

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Ketergantungan masyarakat akan bahan – bahan pokok adalah sesuatu yang sudah tidak bisa dipungkiri. Hal ini terbukti dari banyaknya jumlah pasar tradisional maupun modern di seluruh Indonesia. Menurut data Direktori Pasar Tradisional dan Pusat Perbelanjaan yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik pada tahun 2017, pasar di Indonesia berjumlah 16.213 pasar, dengan 16.055 pasar aktif dan 158 pasar renovasi. Di antara 16.055 pasar yang aktif, 14.230 merupakan pasar tradisional, 1.825 sisanya antara lain adalah 695 pusat perbelanjaan, dan 1.130 toko modern.

Dari banyaknya jumlah pasar tersebut, Pulau Jawa merupakan pulau dengan pasar tradisional terbanyak di Indonesia dengan jumlah kurang lebih 6000 pasar. Hal ini membuktikan bahwa dependensi warga Pulau Jawa terhadap pasar sangatlah tinggi. Salah satu daerah yang memiliki kepadatan pasar tertinggi adalah Tangerang. Tangerang merupakan pusat kota ketiga terbesar di wilayah Greater Jakarta dengan ukuran 153.9 km<sup>2</sup>, namun dengan jumlah pasar diatas 100, Setidaknya ada satu unit pasar setiap 0.7km<sup>2</sup> tanah di Tangerang. Jumlah tersebut merupakan tingkat kepadatan pasar tertinggi kedua di Pulau Jawa setelah wilayah Yogyakarta yang dipenuhi setidaknya satu pasar per 0,1 km<sup>2</sup> tanah (*Direktori Pasar Tradisional dan Pusat Perbelanjaan 2017, 2018*)

Sayangnya dari begitu banyak jumlah pasar tradisional, diestimasikan hanya sekitar 10% yang benar – benar terawat dengan baik, di luar itu, banyak sekali pasar tradisional yang mengabaikan kebersihan, kesehatan, dll, sehingga konsumen pun menjadi keberatan untuk pergi ke pasar tradisional (Malano, 2011). Di antara 90% pasar yang kurang terawat dengan baik dapat ditemukan di Tangerang, salah

satunya adalah Pasar Anyar yang terletak di Kecamatan Tangerang, Kelurahan Suka Asih.

Pasar Anyar dahulu merupakan sebuah ikon dari Kota Tangerang. Pasar yang berdiri dari tahun 1967 ini, merupakan sumber penghasilan bagi ribuan pedagang, dan penyedia bagi masyarakat Tangerang. Sayangnya, karena lama tidak terawat, pasar yang dulunya menjadi kebanggaan dan sarana publik utama, sekarang ini terlihat lusuh dan mengalami penyusutan yang signifikan. Kepala Pasar Anyar Kota Tangerang, Achmad Juhaeni menyatakan bahwa dari 3799 total kios yang ada, hanya 16% atau sekitar 600 lapak yang benar – benar beroperasi. Banyaknya toko yang tidak terisi ini justru membuat minat konsumen yang semakin menurun, yang berdampak kepada aktivitas jual beli yang kian sepi. Selain dari aktivitas transaksi yang melemah, bangunan pasar juga terlihat sangat tidak terawat. Hal ini dapat dilihat dari mudahnya tercipta genangan air ketika hujan, yang membuat suasana jual beli tidak nyaman (Panduwinata, 2019)

Selain permasalahan gedung pasar, pedagang – pedagang pasar juga tidak memperbaiki situasi yang semakin memburuk. Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Herman Suwarman menambahkan bahwa ada sekitar 1700 pedagang yang butuh penataan ulang, sebagian besar karena kurang jelasnya pemisah antara pedagang basah dan pedagang kering. Suwarman juga mengatakan bahwa revitalisasi Pasar Anyar akan mulai dieksekusi Februari 2020 (*Pasar Anyar Segera Direvitalisasi*, 2019)

Saat ini hanya tinggal masalah waktu hingga proses revitalisasi dijalankan. Isu utama yang tersajikan justru adalah pendekatan yang digunakan terkait dengan revitalisasi pasar. Melihat permasalahan ini, timbul suatu ide untuk mengangkat fenomena utama yang terjadi di Pasar Anyar, yaitu *placelessness*, atau kurangnya kualitas dari *sense of place*.

*Placelessness* yang dimaksudkan adalah bagaimana Pasar Anyar sebagai ruang publik tidak lagi memiliki kualitas spasial seperti dulu. Dahulu Pasar Anyar merupakan ikon dari Kota Tangerang, namun seiring perkembangan waktu kondisi

pasar menjadi semakin tidak teratur dan tidak nyaman bagi pembeli maupun penjual. Hal ini disebabkan oleh banyak hal, kondisi fisik bangunan yang sudah tidak memadai, penataan ruang dagang yang tidak efektif, PKL yang tidak difasilitasi, dan sebagainya. Faktor – faktor inilah yang menimbulkan *placelessness*, dan membuat pembeli semakin enggan untuk berkunjung. Hal ini sangat disayangkan mengingat bahwa Pasar Anyar merupakan sebuah *landmark* historis bagi Kota Tangerang.

*Placelessness* memisahkan relasi yang tercipta antara pengguna dan ruang, Menurut observasi pribadi dan pertanyaan kepada warga sekitar, Pasar Anyar tidak lagi memiliki nilai yang berarti bagi masyarakat seperti dulu, sehingga menciptakan pengalaman yang aktivitas yang repetitif dan membosankan. Sebagai fasilitas yang ditujukan untuk publik, *placelessness* ini mematikan koneksi antara Pasar Anyar dan pengguna sekitarnya. Alhasil, *placelessness* mengakibatkan orang yang pergi ke Pasar Anyar atas dasar keharusan, bukan kemauan.

