

## PENDEKATAN ARSITEKTUR PERILAKU PADA REDESAIN PASAR BANYUMAS

**Citra Destianti, Agung Kumoro Wahyu, Kahar Sunoko**  
Prodi Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Sebelas Maret Surakarta  
destianti.citra@gmail.com

### **Abstrak**

*Pasar Banyumas merupakan salah satu pasar rakyat yang dimiliki Kabupaten Banyumas dengan kemampuan pelayanan kegiatan perekonomian mencakup wilayah kota. Kondisi Pasar Banyumas dari tahun ke tahun mengalami penurunan dan kerusakan fisik dan tidak diimbangi dengan fasilitas yang memadai sesuai dengan SNI pasar rakyat yang berlaku. Performa bangunan yang sudah menurun tidak lagi dapat berfungsi sebagai fasilitas untuk memwadahi kegiatan jual beli masyarakat dengan baik dan optimal. Tujuan penelitian ini adalah menyusun strategi redesain Pasar Banyumas. Redesain memfokuskan pada aspek fisik bangunan pasar untuk mengoptimalkan kembali kegiatan ekonomi pasar dengan pertimbangan evaluasi purna huni (EPH), Standar Nasional Indonesia pasar rakyat (SNI), dan arsitektur perilaku menjadi bagiannya dalam memberikan fasilitas yang dibutuhkan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berupa pengumpulan data observasi, wawancara, pengevaluasian purna huni, dan pengamatan perilaku pengguna sebagai acuan dalam analisis penerapan desain bangunan. Dari hasil analisis tersebut didapatkan rancang desain bangunan Pasar Banyumas yang diwujudkan dalam hal kemudahan akses sirkulasi, fleksibilitas ruang, massa dan tampilan bangunan guna memwadahi aktivitas ekonomi pasar.*

**Kata kunci:** Pasar rakyat, Pasar Banyumas, Arsitektur perilaku, Redesain

### **1. PENDAHULUAN**

Peranan pasar rakyat dalam suatu kota dapat berfungsi sebagai salah satu sarana perdagangan untuk mendukung kelancaran arus distribusi barang, organisir produk, penetapan nilai, dan pembentuk harga. Pada aspek ekonomi, pasar rakyat berfungsi sebagai tempat transaksi jual beli kebutuhan masyarakat, selain itu pada aspek sosial pasar rakyat dapat menjadi wadah interaksi sosial seperti tempat pertemuan, pertukaran informasi, sekaligus sarana rekreasi. Peranan pasar rakyat pada aspek ekonomi dan sosial menjadikan pasar rakyat sebagai asset ekonomi daerah sekaligus perekat hubungan sosial budaya dalam masyarakat.

Pasar rakyat menjadi salah satu tujuan masyarakat untuk membeli kebutuhan sehari-hari. Masyarakat yang berknjung sebagai pengguna pada pasar rakyat memiliki kegiatan yang sangat beragam yang diikti pula dengan kebutuhan ruang untuk memwadahi kegiatan tersebut. Kebutuhan uang pada pasar rakyat memiliki kriteria dan persyaratan yang berdasar pada Standar Nasional Indonesia (SNI) pasar rakyat. Persyaratan pada standarisasi yang berlaku membuat performa bangunan pasar rakyat menjadi optimal. Namun hal tersebut tidak dipenuhi oleh Pasar Banyumas yang diikuti pula dengan kondisi fisik yang telah menurun, sehingga bangunan Pasar Banyumas tidak dapat memwadahi kegiatan masyarakat yang ada secara optimal.

Pasar Banyumas merupakan salah satu pasar rakyat yang ada di Kabupaten Banyumas yang menawarkan produk sehari hari seperti bahan makanan, kebutuhan rumah tangga, dan terdapat pula perhiasan berbahan emas. Lokasi bangunan Pasar Banyumas juga cukup strategis berada pada

pusat kegiatan ekonomi masyarakat dan mudah dijangkau oleh penduduk. Kondisi fisik Pasar Banyumas dari tahun ke tahun mengalami penurunan dan kerusakan seperti atap yang berlubang, kayu pada kios yang sudah lapuk, area perkerasan yang berlubang, dan penurunan kualitas material bangunan yang digunakan (Destianti, 2020).

