aktivitas pasar dan pedagang, serta ruang yang digunakan.

1.5 Tinjauan Pustaka

Dalam sub bab ini menjelaskan tentang materi yang mendukung studi penelitian yang diperoleh dari berbagai sumber referensi. Hal yang pertama kali akan dibahas dalam sub bab ini yaitu pengertian dan unsur dari sebuah pasar tradisional dan ruang yang terbentuk akibat aktivitas pasar dan pemanfaatan ruang pedagang pasar tradisional, sehingga akan didapatkan sebuah konsep pemanfaatan ruang pasar tradisional berdasarkan aktivitas pasar serta karakter dan aktivitas pedagang yang terjadi di Pasar Blimbing Kota Malang. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada penjelasan di bawah ini :

1.5.1 Beberapa Pengertian dan Unsur Pasar Tradisional

Pada anak sub bab ini akan dijelaskan beberapa hal mengenai karakteristik pengertian dan unsur pasar tradisional dengan alur penelitian, sebagai berikut: definisi, jenis, dan ciri-ciri pasar tradisional, jenis barang dagangan di lokasi

tradisional dalam jumlah yang banyak, sedangkan pembeli dalam arti
 pedagang yang juga membeli barang dagangan dari pedagang lainnya.
 Sedangkan variabel amatan untuk aktivitas pedagang jenis kegiatan
 seperti kegiatan berdagang, kegiatan sosial, dan kegiatan lainnya.
 e. Ruang yang digunakan terdiri dari fasilitas perdagangan dan
 fasilitas pendukung dengan variabel amatan: dimensi lokasi dan jumlah.

d. Konsep pemantauan ruang pasar tradisional (ruang yang terbentuk)

suatu kegiatan yang dilakukan pedagang dalam pemantauan pasar
 tradisional dimana kegiatan tersebut dilakukan oleh pembeli dan penjual
 pedagang yang mempunyai arti dan nilai yang berbeda-beda. Kegiatan
 pemantauan yang meliputi aspek yang berbeda-beda, seperti lokasi, waktu,
 jenis barang, dan lain-lain. Kegiatan pemantauan yang berbeda-beda
 dapat membedakan amatan dan analisis yang akan dilakukan. Sehingga
 masing-masing pasar tradisional mempunyai ciri-ciri yang berbeda-beda.
 Untuk mengidentifikasi konsep pemantauan ruang pasar tradisional
 menggunakan variabel amatan karakteristik pedagang, waktu aktivitas
 pasar dan pedagang, serta ruang yang digunakan.

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis
 karakteristik dan perilaku pedagang dan pembeli di pasar tradisional
 akan dibahas dalam sub bab ini yaitu pengertian dan jenis pasar
 tradisional dan ruang yang terbentuk akibat aktivitas pasar dan pemantauan
 ruang pedagang pasar tradisional, sehingga akan didapatkan sebuah konsep
 pemantauan ruang pasar tradisional berdasarkan aktivitas pasar serta karakter dan
 aktivitas pedagang yang terjadi di Pasar Blindang Kota Malang. Untuk lebih
 jelasnya, dapat dilihat pada penjelasan di bawah ini :

1.5.1. Pengertian Pasar dan Pasar Tradisional

Pasar adalah suatu tempat atau lingkungan dimana pembeli dan penjual
 berinteraksi dan melakukan transaksi. Pasar tradisional adalah pasar
 yang memiliki ciri-ciri pasar tradisional, yaitu pasar yang menjual barang
 kebutuhan dan pasar tradisional dengan pola pembelian sebagai berikut:

pasar tradisional, fungsi dan peranan pasar, karakter pelaku pasar tradisional dan karakteristik pasar tradisional.

1.5.1.1 Definisi Pasar Tradisional

Berdasarkan beberapa sudut pandang, ada beberapa definisi/pengertian mengenai pasar tradisional, antara lain :

Menurut Peraturan Presiden RI Nomor 12 tahun 2007 tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, Dan Toko Modern, pasal 1, yang dimaksud dengan Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar.

Menurut Fitri (1999) dalam penelitiannya, mendefinisikan pasar tradisional sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi, dalam hal ini organisasi pasar yang masih ada sangat sederhana, tingkat efisiensi dan spesialisasi yang rendah, lingkungan fisik yang kotor dan pola bangunan yang sempit.⁸

Beberapa potensi dan ciri-ciri dari pasar tradisional dalam menyerap komoditi lokal dari kawasan sekitarnya. Berfungsi sebagai *supplier* bagi berbagai input pertanian dan perumahan serta kebutuhan masyarakat yang luas, dimana pasar tradisional memiliki segmentasi pasar tersendiri yang membedakan dengan pasar modern (seperti pasar swalayan). Para pedagang yang beroperasi di pasar umumnya ibu rumah tangga sehingga sangat bermanfaat bagi peningkatan kesempatan berusaha bagi kaum ibu rumah tangga yang memiliki keunggulan dibandingkan pria didalam melayani konsumen, serta potensi pasar yang sangat penting.

Dari sumber referensi lainnya menyatakan bahwa Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian barang elektronik, jasa dan lain-lain. Selain itu, ada pula yang menjual kue-kue dan barang-barang lainnya. Pasar seperti ini masih banyak ditemukan di Indonesia, dan umumnya terletak dekat kawasan perumahan agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar.⁹

⁸ Fitri, Dalam Daya Tarik Pasar Modern dan Pasar Tradisional, 1999, hal 2, Universitas Kristen Petra Surabaya

⁹ Wikipedia Bahasa Indonesia, Ensiklopedi Bebas, website www.Wikipedia.org

Pasar dilihat dari bentuk fisiknya, dibedakan menjadi pasar konkret dan pasar abstrak. Dimana Pasar tradisional merupakan salah satu pasar konkret (pasar nyata) berdasarkan manajemen pengelolaannya. Pengertian Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun oleh pihak pemerintah, swasta, koperasi, dan swadaya masyarakat. Tempat usahanya dapat berbentuk toko, kios, los, dan tenda yang menyediakan barang-barang konsumsi sehari-hari masyarakat. Pasar tradisional biasanya dikelola oleh pedagang kecil, menengah, dan koperasi. Proses penjualan dan pembelian dilakukan dengan tawar-menawar. Para pengelolanya bermodal kecil.¹⁰

Tiga sudut pandang yang harus dilihat untuk memahami pasar tradisional adalah sebagai berikut :¹¹

- Pola aliran barang dan jasa.
- Suatu kumpulan mekanisme ekonomi yang mempertahankan dan mengatur aliran-aliran tersebut.
- Suatu sistem sosial dan kultural tempat mekanisme itu berada.

Definisi lainnya yang diungkapkan mengenai pasar tradisional yaitu gabungan dari lembaga ekonomi dan suatu cara hidup yakni suatu bentuk umum kegiatan perdagangan yang mencakup segi kehidupan masyarakat di samping merupakan suatu alam kebudayaan yang hamper merupakan kebulatan yang lengkap.

Dari hasil beberapa kutipan di atas, dapat dirumuskan bahwa pasar tradisional adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi langsung dengan sistem tawar menawar dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, bentuk bangunan umumnya berupa los terbuka yang dikelola oleh pedagang maupun pengelola pasar dengan modal kecil.

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa sebuah pasar dapat terjadi jika terdapat syarat-syarat berikut ini:

- Adanya penjual dan pembeli.
- Adanya barang dan jasa yang diperjualbelikan.
- Adanya interaksi antara penjual dan pembeli (transaksi jual beli).
- Adanya media atau tempat untuk interaksi penjual dan pembeli.

1.5.1.2 Jenis Pasar Tradisional

Tempat perbelanjaan tradisional terdiri dari pasar tradisional, toko-toko, warung, dan lain-lainnya. Dalam studi ini yang dibahas hanya pasar tradisional saja.

¹⁰ Erlangga dalam Ilmu Pengetahuan Sosial, Kelas VIII, Bab 9, 2008, hal 214

¹¹ Sumijanto, Surabaya Post, 1992, paragraph 11, website www.petra.ac.id

a. Berdasarkan jenis barang yang diperjualbelikan

Pembagian jenis pasar berdasarkan jenis barang yang diperjual belikan sehingga dengan pertimbangan itu ditentukan jenis pasar umum, pasar mambo dan pasar khusus.

- Pasar umum adalah pasar yang menjual barang-barang kebutuhan penduduk baik primer, sekunder, tersier serta barang-barang khusus, dan jasa-jasa lainnya. Biasanya ruang lingkup pelayanannya selain untuk konsumen kota juga dapat melayani penduduk di sekitar kota bersangkutan (regional).
- Pasar mambo adalah pasar sore atau pasar malam yang biasanya menjual makanan dan minuman.
- Pasar khusus ditentukan dari spesialisasi jenis barang yang diperdagangkan seperti pasar khusus yang menjual bunga, onderdil, dan lain-lain.

b. Berdasarkan Status Pasar

Status pasar ini memberikan pengertian adanya pasar resmi dan pasar tidak resmi/liar.

- Pasar resmi adalah pasar dan tempat penjualan umum yang ditetapkan oleh pemerintah daerah yang terdapat pertemuan antara penjual dan pembeli untuk mengadakan penawaran dan permintaan terhadap barang dan jasa. Dikarenakan lokasinya ditetapkan oleh pemerintah daerah lokasi dan bangunan pasar telah memenuhi persyaratan perencanaan kota maupun teknis bangunan.
- Pasar tidak resmi/liar adalah yang mempunyai pengertian fungsi yang sama dengan pasar resmi hanya statusnya yang berbeda atau illegal.

c. Berdasarkan Radius Pelayanan

- Pasar regional, yaitu pasar yang terletak di lokasi yang strategis dan luas, bangunannya permanen, dan mempunyai kemampuan seluruh wilayah kota sampai ke luar kota.
- Pasar kota, yaitu pasar yang terletak di lokasi yang cukup luas dan strategis, bangunan yang permanen dan mempunyai pelayanan meliputi seluruh kota.

- Pasar wilayah, yaitu pasar yang tempatnya cukup luas dan strategis yang mempunyai pelayanan meliputi beberapa lingkungan dalam suatu wilayah tertentu.
- Pasar lingkungan, yaitu pasar yang tempatnya strategis, bangunannya semi permanen dan permanen dan pelayanannya meliputi satu lingkungan pemukiman.

d. Berdasarkan Tarif Retribusi

- Pasar kelas utama : bangunan fisik permanen, terletak di lokasi strategis dan luas, barang yang diperjualbelikan lengkap, jangkauan pelayanan meliputi wilayah kota bahkan sampai ke luar kota
- Pasar kelas I : bangunan fisik permanen, terletak di lokasi yang strategis dan luas, barang dagangan lengkap, jangkauan pelayanan meliputi seluruh kota
- Pasar kelas II : bangunan fisik permanen, terletak di lokasi yang strategis dan luas, barang dagangan lengkap, jangkauan pelayanan meliputi lingkungan pemukiman
- Pasar kelas III : bangunan fisik semi permanen, terletak di pemukiman penduduk, kegiatan perdagangan tidak terlalu lama
- Pasar darurat / insidental, yaitu pasar yang hanya bersifat sementara dan biasanya menggunakan jalan umum tertentu dan biasanya hanya pagi dan malam hari saja.
- Pasar khusus, yaitu pasar dengan tempat yang permanen maupun semi permanen dan barang yang dijual hanya terdiri dari jenis barang tertentu saja, seperti pasar buah, pasar bunga, pasar ternak dan lain-lain.

e. Berdasarkan Lokasi Pasar Strategis

Dalam pemilihan lokasi pasar, sebaiknya perlu mempertimbangkan hal-hal sebagai berikut :¹²

- Lokasi pasar berada di kawasan kegiatan ekonomi yang membuat tempat tersebut selalu ramai dikunjungi orang.

¹² Tim IWPL-Perdagangan Direktorat Jenderal Dalam Negeri Departemen Perindustrian dan Perdagangan RI, Kajian Tentang Profil Pasar/Pemetaan Pasar, Jakarta 1996, website www.openlibrary.org

- Lokasi pasar dihubungkan oleh jalan utama dan atau dapat dijangkau dengan kendaraan dari berbagai jurusan.
- Lokasi pasar dekat atau pinggir jalan utama, mudah dijangkau oleh kendaraan umum maupun kendaraan pribadi dan relatif tidak mengalami hambatan lalu lintas.
- Lokasi pasar secara geografis dekat dengan konsumen yang menjadi pasar sasaran dan atau dalam radius 3 km terdapat permukiman yang relatif padat.

Tabel 1.1 Jenis Pasar Tradisional

Jenis Pasar Tradisional	Klasifikasi
Berdasarkan jenis barang yang diperjualbelikan	<ul style="list-style-type: none"> • pasar umum • pasar mambo • pasar khusus
Berdasarkan Status Pasar	<ul style="list-style-type: none"> • pasar resmi • pasar tidak resmi/liar
Berdasarkan Radius Pelayanan	<ul style="list-style-type: none"> • pasar regional • pasar kota • pasar wilayah • pasar lingkungan
Berdasarkan Tarif Retribusi	<ul style="list-style-type: none"> • pasar kelas utama • pasar kelas I • pasar kelas II • pasar kelas III • pasar darurat / insidental • pasar khusus
Berdasarkan Lokasi Strategis	<ul style="list-style-type: none"> • berada di kawasan kegiatan ekonomi • dihubungkan oleh jalan utama • dekat atau pinggir jalan utama • dekat dengan konsumen/permukiman (dalam radius 3 km)

Sumber : Tim IWPL Deperindag RI, 1996 dan Hasil Rumusan 2009

1.5.1.3 Ciri-ciri Pasar Tradisional

Pasar yang berfungsi sebagai pusat kota memiliki karakteristik sebagai berikut:¹³

- Terletak di daerah / pusat kota.
- Pasar dengan skala pelayanan kota.
- Sebagai tempat untuk melakukan jual beli oleh para pedagang yang menjual barang dari hasil daerahnya (baik dari wilayah kota maupun dari luar wilayah kota / wilayah kabupaten) dengan pedagang yang berjualan di pasar besar. Transaksi tersebut dilakukan mulai sore sampai malam hari.
- Kegiatan yang dilakukan pada malam harinya adalah sebagai tempat untuk melakukan jual beli oleh para pedagang pasar kepada para konsumen yang membutuhkan, baik bersifat eceran, maupun bersifat grosir yaitu dengan membeli dalam jumlah banyak untuk di jual kembali di daerahnya.
- Tempat untuk menampung para pedagang kaki lima.
- Tempat yang digunakan untuk sekelompok pedagang daam menampung toko-toko, los, kios dan kantor pasar serta dilengkapi dengan sasaran perparkiran.

¹³ Ellu Z dalam Yuliantiningsih, Studi Pengaruh Pasar Tradisional Terhadap Perilaku Berbelanja Masyarakat, Tugas Akhir Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota ITN Malang, 2005, hal.13

Dilihat dari segi managerial / pengelolaan pasar, ciri-ciri pasar tradisional adalah sebagai berikut :

- Belum berorientasi pada pembeli, masih mengacu pada penjualan, sehingga kurang tanggap terhadap perubahan selera konsumen. Sasaran konsumen menengah ke bawah.
- Tidak melakukan pembukuan jelas, sehingga sulit melakukan evaluasi dan analisa keuangan.
- Memiliki persediaan barang dengan kurang memperhitungkan rasio persediaan. Menjual barang dengan sistem tawar-menawar karena tidak ada kepastian harga jual.
- Jarang melakukan kegiatan promosi
- Pada umumnya menjual kebutuhan barang sehari-hari
- Skala unit relatif kecil, sehingga struktur organisasi usahanya masih sederhana, oleh karena itu tidak ada pembagian kerja yang rinci.
- Ruang atau tempat usahanya berupa kios, counter, los atau berupa tenda.

Berdasarkan definisi mengenai pasar tradisional di atas, dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri pasar tradisional, antara lain:

- a. Pembeli dan penjual bertemu secara langsung.
- b. Transaksi terjadi secara langsung
- c. Mekanisme transaksi dengan tawar-menawar
- d. Menyediakan kebutuhan barang sehari-hari (primer)
- e. Bangunan terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka
- f. Dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil dan modal kecil
- g. Pangsa pasar kalangan menengah ke bawah

1.5.1.4 Jenis Barang Dagangan di Lokasi Pasar Tradisional

Jenis-jenis barang dapat digolongkan dalam berbagai jenis, yakni barang industri (*industrial goods*) yang digunakan sebagai bahan baku untuk diproduksi lebih lanjut dan barang-barang konsumsi (*consumer goods*) yang telah siap untuk dijual kepada pemakai rumah tangga atau konsumen akhir.

Fungsi pelayanan suatu pasar dapat dilihat dari jumlah perdagangan menurut jenis barang yang diperdagangkan dan karakter jenis-jenis barang tersebut adalah sebagai berikut:¹⁴

- Barang-Barang Primer

¹⁴ Roohmadi Nur Wahyu dalam Yoseph Fedelis, Tugas Akhir : Evaluasi Pasca Pembangunan Pasar dalam Kaitannya Dengan Fungsi Pelayanan Fasilitas Perpasaran, Jurusan Teknik Perencanaan Wilayah dan Kota ITN Malang, 1996, hal 170-172

Merupakan barang-barang kebutuhan pokok dan mempunyai frekuensi pembelian harga tinggi, karena sering dibeli oleh penduduk (konsumen). Volume pembelian barang-barang primer biasanya dalam limit relatif kecil. Kelompok barang-barang primer yang diperdagangkan di pasar terdiri dari barang-barang kebutuhan pokok dan barang-barang kelontong kecil seperti sayur, hasil bumi, beras, daging, ikan, buah-buahan, rokok, kopi, teh, bumbu dapur, dan lain-lain.

- **Barang-Barang Sekunder**

Merupakan barang yang mempunyai sifat pelayanan kebutuhan tidak teratur dalam arti sifat pembelian tetap dimana rasa kebutuhan timbul dalam interval waktu tertentu. Barang-barang sekunder dapat dikatakan jarang dibeli, akan tetapi pembeli sanggup mendapatkannya di lokasi yang relative jauh. Kelompok barang-barang sekunder terbagi atas barang-barang sandang dan kelontong mahal, seperti pakaian, tekstil, sepatu, barang-barang pecah belah, tas, dan lain-lain.

- **Barang Tersier**

Barang tersier mempunyai sifat pelayanan kebutuhan yang jarang sekali dibeli, misalnya perhiasan, onderdil, radio, bahan bangunan, dan lain-lain.

- **Barang Khusus**

Sifat barang khusus yaitu dibutuhkan oleh pembeli secara isendental saja dan mempunyai frekuensi pembelian tidak tentu. Namun jenis barang ini mempunyai skala pelayanan yang luas (seluruh kota). Jenis barang khusus seperti bunga, burung, ikan hias, barang-barang rongsokan, dan lain-lain.

- **Jasa**

Kegiatan perdagangan dan jasa merupakan kegiatan yang tidak menghasilkan atau memproduksi barang-barang secara langsung. Kegiatan jasa dapat dibedakan atas jasa umum dan jasa perorangan. Kegiatan jasa yang harus ada di pasar adalah jasa perorangan, sebagai contoh tukang jahit, tukang pangkas rambut, reparasi arloji, dan lain-lain.

Jenis barang di pasar tradisional pada umumnya dibagi dalam 5 kategori berdasarkan karakter dagangan, yaitu kelompok bersih (kelompok jasa, kelompok warung, toko), kelompok kotor yang tidak bau (kelompok hasil bumi, buah-buahan), kelompok kotor dan berbau (kelompok sayur dan bumbu), kelompok kotor, bau, basah (kelompok kelapa), kelompok bau, basah, kotor, dan busuk (kelompok ikan basah dan daging).

Penempatannya di pasar biasanya kelompok bersih terletak di depan dan kelompok kotor, bau, basah, dan busuk di belakang dengan kelompok-kelompok lain diantaranya. Pengelompokan barang-barang tersebut diusahakan tidak bercampur bau agar pembeli tidak kebingungan mencari barang.

1.5.1.5 Tipe Tempat Berjualan Pada Pasar Tradisional

Tempat berjualan atau lebih sering disebut stan dipilih dengan cara undian. Jenis barang yang sudah dikelompokkan dilihat dari jenis barang

dagangan apa yang paling banyak diperdagangkan dan paling dinikmati. Pembeli mendapat lokasi yang paling strategis. Bagian atau blok-blok yang telah ditetapkan tempat-tempat yang strategis diutamakan diundi dahulu untuk pengurus setiap bagian, setelah itu sisanya diundi dahulu untuk pedagang lainnya. Demikian pula sistem undian yang dilakukan untuk memilih stan pada tempat penampungan sepanjang jalan pada saat renovasi dikerjakan.

Tempat-tempat yang strategis memang sangat diminati oleh pedagang karena terlebih dahulu dapat terlihat atau dikunjungi pembeli. Tempat strategis yang dimaksud adalah sirkulasi utama, dekat pintu masuk, dekat tangga, atau dekat hall.

Secara umum wujud jenis tempat berjualan yang terdapat di lokasi pasar dapat dibedakan atas toko, kios, los, dan pelataran. Dimana masing-masing jenis tempat berjualan mempunyai ciri-ciri tersendiri baik ditinjau dari letaknya maupun kualitas bangunannya. Pada kesempatan ini akan dikemukakan definisi atau pengertian tentang masing-masing jenis tempat berjualan tersebut diatas.

- a. **Toko** : Merupakan suatu ruangan dengan kondisi permanen (tembok) di bawah satu atap dengan lantai pengerasan dan letaknya menghadap ke luar pasar atau di pinggir jalan. Atau berada pada jalan utama untuk masuk dan keluar pasar. Luas toko umumnya minimal 2x3 m.
- b. **Kios** : Merupakan suatu ruangan yang tertutup di bawah atap dengan kualitas bangunan (permanen) tembok atau jenis permanen (1/2 tembok) dengan lantai pengerasan, dan letaknya berada didalam pasar atau di pinggir jalan utama pasar, tingkat keamanannya lebih tinggi dibanding dengan yang lain. Dalam kios dapat ditata dengan berbagai macam alat *display*. Pemilikan kios tidak hanya satu saja tapi dapat beberapa kios sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan. Luas kios umumnya maksimal sebesar 2x2 m², tinggi 2.5 m, pintu dari rolling door. Untuk kios yang besar biasanya pedagang menyisakan satu kios untuk tempat penyimpanan barang atau gudang. Selain gudang berupa kios, pedagang menyimpan

barang di atas kios mereka, yaitu dengan memberikan pentutup papan dari sisa antara tinggi kios yang ada dan plat lantai atas.

- c. Los : Merupakan ruang-ruang terbuka yang dibawah atap yang dibagi atas ruang-ruang yang dibatasi/disekat dinding relatif rendah atau tidak dibatasi. barang-barang yang sukar bergerak, misalnya dibatasi oleh almari, meja, kursi, dsb. Letak lantai dapat berupa pengerasan atau tidak seperti 20 x 6 m; 40 x 20 m dan lain-lain.
- d. Pelataran : Merupakan ruang-ruang terbuka, tidak beratap dengan lantai tidak berupa pengerasan (tembok) atau tidak dimana para pedagang ekonomi lemah dapat secara bebas dan teratur memperdagangkan barang dagangannya. Yang termasuk pedagang pelataran di pasar tradisional adalah penjual asongan yang berjualan di dalam pasar maupun di luar wilayah pasar tetapi masih menempel di dinding pasar. Pada umumnya letak pelataran berada di samping atau di belakang pasar. Stan yang ada adalah stan milik sendiri dengan membayar retribusi per m²/hari sesuai dengan biaya yang telah ditentukan.

1.5.1.6 Fungsi, Peranan, dan Aktivitas Pasar

Pasar mempunyai peranan penting dalam mendorong kegiatan perekonomian, baik bagi konsumen, produsen, maupun pemerintah. Bagi konsumen, pasar memberikan kemudahan untuk memperoleh barang dan jasa. Bagi produsen, pasar berperan sebagai tempat untuk memperoleh barang-barang yang akan digunakan dalam suatu proses produksi. Selain itu, pasar juga berperan sebagai tempat untuk memasarkan dan mempromosikan hasil produksi. Bagi pemerintah, melalui pasar pemerintah dapat memperoleh pendapatan dari pajak dan retribusi.¹⁵

Secara umum, pasar mempunyai tiga fungsi utama yaitu sebagai sarana distribusi, pembentukan harga, dan sebagai tempat promosi.¹⁶

1. Pasar sebagai sarana distribusi

Pasar sebagai sarana distribusi, berfungsi memperlancar proses penyaluran barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Dengan adanya pasar, produsen dapat berhubungan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk menawarkan hasil produksinya kepada konsumen. Pasar dikatakan berfungsi baik jika kegiatan distribusi barang dan jasa dari produsen ke konsumen berjalan lancar. Sebaliknya, pasar dikatakan tidak berfungsi baik jika kegiatan distribusi seringkali macet.

2. Pasar sebagai pembentuk harga

Pasar merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli. Di pasar tersebut penjual menawarkan barang-barang atau jasa kepada pembeli. Pembeli yang

¹⁵ CV. Erlangga dalam IPS SMP/MTs, Kelas VIII, Bab 10, 2006, hal 199

¹⁶ CV. Erlangga, Ilmu Pengetahuan Sosial, Kelas VIII, Bab 9, 2008, hal 209-210

membutuhkan barang atau jasa akan berusaha menawar harga dari barang atau jasa tersebut, sehingga terjadilah tawar-menawar antara kedua belah pihak. Setelah terjadi kesepakatan, terbentuklah harga. Dengan demikian, pasar berfungsi sebagai pembentuk harga. Harga yang telah menjadi kesepakatan tersebut, tentunya telah diperhitungkan oleh penjual dan pembeli. Penjual tentu telah memperhitungkan laba yang diinginkannya, sedangkan pembeli telah memperhitungkan manfaat barang atau jasa serta keadaan keuangannya.

3. Pasar sebagai Sarana Promosi

Pasar sebagai sarana promosi artinya pasar menjadi tempat memperkenalkan dan menginformasikan suatu barang/jasa tentang manfaat, keunggulan, dan kekhasannya pada konsumen. Promosi dilakukan untuk menarik minat pembeli terhadap barang atau jasa yang diperkenalkan. Promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara antara lain, memasang spanduk, menyebarkan brosur, pameran, dan sebagainya. Banyaknya cara promosi yang dilakukan oleh produsen, membuat konsumen lebih selektif dalam memilih barang yang akan dibeli. Biasanya produsen yang menawarkan barang dengan harga murah dan kualitasnya bagus akan menjadi pilihan konsumen.

Menurut Belshaw (1981 : 10), ciri-ciri sistem pertukaran dipandang dari:

(1) sifat interaksi antara penjual dan pembeli; (2) sistematisasi dari nilai tukar yaitu harga-harga apakah saling mempengaruhi; (3) berapa jauh pembelian serta penjualan barang-barang dan jasa merupakan fungsi pasar; (4) rangkaian barang-barang dan jasa-jasa yang diperjualbelikan; (5) berapa jauh transaksi masuk ke tahap produksi dari bahan mentah ke produksi atau jasa yang dapat dikonsumsi; (6) tingkat dan persaingan jual-beli; (7) tingkat dimana jual-beli dapat dibedakan menurut alat tukar-menukar.

Aktivitas adalah kegiatan yang terjadi baik dilakukan oleh seseorang maupun suatu hal yang dapat membentuk sebuah sistem dalam sebuah ruang dan kurun waktu tertentu.

Kegiatan didefinisikan sebagai apa yang dikerjakan oleh seseorang pada jarak waktu tertentu (Bechtel dan Zeisel, 1987). Kegiatan tersebut selalu mengandung empat hal pokok: pelaku, macam kegiatan, tempat dan waktu kegiatan berlangsung. Kegiatan terjadi pada setting, sehingga data dikatakan bahwa system kegiatan terjadi pada suatu sistem setting tertentu.

Kegiatan manusia mengandung 4 (empat) hal pokok, yaitu pelaku, macam kegiatan, tempat dan waktu kegiatan berlangsung. Dapat disimpulkan bahwa aktivitas pasar adalah kegiatan yang terjadi oleh suatu hal yang dapat membentuk sebuah sistem dalam sebuah tempat dan kurun waktu tertentu.

Sistem pasar tampak sebagai suatu kesatuan yang saling berhubungan sehingga terjadi saling ketergantungan antara masing-masing komponen. Adapun komponen-komponen yang ada di pasar adalah produksi, distribusi, transportasi, transaksi, dan rotasi serta konsumsi. Masing-masing komponen yang terdapat dalam sistem pasar, misalnya faktor produksi sangat tergantung

pada faktor distribusi dan untuk lancarnya suatu distribusi sangat diperlukan sarana transportasi yang baik sehingga hasil produksi dapat mencapai pasar, begitulah seterusnya sampai barang tersebut sampai di tangan konsumen.

Tabel 1.2 Perbandingan Pasar Tradisional dan Pasar Modern

Variabel	Pasar Tradisional	Pasar Modern
<i>Price</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Harga lebih murah • Harga bisa ditawar 	<ul style="list-style-type: none"> • Harga pasti
<i>Product</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Menyediakan produk lebih segar • Menawarkan beragam produk segar • Menyediakan segala yang diperlukan 	<ul style="list-style-type: none"> • Kebersihan produk terjamin
<i>Place</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Lokasi dekat dengan rumah 	<ul style="list-style-type: none"> • Bersih • Fasilitas lengkap
<i>Service</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Suasana yang hidup dan Ramai • Buka dari pagi hari • Pembeli dalam jumlah yang fleksibel 	<ul style="list-style-type: none"> • Aman • Disediakan kantong belanja

Sumber : Hasil Penelitian AC Nielsen , 2004

Tabel 1.3 Karakteristik Pasar Tradisional

Variabel	Indikator	Tolok Ukur
Status Kepemilikan	<ul style="list-style-type: none"> - Pemerintah - Swasta - Swadaya masyarakat 	<ul style="list-style-type: none"> - penataan kios lebih teratur, ada petugas retribusi pasar, ada tukang parkir yang berseragam - penataan kios lebih teratur, ada petugas retribusi pasar, ada tukang parkir yang berseragam - penataan kios kurang teratur, tidak ada petugas retribusi parkir
Tipe tempat usaha	<ul style="list-style-type: none"> - Toko - Kios - Los - Pelataran 	<ul style="list-style-type: none"> - Luas toko umumnya minimal 2x3 m. - Luas kios umumnya maksimal sebesar 2x2 m², tinggi 2.5 m, pintu dari rolling door. - Letak lantai dapat berupa pengerasan atau tidak seperti 20 x 6 m; 40 x 20 m dan lain-lain. - Pada umumnya letak pelataran berada di samping atau di belakang pasar. Stan yang ada adalah stan milik sendiri dengan membayar retribusi per m²/hari sesuai dengan biaya yang telah ditentukan.

Bersambung...

Lanjutan tabel 1.3

Variabel	Indikator	Tolok Ukur
Jenis barang dagangan	- Primer	- frekuensi pembelian harga tinggi , sering dibeli oleh penduduk (konsumen), Volume pembelian biasanya dalam limit relatif kecil, barang dagangan : barang-barang kebutuhan pokok dan barang-barang kelontong kecil
	- Sekunder	- barang yang mempunyai sifat pelayanan kebutuhan tidak teratur, sifat pembelian tetap, jarang dibeli, barang dagangan : barang-barang sandang dan kelontong mahal
	- Tersier	- Barang yang mempunyai sifat pelayanan kebutuhan yang jarang sekali dibeli
	- Khusus	- dibutuhkan oleh pembeli secara isendental, frekuensi pembelian tidak tentu, skala pelayanan yang luas (seluruh kota)
	- Jasa	- kegiatan yang menghasilkan memproduksi barang-barang secara tidak langsung
Karakter barang dagangan	- kelompok bersih (kelompok jasa, kelompok warung, toko) - kelompok kotor yang tidak bau (kelompok hasil bumi, buah-buahan) - kelompok kotor dan berbau (kelompok sayur dan bumbu) - kelompok kotor, bau, basah (kelompok kelapa), - kelompok bau, basah, kotor, dan busuk (kelompok ikan basah dan daging).	- Tidak menimbulkan bau dan sifatnya kering - Sifatnya setengah basah dan setengah kering tetapi tidak menimbulkan bau - Sifatnya basah dan menimbulkan bau - Sifatnya basah, menimbulkan bau, dan cenderung menimbulkan becek - Sifatnya basah, menimbulkan bau, dan cenderung menimbulkan becek
Aktivitas Pasar	- sifat interaksi antara penjual dan pembeli - sistematisasi dari nilai tukar - tingkat pembelian serta penjualan barang-barang dan jasa - rangkaian barang-barang dan jasa-jasa yang diperjualbelikan - tingkat transaksi masuk ke tahap produksi dari bahan mentah ke produksi atau jasa yang dapat dikonsumsi	- Adanya sistem tawar menawar - Kedekatan personal dan ikatan emosi - Adanya alat tukar menukar berupa uang maupun barter - Secara kontan maupun utang piutang - Barang kebutuhan sehari-hari & pecah belah - Jasa penyewaan mobil maupun jasa angkut - Distribusi langsung dan distribusi tak langsung (melalui pihak ketiga)

Bersambung...

Lanjutan tabel 1.3

Variabel	Indikator	Tolok Ukur
	<ul style="list-style-type: none"> - tingkat dan persaingan jual-beli - tingkat dimana jual-beli dapat dibeda-bedakan menurut alat tukar-menukar. ➢ Uang : Kontan mauun utang piutang ➢ Barter 	<ul style="list-style-type: none"> - Terjadi persaingan dalam penentuan harga - saling muncul karena ada kebutuhan akan benda-benda yang dapat dihitung untuk tujuan tukar menukar secara tidak langsung - didasarkan atas perbandingan satuan yang telah ditetapkan oleh kedua belah pihak

Sumber : Hasil Rumusan 2009

1.5.1.7 Karakter dan Aktivitas Pedagang Pasar Tradisional

Definisi karakter secara etimologi: “character” (Latin) berarti instrument of narking, “charessein” (Prancis) berarti to engrave (mengukir), “watek” (Jawa) berarti ciri wanci, “watak” (Indonesia) berarti sifat pembawaan yang mempengaruhi tingkah laku; budi pekerti; tabiat; perangai. Sedangkan secara terminologi, Karakter adalah sifat kejiwaan, akhlak atau budi pekerti yang menjadi ciri khas seseorang atau sekelompok orang.¹⁷

Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh suatu keuntungan.¹⁸

Jadi, dapat dirumuskan bahwa karakter pedagang adalah sifat atau watak yang menjadi ciri khas dari orang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh suatu keuntungan.

Pedagang dapat dikategorikan menjadi:

- Pedagang grosir, beroperasi dalam rantai distribusi antara produsen dan pedagang eceran.
- Pedagang eceran, disebut juga pengecer, menjual produk komoditas langsung ke konsumen. Pemilik toko atau warung adalah pengecer.

Menurut Koentjaraningrat (1984: 188), ada beberapa jenis pedagang di pasar-pasar tradisional di Jawa, yaitu :

- petani atau tengkulak pertama yang membawa hasil bumi atau kerajinan sebanyak yang dapat mereka angkut ke pasar;
- para tengkulak bakul yang membeli hasil bumi maupun industri rumah dari para petani atau tengkulak pertama tersebut diatas dan menimbun barang itu untuk kemudian mereka jual secara eceran atau secara borongan kepada tengkulak kedua;

¹⁷ Arum, Pendidikan Karakter, 2006, website www.arum7p.multiply.com

¹⁸ Wikipedia Bahasa Indonesia, Ensiklopedi Bebas, website www.Wikipedia.org

- tengkulak kedua yang membeli barang dagangan secara borongan dari para bakul, dan mengangkutnya ke suatu pasar lain untuk di jual kepada bakul-bakul disana;
- para makelar (pedagang perantara, sering juga disebut dengan bakul atau sodagar) yang berkeliaran di daerah-daerah pedesaan untuk membeli dan menghimpun hasil hasil pertanian yang kadangkadang mereka simpan sementara, dan kemudian mengangkutnya ke pasar;
- pemilik pedati dan opelet yang menyewakan kendaraan mereka kepada para pedagang “tengkulak pertama” maupun “tengkulak kedua”;
- para penjaja keliling yang membeli barang dagangan mereka dari bakul dan menjajakannya ke rumah-rumah penduduk di desa maupun di kota;
- para pemilik toko keturunan Tionghoa yang membeli dagangan dari para tengkulak, para bakul, maupun para makelar untuk dijual ke kota-kota yang jauh letaknya;
- para pemilik warung makanan;
- para tukang yang terdiri dari tukang cukur, tukang jahit, tukang sepatu dan sebagainya.

Di dalam Pasar Tradisional terdapat berbagai jenis pedagang, namun secara keseluruhan dapat digolongkan dalam tiga macam, yaitu :

1. pedagang menetap, pedagang yang berasal dari atau yang bertempat tinggal dalam daerah, mereka kebanyakan adalah pedagang nasi;
2. pedagang lokal yang bersifat insidental, yaitu pedagang yang berasal dari sekitar daerah;
3. pedagang yang berasal dari luar daerah.

Sedangkan pengertian aktivitas pedagang merupakan kegiatan yang terjadi baik dilakukan oleh orang yang melakukan perdagangan yang dapat membentuk sebuah sistem dalam sebuah tempat dan kurun waktu tertentu.

Pemanfaatan pasar untuk berbagai kegiatan transaksi menjadi optimal. Terjadi pembagian waktu yang cukup rapi dan tertib:

- a. Pukul 05.30 s/d 09.00 aktifitas pasar diperuntukkan bagi para pedagang kaki lima khusus makanan sarapan/jajanan pasar;
- b. Pukul 04.00 s/d 17.00 aktifitas pasar diperuntukkan bagi para pedagang kios & lapak dan penjualan makanan khas;
- c. Pukul 06.00 s/d 24.00 aktifitas pasar diperuntukkan bagi para pedagang Ruko;
- d. Pukul 16.00 s/d 01.00 aktifitas pasar diperuntukkan bagi para pedagang Cafe Tenda;

Tabel 1.4 Karakteristik Pedagang Pasar Tradisional

Variabel	Sub Variabel	Tolok Ukur
Jenis Pedagang	<ul style="list-style-type: none"> - petani atau tengkulak pertama - para tengkulak bakul 	<ul style="list-style-type: none"> - membawa hasil bumi atau kerajinan sebanyak yang dapat mereka angkut ke pasar - membeli hasil bumi maupun industri rumah dari para petani atau tengkulak pertama dan menimbun barang itu untuk kemudian mereka jual secara eceran atau secara borongan kepada tengkulak kedua

Bersambung...

Lanjutan tabel 1.4

Variabel	Sub Variabel	Tolok Ukur
	<ul style="list-style-type: none"> - tengkulak kedua - para makelar - pemilik pedati dan opelet - para penjaja keliling - para pemilik toko - para pemilik warung makanan - para tukang 	<ul style="list-style-type: none"> - membeli barang dagangan secara borongan dari para bakul, dan mengangkutnya ke suatu pasar lain untuk di jual kepada bakul-bakul disana - Orang yang bertindak sebagai penghubung antara dua belah pihak yang berkepentingan dan bertugas menjembatani kepentingan antara pihak penjual dan pembeli. Pada praktiknya lebih banyak pada pihak-pihak yang akan melakukan jual beli. - menyewakan kendaraan mereka kepada para pedagang "tengkulak pertama" maupun "tengkulak kedua" - membeli barang dagangan mereka dari bakul dan menjajakannya ke rumah-rumah penduduk di desa maupun di kota - membeli dagangan dari para tengkulak, para bakul, maupun para makelar untuk dijual ke kota-kota yang jauh letaknya - membuat barang produksi dalam pasar seperti halnya makanan dan minuman dibuat dan dipasarkan dalam pasar. - Menjual jasa sesuai keahlian yang dimiliki
Asal pedagang	<ul style="list-style-type: none"> - Pedagang Menetap - Pedagang Lokal - Pedagang Luar Daerah 	<ul style="list-style-type: none"> - Bersifat tidak berpindah-pindah, tempat tinggal di dalam daerah - Bersifat insidentil, tempat tinggal di daerah sekitar - Bersifat sementara, tempat tinggal di luar daerah
Alasan Berdagang	<ul style="list-style-type: none"> - Turun Temurun - Tuntutan Hidup - Keahlian 	<ul style="list-style-type: none"> - Masih ada ikatan keluarga dengan pemilik sebelumnya - Bekerja karena tidak ada pilihan - Memiliki bakat dalam melakukan pekerjaan
Tingkat pendidikan	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak Tamat SD - Tamat SD - Tamat SMP - Tamat SMA 	<ul style="list-style-type: none"> - Belum mampu membaca dan menulis dengan benar - Memiliki kemampuan membaca, menulis, dan berhitung - Memiliki kemampuan membaca, menulis, dan berhitung - Memiliki kemampuan membaca, menulis, dan berhitung
Frekuensi berdagang	<ul style="list-style-type: none"> - Pasar pagi - Pasar pagi-sore - Pasar pagi-malam - Pasar sore-malam 	<ul style="list-style-type: none"> - Pukul 05.30 s/d 09.00 aktifitas pasar diperuntukkan bagi para pedagang kaki lima khusus makanan sarapan/jajanan pasar; - Pukul 04.00 s/d 17.00 aktifitas pasar diperuntukkan bagi para pedagang kios & lapak dan penjualan makanan khas; - Pukul 06.00 s/d 24.00 aktifitas pasar diperuntukkan bagi para pedagang Ruko; - Pukul 16.00 s/d 01.00 aktifitas pasar diperuntukkan bagi para pedagang Cafe Tenda;
Motivasi pedagang dalam pemilihan tempat berdagang	<ul style="list-style-type: none"> - Lokasi - Biaya sewa 	<ul style="list-style-type: none"> - Strategis, dekat dan terjangkau oleh pembeli - Murah, terjangkau dengan modal pedagang

Sumber : Hasil Rumusan 2009

1.5.2.3 Pola Ruang

Pola adalah suatu bentuk hubungan yang terjadi dari berbagai bentuk-bentuk hubungan, berkaitan dengan suatu permasalahan.

Ruang bentukan aktivitas manusia dapat berupa bentuk yang berbeda-beda. Kemudian bentuk-bentuk ruang tersebut dapat dikatakan sebagai pola ruang.

Terdapat tiga tipe dasar pola ruang. Dimana tiga tipe pola dasar tersebut meliputi:²²

a. Ruang terbatas tetap (*fixed-featured space*)

Adalah ruang terbatas tetap dilingkupi oleh pembatas yang relatif tetap dan tidak mudah digeser, seperti dinding masif, jendela, pintu atau lantai.

b. Ruang terbatas semi tetap (*semifixed-featured space*)

Adalah ruang yang pembatasnya bisa berpindah. Misalnya, ruang-ruang pameran yang dibatasu partisi dapat dipindahkan ketika dibutuhkan setting yang berbeda.

c. Ruang informal

Adalah ruang yang terbentuk pada waktu singkat, seperti ruang yang terbentuk ketika dua atau lebih orang berkumpul. Ruang ini bersifat tidak tetap (*non permanen*).

Sehingga dapat dirumuskan pola ruang adalah suatu distribusi peruntukan ruang dalam sebuah wadah yang terdapat sebuah ekosistem di dalamnya, yang menekankan pada keterkaitan antara ruang dan manusia dengan masyarakat yang memanfaatkan atau menghuni ruang tersebut.

1.5.2.4 Pemanfaatan Ruang

Beberapa pengertian mengenai pemanfaatan ruang dengan sistem pendekatan dan penekanan yang berbeda, pertama lebih banyak membahas dari segi geografis dengan manusia yang jadi perannya, sedangkan pendekatan

²² Edward Hall, 1959 dalam Laurenz, *Arsitektur dan Perilaku Manusia*. PT Gasindo. Jakarta. 2005. hal 194

1.2.1. Pola Ruang

Pola adalah suatu bentuk hubungan yang terjadi dari berbagai bentuk-bentuk hubungan berkaitan dengan suatu permasalahan. Ruang bentuk aktivitas manusia dapat berupa bentuk yang berbeda-beda. Kemudian bentuk-bentuk ruang tersebut dapat diklasikan sebagai pola ruang.

Terdapat tiga tipe dasar pola ruang. Dimana tiga tipe pola dasar tersebut meliputi:

a. Ruang terbatas tetap (fixed-tenured space)
Adalah ruang terbatas tetap dilindungi oleh pembatas yang relatif tetap dan tidak mudah digeser seperti dinding masif, jendela, pintu dan lantai.

b. Ruang terbatas semi tetap (semi-fixed-tenured space)
Adalah ruang yang pembatasnya bisa berpindah. Misalnya ruang-ruang pameran yang dibatasi partisi dapat dipindahkan ketika dibutuhkan setting yang berbeda.

c. Ruang informal
Adalah ruang yang terbentuk pada waktu singkat seperti ruang yang terbentuk ketika dua atau lebih orang berkumpul. Ruang ini bersifat tidak tetap (non permanent).
Selingga dapat dimasukkan pola ruang adalah suatu distibusi perumukan ruang dalam sebuah wadah yang terdapat sebuah ekosistem di dalamnya yang menekankan pada ketertarikan antara ruang dan manusia dengan masyarakat yang memanfaatkan atau menghuni ruang tersebut.

1.2.2. Perencanaan Ruang

Beberapa penelitian mengenai pemanfaatan ruang dengan sistem pendekatan dan pemukiman yang berbeda-beda pertama lebih banyak membahas dari segi geografis dengan manusia yang jadi perannya, sedangkan pendekatan

Referensi: ...

kedua berawal dari perilaku manusia yang beraktifitas membutuhkan wadah sehingga memunculkan tema-tema yang berbeda dari ruang.

Pemanfaatan ruang adalah suatu kegiatan yang dilakukan manusia dalam memanfaatkan atau menghuni suatu daerah atau wilayah tertentu, dimana kegiatan tersebut dilakukan oleh perilaku manusia atau masyarakat yang mempunyai arti dan nilai yang berbeda tergantung tingkat aspirasi dan kognisi individu-individu yang menggunakan ruang tersebut. Pola pemanfaatan ruang adalah bentuk dari pemanfaatan ruang yang menggambarkan fungsi, ukuran serta karakter manusia.²³

1.5.2.5 Pendekatan Keruangan

Ruang sebagai pendekatan pemetaan perilaku adalah menggambarkan posisi dari tiap ruang yang digunakan oleh masyarakat di kawasan pabrik dan hubungan antar ruang akan memberikan gambaran perilaku masyarakat tersebut dalam kesehariannya dan cara pandang terhadap ruang. Terdapat tiga macam pendekatan tentang ruang yang melatarbelakangi kajian terhadap ruang yaitu :²⁴

a. Pendekatan ekologis (Ecological Approach)

Menekankan pada tinjauan ruang sebagai satu kesatuan ekosistem, yaitu komponen-komponen ruang saling terkait dan berpengaruh secara mekanistik. Oleh karena hubungan mekanistik, sistem ruang kemudian dapat dimodelkan secara matematis, terutama pengaruh satu komponen terhadap komponen lainnya. Pendekatan ini sangat efektif untuk mengkaji dampak suatu kegiatan pembangunan secara ekologis, akan tetapi cenderung mengesampingkan dimensi-dimensi sosial, ekonomi dan politik dari ruang

b. Pendekatan Fungsional dan Ekonomi (Fungsional and Economic Approach)

Menekankan pada ruang sebagai wadah fungsional berbagai kegiatan, yaitu faktor jarak atau lokasi menjadi penting. Pendekatan ini melihat bahwa proses perkembangan pemanfaatan ruang oleh manusia didasarkan atas pertimbangan-pertimbangan jarak, yaitu pusat-pusat atau konsentrasi suatu

²³ Ibid.

²⁴ Haryadi & Setiwan B, op.cit, hal. 14.

kedua berasal dari perilaku manusia yang berakhlak membatalkan warak sehingga memunculkan tema-tema yang berbeda dari orang.

Perbedaan yang jelas akan terlihat yang dibedakan menjadi dua yaitu memisahkan dan mengintegrasikan. Dalam hal ini, memisahkan berarti memisahkan antara yang baik dan yang buruk, sedangkan mengintegrasikan berarti menggabungkan antara yang baik dan yang buruk. Hal ini penting untuk memahami bahwa perbedaan yang mendasar antara keduanya adalah dalam hal

1.2.2. Perilaku dan Lingkungan

Ruang sebagai pendekatan perilaku adalah menggambarkan posisi dari tiap ruang yang digunakan oleh masyarakat di kawasan perkotaan dan hubungan antar ruang akan memberikan gambaran perilaku masyarakat tersebut dalam kesehariannya dan cara pandang terhadap ruang. Terdapat tiga macam pendekatan tentang ruang yang melatarbelakangi kajian terhadap ruang

yaitu:

a. Pendekatan ekologis (Ecological Approach)

Menekankan pada tinjauan ruang sebagai satu kesatuan ekosistem, yaitu komponen-komponen ruang saling terkait dan berpengaruh secara mekanistik. Oleh karena hubungan mekanistik, sistem ruang kemudian dapat dimodelkan secara matematis. Terutama pengaruh satu komponen terhadap komponen lainnya. Pendekatan ini sangat efektif untuk mengkaji dampak suatu kegiatan pembangunan secara ekologis akan tetapi cenderung mengesampingkan dimensi-dimensi sosial, ekonomi dan politik dari ruang

b. Pendekatan Fungsional dan Ekonomi (Functional and Economic Approach)

Menekankan pada ruang sebagai wadah fungsional berbagai kegiatan, yaitu faktor jarak dan lokasi menjadi penting. Pendekatan ini melihat bahwa proses perkembangan pemanfaatan ruang oleh manusia didasarkan atas pertimbangan-pertimbangan jarak, yaitu pusat-pusat atau konsentrasi suatu

14. Haryati & Setiawan H. (2011). hal. 14.

kegiatan akan berperan sebagai magnet yang berperan menyebarkan kegiatan-kegiatan di sekitarnya. Teori ini dalam perkembangannya banyak dianut oleh peneliti di bidang geografi fisik untuk menjelaskan fenomena sebaran, tingkatan dan hubungan saling ketergantungan kota-kota dalam suatu sistem region. Selain itu penekanan pada analisa ekonomi yakni keseimbangan antara permintaan dan suplai. Dengan kata lain, ruang dipandang sebagai komoditi yaitu secara natural, dinamika pasar akan membentuk keseimbangan antara permintaan dan suplai terhadap ruang.

c. Pendekatan Sosial-Politik (Social-Political Approach)

Menekankan pada aspek penguasaan ruang dimana melihat ruang bukan sebagai sarana produksi akan tetapi juga sebagai sarana untuk mengakumulasi pasar. Selain aspek tersebut pendekatan ini juga menekankan aspek teritori dari ruang yaitu mengkaitkan satuan-satuan ruang dengan satuan-satuan organisasi sosial tertentu.

Melihat masalah-masalah perancangan yang semakin berkembang, maka diperlukan pendekatan baru yang lebih memerhatikan interaksi yang dialektik antara manusia dan lingkungannya, yang memahami bahwa proses interaksi ini melibatkan keputusan-keputusan individu manusia yang tidak selalu dapat dimodelkan atau disusun bangun matematisnya. Pertimbangan-pertimbangan pendekatan perilaku dalam mengembangkan konsepsi tentang ruang.

Pendekatan perilaku menekankan pada keterkaitan yang dialektik antara ruang dengan manusia dan masyarakat yang memanfaatkan atau menghuni di ruang tersebut. Pendekatan ini menekankan perlunya memahami perilaku manusia atau masyarakat (yang berbeda-beda di setiap daerah) dalam memanfaatkan ruang. Dengan kata lain, pendekatan ini melihat bahwa aspek-aspek norma, kultur, psikologi masyarakat yang berbeda akan menghasilkan konsepsi dan wujud ruang yang berbeda. (Rapoport, 1969)²⁵

Berdasarkan referensi di atas, dapat dirumuskan bahwa konsep pemanfaatan ruang pasar tradisional adalah suatu rumusan kegiatan yang dilakukan pedagang dalam memanfaatkan pasar tradisional, dimana kegiatan tersebut dilakukan oleh perilaku pedagang yang mempunyai arti dan nilai yang

²⁵ Ibid. Hal. 14

berbeda tergantung tingkat kepentingan yang menggunakan ruang tersebut dan terjadinya suatu ruang pasar sangat bergantung pada waktu. Kegiatan dengan sehubungan waktu dapat dibedakan menurut jam aktivitas pagi, siang, dan malam. Masing-masing pusat kegiatan mempunyai ciri waktu yang berbeda.

1.6 Landasan Penelitian

Berdasarkan tinjauan pustaka di atas, maka pendekatan yang dilakukan dalam penelitian akan mengambil beberapa definisi dan teori yang digunakan. Hal tersebut berguna untuk mempermudah penelitian yang dilakukan.

Dalam pelaksanaan penelitian ini, terdapat beberapa definisi yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan dan memperjelas suatu keadaan yang menjadi fenomena penelitian di lapangan. Adapun beberapa definisi yang digunakan akan dijabarkan sebagai berikut:

1.6.1 Definisi Pemanfaatan Ruang

Pemanfaatan ruang adalah suatu kegiatan yang dilakukan manusia dalam memanfaatkan atau menghuni suatu daerah atau wilayah tertentu, dimana kegiatan tersebut dilakukan oleh perilaku manusia atau masyarakat yang mempunyai arti dan nilai yang berbeda tergantung tingkat aspirasi dan kognisi individu-individu yang menggunakan ruang tersebut. Pola pemanfaatan ruang adalah bentuk dari pemanfaatan ruang yang menggambarkan fungsi, ukuran serta karakter manusia.

1.6.2 Definisi Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi langsung dengan sistem tawar menawar dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, bentuk bangunan umumnya berupa los terbuka yang dikelola oleh pedagang maupun pengelola pasar dengan modal kecil, dan skala pelayanan menengah ke bawah.

1.6.3 Definisi Karakter Pedagang

Karakter pedagang adalah sifat atau watak yang menjadi ciri khas dari orang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh suatu keuntungan.

1.6.4 Definisi Aktivitas Pedagang

Aktivitas pedagang merupakan kegiatan yang terjadi baik dilakukan oleh orang yang melakukan perdagangan yang dapat membentuk sebuah sistem dalam sebuah tempat dan kurun waktu tertentu.

1.6.5 Definisi Aktivitas Pasar

Aktivitas pasar merupakan kegiatan yang terjadi oleh suatu hal yang dapat membentuk sebuah sistem dalam sebuah tempat dan kurun waktu tertentu.

1.6.6 Hubungan Ruang, Waktu dan Bentuk Kegiatan

Hakim, Rustam, & Utomo, Hardi (2004), terjadinya suatu ruang pusat kegiatan sangat bergantung pada waktu. Bila kegiatan hanya berlangsung pada saat tertentu dan pada saat lainnya tidak ada kegiatan, maka ruang seolah-olah menjadi tidak berfungsi, dengan kata lain, mati. Kegiatan dengan sehubungan waktu dapat dibedakan menurut jam kerja, jam aktivitas siang dan malam serta hari libur. Masing-masing pusat kegiatan mempunyai ciri waktu yang berbeda. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 1.5 variabel penelitian.

Tabel 1.5
Variabel Penelitian

No	Sasaran	Teori	Variabel Amatan	Data	Sumber	Survey	Analisa	Metode	Output
1.	Mengidentifikasi karakteristik pedagang Pasar Blimbing	Menurut Koentjaraningrat (1984: 188), ada beberapa jenis pedagang di pasar-pasar tradisional di Jawa, yaitu : 1. petani atau tengkulak pertama 2. para tengkulak bakul 3. tengkulak kedua 4. para makelar 5. pemilik pedati dan opelet 6. para penjaja keliling 7. para pemilik toko 8. para pemilik warung makanan; 9. para tukang	Asal pedagang	Data asal pedagang	Wawancara	Primer	Analisa karakteristisik pedagang	Metode deskriptif kualitatif	Karakteristik pedagang pasar tradisional
			Alasan Berdagang	Data alasan berdagang	Wawancara	Primer			
			Tingkat pendidikan	Data tingkat pendidikan	Wawancara	Primer			
			Frekuensi berdagang	Data frekuensi berdagang	Wawancara	Primer			
			Motivasi pedagang	Motivasi berdagang karena turun temurun, tuntutan hidup, atau keahlian	Wawancara	Primer			

Bersambung...

