

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Interaksi adalah salah satu kebutuhan manusia sebagai makhluk sosial. Dengan berinteraksi, mereka dapat mengambil dan memberikan manfaat. Salah satu praktek yang merupakan hasil interaksi sesama manusia adalah terjadinya jual beli, mereka mampu mendapatkan kebutuhan yang mereka inginkan. Islam pun mengatur permasalahan ini dengan rinci dan seksama. Sehingga ketika mengadakan transaksi jual beli, manusia mampu berinteraksi dalam koridor syariat dan terhindar dari tindakan-tindakan aniaya terhadap sesama manusia. Hal ini menunjukkan bahwa Islam merupakan ajaran yang bersifat universal dan komprehensif. Firman Allah mengenai hukum jual beli dalam surat Al-Baqarah:

....وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا....

Artinya: "...Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba..." (QS.Al-Baqarah: 275)

Adapun hikmah disyariatkannya jual beli menurut muslim (2006: 47) adalah merealisasikan keinginan seseorang yang terkadang tidak mampu diperolehnya, dengan adanya jual beli, mampu untuk memperoleh sesuatu yang diinginkan. Karena pada umumnya kebutuhan seseorang sangat terkait dengan sesuatu yang dimiliki saudaranya.

Melihat paparan di atas, dijelaskan bahwa interaksi dalam jual beli, dapat memiliki sebuah hubungan yang saling menguntungkan. Pembeli dapat terpenuhi kebutuhan hidupnya sedangkan penjual mendapatkan laba dari hasil jualannya demi kelangsungan hidupnya. Di dalam interaksi jual beli dibutuhkan sebuah fasilitas yang mewadahi, salah satunya berupa pasar. Gilarso (1998: 54) mengatakan bahwa "pasar merupakan suatu mata rantai yang menghubungkan antara produsen dan konsumen. Ajang pertemuan antara penjual dan pembeli, antara dunia usaha dengan masyarakat konsumen. Pasar memainkan peranan yang sangat penting dalam perekonomian modern, karena harga-harga terbentuk di pasar". Secara etimologi, pasar adalah suatu tempat dimana pada hari tertentu para penjual dan pembeli dapat bertemu untuk jual beli barang. Para penjual menawarkan barang (beras, buah-buahan, dan sebagainya). Dengan harapan dapat laku terjual dan memperoleh sekedar uang sebagai gantinya. Para konsumen (pembeli) datang ke pasar untuk berbelanja dengan membawa uang untuk membayar harganya.

Sedangkan secara terminologi, Miller dan Mainers (1997: 23) menyimpulkan bahwa "suatu pasar tidaklah harus suatu tempat, tetapi suatu institusi yang menjadi ajang operasi kekuatan-kekuatan yang menentukan harga". Dengan kata lain di dalam pasarlah pemasokan dan permintaan beroperasi. Pada umumnya suatu transaksi jual beli melibatkan produk, barang atau jasa dengan uang sebagai alat transaksi pembayaran yang sah dan disetujui oleh kedua belah pihak yang bertransaksi.

Dari definisi di atas, Husain dalam www.wordpress.com (2005) mengatakan “ada empat poin penting yang menandai terbentuknya pasar: *pertama*, ada penjual dan pembeli; *kedua*, mereka bertemu di sebuah tempat tertentu; *ketiga*, terjadi kesepakatan di antara penjual dan pembeli sehingga terjadi jual beli atau tukar menukar; dan *keempat*, antara penjual dan pembeli kedudukannya sederajat”. Dalam sejarah ekonomi, pasar seperti ini disebut sebagai pasar tradisional, yang masih bertahan, walaupun banyak persaingan dan tekanan di masa modern sekarang ini.

Kalau menurut Menteri perindustrian dan perdagangan Republik Indonesia (1998), pasar tradisional adalah “pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, swasta, koperasi atau swadaya masyarakat dengan tempat-tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda, tempat-tempat tersebut dimiliki dan dikelola oleh pedagang kecil dan menengah, serta koperasi, dengan usaha skala kecil dan modal kecil, dengan cara proses jual beli melalui tawar menawar”. Tetapi, ada juga pasar di mana pembeli dan penjual bertemu, namun tidak terjadi transaksi yang didasarkan pada proses tawar menawar (swalayan). Bentuknya berupa minimarket, supermarket bahkan *hypermarket*. Konsep yang di usung adalah menjadi komoditi dengan label harga yang tetap. Ada penawaran secara tidak langsung dari produsen, boleh membeli juga boleh tidak membeli.

