

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pasar merupakan tempat yang mampu meningkatkan perekonomian melalui kegiatan jual beli. Pembangunan di berbagai sektor secara menyeluruh telah menjadi suatu keharusan, termasuk sektor perdagangan. Seiring perkembangan perekonomian di jaman yang semakin maju ini, bentuk perdagangan telah berkembang dan melahirkan berbagai bentuk pasar modern, seperti minimarket, supermarket dan hipermarket. Fenomena pasar modern tumbuh sangat cepat, bahkan keberadaan minimarket telah merambah ke kompleks perumahan hingga perkampungan. Dengan kemudahan ini otomatis mayoritas masyarakat saat ini telah berpaling untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya di pasar modern, selain karena tempat yang nyaman dan bersih serta mudah dijangkau, juga harga jual barang yang tidak kalah dengan pasar tradisional. Hal inilah yang berpotensi mendesak keberadaan usaha kecil dan menengah di pasar tradisional.

Hasil survei AC Nielsen tahun 2013 lalu menunjukkan jumlah pasar rakyat di Indonesia terus mengalami penurunan. Pada 2007 pasar rakyat berjumlah 13.550, sementara pada 2009 menyusut menjadi 13.450, dan pada 2011 berjumlah 9.950. Sementara itu, perbandingan pertumbuhan pasar rakyat terhadap pasar modern cukup drastis, yaitu pasar rakyat hanya kurang dari 8,1 persen, sedangkan pasar modern 31,4 persen.¹ (Berdasarkan UU no. 7 tahun 2014 tentang perdagangan istilah pasar tradisional diganti dengan pasar rakyat karena citra buruk yang selama ini melekat pada pasar tradisional)

Untuk itu, perlindungan pasar rakyat menjadi sebuah keniscayaan agar eksistensinya dapat semakin memberikan manfaat bagi kesejahteraan rakyat. Pasar rakyat perlu dikembangkan dan dikelola dengan benar, agar mampu memberikan perlindungan bagi UMKM dan mampu bersaing dengan pasar modern. Sehingga nantinya pasar rakyat tetap menjadi pilihan masyarakat dalam berbelanja memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Dalam hal ini di butuhkan pembenahan pada aspek kemudahan, kebersihan, dan kenyamanan dalam berbelanja di pasar rakyat yang sebelumnya identik dengan tempat yang bau, kotor, pengap dan tidak nyaman untuk berbelanja.

Keberadaan pasar rakyat di Indonesia bukan semata urusan ekonomi, namun lebih jauh dari itu mencakup mengenai isu ruang dan relasi sosial, warisan, dan ranah budaya. Bahkan, kehadiran pasar rakyat merupakan bukti peradaban yang berlangsung sejak lama mengingat nilai historisnya begitu melekat. - Restu Pratiwi

Pada tahun 2015, Presiden RI Joko Widodo meluncurkan program pembangunan atau revitalisasi 1.000 pasar rakyat yang merupakan salah satu visi-misi pada poin 6.5 Nawacita Presiden Jokowi. Ditargetkan dalam lima tahun ke depan pemerintah bisa merevitalisasi 5.000 pasar rakyat di seluruh Indonesia.²

¹ Latif. (2014, Oktober 2). KOMPAS. Diambil kembali dari <http://sains.kompas.com/read/2014/10/02/163318621/Pasar.Rakyat.Tradisi.yang.Terus.Menyusut.dan.Terlupakan>.

² AYO KEMBALI BELANJA KE PASAR TRADISIONAL. (2014, April 30). Diambil kembali dari presidenri.go.id: <http://presidenri.go.id/ulasan/perekonomian/ayo-kembali-belanja-ke-pasar-tradisional.html>

Program tersebut mendapat dukungan penuh dari Walikota Semarang Hendrar Prihadi, terbukti rencana revitalisasi pasar dicantumkan pada Rencana Kerja Pemerintah Daerah (RKDP) Kota Semarang tahun 2017. Dan pada tahun 2016 ada sebanyak 16 dari 44 pasar rakyat yang telah direvitalisasi di Kota Semarang, meliputi Pasar Jraakah, Surtikanti, Rejomulyo, Klithikan, Sampangan, Genuk, Rasamala, Kembang Kalisari, Peterongan, Dargo, Waru, Purwogondo, Pedurungan, Suryokusumo, Bulu, dan RPU Penggaron. Meski telah banyak pasar yang direvitalisasi, namun tidak semua pasar memberikan keuntungan dari segi fisik maupun non fisik pasca revitalisasi. Banyak pasar yang justru makin sepi pengunjung seperti pada kasus di Pasar Bulu, atau bahkan fasilitas gedung yang tidak sesuai dengan kebutuhan pedagang seperti kasus Pasar Rejomulyo.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Heru (2010) tentang Pengembangan Pasar Tradisional Menuju Pasar Sehat, membuktikan bahwa di Kota Semarang, Pasar Gayamsari merupakan pasar yang memiliki potensi terbaik serta masuk dalam kategori prioritas tinggi untuk dikelola dan direvitalisasi menjadi pasar percontohan di Kota Semarang.³

1.2 Tujuan dan Sasaran

1.2.1 Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai adalah menghasilkan redesain Pasar Rakyat Gayamsari yang representatif, nyaman, dan bersih serta menghasilkan nuansa baru dalam kejenuhan pasar rakyat, sehingga nantinya pasar rakyat mampu bersaing dengan pasar modern.