Lanjutan tabel 1.5

No	Sasaran	Teori	Variabel Amatan	Data	Sumber	Survey	Analisa	Metode	Output
2.	Mengidentifikasi aktivitas pasar dan pedagang Pasar Blimbing	Menurut Belshaw (1981 : 10), ciri-ciri sistem pertukaran dipandang dari: (1) sifat interaksi antara penjual dan pembeli; (2) sistematisasi dari nilai tukar yaitu harga-harga apakah saling mempengaruhi; (3) berapa jauh pembelian serta penjualan barang-barang dan jasa merupakan fungsi pasar; (4) rangkaian barang-barang dan jasa-jasa yang diperjualbelikan; (5) berapa jauh transaksi masuk ke tahap produksi dari bahan mentah ke produksi atau jasa yang dapat dikonsumsi; (6) tingkat dan persaingan jual-beli; (7) tingkat dimana jual-beli dapat dibedakan menurut alat tukar-menukar. Picut dalam the image hunter, karakter khas dari pasar tradisional adalah pola harga luncur, tawar menawar, dan interaksi sosial	Tipe tempat usaha	Data tempat usaha yang digunakan untuk berdagang Peta dan ilustrasi tipe tempat usaha	Observasi dan Wawancara	Primer	Analisa aktivitas pasar dan pedagang	Metode deskriptif kualitatif	Pola Aktivitas pasar dan pedagang di Pasar Blimbing
			Jenis kegiatan	Data jenis kegiatan pedagang dalam memanfaatkan ruang pasar	Wawancara	Primer			
			Aktivitas Pasar	Data aktivitas pasar	Wawancara	Primer			

Bersambung...

Lanjutan tabel 1.5

No	Sasaran	Teori	Variabel Amatan	Data	Sumber	Survey	Analisa	Metode	Output
3.	Mengidentifikasi ruang yang terbentuk akibat pemanfaatan ruang pedagang pasar tradisional	<p>Menurut Ashihara (1983), ruang pada dasarnya terjadi karena adanya hubungan antara sebuah obyek dan manusia yang melihatnya. Ruang luar merupakan ruang yang terjadi dengan membatasi alam. Ruang luar dipisahkan dari lam dengan memberi kerangka atau bingkai (<i>frame</i>), jadi bukan alam itu sendiri yang dapat meluas tidak terhingga. Ruang luar juga berarti sebagai lingkungan luar buatan manusia, sebagai ruang yang mempunyai arti sepenuhnya dengan maksud tertentu, dn sebagai bagian dari alam.</p> <p>Haryadi & Setiawan B (1995), pemanfaatan ruang adalah suatu kegiatan yang dilakukan manusia dalam memanfaatkan atau menghuni suatu daerah atau wilayah tertentu, dimana kegiatan tersebut dilakukan oleh perilaku manusia atau masyarakat yang mempunyai arti dan nilai yang berbeda tergantung tingkat aspirasi dan kognisi individu-individu yang menggunakan ruang tersebut. Pola pemanfaatan ruang adalah bentuk dari pemanfaatan ruang yang menggambarkan fungsi, ukuran serta karakter manusia.</p> <p>Standarisasi pasar (peraturan daerah kota jambi Nomor 06 tahun 2006 Tentang Pengelolaan pasar), Standarisasi pasar, meliputi :</p> <ul style="list-style-type: none"> a. jalan masuk dan keluar bagi kendaraan bermotor ; b. jalan atau lorong atau lalu lintas barang dan atau orang dalam pasar ; c. tempat parkir ; d. posko keamanan ; e. tempat penampungan sampah sementara ; f. toko/kios, los, pelataran dan bangunan lain yang sah ; g. alat pemadam kebakaran 	Dimensi	Data dimensi ruang	Observasi	Primer	Analisa ruang pasar tradisional	Metode deskriptif kualitatif	Ruang Pasar Tradisional Yang Terbentuk

Bersambung...

Lanjutan tabel 1.5

No	Sasaran	Teori	Variabel Amatan	Data	Sumber	Survey	Analisa	Metode	Output
		h. papan nama pasar ; i. tempat ibadah ; j. tempat Mandi, Cuci dan Kakus (MCK); k. instalasi Pengolahan Air Limbah (IPAL) l. unit pengelola pasar; dan m. instalasi listrik sesuai standar PLN.							
			Lokasi	Peta lokasi	Dinas Pasar	Sekunder			
			Jumlah	Data jumlah fasilitas pasar	Observasi dan wawancara, dinas pasar	Primer dan sekunder			
4.	Mengidentifikasi konsep pemanfaatan ruang pasar tradisional berdasarkan aktivitas pasar serta karakter dan aktivitas pedagang Pasar Blimbing		Karakteristik pedagang	Data karakteristik pedagang	Wawancara	Primer	Analisa pemanfaatan ruang pasar tradisional	Metode deskriptif kualitatif, domain dan kompone nsial	Konsep pemanfaatan ruang pasar tradisional berdasarkan aktivitas pasar serta karakter dan aktivitas pedagang Pasar Blimbing
			aktivitas pasar dan pedagang	Data karakter aktivitas pasar dan pedagang	Wawancara	Primer			
			Ruang pasar yang digunakan	Data ruang pasar yang digunakan	Wawancara	Primer			

Sumber : Hasil Rumusan 2009

1.7 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif yang bersifat menjelaskan (*explanatory research*) dengan pendekatan *cross sectional*. Penelitian yang mempunyai tujuan untuk menguji hubungan sebab akibat (Bailey,1992). Metode yang digunakan dalam studi ini terbagi menjadi dua, yaitu metode pengumpulan data dan metode analisa.

1.7.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan salah satu prosedur untuk mendapatkan kondisi nyata pada suatu penelitian. Metode pengumpulan data terdiri dari teknik observasi lapangan dan wawancara. Pada tahap pengumpulan data dilakukan pemahaman terhadap karakteristik dari pelaku pasar tradisional, yaitu dengan melakukan pendekatan langsung pada studi yang dilakukan.

1.7.1.1 Survey Primer

Survey primer merupakan survey yang dilakukan dengan terjun langsung ke lapangan atau objek studi. Dalam pengumpulan data primer dilakukan dengan dua pendekatan, yaitu:

a. Observasi

Secara luas, observasi atau pengamatan berarti setiap kegiatan untuk melakukan pengukuran. Akan tetapi, observasi atau pengamatan di sini diartikan lebih sempit, yaitu pengamatan dengan menggunakan indera penglihatan yang berarti tidak mengajukan pertanyaan-pertanyaan. Observasi yang dilakukan pada seluruh pasar tradisional yang ada di Kota Malang, dengan melakukan pengamatan terhadap beberapa aspek :

- Pengamatan langsung karakter-pola aktifitas pasar dan pedagang dalam pemanfaatan ruang pasar tradisional.
- Pencatatan hasil pengamatan untuk kemudian diolah menjadi informasi atau data yang disesuaikan dengan variabel yang telah ditentukan.
- Melakukan dokumentasi dengan media foto atau sketsa sebagai pertimbangan untuk pembuktian kondisi yang ada di lapangan yang nantinya juga digunakan sebagai bahan analisis.

b. Wawancara

Wawancara (*interview*) adalah pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung oleh pewawancara (pengumpul data) kepada responden dan jawaban-jawaban responden dicatat atau direkam dengan alat perekam (*tape recorder*). Wawancara yang dilakukan adalah wawancara terbuka dan mendalam (*indepth interview*) ditujukan kepada para pedagang pasar dan pemangku kepentingan di bidang perpasaran yaitu: Asosiasi Perdagangan Pasar Tradisional, Pejabat Pemerintah Daerah di Bidang Perpasaran, dan narasumber yang berkompeten di bidang usaha ritel.

1.7.1.2 Survey Sekunder

Survey sekunder adalah survey yang dilakukan dengan tidak terjun langsung ke lapangan melainkan mengumpulkan data atau informasi dari beberapa sumber, seperti: instansi terkait dan literatur. Data sekunder biasanya telah tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen.

Dengan kehadiran berbagai pelaku kelembagaan (*institution*), yaitu pasar, komunitas dan otoritas pasar yang bersentuhan dengan pedagang sebagai pelaku ekonomi, pelaku sosial, dan pelaku budaya, maka studi ini menempatkan individu pedagang pasar sebagai unit analisis sekaligus sebagai aktor sumber informasi. Yang diposisikan dalam bentuk mikro (bekerja pada tingkat individu pedagang dalam kehidupan sehari-hari di pasar tradisional).

Bertumpu pada spesifikasi karakter pendekatan kualitatif yang lebih mengarahkan penelitian pada pengutamaan proses daripada produk, yang lebih mementingkan keterwakilan informasi daripada keterwakilan populasi serta terkait pula dengan spesifikasi teori serta realistik *empiric* yang dikaji, maka untuk penarikan informan menggunakan *purposive-sampling*.

Pilihan *sample* diarahkan pada informan yang dipandang memiliki data penting atas dasar status dan perannya yang relevan dengan kajian studi. Dengan teknik ini, maka akan diperoleh peluang sepenuhnya pemahaman teori yang berkembang di lapangan (*grounded theory*), yakni dengan sangat

dari prosentase jumlah pedagang berdasarkan jenis pedagang yang tersebar pada masing-masing zona Pasar Blimbing.

Pilihan *sample* diarahkan pada informan yang dipandang memiliki data penting atas dasar status dan perannya yang relevan dengan kajian studi. Dengan teknik ini, maka akan diperoleh peluang sepenuhnya pemahaman teori yang berkembang di lapangan (*grounded theory*), yakni dengan sangat memperhatikan keadaan-keadaan setempat yang memiliki kekhususan nilai-nilai (*idiografis*).

Sumber informasi yang digunakan dalam studi adalah subyek sebagai informan (tak sebatas dan bukan berperan sebagai responden, yang cenderung pasif) sebanyak 50 responden.

- Sebagai pilihan, informan sekaligus subyek pelaku utama yang menjadi objek studi adalah petani atau tengkulak pertama, para tengkulak bakul, tengkulak kedua, para makelar, pemilik becak dan pick up, para penjaja keliling, para pemilik toko, para pemilik warung makanan, dan para tukang.
- Dilengkapi individu lain yang menjadi rekan dan partner usaha (termasuk anggota keluarga), pihak-pihak lain yang terkait dengan jaringan kerjanya disisi pemasok faktor produksi atau pemasaran hasil produksi (termasuk petani atau tengkulak pertama, para tengkulak bakul, tengkulak kedua, para makelar, pemilik becak dan pick up, para penjaja keliling, para pemilik toko, para pemilik warung makanan, dan para tukang)
- *Key person* maupun pihak yang mendeterminasi kegiatan usahanya, termasuk dalam konteks ini adalah aparat pemegang otoritas pasar (kepala pasar, mantra pasar, dan petugas lainnya)
- Data sekunder dihimpun melalui berbagai sumber yang dimiliki keterkaitan dengan pedagang maupun pasar seperti buku- buku, jurnal, website, undang-undang, peraturan pemerintah, keputusan menteri, dan karya ilmiah lainnya.

1.7.2 Metode Analisa

Metode analisa merupakan cara yang digunakan untuk menganalisis data di lapangan dan diharapkan dapat memperoleh hasil yang diinginkan. Karena persoalan utama yang mengkemuka pada pasar tradisional adalah lebih menyentuh pada manusia 'pelaku pasar' dan bukan pada 'barang dan jasa' atau bangunan fisik yang ada di pasar, maka kajian analisisnya dengan menggunakan metode penelitian kualitatif yang *non positivistic*. Memperkuat alasan digunakannya metode kualitatif sebagai pendekatan dalam studi ini, karena dengan metode ini maka realitas kegiatan di pasar yang meliputi pertukaran/transaksi, resprioritas dan distribusi dapat dipahami sebagai realitas subyektif, menuntun keterbukaan pada dinamika fenomena pasar tradisional di Kota Malang.

Analisis data ditempuh secara pengupasan cermat berdasar teori (*analitic*), dengan penafsiran (*interpretatic*) yang utuh menyeluruh (*holistic*), memadukan berbagai gejala yang berbeda, bertentangan, paradoks (*simtetic*), menyerap berbagai gejala dan fenomena menurut berbagai pandangan dan pola laku (*syncretism inductive*), dan terkait dengan nilai (*value bound*).

Proses pengerjaan analisis dilakukan sejak awal bersamaan dengan saat pengumpulan data berlangsung, menurut perspektif *emic* dan perspektif *ethic*. Informasi *emic* yakni informasi yang disampaikan responden (sebagai aktor-subyek pelaku) menurut sudut pandang pelaku pasar itu sendiri. Peneliti melaksanakan tanpa generalisasi, tak berstruktur, seolah-olah pelaku studi tidak mengerti sedikitpun, sehingga dapat memusatkan perhatian penuh pada konsep-konsep atau nilai yang termuat dalam data. Informasi *ethic* (pandangan pelaku studi) adalah data yang diinterpretasi berdasar sudut pandang pelaku studi, karena terdapat alasan penting untuk memperoleh data da informasi tertentu, yang bersumber dari pertanyaan, wawancara dan observasi yang *directive*. Namun pula ketika harus memerlukan pengolahan, analisis, interpretasi-pemaknaan tertentu berdasar teori, metode pelaku studi: maka perpekstif yang sedemikian ini adalah bersifat *ethic*.

Adapun metode analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.7.2.1 Analisa Deskriptif Kualitatif

Dalam penelitian ini salah satu analisa yang digunakan adalah analisa deskriptif. Analisa ini bersifat kualitatif. Data dari penelitian kualitatif terdiri dari deskripsi yang rinci tentang situasi, interaksi, peristiwa, orang dan perilaku yang teramati; atau nukil-nukilan langsung dari seorang tentang pengalaman, pikiran, sikap, dan keyakinannya atau petikan-petikan dokumen, surat dan rekaman-rekaman lainnya²⁶. Data dalam penelitian kualitatif biasanya lebih berwujud kata, beberapa kata, kalimat, beberapa kalimat, alinea, dan urutan alinea daripada sekedar berwujud angka. Informasi yang akan dituangkan dapat juga berupa gambar kesimpulan dari pengkajian masalah, berupa model-model verbal yang bersifat kualitatif. Analisa ini digunakan untuk menjelaskan beberapa point yang terkait yaitu :

a. Analisa Karakteristik Pedagang

Analisa karakteristik pedagang adalah mengidentifikasi karakteristik pedagang pasar tradisional dalam menjalankan aktivitasnya di pasar. Dilihat dari jenis pedagang, asal pedagang, tingkat pendidikan, alasan berdagang, frekuensi berdagang, jenis barang dagangan, motivasi pedagang.

b. Analisa Aktivitas Pasar dan Pedagang

Analisa terhadap aktivitas / jenis kegiatan pasar serta yang dilakukan oleh pedagang pasar. Aktivitas pasar dilihat dari (1) sifat interaksi antara penjual dan pembeli; (2) sistematisasi dari nilai tukar yaitu harga-harga apakah saling mempengaruhi; (3) berapa jauh pembelian serta penjualan barang-barang dan jasa merupakan fungsi pasar; (4) rangkaian barang-barang dan jasa-jasa yang diperjualbelikan; (5) berapa jauh transaksi masuk ke tahap produksi dari bahan mentah ke produksi atau jasa yang dapat dikonsumsi; (6) tingkat dan persaingan jual-beli; (7) tingkat dimana

²⁶ Bakri Masykuri, Metodologi Penelitian Kualitatif - Tinjauan Teoritis dan Praktis (Surabaya : Lembaga Penelitian Universitas Malang-Visipres, 2003), hal.163

jual-beli dapat dibeda-bedakan menurut alat tukar-menukar. Sedangkan aktivitas pedagang dilihat dari tipe tempat usaha, jenis kegiatan, motivasi pemanfaatan ruang. Jenis kegiatan dibedakan menjadi : aktivitas jual-beli, aktivitas bongkar muat, aktivitas sosial, aktiitas moneter, aktivitas kebersihan dan keamanan.

c. Analisa Pemanfaatan Ruang Pasar Tradisional

Analisa yang digunakan untuk mengidentifikasi ruang yang terbentuk akibat adanya aktivitas pemanfaatan ruang. Dilihat dari dimensi, lokasi, dan jumlah.

d. Konsep Pemanfaatan Ruang Pasar Tradisional

Analisa yang digunakan untuk mengidentifikasi konsep ruang pasar tradisional yang terjadi berdasarkan karakteristik pedagang, aktivitas pasar dan pedagang, serta ruang yang digunakan di Pasar Blimbing, yang mengandung ciri khas pasar tradisional Blimbing Kota Malang.

1.7.2.2 Analisa Domain

Mendekati suatu masalah secara langsung, dirasakan sulit apabila tanpa mengenal masalah tersebut secara umum. Teknik Analisis Domain digunakan untuk menganalisis gambaran-gambaran obyek penelitian secara umum atau ditingkat permukaan, namun relatif utuh tentang objek penelitian tersebut.²⁷ Teknik analisis domain ini amat terkenal sebagai teknik yang dipakai dalam penelitian yang bertujuan eksplorasi. Artinya, analisis hasil penelitian ini hanya ditargetkan untuk mempunyai gambaran seutuhnya dari objek yang diteliti, tanpa harus diperincikan secara detail unsur-unsur yang ada dalam keutuhan objek penelitian tersebut.

Sehubungan dengan kemungkinan bervariasinya domain, maka *Spradley* menyarankan Hubungan Semantik (*Semantic Relationship*) yang bersifat universal dalam analisis domain sebagai berikut :

²⁷ Bungin, Burhan, Metodologi Penelitian Sosial : Format-format Kuantitatif dan Kualitatif (Surabaya : Airlangga University Press, 2001), Hal. 293-295

- 1) Jenis (*Strict Inclusion*)
- 2) Ruang (*Spatial*)
- 3) Sebab-Akibat (*Cause-Effect*)
- 4) Rasional/Alasan (*Rationale*)
- 5) Lokasi Kegiatan (*Location for Action*)
- 6) Cara ke Tujuan (*Means-End*)
- 7) Fungsi (*Function*)
- 8) Urutan (*Sequence*)
- 9) Atribut (*Atribution*)

Demikian hubungan semantik yang dipakai dalam teknik analisis domain. Dalam penelitian menggunakan Teknik Analisis Domain terkait penelitian ini, maka langkah-langkah yang ditempuh adalah sebagai berikut :

1. Memilah pola hubungan semantik tertentu atas dasar informasi dan fakta yang tersedia. Dalam hal ini hubungan-hubungan semantik yang dipakai adalah 9 (Sembilan) hubungan semantik yang disarankan oleh Spradley.
 - a. Jenis : terkait judul penelitian, maka jenis yang akan di kaji adalah jenis pedagang yang terdapat di dalam Pasar Blimbing.
 - b. Ruang : terkait judul penelitian, maka ruang yang dimaksud disini adalah ruang yang digunakan oleh pedagang pasar tradisional.
 - c. Sebab-Akibat : yang dimaksud sebab akibat disini adalah sebab-sebab terbentuknya ruang pasar tradisional.
 - d. Alasan : terkait judul, maka alasan yang dimaksud disini adalah alasan berdagang di Pasar Blimbing dan status tempat usaha yang mereka tempati.
 - e. Lokasi : terkait judul, lokasi yang dimaksud disini adalah hubungan lokasi berdagang dengan tetangga sebelah kiri-kanan, depan dan belakang.
 - f. Cara ketujuan : terkait judul, yang dimaksud dengan cara ketujuan disini adalah pola peralihan barang dagangan.
 - g. Fungsi : terkait judul, fungsi yang dimaksud di sini adalah penempatan lokasi berdagang.
 - h. Urutan/tahap : terkait dengan judul, maka urutan/tahap yang dimaksudkan adalah urutan/tahapan memilih lokasi berdagang.

- i. Atribut : yang dimaksudkan dengan atribut adalah hal yang membedakan antara pedagang yang satu dengan pedagang yang lain.

Sembilan hubungan semantik ini saling berhubungan dan terkait satu sama lain dalam mendukung studi ini.

2. Menyiapkan lembar kerja analisis domain. Sebagai contoh dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1.6 Lembar Kerja Analisis Domain

Hubungan Semantik	Bentuk Hubungan
Jenis	X adalah jenis dari Y
Ruang	X adalah bagian dari Y. Atau X bertempat di Y
Sebab-Akibat	X adalah akibat dari Y. Atau Y menjadi sebab dari Y.
Rasional/Alasan	X merupakan alasan melakukan Y
Lokasi Kegiatan	X merupakan tempat berlangsungnya Y
Cara Ketujuan	X merupakan cara untuk mencapai atau melakukan Y
Fungsi	X digunakan untuk Y
Urutan/Tahap	X merupakan urutan atau tahap dalam Y
Atribut	X merupakan atribut/karakteristik dari Y

Sumber : Diolah dari buku MetPen Sosial (Burhan Bungin)

3. Memilah kesamaan-kesamaan data dari catatan peneliti di lapangan.

Mencari konsep-konsep induk dan kategori-kategori simbolis dari domain tertentu yang sesuai dengan suatu pola hubungan semantik. Dalam penelitian ini konsep induknya adalah konsep pemanfaatan ruang pasar tradisional berdasarkan karakter-pola aktivitas pasar dan pedagang, maka untuk mendukung konsep induk tersebut kategori simbolis dari domain yang terkait adalah pedagang pasar tradisional, dll. Lihat diagram di bawah ini.

Diagram 1.1 Penentuan Konsep Induk dan Domain Pendukung



4. Menyusun pertanyaan-pertanyaan struktural untuk masing-masing domain. Dapat dilihat pada tabel 1.7 berikut :

Tabel 1.7 Pertanyaan-Pertanyaan Struktural Domain

Hubungan Semantik	Draft Domain	Pertanyaan Struktural
Jenis	Jenis pedagang yang terdapat di dalam Pasar Blimbing	Pedagang apa saja yang terdapat di dalam Pasar Blimbing
Ruang	Ruang yang digunakan oleh pedagang pasar tradisional (dalam hal ini tempat usaha)	Ruang yang digunakan oleh masing-masing pedagang
Sebab-Akibat	Terbentuknya ruang pasar tradisional	Hal apa yang menyebabkan terbentuknya ruang pasar tradisional
Alasan	Alasan berdagang di pasar blimbing dan status tempat usaha yang mereka tempati.	Apakah alasan mereka berdagang dan apakah status tempat usaha mereka gunakan
Lokasi	Hubungan lokasi berdagang dengan tetangga sebelah kiri-kanan, depan dan belakang.	Bagaimana hubungan lokasi tempat usaha pedagang A dengan tetangga sebelah kiri-kanan, belakang atau depannya
Cara Ketujuan	Pola peralihan barang dagangan	Bagaimana cara peralihan atau pembagian barang dagangan antara para pedagang
Fungsi	Penempatan lokasi berdagang	Apakah tujuan penempatan lokasi berdagang pada pasar tradisional
Urutan/Tahap	Urutan/tahapan memilih lokasi berdagang	Bagaimana urutan/tahapan memilih lokasi berdagang tiap pedagang
Atribut	Hal yang membedakan antara pedagang yang satu dengan pedagang yang lain.	Apakah hal yang membedakan pedagang yang satu dengan pedagang yang lain (dilihat dari karakter dan pola aktivitasnya)

Sumber : Diolah dari buku Metodologi Penelitian Sosial (Burhan Bungin)

5. Membuat daftar dari keseluruhan domain dari seluruh data yang ada. Dalam hal ini daftar domain yang dipakai adalah :
- a. Jenis pedagang yang terdapat di dalam pasar blimbing
 - b. Ruang yang digunakan oleh pedagang pasar tradisional (dalam hal ini tempat usaha)
 - c. Terbentuknya ruang pasar tradisional
 - d. Alasan berdagang di pasar blimbing dan status tempat usaha yang mereka tempati.
 - e. Hubungan lokasi berdagang dengan tetangga sebelah kiri-kanan, depan dan belakang.
 - f. Pola peralihan barang dagangan
 - g. Penempatan lokasi berdagang.
 - h. Urutan/tahapan memilih lokasi berdagang
 - i. Hal yang membedakan antara pedagang yang satu dengan pedagang yang lain.

Dari langkah-langkah diatas kemudian dikerjakan berdasarkan draft domain yang ada terhadap konsep pemanfaatan ruang pasar tradisional Blimbing dengan mengacu pada pertanyaan-pertanyaan struktural yang dibuat. Dari pertanyaan, kemudian dihasilkan jawaban-jawaban yang terkait untuk mendukung studi ini. Selanjutnya untuk melihat pola yang terbentuk maka digunakan analisis komponensial. Lebih jelasnya akan diterangkan dalam sub bahasan Teknik Analisis Komponensial.

1.7.2.3 Analisa Komponensial

Setelah melakukan analisis domain yang memaparkan apa-adanya kondisi di lapangan, selanjutnya untuk mengetahui bentukan konsep pemanfaatan ruang yang terjadi berdasarkan karakter pedagang, aktivitas pasar dan pedagang di pasar tradisional Blimbing maka dilakukan lagi analisis komponensial. Analisis Komponensial dalam studi ini adalah untuk

melanjutkan dari analisis domain. Teknik Analisis Komponensial²⁸ adalah teknik analisis yang menggunakan “pendekatan kontras antar elemen”. Teknik ini digunakan dalam ilmu-ilmu sosial karena memiliki cara yang termudah untuk mengenal gejala sosial. Pertama, kita mengenal gejala sosial dengan unsur yang sama, maka ini akan memudahkan kita untuk mengenali gejala tersebut karena setiap gejala sosial yang memiliki kesamaan unsur, dipisahkan atau tidak, tetap akan mengelompokkan secara alamiah. Kedua, setiap gejala sosial yang tidak memiliki kesamaan unsur, dipisahkan atau tidak, tetap akan menampilkan gejala untuk memisahkan diri. Gejala untuk memisahkan diri atau mengelompok ini adalah dua sifat dalam ilmu-ilmu sosial yang sangat mudah untuk diamati.

Teknik analisa komponensial digunakan dalam analisis kualitatif untuk menganalisis unsur-unsur yang memiliki hubungan-hubungan kontras satu sama lain dalam domain yang telah ditentukan untuk dianalisis secara lebih terperinci. Unsur-unsur atau elemen-elemen yang kontras akan dipilah oleh peneliti dan selanjutnya akan dicari *term-term* yang dapat mewadahnya. Adapun kegiatan analisis ini dapat dilakukan dengan beberapa tahap yaitu :

1. Penggelaran hasil observasi dan wawancara

Hasil observasi dan wawancara yang dilakukan digelarkan dalam lembaran yang mudah dibaca. Data-data tersebut pada kelompok ini tidak perlu dikelompokkan sesuai dengan domain atau sub domain yang telah dipilih, yang penting bahwa hasil-hasil observasi dan wawancara dapat dibaca dengan mudah. Dari data-data pada tahap ini sesungguhnya peneliti telah dapat melakukan *editing* terbatas pada data tersebut.

2. Pemilahan hasil observasi dan wawancara

Peneliti selanjutnya melakukan pemilahan terhadap hasil wawancara. Artinya, hasil wawancara tersebut dipilah menurut domain atau sub domain tanpa harus mempersoalkan dari elemen mana sub-sub domain itu berasal dari elemen yang mana.

²⁸ Burgin, Burhan, Op.cit, Hal. 301-303

3. Menemukan elemen-elemen kontras

Pada tahap ini, peneliti membuat tabel tertentu untuk menempatkan pilahan sub domain yang telah ditemukan elemen kontras.

Terkait dengan penelitian mengenai konsep pemanfaatan ruang yang terjadi berdasarkan karakter pedagang, aktivitas pasar dan pedagang di pasar tradisional Blimbing ini, sebelumnya domain-domain yang dipakai telah dijelaskan dalam analisis domain. Dalam analisis komponensial ini domain yang dipakai adalah domain bangunan. Hal ini semata-mata untuk melihat pola yang terbentuk. Secara terperinci akan dijelaskan melalui tabel berikut.

Tabel 1.8 Analisis Komponensial

Domain Pedagang		Analisis Komponensial	
Sub Domain Pedagang yang Terdapat di Pasar Blimbing		Fungsional	Struktural
Jenis Pedagang	Para Petani	Pedagang yang membawa hasil bumi atau kerajinan sebanyak yang dapat mereka angkut ke pasar	Bertindak sebagai penyedia bahan baku (produsen)
	Para tengkulak baku	Pedagang yang membeli hasil bumi maupun industri rumah dari para petani atau tengkulak pertama tersebut diatas dan menimbun barang itu untuk kemudian mereka jual secara eceran atau secara borongan kepada tengkulak kedua	Bertindak sebagai pengumpul bahan baku
	Tengkulak kedua	Pedagang yang membeli barang dagangan secara borongan dari para baku, dan mengangkutnya ke suatu pasar lain untuk di jual kepada bakul-bakul disana	Bertindak sebagai perantara yang mengangkut bahan baku
	Para makelar	Orang yang bertindak sebagai penghubung antara dua belah pihak yang berkepentingan dan bertugas menjembatani kepentingan antara pihak penjual dan pembeli. Pada praktiknya lebih banyak pada pihak-pihak yang akan melakukan jual beli.	Bertindak sebagai perantara dan penyalur bahan baku
	Pemilik pedati dan opelet (dalam studi ini becak dan pick up)	Pedagang yang menyewakan kendaraan mereka kepada para pedagang "tengkulak pertama" maupun "tengkulak kedua	Sebagai pendukung dalam perdagangan

Bersambung...

Lanjutan tabel 1.8

Domain Pedagang		Analisis Komponensial	
Sub Domain Pedagang yang Terdapat di Pasar Blimbing		Fungsional	Struktural
	Para penjaja keliling	Pedagang yang membeli barang dagangan mereka dari bakul dan menjajakannya ke rumah-rumah penduduk di desa maupun di kota	Bertindak sebagai pengecer bahan baku
	Para pemilik toko	Pedagang yang membeli dagangan dari para tengkulak, para bakul, maupun para makelar untuk dijual ke kota-kota yang jauh letaknya	Bertindak sebagai pengecer bahan baku
	Para pemilik warung makanan	Pedagang yang membuat barang produksi dalam pasar seperti halnya makanan dan minuman dibuat dan dipasarkan dalam pasar.	Bertindak sebagai pengolah bahan baku
	Para tukang	Pedagang yang menjual jasa sesuai keahlian yang dimiliki	Sebagai pendukung dalam perdagangan

Sumber : Diolah dari buku *Metodologi Penelitian Sosial* (Burhan Bungin)

Dari tabel diatas faktor-faktor kontras yang mau dilihat adalah pemanfaatan ruang berdasarkan aktivitas pasar serta karakter dan aktivitas pedagang. Dalam hal ini faktor-faktor kontras pemanfaatan ruang dipaparkan melalui pola secara struktural (aturan pola aliran barang dan lokasi berdagang antar pedagang di pasar tradisional yang diperoleh dari wawancara), kemudian dari aturan yang diperoleh secara struktural ini dicocokkan dengan kondisi di lapangan dengan menggunakan pola secara fungsional, dalam artian bahwa secara fungsional, apakah pola yang terjadi di lapangan sesuai atau tidak dengan pola secara struktural. Selanjutnya apabila ditemukan pola secara fungsional tidak sesuai dengan aturan secara struktural maka dirumuskanlah faktor-faktor yang menyebabkan tidak sesuai pola berdasarkan struktural.

1.9 Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan memuat tentang keterangan dan penjelasan mengenai kegiatan penelitian, terdiri dari: latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan sasaran, ruang lingkup, tinjauan pustaka, landasan penelitian, metodologi penelitian, kerangka pikir, dan sistematika pembahasan.

BAB II GAMBARAN UMUM WILAYAH STUDI

Bab ini akan menjabarkan mengenai uraian gambaran umum lokasi pasar Blimbing Kota Malang. Gambaran umum lokasi penelitian dimaksud meliputi hal-hal yang berkenaan dengan pemanfaatan ruang pasar Blimbing berdasarkan aktivitas pasar serta karakter dan aktivitas pedagang.

BAB III ANALISA PEMANFAATAN RUANG PASAR BLIMBING

Dalam bab ini menjabarkan tentang idenfitikasi karakteristik pedagang, aktivitas pasar dan pedagang serta identifikasi ruang yang terbentuk. Analisa ini nantinya akan menjadi sebuah konsep pemanfaatan ruang yang terjadi berdasarkan aktivitas pasar serta karakter dan aktivitas pedagang di Pasar Blimbing Kota Malang.

BAB IV PENUTUP

Dalam bab ini akan menyajikan kesimpulan hasil analisa dari pembahasan sebelumnya dan rekomendasi untuk mnjadi pertimbangan dalam pengkajian berikutnya mengenai konsep pemanfaatan ruang pasar tradisional di Pasar Blimbing Kota Malang

BAB II

GAMBARAN UMUM WILAYAH STUDI

Salah satu pasar tradisional yang masih bertahan di Kota Malang dan memiliki keunikan dalam frekuensi pelayanan selama 24 jam yakni Pasar Blimbing. Pasar Blimbing merupakan salah satu pasar dari 29 pasar tradisional yang ada di Kota Malang. Berdasarkan Peraturan Walikota Malang No. 23 Tahun 2005 tentang klasifikasi pasar daerah, Pasar Blimbing merupakan pasar kelas I yakni pasar yang retribusinya menyumbang atau mendukung PAD yang cukup tinggi.

Pasar tradisional ini berada pada pintu gerbang sebelah timur menuju pusat Kota Malang, dan merupakan pusat perdagangan kawasan Blimbing serta dikelilingi oleh beberapa perumahan dan pemukiman. Terletak pada jalan Borobudur Kecamatan Blimbing, Kota Malang.



Gbr.2.1 Pasar Blimbing

Luas pasar 17.320 m², sedangkan luas bangunan 6.218,05 m². Adapun batas – batas dari Pasar Blimbing adalah sebagai berikut:

Sebelah Utara : Tembok SMU HWA IND dan Jln. Terusan Borobudur

Sebelah Barat : Tembok SMU HWA IND dan Pertokoan

Sebelah Selatan : Jln. Borobudur

Sebelah Timur : Pemukiman

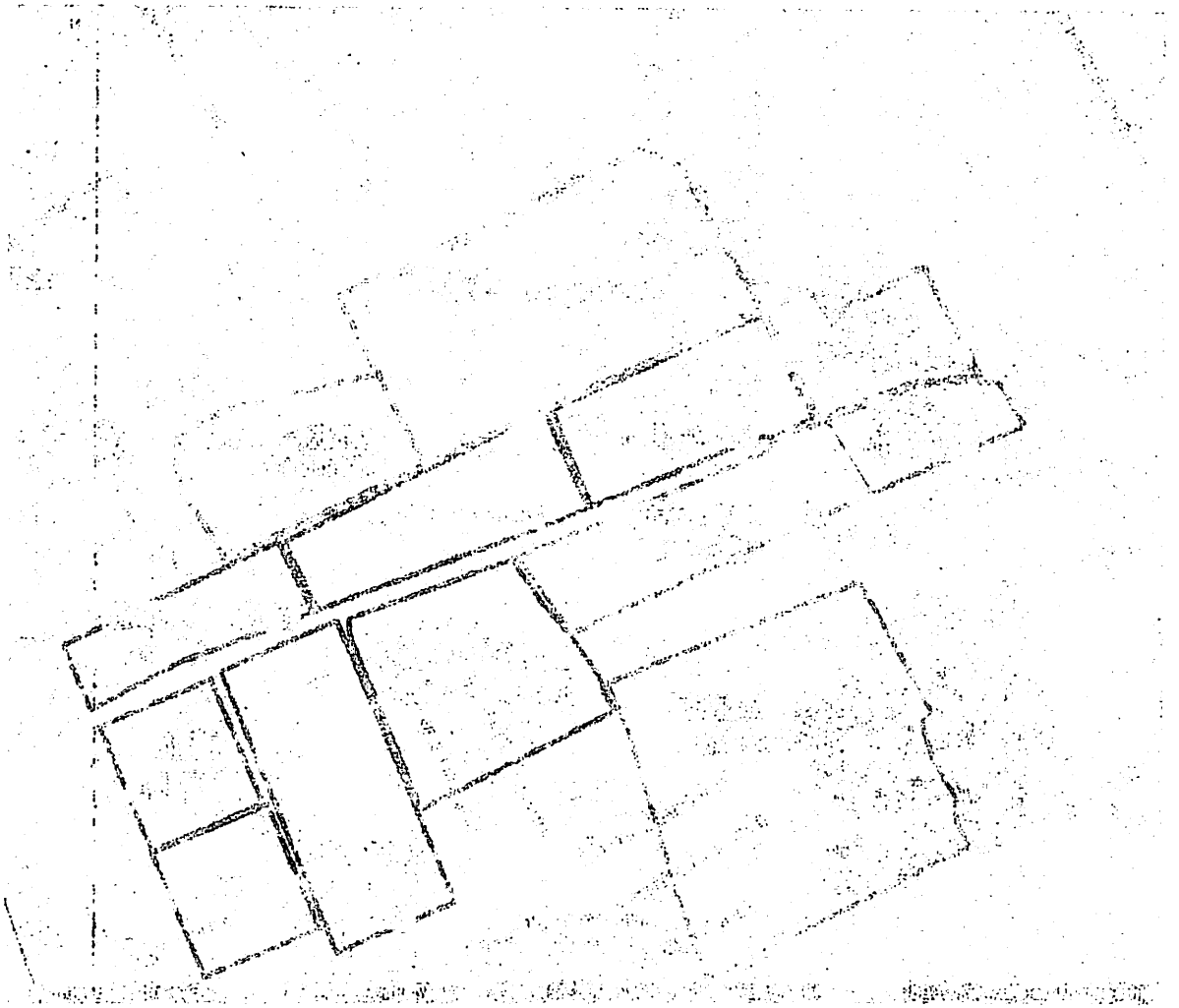
Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 2.2 gambaran kawasan dan gambar sketsa 2.3. pemanfaatan ruang sekitar kawasan Pasar Blimbing.

Asal mula Pasar Blimbing, berdiri pada tahun 1976. Sebagaimana umumnya pasar di daerah Jawa, Pasar Blimbing juga berasal dari sebuah pasar tradisional yang akrab disebut “Pasar Krempyeng” yang terletak pada jalan Borobudur. Pasar Blimbing dulunya hanya terdiri dari pasar induk saja. Seiring berjalannya waktu, muncul pedagang-pedagang kaki lima di sekitar pasar. Awalnya ada beberapa PKL yang berdagang dari sore hari hingga malam hari yang disebut PKL malam.



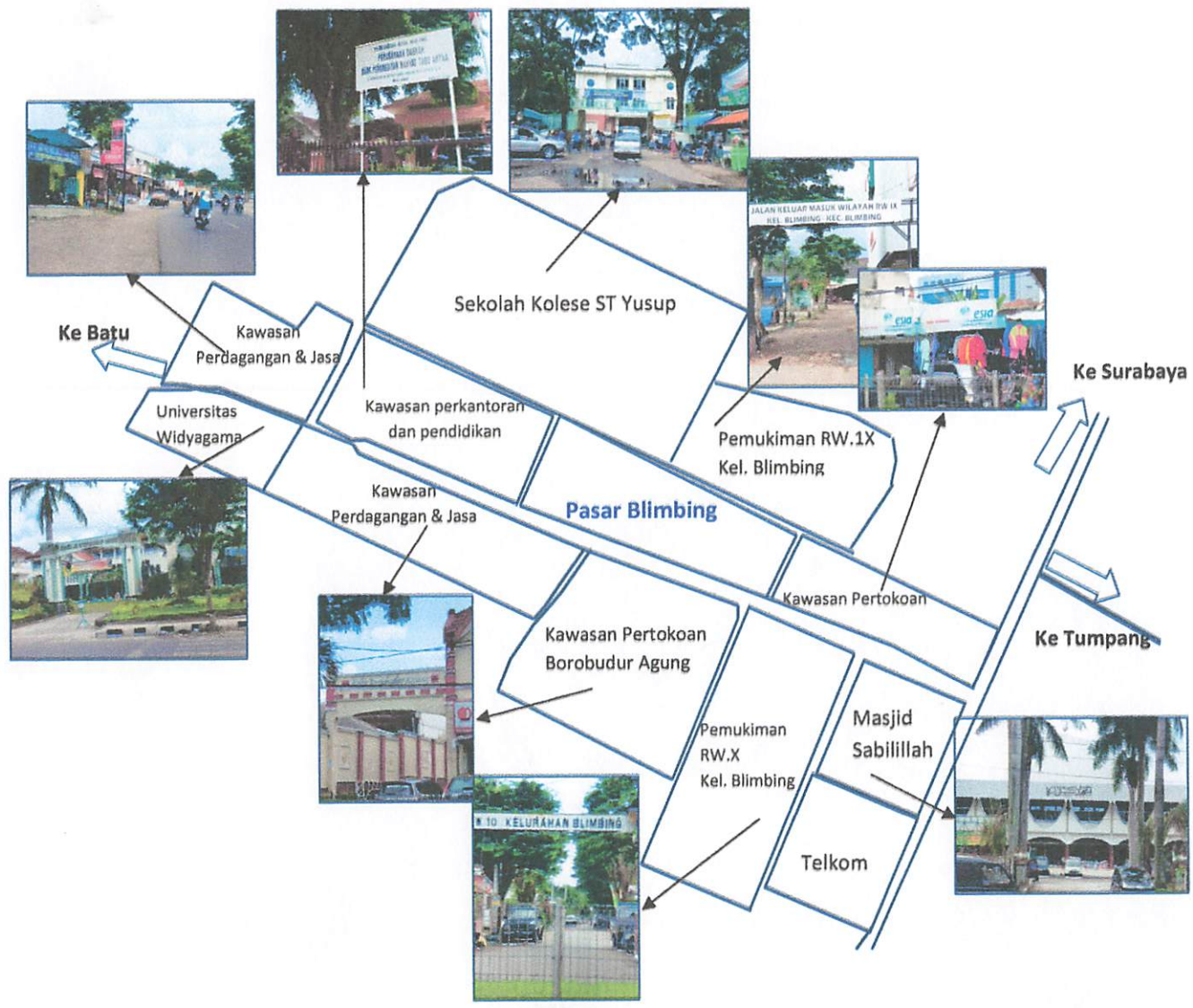
Sumber : Google Earth

Gambar 2.2 Gambaran Kawasan Pemanfaatan Ruang di sekitar Pasar Blimbing Kota Malang



Number : 0000000000

Gambar 2.3. Contoh skema tata letak bangunan di sekitar jalan
 kota yang



Gambar 2.3 Sketsa Lokasi Pasar Blimbing Kota Malang

Схема 33 Система сбора пыли при работе станка



Keberadaan PKL malam yang berdagang di areal parkir pasar sudah ada mulai tahun 1990.

Pasar ini dulunya hanya memiliki luas 6.042 m² (luasan pasar induk), karena banyak pedagang kaki lima yang meluber di sepanjang jalan Borobudur (depan pasar) dan jalan Ahmad Yani (sekarang menjadi bangunan kantor PDAM), maka Pasar Blimbing menyediakan tempat bagi PKL relokasi sehingga kini luas pasar menjadi 17.320 m² pada tahun 2000. Akan tetapi pasar tetap saja tidak dapat menampung jumlah pedagang kaki lima yang selalu bertambah tiap tahunnya. Tetapi oleh pengelola pasar, mereka tetap diijinkan berdagang di sepanjang los pasar.

Diagram 2.1 Sejarah Berdirinya Pasar Blimbing



2.1. Karakteristik Pedagang Pasar Blimbing

Pedagang merupakan salah satu penghuni pasar atau pelaku pasar yang paling mempengaruhi karakter pasar dilihat dari pola perilaku dan jenis aktivitas yang dilakukan dalam pemanfaatan ruang pasar. Para pedagang pasar tradisional yang menggerakkan roda kehidupan pasar, yang menjadikan pasar memang dapat bekerja sebagai pasar (tempat transaksi dan distribusi), lebih banyak berperan sebagai tamu penyewa bedak, padahal mereka menjadikan sebuah pasar menjadi *locus habitat* (tempat usaha) dan relung (tempat hidup).

Karakteristik pedagang merupakan tabiat atau kebiasaan yang mengarahkan tindakan setiap pedagang. Untuk mengetahui karakteristik pedagang Pasar Blimbing, maka perlu diketahui beberapa hal mengenai jenis pedagang, asal pedagang, jenis barang dagangan, alasan berdagang, tingkat pendidikan, frekuensi berdagang, motivasi pemanfaatan ruang.

2.1.1. Jenis Pedagang

Menurut Koentjaraningrat (1984: 188), ada beberapa jenis pedagang di pasar-pasar tradisional di Jawa, yaitu :

- petani atau tengkulak pertama yang membawa hasil bumi atau kerajinan sebanyak yang dapat mereka angkut ke pasar;
- para tengkulak bakul yang membeli hasil bumi maupun industri rumah dari para petani atau tengkulak pertama tersebut diatas dan menimbun barang itu untuk kemudian mereka jual secara eceran atau secara borongan kepada tengkulak kedua;
- tengkulak kedua yang membeli barang dagangan secara borongan dari para bakul, dan mengangkutnya ke suatu pasar lain untuk di jual kepada bakul-bakul disana;
- para makelar (pedagang perantara, sering juga disebut dengan bakul atau sodagar) yang berkeliaran di daerah-daerah pedesaan untuk membeli dan menghimpun hasil hasil pertanian yang kadangkadang mereka simpan sementara, dan kemudian mengangkutnya ke pasar;
- pemilik pedati dan opelet yang menyewakan kendaraan mereka kepada para pedagang “tengkulak pertama” maupun “tengkulak kedua”;
- para penjaja keliling yang membeli barang dagangan mereka dari bakul dan menjajakannya ke rumah-rumah penduduk di desa maupun di kota;
- para pemilik toko keturunan Tionghoa yang membeli dagangan dari para tengkulak, para bakul, maupun para makelar untuk dijual ke kota-kota yang jauh letaknya;
- para pemilik warung makanan;
- para tukang yang terdiri dari tukang cukur, tukang jahit, tukang sepatu dan sebagainya.

Jenis pedagang berdasarkan perannya yang terdapat di Pasar Blimbing adalah mulai dari para tengkulak bakul, tengkulak kedua, para makelar, pemilik becak, para penjaja keliling, para pemilik toko, para pemilik warung makanan, serta para penjual jasa (tukang sol sepatu dan tukang parkir).

Berdasarkan dari hasil wawancara kepada kepala pengelola pasar Blimbing, Pak Zubaedi, jumlah petani yang ada di Pasar Blimbing hanya 10% dari jumlah pedagang yang ada. Para petani biasanya membawa sayur-mayur atau buah-buahan yang merupakan hasil kebun/palawija dari kebun/ladanganya sendiri atau yang ia beli dari hasil kebun/palawija penduduk di desanya atau dari desa tetangga.

Adakalanya seorang petani, laki-laki atau perempuan, pergi ke pasar tanpa membawa uang, ia hanya membawa hasil kebun atau hasil palawija yang berupa buah-buahan atau sayuran seperti kacang panjang, daun singkong, maupun kentang. Sesampainya di pasar, jika ia tidak menjualnya sendiri,

biasanya telah ada pedagang yang menunggu, pada umumnya yang membeli adalah perempuan. Dari hasil penjualan ini para petani mendapatkan penghasilan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Pedagang yang menunggu petani yang menjual hasil kebun atau palawija dalam jumlah yang tidak banyak, oleh pedagang di pasar Blimbing disebut bakul. Para bakul ini datang sebelum aktivitas pasar dimulai. Mereka menunggu para petani yang menjual hasil kebun atau hasil palawija dalam jumlah yang tidak banyak, di pintu masuk pasar. Hasil pembelian dari beberapa petani tersebut dikumpulkan kemudian dijual, baik secara eceran maupun diborongkan kembali kepada tengkulak kedua.

Gambar 2.4 Jenis Pedagang di Pasar Blimbing



Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2010

Di Pasar Blimbing, pedagang pengecer mengambil barang dari para makelar maupun tengkulak yang datang membawa barang ke Pasar Blimbing, akan tetapi 5 pedagang mengatakan bahwa mereka membeli barang dagangan langsung ke Pasar Induk Gadang Kota Malang. Selain para tengkulak, di pasar Blimbing juga terdapat pedagang yang memiliki warung makanan, tempat dimana para pedagang beristirahat.

Para pedagang membutuhkan beberapa orang yang membantu dalam mengangkat barang-barang dagangan mereka, para tukang jasa berupa tukang becak dan tukang parkir yang membantu mereka mengangkat dan menurunkan barang dagangan para pedagang.

biasanya telah ada pedagang yang menunggu pada umumnya yang membeli adalah perempuan. Dari hasil pengamatan ini para petani mendapatkan penghasilan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Pedagang yang menunggu petani yang menjual hasil kebun atau pawawaja dalam jumlah yang tidak banyak, oleh pedagang di pasar Blindang disebut Para bakal ini datang sebentar aktivitas pasar dimulai. Mereka menunggu para petani yang menjual hasil kebun atau hasil pawawaja dalam jumlah yang tidak banyak, di pintu masuk pasar. Hasil penjualan dan beberapa petani tersebut dikumpulkan kemudian dijual baik secara eceran maupun diborongkan kembali kepada tengkulak kebun.

Gambar 2.4 Jenis Pedagang di Pasar Blindang



Sumber : Dokumentasi Field, 2010

Di Pasar Blindang, pedagang pedagang perantara mengambil barang dari para petani maupun tengkulak yang datang membawa barang ke Pasar Blindang. Akan tetapi 2 pedagang mengambil bahan mereka mereka membeli barang langsung langsung ke Pasar induk Gadang Kota Malang. Selain para tengkulak, di pasar Blindang juga terdapat pedagang yang memiliki warung makan, tempat dimana para pedagang beristirahat.

Para pedagang membutuhkan beberapa orang yang membantu dalam mengangkut barang-barang dengan mereka, para tukang jasa berupa tukang becak dan tukang parkir yang membantu mereka mengangkut dan menurunkan barang dengan para pedagang.

Tabel 2.1 Jenis Pedagang Berdasarkan Perannya

Jenis Pedagang	Jumlah (orang)	Peran Pedagang
Para Petani	176	Pedagang yang membawa hasil bumi berupa sayuran (seperti lombok, kentang, wartel, bayam, dll) sebanyak yang dapat mereka angkut ke pasar Blimbing. Ada juga petani yang mengolah bahan baku seperti penjual tape singkong.
Para tengkulak bakul	93	Para tengkulak bakul yang ada di Pasar Blimbing merupakan pedagang yang membawa barang dagangan dari luar daerah Pasar Blimbing, seperti membawa pisang dari Blitar dan membawa ikan yang berasal dari Pasuruan.
Tengkulak kedua	92	Para tengkulak kedua membawa dagangan mereka seperti kacang panjang dan sayuran lainnya yang dijual kembali di Pasar Blimbing.
Para makelar	87	Para makelar yang datang ke pasar Blimbing mereka mendistribusikan barang dagangannya yang dibawa dari Surabaya maupun Pasar Besar Kota Malang.
Pemilik becak dan pick up	467	Pemilik becak maupun pemilik pick up menyewakan kendaraannya untuk mengangkut barang dagangan para pedagang ke Pasar Blimbing setiap harinya.
Para penjaja keliling	79	Pedagang yang membeli barang dagangan mereka dari bakul dan menjajakannya ke rumah-rumah penduduk di sekitar Kota Malang.
Para pemilik toko	1355	Pemilik toko yang ada di Pasar Blimbing berupa pedagang yang menjual barang dagangan yang mereka beli dari distributor atau makelar kemudian dijual lagi secara eceran kepada pembeli yang ada di Pasar Blimbing.
Para pemilik warung makanan	72	Pedagang yang membuat barang produksi dalam pasar seperti halnya makanan dan minuman dibuat dan dipasarkan dalam pasar. Dari 72 orang pemilik warung makanan mengatakan bahwa makanan dibuat di dalam pasar.
Para tukang	52	Di Pasar ini terdapat tukang sol sepatu dan tukang parkir yang membantu membawakan barang dagangan para pedagang. Para tukang jasa yang ada di Pasar Blimbing seperti tukang parkir selain menjaga parkir, mereka juga menjadi kuli angkut.

Sumber : Survey Lapangan Tahun 2010

Tabel 2.2 Jumlah Pedagang Berdasarkan Peran Pedagang di Pasar Blimbing

No.	Jenis Pedagang	Jumlah pedagang
1	Produsen	248
2	Distributor	272
3	Sub distributor	1434
4	Pendukung perdagangan	519
	Jumlah	2473

Sumber : Survey Lapangan Tahun 2010

2.1.2. Asal Pedagang

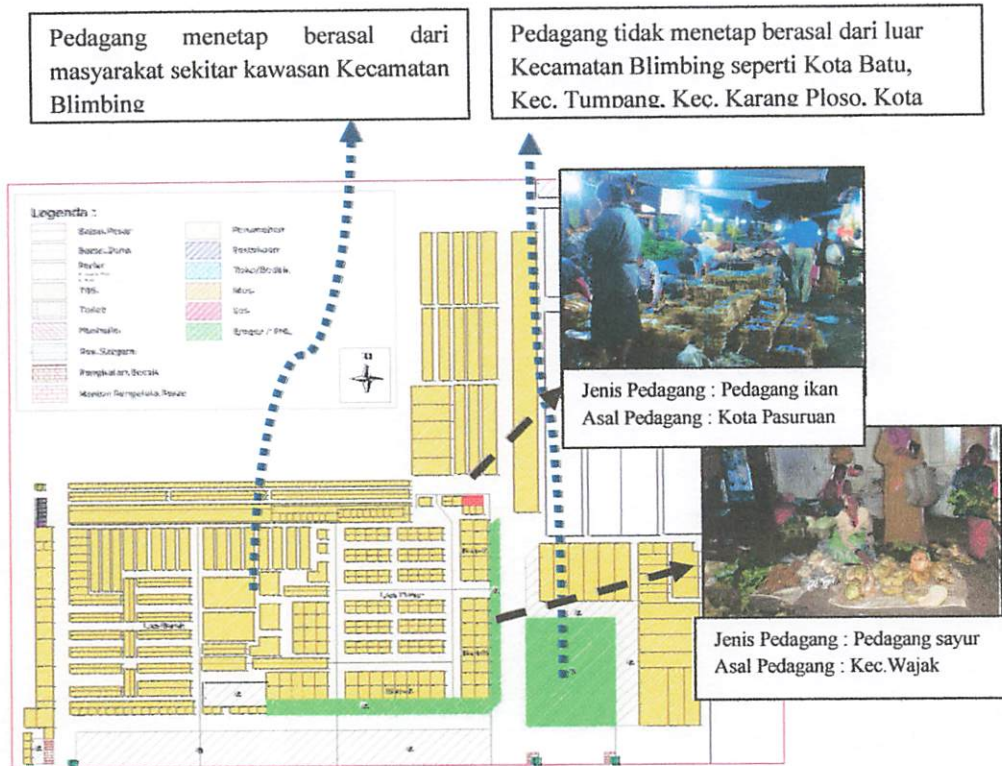
Di Pasar Tradisional Blimbing terdapat berbagai jenis pedagang, namun secara keseluruhan dapat digolongkan dalam tiga macam dilihat dari asal pedagang, yaitu : Pertama, pedagang menetap, pedagang yang berasal dari Blimbing atau yang bertempat tinggal dalam pasar Blimbing dan berjualan setiap hari; Kedua adalah pedagang lokal yang bersifat insidentil, yaitu pedagang yang berasal dari daerah sekitar Blimbing; Ketiga adalah pedagang yang berasal dari luar Kecamatan Blimbing. Pedagang Pasar Blimbing tidak hanya berasal dari Kecamatan Blimbing atau dari Kota Malang, bahkan ada yang berasal dari luar kota Malang, seperti Kabupaten Malang dan Kota Pasuruan. Sebagian para pedagang sayur-sayuran dan buah-buahan berasal dari Kecamatan Blimbing, yaitu dari perdesaan yang barang dagangannya mereka peroleh dari hasil tanaman mereka sendiri, seperti Jabung, Wajak, Karang Ploso, Batu, dan Tumpang. Mereka biasanya menggunakan mobil pick up ataupun menggunakan motor untuk membawa barang dagangan mereka ke Pasar Blimbing.

