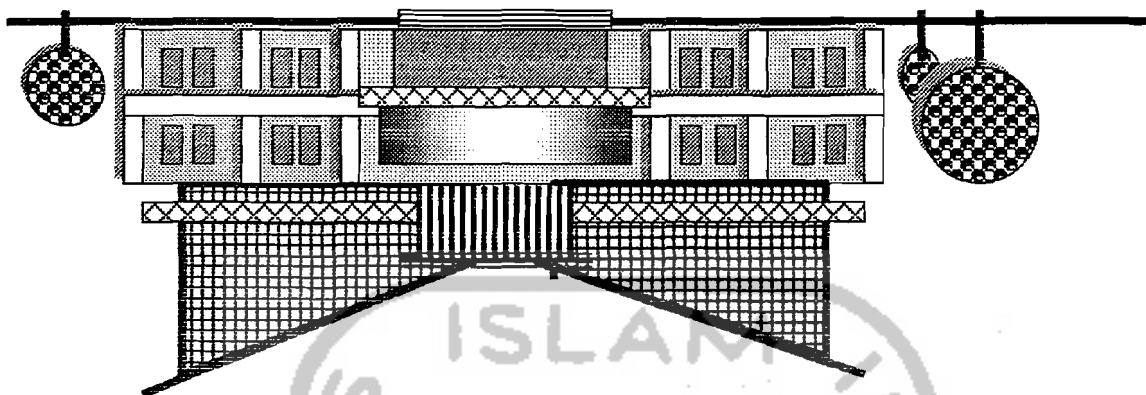




ANALISIS KUALITAS LINGKUNGAN
MUSKIM

البيئة الجيدة

BAB II

TINJAUAN UMUM PASAR

2.1. Pengertian Pasar

Pasar : Tempat orang jual beli; pekan; tempat aneka pertunjukan; kedai; warung; hias; dan sebagainya; lingkungan tempat suatu barang dagangan dapat laku; kurang baik buatan barangnya.⁸

Adapun pasar yang dalam Bahasa Inggrisnya Market (mercatus : bahasa latin) mempunyai arti umum sebagai berikut :

- Tempat berkumpulnya masyarakat untuk menjual dan membeli sesuatu, terutama yang berhubungan dengan kebutuhan sehari-hari.
- Suatu ruang terbuka atau bangunan, yang berisi barang-barang pajangan untuk di jual.
- Suatu kawasan dengan barang-barang yang dapat dengan mudah didapatkan atau di jual.
- Jual beli dalam bentuk barang, saham dan lain-lain.

Sehingga pengertian dari suatu pasar dapat dikembangkan sebagai berikut :

- Pasar merupakan seluruh kelompok los-los dan bangunannya beserta lapangan dimana para pedagang biasanya berkelompok untuk mendasarkan dan menjual barang dagangannya.⁹
- Suatu tempat dimana barang dagangan diperagakan dalam suatu bangunan yang luas dalam suatu kota, dan biasanya dengan los-los.¹⁰
- Tempat dimana pembeli dan penjual bertemu dan berfungsi, barang atau jasa tersedia untuk di jual, dan terjadi perpindahan hak milik.¹¹

⁸ Mohammad Ali, Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Modern, Pustaka Amani, Jakarta

⁹ Keputusan Daerah yang disahkan oleh DPR tanggal 26-4-1951

¹⁰ Fulk and Wagnal Comp. "Standard Dictionary – vo II, New York

Dari definisi-definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa pasar adalah salah satu fasilitas kota yang berupa wadah untuk menampung orang (penjual dan pembeli serta pengelola) dimana barang-barang dagangannya sebagian besar berupa barang keperluan sehari-hari, dan karena pasar merupakan tempat berkumpulnya bagi orang-orang dan tempat menyimpan barang, maka wadah tersebut memerlukan fasilitas-fasilitas yang harus dipertimbangkan agar wadah tersebut dapat digunakan se nyaman mungkin bagi pemakainya. Adapun kenyamanan wadah tersebut antara lain adalah sebagai berikut :

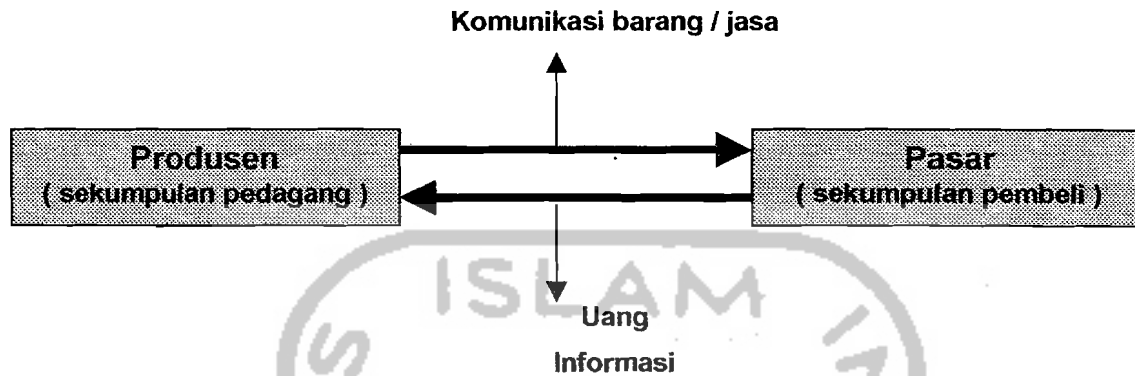
1. Pasar harus dapat menampung / memenuhi kebutuhan pedagang dan pembeli.
2. Pasar harus dilengkapi dengan fasilitas-fasilitas yang mendukung seperti : lavatory, gudang, kantor pasar, bank, serta fasilitas penunjang lainnya seperti : tempat parkir, keamanan, kesehatan, tempat bongkar muat dan lain-lain.
3. Pasar harus di rencanakan sedemikian rupa sehingga aktivitas yang terjadi tidak mengganggu daerah/lingkungan sekitarnya. Adapun aktivitas tersebut adalah :
 - Sistem sirkulasi manusia, yaitu antar pedagang dan pembeli, pedagang dan pedagang, pembeli dan pembeli.
 - Sistem sirkulasi barang termasuk aktivitas bongkar muat.
 - Sistem sirkulasi alat transportasi umum maupun pribadi, baik pengangkut barang maupun manusia.
 - Sistem pembuangan limbah (padat maupun Cair).

