

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Judul

Adapun judul perancangan ini antara lain :

2.1.1 Redesain

1. **Menurut Helmi. 2008**, Redesain Merupakan perencanaan dan perancangan kembali suatu karya agar tercapai tujuan tertentu
2. **Menurut John M**, Redesain adalah kegiatan perencanaan dan perancangan kembali suatu bangunan sehingga terjadi perubahan fisik tanpa merubah fungsinya baik melalui perluasan, perubahan, maupun pemindahan lokasi.
3. **Depdikbud. 1996**, Redesain berasal dari bahasa inggris yaitu redesign yang berarti mendesain kembali atau perencanaan kembali. Dapat juga berarti menata kembali suatu yang sudah tidak berfungsi lagi sebagaimana mestinya
4. **Churchman and Ackolt dalam Irfan, 2002 : 1-1**, Redesain adalah suatu proses untuk menentukan tindakan- tindakan di masa depan yang sesuai, melalui suatu tahapan pemilihan.

2.1.2 Pasar

1. **Kamus Besar Bahasa Indonesia (2005):** orang berjual beli.
2. **Ehrenberg dan Smith (2003):** Pasar merupakan tempat perjumpaan antara pembeli dan penjual, di mana barang/jasa atau produk dipertukarkan antara pembeli dan penjual. Ukuran kerelaan dalam pertukaran tersebut biasanya akan muncul suatu tingkat harga atas barang dan jasa yang dipertukarkan tersebut.

2.1.3 Pasar Tradisional

1. **Wikipedia:** Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian barang elektronik, jasa dan lain-lain.

2.1.4 Pasar Modern

1. **Wikipedia:** Pasar modern tidak banyak berbeda dari pasar tradisional, namun pasar jenis ini

penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (barcode), berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan secara mandiri (swalayan) atau dilayani oleh pramuniaga. Barang-barang yang dijual, selain bahan makanan makanan seperti; buah, sayuran, daging; sebagian besar barang lainnya yang dijual adalah barang yang dapat bertahan lama. Contoh dari pasar modern adalah *hypermart*, pasar swalayan (*supermarket*), dan minimarket.

2.1.5 Di :

1. **Kamus Besar Bahasa Indonesia (2005) :**
Adalah kata depan untuk menandai tempat.

2.1.6 Kota Malang

Kota Malang adalah sebuah kota yang terletak di Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Kota ini terletak 90 km sebelah selatan Surabaya dan merupakan kota terbesar di kedua di Jawa Timur setelah Surabaya, serta merupakan salah satu kota terbesar di Indonesia menurut jumlah penduduk dan dikenaldengan julukan kota pelajar.

Dari penjabaran arti kata judul diatas, maka pengertian dari “**Redesain Pasar Besar kota Malang**” yaitu proses mendesain ulang untuk menciptakan tempat jual beli bahan-bahan kebutuhan pokok untuk meningkatkan kembali perekonomian di kota Malang.

2.2 Studi Literatur 1

2.2.1 Pengertian Pasar

Pasar merupakan sebuah tempat bertemunya pembeli dengan penjual guna melakukan transaksi ekonomi yaitu untuk menjual atau membeli suatu barang dan jasa atau sumber daya ekonomi dan berbagai faktor produksi yang lainnya. Pada umumnya, pengertian pasar tidak menunjuk ke sebuah lokasi ataupun tempat-tempat tertentu, hal ini karena pasar tidak memiliki batas geografis. Pengertian Pasar Menurut para ahli :

1. William J. Stanton

William J. Stanton berpendapat bahwa pengertian pasar adalah sekumpulan orang yang memiliki keinginan untuk puas, uang yang digunakan untuk berbelanja, serta memiliki kemauan untuk membelanjakan uang tersebut.

2. Wikipedia

Pasar merupakan institusi, sistem, hubungan sosial, prosedur, serta infrastruktur

di mana terdapat usaha untuk menjual barang, tenaga kerja serta jasa untuk sekumpulan orang dengan imbalan uang.

3. Kotler dan Amstrong

Kotler dan Amstrong berpendapat bahwa pengertian pasar merupakan seperangkat pembeli aktual dan juga potensial dari suatu produk atau jasa. Ukuran dari pasar itu sendiri tergantung dengan jumlah orang yang menunjukkan tentang kebutuhan, mempunyai kemampuan dalam bertransaksi. Banyak pemasar yang memandang bahwa penjual dan pembeli sebagai sebuah pasar, dimana penjual tersebut akan mengirimkan produk serta jasa yang mereka produksi dan juga guna menyampaikan atau mengkomunikasikan kepada pasar. Sebagai gantinya, mereka akan mendapatkan uang dan informasi dari pasar tersebut.

4. KBBI

Menurut KBBI, pengertian pasar merupakan tempat sekumpulan orang melakukan transaksi jual-beli. Merupakan sebuah tempat untuk jual beli yang diadakan oleh sebuah organisasi atau perkumpulan dan sebagainya dengan maksud untuk dapat mencari derma.