Umumnya pedagang yang berada di dalam pasar merupakan pedagang tetap yang setiap hari berjualan di pasar. Pedagang yang berada di dalam pasar ini adalah pedagang pakaian, pedagang kebutuhan rumah tangga, pedagang sembilan bahan pokok, pedagang perabotan rumah tangga, pedagang sayuran, pedagang buah-buahan, pedagang ikan, ayam, dan daging.

Tabel 2.3 Jumlah Pedagang Berdasarkan Asal Pedagang di Pasar Blimbing

Asal Pedagang	Jumlah pedagang
Pedagang menetap	1979
Pedagang tidak menetap	494
Jumlah	2473

Sumber : Survey Lapangan Tahun 2010



Sumber : Survey Lapangan Tahun 2010

Gambar 2.5 Denah Pasar Berdasarkan Asal Pedagang

Pedagang yang berada di luar Pasar Blimbing sebagian besar adalah pedagang menetap dan sebagian kecil merupakan pedagang musiman atau tidak menetap. Pedagang yang berada di luar sebagian besar menggunakan bedak yang disediakan pengelola, dan sebagian kecil ada yang membawa sendiri. Pedagang tetap yang berada di luar adalah pedagang sayur, pedagang buah, pedagang makanan dan minuman, dan pedagang sembilan bahan pokok. Sedangkan pedagang tidak tetap yang berada di luar merupakan pedagang yang menjual barang dagangannya bersifat musiman, seperti pedagang buah-buahan (durian, nangka, dll), biasanya mereka menggunakan sepeda motor maupun sepeda pancal.

2.1.3. Jenis Barang Dagangan

Pasar tradisional adalah tempat bagi orang yang memang betul-betul membutuhkan barang atau makanan yang akan dibeli karena memang barang atau makanan tersebut betul-betul mereka butuhkan.

Di Pasar Blimbing ini terdapat berbagai jenis barang dagangan, mulai dari barang pokok hingga non pokok, yakni terdiri dari barang primer, sekunder, tersier, khusus, dan barang jasa. Adapun jenis barang dagangan yang diperjualbelikan, antara lain: pracangan, sayur, daging, palen, ayam, emas, pakaian jadi, ikan basah, jamu, selep, makanan burung, kue-kue, buah, sandal/sepatu, kaset/mainan, warung, kantor, bangunan/kayu. Untuk jenis dagangan kebutuhan sehari-hari seperti sayur dan sembako, sebagian pedagang menjual barang dagangannya di luar pasar dan di dalam pasar, sedangkan di dalam bangunan pasar, jenis barang dagangan yang dijual beragam, dimana banyak terdapat kios-kios yang menjual barang campuran.

Dilihat dari jenis barang dagangan yang dijual di Pasar Blimbing terdiri dari :

1. Barang-barang primer (barang-barang kebutuhan pokok terdiri dari sayur, ayam, selep¹, daging, ikan basah, buah, kue-kue, makanan, palen²)
2. Barang-barang sekunder (barang-barang sandang terdiri dari pakaian jadi, sandal/sepatu, kaset/mainan)
3. Barang tersier (perhiasan, bahan bangunan/kayu, alat kantor)
4. Barang khusus (makanan burung)
5. Jasa (jasa perorangan terdiri dari tukang sol sepatu, tukang parkir, tukang becak)

Berdasarkan data yang ada, maka jenis barang dagangan yang ada di Pasar Blimbing dapat dikelompokkan menjadi 7 (tujuh) kelompok, sebagai berikut :

1. Kelompok Sayuran (Sayur, Tahu, Tempe, Kelapa, Bumbu, Ikan asin dan Pisang)
2. Kelompok Ikan Basah (Selep, Daging, Ayam dan Ikan Basah)

¹ Selep adalah mesin penggilingan

² Palen adalah bumbu

3. Kelompok Emas Palen (Emas, Palen, Alat Kantor, Bahan Bangunan/Kayu)
4. Kelompok Abrakan³ (Abrakan, Pakaian Jadi, Sandal / Sepatu, Kaset/Mainan)
5. Kelompok Buah-buahan (Buah)
6. Kelompok Pracangan (Pracangan⁴, Kerupuk, Kopi, Makanan Burung)
7. Kelompok Makanan (Warung, Jamu, Kue-kue)

Tabel 2.4 Jumlah Pedagang Berdasarkan Jenis Barang Dagangan

No	Jenis Dagangan	Jumlah	No	Jenis Dagangan	Jumlah
1	Pracangan	546	10	Selep	8
2	Sayur	810	11	Makanan Burung	4
3	Daging	91	12	Kue-kue	92
4	Palen	252	13	Buah	133
5	Ayam	109	14	Sandal/Sepatu	53
6	Emas	37	15	Kaset/Mainan	21
7	Pakaian Jadi	99	16	Warung	72
8	Ikan Basah	97	17	Kantor	6
9	Jamu	5	18	Bangunan/kayu	38
Jumlah 2473 pedagang					

Sumber : Unit Pengelola Pasar Blimbing

Tabel 2.5 Komposisi Pedagang Menurut Kelompok Barang Dagangan di Pasar Blimbing

No	Kelompok Barang Dagangan	Jenis barang dagangan	Jumlah	Prosentase (%)
1	Kelompok makanan	warung, kue-kue	80	3
2	kelompok pracangan	Pracangan, makanan burung	550	22
3	kelompok emas palen	Emas, Palen, Alat Kantor, Bahan Bangunan/Kayu	422	17
4	kelompok abrakan	Abrakan, Pakaian Jadi, Sandal / Sepatu, Kaset/Mainan	173	7
5	Kelompok buah-buahan	buah	133	5
6	Kelompok sayuran	sayur	810	33
7	Kelompok ikan basah	ikan basah, selep, daging, dan ayam	305	12
Jumlah			2473	100.00

Sumber : Survey Lapangan Tahun 2010

³ Abrakan adalah segala bentuk yang terbuat dari plastik

⁴ Pracangan adalah sayur mayur, klontong dan kebutuhan pokok lainnya.



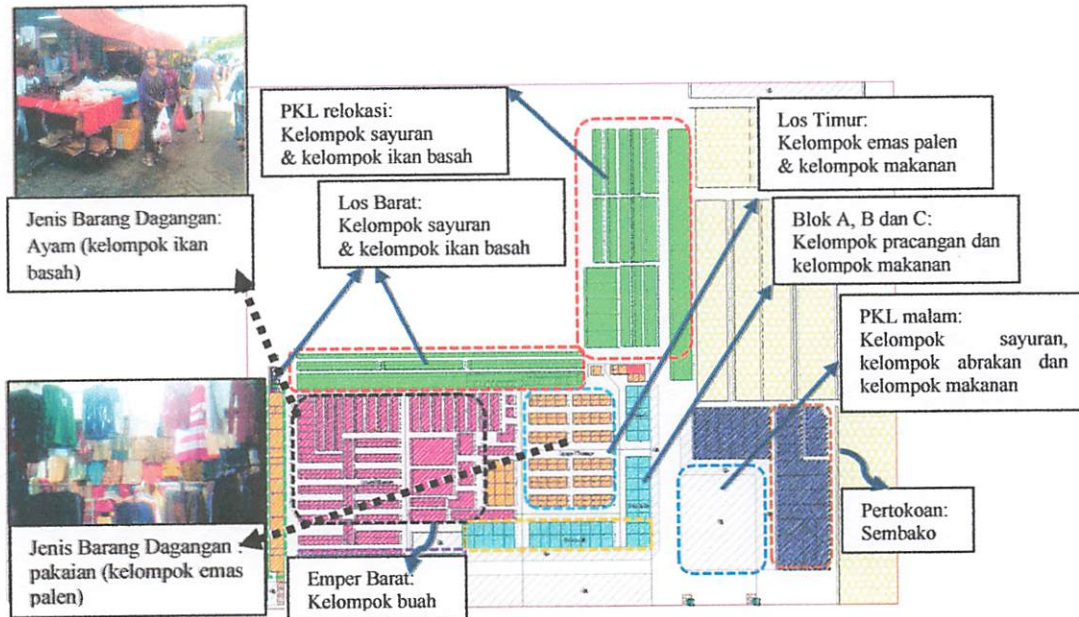
Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah jenis barang dagangan yang paling banyak di Pasar Blimbing adalah kelompok sayuran sebesar 33% dari total jenis barang dagangan yang ada di Pasar Blimbing. Pembagian zona pasar berdasarkan jenis barang dagangan dapat dibedakan menjadi :

- a. PKL relokasi & Los barat : Kelompok Sayuran & Kelompok Ikan Basah
- b. Emper Barat : Kelompok Buah
- c. Los Timur : Kelompok emas palen & kelompok makanan
- d. Blok A, B , dan C : Kelompok pracangan & kelompok makanan
- e. PKL malam : Kelompok sayuran, kelompok abrakan, dan kelompok makanan
- f. Pertokoan : Sembako

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 2.6.

2.1.4. Alasan Berdagang

Para pedagang di Pasar Blimbing memiliki alasan masing-masing dalam memilih profesi sebagai pedagang serta memilih lokasi berdagang. Diantaranya dengan alasan tuntutan hidup dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, ada secara turun-temurun, serta keahlian yang dimiliki.



Sumber : Survey Lapangan Tahun 2010

Gambar 2.6 Denah Pasar Berdasarkan Jenis Barang Dagangan

Menurut Pak Anas, 48 tahun, seorang penjual sayur di Pasar Blimbing mengemukakan alasannya. Menurutnya, dengan berdagang ia bisa bertindak dan berbuat sesuai dengan kemauannya, tanpa harus diperintah orang lain. Seperti yang dikatakan beliau, “Biar kerja berat, untung sedikit, tapi hati senang bekerja, tidak disuruh-suruh orang”.

Sementara itu, Masril, 25 tahun, pedagang buah, mengemukakan bahwa ia berdagang karena dirasanya paling gampang dilakukan. Berdagang (kaki lima) tidak memerlukan keahlian khusus ataupun modal besar, bisa dilakukan hampir di semua tempat, dan dengan sedikit keahlian 'bersilat lidah' yang dimilikinya, dagangannya pun laku.

Dari data yang diperoleh melalui hasil wawancara diperoleh 40 pedagang mengatakan bahwa alasan berdagang karena tuntutan hidup, masing –masing 5 pedagang mengatakan karena turun temurun dan keahlian yang dimiliki.

Tabel 2.6 Jumlah Pedagang Berdasarkan Alasan Berdagang

Alasan Berdagang	Jumlah
Tuntutan hidup	40
Keahlian yang dimiliki	5
Turun temurun	5
Total	50

Sumber : Survey Lapangan Tahun 2010

2.1.5. Tingkat Pendidikan

Pedagang dengan tingkat pendidikan tamatan SMA merupakan anak dari penjual sebelumnya yang meneruskan usaha keluarga. Dimana mereka tidak bisa melanjutkan kuliah, tetapi hanya melanjutkan usaha keluarga untuk memenuhi kebutuhan hidup. Untuk para petani, tingkat pendidikan rata-rata adalah tamatan SD, dan biasanya mereka yang menjadi makelar ataupun agen adalah orang dengan tingkat pendidikan tamatan SMA.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, diperoleh data tingkat pendidikan pedagang adalah tamatan SMA sebanyak 5 pedagang, tamatan SMP sebanyak 3 pedagang, tamatan SD sebanyak 12 pedagang, sedangkan tidak tamat SD bahkan tidak sekolah sebanyak 30 pedagang. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 2.7 Jumlah Pedagang Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah
Tamat SMA	5
Tamat SMP	3
Tamat SD	12
Tidak tamat SD & tidak pernah sekolah	30
Total	50

Sumber : Survey Lapangan Tahun 2010

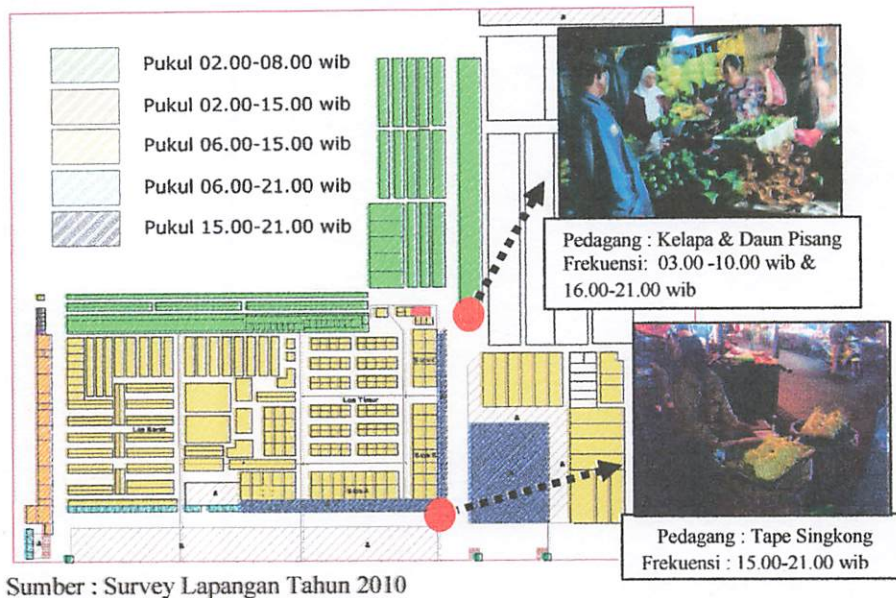
Jumlah pedagang dengan tingkat pendidikan paling tinggi adalah tidak tamat SD bahkan tidak pernah sekolah, dan yang paling kecil adalah tidak tamat SMP sebanyak 3 pedagang.

2.1.6. Frekuensi Berdagang

Di pasar tradisional Blimbing ini, aktivitas sudah dimulai sejak dini hari atau waktu subuh, sedangkan pasar modern yang kini membanjiri kota-kota besar di Jawa dan sekarang mulai menyerbu Kota Malang, aktivitas atau jam buka baru dimulai sekitar pukul sembilan sampai sepuluh pagi

Frekuensi berdagang dari setiap pedagang berbeda sesuai dengan waktu yang mereka gunakan dalam berdagang. Salah satu pedagang daun pisang dan kelapa, Bu Kasih, ia berjualan pagi mulai pukul 03.00-10.00 wib dan sore 16.00-21.00 wib, mengambil waktu puncak pasar di area PKL relokasi.

Kemudian pedagang tahu dan tempe, berjualan pagi dari pukul 04.00 – 14.00 wib di area pasar induk, kemudian lanjut berjualan pada sore hari pukul 15.30-14.00 wib di halaman parkir pasar (area PKL malam). Sedangkan pedagang tape singkong hanya berjualan pada pukul 15.00 – 21.00 wib dan setiap 5 hari sekali. Untuk lebih jelasnya data dilihat pada gambar 2.7.



Gambar 2.7 Denah Pasar Berdasarkan Frekuensi Berdagang

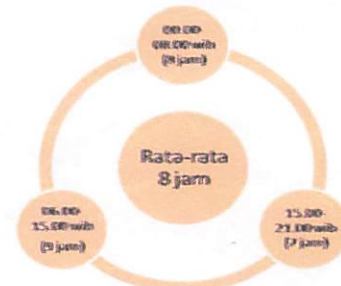
Di Pasar Blimbing terdiri dari berbagai jenis pedagang dan barang dagangan yang berbeda pada tiga sesi waktu yang telah terbentuk. Adapun pembagian sesi frekuensi berdagang di Pasar Blimbing, yakni :

1. Sesi I : 00.00-08.00 wib = 8 jam
2. Sesi II : 06.00-15.00 wib = 9 jam
3. Sesi III : 15.00-22.00 wib = 7 jam

Biasanya para pedagang wanita berdagang pada pagi hingga sore hari, pada malam hari hanya sedikit, dan terkadang ditemani oleh suami atau keluarga mereka.

Pedagang di Pasar Blimbing menggunakan frekuensi berdagang menyesuaikan dengan

Diagram 2.3 Frekuensi Berdagang di Pasar Blimbing



pedagang lainnya. Dimana mereka berdagang di tempat yang sama, akan tetapi dengan waktu yang berbeda. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan lahan maupun tempat untuk berdagang.

Tabel 2.8 Jumlah Pedagang Berdasarkan Frekuensi Berdagang

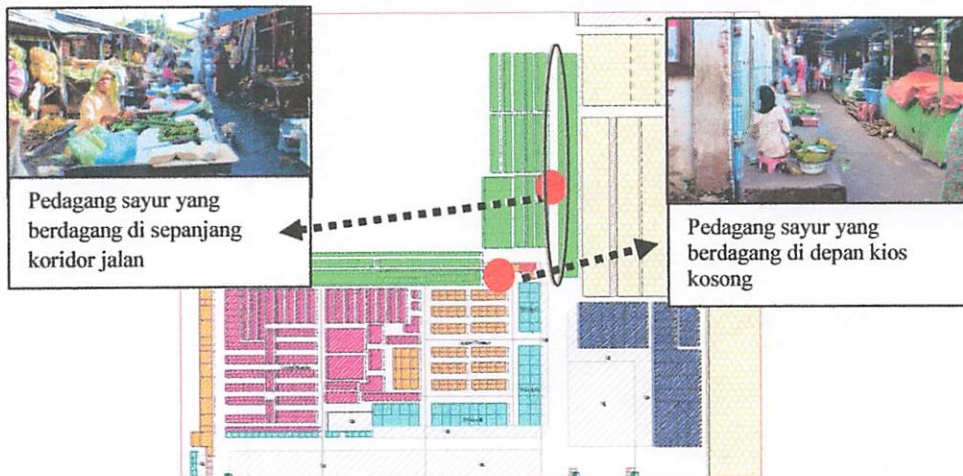
Frekuensi Berdagang	Jumlah Pedagang
Aktivitas Pasar Subuh (00.00-08.00 wib)	209
Aktivitas Pasar Pagi (06.00 – 15.00 wib)	1979
Aktivitas Pasar Malam (15.00 – 21.00 wib)	285
Jumlah	2473

Sumber : Survey Lapangan Tahun 2010

2.1.7. Motivasi Pedagang

Motivasi pedagang dalam pemanfaatan ruang di Pasar Blimbing merupakan dorongan para pedagang dalam menempati lokasi berdagang baik yang telah disediakan oleh pengelola pasar maupun menempati lokasi sendiri. Motivasi pemanfaatan ruang yang berada di Pasar Tradisional Blimbing ini yakni berdagang.

Dari motivasi pemanfaatan ruang ini dipengaruhi oleh biaya sewa dan lokasi strategis, dimana para pedagang memilih lokasi berdagang yang strategis disesuaikan dengan biaya sewa serta biaya retribusi yang dikeluarkan. Contohnya ada salah satu pedagang yang berdagang di dalam pasar kemudian pindah keluar pasar untuk melanjutkan kegiatan berdagang pada jam berikutnya.



Sumber : Survey Lapangan Tahun 2010

Gambar 2.8 Denah Pasar Berdasarkan Motivasi Pemanfaatan Ruang

Di Pasar Blimbing banyak dijumpai pedagang yang berjualan di pinggir jalan masuk ke pasar. Keadaan ini menyebabkan terhalangnya jalan pengunjung yang hendak keluar masuk pasar pada jam-jam sibuk. Tidak hanya di depan jalan masuk, tetapi di dalam pasar juga banyak pedagang yang menggelar barang dagangannya di sepanjang sisi toko atau kios. Sehingga lorong pasar menjadi sempit.

2.2. Aktivitas Pasar dan Pedagang

2.2.1. Aktivitas Pasar

Menurut Belshaw, ciri-ciri sistem pertukaran dipandang dari:

(1) sifat interaksi antara penjual dan pembeli; (2) sistematisasi dari nilai tukar yaitu harga-harga apakah saling mempengaruhi; (3) berapa jauh pembelian serta penjualan barang-barang dan jasa merupakan fungsi pasar; (4) rangkaian barang-barang dan jasa-jasa yang diperjualbelikan; (5) berapa jauh transaksi masuk ke tahap produksi dari bahan mentah ke produksi atau jasa yang dapat dikonsumsi; (6) tingkat dan persaingan jual-beli; (7) tingkat dimana jual-beli dapat dibedakan menurut alat tukar-menukar.

Dari teori di atas untuk mengetahui aktivitas Pasar Blimbing, maka aktivitas pasar dapat dibedakan berdasarkan rotasi berdagang, arus barang dan jasa, interaksi antar pedagang, tingkat persaingan jual beli.

2.2.1.1. Rotasi Berdagang

Pasar ini melayani pembeli selama 24 jam setiap harinya, dimana pasar ini beroperasi dibagi menjadi tiga sesi. Sesi pertama, yaitu pasar ini memulai aktivitas dari tengah malam hingga siang hari (pukul 00.00-08.00 wib), sesi kedua aktivitas mulai pagi hingga siang hari (pukul 06.00-15.00 wib) dimana penggunaan ruang pada bangunan permanen. Dan dilanjutkan sesi ketiga, memulai aktivitas pada sore hari hingga tengah malam (pukul 15.00-22.00), dengan penggunaan ruang pada bangunan temporer yakni mendirikan tenda-tenda pada halaman parkir Pasar Blimbing dengan sistem bongkar pasang. Dari penjelasan di atas, aktivitas Pasar Blimbing dapat dibedakan berdasarkan lokasi berdagang, adalah sebagai berikut:

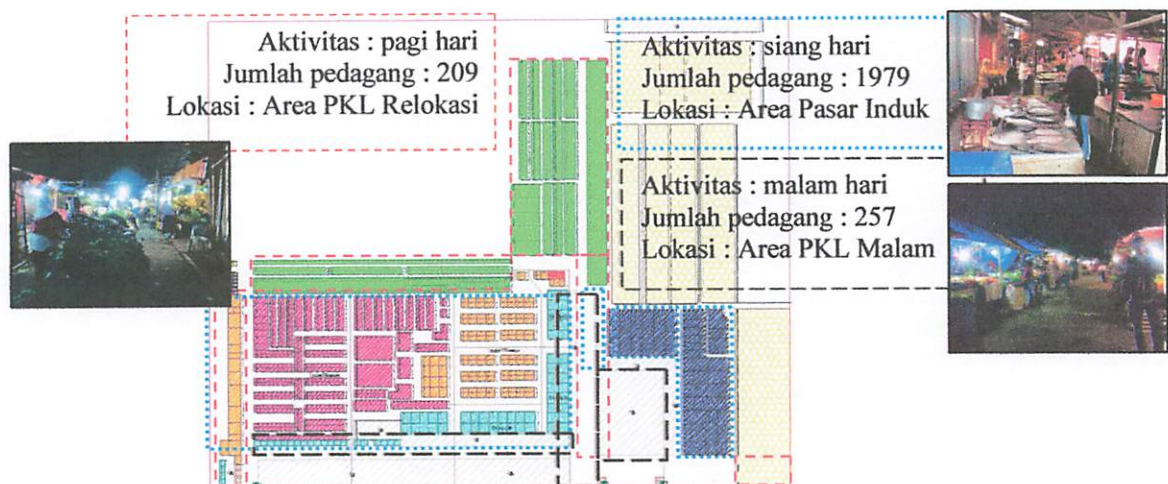
- Aktivitas pasar pagi pukul 00.00-08.00 wib : Area PKL Relokasi
- Aktivitas pasar siang pukul 06.00-15.00 wib : Pasar Induk

- Aktivitas pasar malam pukul 15.00-22.00 wib : Halaman parkir pasar (Area PKL Malam)

Tabel 2.9 Aktivitas Pasar dan Pedagang Berdasarkan Rotasi Berdagang

Rotasi Berdagang	Jumlah Pedagang	Jenis Pedagang	Lokasi Pasar
Aktivitas Pasar Subuh (00.00-08.00 wib)	209	Para petani, tengkulak, tukang parkir, penjaja keliling, pemilik warung makanan, pemilik becak dan pick up	Area PKL Relokasi
Aktivitas Pasar Pagi (06.00 – 15.00 wib)	1979	Pemilik toko, tukang parkir, tukang becak, pemilik warung makanan, pemilik becak	Area Pasar Induk
Aktivitas Pasar Malam (15.00 – 21.00 wib)	285	Para petani, tengkulak, tukang parkir, pemilik warung makanan, pemilik becak, pemilik toko	Area Halaman parkir pasar (Area PKL Malam)

Sumber : Unit Pengelola Pasar Blimbing & Survey Lapangan Tahun 2010



Sumber : Survey Lapangan Tahun 2010

Gambar 2.9 Aktivitas Pasar Blimbing

2.2.1.2. Arus Barang dan Jasa

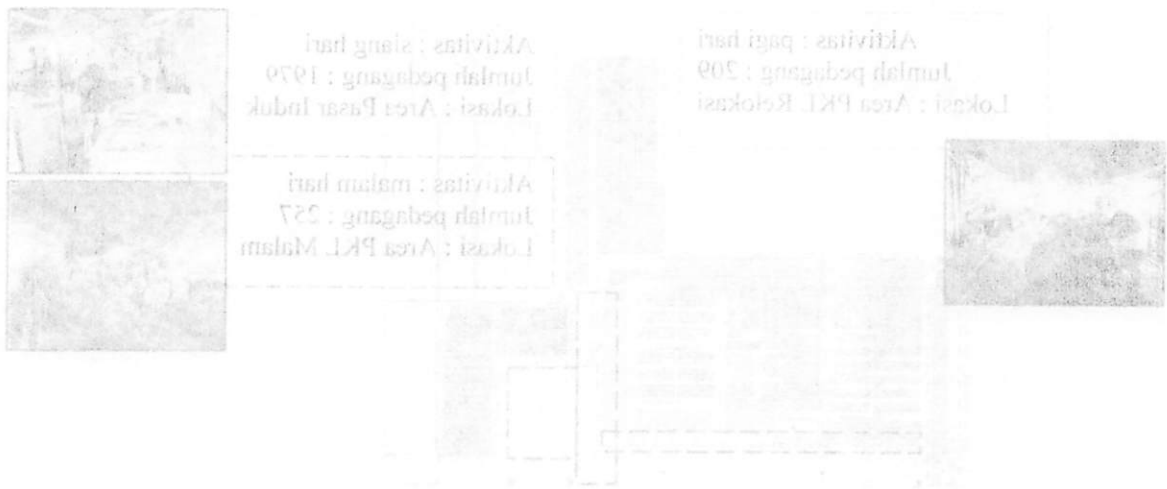
Ciri khas pasar dilihat dari sudut arus barang dan jasa adalah jenis barang yang diperjualbelikan. Barang yang dijual di Pasar Tradisional Blimbing pada umumnya adalah barang yang dibutuhkan oleh masyarakat sehari-hari. Barang-barang yang masuk ke pasar berasal dari beberapa

- Aktivitas pasar malam pukul 18.00-22.00 wib : Halaman parkir pasar (Area PKL Malam)

Tabel 2.9 Aktivitas Pasar dan Bidang Berdasarkan Rona Bidang

Rona Bidang	Jumlah Bidang	Jenis Bidang	Lokasi Pasar
Aktivitas Pasar Sore (00.00-08.00 wib)	209	Pas petani, tongkalis, tukang parkir, penjual keliling, penjual warung makanan, penjual kacang dan pick up	Area PKL Kelokan
Aktivitas Pasar Pagi (09.00-12.00 wib)	1979	Penjual ikan, tukang parkir, tukang becak, penjual warung makanan, penjual becak	Area Pasar Induk
Aktivitas Pasar Malam (12.00-21.00 wib)	227	Penjual ikan, tukang parkir, tukang becak, tukang parkir, tukang becak, tukang parkir, tukang becak, tukang parkir, tukang becak	Area Halaman parkir pasar (Area PKL Malam)

Sumber : Tim Pengkaji Pasar, Himping & Survey Lapangan Tahun 2010



Gambar 2.9 Aktivitas Pasar Himping

3.2.1.2. Arus Barang dan Jasa

Ciri khas pasar dilihat dari sudut arus barang dan jasa adalah jenis barang yang diperjualbelikan barang yang dijual di Pasar Tradisional Himping pada umumnya adalah barang yang dibutuhkan oleh masyarakat sehari-hari. Barang-barang yang masuk ke pasar berasal dari beberapa

daerah cukup bervariasi. Barang yang datang dari sekitar Pasar Blimbing berasal dari hasil produksi tani dan hasil produksi pasar.

Maju mundurnya suatu pasar tergantung pada gerak roda ekonomi pasar itu. Penggerak ekonomi itu antara lain pedagang. Pedagang berperan sebagai penjual dan pembeli dalam rangka mempersiapkan barang kebutuhan konsumen. Konsumen berhadapan langsung dengan pedagang yang memiliki kedai. Penjual mengharapkan barang yang dijual agar cepat laku, sebaliknya bagi pembeli ingin memiliki barang yang ia butuhkan. Adanya barang dalam pasar karena adanya permintaan dan penawaran. Untuk memperoleh barang tersebut bisa terjadi dibeli sendiri oleh pedagang atau melalui pedagang keliling, bahkan ada yang dibuat dalam pasar.

a. Barang Produksi Dalam Pasar

Ada pula hasil produksi dalam pasar selain barang dagangan yang datang dari luar, yaitu barang yang dibuat dalam pasar, seperti makanan dan minuman serta barang-barang lainnya yang berhubungan dengan kebutuhan masyarakat. Di Pasar Tradisional Blimbing jumlah pemilik kios/warung makan berjumlah 72 orang sehingga dapat dikatakan bahwa barang produksi dalam pasar seperti halnya makanan dan minuman dibuat dan dipasarkan dalam pasar.

Pedagang nasi/ warung makan di pasar Blimbing sekaligus menjual minuman, kesemuanya itu dibuat sendiri. Tenaga kerjanya biasanya adalah keluarga sendiri, namun ada juga yang tenaga kerjanya bukan keluarga tetapi biasanya masih saudara. Bu Ningsih, seorang pedagang soto di los pasar Blimbing mengungkapkan :

“Saya membuka warung makan berjualan nasi rames dan soto. Saya memasak dan mempersiapkan makanan tersebut dibantu suami dan anak saya. Saya tidak memberi upah mereka, mereka hanya sekedar membantu sebisanya” (Wawancara, 10 Februari 2010).

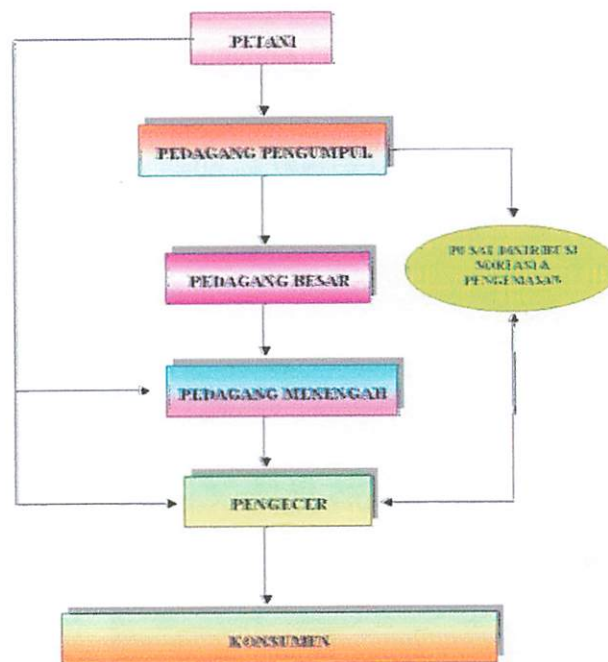
Pekerjaan dalam warung sudah dibagi sesuai dengan bidang masing-masing. Ada yang khusus memasak dan ada yang melayani pembeli. Tiap

warung nasi terdapat berbagai macam lauk makanan maupun minuman, mulai dari yang bermodal kecil sampai kepada yang bermodal besar.

b. Penjual Jasa

Penjual jasa merupakan orang yang berjualan tetapi tidak memiliki tempat untuk menggelar barang dagangannya. Penjual jasa pasti ada dimana disitu ada pasar, begitu juga di Pasar Tradisional Blimbing. Penjual jasa yang terdapat di Pasar Blimbing antara lain tukang sol sepatu dan para buruh-buruh jasa seperti tukang parkir dan tukang becak yang membawakan barang dagangan para pedagang maupun pembeli.

Diagram 2.4 Arus Barang dan Jasa di Pasar Blimbing



Sumber : Hasil Survey Lapangan Tahun 2010

2.2.1.3. Tingkat dan Persaingan Jual Beli

Menurut persepsi pedagang, bahwa iklim persaingan di Pasar Blimbing cukup ketat, walaupun di dalamnya masih terdapat iklim kerjasama.

Bersaing untuk memperebutkan kunjungan pembeli, mendapatkan sukses berinteraksi tidak diartikan untuk tidak terdapat kebersamaan, tidak harus mengorbankan solidaritas, tidak berarti meninggalkan kerjasama.

Kemudian salah satu pedagang ayam mengatakan berdagang di Pasar Blimbing karena persaingan yang terjadi tidak ketat. Awalnya ia berdagang di Pasar Besar, kemudian pindah lagi ke Pasar Gadang, karena persaingan yang cukup ketat di kedua pasar tersebut akhirnya pedagang ayam tersebut pindah ke Pasar Blimbing dan telah berdagang selama 13 tahun.

Seorang pedagang Lombok misalnya, bisa saja kulakan membeli lombok dari pedagang di seberangnya, dan menjualnya pula dengan harga yang sama. Demikian halnya dengan penjual pakaian wanita dan anak-anak bisa dikulak oleh pedagang bedak di sebelahnya dan PKL di depannya dan menjualnya dengan harga yang sama. Menjualkan barang pedagang lain, dengan cara memajang sebuah contoh barang milik pedagang lain, adalah salah satu manifestasi hubungan di antara satu dengan pedagang sejenis; sebuah kerjasama dalam persaingan.

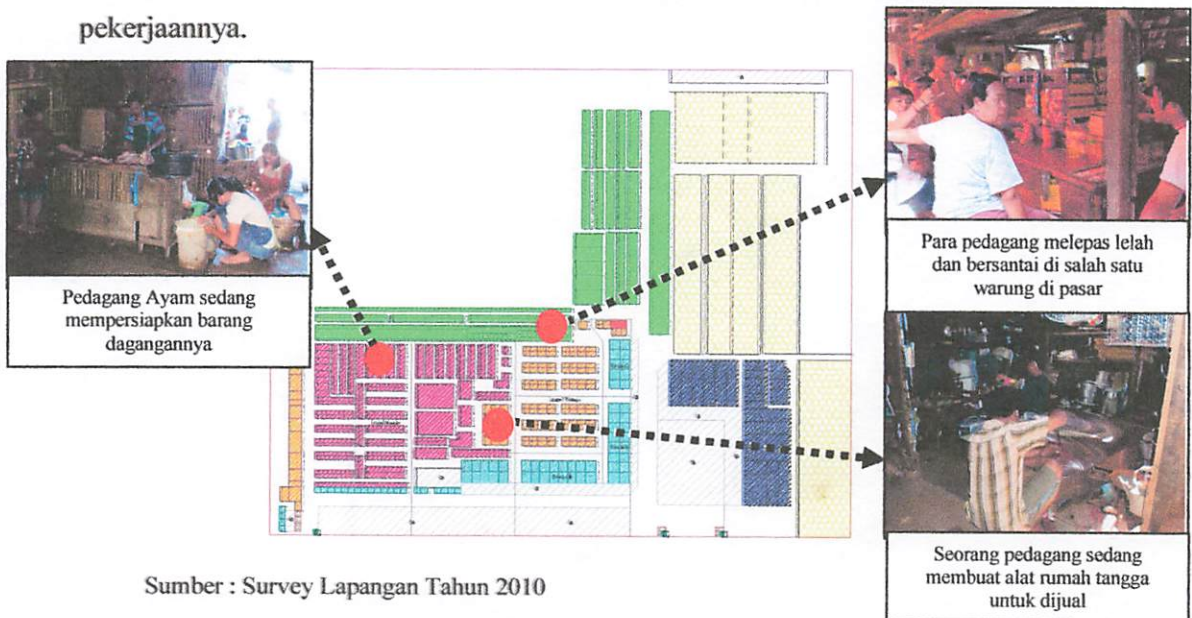
Persaingan juga terjadi dalam menentukan harga, di satu pihak menawarkan dengan harga yang tinggi, dipihak lain menawarkan dengan harga yang murah dengan memberikan beberapa pertimbangan kepada penjual (petani).

2.2.2. Aktivitas Pedagang

Kegiatan yang dilakukan setiap pedagang antara yang satu dengan yang lainnya berbeda. Kegiatan mereka dari awal kedatangan di pasar hingga mereka kembali menyelesaikan kegiatan di pasar. Aktivitas pedagang dimulai dari mereka datang ke pasar dengan tujuan untuk berdagang, kemudian parkir, tetapi biasanya mereka parkir langsung di depan warung untuk menurunkan barang dagangan, kemudian menyiapkan tempat barang dagangan, membuka toko/bedak/los, melayani pembeli, transaksi jual beli, (diselingi ke toilet, telepon, istirahat, makan di warung, dan membayar karcis), menutup bedak/kios, dan pulang kembali ke rumah masing-masing.

Banyaknya pedagang yang berasal dari luar pada Pasar Tradisional Blimbing menyebabkan variasi barang cukup banyak. Transportasi yang lancar turut mempercepat gerak keluar-masuk pedagang dan barang dalam Pasar Tradisional Blimbing. Ada beberapa pedagang yang menyewa mobil colt atau truk selain menggunakan becak maupun angkot untuk mengangkut barang dagangan mereka. Pengangkutan dari jalan atau dalam lokasi pasar ke tempat jualan, dilakukan oleh sekelompok penjual jasa, seperti para tukang becak maupun tukang parkir.

Pekerjaan yang dilakukan oleh penjual jasa adalah menurunkan serta menaikkan barang dari dan ke mobil. Volume arus barang dengan demikian cukup deras yang masuk. Ketinggian jumlah barang mempengaruhi atas keluasaan pengunjung untuk memilih barang yang dibelinya. Faktor yang mempercepat barang masuk pasar selain transportasi yang lancar juga ditunjang oleh sekelompok penjual jasa dengan memberikan imbalan yang setimpal dengan pekerjaannya.



Gambar 2.10 Aktivitas Pedagang di Pasar Blimbing

2.2.2.1. Sistem Jual Beli

Pertemuan antara penjual dan pembeli menimbulkan suatu peristiwa tawar-menawar. Timbulnya tawar-menawar karena barang yang diminta oleh pembeli itu bukan harga pasti, karena tidak tahu secara pasti harga sesuatu

barang, melainkan hanya perkiraan saja. Ada beberapa barang tertentu tidak terjadi tawar-menawar, karena harganya sudah diketahui secara pasti.

Perilaku penjual dan pembeli di Pasar Tradisional Blimbing dalam tata cara tawar-menawar secara umum dapat dibagi dua bagian. Pertama, tawar-menawar dalam bentuk pendek serta singkat dan yang kedua, tawar-menawar dalam bentuk panjang serta lama. Tawar-menawar dalam bentuk pendek dan singkat lazimnya ditujukan kepada barang yang telah diketahui oleh pembeli baik tentang harga maupun mutunya. Tawar-menawar kedua, umumnya terjadi atas barang yang masih kabur, baik mengenai sifat barang itu sendiri maupun terhadap barang yang jarang mereka beli sehingga pedoman tentang harga sama sekali tidak ada.

Barang yang dijual tanpa mendapatkan tawaran harga yang menyolok pada umumnya barang kebutuhan sehari-hari, seperti: beras, minyak goreng, minyak tanah, ikan asin, rokok, tepung terigu, perhiasan emas dan lain-lain. Barang dagangan yang mendapat tawaran yang lama dan panjang seperti : barang pecah belah, pakaian, sepatu, bahan kain, dan lain-lain. Sebaliknya pula jika petani membawa hasil pertaniannya, seperti : kelapa, petai, cengkeh, kopi, dan yang lainnya; mereka menjual kepada pedagang yang diawali dengan tawar-menawar yang bersifat lama. Persaingan terjadi dalam menentukan harga, di satu pihak menawarkan dengan harga yang tinggi, dipihak lain menawarkan dengan harga yang murah dengan memberikan beberapa pertimbangan kepada penjual (petani). Terkadang tawar-menawar bisa membuat harga yang pasti hingga terjadi transaksi jual-beli, akan tetapi sebaliknya jika tidak ditemukan harga yang disepakati bersama, maka pembawa barang itu beralih menawarkan kepada yang lain.

Ada dua bentuk transaksi yang terjadi di Pasar Blimbing: pertama, transaksi yang dilakukan secara barter yang didasarkan atas perbandingan satuan yang telah ditetapkan oleh kedua belah pihak; kedua transaksi dilakukan dengan mempergunakan mata uang sebagai alat penukar. Barang yang dijual atau dibeli pada umumnya dibayar secara konstan dengan uang, ada pula yang dilakukan dengan utang piutang, serta ada pula yang melakukan dengan cara

barter. Utang piutang dilakukan jika keduanya yaitu antara penjual dan pembeli telah memiliki kepercayaan dan mengenal satu sama lain. Sistem barter biasanya dilakukan antara petani yang membawa hasil pertaniannya dengan para pedagang yang menjual barang kebutuhan pokok.

Diagram 2.5 Sistem Jual Beli



Penggunaan mata uang sebagai alat tukar muncul karena ada kebutuhan akan benda-benda yang dapat dihitung untuk tujuan tukar menukar secara tidak langsung. Uang itu sendiri didefinisikan sebagai sarana untuk melakukan pertukaran secara tidak langsung yang dipakai sebagai alat pembayar, sebagai satuan baku, dan sebagai alat tukar menukar.

Gambar 2.11 Sistem Jual Beli



Para Pedagang dan Pembeli Sedang Transaksi Secara Langsung

Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2010

2.2.2.2. Sistem Sosial

Sistem sosial yang terjadi di antara pedagang adalah terdapat paguyuban perkumpulan pedagang sejak tahun 2002, koordinator pedagang Pasar Blimbing, yakni pak Subardi, penjual barang pecah belah. paguyuban becak, dan koperasi pedagang pasar yang dinamakan Kopas (Koperasi Pasar) Blimbing. Dulu kecil-kecil sekarang disatukan.



Gbr. 2.12 Paguyuban Becak
Pasar Blimbing

Di Pasar Tradisional terjadi transaksi antara para pedagang maupun para pembeli, sehingga adanya komunikasi membentuk sistem sosial. Melalui interaksi sosial secara berulang kali dalam jangka waktu panjang dan interaksi tersebut memberikan manfaat satu sama lain, maka norma diantara anggota komunitas pedagang pasar tersebut bekerja dan merupakan modal sosial.

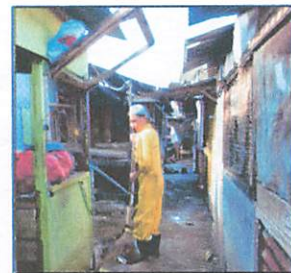
Pasar bagi masyarakat Jawa tidak hanya dianggap sebagai tempat jual beli saja, tetapi pasar juga dianggap sebagai tempat interaksi sosial, bertemunya masyarakat, saling berkomunikasi dan pusat keramaian. Bagi masyarakat Jawa, mereka mengenal pepatah yaitu, “Tuna satak bathi sanak” yang artinya rugi uang, tapi mendapatkan saudara. Dengan peribahasa tersebut, masyarakat Jawa tidak hanya mengejar keuntungan semata, tetapi juga hubungan kekeluargaan kalau dapat dibina terus.

2.2.2.3. Sistem Kebersihan

Lingkungan yang bersih, sehat dan nyaman merupakan idaman setiap manusia dalam hidupnya. Oleh karena itu sampah harus dikelola dengan baik. Pengelolaan sampah dengan baik, bukan saja baik untuk kesehatan juga untuk keindahan lingkungan.

Semakin banyak sampah organik yang dihasilkan akan semakin cepat menimbulkan masalah lingkungan. Dari hasil pengamatan secara umum ternyata daerah pasar yang paling menimbulkan kesan tidak sehat, tidak bersih, dan tidak nyaman adalah tempat jualan sayuran. Hal ini tidak terlepas dari perilaku pedagang, terutama pedagang sayuran. Jika para pedagang memiliki pengetahuan yang baik, maka pasar akan terlihat lebih bersih dan nyaman.

Sistem kebersihan di pasar tradisional ini dilakukan pemungutan sampah oleh petugas kebersihan dari pengelola pasar yang berjumlah 15 orang. Biasanya dilakukan pagi pukul 08.00 – 09.00 WIB setelah pasar pagi selesai. Jadwal pengambilan sampah pada TPS dilakukan 2 kali yakni pukul 10.30 wib dan pukul 01.30 wib. Tong-tong sampah yang ada di pasar blimbing dibedakan menjadi 2



Gb.2.13 Petugas membersihkan pasar setelah kegiatan pasar

yakni tong sampah basah dan tong sampah kering. Di Pasar Blimbing juga terdapat tempat pengolahan sampah organik (komposter) yang terdiri dari 3 tong (proses awal, proses, dan pematangan). Pasar Blimbing sangat eksis dalam menjaga kebersihan pasar, mulai penanganan sampah maupun kreatifitas berupa baliho maupun spanduk-spanduk untuk menjaga kebersihan pasar.

Gambar 2.14 Fasilitas TPS



TPS & Tempat Pengolahan Sampah Organik (Komposer) Pasar

Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2010

2.3. Ruang Pasar Tradisional

Fasilitas pasar terdiri dari toko, bedak/kios, los, emper, areal parkir, gudang penyimpanan, posko keamanan, TPS, alat pemadam kebakaran, papan nama pasar, tempat ibadah, MCK, dan unit pengelola pasar, jalan masuk dan keluar bagi kendaraan bermotor, jalan atau lorong atau lalu lintas barang dan orang dalam pasar, instalasi pengelolaan air limbah (IPAL), dan instalasi listrik.

Tabel 2.10 Fasilitas Pasar Blimbing

Jenis	Jumlah (buah)	Dimensi (m)	Letak
Toko/Bedak/Kios	79	3 x 3	Bagian utara dan barat pasar
Los	495	2 x 2	Sebelah utara dan selatan pasar
Emper	1433	1.5 x 1.5	Sebelah timur pasar
Areal Parkir	4	-	Sebelah utara, timur dan selatan pasar
TPS	1	-	Sebelah barat pasar
Tabung Pemadam	2	-	Tengah-tengah pasar
Gerobak Sampah	7	-	Sebelah barat pasar
MCK	4	-	Sebelah barat dan tengah pasar
Kantor Pasar	1	-	Sebelah timur pasar
Mushola	2	-	Sebelah barat pasar

Sumber : Survey lapangan dan data pasar

Yukin tong sampah basah dan tong sampah kering. Di Pasar Blimbing juga terdapat tempat pengolahan sampah organik (komposter) yang terdiri dari 3 tong (proses awal, proses dan pematangan). Pasar Blimbing sangat erat dalam menjaga kebersihan pasar, mulai penanganan sampah maupun kualitas barang, hal ini merupakan standar-standar untuk menjaga kebersihan pasar.

Gambar 2.14 Fasilitas TPS



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2010

2.3 Ruang Pasar Tradisional

Analisis pasar terdiri dari lokasi, bodak/lokasi, tol, empur, arah parkir, gedung, penyempunan, perse, keamanan. TPS, ada perbedaan kebiasaan papan nama pasar, tempat ibadah, MCK, dan unit pengelola pasar, jalan masuk dan keluar bagi kendaraan bermotor, jalan atau lorong atau jalan lintas barang dan orang dalam pasar, instalasi pengelolaan air limbah (IPAL), dan instalasi listrik.

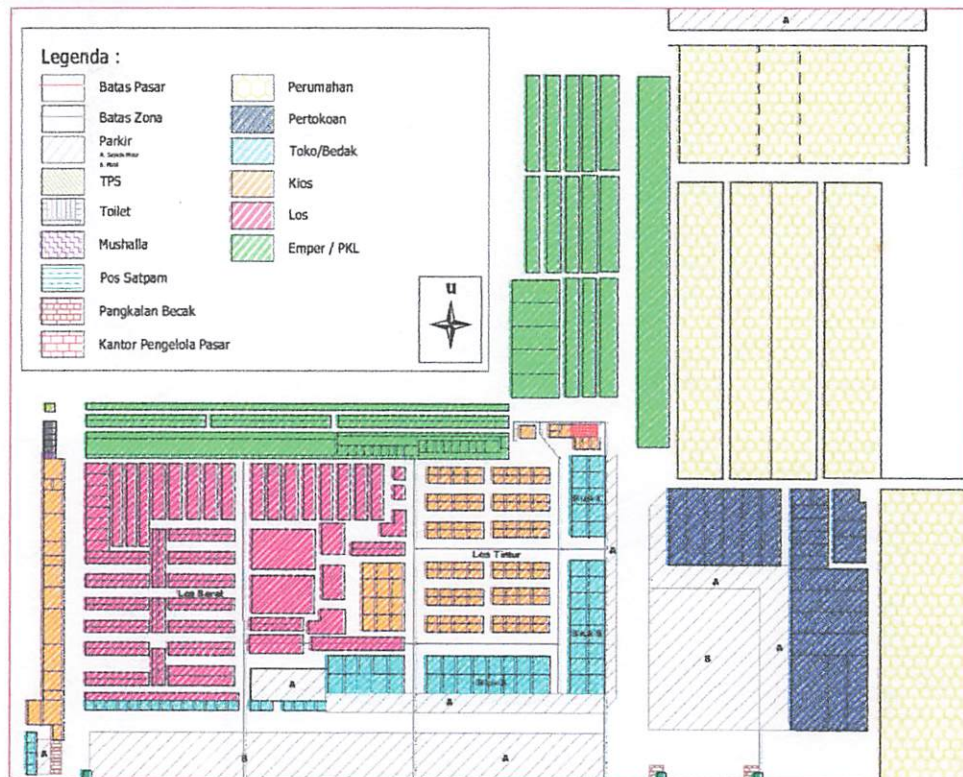
Tabel 2.10 Fasilitas Pasar Blimbing

Kelemb	Jumlah (buah)	Dimensi (m)	Letak
Yukin	79	2 x 2	bagian utara dan barat pasar
Empur	493	2 x 2	sebelah utara dan selatan pasar
Tempat ibadah	1433	1,2 x 1,2	sebelah timur pasar
Arahan parkir	1	-	sebelah utara timur dan selatan pasar
TPS	1	-	sebelah timur pasar
Lorong kendaraan	2	-	Tempat-tempat pasar
Gedung Koperasi	2	-	sebelah barat pasar
MCK	4	-	sebelah timur dan wilayah awal
Ruang pasar	1	-	sebelah utara pasar
Alusitas	3	-	sebelah timur pasar

Sumber: Survey lapangan dan literatur

Jumlah pedagang di Pasar Blimbing yang terdaftar pada kantor pengelola pasar adalah 1.979 pedagang yang menempati bedak, los, maupun emper. Masing-masing pedagang yang menempati bedak berjumlah 79 pedagang, pedagang yang menempati los sebanyak 485 pedagang, sedangkan pedagang yang menempati emper sebanyak 1.433 pedagang.

Untuk lebih jelas mengetahui fasilitas pasar dapat dilihat pada denah pasar di bawah ini :



Sumber : Survey Lapangan Tahun 2010

Gambar 2.15 Denah Pasar Blimbing

2.3.1. Fasilitas Perdagangan

2.3.1.1. Toko/Bedak/Kios

Jumlah pedagang di Pasar Blimbing yang menggunakan bangunan jenis toko/bedak/kios sejumlah 79 pedagang. Para pedagang yang menempati toko/bedak/kios pada umumnya merupakan pedagang pengecer yang berdagang mulai pagi hingga siang hari.

Perbedaan fungsi toko dengan bangunan di pasar lain adalah melihat luasan bangunan dan jenis komoditi serta omzet barang dagangannya. Luas toko/bedak di Pasar Blimbing adalah 3x3 m, dan letaknya mayoritas berada di pinggir jalan utama dan pintu masuk menuju ke dalam pasar.

Jumlah toko/bedak/kios sejumlah 79 unit. Ukuran luas dari kios tidak lebih dari toko/bedak yaitu kurang dari 9 m². Dan jenis barang dagangannya memiliki ukuran lebih kecil, seperti aksesoris, warung, pakan ternak, dan sebagainya. Secara lokasi keberadaan kios lebih masuk ke dalam hingga ke tengah pasar, hal ini dipengaruhi dengan harga sewa yang lebih murah, karena semakin dalam pencapaiannya semakin susah dan banyak lorong-lorong yang dilewati akan membuat kebingungan bagi para pengunjung.

Dan kondisi kios atau bedak di dalam Pasar Blimbing masih banyak yang menggunakan kayu atau triplek dan kondisinya sudah sangat tua dan banyak yang berlubang atau kropos, sehingga untuk dipandang sangat kurang nyaman, terlebih kios-kios tersebut berada di pasar dengan karakter barang dagangan umumnya basah.

2.3.1.2. Los

Kawasan los yang tersedia di Pasar Bimbing terdiri dari beberapa blok dan letaknya di tengah dan pinggir pasar. Adapun barang dagangannya adalah sayur mayur dan ikan. Untuk jumlah dari pedagang yang berjualan secara los cukup banyak, tetapi kondisi masih banyak yang tercecer dan terpisah, menempati ruang – ruang kosong di antara kios-kios yang tidak digunakan. Ukuran los pada umumnya cukup luas dan pedagang-pedagang diberikan sekat-sekat yang membedakan pedagang yang satu dan yang lain. Jumlah los sebanyak 495 unit dengan ukuran luas masing-masing 2x2 m.

Pada umumnya pedagang yang menempati los merupakan pedagang yang sifatnya pengecer, akan tetapi tidak memiliki uang sewa sehingga menempati lokasi ini.

2.3.1.3. Pelataran (Emper)

Jumlah pelataran (emper) sebanyak 1433 unit dengan ukuran luas masing-masing 1,5 x 1,5 m. Adapun kondisi los dan pelataran (emper) yang kurang tertata dengan baik yang dikarenakan banyaknya bedak liar yang menjual dagangan basah di sekitar dagangan kering, sehingga hal ini menimbulkan kesemrawutan di sekitar pasar.