2.1.1 Perkembangan Fungsi Pasar

Pada awalnya manusia hidup dalam kelompok-kelompok kecil dengan kebutuhan hidup yang sangat sederhana, namun dengan semakin meningkatnya peradaban, kebutuhan hidup pun semakin meningkat pula. Sehingga kelompok kecil tersebut perlu mengadakan kontak dengan kelompok yang lain untuk saling melengkapi kebutuhan hidup. Inilah yang mengawali timbulnya perdagangan secara barter.

¹¹ Drs. Basu Swasta D.H MBA, 1979, "Azas-azas Marketing " hal 26.

Sistem pasar ini pada mulanya juga masih sangat sederhana, secara umum dapat digambarkan sebagai berikut :



Skema 2.1 Sistem Pasar Sederhana

Namun akhir-akhir ini pasar sudah bukan merupakan tempat jual beli lagi melainkan sudah berfungsi dan berkembang sebagai berikut :¹²

1. Pasar sebagai Sumber Pendapatan Daerah

Dengan adanya penarikan retribusi dari setiap pedagang di pasar, maka pemerintah daerah akan memperoleh pendapatan. Sebagai contoh pada pasar-pasar di Jakarta, hampir 60% dari retribusi pasar ditetapkan sebagai sumber pendapatan daerah, sedang 40% merupakan biaya-beaya operasional yang dipegang oleh pengelola pasar, dalam hal ini PD pasar jaya.

Di Yogyakarta, pasar ditangani oleh Jawatan Pasar sehingga hasil retribusi pasar seluruhnya masuk Pemerintah Daerah. Sedang biaya-beaya operasional seluruhnya dikeluarkan oleh pemerintah daerah.

2. Pasar sebagai Lapangan Kesempatan Kerja

Statistik mengenai jumlah berapa tenaga kerja yang diserap dalam sektor perdagangan di bidang perpasaran belum tercatat dengan baik, tetapi hal ini dapat diperkirakan bahwa pembangunan pasar akan menambah tempat kesempatan kerja.

¹² M. Darwis, "Penataan Kembali Pasar Kota Gede", TA/9167/ Arsitektur, UGM

Hal ini dapat di lihat sebagai contoh pembangunan sebuah pasar Inpres yang direncanakan dapat menampung kurang lebih 150 pedagang dan akan dapat menyerap tenaga kerja kurang lebih 300 orang dengan asumsi setiap pedagang membutuhkan pelayan toko sebanyak 2 orang.

Ini belum diperhitungkan buruh harian yang mengadakan bongkar muat, pegawai pasar yang bekerja di pasar itu sendiri, dan sebagainya.

3. Pasar sebagai Tempat Rekreasi

Masyarakat yang datang ke pasar ternyata tidak semata-mata ingin berbelanja, namun juga bermaksud berrekreasi, menyaksikan penataan barang-barang dalam almari atau meja pajangan, membanding-bandingkan jenis dan harga barang yang satu dengan yang lain.

Pada pasar-pasar tradisional, yang sifatnya masyarakat masih paguyuban, orang datang ke pasar kadang-kadang karena ingin bertemu dengan orang lain, atau ingin mengobrol dan menyambung hubungan batin. Terutama pada hari-hari pasaran, banyak orang menyempatkan diri datang ke pasar.

Dari sini dapat pula disaksikan, bahwa tempat rekreasi yang paling murah ada di pasar. Orang keluar masuk pasar tanpa larangan, tanpa dibedakan status sosial, profesi, dan sebagainya.

Pembangunan pasar di kota-kota besar yang disertai tempat hiburan seperti bioskop, bilyard, dan sebagainya, adalah usaha untuk memanfaatkan kecenderungan rekreasi ini. Pembangunan pasar-pasar khusus juga akan menimbulkan daya tarik tersendiri bagi para wisatawan, seperti pembangunan pasar burung, pasar ikan, pasar induk sayur-mayur, pasar buah dan lain-lain.

2.1.1. Klasifikasi Pasar

Ditinjau dari beberapa sistem perdagangannya, pasar sebagai wadah aktifitas perdagangan terbagi menjadi dua, yaitu tradisional dan modern yang pengertiannya adalah : Suatu wadah perdagangan dimana aktifitas perdagangannya masih menyertakan elemen perdagangan secara langsung, yaitu

adanya barang, pembeli dan penjual ditempat aktifitas perdagangan berlangsung, sedangkan pasar modern adalah suatu tempat/wadah /aktifitas perdagangan dimana tidak perlu lagi elemen-elemen aktifitas perdagangan itu harus tersedia (terlihat).

Sedangkan diantara penggolongan pasar lainnya adalah dijabarkan sebagai berikut :

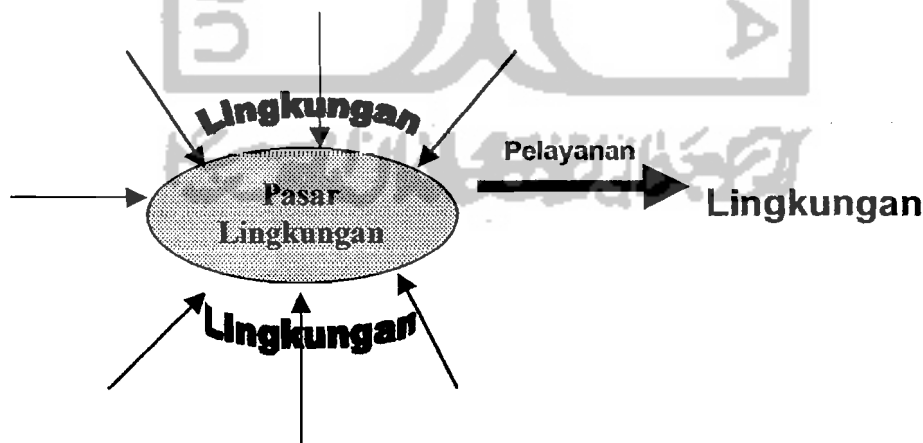
1. Menurut jenjang perkembangan pasar¹³

- Kumpulan Para Pedagang

Ini terjadi ditempat-tempat strategis di pusat lingkungan perumahan dimana pedagang-pedagang (pada umumnya eceran) berkumpul untuk melayani masyarakat sekitarnya, dan biasanya hanya menyediakan barang-barang kebutuhan sehari-hari.