Tidak adanya fasilitas yang memadai pada Pasar Banyumas seperti tidak adanya area parkir mempengaruhi perilaku manusia untuk memarkirkan kendaraan di sembarang tempat bahkan hingga parkir pada koridor pasar. Kios dan los yang disediakan pada pasar ini tidak cukup untuk menampung pedagang yang ada. Berdasar pada data pengelola Pasar Banyumas, terdapat 396 pedagang yang terdaftar, namun ruang dagang yang disediakan hanya ada 250. Hal tersebut mengakibatkan 146 pedagang lainnya berjualan di selasar dan koridor pasar yang memiliki standar lebar 1.5 meter menjadi lebih sempit. Performa bangunan Pasar Banyumas yang sudah menurun tidak dapat berfungsi sebagai fasilitas untuk mewadahi kegiatan masyarakat dengan baik dan optimal.

Bangunan yang dirancang manusia secara sadar/tidak sadar mempengaruhi pola perilaku manusia yang hidup di dalam arsitektur dan lingkungannya. Sebuah arsitektur dibangun untuk memenuhi kebutuhan manusia dan sebaliknya, dari arsitektur itulah muncul kebutuhan manusia yang baru kembali (Tandal dan Egam, 2011). Berdasarkan pernyataan tersebut, untuk mengoptimalkan kembali bangunan Pasar Banyumas supaya lebih baik lagi dibutuhkan redesain atau kegiatan merancang kembali pasar tersebut dengan menerapkan konsep arsitektur perilaku sebagai acuan olahan desain bangunan. Penerapan desain akan menangani perbaikan bangunan Pasar Banyumas sesuai dengan standarisasi yang ada dan diikuti dengan peranan arsitektur perilaku sebagai acuan kebiasaan perilaku pengguna yang melakukan kegiatan di pasar.

Sasaran yang dilakukan dalam perancangan kembali Pasar Banyumas dengan konsep arsitektur perilaku adalah merancang peruangan dan tata ruang yang disesuaikan kebutuhan para pelaku dengan konsep kognisi spasial (*spatial cognition*), menyesuaikan fisik sistem ruang dengan kegiatan dan perilaku pengguna dengan konsep setting perilaku (*behavior setting*), dan merancang massa dan tampilan bangunan berdasar pada bangunan-bangunan lain di sekitar lingkungan dengan konsep persepsi lingkungan (*environment perception*) (Laurens, 2004).

## **2. METODE PENELITIAN**

Studi ini dilakukan dalam empat tahap. Tahap pertama yaitu pengumpulan data dengan dilakukan observasi lapangan untuk mendapatkan data mengenai performa kondisi fisik Pasar Banyumas. Data yang dikumpulkan berupa daftar peruangan, pengukuran sirkulasi, dan pengamatan terhadap keoptimalan performa fasilitas pasar. Selain observasi mengenai kondisi fisik, dilakukan juga observasi kondisi teknis, pemetaan persebaran pedagang, pemetaan peruangan, dan pemetaan kondisi kognitif pengguna dalam melakukan kegiatan di Pasar Banyumas. Pengumpulan data juga dilakukan dengan wawancara kepada pedagang, pengunjung, dan dinas terkait sehingga mendapatkan data terkait dengan waktu kegiatan, alur kegiatan, pola kegiatan, rutinitas aktivitas, isu revitalisasi pasar, dan persepsi pasar.

Tahap selanjutnya melakukan penilaian terhadap kondisi fisik Pasar Banyumas yang telah didapatkan datanya. Penilaian dilakukan dengan berdasar pada Standar Nasional SNI 8152:2015 pasar rakyat. Evaluasi purna huni juga dilakukan pada bangunan Pasar Banyumas dengan sasaran evaluasi aspek teknis yang menyangkut performa fisik bangunan, aspek fungsional yang menyangkut penunjang kegiatan dan peruangan bangunan, dan aspek perilaku yang menyangkut hubungan antara perilaku dengan lingkungan fisik. Evaluasi purna huni ini dilakukan dengan berdasar pada Peraturan Menteri Perdagangan No. 37/M-DAG/PER/5/2017 tentang pedoman