Sekitar dua dekade lampau, jumlah pasar modern seperti minimarket, supermarket bahkan *hypermarket* di negeri ini masih bisa dihitung dengan jari. Contohnya di Malang, keberadaan pasar modern pada waktu 10 tahun silam masih sangat jarang. Kalau pun ada kemungkinan antara satu dan dua, itupun

hanya di pusat kota. Dibandingkan dengan sekarang, masyarakat yang tinggal di perkotaan tak jauh dari pemukiman, pasti ada *minimarket*, jumlahnya juga mungkin lebih dari satu. Jika akan berbelanja dalam skala besar, sebagian orang kini lebih cenderung mendatangi *hypermarket* ataupun pusat grosir. Selain tempatnya lebih nyaman, harganya bersaing, jenis barangnya pun sangat beragam.

Kehadiran pasar modern yang memberikan banyak kenyamanan, membuat sebagian orang enggan untuk berbelanja ke pasar tradisional. Berbagai alasan mungkin akan dilontarkan orang jika ditanya. Dari mulai kondisi pasar yang becek dan bau, malas tawar menawar, faktor keamanan (copet, jambret dan sebagainya), resiko pengurangan timbangan pada barang yang dibeli, penuh sesak, dan sejumlah alasan lainnya. Disamping itu, pasar tradisional masih memiliki beberapa kelebihan yang tidak dimiliki pasar modern. Diantaranya adalah masih adanya kontak sosial saat tawar menawar antara pedagang dan pembeli. Sedangkan pasar modern harga yang tertera sudah dipatok. Bagaimanapun juga, pasar tradisional lebih menggambarkan denyut nadi perekonomian rakyat kebanyakan. Terdapat banyak orang yang menggantungkan hidupnya, dari mulai para pedagang kecil, kuli panggul, pedagang asongan, hingga tukang becak (Indra dalam <http://indrakh.wordpress.com>, 2007).

Persaingan bisnis antara pasar modern dengan pasar tradisional di pinggiran kota sekarang semakin tak terhindarkan. Tidak menutup kemungkinan, persaingan segmen bisnis tersebut menyuburkan kompetisi yang semakin ketat. Misalnya, kompetisi antara *hypermarket* atau pasar modern dengan pasar tradisional yang ada di sejumlah wilayah kota maupun kabupaten. Persaingan bisnis semacam ini

menjadi tidak berimbang. Akibatnya, pusat belanja modern yang notabene bermodal besar mendapatkan keuntungan lebih besar. Sedangkan pasar tradisional merasa tersisihkan dan kalah bersaing.

Namun, bukan mustahil apabila terjadi anomali dalam hubungan antara pebisnis skala mikro dengan pebisnis skala makro. Sehingga, keduanya bisa saling berdampingan tanpa ada saling menjatuhkan. Pasar tradisional dengan penataan yang lebih baik serta memperhatikan masalah kebersihan, akan memberi daya pikat karena kebersihan memberikan dampak kenyamanan bagi para konsumen. Hal tersebut sesuai dengan hadits Nabi Muhammad SAW tentang betapa pentingnya menjaga kebersihan (Abdurrohman dalam kitab *Jami'us Shoghir*, 980:69) dari Ibnu Umar, Rasulullah saw bersabda:

إِنَّ اللَّهَ جَمِيلٌ يُحِبُّ الْجَمَالَ، سَخِيٌّ يُحِبُّ السَّخَاءَ، نَظِيفٌ يُحِبُّ النَّظْفَةَ

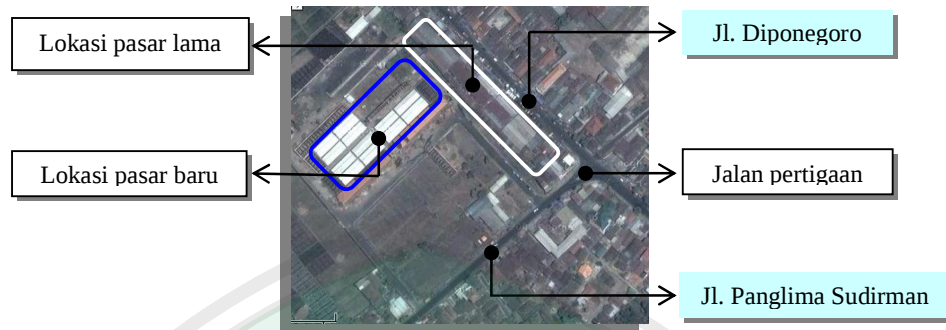
Artinya: “Sesungguhnya Allah itu indah dan menyukai keindahan, dermawan dan senang kepada kedermawanan, bersih dan menyukai kebersihan.” (HR. Ibnu Umar).