- Pasar Lingkungan

Pedagang-pedagang dalam hal ini menyediakan fasilitas dimana pedagang-pedagang dapat diatur dan sekaligus dapat dilakukan penarikan pajak. Pasar lingkungan ini masih bersifat eceran dan sebagai daerah pelayanan adalah dalam radius 10 menit berjalan kaki, dan barang yang diperdagangkan masih merupakan kebutuhan sehari-hari.

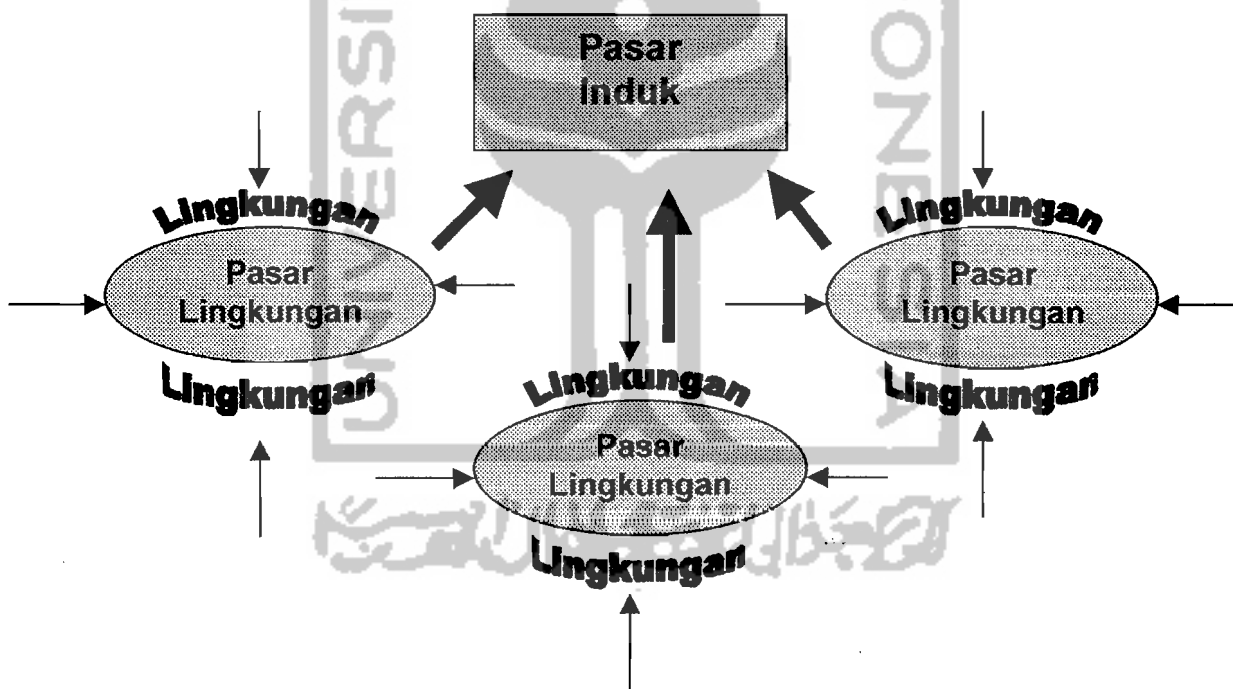


Skema 2.2 Pasar Lingkungan

¹³ Widiati, 1985, " Proyek Inpres 8/1981," Pasar Kendangsari Surabaya, hal 13

- **Pasar Induk**

Jika pasar lingkungan terdiri dari pedagang-pedagang eceran yang pada umumnya tidak/kurang mempunyai modal, maka dengan semakin meningkatnya kebutuhan konsumen, lambat laun tidak dapat diimbangi lagi dengan kualitas dan kuantitas pedagang tersebut. Pasar ini merupakan pemasok dari pasar-pasar lingkungan yang berada pada wilayah jangkauannya. Harga bahan yang ada disini juga lebih rendah (untuk perdagangan grosir) dari pada pasar-pasar yang lebih kecil. Daerah pelayanannya adalah radius yang lebih besardan macam barang yang diperdagangkan tidak hanya kebutuhan sehari-hari, akan tetapi juga kebutuhan berkala.



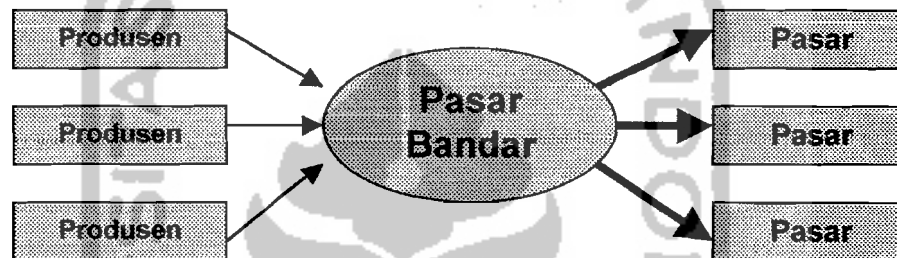
Skema 2.3 Pasar Induk

- **Pasar Bandar**

Akibat mengalirnya bahan-bahan pangan dari sumber-sumber diluar kota pada waktu tertentu (biasanya pada sore hari atau malam hari) dalam jumlah besar, maka tidaklah mungkin untuk mendistribusikan ke berbagai

tempat dalam waktu singkat. Untuk itu diperlukan suatu tempat penampungan untuk selanjutnya di distribusikan. Tempat ini biasanya terletak pada tempat yang mudah dicapai oleh kendaraan.

Disini biasanya tidak ada pedagang eceran, akan tetapi dalam jumlah besar/partai (grosir). Pasar Bandar merupakan tempat penampung dari bahan-bahan yang langsung datang dari sumber-sumbernya. Dari sini bahan-bahan disebarkan dalam jumlah besar ke pasar-pasar lingkungan, pasar-pasar Induk dan juga kota-kota disekitarnya.