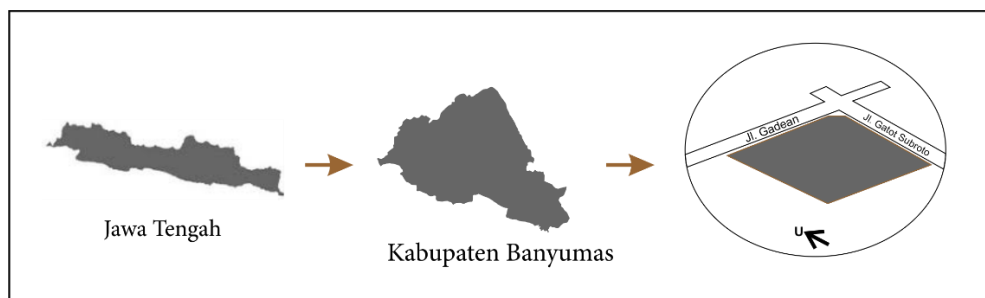
pembangunan dan pengelolaan sarana perdagangan dan SNI 8152:2015 tentang pembangunan dan pengelolaan pasar rakyat.

Tahap selanjutnya yaitu studi pustaka mengenai arsitektur perilaku sebagai terapan dan dasar pertimbangan desain dari Pasar Banyumas. Konsep arsitektur perilaku yang digunakan yaitu kognisi spasial (*spatial cognition*) dengan pertimbangan pemetaan kognitif pengguna, setting perilaku (*behavior setting*) dengan pertimbangan perilaku pengguna memodifikasi ruang, dan konsep persepsi lingkungan (*environment perception*) dengan pertimbangan massa bangunan di sekitar lingkungan Pasar Banyumas.

Tahap terakhir yaitu perumusan konsep perencanaan dan perancangan Pasar Banyumas dengan arsitektur perilaku sebagai penerapan desainnya. Konsep perencanaan dan perancangan disesuaikan dengan mengaplikasikan data-data yang telah didapatkan pada tahapan sebelumnya sebagai bahan transformasi desain arsitektur.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pasar Banyumas berlokasi pada Jl. Jendral Gatot Subroto, Kecamatan Banyumas dan memiliki luas area  $\pm 4.052m^2$ , dengan lokasi yang cukup strategis berada dan dikelilingi oleh toko perdagangan produk usaha kecil dan menengah yang ramai akan kegiatan jual beli masyarakat (Gambar 1). Kawasan Pasar Banyumas ini menjadi pusat kegiatan ekonomi masyarakat. Pasar Banyumas memiliki pengguna yang beragam jenis seperti pengelola pasar, pedagang, dan pengunjung (Gambar 2). Jenis pengguna tersebut juga memiliki ragam karakteristik yang dapat dilihat dari kegiatannya (Gambar 3). Oleh karena itu, rencana redesain Pasar Banyumas diharapkan dapat memwadahi kegiatan pelaku berdasarkan ragam jenis dan karakteristiknya.



Gambar 1.  
Lokasi Tapak Pasar Banyumas



Gambar 2.  
Pelaku Pengguna Pasar Banyumas



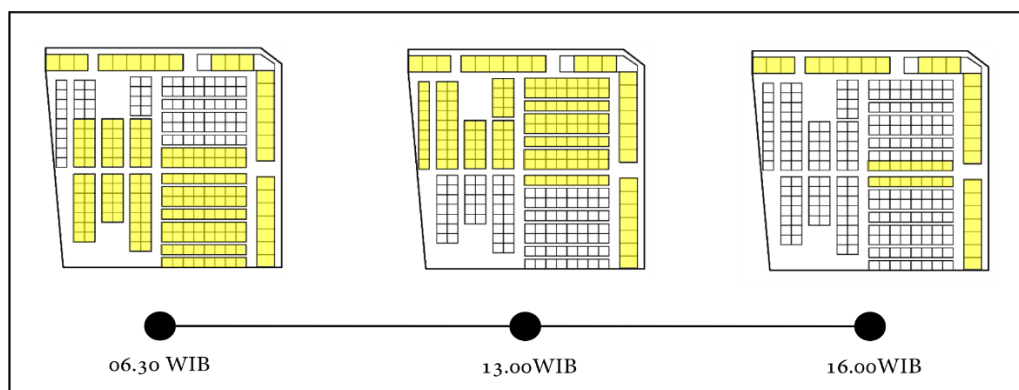
Gambar 3.  
Kegiatan Pelaku Pasar Banyumas

Penerapan arsitektur perilaku pada bangunan Pasar Banyumas terdapat tiga konsep yang digunakan yaitu kognisi spasial (*spatial cognition*), setting perilaku (*behavior setting*), dan konsep persepsi lingkungan (*environment perception*).