5. Handri Ma'aruf

Kata “pasar” mempunyai 3 pengertian, antara lain :

1. Pasar dalam arti “tempat”, merupakan sebuah tempat untuk bertemunya para penjual dengan pembeli.
2. Pasar dalam arti “penawaran serta permintaan” , merupakan pasar sebagai tempat terjadinya kegiatan transaksi jual beli.
3. Pasar dalam arti “sekumpulan anggota masyarakat yang mempunyai kebutuhan serta daya beli “, lebih merujuk pada 2 hal, yaitu daya beli dan kebutuhan. Pasar merupakan sekumpulan orang yang berusaha untuk mendapatkan jasa atau barang serta mempunyai kemampuan untuk membeli barang tersebut.

2.2.2 Tipologi Pasar

Tipologi atau pembagian jenis pasar antara lain :

2.2.2.1 Klasifikasi Pasar

1. Pasar Tradisional

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung dan

biasanya ada proses tawar-menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian barang elektronik, jasa dan lain-lain.

2. Pasar Modern

Pasar modern tidak banyak berbeda dari pasar tradisional, namun pasar jenis ini penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (barcode), berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan secara mandiri (swalayan) atau dilayani oleh pramuniaga. Barang-barang yang dijual, selain bahan makanan makanan seperti; buah, sayuran, daging; sebagian besar barang lainnya yang dijual adalah barang yang dapat bertahan lama.

2.2.2.2 Pasar Menurut Luas Jangkauan

1. **Pasar Daerah** :Pasar Daerah membeli dan menjual produk dalam satu daerah produk itu dihasilkan. Bisa juga dikatakan pasar daerah melayani permintaan dan penawaran dalam satu daerah
2. **Pasar Lokal** :Pasar lokal adalah pasar yang membeli dan menjual produk dalam satu kota tempat produk itu dihasilkan. Bisa juga dikatakan pasar lokal melayani permintaan dan penawaran dalam satu kota
3. **Pasar Nasional** : Pasar nasional adalah pasar yang membeli dan menjual produk dalam satu negara tempat produk itu dihasilkan. Bisa juga dikatakan pasar nasional melayani permintaan dan penjualan dari dalam negeri
4. **Pasar Internasional** : Pasar internasional adalah pasar yang membeli dan menjual produk dari beberapa negara.Bisa juga dikatakan luas jangkauannya di seluruh dunia.

2.2.2.3 Pasar Menurut Wujud

1. Pasar Konkret

Pasar Konkret adalah tempat pertemuan antara penjual dan pembeli yang dilakukan secara langsung. Misalnya ada los-los, toko-toko dan lain-lain. Di pasar konkret, produk yang dijual dan dibeli juga dapat dilihat dengan kasat mata. Konsumen dan produsen juga dapat dengan mudah dibedakan. Contohnya adalah: pasar sayuran, pasar daging, pasar tradisional, dan lain sebagainya,

2. Pasar Abstrak

Pasar Abstrak adalah pasar yang lokasinya tidak dapat dilihat dengan kasat mata. Konsumen dan produsen tidak bertemu secara langsung. Biasanya dapat melalui internet, pemesanan telepon dan lain-lain. Barang yang diperjual belikan tidak dapat dilihat dengan kasat mata, tapi pada umumnya melalui brosur, rekomendasi dan lain-lain. Kita juga tidak

dapat melihat konsumen dan produsen bersamaan, atau bisa dikatakan sulit membedakan produsen dan konsumen sekaligus. Contoh : Pasar Modal, Bursa Saham, Telemarket, dan lain-lain.

2.2.2.4 Pasar Menurut Barang Yang Diperjual belikan

1. Pasar Barang Konsumsi

Pasar barang konsumsi adalah pasar yang menjual barang-barang yang dapat langsung dipakai untuk kebutuhan rumah tangga. Misalnya, pasar yang memperjualbelikan beras, ikan, sayur-sayuran, buah-buahan, alat-alat rumah tangga, pakaian, dan lain sebagainya.

2. Pasar Barang Produksi

Pasar barang produksi adalah pasar yang memperjualbelikan faktor-faktor produksi. Dalam pasar ini diperjualbelikan sumber daya produksi. Misalnya, pasar mesin-mesin, pasar tenaga kerja, dan pasar uang

2.2.2.5 Pasar Menurut Waktu Penyelenggaraan

1. Pasar harian

Pasar harian adalah pasar yang kegiatan jual belinya dilakukan tiap hari. Pasar harian ini umumnya terdapat di desa dan kota.

2. Pasar Mingguan

Pasar mingguan adalah pasar yang kegiatan jual belinya hanya satu kali dalam seminggu. Pasar mingguan ini terdapat di daerah-daerah pedesaan.

3. Pasar Bulanan

Pasar bulanan adalah pasar yang kegiatan jual belinya dilakukan setiap sebulan sekali.