Skema 2.4 Pasar Bandar

2.1.3. Lingkup Dan Batasan Pelayanan

Mendudukan pasar sebagai lingkup dan batasan pelayanan berarti memandang pasar sebagai satu bagian dari jaringan kegiatan perdagangan yang ada di suatu daerah, wilayah atau kota tertentu. Hal ini tidak terhindarkan karena suatu kota yang besar tak bisa hanya dilayani oleh satu pasar. Dinamika masyarakat sendiri akan menjadikan kegiatan perdagangan terbagi dalam unit-unit pelayanan. Maka terciptalah hirarki dan koordinasi pusat-pusat perdagangan dalam suatu kota.

1. Hirarki Pusat-Pusat Perdagangan¹⁴

Secara garis besar fasilitas perdagangan dikelompokkan menjadi dua, yakni : Fasilitas Perdagangan yang Terpusat dan Fasilitas Perdagangan yang Tersebar.

¹⁴ M Darwis, Penataan kembali Pasar Kota Gede”, TA/9167/Arsitektur, UGM

Fasilitas Perdagangan yang Terpusat menduduki posisi paling tinggi dari hirarki Fasilitas Perdagangan yang ada di suatu kota dan biasanya terletak di pusat kota. Kegiatan perdagangan di pusat kota ini pada umumnya terdiri atas Perdagangan eceran (retail trade) dengan fasilitas berupa pertokoan dan pasar yang menjual barang kebutuhan sehari-hari, dan Perdagangan Besar (whole sale trade) dengan fasilitas berupa pertokoan, grosier, keagenan. Daerah pusat ini selain berfungsi sebagai pusat pelayanan di seluruh kota, juga merupakan pusat pelayanan bagi pemasaran produksi regional dan daerah sekitarnya.

Fasilitas Perdagangan yang Tersebar berfungsi sebagai pelayanan lingkungan-lingkungan di dalam kota. Biasanya fasilitas perdagangan yang tersebar ini berdekatan dengan fasilitas sosial lainnya dan merupakan pusat dari lingkungan.

Soewito membagi hirarki pelayanan perdagangan itu dengan spesifikasi Fasilitas, populasi pelayanan, skala radius pelayanan, perkiraan kepadatan dan status pasar sebagai berikut :¹⁵

a. Pusat Kota Besar

1. Fasilitas : Perkantoran Ekonomi, Pertokoan, Perpasaran, Kantor-kantor Pelayanan Umum (Bank, Kantor Pos dll) dan Civic Center.
2. Populasi Pelayanan : Kota dan Regional.
3. Skala Radius Pelayanan : 5 – 10 km.
4. Perkiraan kepadatan : 300/ha.
5. Status Pasar : Pasar Kota

b. Pusat Kota Pembantu

1. Fasilitas : Perkantoran Ekonomi, Pertokoan, Perpasaran.
2. Populasi Pelayanan : Kota dan Regional
3. Skala Radius Pelayanan : 3 – 5 km.

¹⁵ Soewito, " Optimasi Penggunaan Ruang Pada Pasar Wilayah Di Kota Besar", Landasan Konseptual Perencanaan, Skripsi Sarjana, Arsitektur Fakultas Teknik UGM, Yogyakarta, 1977

4. Perkiraan Kepadatan : 200 – 250/ha
 5. Status Pasar : Pasar Kota.
- c. Pusat Wilayah
1. Fasilitas : Perkantoran Ekonomi, Pertokoan, Perpasaran, Kantor-kantor Pelayanan Umum (bank, Kantor Pos dll) dan Civic Center.
 2. Populasi Pelayanan : 250.000
 3. Skala Radius Pelayanan : 2 – 3 km.
 4. Perkiraan Kepadatan : 150 – 200/ha.
 5. Status Pasar : Pasar Wilayah.
- d. Pusat Wilayah Pembantu
1. Fasilitas : Pertokoan, Perpasaran, Kantor-kantor Pelayanan Umum (Bank, Kantor Pos dll), Civic Center.
 2. Populasi Pelayanan : 70.000 – 250.000
 3. Skala Radius Pelayanan : 1,5 – 2 km
 4. Perkiraan Kepadatan : 100 – 150/ha
 5. Status Pasar : Pasar Wilayah
- e. Pusat Kecamatan
1. Fasilitas : Pertokoan, Perpasaran, Kantor-kantor Umum (Kantor Pos, Bank dll) Civic Center.
 2. Populasi Pelayanan : 20.000 – 70.000
 3. Skala Radius Pelayanan : s/d 1,5 km
 4. Perkiraan Kepadatan : 80 – 100 /ha
 5. Status Pasar : Pasar Lingkungan.
- f. Pusat Lingkungan
1. Fasilitas : Pertokoan, Perpasaran
 2. Populasi Pelayanan : 5.000 – 20.000
 3. Skala Radius Pelayanan : s/d 1 km

4. Perkiraan Kepadatan : 80 – 100/ha
5. Status Pasar : Pasar Lingkungan.

g. Kelompok Perumahan

1. Fasilitas : Warung-warung dan Toko-toko kecil
2. Populasi Pelayanan : kurang dari 500
3. Skala Radius Pelayanan : s/d 0,5 km
4. Perkiraan Kepadatan : 80 – 100/ha
5. Status Pasar : -

2.2. Pasar Sebagai Sistem Pelayanan

Pasar dapat dipandang sebagai Sistem Pelayanan yang terdiri atas komponen-komponen : Konsumen, Pedagang, Materi Perdagangan dan Unsur-unsur Penunjang. Interaksi antar Komponen ini menimbulkan Kegiatan Perpasaran yang menentukan Sarana Fisik yang harus disediakan.

2.2.1. Konsumen Pasar

Konsumen pasar pada umumnya adalah masyarakat yang membutuhkan pelayanan akan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Tipe masyarakat yang merupakan unsur konsumtip bagi pasar ditentukan oleh status sosial ekonomi dan wawasan budaya intelektual.

Dari segi sejarahnya, pasar adalah bentuk fasilitas yang tumbuh secara organis karena pertemuan motivasi yang saling menguntungkan antara pedagang dan pembeli. Kebiasaan tawar menawar secara langsung tetap bertahan sampai kini karena cara ini dianggap menguntungkan bagi kedua belah pihak, baik dari pertimbangan kebebasan memilih barang maupun prsesuaian harga. Karena itu konsumen pasar pada umumnya adalah lapisan masyarakat yang tingkat wawasan budaya/intelektualnya relatif belum maju.