Pedagang yang menempati emper atau pelataran merupakan para pedagang kaki lima cukup banyak yang tersebar di Pasar Blimbing, ada yang bersifat permanen dan menetap, selain itu ada barang dagangannya yang dibawa atau dipanggul. Untuk yang permanen, biasanya merupakan pedagang buah-buahan dan letaknya berada di luar pasar dan dekat areal parkir. Sedangkan untuk yang dapat pindah-pindah biasanya berjualan pakaian anak-anak, rokok, bakso, dan lain sebagainya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 2.11 Jumlah Tempat Usaha yang Menempati Bangunan Permanen
Pasar Blimbing
Tahun 2009**

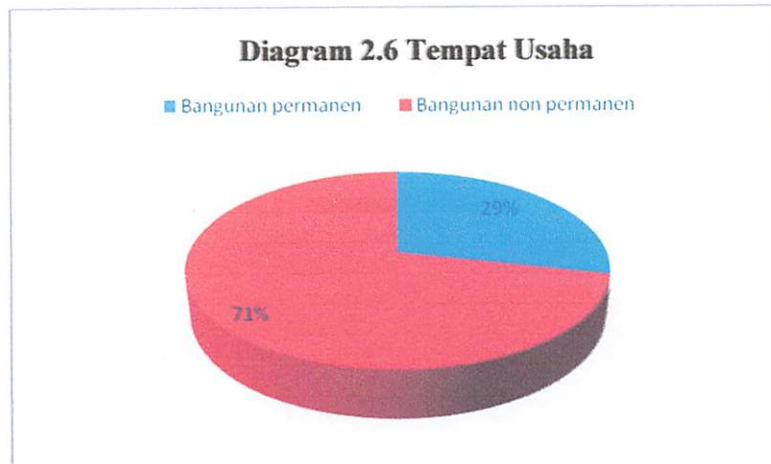
No	Keterangan	Unit
1	Toko/bedak/kios	79
2	Los	495
Jumlah		574

Sumber : Unit Pengelola Pasar Blimbing

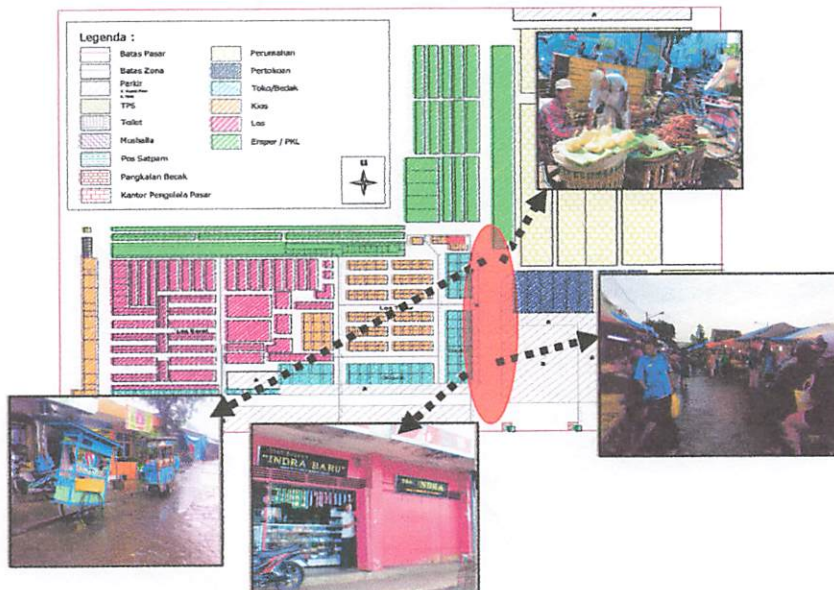
**Tabel 2.12 Jumlah Tempat Usaha yang Menempati Bangunan Non Permanen
Pasar Blimbing
Tahun 2009**

No	Keterangan	Unit
1	PKL malam	579
2	PKL relokasi	442
3	PKL dalam	412
Jumlah		1433

Sumber : Unit Pengelola Pasar Daerah Blimbing



Dari diagram diatas dapat diketahui bahwa tempat usaha yang menempati bangunan permanen sebanyak 29%, sedangkan tempat usaha yang menempati bangunan non permanen sebanyak 71%.



Sumber : Survey Lapangan Tahun 2010

Gambar 2.16 Denah Lokasi Fasilitas Perdagangan Pasar Blimbing

2.3.2. Fasilitas Pendukung

2.3.2.1. Gudang Penyimpanan

Fungsi gudang bagi sebagian pedagang sangatlah penting, hal ini dikarenakan keberadaannya sebagai tempat penyimpan stok barang yang tidak cukup untuk diletakkan di dalam toko. Keberadaan gudang di Pasar Blimbing mayoritas fungsi aslinya yaitu kios yang tidak dimanfaatkan atau kios yang kosong, sehingga penggunaannya adalah sewa dan bukan merupakan

bangunan yang bersatu dengan keberadaan toko. Banyaknya para pedagang yang belum memanfaatkan gudang dapat dilihat dari masih banyak pedagang yang menggelar sebagian barang dagangannya di pelataran atau emperan toko, hal ini dikarenakan ruang yang ada di dalam toko atau kios tidak mencukupi. Dan apabila menyewa kios untuk dijadikan gudang akan menambah biaya lagi, yang merupakan beban tambahan bagi para pedagang.

2.3.2.2. Tempat Ibadah (Mushola)

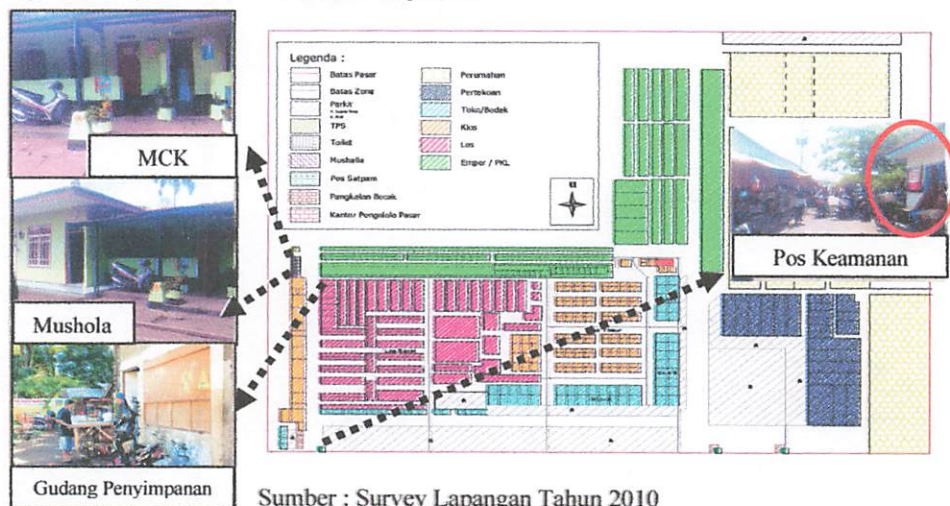
Mushalla yang ada di Pasar Blimbing hanya ada satu unit. Biasanya digunakan para pedagang mulai waktu subuh hingga waktu ashar, karena mushola ini dibuka mulai pukul 04.30-16.00 wib.

2.3.2.3. MCK

Toilet yang ada di Pasar Blimbing terdapat 2 lokasi yakni di sebelah timur dan bagian belakang pasar Blimbing dekat dengan mushalla dan TPS. Terdiri dari 5 ruang. Yaitu 2 ruang KM dan 3 ruang WC. Kondisi MCK di pasar ini baik karena baru direnovasi.

2.3.2.4. Pos Keamanan

Lokasi pos keamanan yang ada di Pasar Blimbing ada di tiga titik yaitu di setiap pintu masuk pasar, akan tetapi hanya satu pos keamanan yang digunakan yakni di sebelah barat pasar.



Gambar 2.17 Denah Lokasi Fasilitas Pendukung Pasar Blimbing

2.3.2.5. Areal Parkir

Areal parkir yang ada di Pasar Blimbing ada empat lokasi, yakni bagian utara di dalam pasar untuk mobil pada pagi hari dan sepeda motor pada siang hari, sedangkan bagian utara di luar pasar adalah parkir di pinggir jalan untuk kendaraan bermotor, bagian timur pasar disediakan parkir untuk mobil dan sepeda motor dari pukul 06.00-13.00 wib, untuk halaman parkir ini selanjutnya digunakan untuk tempat berdagang para PKL dan bagian selatan pasar merupakan lokasi parkir untuk pembeli yang berasal dari sekitar permukiman Kelurahan Blimbing.



Sumber : Survey Lapangan Tahun 2010

Gambar 2.18 Areal Parkir Pasar Blimbing

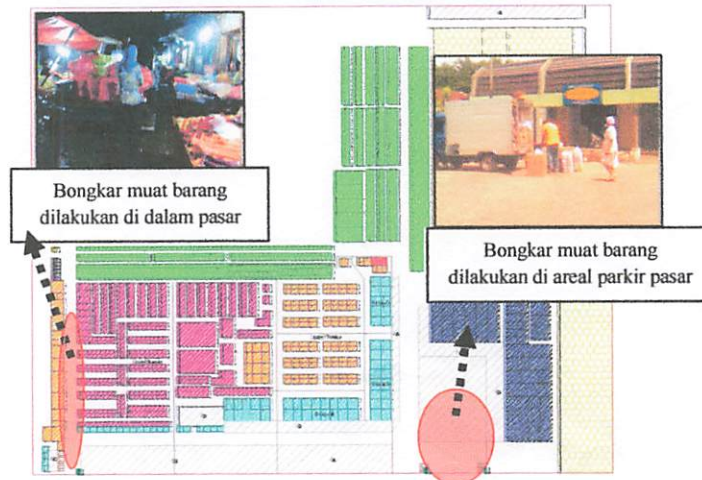
2.3.2.6. Areal Bongkar Muat

Mayoritas pasar tradisional tidak memiliki areal bongkar muat barang sendiri, hal ini dapat dilihat dengan adanya aktifitas bongkar muat barang yang dilakukan di areal parkir pasar sekitar pukul 13.00 wib. Ketidaktersediaan areal bongkar muat adalah keputusan logis dari para pengelola pasar, mereka beranggapan bahwa daripada menyediakan area bongkar muat, lebih baik ruang yang ada dimanfaatkan sebagai areal berdagang karena hal itu lebih dapat memiliki keuntungan lebih dari sisi *financial*.

Kondisi demikian merupakan sudut pandang yang kurang menguntungkan bagi pengunjung pasar, karena mereka tidak akan merasa nyaman saat menggunakan areal parkir, karena disaat yang bersamaan ada aktifitas bongkar muat yang dapat timbul kecelakaan diakibatkan oleh aktivitas tersebut. Hal itu pun terjadi di Pasar Blimbing, hampir seluruh pedagang ataupun distributor melakukan bongkar muat barang dagangan di parkir pasar.

Bongkar muat barang dagangan selain dilakukan di areal parkir, juga dilakukan di dalam pasar mulai pukul 01.30 wib. Karena pada jam ini kendaraan diperbolehkan masuk ke areal dalam pasar, sehingga para makelar menurunkan barang dagangan ke masing-masing kios maupun toko pedagang.

Gambar 2.19 Areal Bongkar Muat Barang Dagangan di Pasar Blimbing



Sumber : Survey Lapangan Tahun 2010

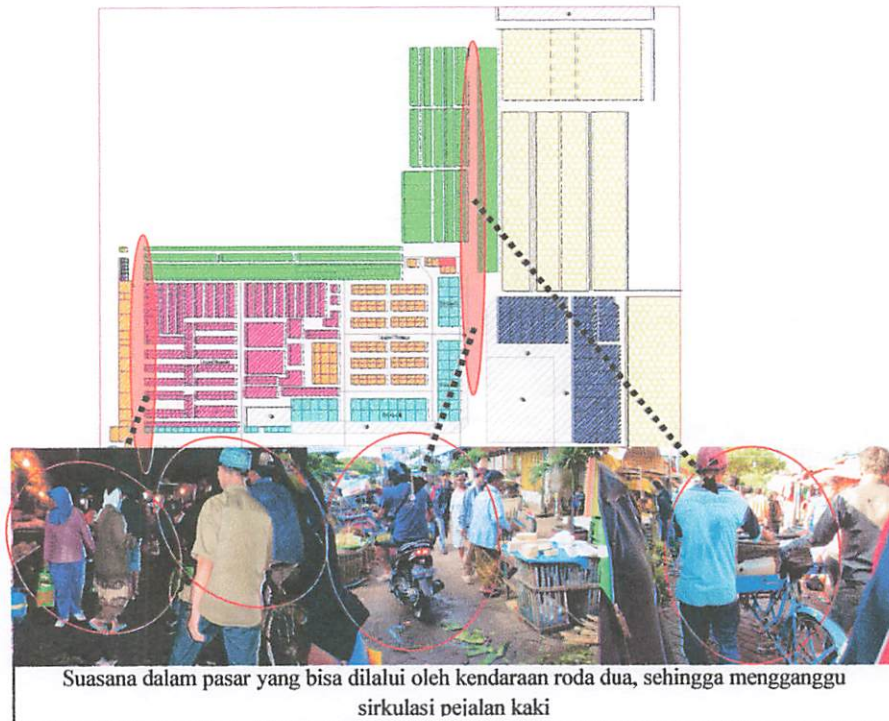
2.3.3. Sirkulasi Pasar



Tidak hanya pergerakan orang yang ada di dalam pasar, bahkan barang dagangan pun dilakukan di dalam lorong-lorong pasar. Dengan lebar tidak kurang dari 2 meter, lorong yang cukup sempit dan ditambah dengan banyaknya barang dagangan yang dijajakan di lorong

tersebut, semakin menambah sempitnya dan tidak nyamannya berjalan di dalam Pasar Blimbing. Hal ini sebenarnya tidak hanya terjadi di pasar tersebut, sebagian besar pasar tradisional di Indonesia juga mengalami hal serupa.

Jalan keluar dan masuk yang ada di Pasar Blimbing memiliki 5 pintu, dan rata-rata lebar pintu adalah 3 meter. Empat pintu berada di depan pasar dan dua pintu berada di sebelah barat pasar. Keberadaan pintu keluar masuk tersebut, secara banyaknya jumlah cukup baik karena dengan banyaknya jalan keluar masuk, akan memudahkan pengunjung untuk masuk ke pasar menuju lokasi terdekat. Selain itu, mengantisipasi apabila adanya kebakaran, sehingga banyak pintu masuk untuk jalur penyelamatan diri.

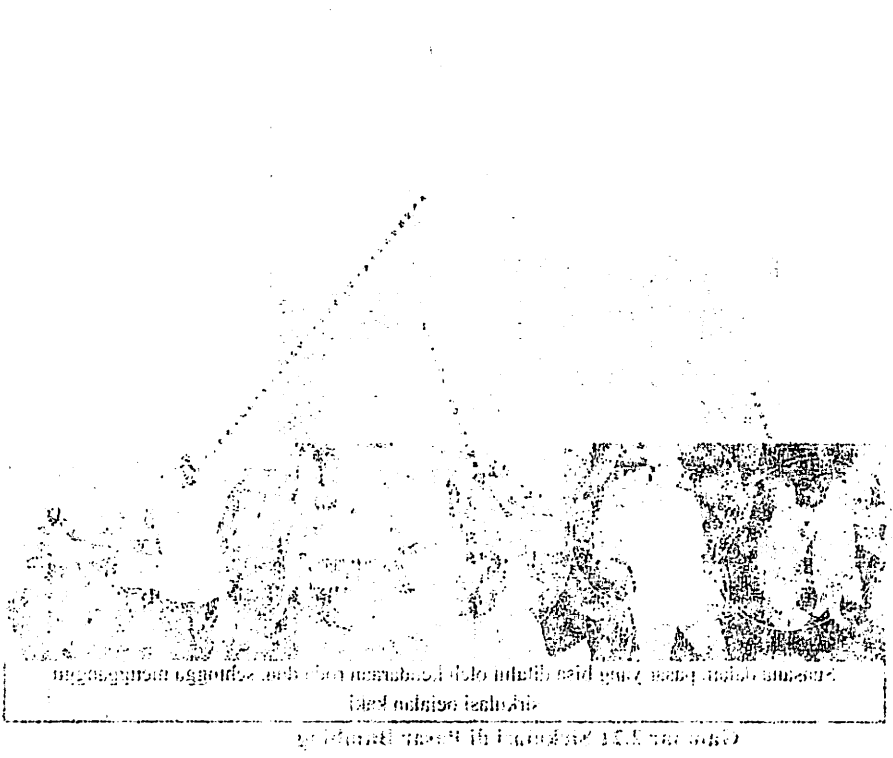


Gambar 2.21 Sirkulasi di Pasar Blimbing

Keberadaan jumlah pintu yang banyak tersebut tidak diimbangi dengan lebar yang tersedia, meskipun lebar 3 meter tetapi di sepanjang jalan digunakan pedagang untuk menggelar dagangan, sehingga lebar yang tersisa tidak lebih dari satu meter. Terdapat banyak beberapa titik pintu keluar masuk

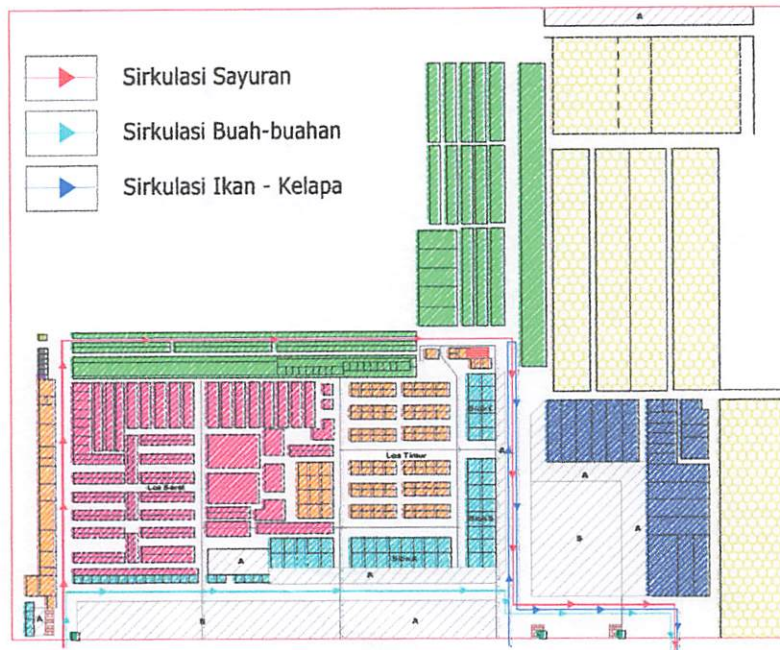
terhadap seluruh masyarakat yang telah menunjukkan kepedulian
 dalam proses pembangunan. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepedulian
 terhadap sebagian besar permasalahan di Indonesia juga menunjukkan hal
 yang sama.

Salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan pembangunan adalah
 kemampuan dalam mengelola sumber daya manusia. Untuk itu, diperlukan
 peningkatan kualitas sumber daya manusia yang ada di Indonesia. Hal ini
 dapat dilakukan dengan cara meningkatkan kualitas pendidikan dan
 pelatihan tenaga kerja. Selain itu, juga diperlukan peningkatan
 kesadaran masyarakat akan pentingnya pembangunan yang berkelanjutan
 untuk mencapai tujuan pembangunan yang diinginkan.



Kebijakan pemerintah yang baik sangat penting untuk keberhasilan
 pembangunan. Oleh karena itu, pemerintah perlu merumuskan kebijakan
 yang tepat dan efektif untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi.
 Selain itu, juga diperlukan koordinasi yang baik antara pemerintah
 dan masyarakat untuk mencapai tujuan pembangunan yang diinginkan.

Pasar Blimbing memberi kontribusi terbesar bagi kesemrawutan yang diakibatkan karena banyaknya kendaraan yang keluar masuk pasar dari segala pintu masuk. Banyak para pedagang maupun pembeli yang masuk ke pasar mengendari kendaraannya. Untuk sirkulasi barang dagangan dapat dilihat pada gambar di bawah ini :



Sumber : Survey Lapangan Tahun 2010

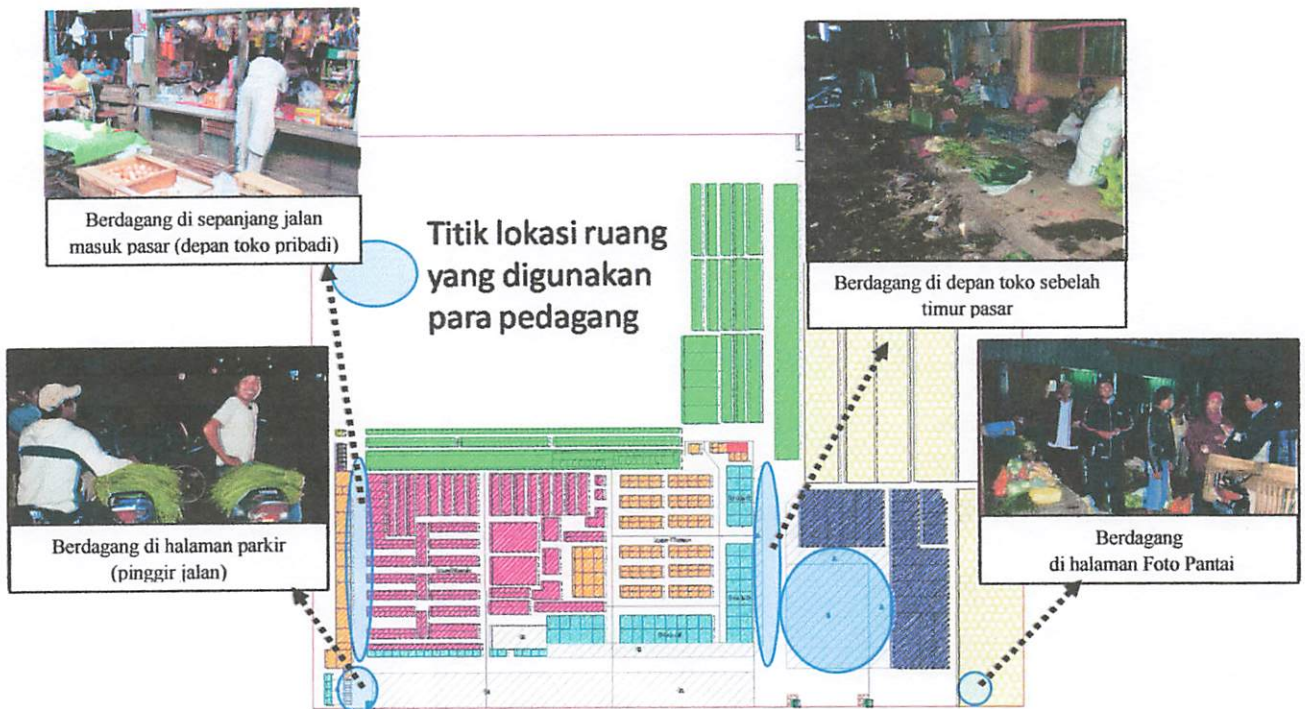
Gambar 2.22 Sirkulasi Barang Dagangan di Pasar Blimbing

Gambar di atas menjelaskan bahwa sirkulasi untuk sayuran yaitu masuk melewati pintu masuk dan menurunkan barang dagangan di setiap pedagang kemudian memutar ke arah belakang pasar dan kembali ke halaman parkir, dan ada yang langsung keluar dari pasar melalui pintu keluar. Sedangkan untuk sirkulasi buah dan kelapa yaitu masuk melalui pintu masuk dan langsung menuju dan menurunkan barang dagangan di lokasi dagangan buah dan kelapa, dan selanjutnya keluar melalui pintu keluar.

2.4. Pemanfaatan dan Pendekatan Keruangan Pasar Tradisional

2.4.1. Pemanfaatan Ruang Pasar Tradisional

Pemanfaatan ruang berdagang yang dimanfaatkan oleh para pedagang terdiri dari kios, los, dan bedak yang telah disediakan. Tetapi ada juga yang berjualan di sepanjang lorong kios maupun bedak, sepanjang areal parkir baik bagian utara maupun timur Pasar Blimbing. Seperti halnya salah satu penjual bahan pokok, ia menggunakan toko dan juga tetap menggelar dagangannya berupa telur di sepanjang jalan pasar, depan toko yang ia sewa. Agar pembeli lebih tertarik untuk membeli barang dagangannya.



Sumber : Survey Lapangan Tahun 2010

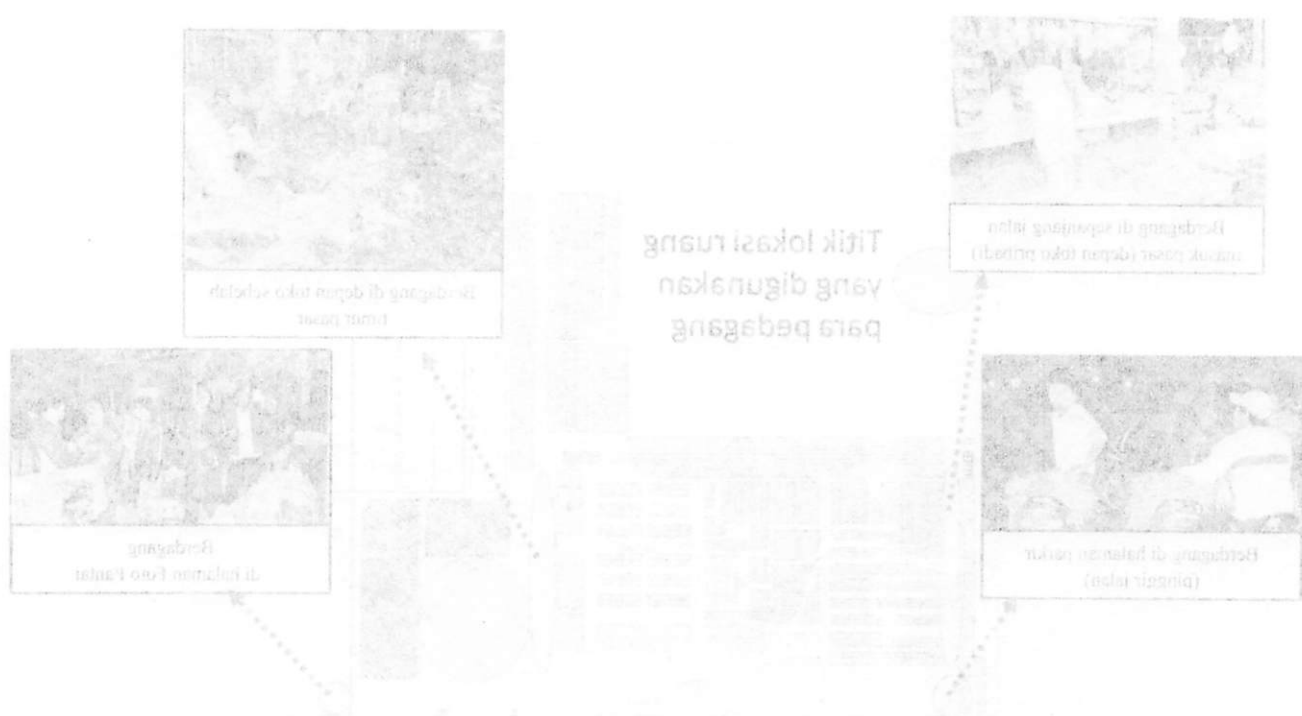
Gambar 2.23 Pemanfaatan Ruang di Pasar Blimbing

Selain itu mereka berjualan menggunakan kendaraan mereka, seperti menggunakan sepeda motor. Biasanya mereka menjual sayuran yang mereka bawa dari Kecamatan Wajak maupun dari Kecamatan Tumpang, setiap pagi hanya membawa kacang panjang dan menjualnya di atas kendaraan mereka. Berjualan dari pukul 01.00-05.00 wib. Ada juga yang berjualan di bagian luar

2.4. Pemanfaatan dan Peralatan Keragaman Pasar Tradisional

2.4.1. Pemanfaatan Ruang Pasar Tradisional

Pemanfaatan ruang pedagang yang dimanfaatkan oleh para pedagang terdiri dari kios, los, dan bedak yang telah disediakan. Tetapi ada juga yang berjualan di sepanjang lorong kios maupun bedak, sepanjang area parkir baik bagian atas maupun bawah Pasar Blindang. Seperti halnya salah satu penjual bahan pokok ia menggunakan toko dan juga tetap menjual dagangannya berupa telur di sepanjang jalan pasar, depan toko yang ia sewa. Agar pembeli lebih mudah untuk membeli barang dagangannya.



Sumber: Survei Lapangan, Tahun 2019

Gambar 2.23 Pemanfaatan Ruang di Pasar Blindang

Selain itu, mereka juga menggunakan kendaraan mereka seperti menggunakan sepeda motor. Biasanya mereka menjual sayuran yang mereka bawa dari Kecamatan Wajak maupun dari Kecamatan Lumajang, setiap pagi hanya membawa kacang panjang dan melonnya di atas kendaraan mereka. Berjualan dari pukul 01.00-02.00 WIB. Ada juga yang berjualan di bagian luar

pasar yakni di halaman depan foto pantai, sehingga mereka tidak membayar uang retribusi pasar, dengan kata lain “gratis”. Mereka berjualan dari pukul 02.00-05.00 wib.

2.4.2. Pendekatan Keruangan Pasar Tradisional

Pendekatan keruangan yang terjadi di Pasar Blimbing adalah pendekatan perilaku menekankan pada keterkaitan yang dialektik antara ruang dengan manusia dan masyarakat yang memanfaatkan atau menghuni di ruang tersebut. Pendekatan ini menekankan perlunya memahami perilaku pedagang dalam memanfaatkan ruang Pasar Blimbing.

Dari hal di atas tampak bahwa pedagang sangat memanfaatkan ruang yang ada di Pasar Blimbing, terbukti dengan adanya ruang kosong yang selalu ditempati oleh para pedagang non permanen. Terkadang banyak dari para pedagang yang telah memiliki bedak, tetap menggelar barang dagangannya di depan bedak mereka sehingga mengurangi kenyamanan para pembeli berjalan. Hal ini disebabkan oleh banyaknya barang dagangan yang dijual tidak sesuai dengan bedak yang mereka tempati. Bedak tempat berjualan pedagang adalah sebuah ruang yang memiliki ukuran relatif kecil, yang relatif terbatas dan menjadi kendala untuk menjadi tempat barang dijajakan dalam jumlah dan jenis yang memadai.

BAB III

ANALISA PEMANFAATAN RUANG PASAR BLIMBING

Pada bab ini akan mengkaji mengenai analisa pemanfaatan ruang oleh pedagang di Pasar Blimbing, sehingga nantinya akan didapatkan konsep pemanfaatan ruang yang terjadi berdasarkan aktivitas pasar serta karakter dan aktivitas pedagang. Adapun analisa dibagi dalam tiga sub bab besar yaitu analisa karakteristik pedagang terhadap ruang, analisa aktivitas pasar dan pedagang terhadap ruang serta analisa pemanfaatan ruang pasar tradisional sehingga membentuk sebuah konsep pemanfaatan ruang pasar tradisional berdasarkan aktivitas pasar serta karakter dan aktivitas pedagang yang terjadi di Pasar Blimbing Kota Malang.

3.1. Analisa Karakteristik Pedagang Terhadap Ruang Pasar

Analisa karakteristik pedagang terhadap ruang merupakan analisa yang dilakukan untuk mengkaji karakter pedagang yang ada di Pasar Blimbing, berdasarkan ruang yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan dalam berdagang. Melalui analisa ini diharapkan dapat diperoleh karakteristik pedagang yang melatarbelakangi pemanfaatan ruang di Pasar Blimbing. Untuk lebih jelasnya mengenai karakteristik pedagang, maka akan dibahas jenis pedagang, asal pedagang, jenis barang dagangan, alasan berdagang, tingkat pendidikan, frekuensi berdagang, dan motivasi berdagang.

3.1.1. Analisa Jenis Pedagang Terhadap Ruang Pasar

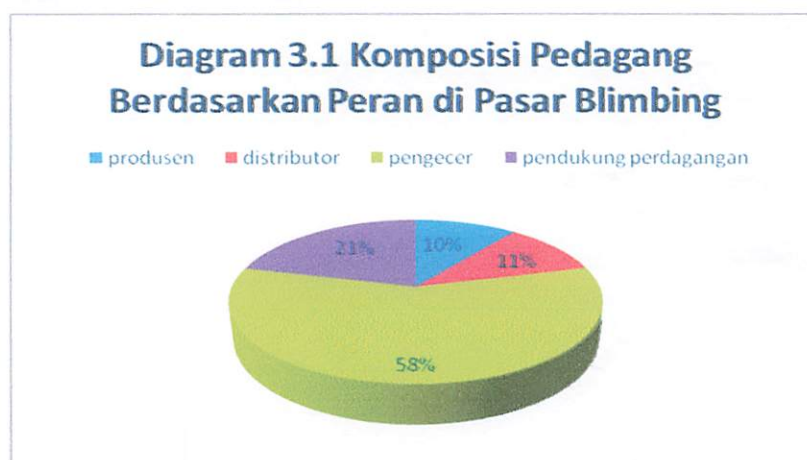
Jenis pedagang berdasarkan perannya yang terdapat di Pasar Blimbing terdiri dari para tengkulak bakul, tengkulak kedua, para makelar, pemilik becak, para penjaja keliling, para pemilik toko, para pemilik warung makanan, serta para penjual jasa (tukang sol sepatu dan tukang parkir).

Petani sayur yang berasal dari luar kota malang lebih suka menjual kepada tengkulak dengan alasan kepraktisan dan faktor teknis seperti transportasi, waktu kerja dan keterbatasan jaringan pedagang. Apabila dijual langsung ke tengkulak bisa lebih cepat dapat uang.

Saat menyalurkan komoditas ke pasar tradisional, jaringan tengkulak sangat berperan dalam menentukan harga pasar. Tengkulak bisa berperan dalam dua pihak pertama berhubungan dengan pedagang di pasar, tapi kadangkala juga bisa berhubungan langsung dengan konsumen.

Hasil kajian penelitian dari pemasaran barang dan jasa, menunjukkan bahwa sebagian besar para petani (60 %) menjual hasil produksinya kepada pengepul atau pedagang perantara, sebanyak 30 % menjual kepada pedagang pengecer di pasar-pasar tradisional terdekat (pasar lokal) dan sisanya yaitu sebesar 10 % menjual langsung kepada konsumen. Selanjutnya pedagang pengepul (pedagang antar kabupaten) lebih banyak mendistribusikan barang dagangannya diluar kabupaten dibandingkan dalam kabupaten.

Berdasarkan dari hasil wawancara kepada kepala pengelola pasar Blimbing, Pak Zubaedi, jumlah petani termasuk para tengkulak yang ada di Pasar Blimbing masing-masing hanya 8-10% dari jumlah pedagang yang ada. Para petani biasanya membawa sayur-mayur atau buah-buahan yang merupakan hasil kebun/palawija dari kebun/ladanganya sendiri atau yang ia beli dari hasil kebun/palawija penduduk di desanya atau dari desa tetangga. Sedangkan tukang jasa yang ada di pasar Blimbing sebanyak 21% dari seluruh pedagang. Dan sisanya sebesar 58% pedagang yang ada di Pasar Blimbing merupakan pedagang yang berperan sebagai pengecer. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram 3.1, 3.2 dan tabel 3.1.



Sumber : Hasil Analisa 2010

Tabel 3.1 Analisa Karakteristik Pedagang Berdasarkan Jenis Pedagang

Jenis Pedagang	Fakta	Indikator	Analisa
Para Petani	<ul style="list-style-type: none"> • Pedagang yang membawa hasil bumi berupa sayuran (seperti lombok, kentang, wartel, bayam, dll) sebanyak yang dapat mereka angkut ke pasar Blimbing. Ada juga petani yang mengolah bahan baku seperti penjual tape singkong. • Petani menjual barang dagangan secara eceran maupun grosir • Jumlah petani yang ada di Pasar Blimbing hanya 8-10% dari jumlah pedagang yang ada di Pasar Blimbing. Petani. (wawancara Pak Zubaedi, kepala pengelola pasar) 	membawa hasil bumi atau kerajinan sebanyak yang dapat mereka angkut ke pasar	petani tidak hanya orang yang membawa barang hasil bumi ke pasar akan tetapi orang yang mengolah bahan mentah menjadi bahan jadi dan menjual langsung kepada konsumen dan bertindak sebagai produsen.
Para tengkulak bakul	Para tengkulak bakul yang ada di Pasar Blimbing merupakan pedagang yang membawa barang dagangan dari luar daerah Pasar Blimbing, seperti membawa pisang dari Blitar dan membawa ikan yang berasal dari Pasuruan. Jumlah tengkulak bakul sebanyak 4%.	membeli hasil bumi maupun industri rumah dari para petani atau tengkulak pertama dan menimbun barang itu untuk kemudian mereka jual secara eceran atau secara borongan kepada tengkulak kedua	tengkulak yang ada di Pasar Blimbing bertindak sebagai pedagang pengumpul atau menjadi distributor barang yang dijual secara eceran maupun borongan kepada tengkulak kedua.
Tengkulak kedua	Para tengkulak kedua membawa dagangan mereka seperti kacang panjang dan sayuran lainnya yang dijual kembali di Pasar Blimbing. Jumlah tengkulak kedua sebanyak 4%.	membeli barang dagangan secara borongan dari para bakul, dan mengangkutnya ke suatu pasar lain untuk di jual kepada bakul-bakul disana	tengkulak kedua bertindak sebagai pedagang perantara, bisa berperan dalam dua pihak pertama berhubungan dengan pedagang di pasar, tapi kadangkala juga bisa berhubungan langsung dengan konsumen.
Para makelar	Para makelar yang datang ke pasar Blimbing mereka mendistribusikan barang dagangannya yang dibawa dari Surabaya maupun Pasar Besar Kota Malang. Jumlah para makelar sebanyak 4%.	pedagang perantara, sering juga disebut dengan bakul atau sodagar) yang berkeliaran di daerah-daerah pedesaan untuk membeli dan menghimpun hasil hasil pertanian yang kadangkadang mereka simpan sementara, dan kemudian mengangkutnya ke pasar	makelar bertindak sebagai pedagang besar yang menyalurkan barang dari produsen ke konsumen langsung baik secara grosir maupun eceran.

Bersambung....

Lanjutan tabel 3.1....

Jenis Pedagang	Fakta	Indikator	Analisa
Pemilik becak dan pick up	Pemilik becak maupun pemilik pick up menyewakan kendaraannya untuk mengangkut barang dagangan para pedagang ke Pasar Blimbing setiap harinya. Setiap pagi mobil pick up antri memasuki jalan masuk ke pasar untuk bongkar muat barang yang dibawa. Jumlah Pemilik becak dan pick up sebanyak 20%.	menyewakan kendaraan mereka kepada para pedagang "tengkulak pertama" maupun "tengkulak kedua"	pemilik pick up dan pemilik becak memiliki peran sebagai pendukung dalam kelancaran arus barang dan jasa di Pasar Blimbing.
Para penjaja keliling	Pedagang yang membeli barang dagangan mereka dari bakul dan menjajakannya ke rumah-rumah penduduk di sekitar Kota Malang. Jumlah Para penjaja keliling sebanyak 3%.	membeli barang dagangan mereka dari bakul dan menjajakannya ke rumah-rumah penduduk di desa maupun di kota	penjaja keliling bertindak sebagai pengecer yang menjual barang dagangan mereka langsung kepada konsumen yang ada di rumah-rumah penduduk.
Para pemilik toko	Pemilik toko yang ada di Pasar Blimbing berupa pedagang yang menjual barang dagangan yang mereka beli dari distributor atau makelar kemudian dijual lagi secara eceran kepada pembeli yang ada di Pasar Blimbing. Jumlah Para pemilik toko sebanyak 59%.	membeli dagangan dari para tengkulak, para bakul, maupun para makelar untuk dijual ke kota-kota yang jauh letaknya	Pemilik toko merupakan pedagang menengah yang menjadi sub distributor. Di sini para pemilik toko biasanya menjual dalam bentuk eceran. Sehingga pemilik toko secara tidak langsung mereka bertindak sebagai pengecer.
Para pemilik warung makanan	Pedagang yang membuat barang produksi dalam pasar seperti halnya makanan dan minuman dibuat dan dipasarkan dalam pasar. Dari 72 orang pemilik warung makanan mengatakan bahwa makanan dibuat di dalam pasar. Jumlah Para pemilik warung makanan sebanyak 3%.	membuat barang produksi dalam pasar seperti halnya makanan dan minuman dibuat dan dipasarkan dalam pasar	Para pemilik warung makanan disini bertindak sebagai produsen yang melayani langsung konsumen, tidak ada perantara. Mereka mengolah bahan produksi sendiri untuk dijual langsung kepada konsumen.
Para tukang	Di Pasar ini terdapat tukang sol sepatu dan tukang parkir yang membantu membawakan barang dagangan para pedagang. Para tukang jasa yang ada di Pasar Blimbing seperti tukang parkir selain menjaga parkir, mereka juga menjadi kuli angkut. Jumlah Para tukang sebanyak 2%.	Menjual jasa sesuai keahlian yang dimiliki	tukang jasa yang ada di pasar Bimbing seperti tukang parkir dan tukang becak merangkap sebagai buruh jasa yang mengangkut barang dagangan para pedagang. Mereka bertindak sebagai pendukung dalam perdagangan.

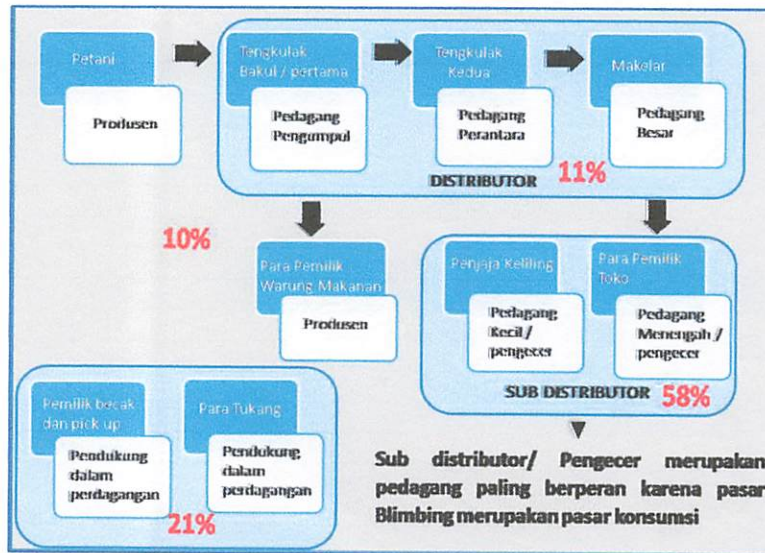
Sumber : Hasil Analisa Tahun 2010

Tabel 3.2 Komposisi Jenis Pedagang Berdasarkan Peran Pedagang di Pasar Blimbing

Jenis Pedagang	Jumlah pedagang	Prosentase (%)
Produsen	248	10
Distributor	272	11
Sub distributor	1434	58
Pendukung perdagangan	519	21
Jumlah	2473	100

Sumber : Hasil Analisa 2010

Diagram 3.2 Peran Pedagang Berdasarkan Jenis Pedagang di Pasar Blimbing



Sumber : Hasil Analisa 2010

Gambar 3.1 Pemanfaatan Ruang Berdasarkan Jenis Pedagang



Sumber : Hasil Analisa 2010

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa pedagang yang paling berperan di pasar Blimbing adalah pengecer, karena pasar Blimbing merupakan pasar konsumsi, sehingga sistem jual beli langsung kepada konsumen.

3.1.2. Analisa Asal Pedagang Terhadap Ruang Pasar

Di Pasar Tradisional Blimbing terdapat berbagai jenis pedagang, namun secara keseluruhan dapat digolongkan dalam tiga macam dilihat dari asal pedagang, yaitu :

1. Pedagang menetap, pedagang yang berasal dari Blimbing atau yang bertempat tinggal dalam Pasar Blimbing dan berjualan setiap hari;
2. Pedagang lokal yang bersifat insidental, yaitu pedagang yang berasal dari daerah sekitar Blimbing;
3. Pedagang luar daerah yang berasal dari luar Kecamatan Blimbing.

Tabel 3.3 Komposisi Pedagang Berdasarkan Asal Pedagang

Asal Pedagang	Jumlah pedagang	Prosentase (%)
Pedagang menetap	1979	80
Pedagang tidak menetap	494	20
Jumlah	2473	100

Sumber : Hasil Analisa 2010

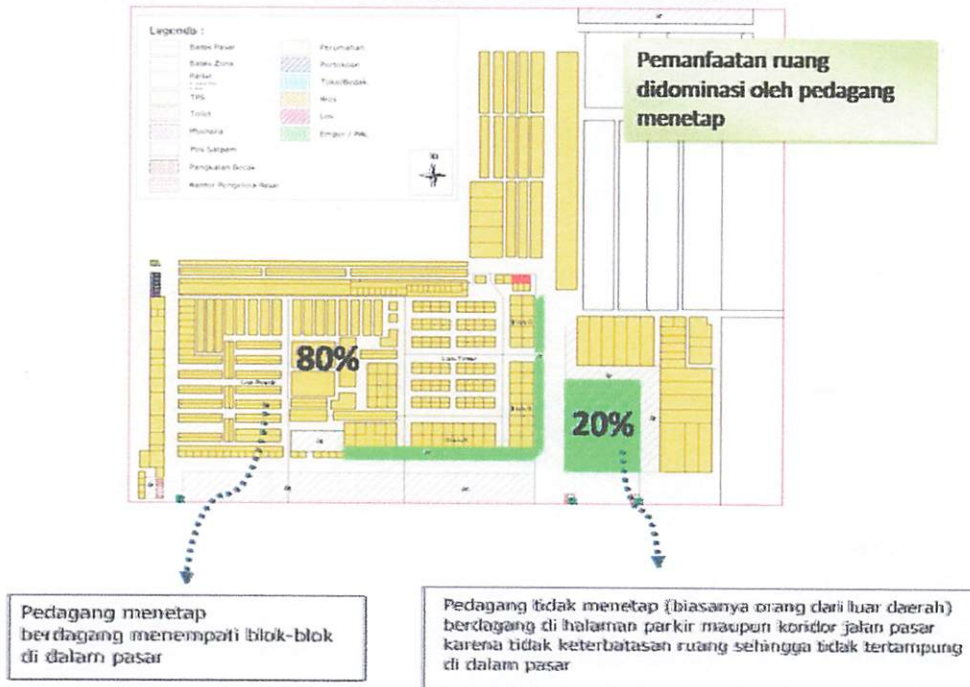
Berdasarkan data yang ada, diketahui bahwa jumlah pedagang menetap dan pedagang lokal 1.979 pedagang, sedangkan pedagang luar daerah (tidak menetap) berjumlah kurang lebih 494 pedagang. Dari besarnya jumlah pedagang menetap yang berasal dari kawasan Kecamatan Blimbing, menunjukkan bahwa pasar Blimbing didominasi oleh penduduk sekitar kawasan Kecamatan Blimbing. Sedangkan pedagang yang berasal dari luar Kecamatan Blimbing hanya 20% dari jumlah pedagang menetap maupun pedagang lokal. Sehingga pedagang yang paling dominan di Pasar tradisional adalah pedaganag menetap sebanyak 80%.

Para pedagang dari luar Kecamatan Blimbing ini merupakan para petani maupun tengkulak yang berasal dari kawasan luar Kota Malang, seperti

Kecamatan Tumpang, Kecamatan Wajak, Kecamatan Karang Ploso, Kecamatan Jabung, Kota Batu, bahkan dari Kota Blitar, Surabaya, maupun Pasuruan. Mereka datang dari luar kota Malang, dikarenakan barang dagangan yang mereka bawa dari daerah masing-masing. Sebab daerah mereka merupakan kawasan pedesaan yang terdapat banyak lahan pertanian, lahan perkebunan, peternakan maupun kawasan pesisir yang mempunyai hasil laut dan tambak.

Di Pasar Blimbing, ada pembagian tempat berdagang antara pedagang menetap dan pedagang tidak menetap. Dimana pedagang menetap menempati blok-blok dalam pasar, sementara pedagang tidak menetap (biasanya orang dari luar daerah) kebanyakan berdagang di halaman parkir maupun koridor jalan pasar yang tidak tertampung dalam pasar. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 3.2 Pemanfaatan Ruang Berdasarkan Asal Pedagang



Sumber : Hasil Analisa 2010

Dari gambar di atas bahwa pedagang yang paling banyak menguasai ruang di Pasar Blimbing adalah pedagang tidak menetap terdiri dari pedagang yang menempati area PKL relokasi dan area PKL malam. Dimana mereka menempati ruang pasar pada waktu pagi hari hingga malam hari. Mereka

menempati ruang-ruang tersebut karena terbatasnya ruang untuk berdagang yang disediakan oleh pengelola pasar.

3.1.3. Analisa Jenis Barang Dagangan Terhadap Ruang Pasar

Analisa karakteristik pedagang berdasarkan jenis barang dagangan merupakan analisa yang membahas mengenai karakteristik pedagang dilihat dari jenis dan karakter barang dagangan yang dijual. Seperti teori yang telah disebutkan pada bab pendahuluan (hal. 19), fungsi pelayanan suatu pasar dapat dilihat dari jumlah perdagangan menurut jenis barang yang diperdagangkan dan karakter jenis-jenis barang tersebut terdiri dari barang –barang primer, barang-barang sekunder, barang tersier, barang khusus, dan jasa.

Jika dilihat dari teori pada bab pendahuluan (hal. 20) menyebutkan bahwa ada 5 kategori karakter dagangan yang ada di pasar tradisional, akan tetapi untuk pasar Blimbing hanya menggunakan 4 kategori. Hal ini disebabkan oleh kelompok kelapa yang bercampur dengan kelompok sayuran. Sehingga jika dilihat dari kelompok jenis barang dagangan di pasar tradisional Blimbing, karakter barang dagangan pada umumnya dibagi dalam 4 kategori, yaitu :

1. Kelompok bersih (kelompok makanan, kelompok emas palen, kelompok abrakan),
2. Kelompok kotor yang tidak bau (kelompok buah-buahan),
3. Kelompok kotor, bau, dan basah (kelompok sayuran dan kelompok pracangan),
4. Kelompok bau, basah, kotor, dan busuk (kelompok ikan basah).

Dari data dibawah ini dapat dilihat komposisi pedagang menurut karakter barang dagangannya.

Tabel 3.4 Komposisi Pedagang Menurut Karakter Barang Dagangan di Pasar Blimbing

No	Karakter Barang Dagangan	Kelompok Barang Dagangan	Jenis barang dagangan	Jumlah	Prosentase (%)
1	Kelompok bersih	Kelompok makanan, kelompok emas palen, dan kelompok abrakan	warung, kue-kue, jamu, emas, palen, pakaian jadi, sandal / sepatu, kain, kaset/mainan, alat kantor, bahan bangunan/kayu, makanan burung	679	28

Bersambung....

Lanjutan tabel 3.4...

No	Karakter Barang Dagangan	Kelompok Barang Dagangan	Jenis barang dagangan	Jumlah	Prosentase (%)
2	Kelompok kotor yang tidak bau	Kelompok buah-buahan	buah	133	5
3	Kelompok kotor, bau dan basah	Kelompok sayuran dan kelompok pracangan	Sayur, pracangan	1356	55
4	Kelompok bau, basah, kotor dan busuk	Kelompok ikan basah	ikan basah, selep, daging, dan ayam	305	12
Jumlah				2473	100.00

Sumber : Hasil Analisa 2010

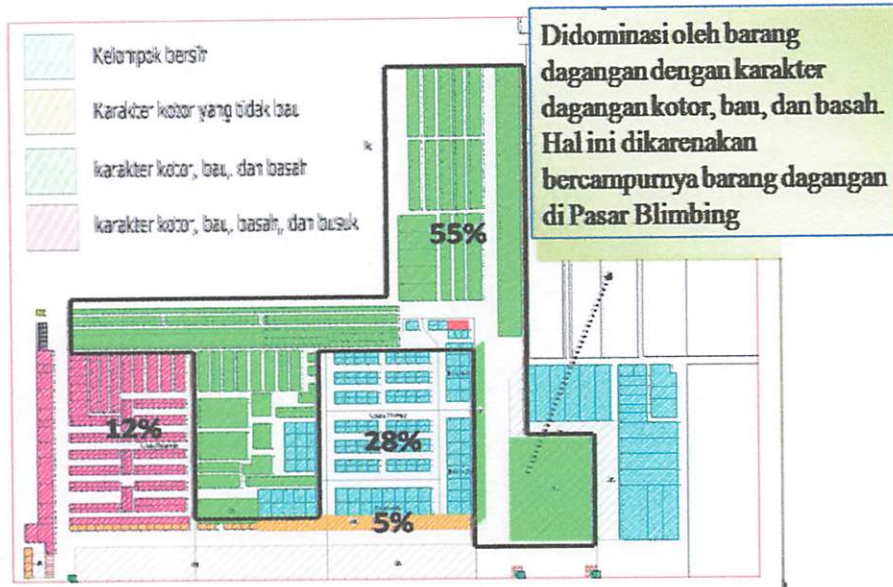
Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa paling dominan adalah kelompok pedagang yang menjual dagangan dengan karakter kotor, bau dan basah sebanyak 55% dan yang kedua adalah kelompok pedagang yang menjual dagangan dengan karakter bersih sebanyak 28% dan yang paling rendah adalah kelompok pedagang yang menjual dagangan dengan karakter kotor yang tidak bau sebanyak 5 % dari keseluruhan pedagang yang ada di Pasar Blimbing.



Sumber : Hasil Analisa 2010

Dapat disimpulkan bahwa Pasar Blimbing didominasi oleh kelompok pedagang yang menjual barang dagangan dengan karakter kotor, bau dan basah. Hal ini disebabkan oleh pasar ini merupakan pasar konsumsi yang lebih banyak melayani kebutuhan primer berupa sayuran.

Pada kondisi eksistingnya pembagian antara barang dagangan basah maupun kering sudah tidak tampak lagi. Hal ini dikarenakan banyaknya bedak-bedak liar yang menjual dagangan basah di sekitar lokasi dagangan kering.



Sumber : Hasil Analisa 2010

Gambar 3.3 Pemanfaatan Ruang Berdasarkan Jenis Barang Dagangan

Untuk pembagian zonasi berdasarkan jenis barang dagangan, dibedakan menjadi 3 zonasi berdasarkan prosentase dari masing-masing jumlah prosentase karakter barang dagangan diatas, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada penjelasan berikut:

1. Zonasi Pasar Induk, terdiri dari :
 - a. Blok A merupakan tempat berdagang kelontong, Blok B, dan C tempat berdagang kelompok pracangan dan kelompok makanan. Antara blok B dan C, terdapat satu blok bangunan untuk kelompok emas palen (pakaian jadi dan sepatu, perabot rumah tangga). Sehingga untuk blok ini merupakan kelompok dengan karakter barang dagangan bersih dengan prosentase sebesar 6%.
 - b. Los barat merupakan tempat dagang kelompok sayuran, kelompok ikan basah, dengan karakter kotor, bau, basah, dan busuk dengan prosentase sebesar 12%, sedangkan los timur merupakan tempat dagang kelompok emas palen dan kelompok makanan dengan karakter barang dagangan bersih dengan prosentase sebesar 11%.
 - c. Emper Barat, merupakan tempat dagang kelompok buah-buahan dengan karakter barang dagangan kotor tetapi tidak berbau dengan prosentase sebesar 5%.

2. Zonasi PKL Relokasi, tempat dagang kelompok sayuran yang merupakan kelompok dengan karakter barang dagangan kotor, bau, dan basah dengan prosentase sebesar 40%.
3. Zonasi PKL Malam, untuk sebelah barat merupakan tempat dagang kelompok sayuran (karakter kotor, bau, basah) sebesar 15%, sedangkan sebelah timur merupakan kelompok makanan dan kelompok abrahan yang merupakan kelompok dengan karakter bersih sebesar 11%.

Pasar tradisional Blimbing adalah tempat bagi orang yang memang betul-betul membutuhkan barang atau makanan yang akan dibeli karena memang barang atau makanan tersebut betul-betul mereka butuhkan. Calon pembeli di pasar tradisional juga tidak harus bersusah payah untuk menginventarisasi kebutuhan yang akan dibelinya terlebih dahulu, karena ada kebebasan untuk memilih antara meneruskan transaksi atau tidak, sesuai perjanjian. Seandainya pembeli merasa kurang puas, sewaktu-waktu ia bisa mengembalikan barang yang dibelinya tersebut kepada pedagang, tentu dengan persetujuan terlebih dulu. Dari sini kita bisa melihat adanya budaya saling menghormati dalam rangka mewujudkan kerukunan.