Contoh hubungan yang baik dalam kemampuan daya saing pebisnis Usaha Kecil dan Menengah (UKM), ada di salah satu area Pasar Modern Bumi Serpong Damai (BSD) City, Tangerang, yang mampu bertahan di tengah kesahajaan. Meskipun, terdapat setidaknya enam pusat perbelanjaan modern sekelas *hypermarket* dalam radius kurang dari 30 kilometer. Yang membuatnya bertahan salah satunya karena pada sore hingga tengah malam terdapat deretan Pedagang Kaki Lima (PKL) yang berjualan makanan khas Kota Tangerang dan membuat wilayah sekitar Pasar Modern tersebut semakin hidup. Ini menjadi salah satu

contoh sukses dari sinergi pedagang kecil, dengan pengelolaan yang tepat. Untuk itu, perpaduan pusat belanja skala raksasa dengan yang berskala kecil harus memadukan tampilan konsep unik dan beragam. Misalnya, perpaduan dengan wisata kuliner seperti di Serpong.

Selain itu, konsep kawasan belanja di pinggiran Kota harus menghadirkan nuansa berbeda. Misalnya, bisa menawarkan konsep pusat makanan dan fasilitas lapangan golf yang sudah dikenal masyarakat. Keduanya harus dikombinasikan dengan mal yang sudah ada dan bakal menjadi ramai pengunjung. Akan tetapi, pengembang proyek properti yang ada harus lebih jeli mengkolaborasikan berbagai fasilitas publik. Termasuk area yang dijadikan pusat keramaian, dalam arti kawasan belanja. Jika tidak, bisa dipastikan akan menimbulkan friksi antara pelaku usaha kecil dengan pengusaha besar. Tentunya, dengan adanya integrasi diharapkan mampu mendatangkan keuntungan bagi semua pihak. Termasuk warga penghuni area pemukiman di sekitarnya (Ridlotullah dalam <http://www.inilah.com>, 2008).

Di Kabupaten Malang, tepatnya di wilayah Karangploso saat ini terdapat satu-satunya pusat perbelanjaan skala regional berupa pasar. Di Pasar Karangploso di dapati berbagai macam kebutuhan sehari-hari untuk melayani kebutuhan masyarakat sekitar wilayah Karangploso maupun luar wilayah Karangploso. Adapun letak lokasi cukup strategis yaitu di pertigaan jalan Karangploso, tepatnya ada disepanjang Jl. Diponegoro dan sepanjang Jl. Panglima Sudirman. Lebih jelas tergambar pada peta:



Gambar 1.1 Lokasi Pasar Karangploso
Sumber: *Google Map*.2008



Gambar 1.2 Kondisi di dalam dan sekitar Pasar Karangploso lama dan baru Kabupaten Malang
Sumber: *Survey Lapangan*.2008

Berdasarkan hasil survey, berdirinya Pasar Karangploso Kabupaten Malang berawal ketika sejumlah pedagang yang berjualan di kawasan tersebut menempati

lahan kosong seluas kurang lebih 2 hektare dengan luasan memanjang. Pada awalnya lahan untuk berdagang tersebut diakui sebagai lahan hak milik pedagang dan berikutnya menjadi hak pakai dengan mendirikan sendiri bangunannya. Pada tahun 1973 muncul aturan baru dari pemerintah setempat kalau lahan yang digunakan berdagang tidak boleh dijual lagi akan tetapi hanya boleh dipakai saja. Para pedagang yang sudah mempunyai SK (Surat Keputusan) hak pakai, tiap bulannya harus membayar pajak dengan nominal harga sesuai dengan luasan lahan tanah yang dipakai. Sedangkan bagi yang mendirikan stand-stand yang belum memiliki SK hak pakai, setiap hari membayar retribusi dengan nominal harga sebesar Lima Ratus Rupiah (Rp.500) sampai Seribu Lima Ratus Rupiah (Rp.1500).