Penerapan arsitektur perilaku dengan konsep kognisi spasial diaplikasikan pada tata ruang bangunan Pasar Banyumas.

Kepadatan tertinggi kegiatan di Pasar Banyumas ditemukan pada pagi hari pukul 06.30 WIB hingga pukul 11.00 WIB. Dimana pada jam 06.30 zona operasi berada pada kios luar dan los tengah hingga selatan, dimana produk yang ditawarkan berupa sembako, sayur, dan daging. Pada siang hari kegiatan di Pasar Banyumas masih terpantau ramai, dengan zona operasi berada pada kios luar dan los tengah hingga utara, dimana produk yang ditawarkan berupa buah-buahan, peralatan dapur, peralatan rumah tangga, tas dan sepatu. Pada sore hari kegiatan di Pasar Banyumas sudah sepi pengunjung, sebagian besar pengunjung merupakan para pedagang sekitar ataupun supir angkutan umum yang membeli makanan (Gambar 4).

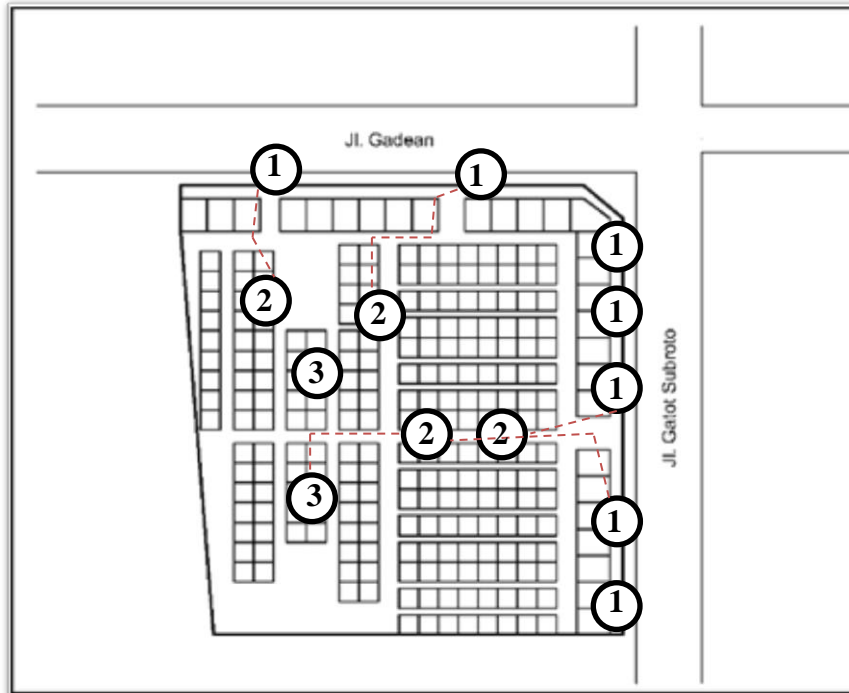
Berdasarkan pengamatan, didapatkan hasil data bahwa kecenderungan area yang paling diminati oleh pengunjung yaitu area kios yang berada di sisi luar bangunan, dan apabila pengunjung belum mendapatkan kebutuhannya di kios mereka akan masuk ke area los yang didominasi oleh jenis komoditas pangan. Sehingga didapatkan data bahwa para pengunjung cenderung memilih tempat dan akses yang mudah terlihat dan nyaman dilewati.