Riset ini akan memfokuskan program revitalisasi terhadap bagian pasar kering dari Pasar Anyar. Menurut observasi yang dilakukan, pasar kering adalah bagian dari Pasar Anyar yang paling mungkin untuk direvitalisasi kembali menjadi ruang publik. Secara lokasi, pasar kering terletak di dekat akses keluar dan masuk bangunan sehingga cocok apabila dijadikan ruang public sebagai transisi dan pemersatu yang mengintegrasikan bagian jalan utama, area parkir, serta bangunan pasar lainnya. Selain itu, bagian pasar lain dapat dikatakan kurang memadai untuk menjadi tempat

Riset mengenai revitalisasi Pasar Kering Pasar Anyar, ditujukan untuk menjadi suatu usulan rancangan Pasar Anyar yang memiliki kualitas *sense of place* yang lebih baik, yang mengeliminasi kondisi yang “*placeless*”. Dengan itu, Pasar Anyar diharapkan kembali menjadi *landmark*, atau ikon bagi Kota Tangerang seperti dulu kala.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, dapat dirumuskan beberapa poin – poin permasalahan sebagai berikut:

1. Apa saja kriteria kualitas *sense of place*?
2. Bagaimana kualitas *sense of place* dapat diaplikasikan kepada revitalisasi Pasar Kering dalam Pasar Anyar sebagai ruang publik?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah untuk melihat usulan revitalisasi Pasar Anyar dengan pendekatan *sense of place*. Revitalisasi dilakukan dengan cara mendesain kembali pasar sesuai dengan standar, ketentuan, dan kualitas ruang yang terdapat pada kajian teori yang dilakukan. Selain mendesain kembali pasar dengan standar dan ketentuan pasar yang seharusnya, usulan revitalisasi juga mempertimbangkan kualitas *sense of place* yang diulas pada kajian teori, dengan harapan dapat menjadi suatu rancangan desain yang lebih bermakna bagi pengguna pasar ke depannya.

Revitalisasi Pasar Anyar ditujukan untuk membangun citra pasar, di mana pengguna sekitarnya tidak hanya sekedar melakukan transaksi, namun juga mengakomodasi kegiatan yang bermakna, sehingga timbul relasi yang sifatnya personal bagi pengguna sekitar. Dengan adanya relasi tersebut, pasar tidak lagi menjadi ruang yang didatangi atas dasar keharusan, namun juga dapat didatangi atas dasar keinginan.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Guna menjadi usulan desain bagian pasar kering dari Pasar Anyar yang baru sebagai ruang publik. Dengan melihat dampak – dampak positif yang dihadirkan oleh revitalisasi Pasar Anyar sebagai ruang publik dengan pendekatan *sense of place*, diharapkan penelitian dapat menyadarkan pembaca bahwa sarana seperti pasar dapat menjadi ruang publik yang

bermakna dan berelasi secara personal dengan pengguna, sehingga dapat dimanfaatkan sebagai proposal desain pasar selanjutnya.

2. Guna melihat seberapa relevan revitalisasi pasar kering dalam Pasar Anyar dengan pendekatan *sense of place*. Dengan membandingkan usulan revitalisasi pasar dengan pendekatan *sense of place* terhadap kondisi *existing* Pasar Anyar, dapat dilihat seberapa cocok kualitas *sense of place* diimplementasi pada revitalisasi bagian pasar kering dari Pasar Anyar sebagai ruang publik.

### 1.5 Sistematika Penulisan

**BAB I** menjelaskan tentang latar belakang dari permasalahan, di mana latar belakang menjelaskan fenomena yang ada pada Pasar Anyar dan mengapa topik dan pendekatan terpilih harus dieksekusi. Menjelaskan lebih lanjut bahwa Pasar Anyar sebagai sebuah ruang publik, sekarang mengalami penurunan kualitas akibat *placelessness* yang disebabkan oleh bangunan pasar yang tidak terawat dan tidak mengalami perbaruan semenjak pertama kali dibangun. Selain itu, latar belakang juga membahas mengenai pendekatan *sense of place* yang menjadi potensi solusi dari permasalahan yang ditemukan pada kondisi *existing* Pasar Anyar.

**BAB II** membahas mengenai kajian teori yang dilakukan, mengenai faktor – faktor pembentuk ruang publik yang baik, dan kaitannya dengan pasar sebagai ruang publik. Kajian teori juga membahas tentang kualitas apa saja yang ada pada ruang publik yang memiliki *sense of place* yang dapat diaplikasikan pada elemen – elemen pasar. Kajian teori berfungsi untuk menjadi panduan utama untuk mengkaji kondisi *existing* pasar pada **BAB III**, dan pedoman desain yang dilakukan pada **BAB IV**.

**BAB III** adalah observasi tapak, memaparkan analisa yang dilakukan terhadap Pasar Anyar. Zonasi dan batasan ruang, akses, dan juga elemen – elemen arsitektur pada pasar, khususnya pada bagian pasar kering. Setelah observasi dilakukan, dilanjutkan dengan menghubungkan kajian teori dan hasil analisa tapak, agar mendapatkan sebuah katalog ruang yang ideal untuk indikator perancangan pada **BAB IV**.

**BAB IV** berisikan konsep prototipe revitalisasi Pasar Anyar, tahapan - tahapan desain yang akan dieksekusi, serta kompilasi gambar usulan desain Pasar Anyar yang diperoleh dari katalog ruang pada **BAB III**.

**BAB V** berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran – saran yang ditujukan kepada penelitian kawasan Pasar Anyar di kemudian hari.