Demikian pula jika ditinjau dari segi sosial ekonominya, maka konsumen pasar kebanyakan adalah lapisan masyarakat dari golongan penghasilan rendah sampai sedang. Motivasi untuk mendapatkan barang yang sesuai dengan kehendak tapi dengan harga murah membutuhkan bentuk-bentuk pelayanan langsung, transaksi pada unit-unit eceran kecil dan pelayanan langsung. Pada masyarakat dengan kondisi sosial ekonomi yang relatif masih rendah, motivasi tersebut masih kuat, sehingga pasar masih tetap dibutuhkan.

Di kota besar yang strukturnya masyarakatnya lebih kompleks dengan golongan berpenghasilan menengah ke atas dan wawasan budaya tinggi lebih banyak dari pada di kota kecil, terjadi penggolongan konsumen pada pasar, pertokoan, atau pelayanan yang lebih modern seperti departemen store dan super market. Maka tidak seluruh masyarakat kota besar dapat diperhitungkan sebagai konsumen pasar.

Ditinjau dari segi kesempatan, masyarakat golongan ekonomi rendah sampai sedang relatif tidak begitu sibuk sehingga mereka masih dapat menyempatkan diri untuk datang dan langsung ke pasar setiap hari. Dan karena kemampuan ekonomi yang terbatas, mereka melakukan pembelian dalam jumlah kecil dalam periode harian.

Ini berbeda dengan masyarakat golongan menengah ke atas yang kebanyakan memiliki kesibukan yang tinggi. Mereka tidak datang langsung ke tempat jual beli setiap hari, tapi secara berkala dengan maksud berbelanja dalam jumlah besar untuk keperluan beberapa hari sekaligus berupa barang-barang kebutuhan berkala seperti kelontong, peralatan rumah tangga, sandang dan sebagainya. Untuk sebagian kebutuhan sehari-hari biasanya mereka disuplai oleh pedagang-pedagang keliling yang mendapatkan barang-barang dari pasar. Jadi golongan

menengah ke atas merupakan konsumen pasar meskipun tidak secara langsung.

Maka dapatlah di ringkas, bahwa konsumen dari pasar sebagian besar adalah masyarakat berpenghasilan menengah ke bawah, para pedagang keliling dan pemilik warung di kampung-kampung.

2.2.2. Pedagang di Pasar

Pedagang didalam menjalankan kegiatannya selalu menyediakan modal, tenaga, dan materi jual beli. Adapun pedagang dapat digolongkan menurut : *jumlah pelakunya, kemampuan modalnya, cara penyalurannya, jangkauan pelayanannya, cara pelayanannya dan asalnya.*

- a. Dari segi jumlah pelakunya, pedagang dapat dikelompokkan menjadi :
 1. Pedagang Individu
 2. Pedagang Gabungan/kongsi
- b. Dari segi kemampuan modalnya, pedagang meliputi :
 1. Pedagang modal kecil
 2. Pedagang modal sedang
 3. Pedagang modal cukup
 4. Pedagang modal besar
- c. Dari segi cara penyalurannya :
 1. Pedagang Eceran
 2. Pedagang Grosir
 3. Pedagang Pengumpul
- d. Dari segi jangkauan pelayanannya :
 1. Pedagang Lingkungan
 2. Pedagang Lokal
 3. Pedagang Kota
 4. Pedagang Regional

- e. Dari segi cara pelayanannya :
 - 1. Pedagang Langsung
 - 2. Pedagang Tak Langsung
- f. Dari segi asalnya :
 - 1. Pedagang dari Desa/hinterland
 - 2. Pedagang dari kota

Sebagai contoh, suatu Pasar Lingkungan dari suatu kota biasanya sebagian besar pedagangannya dapat digolongkan sebagai berikut :

- a. Pedagang Individu
- b. Pedagang Modal Kecil
- c. Pedagang Eceran
- d. Pedagang Lingkungan
- e. Pedagang langsung
- f. Pedagang dari Desa

2.2.3. Materi Perdagangan di Pasar

Di dalam materi perdagangan pasar dapat dikelompokkan berdasarkan jenisnya, sifatnya,urgensinya, cara pengangkutannya, dan cara penyajiannya.

- a. Jenis Materi Perdagangan :
 - 1. Bahan Pangan :
 - a. Hasil Pertanian/Perkebunan/Palawija
 - b. Sayuran
 - c. Buah-buahan
 - d. Hasil Peternakan/Perikanan
 - e. Bumbu-bumbuan
 - f. Bahan Pangan Mentah yang diproses
 - g. Pangan matang
 - 2. Barang-barang kelontong
 - 3. Barang sandang

4. Perkakas rumah tangga
 5. Barang-barang standard/convenience goods/Klitikan :sisir,Onderdil, kaca mata.
 6. Barang-barang khusus/Impulse Goods/ mewah : Perhiasan, radio, televisi.
 7. Jasa : Tukang jahit, reparasi arloji, kaca mata.
- b. Sifat/kesan materi perdagangan
1. Bersih
 2. Kotor
 3. Berbau
 4. Tak berbau
 5. Basah
 6. Kering
 7. Tahan Lama/ awet
 8. Tak tahan lama/cepat busuk
- c. Tingkat urgensi materi perdagangan
1. Barang kebutuhan sehari-hari (demand goods)
 2. Barang kebutuhan berkala (convenience goods)
 3. Barang tak selalu di butuhkan (Impulse goods)
- d. Cara pengangkutan
1. Barang pecah belah
 2. Bukan pecah belah
- e. Cara penyajian
1. Penyajian sederhana : sayur, bumbu.
 2. Penyajian sedang : beras, bahan pangan yang di proses
 3. Penyajian baik : kelontong/grabatan
 4. Penyajian khusus : arloji, kaca mata

2.2.4. Unsur-unsur Penunjang

Unsur-unsur penunjang di dalam suatu pasar yang berperan dalam kelangsungan kegiatan perdagangan di pasar. Unsur-unsur ini meliputi : Pemerintah, Pengelola, Bank, dan Swasta.

a. Pemerintah

Di dalam rangka pembangunan dan pelancaran ekonomi nasional, pemerintah wajib memelihara kestabilan ekonomi diantaranya dengan menguasai sektor perpasaran dengan cara ikut mengelola dan menarik pajak pasar, dan menentukan klasifikasi pasar dalam wilayah kekuasaannya. Pembangunan fisik pasar biasanya dilakukan oleh pemerintah dengan Anggaran Daerah ataupun Inpres.

b. Pengelola

Dalam melaksanakan tugasnya sehari-hari, Pemerintah biasanya menunjuk : Jawatan /Dinas atau Perusahaan Daerah.