**Gambar 4.**  
**Titik Kepadatan Pengguna Pasar Banyumas**

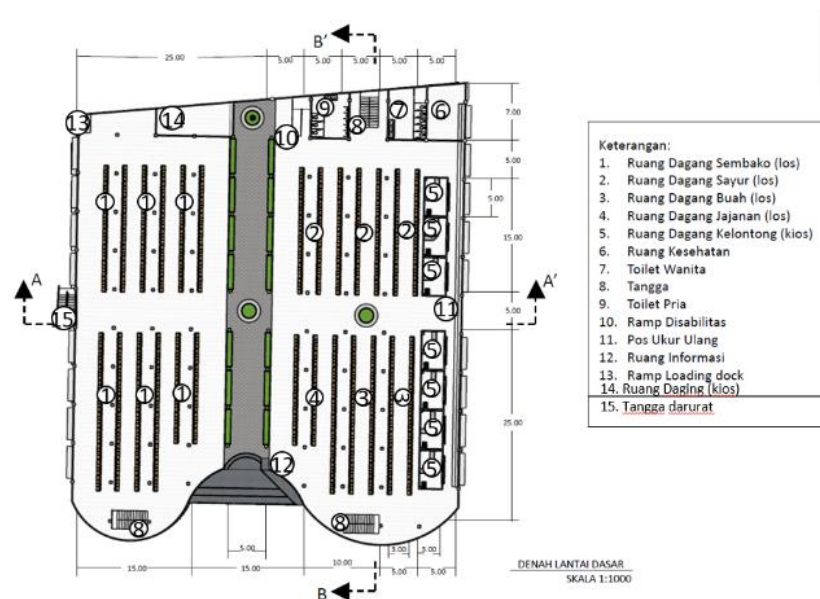
Dengan dasar pertimbangan pemetaan kognitif pengguna (Gambar 5), tata ruang pada Pasar Banyumas mengelompokkan zona berdasarkan komoditas barang yang dijual. Dimana pada lantai dasar terdapat zona dagang bahan pangan basah dan kering berupa sembako, sayur, buah, jajanan, dan daging. Ruang dagang sembako memiliki peminat pengunjung tidak terlalu banyak, sehingga ditempatkan pada area sisi luar dengan tujuan pengunjung tetap masuk ke area dalam untuk memenuhi kebutuhannya apabila belum mendapatkan kebutuhannya di luar. Untuk ruang dagang daging ditempatkan di bagian belakang dengan tujuan agar para pembeli bisa membeli bahan pangan lainnya dulu dan daging di akhir agar daging masih tetap terjaga kesegarannya.

Pada lantai satu terdapat zona dagang bahan non pangan berupa peralatan rumah tangga, peralatan dapur, pakaian, emas, tas dan sandal. Lantai ini tidak bercampur dengan komoditas bahan pangan dengan tujuan menghindari hal-hal yang berakibat dengan barang non pangan seperti bau yang menyengat, lalat yang datang, dan bercak makanan yang mempengaruhi kualitas barang non pangan.