Sebagian besar bangunan yang digunakan berdagang adalah hasil dari mendirikan sendiri, sehingga bentuk bangunan yang di hasilkanpun bermacam-macam dan berbeda-beda ukuran luasan lahannya. Adapula bangunan yang dibangun secara swadaya oleh masyarakat sendiri. Karenanya tata bangunan yang ada terkesan tidak teratur dan tidak serasi. Sehingga lebar jalan yang dipakai untuk sirkulasi di sepanjang pintu masuk pasar berbeda-beda dari satu meter sampai dua meter, dan pengunjung saling berdesakan ketika berada dipasar pada jam sibuk. Tidak menutup kemungkinan hal tersebut dapat menimbulkan dampak tindakan kriminal berupa pencopetan dan penjam-bretan. Hal itulah yang perlu di atasi dan di hindarkan, agar suasana pasar lebih nyaman dan aman bagi pengunjung dan para pedagangnya.

Barang yang di jual di Pasar Karangploso Kabupaten Malang tergolong barang kebutuhan sehari-hari dengan harga yang terjangkau, sehingga kebanyakan konsumen yang berkunjung dan membeli berasal dari ekonomi kalangan bawah di sekitar daerah Karangploso. Untuk kalangan ekonomi menengah ke atas hampir tidak ditemui. Hal ini sesuai teori kebutuhan bertingkat dari A. Maslow, bahwa masyarakat kelas ekonomi bawah lebih mementingkan kebutuhan fisiologis. Dalam memenuhi kebutuhannya sehari-hari (Hariyono, 2007: 157).

Setiap harinya jumlah calon pembeli (konsumen) yang berkunjung terus meningkat, demikian pula jumlah pedagang kaki lima (PKL) yang berjualan disepanjang jalan depan pasar. Kondisi ini menyebabkan jalan raya yang ada di depan pasar semakin lama terasa semakin sempit, bahkan sampai terjadi kemacetan. Masalah lain adalah minimnya lahan parkir mobil angkutan serta munculnya terminal bayangan disepanjang jalan raya pasar tersebut, termasuk jumlah PKL yang terus meningkat di sepanjang jalan raya pasar dan menempati area parkir. Secara umum tampak bangunan pasar terlihat tidak serasi dan kurang menarik serta terkesan tidak terawat (kumuh). Bahkan tidak ada pemisahan antara pasar kering dan pasar basah. Selain itu, banyak para pedagang yang memang tidak kebagian tempat berjualan dan memilih berjualan di pintu masuk atau di dalam gang pasar. Sehingga mengakibatkan penumpukan calon pembeli yang masuk area pasar.

Melihat dari latar belakang permasalahan tersebut, maka pemerintah Kabupaten Malang mempunyai rencana akan memindahkan dan mentertibkan para pedagang yang ada di pasar lama ke lokasi pasar baru yang tidak jauh dari

lokasi pasar lama yaitu tepat pada area belakang pasar yang lama lebih tepatnya ada di sepanjang Jl. Panglima Sudirman. Sedangkan pasar yang lama rencananya akan di ubah fungsinya menjadi ruko. Akan tetapi bangunan yang sudah di wadahi berupa pasar baru tersebut, tidak menutup kemungkinan akan timbul masalah lagi seperti pada pasar lama sebelumnya. Karena ruang-ruang untuk jumlah pedagang masih belum mencukupi untuk mewadahi jumlah pedagang sampai 10 tahun yang akan datang. Pada akhirnya para pedagang akan memanfaatkan lahan sirkulasi sebagai area berdagang yang dapat menimbulkan penumpukan calon pembeli dan memenuhi badan jalan serta menimbulkan kesan kumuh dan kotor. Sehingga permasalahan yang terjadi saat itu akan terulang kembali. Begitu juga ruang-ruang yang terfasilitasi belum tentu dapat memenuhi kebutuhan dari berbagai macam penjual yang ada sebelumnya.

Bangunan Pasar Karangploso Kabupaten Malang (Pasar Semi Modern) secara umum menggunakan struktur berupa pondasi batu kali, kolom praktis, rangka besi untuk los permanen dan untuk atap koridornya rangka aluminium. Sedangkan materialnya untuk kios dan bedaknya berupa dinding dari batu bata dengan atap menggunakan genteng kalau untuk los permanen pakai seng dan untuk atap koridornya pakai *fiberglass*. Dari bangunannya yang bermasalah saat ini sebelum ditempati yaitu melengkungnya pada tangga naik ke lantai dua (ke ruang kantor pengelola) dan bocornya atap karena hujan yang mengakibatkan asbesnya terlihat tidak bersih (Survey lapangan dan pengamatan, 2008).