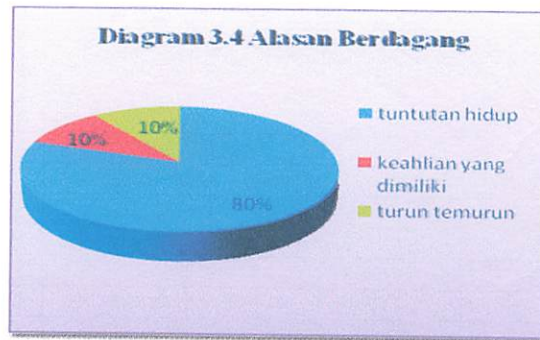
3.1.4. Analisa Alasan Berdagang Terhadap Ruang Pasar

Para pedagang di Pasar Blimbing memiliki alasan masing-masing dalam memilih profesi sebagai pedagang serta memilih lokasi berdagang. Diantaranya dengan alasan tuntutan hidup dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, ada secara turun temurun, serta menjadi keahlian yang dimiliki.

Tabel 3.5 Komposisi Pedagang Berdasarkan Alasan Berdagang

Alasan Berdagang	Jumlah	prosentase (%)
Tuntutan hidup	40	80
Keahlian yang dimiliki	5	10
Turun temurun	5	10
Total	50	100

Sumber : Hasil Analisa 2010



Sumber : Hasil Analisa 2010

Dari 50 pedagang yang berhasil diwawancarai, didapatkan hasil hampir 80% pedagang atau 40 orang mengatakan alasan berdagang karena tuntutan hidup, untuk menyambung hidup dan memenuhi kebutuhan makan sehari-harinya serta memperjuangkan nasib pendidikan anak mereka. Hanya sebagian kecil, yaitu 5 pedagang (10%) menjadi pedagang karena turun temurun yang melanjutkan pekerjaan dari orang tuanya sebagai pedagang. Biasanya orang tua memberikan ilmu berdagang kepada anaknya yang ditanamkan sejak kecil. Seperti salah satu sumber yang mengatakan bahwa dia menjadi pedagang lulusan D3, di samping karena tidak memiliki pekerjaan akhirnya menjadi pedagang pecah belah membantu pekerjaan ayahnya.

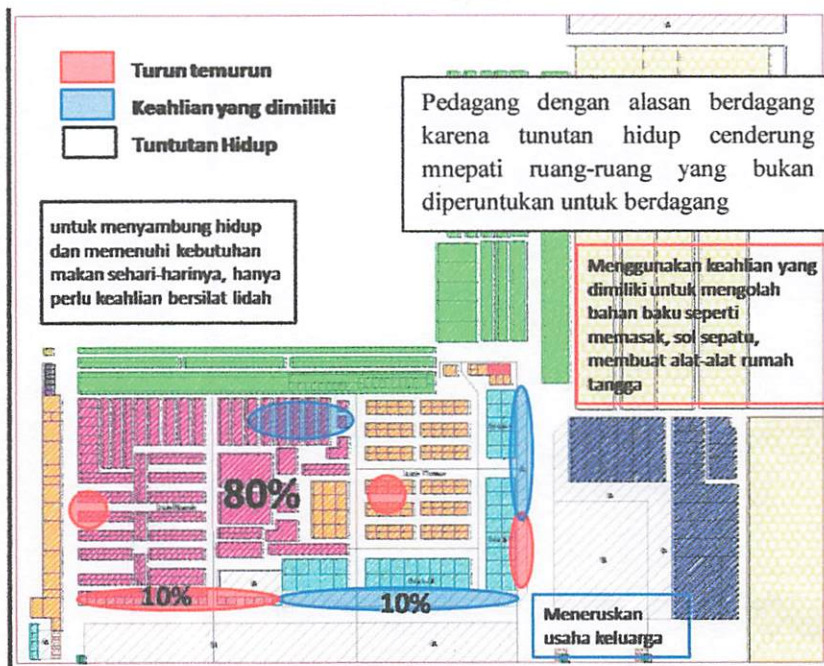


Kemudian sedikitnya ada 5 pedagang (10%) juga mengatakan menjadi pedagang karena keahlian yang dimiliki, orang sukses menjadi pedagang karena bakat yang dimiliki, sehingga mereka dapat menggunakan bakat yang dimiliki untuk mengolah bahkan menjual barang yang dapat dijual di Pasar.

Berdasarkan 50 pedagang yang diwawancara, sebanyak 80% mengatakan alasan berdagang yang dikemukakan oleh sejumlah para pedagang mereka memilih berdagang dengan alasan tuntutan hidup, dan menurut mereka dengan berdagang adalah cara yang paling gampang, hanya memerlukan keahlian menggombal/bersilat lidah untuk menarik para pembeli.

Pedagang yang memiliki alasan berdagang karena turun temurun cenderung menempati lokasi berdagang pada kios atau bedak yang telah disediakan, karena mereka melanjutkan usaha yang telah dirintis dari keluarga mereka sebelumnya. Kemudian pedagang yang memiliki alasan berdagang karena tuntutan hidup, mereka lebih bersifat sebagai pedagang kaki lima yang cenderung menempati ruang-ruang yang semestinya bukan diperuntukan untuk berdagang seperti emperan kios, koridor jalan pasar, gerbang pasar, dan halaman parkir. Dimana awalnya para pedagang ini menempati bahu jalan di depan Pasar Blimbing yang kemudian di relokasi ke PKL relokasi pada bagian selatan pasar, akan tetapi akibat pesatnya pertumbuhan pedagang di Pasar Blimbing sehingga masih banyak pedagang yang tidak tertampung. Akibatnya mereka berdagang menempati lokasi yang tidak sesuai dengan fungsinya untuk berdagang demi menyambung keberlangsungan hidup mereka.

Gambar 3.4 Pemanfaatan Ruang Berdasarkan Alasan Berdagang



Sumber : Hasil Analisa 2010

3.1.5. Analisa Tingkat Pendidikan Terhadap Ruang Pasar

Dilihat dari latar belakang pendidikan pedagang di Pasar Blimbing paling tinggi adalah tamatan SMA, tetapi dari 50 pedagang yang berhasil diwawancarai, 60% diantaranya mengatakan tidak tamat SD, bahkan tidak pernah sekolah, karena memang banyak pedagang di pasar Blimbing yang berusia lanjut sehingga mereka tidak sempat memperoleh pendidikan. Jadi bisa dikatakan bahwa latar pendidikan pedagang di Pasar Blimbing rendah. Faktor kuat yang bisa menyebabkan hal ini yaitu latar belakang perekonomian pedagang yang berasal dari kalangan ekonomi menengah ke bawah sehingga tidak ada biaya untuk bersekolah tinggi.

Namun dari hasil wawancara, 85% atau sebagian besar pedagang menyekolahkan anaknya, tetapi ada pula yang tidak menyekolahkan anaknya (mungkin putus sekolah atau anaknya memang bukan usia belajar), berarti kesadaran pentingnya pendidikan bagi pedagang sudah ada tetapi bukan menjadi prioritas yang utama. Pendidikan merupakan hal yang selalu berbenturan dengan perekonomian, pada dasarnya orang akan mendahulukan kepentingan sandang pangan demi kelangsungan hidupnya, dan jika ada kelebihan maka kelebihan itu digunakan untuk keperluan lain seperti pendidikan.

Di kalangan pedagang, dikenal istilah benda penglaris, yaitu benda yang dipercaya bisa membuat barang dagangan mereka laku. Salah satu bentuknya yang berhasil kami ketahui yaitu uang dari pembeli pertama. Pedagang mengibas-ngibaskan uang tersebut ke barang dagangan.

Fenomena ini sesuai dengan teori J.G Frazer mengenai ilmu gaib dan religi. Teori ini mengatakan bahwa manusia memecahkan soal-soal hidupnya dengan akal dan sistem pengetahuannya, tetapi akal dan sistem pengetahuan itu ada batasnya. Soal-soal hidup yang tak dapat dipecahkan akal pikiran, dipecahkan dengan magic atau ilmu gaib.

Apalagi tingkat pendidikan pedagang rendah. Sehingga 90 % mengatakan meyakini hal gaib dan mempercayai pelaris. Namun tidak semua

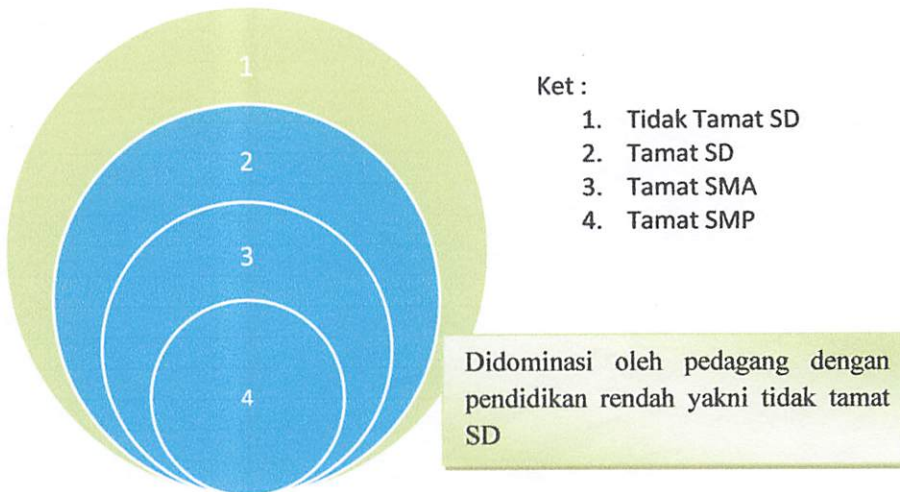
pedagang menjalani ritual tersebut. Mereka meyakini bahwa agama yang mereka anut melarang hal tersebut.

Tabel 3.6 Komposisi Jumlah Pedagang Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Prosentase (%)
Tamat SMA	5	10
Tamat SMP	3	6
Tamat SD	12	24
Tidak tamat SD & tidak pernah sekolah	30	60
Total	50	100

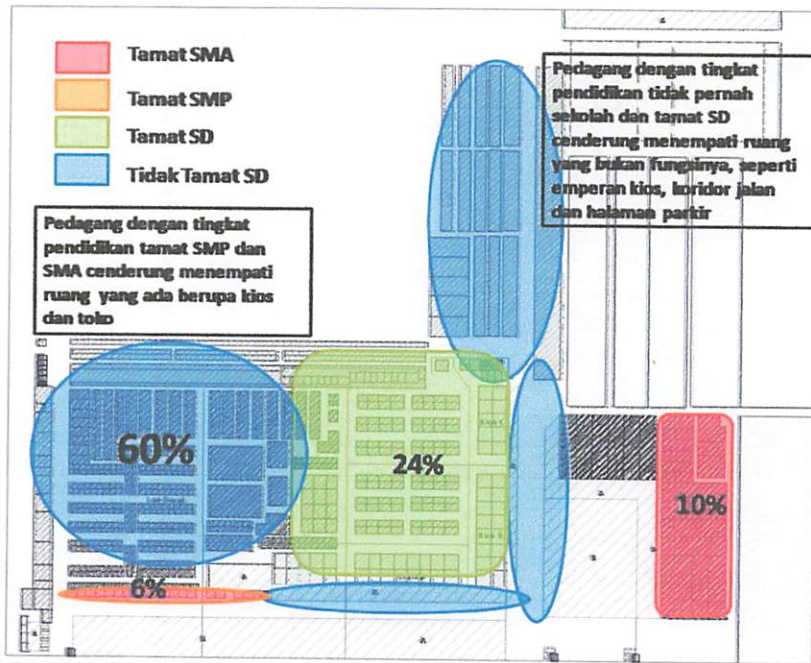
Sumber : Hasil Analisa 2010

Diagram 3.5 Analisa Tingkat Pendidikan Pedagang



Sumber : Hasil Analisa 2010

Pedagang pasar Blimbing didominasi oleh pedagang dengan pendidikan rendah, sehingga pemilihan lokasi berdagang cenderung menempati emper/pelataran, baik pada koridor jalan, halaman parkir, maupun depan kios kosong karena tidak memiliki biaya untuk menyewa bedak. Mereka menempati ruang yang bukan diperuntukkan untuk berdagang.



Sumber : Hasil Analisa 2010

Gambar 3.5 Pemanfaatan Ruang Berdasarkan Tingkat Pendidikan

3.1.6. Analisa Frekuensi Berdagang Terhadap Ruang Pasar

Frekuensi berdagang dari setiap pedagang berbeda sesuai dengan waktu yang mereka gunakan dalam berdagang. Di pasar tradisional Blimbing, aktivitas sudah dimulai sejak dini hari atau waktu subuh, terlihat bahwa budaya asli masyarakat Jawa sebenarnya tidak pemalas, mereka sudah beraktivitas di pagi hari sekali.

Tabel 3.7 Karakteristik Pedagang Berdasarkan Frekuensi Berdagang

Frekuensi Berdagang		
00.00-08.00 wib	06.00-15.00 wib	15.00-22.00 wib
<ul style="list-style-type: none"> Pedagang dengan barang dagangan primer (sayur dan ikan) Pada waktu subuh hari ini, pedagang yang ada merupakan petani, tengkulak bakul, makelar, pemilik warung dan penjaja keliling. Diperuntukan bagi para PKL khusus kelompok sayuran dan jajanan pasar sebesar 8% 	<ul style="list-style-type: none"> Pedagang dengan barang dagangan primer, sekunder, barang khusus, dan jasa. Pada waktu pagi hari, pedagang yang ada merupakan pemilik toko, pemilik warung, tukang jasa. Diperuntukan bagi pedagang toko, kios dan los sebesar 80% 	<ul style="list-style-type: none"> Pedagang yang menjual barang primer, sekunder, dan tersier. Pada waktu malam, pedagang yang ada merupakan pedagang pengecer, yang sebagian kecil dari mereka adalah pedagang yang berdagang pada waktu pagi-siang hari. Diperuntukan bagi pedagang tenda dengan sistem bongkar pasang sebesar 12%

Sumber : Survey Lapangan Tahun 2010

Perbedaan yang signifikan
 terdapat dalam struktur
 organisasi dan pola
 komunikasi yang ada
 dengan organisasi lain
 yang sejenis.

Tamara
 Tamara
 Tamara
 Tamara
 Tamara

Number 1234 5678
 Number 1234 5678
 Number 1234 5678
 Number 1234 5678
 Number 1234 5678

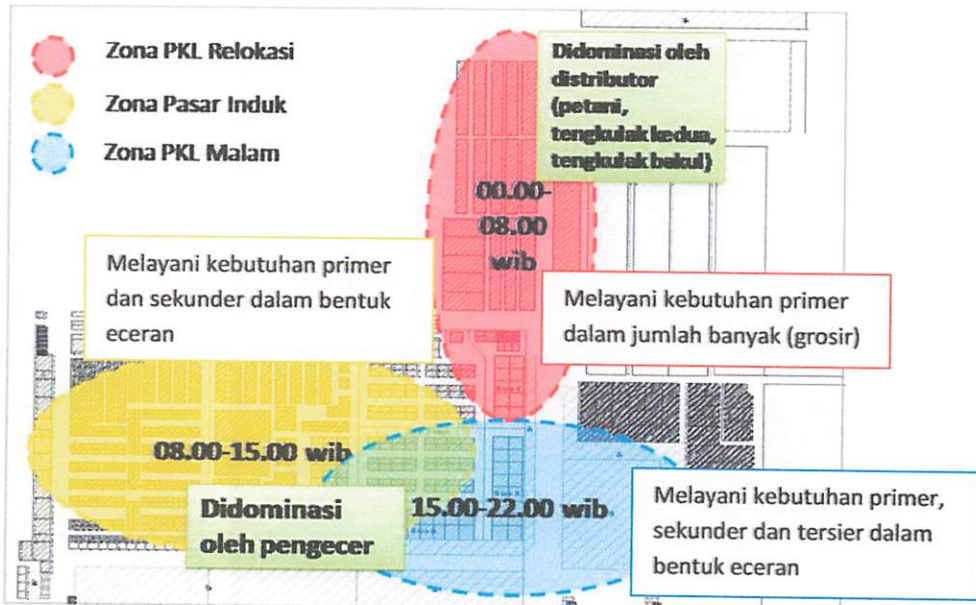
3.1.3. Analisis Perilaku Organisasi (Organizational Behavior) dan Budaya Kerja
 Perilaku organisasi adalah perilaku individu dan kolektif yang dipengaruhi oleh faktor-faktor internal dan eksternal organisasi. Budaya kerja adalah nilai-nilai, norma-norma, dan kebiasaan yang dipegang oleh organisasi yang mempengaruhi perilaku anggotanya.

Tabel 3.1 Analisis Perilaku Organisasi dan Budaya Kerja

Organisasi	Perilaku Organisasi	Budaya Kerja
PT. ABC	Perilaku organisasi yang berfokus pada efisiensi dan produktivitas.	Budaya kerja yang menekankan disiplin dan tanggung jawab.
PT. XYZ	Perilaku organisasi yang berfokus pada inovasi dan kreativitas.	Budaya kerja yang menekankan kolaborasi dan komunikasi.

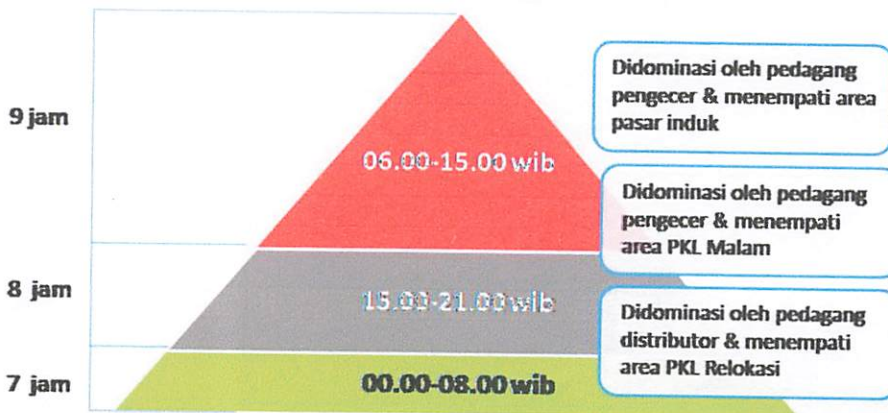
Sumber: Data primer dari PT. ABC dan PT. XYZ

Gambar 3.6 Pemanfaatan Ruang Berdasarkan Frekuensi Berdagang



Sumber : Hasil Analisa 2010

Diagram 3.6 Analisa Frekuensi Berdagang



Sumber : Hasil Analisa 2010

Pada diagram diatas menggambarkan bahwa jam puncak pasar terjadi pada waktu siang dengan pertimbangan:

1. Waktu yang lebih lama
2. Barang dagangan lebih bervariasi mulai dari barang primer hingga barang tersier
3. Pedagang lebih bervariasi, didominasi oleh pedagang pengecer

Rata-rata frekuensi berdagang di Pasar Blimbing adalah 8 jam. Dimana lamanya berdagang pada aktivitas pagi hingga siang hari. Dan sebagian kecil (10%) dari pedagang, ada yang berdagang lebih dari 8 jam, karena mereka berdagang dari pagi pukul 08.00 – 15.00 wib di Pasar Induk, dilanjutkan berdagang di halaman parkir pada sore hingga malam hari (15.00-21.00 wib), sehingga lama berdagang sekitar 14 jam.

Sedangkan untuk pedagang kripik, berdagang selama 24 jam, hanya bedanya pada pagi hari berjualan tempe dan tahu basah. Hal ini dikarenakan lokasi yang strategis dan merupakan satu-satunya toko yang menjual jajanan khas Kota Malang. Jika malam hari, pedagang pria yang menggantikan pedagang wanita yang biasa berjualan dari pagi hingga sore hari. Karena dalam masyarakat Jawa mengenal pameo “Wong wedok wis bengi isih dolan, ora elok!”(perempuan kalau sudah malam tidak baik kalau berdagang).

3.1.7. Analisa Motivasi Pedagang

Motivasi pedagang dalam pemanfaatan ruang di Pasar Blimbing merupakan dorongan para pedagang dalam menempati lokasi berdagang baik yang telah disediakan oleh pengelola pasar maupun menempati lokasi sendiri. Motivasi pemanfaatan ruang yang berada di Pasar Tradisional Blimbing ini yakni berdagang. Dari motivasi pemanfaatan ruang ini dipengaruhi oleh biaya sewa dan lokasi strategis, dimana para pedagang memilih lokasi berdagang yang strategis disesuaikan dengan biaya sewa serta biaya retribusi yang dikeluarkan.

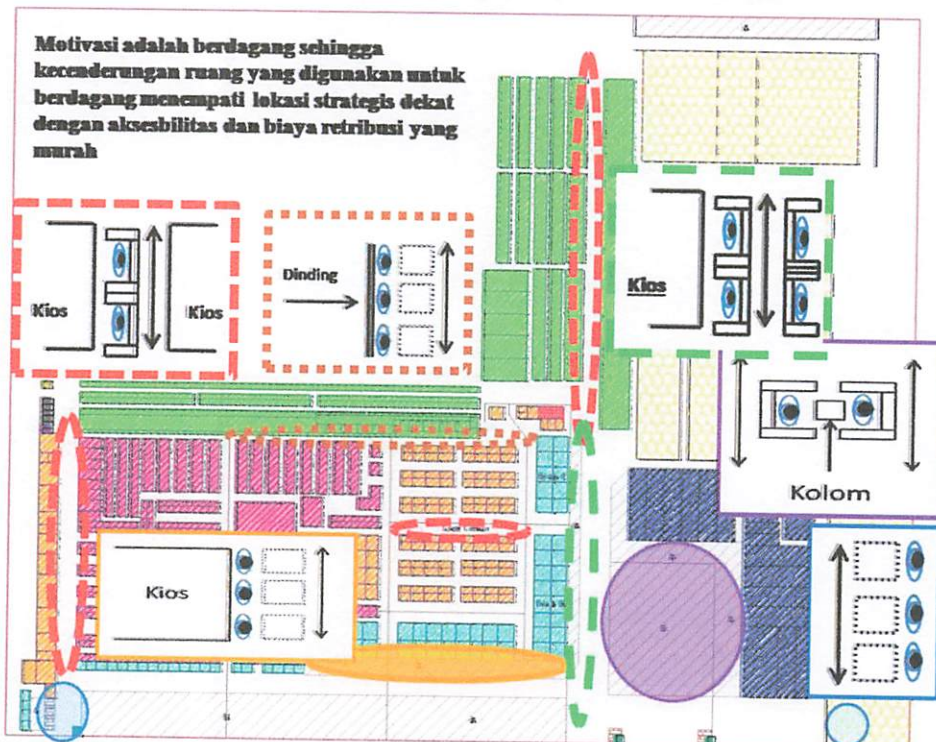
Di Pasar Blimbing banyak dijumpai pedagang yang berjualan di pinggir jalan masuk ke pasar. Keadaan ini menyebabkan terhalangnya jalan pengunjung yang hendak keluar masuk pasar pada jam-jam sibuk. Tidak hanya di depan jalan masuk, tetapi di dalam pasar juga banyak pedagang yang menggelar barang dagangannya di sepanjang sisi toko atau kios. Sehingga lorong pasar menjadi sempit.

Ditinjau dari kondisi fisik dapat dilihat ada kesamaan di setiap ruang publik. Pedagang berjualan dekat dengan jalur sirkulasi pengunjung dan cenderung ke bagian tepi ruangan. Adanya dinding atau kolom di belakang

pedagang yang berfungsi sebagai batas bagian belakang dan bersandar. Pedagang membatasinya dengan alat berjualan ataupun barang yang dijual.

Pedagang berjualan pada tempat-tempat yang dekat dengan jalur sirkulasi pengunjung dan cenderung ke bagian tepi ruangan. hal ini mengindikasikan bahwa pedagang dalam memilih lokasi menginginkan kemudahan pencapaian (ruang sirkulasi pada Pasar Blimbing).

Gambar 3.7 Pemanfaatan Ruang Berdasarkan Motivasi Pedagang



Sumber : Hasil Analisa 2010

Adapun analisa karakteristik pedagang berdasarkan motivasi pemanfaatan ruang di wilayah studi adalah :

1. Lokasi strategis, kegiatan berdagang dilakukan pedagang menempati bangunan permanen maupun non permanen yang telah disediakan seperti halaman Pasar Blimbing karena dari segi tingkat pendidikan pedagang ini tidak mengerti bahwa berdagang menggunakan koridor jalan dapat mengganggu pembeli sehingga menjadi sempit dan sesak.

2. Biaya sewa yang murah, karena pedagang memiliki tingkat pendapatan dan modal relatif rendah dan sederhana, kemampuan ekonomi dari pedagang hanya menumpang di depan kios/bedak, hal ini karena tuntutan dari kebutuhan hidup sehari-hari sulitnya mencari pekerjaan yang sesuai kemampuan pendidikan yang mereka miliki.

Untuk lebih jelasnya mengenai karakteristik pedagang dapat dilihat pada tabel 3.8.

Tabel 3.8 Analisa Karakteristik Pedagang Berdasarkan Zonasi (Pembagian Ruang) Pasar Blimbing

Analisa	Zona A	Zona B	Zona C
Berdasarkan jenis pedagang	Didominasi oleh kelompok produsen (petani) dan para distributor (11%) yang membawa dagangan masih dalam keadaan segar untuk dijual langsung kepada konsumen dengan harga yang lebih murah. Pada waktu subuh hari ini, pedagang yang ada merupakan petani, tengkulak bakul, makelar, pemilik warung dan penjaja keliling.	Didominasi oleh pedagang sub distributor/pengecer sebesar 58%. Pada waktu pagi hari, pedagang yang ada merupakan pemilik toko, pemilik warung, tukang jasa.	Didominasi oleh pedagang eceran yang tidak mendapatkan ruang berdagang di pagi hari, dan akhirnya mereka harus melakukan bongkar pasang tenda di halaman parkir pasar setiap sore hingga malam hari. Pada waktu malam, pedagang yang ada merupakan pedagang pengecer, yang sebagian kecil dari mereka adalah pedagang yang berdagang pada waktu pagi-siang hari.
Berdasarkan asal pedagang	Asal pedagang sebanyak 60% berasal dari kota malang dan sekitarnya dan merupakan pedagang menetap.	Asal pedagang sebanyak 60% berasal dari luar kelurahan Blimbing seperti Wajak, Jabung, Tumpang, dan Karang Ploso dan merupakan pedagang tidak menetap.	Asal pedagang sebanyak 15% berasal dari luar pasar seperti Jabung, Karang ploso dan merupakan pedagang tidak menetap.
Berdasarkan jenis barang dagangan	tempat dagang kelompok sayuran yang merupakan kelompok dengan karakter barang dagangan kotor, bau, dan basah dengan prosentase sebesar 40%.	a. Blok A merupakan tempat berdagang kelontong, Blok B, dan C tempat berdagang kelompok pracangan dan kelompok makanan. Antara blok B dan C, terdapat satu blok bangunan untuk kelompok emas palen (pakaian jadi dan sepatu, perabot rumah tangga). Sehingga untuk blok ini merupakan kelompok dengan karakter barang dagangan bersih dengan prosentase sebesar 6%. b. Los barat merupakan tempat dagang kelompok sayuran, kelompok ikan basah, dengan	untuk sebelah barat merupakan tempat dagang kelompok sayuran (karakter kotor, bau, basah) sebesar 15%, sedangkan sebelah timur merupakan kelompok makanan dan kelompok abrakan yang merupakan kelompok dengan karakter bersih sebesar 11%.

Bersambung....

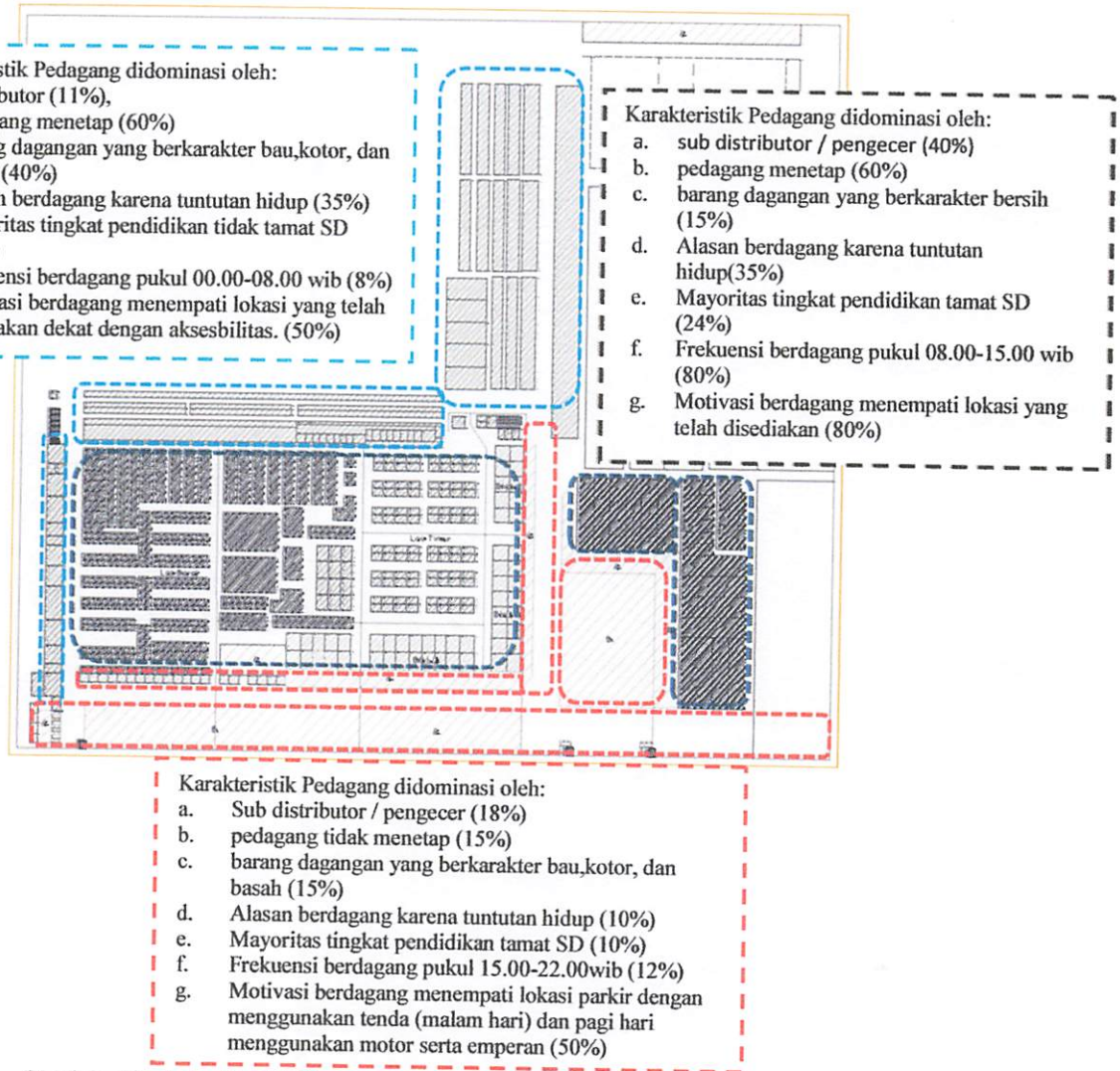
Lanjutan tabel 3.8....

Analisa	Zona A	Zona B	Zona C
		karakter kotor, bau, basah, dan busuk dengan prosentase sebesar 12%, sedangkan los timur merupakan tempat dagang kelompok emas palen dan kelompok makanan dengan karakter barang dagangan bersih dengan prosentase sebesar 11%. c. Emper Barat, merupakan tempat dagang kelompok buah-buahan dengan karakter barang dagangan kotor tetapi tidak berbau dengan prosentase sebesar 5%.	
Berdasarkan alasan berdagang	sebanyak 80% mengatakan alasan berdagang yang dikemukakan oleh sejumlah para pedagang mereka memilih berdagang dengan alasan tuntutan hidup, dan menurut mereka dengan berdagang adalah cara yang paling gampang, hanya memerlukan keahlian menggombal/bersilat lidah untuk menarik para pembeli.		
Berdasarkan tingkat pendidikan	Pedagang pasar Blimbing didominasi oleh pedagang dengan pendidikan rendah sebesar 60%, sehingga pemilihan lokasi berdagang cenderung menempati emper/pelataran, baik pada koridor jalan, halaman parkir, maupun depan kios kosong karena tidak memiliki biaya untuk menyewa bedak.		
Berdasarkan frekuensi berdagang	Frekuensi berdagang 00.00-08.00 wib diperuntukan bagi para PKL khusus kelompok sayuran dan jajanan pasar dengan jumlah pedagang sebanyak 8% .	Frekuensi berdagang 06.00-15.00wib diperuntukan bagi pedagang toko,kios dan los dengan jumlah pedagang sebanyak 80%.	Frekuensi berdagang 15.00 – 21.00 wib diperuntukan bagi pedagang tenda dengan sistem bongkar pasang (bangunan tidak permanen). Jumlah pedagang sebanyak 12%.
Berdasarkan motivasi pemanfaatan ruang	Menempati lokasi yang strategis (dekat dengan aksesibilitas) dengan biaya sewa lebih murah. (50%)	Menempati ruang yang telah disediakan berupa kios,toko, dan los (80%)	Menempati lokasi yang strategis (dekat dengan aksesibilitas) dan biaya lebih murah (50%)

Sumber : Hasil Analisa Tahun 2010

Ket : Zona A =Zona PKL Relokasi, Zona B = Zona Pasar Induk, Zona C = Zona PKL Malam

Gambar 3.8 Pemanfaatan Ruang Berdasarkan Karakteristik Pedagang Pasar Blimbing



Sumber : Hasil Analisa 2010

3.2. Analisa Aktivitas Pasar dan Pedagang Terhadap Ruang Pasar

Analisa aktivitas dibedakan menjadi analisa aktivitas pasar dan analisa aktivitas pedagang, dimana analisa aktivitas pasar dibedakan berdasarkan analisa rotasi pasar, analisa arus barang dan jasa, analisa tingkat dan persaingan jual beli, sedangkan analisa aktivitas pedagang terdiri dari analisa antara aktivitas pedagang menetap dan pedagang tidak menetap.

3.2.1. Analisa Aktivitas Pasar Terhadap Ruang Pasar

Analisa aktivitas pasar terdiri analisa rotasi pasar, analisa arus barang dan jasa, analisa tingkat dan persaingan jual beli.

3.2.1.1. Analisa Rotasi Pasar Terhadap Ruang Pasar

Untuk analisa rotasi pasar dapat dilihat dari analisa jenis pedagang dan frekuensi berdagang di Pasar Blimbing. Rotasi pasar yang terjadi di pasar ini, yaitu tiga putaran (aktivitas pasar pagi, aktivitas pasar siang/pasar induk, aktivitas pasar malam).

Adanya pembagian waktu pasar menjadi 3 sesi disebabkan oleh beberapa faktor, adalah sebagai berikut :

1. Kebijakan dari pengelola pasar, dimana pasar induk hanya buka pada pukul 08.00 s/d 15.00 wib
2. Keterbatasan ruang untuk berdagang, dimana pedagang bergantian menggunakan ruang yang ada.
 - a. Pedagang yang menggunakan ruang pada subuh hari merupakan kelompok produsen (petani) dan para distributor yang membawa dagangan masih dalam keadaan segar untuk dijual langsung kepada konsumen dengan harga yang lebih murah.
 - b. Pedagang yang menggunakan ruang pada pagi hingga siang hari merupakan pengecer yang berdagang di Pasar Induk.
 - c. Pedagang yang menggunakan ruang pada malam hari merupakan pengecer yang tidak mendapatkan ruang berdagang di pagi hari, dan akhirnya mereka harus melakukan bongkar pasang tenda di halaman parkir pasar setiap sore hingga malam hari.

Dampak adanya rotasi pasar juga menyebabkan adanya perbedaan *shift* parkir menjadi 3 *shift*, dengan orang dan waktu yang berbeda sesuai dengan rotasi pasar. Para penjaga parkir merupakan penduduk sekitar pasar yakni kelurahan Blimbing. Sehingga adanya korelasi antara pedagang dan tukang jasa parkir.

Kemudian dengan adanya rotasi waktu menyebabkan adanya penggunaan ruang secara temporer, sehingga adanya kegiatan yang berbeda dan jenis pedagang yang mendominasi pada waktu tertentu. Dapat disimpulkan bahwa dengan adanya rotasi pasar melibatkan banyak pedagang sehingga ruang dan waktu menjadi maksimal.



Gambar 3.9 Rotasi Pasar Blimbing

Сирма То Цовч Дзюа Вичирог



Արձանատու
Երբ բառով
Կենտրոն շենք
Երևան քաղաք



Հայաստան

Հայաստանի Հանրապետության
Քաղաքի Կենտրոն



Հայաստան : 12:00-13:00 ԺԹ



Հայաստան

Հայաստանի Հանրապետության
Քաղաքի Կենտրոն



Հայաստան : 09:00-12:00 ԺԹ

Հայաստան : 09:00-03:00 ԺԹ

Հայաստան



Հայաստանի Հանրապետության
Քաղաքի Կենտրոն



Հայաստանի Հանրապետության
Քաղաքի Կենտրոն

Հայաստան



Հայաստան

Diagram 3.7 Salah satu penggunaan ruang temporer pada ruang parkir



Sumber : Hasil Analisa 2010

3.2.1.2. Analisa Arus Barang dan Jasa Terhadap Ruang Pasar

Keberadaan pasar mempunyai fungsi yang sangat penting. Bagi konsumen, adanya pasar akan mempermudah memperoleh barang dan jasa kebutuhan sehari-hari. Adapun bagi produsen, pasar menjadi tempat untuk mempermudah proses penyaluran barang hasil produksi.

Pasar sebagai sarana distribusi, berfungsi memperlancar proses penyaluran barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Dengan adanya pasar, produsen dapat berhubungan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk menawarkan hasil produksinya kepada konsumen.

Pasar dikatakan berfungsi baik jika kegiatan distribusi barang dan jasa dari produsen ke konsumen berjalan lancar. Sebaliknya, pasar dikatakan tidak berfungsi baik jika kegiatan distribusi seringkali macet.

Analisa arus barang dan jasa yang ada di Pasar Blimbing :

1. Barang yang diperjualbelikan di Pasar Blimbing berasal dari daerah yang bervariasi. Sayuran berasal dari daerah Wajak, Tumpang, Poncokusumo, Jabung, Ikan berasal dari Pasuruan, dan bahan pokok berasal dari Surabaya.
2. Barang dibuat di dalam pasar bagi pemilik warung makanan dan pedagang alat dapur.

Arus barang dan jasa berjalan lancar setiap harinya dipasok ke Pasar Blimbing setiap pagi dan siang hari oleh para tengkulak maupun makelar. Hampir seluruh pedagang ataupun distributor melakukan bongkar muat barang dagangan di parkir pasar. Bongkar muat barang dagangan selain dilakukan di areal parkir, juga dilakukan di dalam pasar mulai pukul 01.30 wib. Karena pada jam ini kendaraan diperbolehkan masuk ke areal dalam pasar, sehingga para makelar menurunkan barang dagangan ke masing-masing kios maupun toko pedagang.

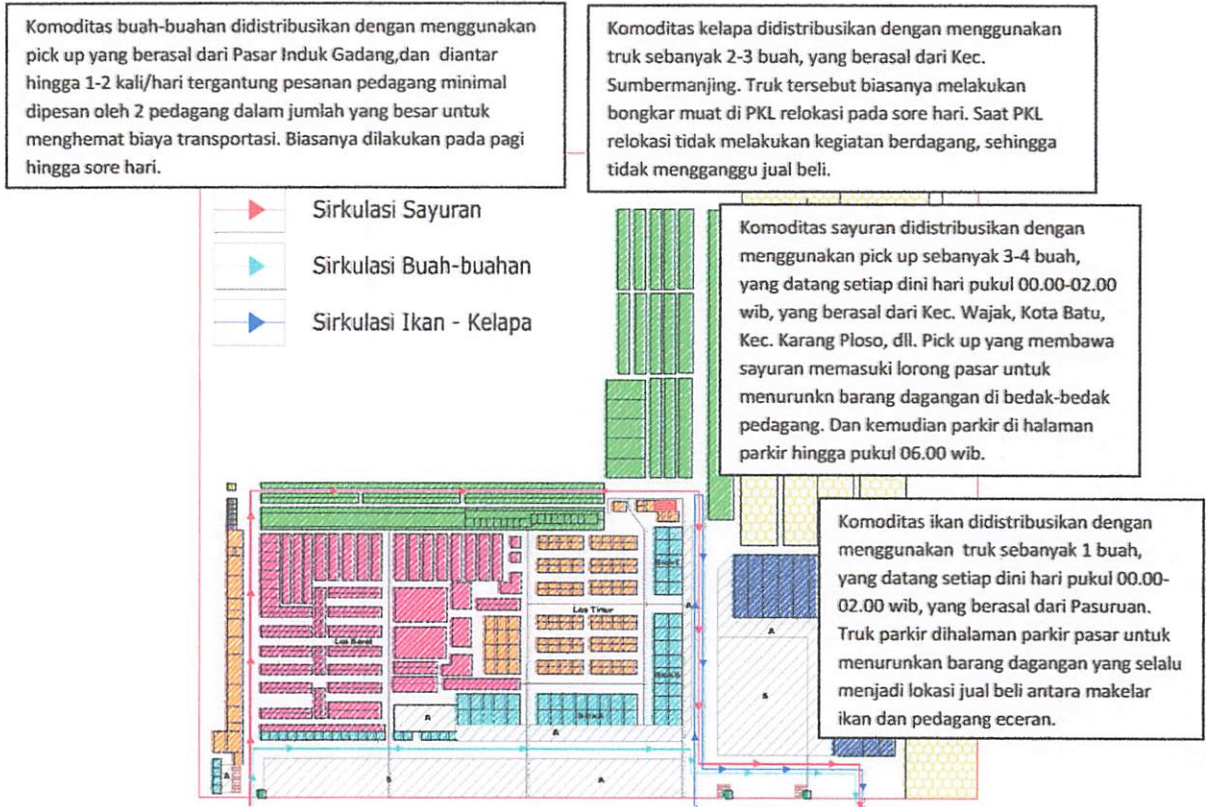
Untuk barang dagangan berupa ikan segar yang berasal dari Sendang Biru diangkut dengan menggunakan pick up tipe L-300, biasanya antara 3-4 buah pick up yang mengantar ke pasar Blimbing, kemudian untuk ikan pindang diangkut dengan menggunakan 1 buah truk yang berasal dari Kota Pasuruan. Biasanya para pedagang memasok dan melakukan bongkar muat antara pukul 23.00-14.00 wib di halaman parkir.

Barang dagangan berupa kelapa diangkut dengan menggunakan truk sebanyak 2-3 buah truk yang berasal dari Sumbermanjing, kemudian untuk komoditas sayur-mayur diangkut dengan menggunakan pick up sebanyak 4-6 buah setiap harinya dengan waktu yang tidak tentu. Para pemasok barang menurunkan barang dagangan langsung di depan tempat dagangan para pedagang yang memesan barang-barang tersebut.

Untuk komoditas buah-buahan diangkut dengan menggunakan pick up dan diantar hingga 2-3 kali tergantung pesanan minimal 2 pedagang buah dalam jumlah besar. Biasanya mereka melakukan bongkar muat di parkir dekat dengan tempat berdagang komoditas tersebut.

Di pasar tradisional Blimbing ada sistem pembayaran yang dikenal dengan istilah "ngalap nyaur", yaitu pembayaran dilakukan pada saat supplier/petani/produsen menyetorkan produk berikutnya. Bila barang dikirim tiap hari maka supplier memberi kredit satu hari kepada penjual, bila setoran barang dilakukan seminggu sekali ya "kredit" dari supplier jangka waktunya seminggu.

Gambar 3.10 Analisa Arus Barang dan Jasa Terhadap Ruang Pasar

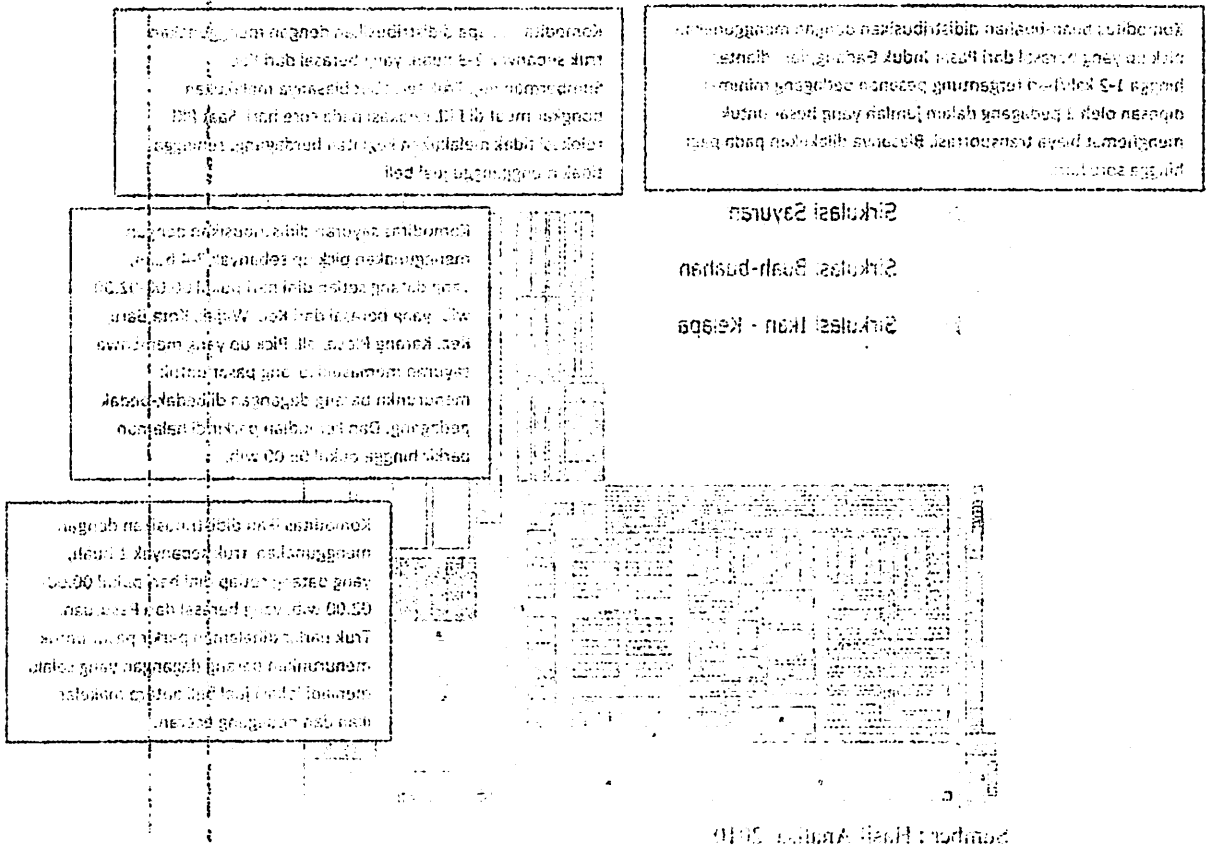


Sumber : Hasil Analisa 2010

Pada hasil wawancara, didapatkan hasil bahwa 50% para pedagang membeli langsung ke Pasar Induk Gadang kepada para tengkulak kedua yang ada di Pasar tersebut. Sehingga pedagang yang ada di Pasar Blimbing merupakan pedagang besar yang bertindak sebagai pengecer. Hal ini disebabkan oleh mekanisme pemasaran yang telah ada, dimana pengecer tidak bisa membeli langsung ke petani, karena petani harus memasok barang langsung ke para tengkulak bakul yang telah memberikan mereka modal dalam usahanya.

Hasil kajian penelitian dari pemasaran barang dan jasa, menunjukkan bahwa sebagian besar para petani (60 %) menjual hasil produksinya kepada pengepul atau pedagang perantara, sebanyak 30 % menjual kepada pedagang pengecer di pasar-pasar tradisional terdekat (pasar lokal) dan sisanya yaitu sebesar 10 % menjual langsung kepada konsumen.

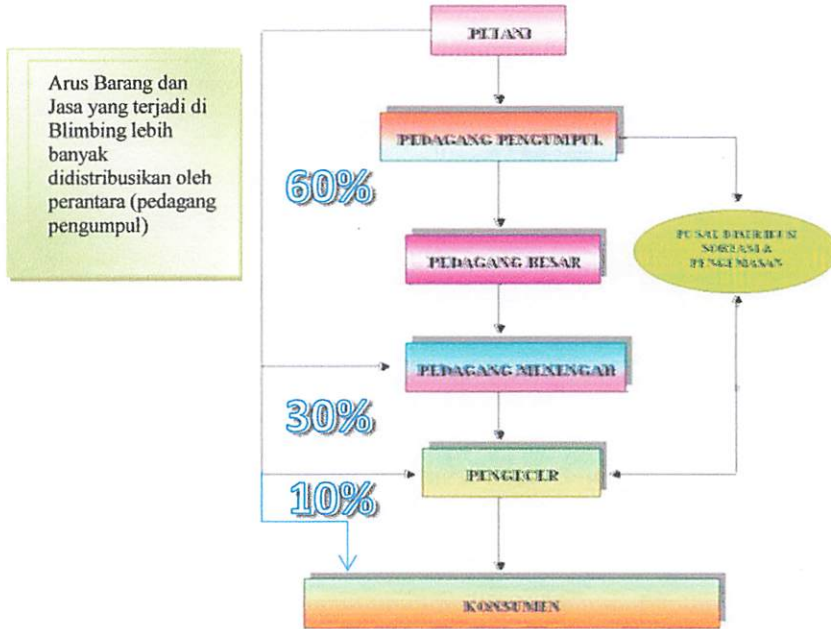
Gambar 3.10. Struktur Organisasi PT. Garuda Indonesia



Pada tahun 2010, Garuda Indonesia mengalami penurunan pendapatan sebesar 50% dari tahun sebelumnya. Hal ini disebabkan oleh menurunnya permintaan penumpang yang telah ada dimana penumpang tidak bisa membeli tiket langsung ke Garuda Indonesia karena banyak penumpang yang membeli tiket melalui agen perjalanan. Hal ini mengakibatkan Garuda Indonesia mengalami kerugian sebesar Rp 1.000 miliar. Untuk mengatasi masalah ini, Garuda Indonesia melakukan restrukturisasi dengan menjual aset-aset yang tidak produktif dan melakukan efisiensi biaya. Selain itu, Garuda Indonesia juga melakukan diversifikasi bisnis ke sektor lain yang memiliki prospek yang cerah.

Salah satu strategi yang dilakukan Garuda Indonesia adalah dengan meningkatkan efisiensi biaya. Hal ini dilakukan dengan cara mengurangi biaya-biaya yang tidak produktif dan meningkatkan efisiensi biaya. Selain itu, Garuda Indonesia juga melakukan diversifikasi bisnis ke sektor lain yang memiliki prospek yang cerah. Hal ini dilakukan dengan cara mendirikan perusahaan-perusahaan baru di sektor lain yang memiliki prospek yang cerah.

Diagram 3.8 Alur Arus Barang Dan Jasa



Sumber : Hasil Analisa 2010

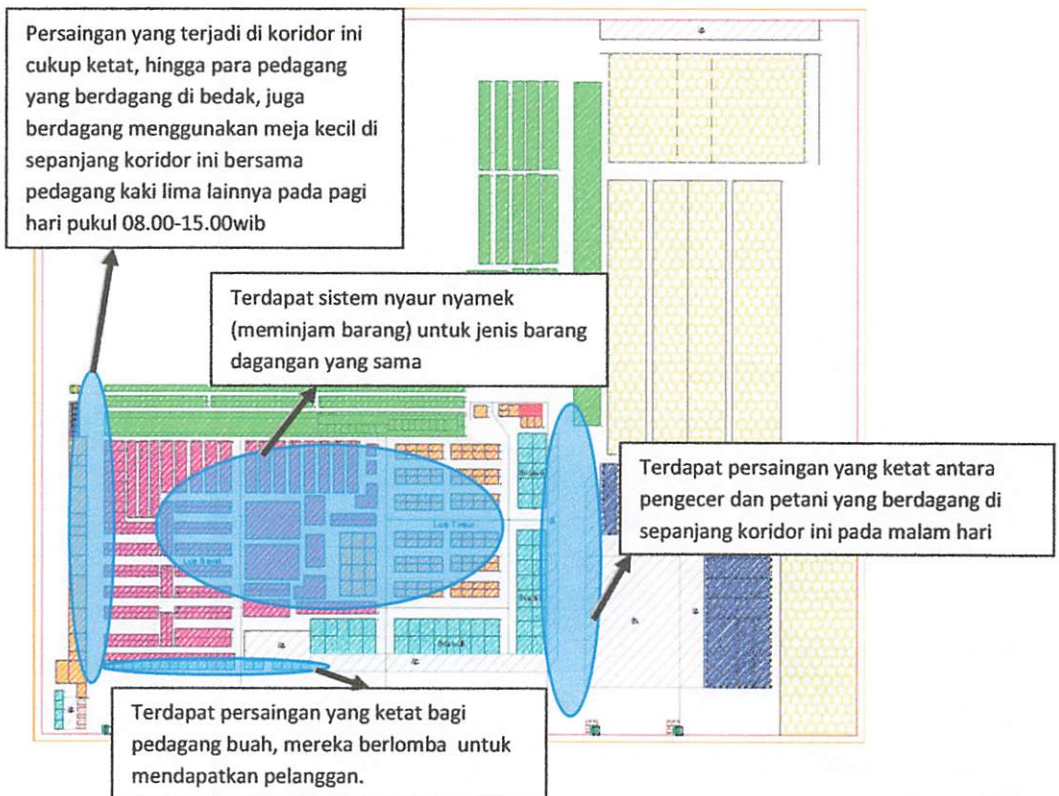
Selanjutnya pedagang pengepul (pedagang antar kabupaten) lebih banyak mendistribusikan barang dagangannya di luar kabupaten dibandingkan dalam kabupaten.

3.2.1.3. Analisa Tingkat dan Persaingan Jual Beli Terhadap Ruang Pasar

Analisa tingkat dan persaingan jual beli dapat dilihat dari motivasi dan tingkat pendidikan pedagang. Dari segi pemilihan tempat berdagang, para pedagang bersaing untuk mendapatkan pelanggan maupun bekerjasama untuk melayani pembeli. Seorang pedagang lombok misalnya, bisa saja kulakan membeli lombok dari pedagang di seberangnya, dan menjualnya pula dengan harga yang sama. Demikian halnya dengan penjual pakaian wanita dan anak-anak bisa dikulak oleh pedagang bedak di sebelahnya dan PKL di depannya dan menjualnya dengan harga yang sama. Kecenderungan dengan menjual jenis barang dagangan yang sama akan menimbulkan persaingan yang sangat ketat. Dalam hal ini pembeli sering membanding-bandingkan antara harga barang di tempat yang satu dan disebelahnya.

Akan tetapi disini pedagang juga dapat saling bekerjasama yang disebut sistem **nyaur nyamek**, dimana mereka bisa meminjam barang dari tetangganya, apabila barang yang dijual tidak mencukupi atau habis. Menjualkan barang pedagang lain, dengan cara memajang sebuah contoh barang milik pedagang lain, adalah salah satu manifestasi hubungan di antara satu dengan pedagang sejenis; sebuah kerjasama dalam persaingan.