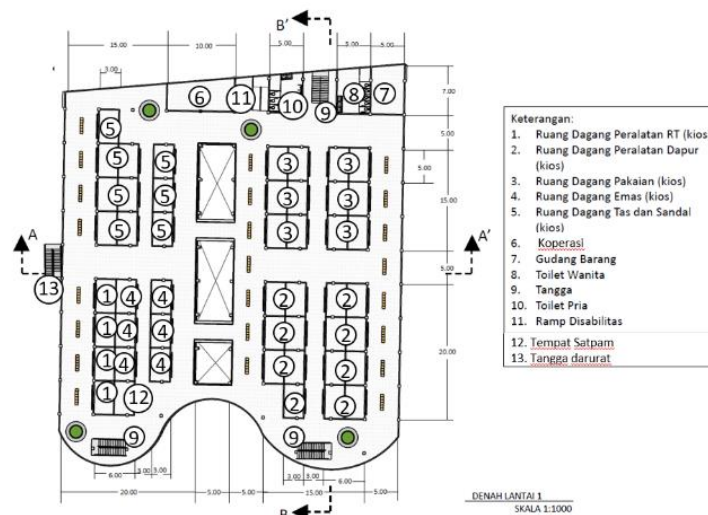


Gambar 5.  
Peta Kognisi Pengguna Pasar Banyumas

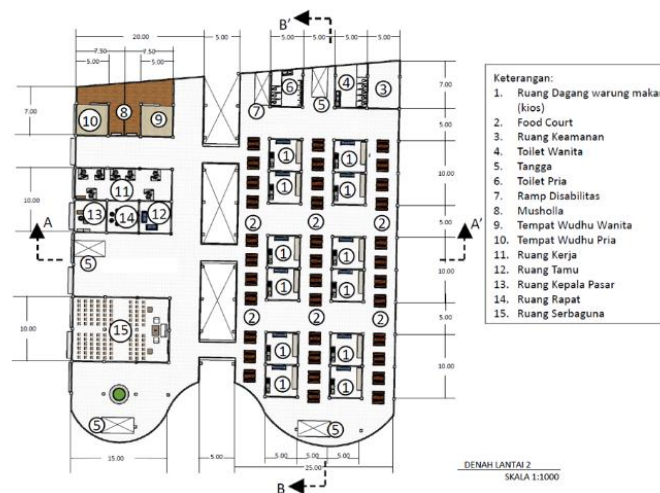
Pada lantai dua terdapat zona dagang bahan pangan siap saji berupa warung makan. Penempatan warung makan pada lantai dua bertujuan untuk memberikan view agar lebih menarik pengunjung. Selain itu, pengunjung yang membeli produk pada warung makan sebagian merupakan pedagang sekitar dan pengelola pasar sehingga zona ini tetap ramai baik dari pengunjung luar maupun pelaku dalam pasar walaupun berada pada lantai dua. Lantai dua juga terdapat ruang-ruang bagi pengelola pasar seperti ruang kerja pengelola, ruang tamu, ruang kepala pasar, ruang rapat, dan ruang serbaguna.



Gambar 6.  
Denah Lantai Dasar Pasar Banyumas



Gambar 7.  
Denah Lantai 1 Pasar Banyumas



Gambar 8.  
Denah Lantai 2 Pasar Banyumas

Penerapan arsitektur perilaku dengan konsep setting perilaku diaplikasikan pada peruangan bangunan Pasar Banyumas.

Ruangan pada Pasar Banyumas akan disesuaikan dengan kegiatan dan perilaku penggunaannya. Pada kondisi eksisting, ditemukan banyak pedagang yang memodifikasi ruang dagangnya dan pengguna yang memerlukan tempat berinteraksi tanpa mengganggu mobilitas yang ada di dalam pasar. Tipe dasar ruang yang digunakan yaitu ruang berbatas tetap (*fixed feature space*), ruang berbatas semi tetap (*semi-fixed feature space*), dan ruang informal.

Ruang berbatas tetap merupakan ruang yang dilingkupi dengan pembatas tetap dan tidak mudah digeser. Tipe ruang ini diterapkan pada ruang-ruang zona pengelola seperti ruang kerja, ruang kepala pasar, ruang rapat, ruang tamu, dan ruang seraguna. Tipe ruang ini diaplikasikan pada ruang-ruang tersebut dikarenakan kegiatan dan batasan ruang sudah terarah dan pasti (Gambar 9).





**Gambar 9.**  
**Ruang Berbatas Tetap Pada Pasar Banyumas**

Ruang berbatas semi tetap merupakan ruang dengan pembatas yang dapat berpindah. Tipe ruang ini diterapkan pada ruang dagang kios dan warung makan. Tipe ruang ini diaplikasikan pada ruang-ruang tersebut dikarenakan dengan adanya batas ruang semi permanen pedagang yang cenderung melakukan modifikasi ruang untuk menciptakan ruang gerak dan ruang dagang dapat menyesuaikan ruangan sesuai kebutuhan (Gambar 10).



**Gambar 10.**  
**Ruang Berbatas Semi Tetap Pada Pasar Banyumas**

Ruang informal merupakan ruang yang bersifat tidak tetap dan terbentuk dalam kurun waktu yang relatif singkat. Tipe ruang ini diterapkan pada ruang-ruang foodcourt dan lounge. Tipe ruang ini diaplikasikan pada ruang tersebut dengan tujuan memiliki ruang gerak yang bebas dan tanpa batas (Gambar 11).