Pelayanan umum yang dilakukan oleh Pengelola Pasar pada umumnya berupa :

- a. Memelihara kebersihan
- b. Memelihara ketertiban
- c. Melaksanakan Pembangunan
- d. Mengusahakan kelancaran distribusi bahan-bahan pokok keperluan sehari-hari.

c. Bank.

Bank berperan terutama dalam hal segi pembeayaan pembangunan dan permodalan bagi para pedagang. Misalnya : pembangunan Pasar Inpres dibeayai melalui Bank Pemerintah, kredit candak kulak bagi para pedagang kecil yang disalurkan melalui Bank Rakyat Indonesia dan sebagainya.

d. Swasta

Dalam hal ini yang di sebut sebagai swasta bisa para pedagang itu sendiri atau pelaksana (kontraktor) yang membeayai pembangunan Pasar, karena pada prinsipnya pembangunan fasilitas pasar dibeayai dengan dana dari masyarakat yang akan kembali kepada masyarakat dalam bentuk lain. Secara umum pasar sebagai suatu kebutuhan masyarakat yang dikelola oleh dan untuk kepentingan masyarakat melalui peranan unsur-unsur penunjang yang menggerakkan kehidupan pasar sehari hari.

2.2.5. Kegiatan Perpasaran

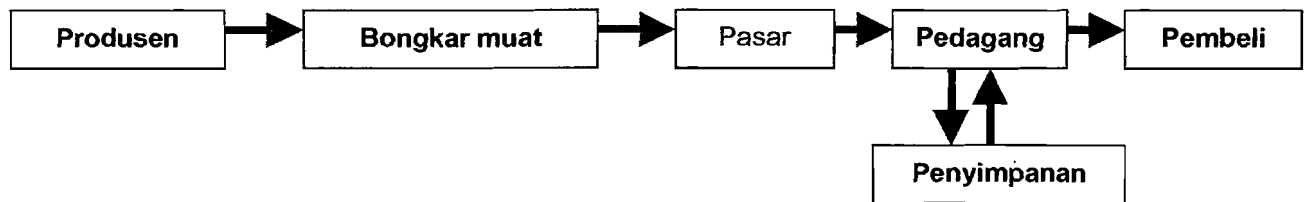
Kegiatan utama didalam suatu pasar dapat dikelompokkan menjadi beberapa macam kegiatan yaitu :

1. Kegiatan Jual Beli

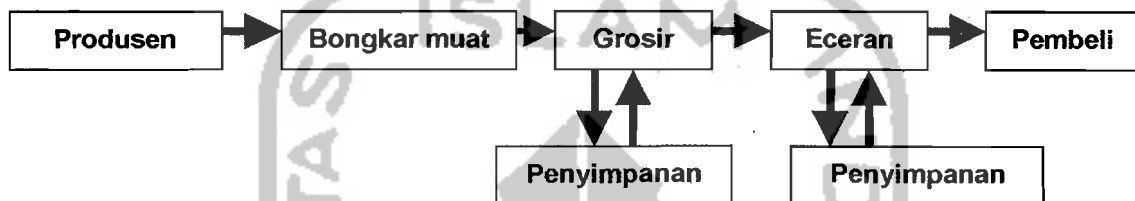
Kegiatan jual beli di pasar adalah langsung antara penjual dan pembeli yang disertai dengan tawar-menawar antara keduanya. Akan tetapi kedua belah pihak tentu akan memiliki keinginan yang berbeda sehingga memerlukan proses kegiatan yang nantinya berakhir dengan kesepakatan. Dari segi ekonomis penjual menginginkan dagangannya dapat laku keseluruhannya dengan harga setinggi-tingginya, sementara pembeli menginginkan barang dengan harga semurah-murahnya. Di samping itu dari segi peruangannya pedagang menginginkan ruang yang efektif untuk melayani pembeli, cukup mudah dijangkau, ruang cukup leluasa untuk melihat dan sebagainya.

2. Distribusi barang

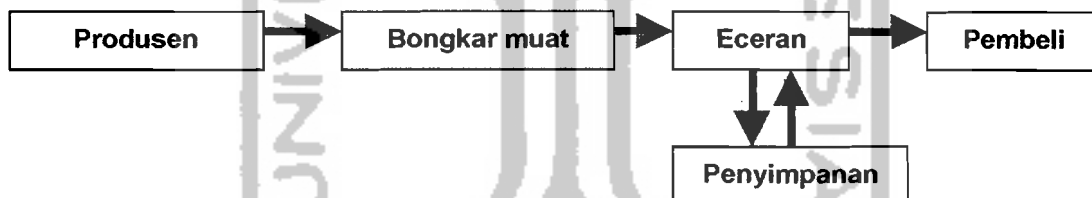
Kegiatan ini meliputi penyaluran barang dagangan dari produsen ke konsumen serta dari tempat bongkar muat sampai ke tempat penjualan. Hal ini dapat digambarkan melalui diagram sebagai berikut ini :



Skema 2.5 Distribusi Secara Umum



Skema 2.6 Distribusi Pedagang Grosir



Skema 2.7 Distribusi Pedagang Eceran

2.2.6. Fasilitas Fisik Perpasaran

Fasilitas pasar adalah fasilitas yang menunjang kegiatan di pasar.

Fasilitas-fasilitas tersebut adalah :

a. Fasilitas fisik

- Jaringan jalan pencapaian
- Angkutan manusia dan barang
- Parkir umum, halte, dan khusus
- Bangunan pasar : ruang jual beli (terbuka, tertutup,)

pengelola, keamanan, gudang, dan perabot.

- Jaringan utilitas : air, listrik, telepon, sampah
- Fasilitas sosial : taman, ruang terbuka, km/wc, ruang tunggu dan mushola

b. Fasilitas non fisik

- jawatan pasar
- Pengelola
- Perlengkapan materi perdagangan
- Pelayanan
- Jasa, dan lain-lain

2.3. Tinjauan Pasar Beringharjo

Pada pasar Beringharjo terdapat bermacam-macam barang, baik jenis, sifat materi barang yang diperdagangkan dan cara pelayanannya. Hal ini akan mempengaruhi terhadap penataan komoditas. Adanya zoning untuk mata dagangan dan pedagang merupakan cara untuk mempermudah pelayanan pengunjung dalam perolehan barang yang di cari.