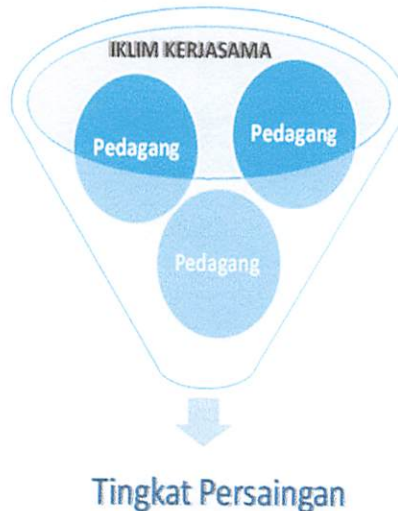
Gambar 3.11 Analisa Tingkat Persaingan dan Jual Beli Terhadap Ruang Pasar



Sumber : Hasil Analisa 2010

Persaingan juga terjadi dalam menentukan harga, di satu pihak menawarkan dengan harga yang tinggi, dipihak lain menawarkan dengan harga yang murah dengan memberikan beberapa pertimbangan kepada penjual (petani). Menurut persepsi pedagang, 60% dari jumlah pedagang di Pasar

Blimbing mengatakan bahwa iklim persaingan di Pasar Blimbing cukup ketat, walaupun di dalamnya masih terdapat iklim kerjasama.



Gambar 3.6 Tingkat dan Persaingan Jual Beli

Bersaing untuk memperebutkan kunjungan pembeli, mendapatkan sukses berinteraksi tidak diartikan untuk tidak terdapat kebersamaan, tidak harus mengorbankan solidaritas, tidak berarti meninggalkan kerjasama. Hubungan di antara satu pedagang dengan pedagang sejenis merupakan sebuah kerjasama dalam persaingan.

3.2.2. Analisa Aktivitas Pedagang Terhadap Ruang Pasar

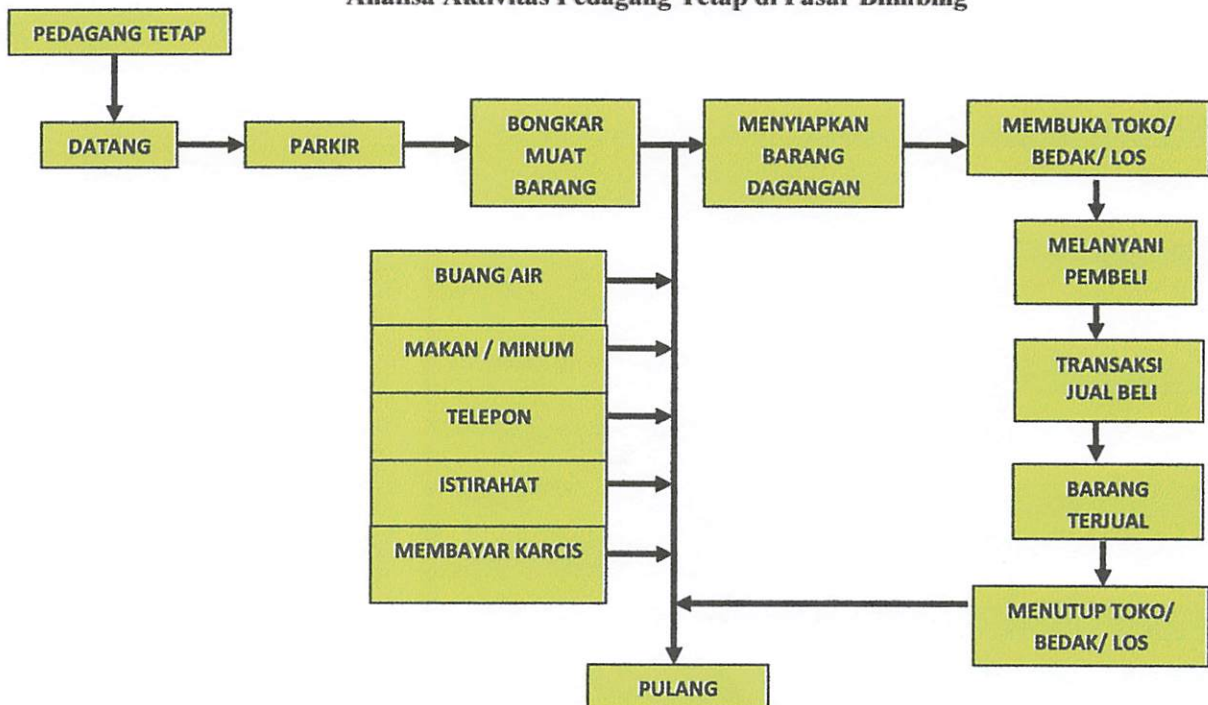
Untuk kegiatan pedagang, mereka datang ke Pasar Blimbing sudah dipastikan tujuan utamanya adalah untuk menjual barang dagangannya. Para pedagang dibagi menjadi dua berdasarkan tempat dagangannya yaitu pedagang tetap dan tidak tetap. Dimana yang disebut pedagang tetap yaitu pedagang yang sudah mempunyai atau menyewa toko/ bedak/ los di pasar, sedangkan pedagang tidak tetap yaitu pedagang kaki lima, pedagang harian (hanya waktu-waktu tertentu bila berjualan).

Untuk pedagang tetap yang menempati bangunan semi permanen di halaman parkir Pasar Blimbing yang setiap harinya melakukan bongkar muat

barang pada pukul 13.30 wib hingga pukul 14.30 wib dan membersihkan tempat dagangan pukul 22.00 wib. Mereka menyimpan tenda maupun gerobak di perumahan penduduk yang berada di belakang pasar. Setiap harinya ada beberapa orang yang mengantarkan gerobak maupun tenda tiap pedagang ke lokasi dagang mereka masing-masing. Kemudian pedagang sendiri yang mendirikan tendanya masing-masing dan mempersiapkan barang dagangan.

Diagram 3.9

Analisa Aktivitas Pedagang Tetap di Pasar Blimbing



Sumber : Hasil Analisa 2010

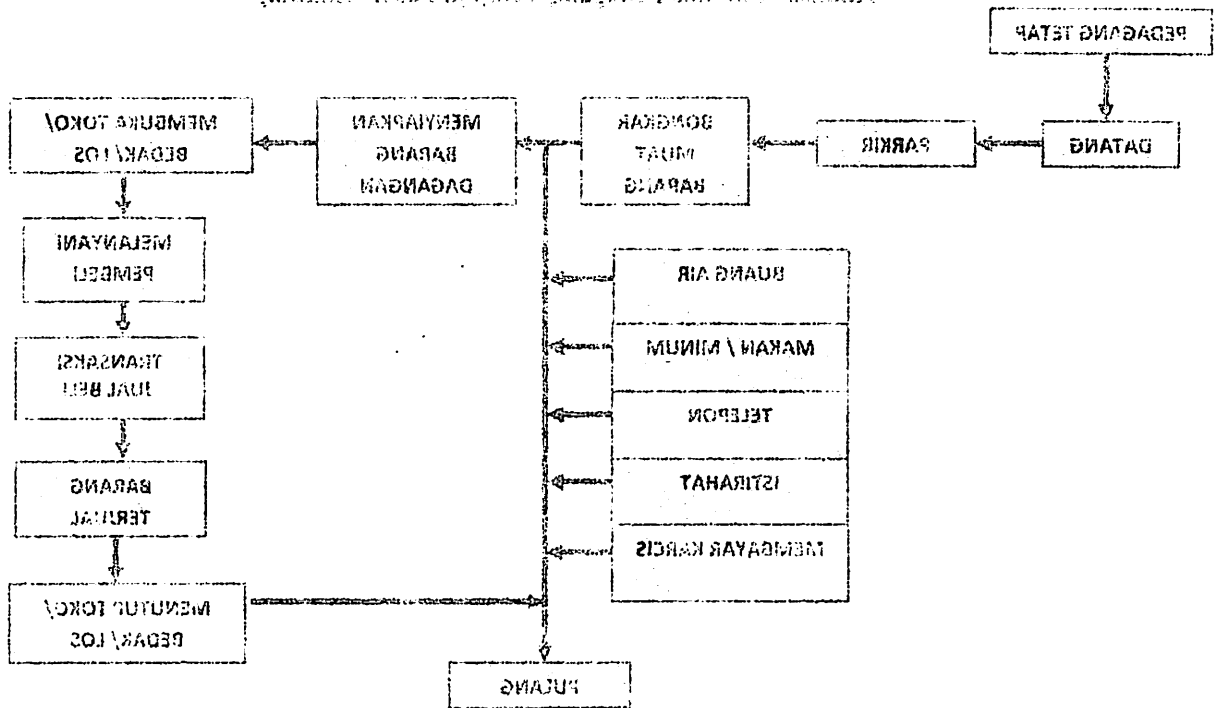
Berdasarkan jenis kegiatan yang akan dikembangkan diatas, maka jenis kegiatan yang dapat dilakukan oleh pedagang tetap di Pasar Blimbing tersebut adalah sebagai berikut :

1. Datang:
 - a. Memarkir kendaraan
 - b. Membeli karcis
2. Bongkar muat barang
3. Menyiapkan barang dagangan
4. Membuka toko/ bedak/ los

... dan pada bulan 1950, ...
 ... 25.000 ...
 ...
 ...
 ...
 ...

Diagram 29

Analisa Aliran Barang (Flow Chart) Toko "Sinar Harapan"



Analisa Aliran Barang

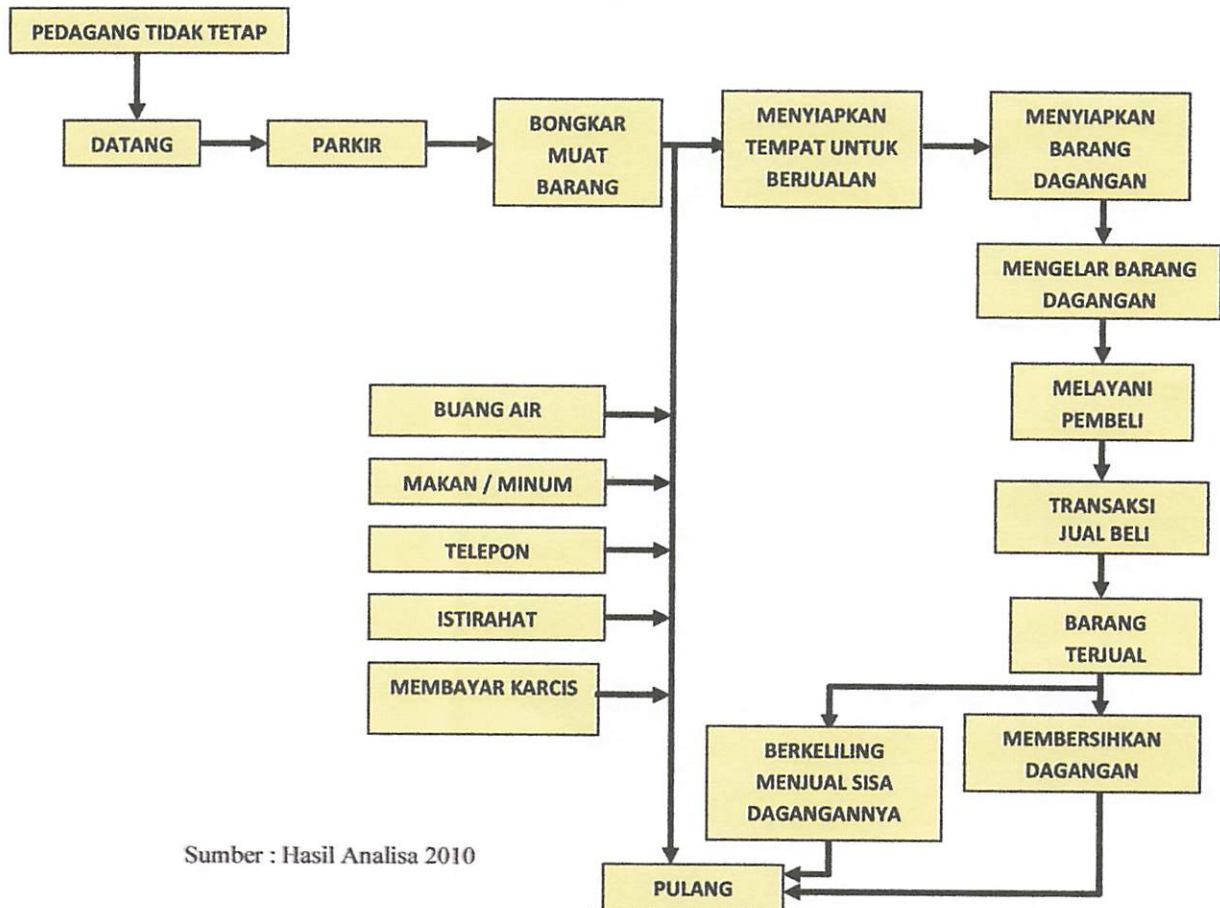
... dan pada bulan 1950, ...
 ... 25.000 ...
 ...

1. Membuka toko pada jam
2. Menyalakan lampu
3. Mengantre barang dagangan
4. Menyalakan mesin pendingin
5. Menyalakan mesin pemanas
6. Menyalakan mesin pengering
7. Menyalakan mesin pendingin
8. Menyalakan mesin pemanas
9. Menyalakan mesin pengering
10. Menyalakan mesin pendingin

5. Kegiatan setelah membuka toko
 - a. Menunggu pengunjung atau calon pembeli datang
 - b. Menawarkan barang dagangannya
 - c. Melayani pembeli
 - d. Melakukan transaksi jual beli dengan pembeli
 - e. Barang dagangan terjual
6. Beristirahat :
 - a. Makan dan minum.
 - b. Buang Air
7. Pulang:
 - a. Menutup Toko/ Bedak/Los
 - b. Mengambil kendaraan

Diagram 3.10

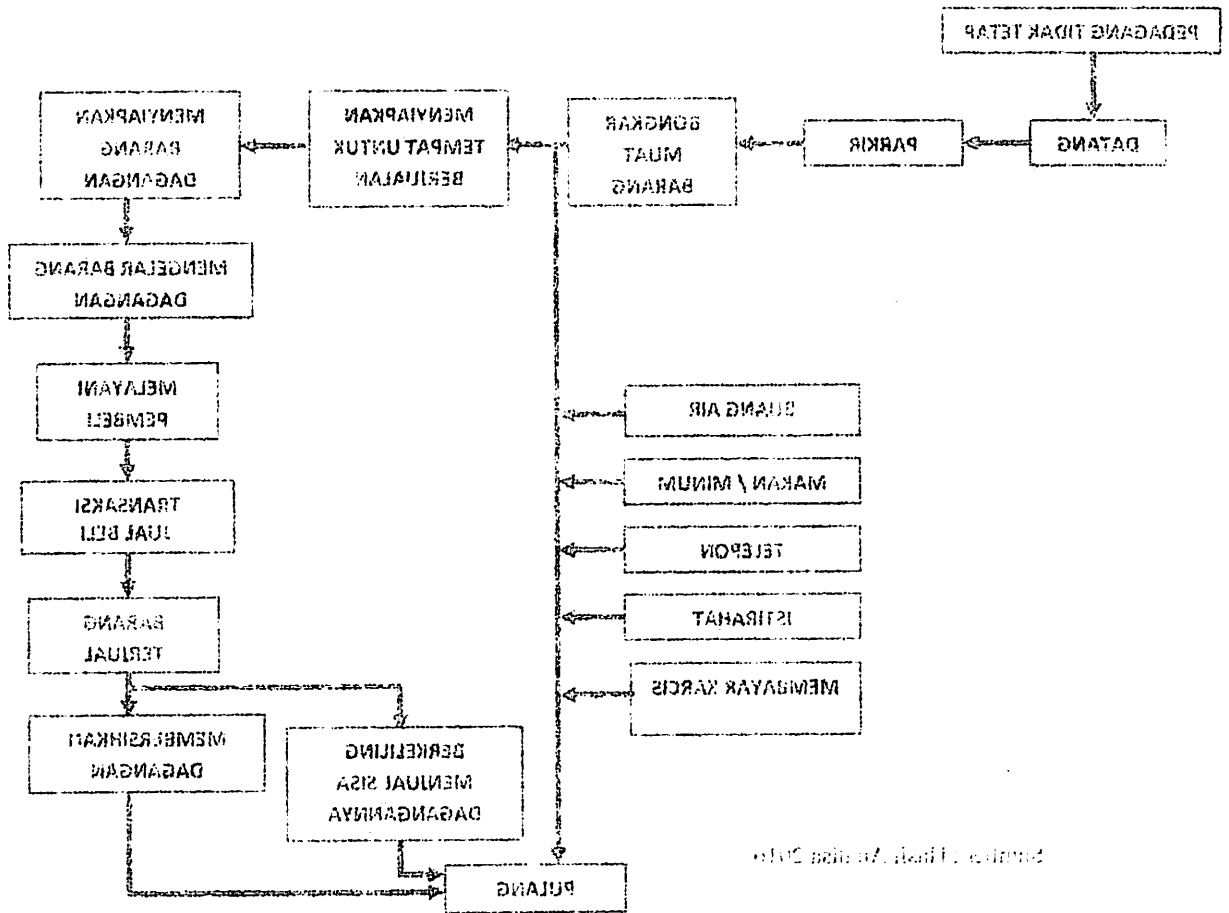
Analisa Aktivitas Pedagang Tidak Tetap di Pasar Blimbing



Sumber : Hasil Analisa 2010

- a. Menentukan lokasi pembelian barang
- b. Menentukan jenis barang yang akan dibeli
- c. Menentukan jumlah barang yang akan dibeli
- d. Menentukan waktu pembelian barang
- e. Menentukan cara pembayaran
- f. Menentukan lokasi pembelian barang
- g. Menentukan jenis barang yang akan dibeli
- h. Menentukan jumlah barang yang akan dibeli
- i. Menentukan waktu pembelian barang
- j. Menentukan cara pembayaran

Gambar 1.10
Tahap-tahap kegiatan pembelian barang



Gambar 1.11 Tahap-tahap kegiatan pembelian barang

Berdasarkan jenis kegiatan yang akan dikembangkan di atas, maka jenis kegiatan yang dapat dilakukan oleh pedagang tidak tetap di Pasar Blimbing tersebut adalah sebagai berikut :

1. **Datang:**
 - a. **Memarkir kendaraan**
 - b. **Membeli karcis**
2. **Bongkar muat barang**
3. **Menyiapkan tempat untuk berjualan**
4. **Menyiapkan barang dagangan**
5. **Mengelar barang dagangan**
6. **Kegiatan setelah dagangan siap:**
 - a. **Menunggu pengunjung atau calon pembeli datang**
 - b. **Menawarkan barang dagangannya**
 - c. **Melanyani pembeli**
 - d. **Melakukan transaksi jual beli dengan pembeli**
 - e. **Barang dagangan terjual**
7. **Beristirahat :**
 - a. **Makan dan minum.**
 - b. **Buang Air**
8. **Pulang:**
 - a. **Berkeliling menjual sisa dagangan**
 - b. **Membersihkan dagangan**
 - c. **Mengambil kendaraan**

Bahwa dari kedua diagram di atas mempunyai beberapa persamaan aktifitas antara pedagang menetap dan pedagang tidak menetap, dimana setelah mereka datang, bongkar muat hingga menyiapkan barang dagangan. Akan tetapi perbedaannya untuk pedagang tidak tetap, mereka menggelar barang dagangan karena tidak memiliki bedak maupun kios, kemudian sebelum mereka pulang, mereka berkeliling menjual sisa dagangan dan kemudian membersihkan dagangan.

Tabel 3.9
Pemanfaatan Ruang Pasar Blimbing Berdasarkan Aktivitas Pedagang

Kegiatan Pedagang	Pemanfaatan Ruang Mikro	Pemanfaatan Ruang Makro
Datang	- Pos penjagaan masuk - Tempat parkir kendaraan - Bongkar muat	- Pintu masuk - Area parkir - Area bongkar muat
Kegiatan berjualan: - jual kebutuhan primer - jual kebutuhan sekunder	- Toko - Bedak - Los	- Area parkir - Area fasilitas penunjang (pos penjaga keamanan, WC)
Beristirahat	- warung/depot - Toko - Wartel - Tempat ibadah/musholla - WC umum	- Fasilitas umum (musholla, WC umum)
Pulang	- Pos penjagaan keluar - Tempat parkir kendaraan - Pos penjagaan masuk	- Pintu keluar

Sumber: Hasil Analisa 2010

Gambar 3.12 Analisa Pemanfaatan Ruang Pasar Blimbing Berdasarkan Aktivitas Pedagang



Sumber : Hasil Analisa Tahun 2010

Tabel 3.10 Analisa Aktivitas Pasar Berdasarkan Zonasi (Pembagian Ruang)

Pasar Blimbing

Analisa	Zona A	Zona B	Zona C
Rotasi pasar	Dampak adanya rotasi pasar juga menyebabkan adanya perbedaan shift parkir menjadi 3 shift, dengan orang dan waktu yang berbeda sesuai dengan rotasi pasar. Para penjaga parkir merupakan penduduk sekitar pasar yakni kelurahan Blimbing. Sehingga adanya korelasi antara pedagang dan tukang jasa parkir. Dapat disimpulkan bahwa dengan adanya rotasi pasar melibatkan banyak pedagang sehingga ruang dan waktu menjadi maksimal.		
Arus barang dan jasa	Arus barang dan jasa yang terjadi di PKL relokasi merupakan barang yang berasal dari luar Kota Malang, biasanya didiribusikan langsung ke dalam pasar dan melakukan bongkar muat di depan tempat dagang . Barang dagangan berupa sayur dan ikan.	Arus barang dan jasa yang terjadi di dalam pasar induk merupakan barang yang berasal dari luar Kota Malang, biasanya melakukan bongkar muat di halaman parkir, kemudian didiribusikan ke dalam pasar dengan menggunakan keranjang maupun kardus yang diangkut oleh buruh jasa maupun para distributornya langsung. Barang dagangan berupa bahan pokok dan buah-buahan.	Arus barang dan jasa yang terjadi di PKL malam merupakan barang yang berasal dari luar Kota Malang, biasanya didiribusikan langsung ke dalam pasar dan melakukan bongkar muat di depan tempat dagang.
Tingkat dan persaingan antar pedagang	iklim persaingan di Pasar Blimbing cukup ketat, walaupun di dalamnya masih terdapat iklim kerjasama. Bersaing untuk memperebutkan kunjungan pembeli, mendapatkan sukses berinteraksi tidak diartikan untuk tidak terdapat kebersamaan, tidak harus mengorbankan solidaritas, tidak berarti meninggalkan kerjasama. Terdapat sistem nyaur nyamek antara pedagang yakni meminjam barang dagangan untuk dijualkan kepada pembeli.		
Aktivitas pedagang	berbelanja kepada para tengkulak dan berdagang, aktivitas pada pagi hari digunakan sebesar 25% dari luas pasar.	Berdagang dengan pemanfaatan ruang pada siang hari sebesar 85% dari luas pasar.	Berdagang dengan pemanfaatan ruang pada siang hari sebesar 25% dari luas pasar.

Sumber : Hasil Analisa Tahun 2010

Ket : Zona A =Zona PKL Relokasi, Zona B = Zona Pasar Induk, Zona C = Zona PKL Malam

3.3. Analisa Pemanfaatan Ruang Pasar Tradisional

Analisa karakteristik ruang pasar tradisional merupakan analisa yang mempunyai tujuan untuk mengetahui pemanfaatan dan bentuk ruang berdagang para pedagang Pasar Blimbing.

Analisa pemanfaatan ruang merupakan kajian untuk mengetahui kegiatan yang dilakukan pada ruang yang sama dan waktu yang berbeda. Terjadinya kegiatan pada suatu ruang pusat kegiatan sangat tergantung pada waktu. Masing-masing ruang mempunyai ciri waktu kegiatan yang berbeda dengan yang lainnya.

Tabel 3.11 Analisa Pemanfaatan Ruang Secara Intens di Pasar Blimbing

Ruang	Frekuensi	Kegiatan	Jenis Barang Dagangan	Kesimpulan
Parkir Barat	00.00-05.00 wib	Berdagang dengan menggunakan sepeda motor	Kelompok Sayuran, seperti kacang panjang, sawi, dll.	Ruang sama, kegiatan beda
	05.00-15.00 wib	Parkir motor		
Parkir Utara A	00.00-08.00 wib	Bongkar muat barang	kelompok Buah-buahan dan kelompok sayuran	Ruang sama, kegiatan beda
	08.00-21.00 wib	Parkir Mobil		
Parkir Utara & Timur B	08.00-15.00 wib	Parkir dan Berdagang	Kelompok makanan, seperti gerobak mie ayam, es cincau	Ruang sama, kegiatan sama, jenis dagangan beda
	15.00-06.00 wib	Berdagang	Kelompok sayuran, buah, dan ikan basah	
Parkir Timur A	08.00-15.00 wib	Parkir Mobil, Bongkar Muat barang, Berdagang dengan menggunakan mobil pick up	Kelompok sayuran seperti tempe, lombok, dll	Ruang sama, kegiatan beda, jenis barang dagangan beda
	15.00-21.00 wib	Berdagang	Kelompok makanan, abrakan, sayuran, ikan basah, dan pracangan	
Kios Barat	02.00-08.00 wib & 08.00-15.00 wib	Berdagang	Kelompok Sayuran	Ruang sama, kegiatan sama, dan jenis barang dagangan sama, hanya waktunya beda
Koridor Jalan Selatan	00.00-02.00 wib	Bongkar muat barang	Kelompok kelapa & kelompok sayuran	Ruang sama, kegiatan beda, barang dagangan beda
	02.00-08.00 wib	Berdagang	Kelompok makanan, ikan basah dan sayuran	
	08.00-21.00 wib	koridor jalan		

Sumber : Hasil Analisa Tahun 2010

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan ruang di Pasar Blimbing berdasarkan ruang yang digunakan lebih dari satu fungsi ruang, adalah sebagai berikut:

1. Parkir Barat & Parkir Utara A : ruang sama, kegiatan beda

2. Parkir Utara dan Parkir Timur B : ruang sama, kegiatan sama, jenis dagangan beda
3. Parkir Timur A dan Koridor Jalan Selatan : ruang sama, kegiatan beda, jenis barang dagangan beda
4. Kios Barat : ruang sama, kegiatan sama, dan jenis barang dagangan sama, hanya waktunya beda

Ruang dibagi menurut kepentingan dari civitasnya, yaitu :

- a. Ruang publik yang sifatnya terbuka dan umum.
- b. Ruang semi publik yang sifatnya agak terbuka.
- c. Ruang privat yang sifatnya tertutup, terbatas pada civitas tertentu saja.
- d. Ruang sirkulasi merupakan ruang aman untuk civitas dalam melakukan kegiatan dimana ruang ini berupa area kosong untuk berjalan.

Tabel 3.12 Analisa Pemanfaatan Ruang Secara Temporer

Ruang	Fungsi Utama	Fungsi Pendukung	Perubahan Fungsi Ruang	Kesimpulan
Parkir Barat	Parkir motor	Berdagang	Semi publik ke privat	Adanya pemanfaatan ruang secara temporer yang terjadi di Pasar Blimbing menjadikan ruang dan waktu menjadi maksimal serta suasana pasar menjadi hidup selama 24 jam.
Parkir Utara A	Parkir Mobil	Bongkar muat barang	Semi publik ke semi publik	
Parkir Utara & Timur B	Parkir	Berdagang	Semi publik ke privat	
Parkir Timur A	Parkir Mobil	Bongkar muat barang & Berdagang	Semi publik ke privat	
Kios Barat	Berdagang	Berdagang	Privat ke privat	
Koridor Jalan Selatan	Sirkulasi	Berdagang	Ruang sirkulasi ke privat	

Sumber : Hasil Analisa Tahun 2010

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa adanya pemanfaatan ruang secara temporer yang terjadi di Pasar Blimbing menjadikan ruang dan waktu menjadi maksimal serta suasana pasar menjadi hidup selama 24 jam.

3.4. Konsep Pemanfaatan Ruang Pasar Tradisional Berdasarkan Karakter-Aktivitas Pasar dan Pedagang


Konsep pemanfaatan ruang pasar tradisional merupakan identifikasi dari pemanfaatan ruang berdasarkan aktivitas pasar serta karakter dan aktivitas pedagang di Pasar Blimbing yang memiliki ciri khas pasar tradisional berbeda dengan pasar tradisional lainnya di Kota Malang.

Untuk mengetahui konsep pemanfaatan ruang pasar tradisional berdasarkan, pasar serta karakter dan aktivitas pedagang di Pasar Blimbing, maka dapat dilihat hasil analisa domain dan analisa komponensial dari masing-masing pedagang yang ada di Pasar Blimbing, berikut pada penjelasan di bawah ini:

3.4.1. Pemanfaatan Ruang Pasar Oleh Para Petani


Pemanfaatan ruang oleh petani dapat dilihat berdasarkan analisa domain pada tabel berikut ini:

Tabel 3.13 Analisa Domain Para Petani

No	Draft Domain	Analisa
1	Jenis pedagang yang terdapat di dalam Pasar Blimbing	Petani yang ada di Pasar Blimbing merupakan petani yang membawa hasil pertanian mereka berupa daun singkong, kentang, lombok, dll. Petani yang ada di Pasar Blimbing hanya 10% dari jumlah pedagang yang ada di Pasar Blimbing.
2	Ruang yang digunakan oleh pedagang pasar tradisional (dalam hal ini tempat usaha)	Biasanya para petani menggunakan halaman parkir untuk menurunkan barang dagangan dan menempati warung makanan untuk beristirahat. Ruang yang digunakan sebesar 25% dari luas pasar Blimbing. 
3	Terbentuknya ruang pasar tradisional	Mereka menempati ruang lapang untuk menjual dagangan kepada para pengecer maupun konsumen lainnya, karena cenderung menempati ruang yang dekat dengan aksesibilitas pasar.

Bersambung....

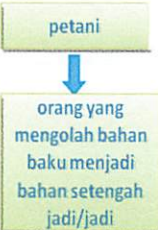

Lanjutan tabel 3.13....

No	Draft Domain	Analisa
4	Alasan berdagang di pasar blimbing dan status tempat usaha yang mereka tempati.	Karena tuntutan hidup dan status tempat adalah menyewa dari dinas pasar dengan biaya sewa los/pelataran, karena tidak mempunyai biaya untuk menyewa bedak.
5	Hubungan lokasi berdagang dengan tetangga sebelah kiri-kanan, depan dan belakang.	Hubungan sesama para pedagang lainnya di Pasar Blimbing, dimana mereka saling berinteraksi dan bekerjasama dalam distribusi barang karena tingkat kebutuhan dan rasa keterikatan sesama pedagang.
6	Pola peralihan barang dagangan	<p>Pola peralihan barang dan jasa dari para petani langsung kepada pengecer. Karena pasar Blimbing merupakan pasar yang melayani langsung kepada konsumen.</p>  <p>Ket : I = petani II = pengecer / konsumen</p>
7	Penempatan lokasi berdagang	Penempatan lokasi berdagang, mereka menempati lokasi los sepanjang pinggir jalan, dan ada juga yang menempati halaman parkir pada jam-jam tertentu, karena keterbatasan ruang di pasar.
8	Urutan/tahapan memilih lokasi berdagang	Tahapan dalam memilih lokasi berdagang, lokasi dekat dengan aksesibilitas pasar karena mencari lokasi strategis, dekat dengan pembeli.
9	Hal yang membedakan antara pedagang yang satu dengan pedagang yang lain.	Yang membedakan antara petani yang satu dengan yang lainnya adalah barang dagangan yang dijual biasanya hanya tidak lebih dari 3 jenis, akan tetapi dalam jumlah yang banyak, dan biasanya berdagang di emperan pasar.

Sumber : Hasil Analisa 2010

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa para petani lebih banyak menggunakan ruang yang dekat dengan akses dan sirkulasi pembeli pada waktu tertentu. Untuk lebih jelasnya mengenai hal-hal kontras yang terjadi pada peran petani secara struktural maupun secara fungsional (yang terjadi di lapangan).

Tabel 3.14 Analisa Komponensial Para Petani

Domain Pedagang		Analisis Komponensial	
Sub Domain Pedagang yang Terdapat di Pasar Blimbing		Fungsional	Struktural
Jenis Pedagang	Para Petani	<p>Petani yang ada di Pasar Blimbing tidak hanya orang yang membawa hasil bumi, tetapi mereka juga orang yang mengolah makanan dr bahan pokok, seperti tape singkong. Dimana petani yang ada di pasar Blimbing bisa bertindak sebagai produsen maupun pengecer langsung ke konsumen.</p> 	<p>Pedagang yang membawa hasil bumi atau kerajinan sebanyak yang dapat mereka angkut ke pasar. Bertindak sebagai penyedia bahan baku (produsen)</p> 

Sumber : Hasil Analisa 2010

Dari tabel di atas diketahui bahwa di Pasar Blimbing petani bukan saja orang yang bekerja di sawah melainkan orang yang mengolah bahan baku menjadi bahan setengah jadi/bahan jadi.

3.4.2. Pemanfaatan Ruang Pasar Oleh Para Tengkulak Bakul



Pemanfaatan ruang oleh tengkulak bakul dapat dilihat berdasarkan analisa domain pada tabel berikut ini:

Tabel 3.15 Analisa Domain Para Tengkulak Bakul

No	Draft Domain	Analisa
1	Jenis pedagang yang terdapat di dalam Pasar Blimbing	Para tengkulak bakul yang ada di Pasar Blimbing tidak begitu banyak, hal ini disebabkan karena pedagang di pasar Blimbing langsung membeli barang di Pasar Induk Kota Malang. Sehingga tengkulak bakul yang ada di Pasar hanya berupa tengkulak ikan yang berasal dari Pasuruan. Jumlah tengkulak yang ada di Pasar Blimbing hanya 10% dari jumlah pedagang yang ada.
2	Ruang yang digunakan oleh pedagang pasar tradisional (dalam hal ini tempat usaha)	Ruang yang biasa mereka gunakan adalah pelataran / los dan biasanya mereka berdagang di lokasi bongkar muat. Ruang yang digunakan sebesar 25% dari luas pasar.

Bersambung....

Lanjutan tabel 3.15....

No	Draft Domain	Analisa
		
3	Terbentuknya ruang pasar tradisional	Mereka menempati ruang lapang karena mudah untuk melakukan transaksi.
4	Alasan berdagang di pasar blimbing dan status tempat usaha yang mereka tempati.	Karena tuntutan hidup membuat mereka harus membawa barang dagangan dari pasar induk ke pasar Blimbing ditambah biaya transportasi yang besar, sedangkan status tempat adalah menyewa dari dinas pasar dengan biaya parkir dan biaya sewa los.
5	Hubungan lokasi berdagang dengan tetangga sebelah kiri-kanan, depan dan belakang.	Hubungan sesama para pedagang lainnya di Pasar Blimbing, dimana mereka saling berinteraksi dan bekerjasama dalam distribusi barang.
6	Pola peralihan barang dan jasa	<p>Pola peralihan barang dan jasa dari para tengkulak bakul adalah melalui petani yang dijual kepada tengkulak kedua</p>  <p>Ket : I = petani II = tengkulak bakul III= tengkulak kedua</p>
7	Penempatan lokasi berdagang	Penempatan lokasi berdagang, mereka menempati lokasi yang telah disediakan oleh pengelola pasar karena lokasi yang digunakan dapat dibuka pada pagi hari, dan bukan merupakan pasar induk yang hanya buka pada pukul 08.00-15.00 wib.
8	Urutan/tahapan memilih lokasi berdagang	Tahapan dalam memilih lokasi berdagang, lokasi dekat dengan aksesibilitas pasar karena lokasi yang strategis.
9	Hal yang membedakan antara pedagang yang satu dengan pedagang yang lain.	Yang membedakan antara tengkulak bakul dengan pedagang lainnya adalah jenis barang yang mereka bawa biasanya berupa bakul-bakul yang diangkut dengan menggunakan truk.

Sumber : Hasil Analisa 2010

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa para tengkulak bakul lebih banyak menggunakan ruang yang dekat dengan ruang parkir. Untuk lebih jelasnya mengenai hal-hal kontras yang terjadi pada peran tengkulak bakul secara struktural maupun secara fungsional (yang terjadi di lapangan).

Tabel 3.16 Analisa Komponensial Para Tengkulak Bakul

Domain Pedagang		Analisis Komponensial	
Sub Domain Pedagang yang Terdapat di Pasar Blimbing		Fungsional	Struktural
Jenis Pedagang	Para Tengkulak Bakul	Pedagang yang membeli hasil bumi maupun industri rumah dari para petani atau tengkulak pertama tersebut diatas dan menimbun barang itu untuk kemudian mereka jual secara eceran atau secara borongan kepada tengkulak kedua	Bahwa tengkulak yang ada di Pasar Blimbing bertindak sebagai pedagang pengumpul atau menjadi distributor barang yang dijual secara eceran maupun borongan kepada tengkulak kedua.

Sumber : Hasil Analisa 2010

Dari tabel di atas diketahui bahwa di Pasar Blimbing bertindak sebagai pengumpul yang membeli barang secara borongan dari petani dan menjualnya kembali kepada tengkulak kedua.

3.4.3. Pemanfaatan Ruang Pasar Oleh Para Tengkulak Kedua



Pemanfaatan ruang oleh tengkulak kedua dapat dilihat berdasarkan analisa domain pada tabel berikut ini:

Tabel 3.17 Analisa Domain Para Tengkulak Kedua

No	Draft Domain	Analisa
1	Jenis pedagang yang terdapat di dalam Pasar Blimbing	Tengkulak kedua yang ada di pasar Blimbing merupakan pedagang yang membawa hasil pertanian berupa singkong, kacang panjang, dan jagung.
2	Ruang yang digunakan oleh pedagang pasar tradisional (dalam hal ini tempat usaha)	Ruang yang biasa mereka gunakan adalah halaman parkir karena mereka tidak mempunyai tempat permanen dan hanya menggunakan ruang sebesar 10% dari luas pasar.

Bersambung....

Lanjutan tabel 3.17...

No	Draft Domain	Analisa
		
3	Terbentuknya ruang pasar tradisional	Mereka menempati ruang lapang untuk dengan mudah melakukan transaksi.
4	Alasan berdagang di pasar blimbing dan status tempat usaha yang mereka tempati.	Karena tuntutan hidup membuat mereka harus membawa barang dagangan dari pasar induk ke pasar Blimbing ditambah biaya transportasi yang besar dan status tempat adalah membayar biaya parkir.
5	Hubungan lokasi berdagang dengan tetangga sebelah kiri-kanan, depan dan belakang.	Hubungan sesama para pedagang lainnya di Pasar Blimbing, dimana mereka saling berinteraksi dan bekerjasama dalam distribusi barang.
6	Pola peralihan barang dagangan	<p>Pola peralihan barang dan jasa dari para petani maupun dari tengkulak bakul yang ada di pasar induk Malang, kemudian dijual langsung kepada konsumen di Pasar Blimbing pada subuh hari.</p>  <p>Ket : I = petani III = tengkulak kedua II = tengkulak bakul IV = pencecer</p>
7	Penempatan lokasi berdagang	Penempatan lokasi berdagang, mereka menempati lokasi yang telah disediakan oleh pengelola pasar ada juga yang menempati di halaman parkir Foto Pantai. Hal ini disebabkan oleh lokasi yang strategis dekat dengan pintu pasar.
8	Urutan/tahapan memilih lokasi berdagang	Tahapan dalam memilih lokasi berdagang, lokasi dekat dengan aksesibilitas pasar seperti pintu gerbang pasar, tempat keluar masuknya konsumen.
9	Hal yang membedakan antara pedagang yang satu dengan pedagang yang lain.	Yang membedakan antara tengkulak kedua, mereka biasanya membawa barang dagangan dengan menggunakan sepeda motor atau menyewa pick up dan biasanya barang yang mereka bawa hanya beberapa jenis.

Sumber : Hasil Analisa 2010

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa para tengkulak kedua lebih banyak menggunakan ruang yang dekat dengan ruang parkir. Untuk lebih jelasnya

mengenai hal-hal kontras yang terjadi pada peran tengkulak kedua secara struktural maupun secara fungsional (yang terjadi di lapangan).

Tabel 3.18 Analisa Komponensial Para Tengkulak Kedua

Domain Pedagang		Analisis Komponensial	
Sub Domain Pedagang yang Terdapat di Pasar Blimbing		Fungsional	Struktural
Jenis Pedagang	Para Tengkulak Kedua	Pedagang yang membeli barang dagangan secara borongan dari para bakul, dan mengangkutnya ke suatu pasar lain untuk di jual kepada bakul-bakul disana	Bahwa tengkulak kedua bisa berperan dalam dua pihak pertama berhubungan dengan pedagang di pasar, tapi kadangkala juga bisa berhubungan langsung dengan konsumen.

Sumber : Hasil Analisa 2010

Dari tabel di atas diketahui bahwa tengkulak kedua di Pasar Blimbing bertindak sebagai penyalur barang dari tengkulak pertama kepada para pedagang besar maupun langsung kepada konsumen.

3.4.4. Pemanfaatan Ruang Pasar Oleh Para Makelar



Pemanfaatan ruang oleh makelar dapat dilihat berdasarkan analisa domain pada tabel berikut ini:

Tabel 3.19 Analisa Domain Para Makelar

No	Draft Domain	Analisa
1	Jenis pedagang yang terdapat di dalam Pasar Blimbing	Para makelar yang terdapat di Pasar Blimbing terdiri dari makelar sayur, makelar ikan, makelar buah, makelar bahan pokok, makelar pakaian.
2	Ruang yang digunakan oleh pedagang pasar tradisional (dalam hal ini tempat usaha)	Biasanya para makelar menggunakan halaman parkir untuk menurunkan barang dagangan dan menempati warung makanan untuk beristirahat. Hanya menggunakan ruang sebesar 10% dari luas pasar.

Bersambung....

Lanjutan tabel 3.19....

No	Draft Domain	Analisa
		
3	Terbentuknya ruang pasar tradisional	Mereka menempati ruang parkir untuk melakukan bongkar muat barang dan dengan mudah mendistribusikan barang dagangan ke pedagang yang berada di dalam pasar.
4	Alasan berdagang di pasar blimbing dan status tempat usaha yang mereka tempati.	Karena tuntutan hidup membuat mereka harus membawa barang dagangan dari pasar induk ke pasar Blimbing ditambah biaya transportasi yang besar dan status tempat adalah menyewa dari dinas pasar dengan biaya parkir.
5	Hubungan lokasi berdagang dengan tetangga sebelah kiri-kanan, depan dan belakang.	Hubungan sesama para pedagang lainnya di Pasar Blimbing, dimana mereka saling berinteraksi dan bekerjasama dalam distribusi barang.
6	Pola peralihan barang dagangan	<p>Pola peralihan barang dan jasa dari para petani maupun tengkulak yang didistribusikan ke pedagang besar maupun pedagang-pedagang kecil yang ada di pasar Blimbing.</p>  <p>Ket : I = petani IV = makelar II = tengkulak bakul V = pengecer III = tengkulak kedua</p>
7	Penempatan lokasi berdagang	Penempatan lokasi berdagang, mereka menempati lokasi parkir yang telah disediakan oleh pengelola pasar. Untuk memarkir kendaraan yang dibawa dan memudahkan para makelar melakukan bongkar muat barang.
8	Urutan/tahapan memilih lokasi berdagang	Tahapan dalam memilih lokasi berdagang, lokasi dekat dengan aksesibilitas pasar.
9	Hal yang membedakan antara pedagang yang satu dengan pedagang yang lain.	Yang membedakan antara tengkulak bakul dengan pedagang lainnya adalah jenis barang yang mereka bawa biasanya berupa kotak-kotak dan keranjang-keranjang yang diangkut dengan menggunakan truk maupun pick up.

Sumber : Hasil Analisa 2010

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa para makelar lebih banyak menggunakan ruang yang dekat dengan ruang parkir untuk melakukan bongkar

muat. Untuk lebih jelasnya mengenai hal-hal kontras yang terjadi pada peran makelar secara struktural maupun secara fungsional (yang terjadi di lapangan).

Tabel 3.20 Analisa Komponensial Para Makelar

Domain Pedagang		Analisis Komponensial	
Sub Domain Pedagang yang Terdapat di Pasar Blimbing		Fungsional	Struktural
Jenis Pedagang	Para Makelar	<p>Para makelar yang terdapat di Pasar Blimbing terdiri dari makelar sayur, makelar ikan, makelar buah, makelar bahan pokok, makelar pakaian. Biasanya para makelar menggunakan halaman parkir untuk menurunkan barang dagangan dan menempati warung makanan untuk beristirahat.</p> <p>Makelar yang ada di Pasar Blimbing merupakan orang yang mendistribusikan barang dagangan, bertindak sebagai penyalur barang dagangan.</p>	<p>Orang yang bertindak sebagai penghubung antara dua belah pihak yang berkepentingan dan bertugas menjembatani kepentingan antara pihak penjual dan pembeli. Pada praktiknya lebih banyak pada pihak-pihak yang akan melakukan jual beli. Bertindak sebagai perantara dan penyalur bahan baku.</p>



Sumber : Hasil Analisa 2010

Dari tabel di atas diketahui bahwa makelar di Pasar Blimbing bertindak sebagai penyalur barang dagangan.

3.4.5. Pemanfaatan Ruang Pasar Oleh Para Pemilik Toko

Pemanfaatan ruang oleh pemilik toko dapat dilihat berdasarkan analisa domain pada tabel berikut ini:

Tabel 3.21 Analisa Domain Para Pemilik Toko

No	Draft Domain	Analisa
1	Jenis pedagang yang terdapat di dalam Pasar Blimbing	Para pemilik toko yang terdapat di Pasar Blimbing terdiri dari toko pracangan, toko pakaian jadi, toko abrakakan, toko perhiasan, dll
2	Ruang yang digunakan oleh pedagang pasar tradisional (dalam hal ini tempat usaha)	<p>Toko/ bedak Blok A, Blok B. dan Blok C, yang terletak di sebelah timur pasar Blimbing dan menggunakan ruang sebesar 35% dari luas pasar.</p> 
3	Terbentuknya ruang pasar tradisional	Mereka menempati lokasi dekat dengan konsumen, yakni berada di pinggir pasar
4	Alasan berdagang di pasar blimbing dan status tempat usaha yang mereka tempati.	Karena tuntutan hidup dan status tempat adalah menyewa dari dinas pasar dengan biaya sewa sebesar Rp. 3.000,- s/d Rp 4.000,- per bedak, biaya lebih mahal karena letaknya di depan pasar.
5	Hubungan lokasi berdagang dengan tetangga sebelah kiri-kanan, depan dan belakang.	Hubungan sesama para pedagang lainnya di Pasar Blimbing, dimana mereka saling berinteraksi dan bekerjasama dalam distribusi barang, saling membantu dalam mencari uang kembalian, menjagakan toko saat ditinggal pergi pemiliknya.
6	Pola peralihan barang dan jasa	<p>Pola peralihan barang dan jasa dari para pemilik toko adalah melalui makelar yang mendistribusikan langsung barang dagangan ke toko masing-masing pedagang.</p>  <p>Ket : I = petani IV = makelar II = tengkulak bakul V = pemilik toko III= tengkulak kedua VI = konsumen</p>
7	Penempatan lokasi berdagang	Penempatan lokasi berdagang, mereka menempati lokasi yang telah disediakan oleh pengelola pasar
8	Urutan/tahapan memilih lokasi berdagang	Tahapan dalam memilih lokasi berdagang, pertama lokasi strategis dekat dengan konsumen, kemudian dekat dengan koridor jalan utama maupun pintu gerbang pasar.
9	Hal yang membedakan antara pedagang yang satu dengan pedagang yang lain.	Yang membedakan antara para pemilik toko adalah jenis barang dagangan yang mereka jual.

Sumber : Hasil Analisa 2010

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa para pemilik toko lebih banyak menggunakan ruang yang telah disediakan oleh pengelola pasar berupa toko/bedak dan kios. Untuk lebih jelasnya mengenai hal-hal kontras yang terjadi pada peran pemilik toko secara struktural maupun secara fungsional (yang terjadi di lapangan).

Tabel 3.22 Analisa Komponensial Para Pemilik Toko

Domain Pedagang		Analisis Komponensial	
Sub Domain Pedagang yang Terdapat di Pasar Blimbing		Fungsional	Struktural
Jenis Pedagang	Para Pemilik Toko	<p>Pemilik toko yang ada di Pasar Blimbing berupa pedagang yang menjual barang dagangan yang mereka beli dari distributor atau makelar kemudian dijual lagi secara eceran kepada pembeli yang ada di Pasar Blimbing.</p> <p>Kegiatan belanja barang dagangan yang dilakukan oleh pedagang dilakukan di Pasar Blimbing, Pasar Induk Gadang dan Pasar Batu. Sebagian besar mereka mendapatkan order dari para tengkulak maupun makelar yang mengantarkan barang dagangan mereka ke Psara Blimbing.</p>	<p>Pemilik toko merupakan pedagang menengah yang menjadi sub distributor. Di sini para pemilik toko biasanya menjual dalam bentuk eceran. Sehingga pemilik toko secara tidak langsung mereka bertindak sebagai pengecer.</p>


Sumber : Hasil Analisa 2010

Dari tabel di atas diketahui bahwa pemilik toko di Pasar Blimbing bertindak sebagai pengecer yang membeli barang dagangan dalam jumlah banyak kemudian menjualnya kembali kepada konsumen secara eceran.

3.4.6. Pemanfaatan Ruang Pasar Oleh Para Pemilik Becak dan Pick Up

Pemanfaatan ruang oleh petani dapat dilihat berdasarkan analisa domain pada tabel berikut ini:



Tabel 3.23 Analisa Domain Para Pemilik Becak & Pick up

No	Draft Domain	Analisa
1	Jenis pedagang yang terdapat di dalam Pasar Blimbing	Para pemilik becak dan pick up yang ada di Pasar Blimbing merupakan para pendukung perdagangan dalam hal distribusi barang.
2	Ruang yang digunakan oleh pedagang pasar tradisional (dalam hal ini tempat usaha)	<p>Halaman parkir dan pintu gerbang utama, dimana mereka mangkal dan memarkir kendaraan mereka di sana. dan menggunakan ruang sebesar 15% dari luas pasar.</p> 
3	Terbentuknya ruang pasar tradisional	Karena mereka membentuk satu ruang dekat dengan halaman parkir dan pintu gerbang sehingga terbentuk ruang pangkalan khusus pemilik becak dan pemilik pick up.
4	Alasan berdagang di pasar blimbing dan status tempat usaha yang mereka tempati.	Karena tuntutan hidup dan status tempat adalah membayar parkir setiap harinya. Khusus tukang becak mereka tidak membayar karena mereka menjaga kendaraan mereka sendiri.
5	Hubungan lokasi berdagang dengan tetangga sebelah kiri-kanan, depan dan belakang.	Hubungan sesama para pedagang lainnya di Pasar Blimbing, dimana mereka saling berinteraksi dan bekerjasama dalam distribusi barang.
6	Pola peralihan barang dan jasa	<p>Pola peralihan barang dan jasa dari para pemilik becak dan pick up langsung berhubungan dengan konsumen tanpa melalui perantara.</p> <p>Ket : I = pemilik pick up/becak → II = konsumen (pedagang mulai dari petani hingga pengecer)</p>
7	Penempatan lokasi berdagang	Penempatan lokasi berdagang, mereka menempati lokasi di halaman parkir dan dekat dengan pintu gerbang.
8	Urutan/tahapan memilih lokasi berdagang	Tahapan dalam memilih lokasi berdagang, pertama lokasi strategis dekat dengan konsumen, kemudian dekat dengan koridor jalan utama maupun pintu gerbang pasar.
9	Hal yang membedakan antara pedagang yang satu dengan pedagang yang lain.	Pemilik becak yang ada di Pasar Blimbing memiliki paguyuban sendiri, yang telah terbentuk sejak tahun 2005, mereka menggunakan baju khusus yang berwarna merah, sehingga dapat membedakan antara pemilik becak pasar blimbing dan pemilik becak lainnya.

Sumber : Hasil Analisa 2010

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa para pemilik becak dan pick up lebih banyak menggunakan ruang yang dekat dengan ruang parkir dan pintu gerbang karena dekat dengan akses keluar masuknya konsumen. Untuk lebih jelasnya mengenai hal-hal kontras yang terjadi pada peran tengkulak bakul secara struktural maupun secara fungsional (yang terjadi di lapangan).

Tabel 3.24 Analisa Komponensial Para Pemilik Becak dan Pick Up

Domain Pedagang		Analisis Komponensial	
Sub Domain Pedagang yang Terdapat di Pasar Blimbing		Fungsional	Struktural
Jenis Pedagang	Para Pemilik becak dan pick up	<p>Pemilik becak maupun pemilik pick up menyewakan kendaraannya untuk mengangkut barang dagangan para pedagang ke Pasar Blimbing setiap harinya. Setiap pagi mobil pick up antri memasuki jalan masuk ke pasar untuk bongkar muat barang yang dibawa. Bahwa pemilik pick up dan pemilik becak memiliki peran sebagai pendukung dalam kelancaran arus barang dan jasa di Pasar Blimbing.</p> 	<p>Pedagang yang menyewakan kendaraan mereka kepada para pedagang "tengkulak pertama" maupun "tengkulak kedua"</p> 


Sumber : Hasil Analisa 2010

Dari tabel di atas diketahui bahwa pemilik becak dan pemilik pick up di Pasar Blimbing bertindak sebagai pendukung dalam perdagangan. Dimana secara structural bahwa di pasar tradisional Jawa terdapat pemilik pedati dan opelet, sedangkan di Pasar Blimbing terdapat pemilik becak dan pick up yang membantu dalam mendistribusikan barang dagangan.

3.4.7. Pemanfaatan Ruang Pasar Oleh Para Penjaja Keliling


Pemanfaatan ruang oleh penjaja keliling dapat dilihat berdasarkan analisa domain pada tabel berikut ini:

Tabel 3.25 Analisa Domain Para Penjaja Keliling

No	Draft Domain	Analisa
1	Jenis pedagang yang terdapat di dalam Pasar Blimbing	Para penjaja keliling yang ada di Pasar Blimbing merupakan para Mlijo yang daerah pemasarannya tidak jauh dari daerah Pasar.
2	Ruang yang digunakan oleh pedagang pasar tradisional (dalam hal ini tempat usaha)	<p>Mereka datang dengan membawa sepeda motor lengka dengan keranjang dan parkir di halaman parkir dekat dengan pintu gerbang sebelah barat dan timur. Dan menggunakan ruang sebesar 10% dari luas pasar.</p> 
3	Terbentuknya ruang pasar tradisional	Mereka menempati halaman parkir sehingga membentuk ruang sendiri, biasanya mereka meninggalkan barang belanjaan tanpa merasa takut kehilangan.
4	Alasan berdagang di pasar blimbing dan status tempat usaha yang mereka tempati.	Para penjaja keliling atau biasa disebut mlinjo, memilih berbelanja di Pasar Blimbing karena lokasi dekat dengan daerah pemasaran juga harganya kurang lebih sama dengan pasar lainnya. Mereka membeli langsung kepada para petani maupun tengkulak karena harga yang jauh lebih murah .
5	Hubungan lokasi berdagang dengan tetangga sebelah kiri-kanan, depan dan belakang.	Adanya hubungan yang baik antara penjaja keliling terhadap tukang parkir dan para langganan. Misalnya terhadap langganan karena faktor kedekatan emosional sebagai pelanggan biasanya tidak terjadi penawaran oleh pembeli karena percaya penjual telah memberi harga yang baik. Sedangkan terhadap tukang parkir, yakni menjagakan barang dagangan yang telah mereka beli dan ditaruh di kendaraan mereka.

Bersambung....

Lanjutan tabel 3.25...

No	Draft Domain	Analisa
6	Pola peralihan barang dan jasa	<p>Pola peralihan barang dan jasa dari para pemilik toko adalah langsung membeli kepada para tengkulak kedua yang berdagang pada subuh hari, sehingga mendapatkan harga yang lebih murah.</p>  <p>Ket : I = petani II = tengkulak III= penjaja keliling</p>
7	Penempatan lokasi berdagang	Penempatan lokasi berdagang, mereka menempati lokasi yang telah disediakan oleh pengelola pasar.
8	Urutan/tahapan memilih lokasi berdagang	Tahapan dalam memilih lokasi berdagang, yaitu lokasi strategis dekat dengan konsumen.
9	Hal yang membedakan antara pedagang yang satu dengan pedagang yang lain.	Yang membedakan antara para mlijo adalah biasanya mereka mempunyai langganan masing-masing dalam membeli maupun memasarkan hasil dagangan mereka.