1.2.2 Sasaran

Meningkatkan derajat dan kualitas pasar rakyat di sektor perdagangan, serta meningkatkan perekonomian rakyat.

1.3 Manfaat

Manfaat dari perencanaan Redesain Pasar Rakyat Gayamsari adalah sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan perekonomian rakyat, terutama para pedagang yang berkegiatan di Pasar Rakyat Gayamsari.
- 2) Dan otomatis juga meningkatkan perekonomian daerah Kota Semarang.
- 3) Jika desain ini terwujudkan, harapannya mampu menjadi *role model* pasar rakyat modern di Kota Semarang.

1.4 Lingkup Bahasan

Ruang lingkup perencanaan dan perancangan Redesain Pasar Rakyat Gayamsari terfokus untuk menjadikan bangunan pasar rakyat yang modern, representatif, nyaman, serta mampu meningkatkan produktifitas pasar.

1.5 Metode Pembahasan

Metode Pembahasan dalam penyusunan LP3A ini penulis menggunakan 3 metode pembahasan yaitu Metode Deskriptif, Metode Dokumentatif, dan Metode Komparatif.

³Heru Sulisty, B. C. (2010). Model Pengembangan Pasar Tradisional Menuju Pasar Sehat Di Kota Semarang. 516-526.

1.5.1 Studi Literatur

Mencari, mempelajari, memilah dan menyajikan literatur (laporan penelitian, jurnal) serta internet yang terkait dengan Pasar Rakyat, yang berguna sebagai landasan dalam perencanaan dan perancangan Pasar Rakyat Gayamsari.

1.5.2 Studi Lapangan

Studi lapangan dilakukan untuk memperoleh data fisik dan non fisik mengenai lokasi perencanaan dan perancangan serta data pendukung lain yang diperlukan.

1.5.3 Studi Banding

Melakukan perbandingan beberapa objek bangunan yang memiliki fungsi yang sama, kemudian dianalisa guna dijadikan sebagai referensi dan pertimbangan dalam perencanaan dan perancangan Redesan Pasar Rakyat Gayamsari.

1.6 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan yang digunakan dalam penyusunan LP3A ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Mengurai tentang latar belakang, tujuan dan sasaran yang ingin dicapai, manfaat, lingkup bahasan, metode dan sistematika pembahasan, serta alur pikir.

BAB II METODOLOGI

Berisi metode yang digunakan yang menjelaskan alasan dan bagaimana metode tersebut digunakan.

BAB III DISKUSI

Merupakan rangkuman dari hasil 2 Bab sebelumnya yang telah dibahas, yang kemudian disajikan kembali dengan bentuk yang lebih ringkas.

BAB IV KESIMPULAN

Merupakan kesimpulan dari hal-hal yang dibahas pada BAB III dan menjawab tujuan dibuatnya Redesain Pasar Rakyat Gayamsari.

1.7 Alur Pikir

AKTUALITA

- Citra pasar tradisional yang identik dengan kondisi yang kumuh, bau, serta tidak nyaman membuat masyarakat mulai meninggalkan pasar tradisional dan berpaling ke pasar modern.

URGENSI

- Dibutuhkan pengembangan atau revitalisasi pada pasar tradisional menjadi pasar tradisional dengan citra modern, representatif, nyaman, bersih, agar mampu bersaing dengan pasar modern, dalam hal ini adalah Pasar Gayamsari karena memiliki potensi untuk dikembangkan dan dijadikan percontohan. Disamping itu terus menurunnya jumlah pedagang tiap tahunnya di Pasar Gayamsari semakin mendesak untuk diredesain.

ORIGINALITAS

- Perencanaan dan perancangan bangunan Redesain Pasar Rakyat Gayamsari dengan Optimasi Lahan

Tujuan
 Tujuan yang ingin dicapai adalah menghasilkan redesain Pasar Rakyat Gayamsari yang representatif, nyaman, dan bersih serta menghasilkan nuansa baru dalam kejenuhan pasar rakyat, sehingga nantinya pasar rakyat mampu bersaing dengan pasar modern.

Sasaran
 Meningkatkan derajat dan kualitas pasar rakyat di sektor perdagangan, serta meningkatkan perekonomian rakyat.

Lingkup Bahasan
 Ruang lingkup perencanaan dan perancangan Redesain Pasar Rakyat Gayamsari terfokus untuk menjadikan bangunan pasar rakyat yang modern, representatif, nyaman, serta mampu meningkatkan produktifitas pasar.