Dari uraian tersebut diatas dapat disimpulkan masih adanya potensi dan kendala yang ada, diantaranya :

Potensi

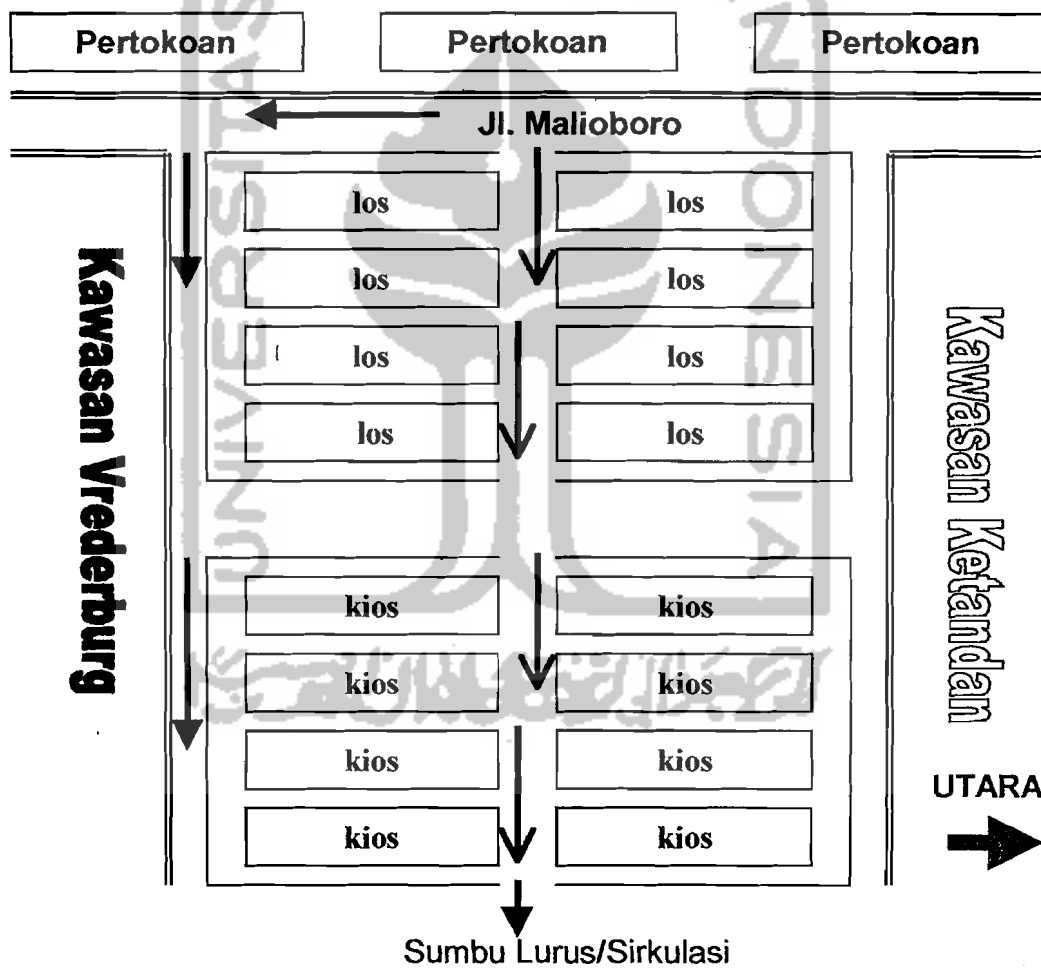
1. Dengan adanya pemisahan komoditas mampu memberikan kemudahan bagi masyarakat maupun pedagang.
2. Adanya zoning terhadap komoditas yang didasarkan pada sifat fisiknya akan menghasilkan ruang yang sesuai dengan jenis barang dagangan.

Kendala

1. Penataan terhadap mata dagangan akan berpengaruh terhadap pembentukan ruang.

Ada beberapa hal yang sangat menarik dari Pasar Beringharjo untuk di jadikan sebagai pembanding dengan Pasar Wage dalam konteks arsitektural. Adapun faktor tersebut adalah sebagai berikut :

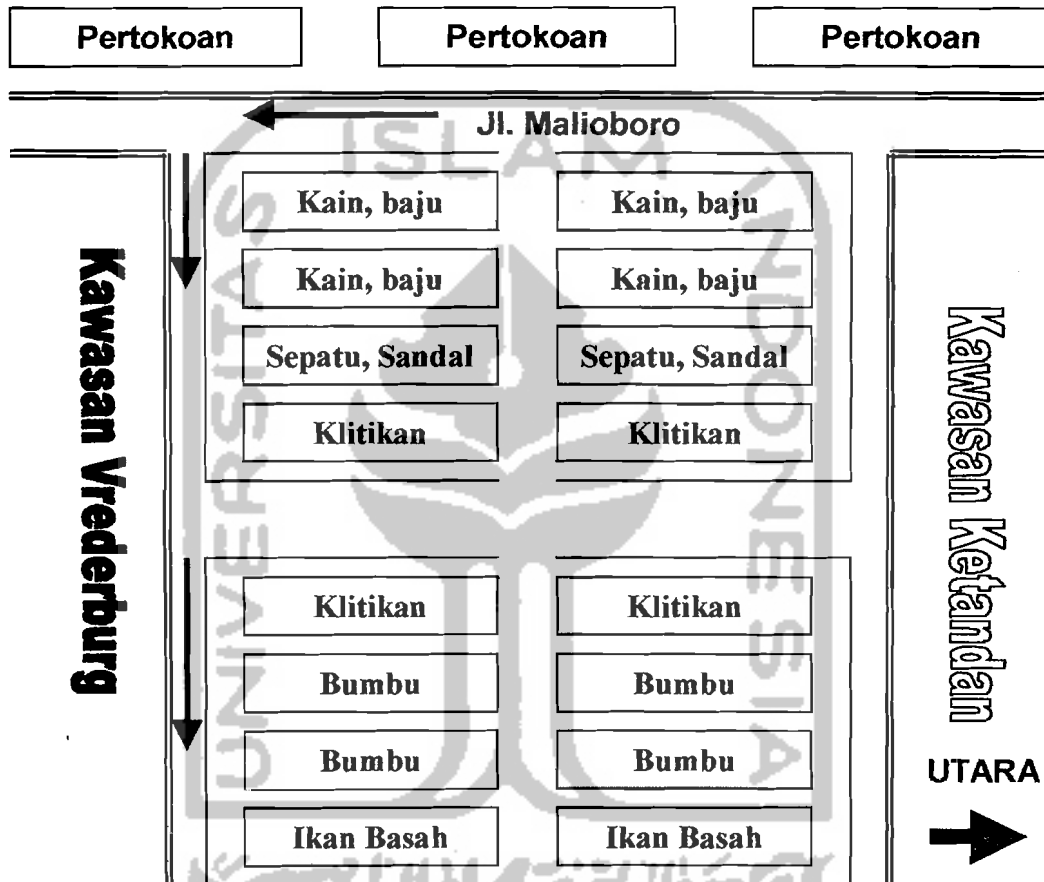
1. Pada Pasar Beringharjo terdapat suatu sumbu lurus sirkulasi dari arah depan yaitu sebelah Barat atau jalan Malioboro sampai ke arah Timur. Hal ini memungkinkan pengunjung akan selalu mengikuti sumbu lurus tersebut sampai ke belakang sehingga secara keseluruhan Pasar Beringharjo dapat terjangkau dengan maksimal.