Sumber : Hasil Analisa 2010

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa para penjaja keliling lebih banyak menggunakan ruang yang dekat dengan ruang parkir. Untuk lebih jelasnya mengenai hal-hal kontras yang terjadi pada peran penjaja keliling secara struktural maupun secara fungsional (yang terjadi di lapangan).

Tabel 3.26 Analisa Komponensial Para Penjaja Keliling

Domain Pedagang		Analisis Komponensial	
Sub Domain Pedagang yang Terdapat di Pasar Blimbing		Fungsional	Struktural
Jenis Pedagang	Para Penjaja Keliling	<p>Pedagang yang membeli barang dagangan mereka dari bakul dan menjajakannya ke rumah-rumah penduduk di desa maupun di kota.</p> <p>Para penjaja keliling atau biasa disebut mlinjo, memilih berbelanja di Pasar Blimbing karena lokasi dekat dengan daerah pemasaran juga harganya kurang lebih sama dengan pasar lainnya. Mereka membeli langsung kepada para petani maupun tengkulak karena harga yang jauh lebih murah.</p>	<p>Bahwa penjaja keliling bertindak sebagai pengecer yang menjual barang dagangan mereka langsung kepada konsumen yang ada di rumah-rumah penduduk.</p>

Sumber : Hasil Analisa 2010

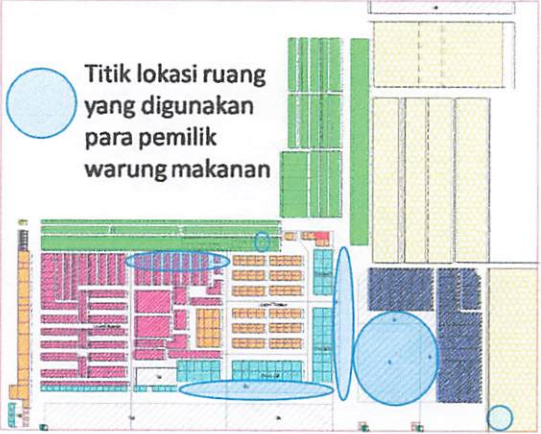
Dari tabel di atas diketahui bahwa penjaja keliling atau biasa disebut mlijo di Pasar Blimbing bertindak sebagai pengecer yang membeli barang

dagangan dari para distributor kemudian dijual kembali kepada konsumen yang berada di perumahan penduduk. Jadi pedagang keliling itu dapat membantu pendapatan pasar karena mereka tidak mungkin bisa belanja di swalayan yang tidak buka pada subuh hari dan tidak melayani pedagang eceran.

3.4.8. Pemanfaatan Ruang Pasar Oleh Para Pemilik Warung Makanan


Pemanfaatan ruang oleh pemilik warung makanan dapat dilihat berdasarkan analisa domain pada tabel berikut ini:

Tabel 3.27 Analisa Domain Para Pemilik Warung Makanan

No	Draft Domain	Analisa
1	Jenis pedagang yang terdapat di dalam Pasar Blimbing	Para pemilik warung makanan yang ada di Pasar Blimbing merupakan pedagang warung nasi, warung minuman, dan pedagang makanan & minuman dengan menggunakan gerobak seperti gerobak bakso, gerobak es campur, dan lain-lain.
2	Ruang yang digunakan oleh pedagang pasar tradisional (dalam hal ini tempat usaha)	Para pemilik warung nasi dan minuman, mereka menempati ruang bagian belakang pasar, sedangkan pemilik gerobak makanan mereka memilih berdagang di sepanjang koridor jalan masuk pasar dekat dengan parkir-parkir yang ada dengan maksud mendekati pelanggan. Dan menggunakan ruang sebesar 30% dari luas pasar. 
3	Terbentuknya ruang pasar tradisional	Mereka saling berjajar dalam menempati suatu ruang dekat dengan pintu gerbang dan koridor jalan.
4	Alasan berdagang di pasar blimbing dan status tempat usaha yang mereka tempati.	Karena keahlian yang dimiliki dan tuntutan hidup dan status tempat adalah menyewa dari dinas pasar dengan biaya sewa sebesar Rp. 1000,-
5	Hubungan lokasi berdagang dengan tetangga sebelah kiri-kanan, depan dan belakang.	Hubungan sesama para pedagang lainnya di Pasar Blimbing, dimana mereka saling berinteraksi dan bekerjasama dalam jual beli barang dagangan mereka masing-masing.

Bersambung....

Lanjutan tabel 3.27....

No	Draft Domain	Analisa
6	Pola peralihan barang dan jasa	<p>Pola peralihan barang dan jasa dari para pemilik warung makanan adalah langsung membeli bahan makanan di pasar Blimbing kepada para pedagang tetangganya.</p>  <p>Ket : I = produsen II = konsumen</p>
7	Penempatan lokasi berdagang	Penempatan lokasi berdagang di bagian selatan pasar dimana mereka dapat dengan leluasa melayani para pelanggan baik itu pembeli maupun pedagang lainnya yang sedang beristirahat.
8	Urutan/tahapan memilih lokasi berdagang	Tahapan dalam memilih lokasi berdagang, pertama lokasi strategis dekat dengan konsumen, kemudian dekat dengan koridor jalan utama maupun pintu gerbang pasar.
9	Hal yang membedakan antara pedagang yang satu dengan pedagang yang lain.	Yang membedakan antara para pemilik warung makanan yang satu dengan yang lainnya adalah jenis dagangan yang dijual dan alat dagang yang mereka gunakan.

Sumber : Hasil Analisa 2010

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa para pemilik warung makanan lebih banyak menggunakan ruang yang dekat dengan ruang dekat dengan pintu gerbang dan koridor jalan untuk mendekati para konsumen. Untuk lebih jelasnya mengenai hal-hal kontras yang terjadi pada peran pemilik warung makanan secara struktural maupun secara fungsional (yang terjadi di lapangan).

Tabel 3.28 Analisa Komponensial Para Pemilik Warung Makanan

Domain Pedagang		Analisis Komponensial	
Sub Domain Pedagang yang Terdapat di Pasar Blimbing		Fungsional	Struktural
Jenis Pedagang	Para Pemilik warung makanan	Pedagang yang membuat barang produksi dalam pasar seperti halnya makanan dan minuman dibuat dan dipasarkan dalam pasar.	Para pemilik warung makanan disini bertindak sebagai produsen yang melayani langsung konsumen, tidak ada perantara. Mereka mengolah bahan produksi sendiri untuk dijual langsung kepada konsumen.

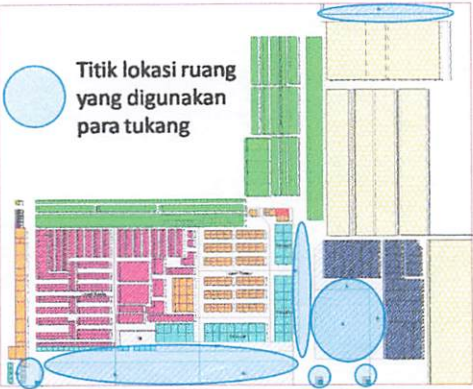

Sumber : Hasil Analisa 2010

Dari tabel di atas diketahui bahwa pemilik warung makanan di Pasar Blimbing bertindak sebagai produsen yang melayani langsung konsumen, tidak ada perantara.

3.4.9. Pemanfaatan Ruang Pasar Oleh Para Tukang

Pemanfaatan ruang oleh para tukang dapat dilihat berdasarkan analisa domain pada tabel berikut ini:

Tabel 3.29 Analisa Domain Para Tukang

No	Draft Domain	Analisa
1	Jenis pedagang yang terdapat di dalam Pasar Blimbing	Para tukang yang terdapat di Pasar Blimbing terdiri dari tukang parkir, tukang sol sepatu, tukang becak.
2	Ruang yang digunakan oleh pedagang pasar tradisional (dalam hal ini tempat usaha)	<p>Halaman parkir yang ada di pasar Blimbing (parkir barat, parkir utara, parkir timur, dan parkir selatan), koridor jalan, serta di setiap titik pintu gerbang pasar. Dan menggunakan ruang sebesar 35% dari luas pasar.</p> 
3	Terbentuknya ruang pasar tradisional	Mereka menempati lokasi dekat dengan konsumen, seperti tukang parkir bekerja di halaman parkir yang terdapat di Pasar Blimbing, tukang becak menempati lokasi dekat dengan pintu gerbang.
4	Alasan berdagang di pasar blimbing dan status tempat usaha yang mereka tempati.	Karena tuntutan hidup dan keahlian yang dimiliki, status tempat adalah menyewa dari dinas pasar.
5	Hubungan lokasi berdagang dengan tetangga sebelah kiri-kanan, depan dan belakang.	Hubungan sesama para tukang saling mendukung begitu juga hubungan dengan para pedagang lainnya di Pasar Blimbing, dimana mereka saling berinteraksi dan bekerjasama dalam distribusi barang.
6	Pola peralihan barang dan jasa	<p>Pola peralihan barang dan jasa dari para tukang adalah dari para tukang langsung kepada konsumen tanpa melalui perantara.</p>  <p>Ket : I = para tukang II= konsumen (baik pedagang maupun pembeli di pasar Blimbing)</p>

Bersambung....

Lanjutan tabel 3.29....

No	Draft Domain	Analisa
7	Penempatan lokasi berdagang	Penempatan lokasi berdagang, hanya membutuhkan tempat yang cukup dengan barang yang mereka bawa, misal tukang sol hanya membawa meja kecil berukuran 1x1 m, sedangkan tukang becak membutuhkan tempat yang kiranya cukup untuk menaruh becak mereka, biasanya dekat dengan pintu gerbang.
8	Urutan/tahapan memilih lokasi berdagang	Tahapan dalam memilih lokasi berdagang, pertama lokasi strategis dekat dengan konsumen baik itu pedagang lainnya maupun pembeli, kemudian dekat dengan koridor jalan utama maupun pintu gerbang pasar.
9	Hal yang membedakan antara pedagang yang satu dengan pedagang yang lain.	Yang membedakan antara para tukang adalah tugas tukang parkir, selain menjadi tukang parkir mereka juga merangkap sebagai jasa buruh angkut.

Sumber : Hasil Analisa 2010

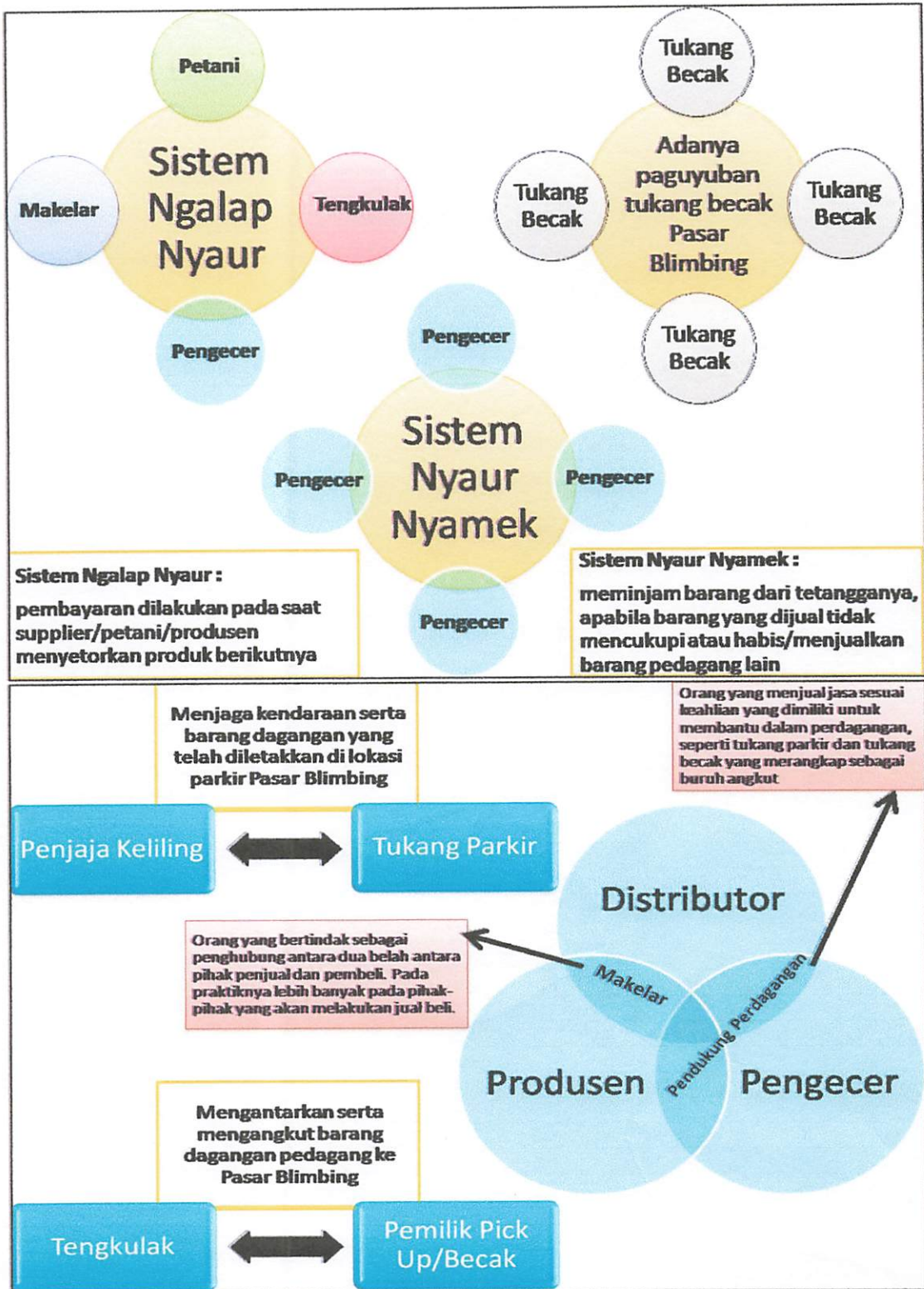
Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa para tukang lebih banyak menggunakan ruang yang dekat dengan ruang parkir dan pintu gerbang pasar. Untuk lebih jelasnya mengenai hal-hal kontras yang terjadi pada para tukang secara struktural maupun secara fungsional (yang terjadi di lapangan).

Tabel 3.30 Analisa Komponensial Para Tukang

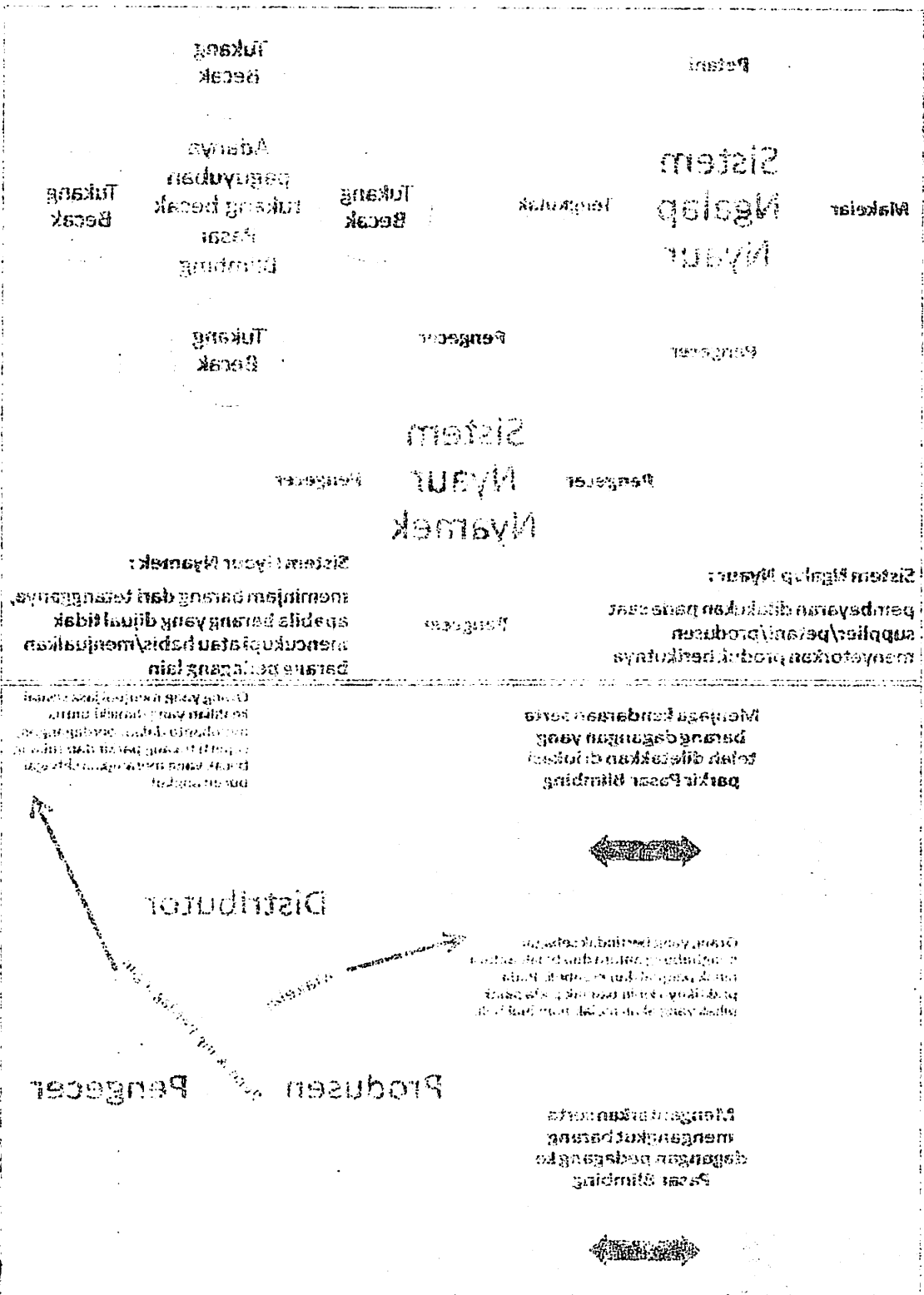
Domain Pedagang		Analisis Komponensial	
Sub Domain Pedagang yang Terdapat di Pasar Blimbing		Fungsional	Struktural
Jenis Pedagang	Para Tukang	<p>Para tukang jasa merupakan pedagang yang menjual jasa sesuai keahlian yang dimiliki.</p> <div style="text-align: center;"> <pre> graph TD A[Tukang Parkir] --> B[Jaga Parkir] </pre> </div>	<p>Bahwa tukang jasa yang ada di pasar Blimbing seperti tukang parkir merangkap sebagai buruh jasa yang mengangkut barang dagangan para pedagang. Mereka bertindak sebagai pendukung dalam perdagangan.</p> <div style="text-align: center;"> <pre> graph TD A[Tukang Parkir] --> B[Jaga Parkir] B --> C[Buruh angkut] C --> D[Jaga Barang Dagangan] </pre> </div>

Sumber : Hasil Analisa 2010

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa tukang jasa yang ada di Pasar Blimbing seperti tukang parkir merangkap sebagai buruh jasa yang mengangkut barang dagangan para pedagang. Mereka bertindak sebagai pendukung dalam perdagangan. Untuk lebih jelasnya mengenai hubungan keterkaitan antar pedagang dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 3.13 Hubungan Keterkaitan Antar Pedagang Di Pasar Blimbing

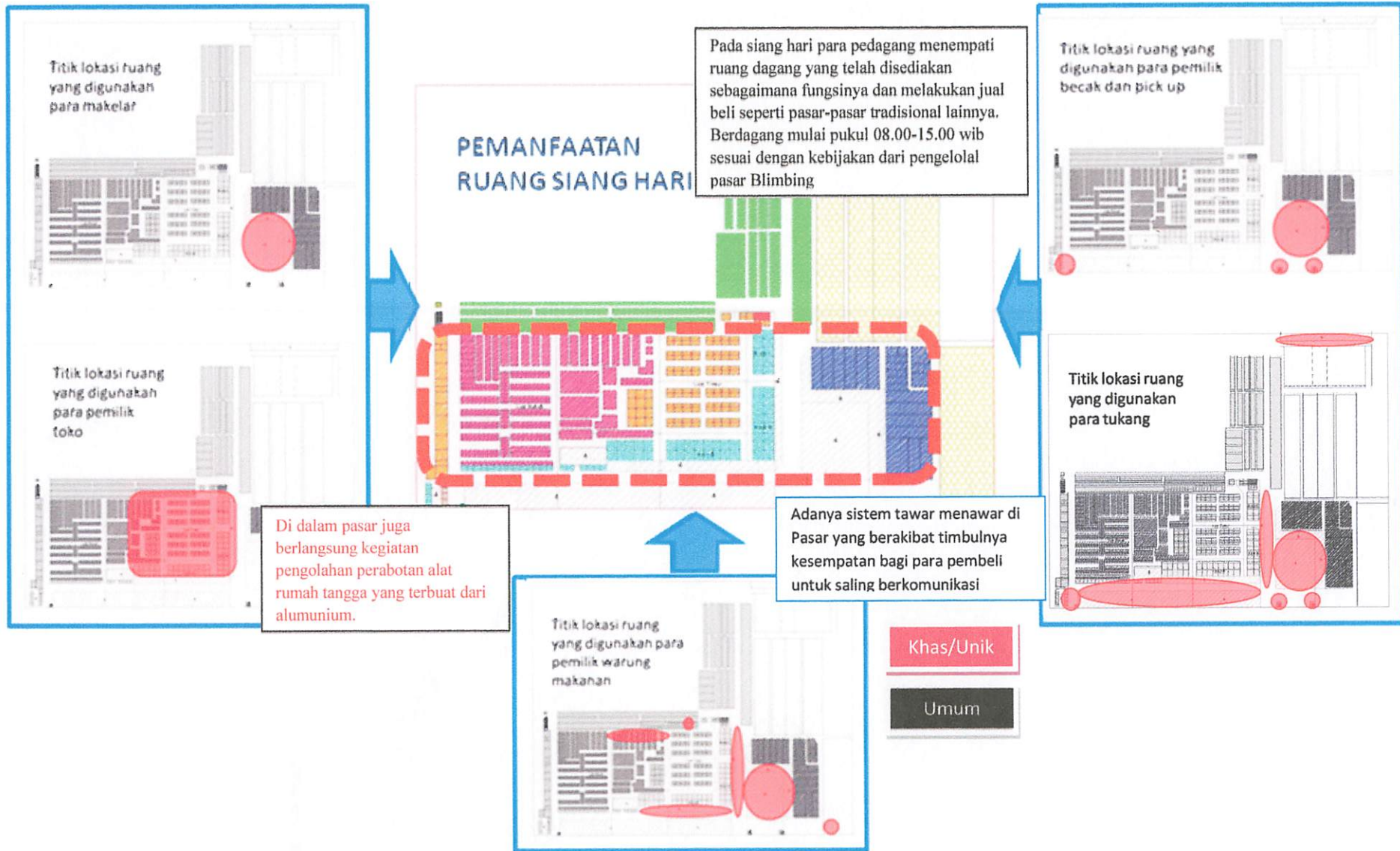


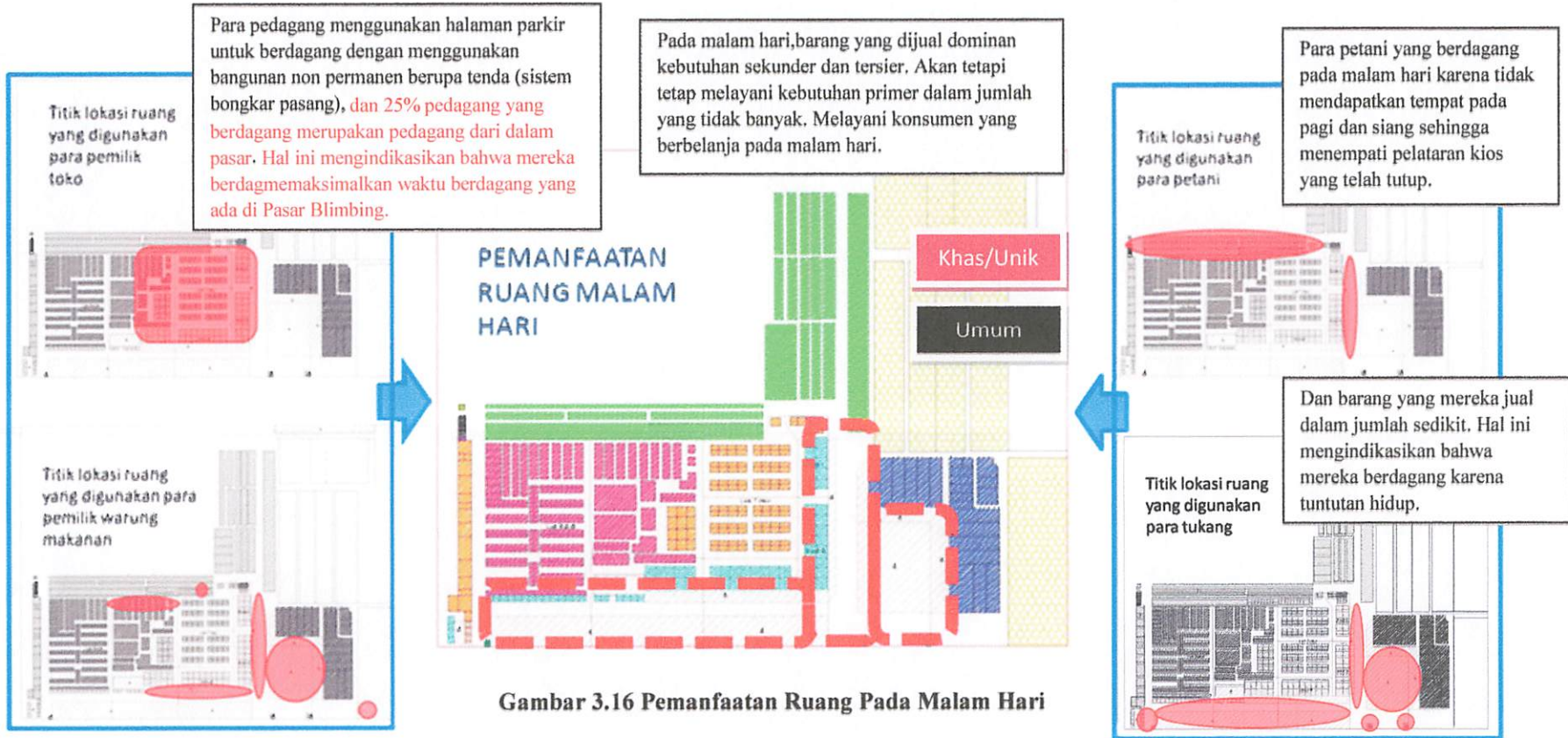
Gambar 1.15. Hubungan anatomi dan fisiologi sistem syaraf dan tulang beak.

Gambar 3.14 Pemanfaatan Ruang Pada Pagi Hari



Gambar 3.15 Pemanfaatan Ruang Pada Siang Hari





Gambar 3.16 Pemanfaatan Ruang Pada Malam Hari

Berdasarkan pemanfaatan ruang oleh pedagang di Pasar Blimbing pada waktu pagi, siang dan malam hari, terkait dengan fenomena yang terjadi pada pasar tradisional umumnya, maka dapat dilihat hubungan antara karakter pedagang, aktivitas pedagang, serta aktivitas pasar di Pasar Blimbing yang menjelaskan fenomena-fenomena yang ada di Pasar Tradisional yang membedakannya dengan Pasar Modern.

Tabel 3. 31 Matriks Hubungan Antara Karakter Pedagang, Aktivitas Pedagang dan Aktivitas Pasar

	Karakter Pedagang	Aktivitas Pedagang	Aktivitas Pasar
Karakter pedagang		Dari sisi karakter masyarakat Jawa yang sosialis dan ramah sehingga adu-tawar penjual dan pembeli tidak melulu mempersoalkan mahal atau murahnya sebuah barang, pembeli dengan bebas bertanya asal-usul barang dagangan, termasuk sumber pasokan dan kualitas barangnya yang dalam istilah bahasa Jawa dikenal dengan mesisan nembung (sekalian berbicara).	Bagi masyarakat Jawa, mereka mengenal pepatah yaitu, "Tuna satak bathi sanak" yang artinya rugi uang, tapi mendapatkan saudara. Dengan peribahasa tersebut, masyarakat Jawa tidak hanya mengejar keuntungan semata, tetapi juga hubungan kekeluargaan kalau dapat dibina terus.
Aktivitas Pedagang	Pasar tradisional dapat memperlihatkan budaya pergaulan masyarakat Jawa khususnya wanita Jawa, wanita berdagang hingga sore hari karena adanya pembatasan gerak dan waktu bagi para wanita Jawa		Adanya orang-orang yang datang dari satu desa ke desa lain untuk berdagang di hari-hari pasar sehingga adanya hari pasar
Aktivitas Pasar	Jika dilihat dari kacamata budaya pemanfaatan waktu, budaya asli masyarakat Jawa tidak pemalas	Adanya sistem tawar menawar yang yang dalam bahas Jawa dikenal dengan "nyang-nyangan", berakibat timbulnya kesempatan bagi para pembeli untuk saling berkomunikasi. Kemudian ada sistem nyaur nyamek maupun ada sistem pembayaran yang dikenal dengan istilah "ngalap nyaur", yaitu pembayaran dilakukan pada saat supplier/petani/produsen menyetorkan produk berikutnya.	

Sumber : Hasil Analisa 2010

Pasar bagi masyarakat Jawa tidak hanya dianggap sebagai tempat jual beli saja, tetapi pasar juga dianggap sebagai tempat interaksi sosial, bertemunya masyarakat, saling berkomunikasi yang dalam istilah bahasa Jawa dikenal dengan **mesisan nembung** (sekalian berbicara). Bagi masyarakat Jawa, mereka mengenal pepatah yaitu, **“Tuna satak bathi sanak”** yang artinya rugi uang, tapi mendapatkan saudara. Dengan peribahasa tersebut, masyarakat Jawa tidak hanya mengejar keuntungan semata, tetapi juga hubungan kekeluargaan kalau dapat dibina terus. Kenapa ini bisa terjadi, karena di pasar ada kesempatan bagi para pembeli dan penjual untuk saling tawar menawar yang dalam bahasa Jawa dikenal dengan **“nyang-nyangan”**, berakibat timbulnya kesempatan untuk saling berkomunikasi.

Dalam tawar menawar dikenal istilah rasan **“membujuk-bujuk orang lain agar mengabdikan permintaannya”**, dimana para pembeli menawar harga atau meminta bonus untuk barang yang dibelinya kepada para pedagang pasar.

Jika dibandingkan dengan pasar modern atau Supermarket, Mall, Waralaba, Mini Market dan sebagainya kesempatan untuk tawar menawar yang akan menimbulkan sebuah proses untuk berkomunikasi tidak ada. Mereka hanya tinggal mengambil barang yang sudah ada label harga dan kemudian membayarnya di kasir, itu saja. Dari sisi karakter kita dapat melihat bahwa budaya sebenarnya masyarakat Jawa itu adalah masyarakat yang sosialis dan ramah.

Jika dilihat dari kaca mata budaya pemanfaatan waktu, pasar tradisional akan memperlihatkan sebuah identitas budaya masyarakat Jawa sesungguhnya. Di pasar tradisional aktivitas sudah dimulai sejak dini hari atau waktu subuh, sedangkan pasar modern yang kini membanjiri kota-kota besar di Jawa dan sekarang mulai menyerbu Kota Malang, aktivitas atau jam buka baru dimulai sekitar pukul sembilan sampai sepuluh pagi. Dari perbandingan ini terlihat bahwa budaya asli masyarakat Jawa sebenarnya tidak pemalas, mereka sudah beraktivitas di pagi hari betul, sedangkan pasar modern yang notabene berasal dari barat menunjukan bahwa sebenarnya budaya mereka adalah budaya malas untuk melakukan aktivitas di pagi hari.

Dari dua identitas budaya diatas, pasar tradisional juga dapat memperlihatkan budaya pergaulan masyarakat Jawa, khususnya wanita Jawa. Pasar tradisional akan mengakhiri aktivitasnya pada siang atau sore hari. Sedangkan pasar modern akan tutup pada pukul sembilan sampai sepuluh malam. Dengan jam tutup pasar modern tersebut, para perempuan dapat beraktivitas dan pulang pada larut malam. Padahal dalam masyarakat Jawa mengenal pameo “Wong wedok wis bengi isih dolan, ora elok!”. Kearifan lokal atau *The Local Wisdom* itu jangan diartikan sebagai pembatasan gerak dan waktu bagi para perempuan Jawa. Justru budaya atau kearifan lokal tersebut menunjukkan bahwa para perempuan Jawa begitu diperhatikan dan dijaga.

Dari segi budaya penetapan skala prioritas, pasar tradisional adalah tempat bagi orang yang memang betul-betul membutuhkan barang atau makanan yang akan dibeli karena memang barang atau makanan tersebut betul-betul mereka butuhkan. Calon pembeli di pasar tradisional juga tidak harus bersusah payah untuk menginventarisasi kebutuhan yang akan dibelinya terlebih dahulu, karena ada kebebasan untuk memilih antara meneruskan transaksi atau tidak, sesuai perjanjian. Seandainya pembeli merasa kurang puas, sewaktu-waktu ia bisa mengembalikan barang yang dibelinya tersebut kepada pedagang, tentu dengan persetujuan terlebih dulu. Dari sini kita bisa melihat adanya budaya saling menghormati dalam rangka mewujudkan kerukunan. Nilai inilah yang tidak kita dapati di pasar modern.

BAB IV

PENUTUP

Bagian penutup ini akan menyajikan suatu kesimpulan dari tahapan pembahasan sebelumnya yang telah dilakukan mulai dari pendahuluan, gambaran lokasi studi, analisa pemanfaatan ruang, serta konsep pemanfaatan ruang pasar Blimbing. Selanjutnya akan ditambahkan dengan rekomendasi yang diharapkan mampu memberikan pertimbangan dalam proses lebih lanjut mengenai pemanfaatan ruang pasar tradisional berdasarkan aktivitas pasar serta karakter dan aktivitas pedagang di Pasar Blimbing Kota Malang. Untuk lebih jelas mengenai kesimpulan maupun rekomendasi, akan dijabarkan dalam sub bab berikut ini.

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisa, maka dapat ditarik kesimpulan akhir mengenai pemanfaatan ruang oleh karakteristik pedagang, aktivitas pasar dan pedagang di Pasar Blimbing Kota Malang. Dalam hal ini, ditarik kesimpulan berdasarkan analisa karakteristik pedagang, aktivitas pasar dan pedagang, serta ruang yang terbentuk akibat pemanfaatan ruang adalah sebagai berikut:

1. Karakteristik pedagang dalam pemanfaatan ruang di Pasar Blimbing dipengaruhi oleh adanya motivasi berdagang. Dimana motivasi berdagang oleh pedagang pasar di pengaruhi oleh beberapa faktor, sebagai berikut:
 - a. Jenis pedagang didominasi oleh pengecer
 - b. Jenis barang dagangan didominasi karakter dagangan kotor, bau, dan basah
 - c. Asal pedagang didominasi oleh pedagang luar daerah
 - d. Alasan berdagang karena tuntutan hidup
 - e. Tingkat pendidikan yang rendah
 - f. Frekuensi berdagang berlangsung lama

Sehingga pedagang memanfaatkan ruang yang tidak sesuai dengan fungsinya seperti koridor jalan pasar dan halaman parkir pasar dengan pertimbangan lokasi strategis dan biaya sewa yang murah.



Gambar 4.1 Karakteristik Pedagang Pasar Blimbing

2. Aktivitas Pasar Dan Pedagang

Pemanfaatan ruang di pasar Blimbing dipengaruhi oleh adanya aktivitas pasar dan pedagang.

a. Aktivitas pasar dipengaruhi oleh :

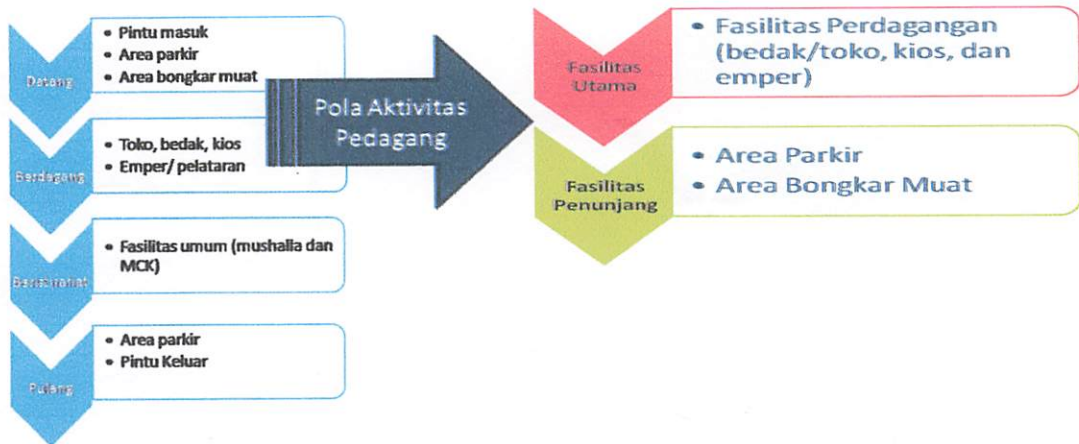
- Arus barang dan jasa : barang berasal dari luar Kota Malang dan distribusi barang yang terjadi di Pasar Blimbing lebih banyak melalui perantara.
- Rotasi pasar : dipengaruhi oleh waktu, jenis kegiatan dan jenis barang dagangan, sehingga terjadi pemanfaatan ruang secara temporer pada pasar Blimbing.
- Tingkat dan persaingan jual beli : cukup ketat tetapi masih terdapat iklim kerjasama.



Gambar 4.2 Pola Aktivitas Pasar Blimbing

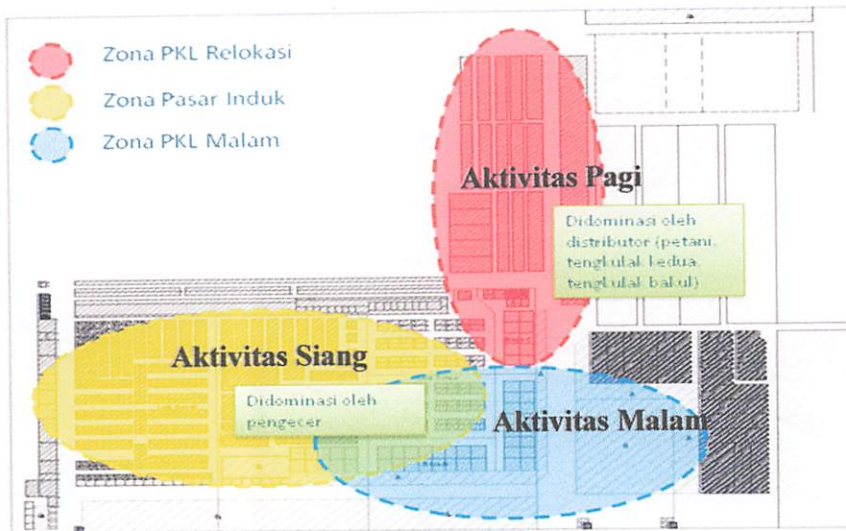
b. Aktivitas pedagang yang terdiri dari kegiatan berdagang, istirahat, dan pulang pergi, maka mereka menggunakan ruang yang ada. Sehingga pola aktivitas pedagang dipengaruhi oleh fasilitas utama dan fasilitas penunjang yang ada di Pasar Blimbing.

- Fasilitas utama yang paling sering digunakan adalah fasilitas perdagangan (bedak/kios, los, dan emper) karena motivasi mereka adalah berdagang.
- Fasilitas penunjang yang sering digunakan berupa area parkir dan bongkar muat, karena kedua tempat selain dapat digunakan sebagai lokasi memarkir kendaraan dan kegiatan bongkar muat, juga sebagai lokasi berdagang pada waktu tertentu.

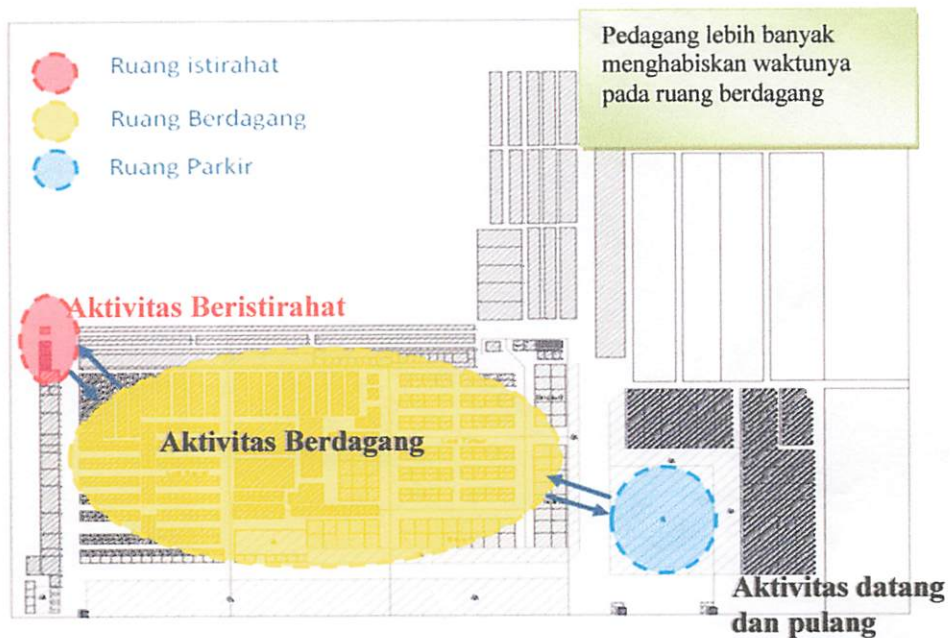


Gambar 4.3 Pola Aktivitas Pedagang

3. Ruang yang terbentuk dipengaruhi oleh adanya rotasi waktu dan motivasi yang berbeda dari setiap pedagang. Dimana adanya pemanfaatan ruang secara permanen dan temporer oleh pedagang pasar sehingga ruang dan waktu pada pasar Blimbing menjadi maksimal.



Gambar 4.4 Ruang Yang Terbentuk Akibat Aktivitas Pasar Blimbing



Gambar 4.5 Ruang Yang Terbentuk Akibat Aktivitas Pedagang Pasar Blimbing

4. Konsep Pemanfaatan Ruang Pasar Tradisional

Di pasar Blimbing masih terdapat sembilan jenis pedagang, ditemukan jenis pedagang yang secara struktural sedikit berbeda seperti yang dikatakan dalam teori Koenjaraningrat mengenai sembilan jenis pedagang yang terdapat di Pasar Tradisional Jawa, seperti berikut:

- a. petani tidak hanya orang yang bekerja di sawah melainkan orang yang membuat bahan mentah menjadi bahan jadi (bertindak sebagai produsen), seperti penjual tape singkong (yang mengolah hasil pertanian sendiri untuk dijual langsung kepada konsumen di Pasar Blimbing)
- b. tidak terdapat pemilik pedati dan opelet, akan tetapi terdapat para pemilik becak dan pick up yang kendaraan mereka digunakan dalam distribusi barang dan jasa di pasar.
- c. Para tukang jasa seperti tukang parkir dan tukang becak merangkap sebagai buruh angkut pasar serta menjagakan barang dagangan para pedagang.

Pemanfaatan ruang pasar Blimbing oleh masing-masing pedagang yang ada di pasar menyebabkan adanya pembagian 3 sesi waktu pasar, adalah sebagai berikut:

- a. Ruang pada pagi hari terbentuk oleh adanya pemanfaatan ruang berdasarkan aktivitas pasar serta karakter dan aktivitas pedagang yang terdiri dari (para petani, para tengkulak bakul, para tengkulak kedua, para makelar, para penjaja keliling, pemilik becak dan pick, dan para tukang).
- b. Ruang pada siang hari terbentuk oleh adanya pemanfaatan ruang berdasarkan aktivitas pasar serta karakter dan aktivitas pedagang yang terdiri dari (para makelar, para pemilik toko, pemilik warung makanan, pemilik becak dan pick, dan para tukang).
- c. Ruang pada malam hari terbentuk oleh adanya pemanfaatan ruang berdasarkan aktivitas pasar serta karakter dan aktivitas pedagang yang

terdiri dari (para petani, para pemilik toko, pemilik warung makanan, dan para tukang)

Adanya kegiatan yang dilakukan oleh para pedagang pada ruang yang sama dan waktu yang berbeda, sehingga terjadinya kegiatan pada suatu ruang pusat kegiatan sangat tergantung pada waktu dan masing-masing ruang mempunyai ciri waktu kegiatan yang berbeda dengan yang lainnya.

Pembagian tiga sesi waktu pemanfaatan ruang pasar Blimbing disebabkan oleh adanya pemanfaatan ruang oleh pedagang secara permanen dan temporer (yakni perubahan fungsi ruang dari ruang semi publik maupun publik menjadi ruang privat). Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa pemanfaatan ruang di Pasar Blimbing menjadikan ruang dan waktu menjadi maksimal, melibatkan banyak peran pedagang serta suasana pasar menjadi hidup selama 24 jam.

Tabel 4.1 Matriks Hubungan Ruang, Waktu dan Kegiatan oleh Pelaku Pasar Blimbing

	Ruang	Waktu	Kegiatan	Pelaku
Ruang		<ul style="list-style-type: none"> • Pasar Pagi • Pasar Siang • Pasar Malam 	Adanya pemanfaatan ruang secara temporer	<ul style="list-style-type: none"> • Pedagang menetap menempati bangunan permanen • Pedagang tidak menetap menempati bangunan non permanen
Waktu	<ul style="list-style-type: none"> • Zona PKL Relokasi • Zona Pasar Induk • Zona PKL Malam 		<ul style="list-style-type: none"> • Berdagang, Parkir, dan bongkar muat • Berdagang, Parkir, dan bongkar muat • Berdagang dan parkir 	<ul style="list-style-type: none"> • Pagi : didominasi oleh distributor • Siang : didominasi oleh pengecer • Malam : didominasi oleh pengecer
Kegiatan	<ul style="list-style-type: none"> • Pemanfaatan Ruang Makro • Pemanfaatan Ruang Mikro 	Adanya perubahan fungsi ruang dari publik ke privat		<ul style="list-style-type: none"> • Produsen • Distributor • Pengecer • Pendukung dalam perdagangan
Pelaku	<ul style="list-style-type: none"> • Ruang Parkir dan Bongkar Muat • Ruang Berdagang • Ruang Istirahat 	<ul style="list-style-type: none"> • Diperuntukan bagi pedagang PKL khusus pedagang sayur dan jajanan khas • Diperuntukan bagi pedagang toko, kios, dan los • Diperuntukan bagi pedagang tenda 	<ul style="list-style-type: none"> • Sistem Jual Beli • Sistem Sosial • Sistem Kebersihan dan Keamanan 	



PASAR TRADISIONAL TEMPAT BERTEMUNYA TANDA-TANDA BUDAYA YANG DIKEMAS DENGAN KONSEP LAMA DALAM ARTI TRADISIONAL SEBAGAI RUMAH BUDAYA

Pasar tradisional dapat memperlihatkan budaya pergaulan masyarakat Jawa khususnya wanita Jawa, wanita berdagang dari pagi hingga sore hari karena adanya pembatasan gerak dan waktu bagi para wanita Jawa

Bagi masyarakat Jawa, mereka mengenal pepatah yaitu, "Tuna satak bathi sanak" yang artinya rugi uang, tapi mendapatkan saudara. Dengan peribahasa tersebut, masyarakat Jawa tidak hanya mengejar keuntungan semata, tetapi juga hubungan kekeluargaan kalau dapat dibina

Adanya orang-orang yang datang dari satu desa ke desa lain untuk berdagang di hari-hari pasar sehingga adanya hari-hari pasar, Di Pasar Blimbing berlangsung setiap hari

Terdapat sistem nyaur nyamek maupun nyaur ngalap

Ruang yang paling sering digunakan adalah ruang parkir sebagai lokasi parkir, lokasi berdagang, dan lokasi bongkar muat. Hal ini mengindikasikan bahwa pedagang dalam memilih lokasi menginginkan kemudahan pencapaian (aksesibilitas).

Digunakan selama 17 jam dengan pemanfaatan ruang sebanyak 2 kali, yaitu:
 a. Pagi : berdagang dengan jenis barang dagangan sayuran
 b. Siang : berdagang dengan jenis barang dagangan sayur dan sembako

Digunakan selama 24 jam dengan pemanfaatan ruang sebanyak 3 kali, yaitu:
 a. Pagi : berdagang, parkir dan bongkar muat
 b. Siang : parkir dan bongkar muat
 c. Malam : parkir dan berdagang

Price	<ul style="list-style-type: none"> • Harga lebih murah • Harga bisa ditawar
Product	<ul style="list-style-type: none"> • Menyediakan produk lebih segar • Menawarkan beragam produk segar • Menyediakan segala yang diperlukan
Place	<ul style="list-style-type: none"> • Lokasi dekat dengan rumah
Service	<ul style="list-style-type: none"> • Suasana yang hidup dan Ramai • Buka dari pagi hari • Pembeli dalam jumlah yang fleksibel

Digunakan selama 24 jam dengan pemanfaatan ruang sebanyak 3 kali, yaitu:
 a. Pagi : berdagang, parkir dan bongkar muat
 b. Siang : parkir dan bongkar muat
 c. Malam : berdagang dengan menggunakan tenda (sistem bongkar pasar)

Khas/Unik
Umum

Dari sisi karakter masyarakat Jawa yang sosialis dan ramah sehingga adu-tawar penjual dan pembeli tidak melulu mempersoalkan mahal atau murahnya sebuah barang, pembeli dengan bebas bertanya asal-usul barang dagangan, termasuk sumber pasokan dan kualitas barangnya, istilah orang Jawa "mesisan nembuno"

Gambar 4.6 Konsep Pemanfaatan Ruang Pasar Blimbing Kota Malang

Sebagai *public space* (ruang publik) -meminjam istilah Habermas- pasar tradisional kadang terkesan semrawut. Karenanya, upaya untuk memperbaiki kondisi seperti itu secara struktural juga harus ditempuh, agar eksistensi pasar tradisional tidak tergerus oleh pasar modern yang dicirikan dengan kebebasan, pragmatisme dan individualisme (S. Takdir Alisjahbana: 1988).

Selain itu, untuk menghindari membesarnya celah sosial dan ekonomi masyarakat akibat mallisasi, penting kiranya tentang pewacanaan budaya secara filosofis, bukan secara ekonomis semata. Selama ini, budaya lokal hanya dipahami dalam tataran ekonomi. Buktinya, masyarakat secara luas -dan juga pemerintah- hanya mau menguri-nguri kekayaan budaya yang bersifat materi dan bernilai ekonomi.

Jadi, benar apa yang dikatakan Suwaji Bastomi (2003) bahwa kebudayaan itu tergerus bukan oleh karena artefak budayanya yang hilang, namun karena mentalitas masyarakatnya yang rendah dan inferior.

Sebab, pasar tradisional itu bukan melulu tempat transaksi penjual dan pembeli. Lebih dari itu, **pasar tradisional adalah tempat bertemunya tanda-tanda budaya.** Dari pasar tradisional, jejak budaya sebuah masyarakat bisa dilacak. Dari pasar tradisional pembangunan bisa berjalan berkesinambungan.

Interaksi kebudayaan kota dan kampung antar pedagang, pembeli, dan pengunjung pasar dari berbagai latar belakang adalah sebuah keniscayaan. Misalnya, adu-tawar penjual dan pembeli tidak melulu mempersoalkan mahal atau murahnya sebuah barang, pembeli dengan bebas bertanya asal-usul barang dagangan, termasuk sumber pasokan dan kualitas barangnya.

Pasar tradisional merupakan tempat penjual dan pembeli saling bertukar pendapat. **Di kemas dalam konsep lama, dalam arti tradisional sebagai rumah budaya.**

4.2 Rekomendasi

Penelitian dengan tema ini membutuhkan beberapa tindakan dan studi lanjutan. Untuk tindakan berikut yang dapat dilakukan seperti :

- a. Adanya pemanfaatan ruang permanen dan temporer pada ruang publik oleh pedagang, dimana Pasar Tradisional tidak memiliki ruang kosong, karena semua ruang dimanfaatkan untuk berdagang, maka perlunya kajian terhadap karakter dan atribut ruang publik pada pasar tradisional.
- b. Adanya pemanfaatan ruang secara maksimal oleh pelaku pasar yakni pasar pagi, pasar subuh, dan pasar malam, didukung adanya hubungan kekerabatan antar pedagang, maka perlu kajian mengenai pembentukan ruang akibat adanya aktivitas pasar dan pelaku pasar, baik pedagang, pembeli, maupun pengelola pasar.

Adapun studi lanjutan yang dapat dilakukan untuk melanjutkan studi yang telah ada, sebagai berikut:

- a. Karakter dan atribut ruang publik pasar tradisional
- b. Identifikasi pembentukan ruang pasar oleh aktivitas pasar dan pelaku pasar (pedagang, pembeli dan pengelola pasar

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ashihara, Yoshinobu, 1983. *Exterior Design In Architecture*. Dian Surya, Surabaya.
- Bakri Masykuri, 2003. *Metodologi Penelitian Kualitatif - Tinjauan Teoritis dan Praktis*. Lembaga Penelitian Universitas Malang-Visipres, Surabaya.
- Bungin, Burhan, 2001. *Metodologi Penelitian Sosial : Format-format Kuantitatif dan Kualitatif*. Airlangga University Press, Surabaya.
- Edward Hall, 1959, *Arsitektur dan Perilaku Manusia dalam* Laurenz, 2005. PT Gasindo, Jakarta.
- Erlangga, 2008. *Ilmu Pengetahuan Sosial*. Kelas VIII, Bab 9, Jakarta.
- Erlangga, 2006. *IPS SMP/MTs*. Kelas VIII, Bab 10, Jakarta.
- Haryadi & Setiwan B, 1995. *Arsitektur Lingkungan dan Perilaku*. P3SL Dirjen Pendidikan Tinggi Depdikbud, Yogyakarta.

Peraturan

- Presiden Negara RI, "Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 tahun 2007 Tentang Penataan dan pembinaan pasar tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern"

Tesis

- Ellu Z dalam Yuliantiningsih, 2005. *Studi Pengaruh Pasar Tradisional Terhadap Perilaku Berbelanja Masyarakat, Tugas Akhir Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota ITN Malang*.
- Fitri, 1999. *Daya Tarik Pasar Modern dan Pasar Tradisional*, Universitas Kristen Petra Surabaya.
- Ifah, Chasanah, 2007. *Keberadaan Pasar Tradisional Wage Wadaslintang, Kabupaten Wonosobo*.
- Rochmadi Nur Wahyu dalam Yoseph Fedelis, 1996. *Tugas Akhir : Evaluasi Pasca Pembangunan Pasar dalam Kaitannya Dengan Fungsi Pelayanan Fasilitas Perpasaran, Jurusan Teknik Perencanaan Wilayah dan Kota ITN Malang*.