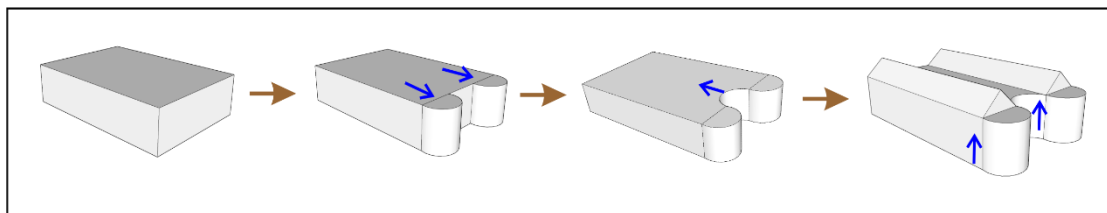
**Gambar 11.**  
**Ruang Informal Pada Pasar Banyumas**

Penerapan arsitektur perilaku dengan konsep persepsi lingkungan diaplikasikan pada massa bangunan Pasar Banyumas.

Massa dan tampilan bangunan Pasar Banyumas akan didasari pada persepsi lingkungan sekitar site. Hal itu bertujuan membuat masyarakat umum tidak terkesan asing dengan bangunan Pasar Banyumas. Bangunan Pasar Banyumas disesuaikan dengan karakter bentuk visual yang digunakan bangunan-bangunan lain yang berada di sekitar area site. Bangunan yang berada di sekitar area lingkungan Pasar Banyumas memiliki bentuk massa kubus atau balok dengan atap yang digunakan yaitu perpaduan atap miring berupa atap pelana dan atap datar yang didak.

Bangunan memiliki massa utama berupa balok, massa tersebut mengalami penambahan massa berupa dua setengah lingkaran pada sisi depan bagian kanan dan kiri, lalu massa balok mengalami pengurangan massa setengah lingkaran pada sisi depan bagian tengah, Kemudian untuk bentuk dasar segitiga akan diberikan pada bangunan sebagai atap (Gambar 12).

Untuk tampilan bangunan, Pasar Banyumas menggunakan skylight pada atap tengah bangunan untuk memberikan jalan masuk cahaya matahari, untuk mempertimbangan persepsi lingkungan bangunan sekitar menggunakan atap pelana dan dak maka bangunan Pasar Banyumas menggunakan atap pelana pada sisi kanan dan kiri, dan menggunakan atap dak pada sisi depan. Pada bagian depan bangunan diberikan bukaan berupa kaca lebar untuk memanfaatkan sinar matahari, dan pada sisi kanan atau utara bangunan tidak diberi dinding pembatas untuk memanfaatkan hembusan angin. Warna, bentuk, dan ukuran yang konstan serta pemanfaatan figure berupa vegetasi besar pada timur site juga diaplikasikan pada bangunan Pasar Banyumas.