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka perlu dilakukan perancangan kembali (redesain) dan penertiban pada Pasar Karangploso Kabupaten Malang

(Pasar Semi Modern) yang baru tersebut. Salah satunya dengan merubah *image* pasar tradisional yang ada secara keseluruhan tetapi tidak menghilangkan fungsi awal pasar serta menambah atau merubah prasarana yang ada. Hal ini bertujuan agar pasar tersebut terasa lebih nyaman, aman dan teratur. Sedangkan pasar yang lama akan di ubah fungsinya menjadi deretan ruko. Konsep yang ditawarkan adalah merancang kembali bangunan Pasar Karangploso Kabupaten Malang yang teratur, tertib, bersih dan nyaman, yang dapat menjadi citra dari kawasan Karangploso sesuai dengan fungsi yang ditetapkan sebagai pasar induk. Selain itu, dalam perancangan Pasar Karangploso Kabupaten Malang ini akan diterapkan tema arsitektur berkelanjutan ke dalam konsep rancangan bangunannya. Dengan maksud akan terwujud suatu pasar yang memenuhi kriteria berkelanjutan demi kelangsungan generasi-generasi mendatang.

1.2 Rumusan Masalah

Pokok permasalahan yang menjadi pembahasan dalam perancangan ini antara lain:

1. Bagaimana upaya merancang kembali bangunan Pasar Karangploso Kabupaten Malang?
2. Bagaimana mewujudkan arsitektur berkelanjutan pada Pasar Karangploso Kabupaten Malang?

1.3 Tujuan dan Manfaat

Tujuan dan manfaat yang bisa di ambil dari latar belakang dan rumusan masalah di atas adalah:

1. Merancang kembali bangunan Pasar Karangploso Kabupaten Malang.
2. Mengetahui wujud arsitektur berkelanjutan pada bangunan Pasar Karangploso Kabupaten Malang.

1.4 Batasan

Adapun batasan-batasan rancangan pada objek studi Perancangan Kembali Pasar Karangploso Kabupaten Malang adalah:

1. Pasar sebagai objek utama yang menjadi fungsi perancangan dalam objek studi kali ini, yang di wadahi sesuai dengan fungsi awalnya yaitu sebagai pasar tradisional.
2. Ruang lingkup perancangan berada pada area tapak yang sudah ada sebelumnya (Jl. Diponegoro dan Jl. Panglima Sudirman).
3. Lingkup permasalahan yang dikaji dalam proses perancangan lebih ditekankan pada permasalahan pembagian atau pengelompokkan area pedagang yang jelas dan teratur dari berbagai jenis perdagangan dan penjual yang ada, agar mudah di akses serta permasalahan arsitektural yang ada dalam pasar, meliputi: sirkulasi, pola tata ruang, serta perencanaan dan pengaturan utilitas bangunan.
4. Perencanaan ruang yang tetap memperhatikan interaksi sosial dan kultural (*human being*) dari masyarakat lokal (*user*).

5. Memberikan nuansa baru tentang citra pasar tradisional yang terkesan kumuh, kotor dan becek, diubah menjadi sebuah citra pasar tradisional yang bersih, nyaman dan aman yang mempunyai orientasi sebagai pasar yang sehat.

Sedangkan batasan tema arsitektur berkelanjutan pada objek studi Perancangan Kembali Pasar karangploso Kabupaten Malang hanya mencakup pada:

1. Pengelolaan sistem utilitas (drainase, air bersih dan air kotor serta pengolahan sampah) yang berkelanjutan sebagai bentuk dari hemat energi.
2. Menghemat energi buatan dengan cara memanfaatkan potensi alam seoptimal mungkin.
3. Bahan material yang digunakan sebagian bahan material lokal atau yang bersifat *sustainable*.
4. Proporsi antara lahan yang terbangun dan tidak terbangun serta penampungan jumlah pedagang untuk beberapa tahun yang akan datang hanya sebagai pendukung konsep berkelanjutan.

Dari batasan-batasan rancangan dan tema di atas ditujukan agar pembahasan dapat lebih spesifik, serta memudahkan dalam mendefinisikan perumusan masalah. Sehingga hasil rancangan nantinya sudah mampu menjawab permasalahan-permasalahan yang ada saat ini serta masalah yang akan muncul pada masa akan datang.