Internet

- Arrosyadi, 2010, *Pengertian Konsep*, website www.arrosyadi.wordpress.com
- Arum, 2006, *Pendidikan Karakter*, website www.arum7p.multiply.com
- Ensiklopedi Bebas, 2009, *Bahasa Indonesia*, website www.Wikipedia.org
- Harian Kompas, 2007, *Krisis Pasar Tradisional*, website www.Kompas.com
- Kerja Sama antara INDEF dan Departemen Perdagangan RI, 2007, *Ringkasan Eksekutif, "Kajian Dampak Ekonomi Keberadaan Hypermarket terhadap Ritel/Pasar Tradisional"*, website www.indef.or.id

Rudy, 2006, Pasar Tradisional vs Pasar Modern, Jakarta, website www.hilmiarifin.com

Sumijanto, 1992, Surabaya Post, website www.petra.ac.id

Tim IWPL-Perdagangan Direktorat Jenderal Dalam Negeri Departemen Perindustrian dan Perdagangan RI, 1996, Kajian Tentang Profil Pasar/Pemetaan Pasar, Jakarta, website www.openlibrary.org

Lampiran

10001

REKAPAN HASIL WAWANCARA

Pedagang Tape Singkong:
berdagang pukul 15.00-22.00 wib, membawa langsung dari gunung kawi setiap 1 minggu/5 hari sekali, dan langsung menjual ke konsumen.

Pedagang Sayur:
asal barang dari Tumpang dan Gadang, makelar datang tiap hari, membeli dari makelar karena ongkos ke Pasar gadang mahal, berdagang di halaman parkir pasar dengan sistem bongkar pasang.

Pedagang Ayam:
berdagang sejak 13 tahun, tinggal di Kotalama, awalnya berdagang di pasar Besar, karena banyak saingan pindah ke pasar gadang, dan karena tidak nyaman akhirnya pindah ke Pasar Blimbing dan menempati halaman parkir pada pasar malam.

Pedagang Buah:
sebagai pengecer, berdagang pukul 06.00-21.00 wib, asal barang dari Blitar yang dibawa langsung dari Pasar Induk Gadang, retribusi pasar Rp.4000,- karena kios depan pasar Induk.

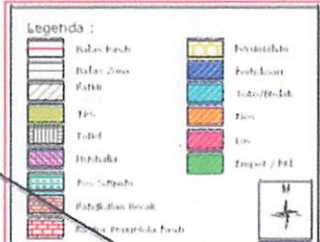
Pedagang Lupis:
berdagang sejak 35 tahun, awalnya pasar blimbing berada di Ahmad Yani (kantor PDAM sekarang), berdagang di depan pasar, dan akhirnya direlokasi pindah di belakang pasar.

Pedagang Kelapa:
berdagang sejak tahun 1980, waktu berdagang pukul 03.00-10.00 kemudian pukul 16.00-21.00, mengambil waktu ramainya pasar. retribusi pasar kalo pagi Rp. 2000,- dan sore Rp. 1000,-, tergantung jenis barang dagangan dan lama berdagang. Barang dagangan berasal dari Sumbermanjing, tiap 2 kali seminggu diantar langsung oleh juragannya.

Pedagang Tahu & tempe:
berdagang dari pukul 15.30 - 21.00 wib di halaman parkir pasar, waktu pagi juga berdagang di dalam pasar pukul 04.00-14.00 wib, asal barang dagangan dari sanan, juragan langsung mengantarkan barang ke pasar sesuai dengan pesanan tiap harinya dan sudah mendapat jatah masing-masing. berdagang sejak 20 tahun yang lalu membantu orang tua (secara turun temurun)

Pedagang sayur:
berdagang dengan menggunakan pick up di halaman parkir mobil dari pukul 05.00-15.00, dan juga mempunyai tempat dagang di dalam pasar. sehingga hanya membayar uang parkir sebesar Rp. 2000,-, barang dagangan langsung diambil dari kecamatan Tumpang

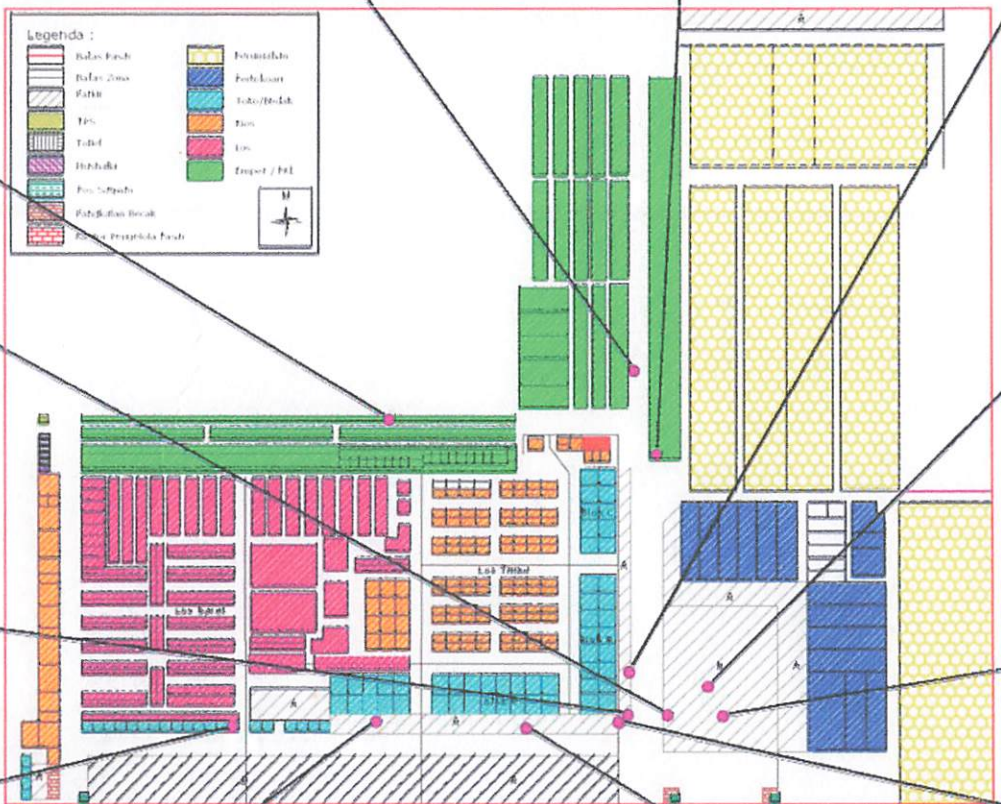
Pedagang pakaian jadi:
sebagai pengecer, berdagang pukul 15.00-21.00 wib, asal barang dari Surabaya, retribusi pasar Rp.750/stand/hari,-, berdagang di halaman parkir pasar



Tukang parkir:
sebagai pendukung dalam perdagangan, mendapat tugas jaga parkir dari pukul 15.00-21.00, sesuai dengan shift jaga parkir. merupakan penduduk asli kelurahan Blimbing.

Pedagang makanan (gerobak mie ayam):
sebagai produsen, berdagang pukul 07.00-13.00 di areal parkir Foto Pantai, kemudian pukul 13.00-18.00 wib, masuk ke halaman parkir pasar.

Pedagang Penjaja keliling / mijo:
sebagai pengecer, berbelanja di pasar Blimbing pukul 01.30-04.30 wib, daerah pemasaran sekitar Soekarno Hatta, Bunga Cokelat, & Griya Santa.





**JURUSAN TEKNIK PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG
*Jln. Bendungan Sigura-gura No.02 Malang***

**KISI-KISI
WAWANCARA PEDAGANG**

Nama Responden :
Jenis Kelamin :
Usia :
Alamat :

1. Jenis pekerjaan yang anda tekuni?
2. Daerah asal pedagang?
3. Sudah berapa lama anda berdagang?
4. Alasan mengapa anda memilih lokasi berdagang di pasar ini?
5. Jarak antara tempat bekerja dan tempat tinggal?
6. Status kepemilikan tempat berdagang yang anda tempati?
7. Berapa lama anda berdagang dalam satu hari / frekuensi berdagang?
8. Tingkat pendapatan per hari?
9. Retribusi yang dikenakan oleh Dinas Pasar?
10. Sarana jualan yang anda gunakan?
11. Tipe tempat usaha?
12. Jenis barang dagangan?
13. Asal barang dagangan? dan cara mendapatkannya?
14. Waktu puncak pasar?
15. Jenis kegiatan sosial yang ada di pasar tradisional ini?
16. Bagaimana hubungan antar pedagang berdasarkan lokasi tempat berdagang ?



**JURUSAN TEKNIK PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG
Jln. Bendungan Sigura-gura No.02 Malang**

**KISI-KISI
WAWANCARA PEDAGANG**

Nama Responden : Bu Kasih
Jenis Kelamin : Perempuan
Usia : 51 thn
Alamat : Jl. Terusan Borobudur

1. Jenis pekerjaan yang anda tekuni? *Pedagang kelapa*
2. Daerah asal pedagang? *Daerah sekitar Pasar Blimbing*
3. Sudah berapa lama anda berdagang? *30 thn*
4. Alasan mengapa anda memilih lokasi berdagang di pasar ini? *Dekat dengan rumah*
5. Jarak antara tempat bekerja dan tempat tinggal? *0,5 km*
6. Status kepemilikan tempat berdagang yang anda tempati? *Sewa bedak*
7. Berapa lama anda berdagang dalam satu hari / frekuensi berdagang? *10-12 jam, 2 kali berdagang dalam satu hari yakni pagi pukul 03.00-10.00 wib dan sore pukul 16.00-21.00 wib*
8. Tingkat pendapatan per hari? *Rp20.000 s/d Rp30.000/hari*
9. Retribusi yang dikenakan oleh Dinas Pasar? *Pagi Rp1.000/hr dan sore Rp2.000/hr*
10. Sarana jualan yang anda gunakan? *Menggunakan meja*
11. Tipe tempat usaha? *Bedak di PKL Relokasi*
12. Jenis barang dagangan? *Kelapa, daun pisang, singkong*
13. Asal barang dagangan? dan cara mendapatkannya? *Sumbermanjing, tiap 2 minggu diantar oleh juragannya.*
14. Waktu puncak pasar? *Pukul 08.00-10.00 wib*
15. Jenis kegiatan sosial yang ada di pasar tradisional ini? *arisan*
16. Bagaimana hubungan antar pedagang berdasarkan lokasi tempat berdagang ? *baik dan saling membantu*



JURUSAN TEKNIK PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG
Jln. Bendungan Sigura-gura No.02 Malang

DESAIN SURVEY
DINAS PASAR

Surveyor

Nama : Ratih Yuliandhari .AR

Nim : 05.24.035

Perihal : Pengumpulan data untuk penyusunan Tugas Akhir dengan judul "Konsep Pemanfaatan Ruang pasar tradisional berdasarkan karakter-pola aktivitas pasar dan pedagang" (Studi kasus : Pasar Blimbing, Kota Malang)

Tabel
Kebutuhan Data

No	Jenis Data	Bentuk Data				Keterangan
		Peta	Tabel	Uraian	Foto /Gambar	
1.	Lokasi, luas, dan denah pasar	v	v	v	v	Untuk mengetahui lokasi dan luas pasar
2.	Jenis barang dagangan		v	v	v	Untuk mengetahui jenis barang dagangan yang diperjualbelikan
3.	Status kepemilikan		v	v	v	Untuk mengetahui status kepemilikan pasar maupun kios yang ditempati
4.	Jenis, dimensi dan jumlah tempat usaha		v	v	v	Untuk mengetahui jenis dan jumlah tempat usaha yang digunakan untuk berdagang
5.	Sistem transaksi		v	v	v	Untuk mengetahui sistem transaksi yang dilakukan oleh para pedagang
6.	Waktu kegiatan			v	v	Untuk mengetahui waktu dan lama kegiatan jual beli
7.	Jenis dan lokasi kegiatan	v	v	v	v	Untuk mengetahui jenis dan lokasi kegiatan yang terjadi di dalam pasar tradisional
8.	Jenis dan Jumlah Pedagang		v	v		Untuk mengetahui jenis dan jumlah pedagang yang melakukan usaha di pasar tradisional
9.	Jenis dan besar Tarif Retribusi		v	v		Untuk mengetahui jenis dan besar tarif retribusi yang ditarik oleh pengelola pasar



**JURUSAN TEKNIK PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG
Jln. Bendungan Sigura-gura No.02 Malang**

WAWANCARA DINAS PASAR

1. Bagaimana suasana kegiatan jual beli di pasar tradisional ini?

Jawaban :

2. Bagaimana sistem sosial yang terjadi di dalam pasar tradisional ini seperti kedekatan personal maupun ikatan emosional antara para pedagang?

Jawaban :

3. Hal apa yang membedakan pasar tradisional ini dengan pasar tradisional lainnya terkait dengan aktivitas pasar dan pedagangnya yang berada di Kota Malang ?

Jawaban :

4. Permasalahan apa yang sering terjadi di pasar tradisional ini terkait dengan karakter-pola aktivitas pasar dan pedagang?

Jawaban :



**JURUSAN TEKNIK PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG
Jln. Bendungan Sigura-gura No.02 Malang**

WAWANCARA DINAS PASAR

1. Bagaimana suasana kegiatan jual beli di pasar tradisional ini?

Jawaban : suasana di pasar Blimbing sama seperti pasar tradisional lainnya, kegiatan yang dimulai dini hari hingga malam hari.

2. Bagaimana sistem sosial yang terjadi di dalam pasar tradisional ini seperti kedekatan personal maupun ikatan emosional antara para pedagang?

Jawaban : sistem sosial yang terjadi yakni adanya paguyuban para pedagang, kemudian terdapat Kopas (Koperasi Pasar Blimbing) serta paguyuban para tukang becak.

3. Hal apa yang membedakan pasar tradisional ini dengan pasar tradisional lainnya terkait dengan aktivitas pasar dan pedagangnya yang berada di Kota Malang ?

Jawaban : Kegiatan yang terjadi di Pasar Blimbing tidak pernah berhenti, melayani pembeli mulai pukul 12 malam hingga 10 malam, pada dini hari melayani dalam bentuk grosir, siang dan sorenya melayani eceran. Pada malam hari, adanya pasar malam yang berlokasi di halaman parkir dengan menggunakan tenda, yang sifatnya temporer (sementara) yakni system bongkar pasang.

4. Permasalahan apa yang sering terjadi di pasar tradisional ini terkait dengan karakter-pola aktivitas pasar dan pedagang?

Jawaban : Adanya PKL yang membanjiri Pasar Blimbing sehingga pengelola pasar membangun PKL relokasi di bagian selatan pasar, karena masih belum mencukupi, juga akhirnya pedagang diizinkan berdagang pada malam hari dengan menggunakan bangunan non permanen.



JURUSAN TEKNIK PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG
Jln. Bendungan Sigura-gura No.02 Malang

DESAIN SURVEY
DINAS PU

Surveyor

Nama : Ratih Yuliandhari .AR
Nim : 05.24.035
Perihal : Pengumpulan data untuk penyusunan Tugas Akhir dengan judul "Konsep Pemanfaatan Ruang pasar tradisional berdasarkan karakter-pola aktivitas pasar dan pedagang" (Studi kasus : Pasar Blimbing, Kota Malang)

Tabel
Kebutuhan Data

No	Jenis Data	Bentuk Data				Keterangan
		Peta	Tabel	Uraian	Foto /Gambar	
1.	Lokasi, luas, dan denah pasar	v	v	v	V	Untuk mengetahui lokasi dan luas pasar
2.	Masterplan Pasar Blimbing	v	v	v	V	Untuk mengetahui perencanaan Pasar Blimbing



**JURUSAN TEKNIK PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG
*Jln. Bendungan Sigura-gura No.02 Malang***

WAWANCARA DINAS PU

1. Bagaimana pengembangan pasar tradisional Blimbing ke depannya?

Jawaban :

2. Hal apa yang membedakan pasar tradisional ini dengan pasar tradisional lainnya terkait dengan aktivitas pasar dan pedagangnya yang berada di Kota Malang ?

Jawaban :

3. Permasalahan apa yang sering terjadi di pasar tradisional ini terkait dengan karakter-pola aktivitas pasar dan pedagang terhadap pemanfaatan ruang di sekitarnya?

Jawaban :



**JURUSAN TEKNIK PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG
Jln. Bendungan Sigura-gura No.02 Malang**

WAWANCARA DINAS PU

1. Bagaimana pengembangan pasar tradisional Blimbing ke depannya?

Jawaban : akan direnovasi dengan menggunakan konsep modern, akan tetapi tidak meninggalkan pasar tradisional yang ada.

2. Hal apa yang membedakan pasar tradisional ini dengan pasar tradisional lainnya terkait dengan aktivitas pasar dan pedagangnya yang berada di Kota Malang ?

Jawaban : buka selama 24 jam

3. Permasalahan apa yang sering terjadi di pasar tradisional ini terkait dengan karakter-pola aktivitas pasar dan pedagang terhadap pemanfaatan ruang di sekitarnya?

Jawaban : banyak PKL yang tidak tertampung oleh pasar sehingga berdagang di sepanjang sirkulasi Pasar Blimbing



JURUSAN TEKNIK PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG
Jln. Bendungan Sigura-gura No.02 Malang

DESAIN SURVEY
BAPPEDA

Surveyor

Nama : Ratih Yuliandhari .AR
Nim : 05.24.035
Perihal : Pengumpulan data untuk penyusunan Tugas Akhir dengan judul "Konsep Pemanfaatan Ruang pasar tradisional berdasarkan karakter-pola aktivitas pasar dan pedagang" (Studi kasus : Pasar Blimbing, Kota Malang)

Tabel
Kebutuhan Data

No	Jenis Data	Bentuk Data				Keterangan
		Peta	Tabel	Uraian	Foto /Gambar	
1.	Lokasi, luas, dan denah pasar	v	v	v	V	Untuk mengetahui lokasi dan luas pasar
2.	Masterplan Pasar Blimbing	v	v	v	V	Untuk mengetahui perencanaan Pasar Blimbing



JURUSAN TEKNIK PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG
Jln. Bendungan Sigura-gura No.02 Malang

WAWANCARA BAPPEDA

1. Bagaimana pengembangan pasar tradisional Blimbing ke depannya?

Jawaban :

2. Hal apa yang membedakan pasar tradisional ini dengan pasar tradisional lainnya terkait dengan aktivitas pasar dan pedagangnya yang berada di Kota Malang ?

Jawaban :

3. Permasalahan apa yang sering terjadi di pasar tradisional ini terkait dengan karakter-pola aktivitas pasar dan pedagang terhadap pemanfaatan ruang di sekitarnya?

Jawaban :



**JURUSAN TEKNIK PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG
*Jln. Bendungan Sigura-gura No.02 Malang***

WAWANCARA BAPPEDA

1. Bagaimana pengembangan pasar tradisional Blimbing ke depannya?

Jawaban : Pasar Blimbing rencana ke depannya adalah dikembangkan sesuai dengan konsep modern dan pasar tradisional yang ada

2. Hal apa yang membedakan pasar tradisional ini dengan pasar tradisional lainnya terkait dengan aktivitas pasar dan pedagangnya yang berada di Kota Malang ?

Jawaban : Pasar Blimbing berada di lokasi strategis dekat dengan permukiman kalangan menengah ke atas dan buka selama 24 jam, sehingga konsumen yang baru pulang kerja dapat berbelanja di pasar ini.

3. Permasalahan apa yang sering terjadi di pasar tradisional ini terkait dengan karakter-pola aktivitas pasar dan pedagang terhadap pemanfaatan ruang di sekitarnya?

Jawaban : Adanya pedagang-pedagang liar yang masih berdagang di depan pasar sehingga mereka memanfaatkan ruang sirkulasi dan parkir untuk berdagang pada waktu-waktu tertentu.



PERKUMPULAN PENGELOLA PENDIDIKAN UMUM DAN TEKNOLOGI NASIONAL MALANG

INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG

FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER TEKNIK

PT. BNI (PERSERO) MALANG
BANK NIAGA MALANG

Kampus I : Jl. Bendungan Sigura-gura No. 2, Telp. (0341) 551431 (Hunting), Fax. (0341) 553015 Malang 65145
Kampus II : Jl. Raya Karanglo, Km 2 Telp. (0341) 417636 Fax. (0341) 417634 Malang

Nomor : ITN – 332/I. TA/4/2009 05 Oktober 2009
Lampiran : -
Perihal : **Pembimbing Tugas Akhir**

Kepada Yth : Bpk. Sdr/i. **Endratno Budi Santoso., ST**
Dosen Institut Teknologi Nasional

Di –
MALANG.

Dengan Hormat,

Kami dari Jurusan Teknik Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik Sipil Dan Perencanaan Institut Teknologi Nasional Malang sedang mengembangkan perencanaan dari semua aspek, tidak hanya dari sisi pandang teknis, tetapi juga dari aspek lain, seperti : perilaku, budaya, sejarah, ekonomi dan sebagainya. Untuk itu kami mohon kesediaan Ibu / Bapak untuk membimbing Mahasiswa kami :

Nama : **Ratih Yuliandhari**
NIM : **05.24.035**
Semester : IX (sembilan)
Judul TA : **"Konsep Pola Ruang Berdasarkan Karakter Lokal Pasar Tradisional Di Kota Malang".**

Sejak Tanggal : **05 Oktober 2009 s/d 05 April 2010**

(Maksimum 6 bulan). Dalam masa pembimbingan tersebut, Ibu / Bapak didampingi oleh Pembimbing I dari Jurusan kami, yaitu :

Arief Setiawan., ST. MTP. untuk memudahkan penyamanan persepsi dalam penyusunan materi TA tersebut.

Besar harapan, Bapak / Ibu dapat menerima permohonan kami. Atas perhatian serta bantuannya kami ucapkan banyak terima kasih.

a.n. Dekan
Fakultas Teknik Sipil Dan Perencanaan
Ud. Ketua Jurusan Teknik Perencanaan
Wilayah dan Kota



Agung Witjaksono., ST. MTP
NIP. Y. 1039 600 292



PERKUMPULAN PENGELOLA PENDIDIKAN UMUM DAN TEKNOLOGI NASIONAL MALANG

INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG

FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER TEKNIK

PT. BNI (PERSERO) MALANG
BANK NIAGA MALANG

Kampus I : Jl. Bendungan Sigura-gura No. 2, Telp. (0341) 551431 (Hunting), Fax. (0341) 553015 Malang 65145
Kampus II : Jl. Raya Karanglo, Km 2 Telp. (0341) 417636 Fax. (0341) 417634 Malang

Nomor : ITN – 332/I. TA/4/2009 05 Oktober 2009
Lampiran : -
Perihal : **Pembimbing Tugas Akhir**

Kepada Yth : Bpk. Sdr/i. **Arief Setiawan., ST. MTP**
Dosen Institut Teknologi Nasional

Di –
MALANG.

Dengan Hormat,

Kami dari Jurusan Teknik Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik Sipil Dan Perencanaan Institut Teknologi Nasional Malang sedang mengembangkan perencanaan dari semua aspek, tidak hanya dari sisi pandang teknis, tetapi juga dari aspek lain, seperti : perilaku, budaya, sejarah, ekonomi dan sebagainya. Untuk itu kami mohon kesediaan Ibu / Bapak untuk membimbing Mahasiswa kami :

Nama : **Ratih Yuliandhari**
NIM : **05.24.035**
Semester : IX (sembilan)
Judul TA : **"Konsep Pola Ruang Berdasarkan Karakter Lokal Pasar Tradisional Di Kota Malang".**

Sejak Tanggal : **05 Oktober 2009 s/d 05 April 2010**

(Maksimum 6 bulan). Dalam masa pembimbingan tersebut, Ibu / Bapak didampingi oleh Pembimbing II dari Jurusan kami, yaitu :

Endratno Budi Santoso., ST, untuk memudahkan penyamanan persepsi dalam penyusunan materi TA tersebut.

Besar harapan, Bapak / Ibu dapat menerima permohonan kami. Atas perhatian serta bantuannya kami ucapkan banyak terima kasih.

a.n. Dekan
Fakultas Teknik Sipil Dan Perencanaan
Ud. Ketua Jurusan Teknik Perencanaan
Wilayah dan Kota



Agung Witjaksono., ST. MTP
NIP. Y. 1039 600 292



**JURUSAN TEKNIK PLANOLOGI
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG**

LEMBAR ASISTENSI SKRIPSI

Nama : Ratih Yulandhari AR
 NIM : 05.24.035
 Pembimbing I : Ariel Setyawan, ST, MT
 Pembimbing II : Endratno Budi Santoso, ST
 Judul : Konsep Pola Ruang Pasar Tradisional Berdasarkan Karakter Lokal Di Kota Malang (Studi Kasus : Pasar Blimbing, Pasar Kebalen, dan Pasar Dinoyo)

No	Tanggal	Keterangan	Tanda Tangan
1.	7/10 2009	- Buat tabel untuk memvisualkan latar belakang, permasalahan, aspek penting teori & metode. - Buat kerangka pikir.	
2.	20/10 2009	- perbaiki kerangka pikir - Buat laporan lengkap.	
3.	6/11 '09	- perbaiki sistematika penulisan.	
4.	12/11 '09	- perbaiki laporan - Latar belakang - Rumusan masalah - lingkup materi - tinjauan pustaka - variabel penelitian.	
5.	19/11 '09	- Perbaiki variabel + tabel awal	
6.	5/12 '09	- Lengkapi laporan + kata pengantar + Daftar Isi. - Buat power point	
7	2/12 '09	- OK. Acc Seminar Proposal	



**JURUSAN TEKNIK PLANOLOGI
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG**

LEMBAR ASISTENSI SKRIPSI

Nama : Ratih Yulandhari AR
 NIM : 05.24.035
 Pembimbing I : Ariel Setyawan, ST, MT
 Pembimbing II : Endratno Budi Santoso, ST
 Judul : Konsep Pola Ruang Pasar Tradisional Berdasarkan Karakter Lokal Di Kota Malang (Studi Kasus : Pasar Blimbing, Pasar Kebalen, dan Pasar Dinoyo)

No	Tanggal	Keterangan	Tanda Tangan
1.	26/10 2009	- Buat kerangka pikir.	
2.	27/10/2009	- perbaiki kerangka pikir (letakkan teori yg tdk dipakai di media & latar belakang).	
3.	4/11/2009	- Masukkan data dasar terkait dengan tema. - latar belakang harus sejalan dgn konsep yang - cari referensi aspek non fisik	
4.	5/11 2009	- buat tabel awal - tambahkan ref. activity. - buat tabel sasaran	
5.	17/11 2009	- kerangka pikir - perbaiki latar blng, rumusan masalah, lingkup studi	
6.	21/11 2009	- Lengkapi l.s - Tambah metode Bauran & komplemental.	
7.	3/12/09	- Fix fun pola! - laporan lengkap ... - Bisa ditrapikan seminar proposal !!	

ИСОЛОМАЛҮ ЖИКЕТ МАСУВИ
 МААМА СИЯКЕТ МАГ ДИРИ ЖИКЕТ САТУУЛАР
 ШААЛАМ ЛАМОСИДАН ИСОЛОЖИКЕТ ТУРТИЗИМИ



ИЗИРИЗІ ІЗМЕТІЗИЗА БАВАМЫЗ

Аяқталған күні : 2019.05.20
 77 ЖІ ДІ ТІ МІ
 22.05.2019 жылғы
 Кезеңі : 22.05.2019 жылғы
 Кезеңі : 22.05.2019 жылғы
 Кезеңі : 22.05.2019 жылғы

Сырттан
 АМЖ
 Іспітталған
 Іспіт

Испитталған	Кезеңдер	Іспітталған	ОМ
	1
	2
	3
	4
	5

ИСОЛОМАЛҮ ЖИКЕТ МАСУВИ
 МААМА СИЯКЕТ МАГ ДИРИ ЖИКЕТ САТУУЛАР
 ШААЛАМ ЛАМОСИДАН ИСОЛОЖИКЕТ ТУРТИЗИМИ



ИЗИРИЗІ ІЗМЕТІЗИЗА БАВАМЫЗ

Аяқталған күні : 2019.05.20
 77 ЖІ ДІ ТІ МІ
 22.05.2019 жылғы
 Кезеңі : 22.05.2019 жылғы
 Кезеңі : 22.05.2019 жылғы
 Кезеңі : 22.05.2019 жылғы

Сырттан
 АМЖ
 Іспітталған
 Іспіт

Испитталған	Кезеңдер	Іспітталған	ОМ
	1
	2
	3
	4
	5



Jurusan Teknik Perencanaan Wilayah Dan Kota
 INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG
 Jl. Bendungan Sigura-gura No. 2 Malang
 Telp. Fax: 0341-667154

KONSEP PEMANFAATAN RUANG PASAR TRADISONAL BERDASARKAN KARAKTER-POLA AKTIVITAS PASAR DAN PEDAGANG (STUDI KASUS : PASAR BLIMBING KOTA MALANG)

NAMA : RATHI YULIANDHARI .AR
 NIM : 05.24.035
 DOSEN PEMBIMBING : 1. ARIEF SETIYAWAN, ST, MT
 2. ENDRATNO BUDI S, ST

Tanggal	Keterangan	TTD
24 maret 2010	a. analisa = perlawanan antara teori b. mengapa 10%, kaitkan dengan waktu c. model penjualan, produsen langsung ke konsumen	<i>[Signature]</i>
22 Juni 2010	a. Kesimpulan sesuai variabel b. Isi disesuaikan dengan judul, cek di variabel Jenis pedagang (peran dalam mendistribusikan), asal pedagang (jarak, waktu tempuh), rotasi pasar, dan pengelompokan jenis dagangan (per item)	<i>[Signature]</i>
24 Juni 2010	a. Perbaiki analisa rotasi pasar	<i>[Signature]</i>
25 Juni 2010	a. Teori ditulis halamannya saja, jangan disebutkan lagi b. Perbaiki bahasa dalam tulisan, kalo urutan a,b,c / 1,2,3 c. Rotasi pasar (faktor-faktor yang terbentuknya 3 sesi waktu) dan korelasi dampak / pengaruhnya d. Jelaskan diagram aktivitas pedagang	<i>[Signature]</i>
28 Juni 2010	a. Buat kamus untuk kata-kata asing b. Intensitas bongkar muat barang (arus barang dan jasa) c. Pemanfaatan ruang dipolakan sesuai waktu dan kegiatannya d. Kesimpulan bahwa pola pemanfaatan ruang dipengaruhi oleh apa, masukkan di bab terakhir	<i>[Signature]</i>
6 Juli 2010	a. Judul yang tepat (terdiri dari bentukn dan pemanfaatan ruang) b. Konversi ruang (public dan privat / permanen dan non permanen) c. Analisa zonasi d. Pola yang ada berulang / berhenti, pola privat ke umum	<i>[Signature]</i>

KONSEP PEMANFAATAN RUANG PASAR TRADISONAL BERDASARKAN KARAKTER-POLA AKTIVITAS PASAR DAN PEDAGANG (STUDI KASUS : PASAR BLIMBING KOTA MALANG)

NAMA : RATHI YULIANDHARI .AR
 NIM : 05.24.035
 DOSEN PEMBIMBING : 1. ARIEF SETIYAWAN, ST, MT
 2. ENDRATNO BUDI S, ST

Tanggal	Keterangan	TTD
12 Juli 2010	a. Perbaiki Kutipan , sumber , dan keterangan gambar b. Ketegasan penggunaan istilah c. Buat bab IV	<i>[Signature]</i>
17 Juli 2010	a. Perbaiki Bab IV b. Perbaiki paragraf I- abstrak (mengapa tema ini harus dibahas) kata kunci → tentukan karakter-pola aktivitas	<i>[Signature]</i>
18 Juli 2010	<i>[Handwritten notes]</i>	<i>[Signature]</i>



KONSEP PEMANFAATAN RUANG PASAR TRADISIONAL BERDASARKAN KARAKTER-POLA AKTIVITAS PASAR DAN PEDAGANG

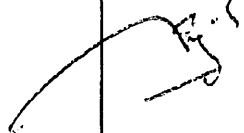



NAMA : RATHI YULIANDHARI .AR
 NIM : 05.24.035
 DOSEN PEMBIMBING : 1. ARIEF SETYAWAN, ST, MT
 2. ENDRATNO BUDI S, ST

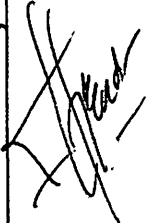

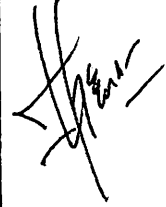
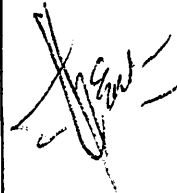
Tanggal	Keterangan	TTD
22 maret 2010	a. Judul bab II lebih umum, isinya sesuai dengan sasaran b. Sistem pembagian per item c. Ditulis ulang dari teori kemudian dibahas	
24 Maret 2010	a. Kata mljo dicetak miring b. Domain (mengelompokkan), komponensial (pendekatan personal tidak wajar / melakukan sesuatu di luar faktor-faktor tertentu) c. Cara interpretatif (apa yang ada dan alasannya) d. Variabel apa yang mendukung (tabel / grafik & ruang) apa yang dilakukan disana	
30 Maret 2010	a. Domain dari setiap jenis pedagang bersifat statis b. Bagaimana menempatkan fungsi dasar dan non dasar (diluar kebiasaan & menjadi ciri khas, tidak umum) c. Pertemuan domain yakni ruang interaksi antar domain berupa fasum d. Dimensi ruang dan waktu, memetakan antar pedagang, missal pedagang ikan akan merubah polanya pada saat tertentu	
24 Juni 2010	a. Analisa dituangkan ke dalam peta dan tabel b. Frekuensi adanya segmentasi ruang c. Buat peta kumulatif d. Buat sistematika yang merangkum hasil analisa yang telah didapat dalam bentuk matriks tabel kumulatif	
6 Juli 2010	a. Bagan belum sesuai dengan isi b. Perbanyak skema / diagram buat seperti ppt, tabel dicetak tebal isinya	

11 Juli 2010	c. Kembalikan teori yang dipakai, keluarkan keunikan pedagang (menggunakan analisa domain/komponensial) a. perbaiki bab I <ul style="list-style-type: none"> • indikator → sub variabel. • br bl kg → teori keenjanganrat. • peta orientasi → masukan insert kota Mlg. b. perbaiki bab II <ul style="list-style-type: none"> • Ganti istilah foto udara → gambaran kaw. • Masukan denah + foto c. Perbaiki Bab III <ul style="list-style-type: none"> • Analisa deskriptif ← dominasi • masukan gambar, diagram, grafik lebih banyak, buat matriks. d. Buat kesimpulan ← pemahaman dasarnya & apa skema/sistematika	
17 Juli 2010	a. Perbaiki Bab IV b. Bab II → perbaiki analisa frekuensi	
18 Juli 2010	- Perhatikan kerangka r. m. l. k. - variabel k. k. k. → k. k. k. ! - Perhatikan "Fitur" ... (apa ya dia diteliti studi ini ? -) - Jika sudah: filekan materi ke seminar k. k. k. ! ! !	

NAMA : RATIH YULIANDHARI .AR
 NIM : 05.24.035
 DOSEN PEMBIMBING : 1. ARIEF SETTIYAWAN, ST, MT
 2. ENDRATNO BUDI S, ST

NAMA : RATIH YULIANDHARI .AR
 NIM : 05.24.035
 DOSEN PEMBIMBING : 1. ARIEF SETTIYAWAN, ST, MT
 2. ENDRATNO BUDI S, ST

Tanggal	Keterangan	TTD
9 Agustus 2010	- Tambahkan konsep	
12 Agustus 2010	- Perbaiki konsep berdasarkan frekuensi.	
13 Agustus 2010		
	Acc Selesai	

Tanggal	Keterangan	TTD
9 -08-2010	- Transformasi antara Lahir-Batubany + ketimpukan - Tambahkan matriks	
12-08-2010	- Marikan ilustrasi pada konsep. tambahkan penjelasan	
13-08-2010	- Masukan legenda - perkuat aspek spasial & pibawahi/pematnaan the thesis.	
	<u>Selakan dimajikan Selesai!</u>	



**LEMBAR PERSETUJUAN
LAYAK JILID BUKU HITAM**

Tugas Akhir Mahasiswa :

Nama : RATIH YULIANDHARI AR

NIM : 05.24.035

Judul Tugas Akhir :

**PEMANFAATAN RUANG PASAR TRADISIONAL BERDASARKAN
AKTIVITAS PASAR SERTA KARAKTER DAN AKTIVITAS PEDAGANG DI
PASAR BLIMBING KOTA MALANG**

Hari/ Tgl Seminar : 19 AGUSTUS 2010

Dinyatakan : ~~Layak~~ ~~Tidak layak~~

Untuk Tugas Akhirnya dijadikan 'Buku Hitam' (Syarat Mengikuti Sidang
Komprehensif) dengan catatan sebagai berikut :

Contoh :

- Materi kurang layak
- Metodologi kurang sesuai
- Apabila dirasa perlu, dapat menggunakan kertas terpisah.

Pembimbing I

(ARIEF SETIAWAN, ST, MT)

Pembimbing II

(ENDRATNO BUDI S, ST)



**LEMBAR PERSETUJUAN
LAYAK SIDANG KOMPREHENSIF**

Tugas Akhir Mahasiswa :

Nama : RATIH YULIANDHARI .AR

NIM : 05.24.035

Judul Tugas Akhir :

**PEMANFAATAN RUANG PASAR TRADISIONAL BERDASARKAN
AKTIVITAS PASAR SERTA KARAKTER DAN AKTIVITAS PEDAGANG
DI PASAR BLIMBING KOTA MALANG**

Tgl Seminar : 27 JULI 2010

Dinyatakan : ~~Layak~~ ~~Tidak layak~~

Untuk Tugas Akhirnya dijadikan 'Buku Hitam' (Syarat Mengikuti Sidang
Komprehensif) dengan catatan sebagai berikut :

Contoh :

- Materi kurang layak
- Metodologi kurang sesuai
- Apabila dirasa perlu, dapat menggunakan kertas terpisah.

✓ Perkuat aspek "analisis" ← Flowchart penentuan tahap kelas ✓

Pembimbing I

(ARIEF SETIYAWAN, ST, MT)




Pembimbing II

(ENDRATNO BUDI SANTOSA, ST)

BERITA ACARA PROPOSAL

JURUSAN TEKNIK PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL
MALANG

Hari/Tanggal : Selasa, 22 Desember 2009
Judul :Konsep Pemanfaatan Ruang Pasar Tradisional Berdasarkan Karakter-Pola Aktivitas Pasar dan Pedagang
Nama :Ratih Yuliandhari .AR
Nim :05.24.035

Dosen Penguji	Pertanyaan dan Saran	Tanggapan	Paraf
1. Ida Soewarni, ST	1. Konsistensi tema, tradisional dan modern 2. Ketegasan definisi, masukan di lingkup materi 3. Pemilihan lokasi masukkan di lingkup lokasi 4. Kerangka pemikiran 5. Font tabel pada diperbesar 6. Variabel ditentukan dari teori mana	1. Diterima dan diperbaiki 2. Diterima dan diperbaiki pada hal 11 3. Telah dijelaskan pada hal 9 4. Telah dijelaskan pada hal.51 5. Diterima dan telah diperbaiki 6. Telah dijelaskan pada hal 36	
2. Trijuwono Widodo, ST	1. Pola analisa menggunakan pola serial atau pola paralel 2. Wawancara kepada para pedagang lebih efisien 3. Perumusan konsep menggunakan intersect, union, atau komparatif	1. Telah dijelaskan pada kerangka pikir 2. Telah dijawab 3. Perumusan konsep dengan menggunakan komparatif	
3. Agung Witjaksono, ST, MTP	1. Tata tulis, misal daftar pustaka 2. Studi untuk pola aktivitas (keseluruhan) atau pedagang saja? 3. Batasan pedagang 4. Rumusan masalah dikaitkan dengan yang akan diteliti 5. Tahapan analisis dicek lagi 6. Peta orientasi	1. Diterima dan diperbaiki 2. Studi ini untuk pola aktivitas pedagang saja 3. Batasan pedagang telah dibatasi pada hal.12 4. Diterima dan diperbaiki 5. Diterima 6. Diterima dan telah diperbaiki	


Mengetahui,

Pembimbing I



Arief Setiyawan, ST, MT

Pembimbing II



Endratno Budi Santosa, ST



INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL
Jl. Bendungan Sigura-gura 2
MALANG

PERBAIKAN TUGAS AKHIR
SEMINAR PROPOSAL

NAMA : RATIH YULIANDHARI . AR

NIM : 05.24.035

HR/TGL : SELASA, 22 DESEMBER 2009

Perbaikan tersebut meliputi :

1. Metode analisa → pola serial / paralel & sifat analisis
2. Wawancara pedagang → Kata lebih efisien
3. Konsep → Perumusan konsep → intersect, union, komparatif

Dosen Penguji



TRIJUWONO WIDODO, ST



PERBAIKAN TUGAS AKHIR SEMINAR PROPOSAL

NAMA : RATIH YULIANDHARI . AR

NIM : 05.24.035

HR/TGL : SELASA, 22 DESEMBER 2009

Perbaikan tersebut meliputi :

- Tata Tulis ms : daftar pustaka
- Studi → pola aktivitas (tersebut)
- ↳ pedagang apa? + konsumen?
- Analisis pedagang (makan di paksi)
- Rencanan masalah di sekitar yang akan di kerk.
- Tolapan analisis di cek lagi
- Pola orientasi

Dosen Penguji

AGUNG WIJKSONO, ST, MT



PERBAIKAN TUGAS AKHIR SEMINAR PROPOSAL

NAMA : RATIH YULIANDHARI . AR

NIM : 05.24.035

HR/TGL : SELASA, 22 DESEMBER 2009

Perbaikan tersebut meliputi :

1. Konsistensi Tema → Tradisional & Modern
2. Kejelasan Definisi → lingkup materi
3. Pemilihan Lokasi → Ruang lingkup lokasi
4. Kerangka Pemikiran
5. Font Tabel → ukuran
6. Variabel ditentukan dari teori mana

Dosen Penguji

IDA SOEWARNY, ST

BERITA ACARA SEMINAR HASIL

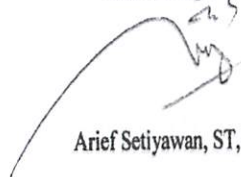
JURUSAN TEKNIK PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL
MALANG

Hari/Tanggal : Selasa, 27 Juli 2010
Judul : Pemanfaatan Ruang Pasar Tradisional Berdasarkan Karakter-Pola Aktivitas
Pasar dan Pedagang
Nama : Ratih Yuliandhari .AR
Nim : 05.24.035

Dosen Penguji	Pertanyaan dan Saran	Tanggapan	Paraf
1. Ir. Hj. Agustina Nurul Hidayati, MT	1. Variabel karakter pedagang dan pola aktivitas pasar tidak konsisten 2. Analisa kurang tajam (keluarkan prosentase pada pemanfaatan ruang)	1. Diterima dan diperbaiki 2. Diterima dan diperbaiki	M
2. Trijuwono Widodo, ST	1. Judul harap dikaji ulang (pengertian dasar) 2. Perjelas temuan (konsep? pola? karakter?)	1. Diterima dan diperbaiki 2. Diterima dan diperbaiki	F.

Mengetahui,

Pembimbing I


Arief Setiyawan, ST, MT

Pembimbing II


Endang Budi Santosa, ST

PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Dalam Seminar Hasil tingkat Sarjana Jurusan Teknik Planologi /
Perencanaan Wilayah & Kota yang diadakan pada :

Hari : SELASA
Tanggal : 27 JULI 2010


Perlu adanya perbaikan pada Tugas Akhir untuk :

Saudara : RATIH YULIANDHARI AR
NIM : 05.24.035

Perbaikan tersebut meliputi :

1. Karakter pedagang dan pola aktivitas pasar.

Dosen Pembimbing/ Penguji


IR. A. NURUL HIDAYATI, MT

PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Dalam Seminar Hasil tingkat Sarjana Jurusan Teknik Planologi /
Perencanaan Wilayah & Kota yang diadakan pada :

Hari : SELASA
Tanggal : 27 JULI 2010

Perlu adanya perbaikan pada Tugas Akhir untuk :

Saudara : RATIH YULIANDHARI AR
NIM : 05.24.035

Perbaikan tersebut meliputi :

- ✓ Cara mengartikan "Kepak terstruktur"
- ✓ Variabel tidak konkrit
- Keterangan lokasi yg kurang jelas
- ✓ Analisis sangat kurang tajam!
- ✓ Temuan terdapat diperdebatkan
- tidak memuat fakta
- yg sudah di analisis
- tidak ada gabungan
- ↓
- "pemisahan pola pemukiman"

Dosen Pembimbing/ Penguji

ENDRATNO ENDI SANTOSA ST

PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Dalam Seminar Hasil tingkat Sarjana Jurusan Teknik Planologi /
Perencanaan Wilayah & Kota yang diadakan pada :

Hari : SELASA
Tanggal : 27 JULI 2010

Perlu adanya perbaikan pada Tugas Akhir untuk :

Saudara : RATIH YULIANDHARI AR
NIM : 05.24.035

Perbaikan tersebut meliputi :

- Maaf!
- Karakter Pasar x
- Karakter Pedagang ✓
- Judul/tema dikaji ulang → pengertian dasar
- Perjelas temuan → konsep? Pola? Karakter?

Dosen Pembimbing/ Penguji

ENDRATNO W, ST

BERITA ACARA SEMINAR KOMPREHENSIF
JURUSAN TEKNIK PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL
MALANG

Hari/Tanggal : Kamis, 19 Agustus 2010
Judul : Pemanfaatan Ruang Pasar Tradisional Berdasarkan Aktivitas Pasar Serta Karakter dan Aktivitas Pedagang di Pasar Blimbing Kota Malang
Nama : Ratih Yuliandhari .AR
Nim :05.24.035

Dosen Penguji	Pertanyaan dan Saran	Tanggapan	Paraf
1. Nindya Sari, ST, MT	<ol style="list-style-type: none"> Unik terkait dengan apa? Kegiatan atau yang lainnya? Buat argument yang jelas Metode pengambilan sampel ditajamkan untuk menunjukkan jumlah sampel, titik sampel (menguatkan analisa) Kaitan antara pemanfaatan ruang dengan filosofi pedagang 	<ol style="list-style-type: none"> Dikatakan unik terkait dengan intensitas waktu pemanfaatan ruang selama 24 jam dan adanya pemanfaatan ruang secara temporer. Argument telah ditambahkan pada hal. 5 Telah diperbaiki pada hal.42 Adanya pemanfaatan ruang oleh pedagang dalam filosofi pasar tradisional sehingga terbentuk konsep lama dalam arti tradisional, analisa untuk keterkaitan ini telah dijelaskan pada hal. 152 	
2. Trijuwono Widodo, ST	<ol style="list-style-type: none"> Hati-hati dalam menulis dan menggunakan kata-kata Pengambilan sampel (titik-titik sampel dikaitkan dengan deskripsi pemanfaatan ruang didetailkan) 	<ol style="list-style-type: none"> Diterima dan telah diperbaiki Telah diperbaiki pada hal. 42 	
3. Ir. Hutomo Moestajib	<ol style="list-style-type: none"> Istilah aksesibilitas tidak sesuai, sebaiknya ganti dengan sirkulasi Belum menghubungkan keterkaitan antar pedagang untuk pembentukan komunitas Tingkat pendidikan tidak perlu, sebaiknya diganti hubungan kekerabatan Cek definisi makelar sesuai dengan yang di lapangan 	<ol style="list-style-type: none"> Istilah aksesibilitas telah diganti dengan sirkulasi Analisa untuk keterkaitan antar pedagang telah ditambahkan pada bab 3 Dipertimbangkan kembali dan dimasukkan dalam rekomendasi Definisi makelar telah disesuaikan dengan yang ada di lapangan 	

Mengetahui,

Pembimbing I

Pembimbing II

Arief Setiyawan, ST, MT

Endratno Budi Santosa, ST

PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Dalam Seminar Komprehensif tingkat Sarjana Jurusan Teknik Planologi / Perencanaan Wilayah & Kota yang diadakan pada :

Hari : KAMIS
Tanggal : 19 AGUSTUS 2010

Perlu adanya perbaikan pada Tugas Akhir untuk :

Saudara : RATIH YULIANDHARI AR
NIM : 05.24.035

Perbaikan tersebut meliputi :

- Hati ²⁴ dalam menulis dan menggunakan kata ²⁰.
- Pengambilan sampel (titik ²⁴) dikaitkan dengan deskripsi pemanfaatan Ruang didetailkan.

Dosen Penguji

TRIJUWONO W

PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Dalam Seminar Komprehensif tingkat Sarjana Jurusan Teknik Planologi / Perencanaan Wilayah & Kota yang diadakan pada :

Hari : KAMIS
Tanggal : 19 AGUSTUS 2010


Perlu adanya perbaikan pada Tugas Akhir untuk :

Saudara : RATIH YULIANDHARI AR
NIM : 05.24.035

Perbaikan tersebut meliputi :

- ✓ Istilah akses tidak sesuai → ganti sirkulasi
- ✓ Belum menghubungkan antar species untuk pembentukan komunitas pedungus peser
- ✓ Tingkat pendidikan tidak perlu, lebih baik tingkat keterampilan
- ✓ Penser transkriptasi individual, sek. Supra. makelar sesuai dgn di lapangan.

Dosen Penguji


Ir. Hutomo Muester

PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Dalam Seminar Komprehensif tingkat Sarjana Jurusan Teknik Planologi / Perencanaan Wilayah & Kota yang diadakan pada :

Hari : KAMIS
Tanggal : 19 AGUSTUS 2010


Perlu adanya perbaikan pada Tugas Akhir untuk :

Saudara : RATIH YULIANDHARI AR
NIM : 05.24.035

Perbaikan tersebut meliputi :

1. "Unik" terkait dgn apa? kegiatan atau yang lainnya?
Buat argumen yang jelas!
2. Metode pengambilan sampel ditambah / ditambahkan untuk menunjukkan ~~2~~ 2 sampel, titik sampel → untuk mengaitkan analisis
3. Kaitan antara pemanfaatan ruang dan distribusi pedungus

Dosen Penguji


NINDA SARI, ST.MT



LEMBAR ASISTENSI
BIMBINGAN SKRIPSI I

Nama : Rath Yuliandhari .AR
NIM : 05.24.035
Pembimbing Laporan : Ir.A.Nurul Hidayati, MTP
Judul Proposal : Konsep Pola Ruang Berdasarkan Karakter lokal
Pasar Tradisional di Kota Malang

Tanggal	Keterangan	Tanda Tangan
18/3/09	Buat 1.5 → Hg pola total, kuf, var & titik ukur	
3/5/09	Dumekantologi apa yg akan diteliti	
16/5/09	1.5.1 Rumusan sesuai dir penelitian Var & tolak ukur	
13/6/09	Rumusan lagi var & tolak ukur	
27/6/09	De	
29/6/09	Rumusan 1.5.2	
20/6/09	ibem ngalutis bsmk	
6/7/09	Rumusan acuan Pola ruang karakter lokal?	
14/7/09	Rumusan acuan	

Acc Pbb
I. P. Arif
II. P. Budi

18/9/09 - Perbaiki dr survey + cek lagi 1.1-1.1.1.1.1
- Perinci lagi aspek lokal
- Pola ruang → pola peletakan fasilitas?
- acc Dint dosen Mly



DAFTAR HADIR SEMINAR PROPOSAL

Nama : RATIH YULIANDHARI .AR
NIM : 05.24.035

No.	Judul TA	Penguji I	Penguji II	Penguji III
1.	STUDI PENENTUAN LOKASI PENGEMBANGAN LAMPAH DI BOJALAMALANG (Tesis G. H. Alimulhikmah) Tgl 18/9/2008	 Ika DAMATANTI, ST	 TEGUH BUNCHAQ, ST	 K. H. M. MUSTADIA
2.	PENENTUAN LOKASI KEMUD BALAR OTOMOTIF PERMANEN DI KOTA MALANG (Dedy Krisna) Tgl 15/9/2008	 MIRA SETIYAWATI, ST	 ARIEF SETIYAWATI, ST	 D. H. H. M. SARDINGHO, ST
3.	PEMBAHARUAN WISATA EKOWISATA PETA SATELIT SMA. KOTA SIGURA KEMERDEKAAN (Sugeng Mulyo, 02.24.005) Tgl 13/06/2009	 ARIEF SETIYAWATI, ST	 K. H. M. MUSTADIA	 Ningsya Sun, ST, M.P.
4.	PERANCANGAN PERSEK EKOWISATA PADA PONDOK LOKAL WISATA ALAM NEKA YANG CEBIH PARTISIPATIF (Ratih Yuliandhari: wisata Alam Neka - Sigura-gura, Malang) (Dwi BUDIYANTO 05.24.035) Tgl 13/06/2009	 R. W. H. H. IDAYATI, M.P.	 I. A. N. H. IDAYATI, M.P.	 R. A. N. H. IDAYATI, M.P.



DAFTAR HADIR SEMINAR KOMPRE

Nama : Ratih Yuliandhari.AR

Nim : 05.24.035

Nama	Judul	Penguji I	Penguji II	Penguji III
1) Lin Rachmawati 18 Agsts 2010	Arahan Pengembangan Atalasi & paket wisata minat khusus dalam pengembangan karakter pakelaris ketampok umur & Kota Batu.			
2) Esti Rinia Rahma 21 Agsts 2010	Perencanaan pula kumbang melalui konsep ecotourism			
3) Dwi Prasetyaningrum 20 Agsts 2010	Identifikasi pengaruh karakter masyarakat dalam pengembangan pembangunan maka terpadu			

DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL

Nama : Ratih Yuliandhari .AR

Nim : 05.24.035

Nama	Judul	Penguji I	Penguji II
1) KARTYA PUTRA W. 02. 24. 039	Studi Kinerja Bus Kota Transjakarta (Bus way) terhadap pengguna bus kota & koridor (jalur blok M - kota)		
2) Rizal Apriansyah 05. 24. 043	Perencanaan PEL & panjang Pantai Lawalata		
3) Anjar Prabawa 03. 24. 030	Faktor-faktor Perkembangan per- kebunan kelapa Sawit (sh. & kaws: Kabupaten Bungo Propinsi Jambi)		

Ucapan syukur pertama hamba persembahkan kepada Allah SWT, karena berkat petunjuk dan jalan yang telah diberi,,,,, hambamu ini dapat menyelesaikan akhir studi S1 di jurusan paling sulit yang ada di ITS Malang, Teknik Planologi.....



Ku persembahkan karya kecilku ini kepada orang-orang tercinta...

My Big Family...."AR Family" (I'm proud with this family!!!)

My dad H.Abd.Rauf Alie,S.Sos (yg tll menjerumuskan anak tersayangmu ini ke jur. yg aneh)

My mom Hj. Rachmatiah (yang selalu mendukung anak keras kepalamu ini)

My Brother : Sandie, ST (Tek. Sipil) Andrie, ST (Tek. Sipil), Adie (Calon ST. Arsitek)

My Sister : Rini PL'09 n Ikk Ipar Ria (yang selalu mendengarkan kisah)

My Grandmother : Hj.Asiah,,,, (yang selalu mendoakan cucu yang nenek banggakan)

n My Angel : adik Alcha n ponakan Aluna,,,, (menjadi peri2 kecil dlm hidup)

*Special thanks to my soulmate : Wigbertus H.D.L Beo (Ur My Hero),
Suhartini (Femen Makan), K Arfan PL'04 (Femen Ngopi),
Fin Rachawati (Femen Bisnis), Iwan PL'07 (Femen Cwihat),
Meinisha Ayu Ramadhiani (Femen Gosip),
Ayu Lestari Ahuluheluw PL'09 (Femen tidur n mksh kamar).*

*For my bestfriends : Angkatan 2005,,,, n Penghuni Kos Bend.Wlingi 34
(kalian saudara yang menemaniku selama hidup di Malang)*

*My lecturers : Special thanks to Mr. Arief Setiyawan, ST, MT,
Mr. Endratno Budi Santoso, ST, Mrs. Mira Setiawati A, ST, n Mr. Fomo
Mr.Koko, Mrs.Nuwul, Mrs.Ida, Mrs.Ika, Mrs.Puji, Mrs.Vinta,
Mr.Agung, Mrs.Titiek, Mr.Soekarno, Mr.Tri, Miss Nindya, Mrs. Fanita...*

N Segenap Keluarga Besar Planologi... Thanks For All.. mmmuach....