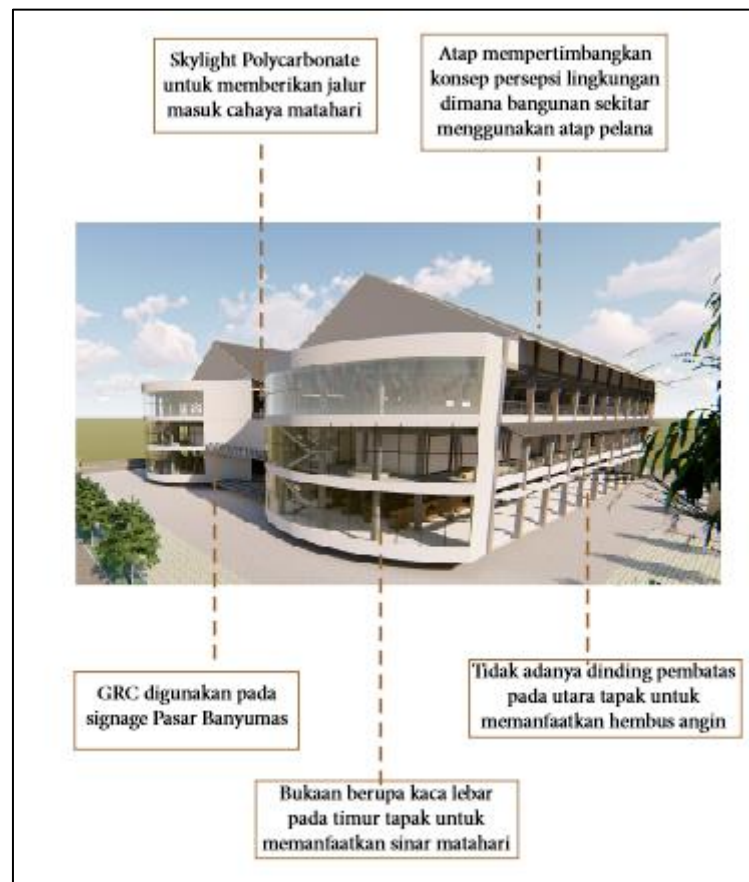


**Gambar 12.**  
**Gubahan Massa Bangunan Pasar Banyumas**





Gambar 13.  
Eksterior Bangunan Pasar Banyumas



Gambar 14.  
Tampilan Eksterior Bangunan Pasar Banyumas

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang didapatkan dari hasil pembahasan penerapan arsitektur perilaku pada redesain bangunan Pasar Banyumas adalah redesain Pasar Banyumas dengan pendekatan arsitektur perilaku merupakan suatu kegiatan merancang kembali pasar sebagai tempat proses jual beli yang penerapannya selalu mempertimbangkan perilaku manusia dalam perancangannya.

Konsep kognisi spasial pada tata ruang Pasar Banyumas dilakukan dengan mempertimbangkan pemetaan kognitif pengguna. Konsep tersebut diaplikasikan pada penempatan ruang-ruang dagang dimana pada lantai dasar diisi oleh zona dagang bahan pangan basah, lantai satu berisi zona dagang bahan non pangan, dan lantai dua zona dagang bahan pangan siap saji.

Konsep setting perilaku pada peruangan Pasar Banyumas dilakukan dengan mempertimbangkan perilaku pengguna memodifikasi ruang yang akan disesuaikan dengan kegiatan penggunaannya. Tipe ruang yang digunakan terdapat tiga macam yaitu ruang berbatas tetap yang diterapkan pada ruang-ruang zona pengelola, ruang berbatas semi tetap yang diterapkan pada ruang dagang kios dan warung makan, dan tipe ruang informal yang diterapkan pada ruang foodcourt dan lounge Pasar.

Konsep persepsi lingkungan pada massa bangunan Pasar Banyumas dilakukan dengan mempertimbangkan massa bangunan di sekitar lingkungan Pasar Banyumas. Bangunan Pasar Banyumas disesuaikan dengan karakter bentuk visual yang digunakan bangunan-bangunan lain yang berada di sekitar area site. Bangunan tersebut memiliki bentuk massa balok dengan atap yang digunakan yaitu perpaduan atap miring berupa atap pelana dan atap datar yang di dak. Warna, bentuk, dan ukuran yang konstan serta pemanfaatan figur berupa vegetasi besar pada timur site juga diaplikasikan pada bangunan Pasar Banyumas.

Saran yang dapat diberikan berdasarkan pada hasil pembahasan penerapan arsitektur perilaku pada redesain bangunan Pasar Banyumas yaitu konsep arsitektur perilaku penerapannya dapat diaplikasikan ke dalam bangunan pada seluruh aspek sebagai timbal balik dari perilaku manusia terhadap arsitektur maupun arsitektur terhadap perilaku manusia untuk mencapai tujuan bangunan yang nyaman dan performa bangunan berjalan dengan baik dan optimal sesuai dengan kegiatan pengguna dan fungsi dari bangunan tersebut.

#### REFERENSI

- ANTHONIUS N. TANDAL, I. P. (2011). *ARSITEKTUR BERWAWASAN PERILAKU (BEHAVIORISME)*.
- Badan Standardisasi Nasional Indonesia. (2015). *Standar Nasional Indonesia (SNI) 8152:2015 tentang Pembangunan dan Pengelolaan Pasar Rakyat*.
- Ching, F. D. (2002). *ARSITEKTUR Bentuk, Ruang dan Tatanan*.
- Marcella, Joyce Laurens. (2004). *Arsitektur dan Perilaku Manusia*. Jakarta: Grasindo.
- Menteri Perdagangan Republik Indonesia. (2017). *Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 37/M-DAG/PER/5/2017 tentang Pedoman Pembangunan dan Pengelolaan Sarana Perdagangan*.
- Setiawan, S. B. (1995). *Arsitektur Lingkungan dan Perilaku*.