Sketsa 2.1 Denah Pasar Beringharjo

(Sumber. Analisa Lapangan)

2. Penataan tata ruang pada Pasar Beringharjo ditentukan oleh jenis barang dagangan dan jenis kegiatan (dalam hal ini tidak terdapat pada Pasar Wage).



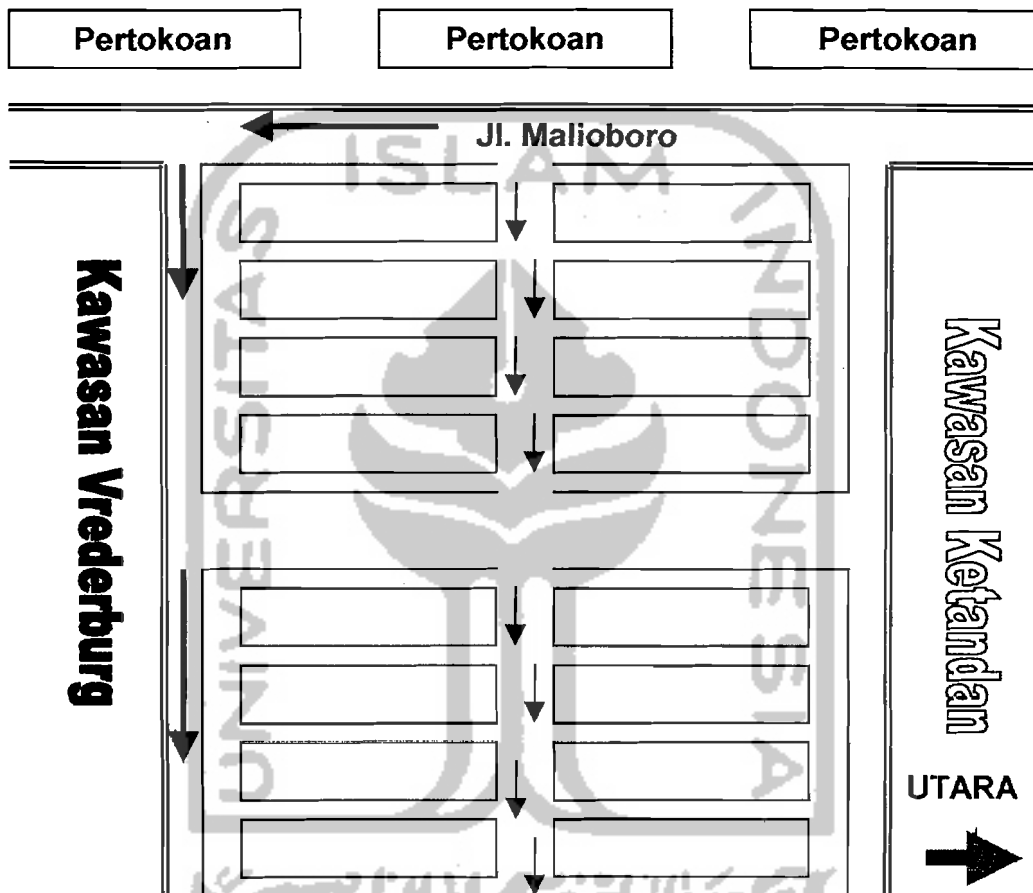
Keterangan : Lt 2 : sayur-mayur, bahan pangan mentah yang diproses.

Lt 3: kelontong, onderdil bekas.

Sketsa 2.2 Denah Pasar Beringharjo

(Sumber. Analisa Lapangan)

3. Pola sirkulasi yang terdapat pada Pasar Beringharjo selalu terdapat dua arah sirkulasi ke kanan maupun ke kiri di stiap sumbu lurus pada jarak kurang lebih 4,5 meter yang dapat mengurangi kesesakan di dalam pasar tersebut.



Sketsa 2.3 Denah Pasar Beringharjo
(Sumber. Analisa Lapangan)

2.4. Kesimpulan

Ada beberapa kesimpulan tentang teori pasar dengan studi banding Pasar Beringharjo sebagai persyaratan perencanaan dan perancangan Pasar Induk diantaranya adalah sebagai berikut :

- Pasar Induk merupakan pemasok dari pasar-pasar lingkungan yang berada di wilayah jangkauannya.
- Daerah pelayanannya adalah radius yang lebih besar dan macam barang yang diperdagangkan tidak hanya kebutuhan sehari-hari, akan tetapi juga kebutuhan berkala.
- Pada Pasar Induk memerlukan bangunan relatif sangat luas (karena bermacam-macam barang, jenis, sifat materi yang diperdagangkan), adanya zoning untuk mata dagangan dan pedagang merupakan cara untuk mempermudah pelayanan pengunjung dalam memperoleh barang yang di cari.
- Pada Pasar Induk adanya zoning terhadap komoditas yang didasarkan pada sifat fisiknya akan menghasilkan ruang yang sesuai dengan jenis barang dagangan.