4. Pasar Tahunan

Pasar tahunan adalah pasar yang kegiatan jual belinya dilakukan setiap setahun sekali.

5. Pasar Temporer

Pasar temporer adalah pasar yang diselenggarakan organisasi/instansi pada acara tertentu, atau diadakannya hanya sewaktu-waktu (tidak tetap).

2.2.3 Jenis Pasar Tradisional

Pasar sebagai perusahaan daerah digolongkan menurut beberapa hal, yaitu:

2.2.3.1 Menurut jenis kegiatannya

1. Pasar eceran

Yaitu pasar dimana terdapat permintaan dan penawaran barang secara eceran.

2. Pasar grosir

Yaitu pasar dimana terdapat permintaan dan penawaran dalam jumlah besar.

3. Pasar induk

Pasar ini lebih besar dari pasar grosir, merupakan pusat pengumpulan dan penyimpanan bahan-bahan pangan untuk disalurkan ke grosir- grosir dan pusat pembelian.

2.2.3.2 Menurut lokasi dan kemampuan pelayanannya

1. Pasar regional

Yaitu pasar yang terletak di lokasi yang strategis dan luas, bangunan permanen, dan mempunyai kemampuan pelayanan meliputi seluruh wilayah kota bahkan sampai keluar kota, serta barang yang diperjual belikan lengkap dan dapat memenuhi kebutuhan masyarakatnya.

2. Pasar kota

Yaitu pasar yang terletak di lokasi strategis dan luas, bangunan permanen, dan mempunyai kemampuan pelayanan meliputi seluruh wilayah kota, serta barang yang diperjual belikan lengkap. Melayani 200.000-220.000 penduduk. Yang termasuk pasar ini adalah pasar induk dan pasar grosir.

3. Pasar wilayah (distrik)

Yaitu pasar yang terletak di lokasi yang cukup strategis dan luas, bangunan permanen, dan mempunyai kemampuan pelayanan meliputi seluruh wilayah kota, serta barang yang diperjual belikan cukup lengkap. Melayani 10.000-15.000

penduduk. Yang termasuk pasar ini adalah pasar eceran.

4. Pasar lingkungan

Yaitu pasar yang terletak di lokasi strategis, bangunan permanen/ semi permanen, dan mempunyai pelayan meliputi permukiman saja, serta barang yang diperjual belikan kurang lengkap. Melayani 10.000-15.000 penduduk saja. Yang termasuk pasar ini adalah pasar eceran.

5. Pasar khusus

Yaitu pasar yang terletak di lokasi yang strategis, bangunan permanen/semi permanen, dan mempunyai kemampuan pelayanan meliputi wilayah kota, serta barang yang diperjual belikan terdiri dari satu macam barang khusus seperti pasar bunga, pasar burung, atau pasar hewan.

2.2.3.3 Menurut status kepemilikannya

1. Pasar pemerintah

Yaitu pasar yang dimiliki dan dikuasai oleh pemerintah pusat maupun daerah.

2. Pasar swasta

Yaitu pasar yang dimiliki dan dikuasai oleh badan hukum yang diizinkan oleh pemerintah daerah.

3. Pasar liar

Yaitu pasar yang aktivitasnya diluar pemerintahan daerah, yang kehadirannya disebabkan karena kurangnya fasilitas perpasaran yang ada dan letak pasar tidak merata, biasanya dikelola oleh perorangan/ ketua RW

2.2.4 Kriteria pasar sesuai dengan jenis dagangannya

1. Golongan A

Barang: logam mulia, batu mulia, permata, tekstil, kendaraan bermotor, kebutuhan sehari-hari dan yang dipersamakan. Jasa: penukaran uang (money changer), perbankan dan yang dipersamakan.

2. Golongan B

Barang: pakaian/sandang, pakaian tradisional, pakaian pengantin, aksesoris pengantin, sepatum sandal, tas, kacamata, arloji, aksesoris, souvenir, kelontong, barang pecah belah, barang plastik, obat-

obatan, bahan kimia, bahan bangunan bekas/baru, dos, alat tulis, daging, bumbu, ikan basah, ikan asin, dan yang dipersamakan. Jasa: wartel, titipan kilat, salon, kemasan, agen tiket, koperasi, penitipan barang, jasa timbang, dan yang dipersamakan.

3. **Golongan C**

Barang : beras, ketan, palawija, jagung, ketela, terigu, gula, telur, minyak goreng, susu, garam, bumbu, berbagai jenis maknan, melinjo, kripik emping, kering-keringan mentah, mie, minuman, teh, kopi, buah-buahan, kolang kaling, sayur mayur, kentang, jajanan, bahan jamu tradisonal, tembakau, bumbu rokok, kembang, daun, unggas hidup, hewan peliharaan, makanan hewan, sangkar, obat-obatan hewan, tanaman hias, pupuk, obat tanaman, pot, ikan hias, akuarium, elektronik baru/bekas, onderdil baru/bekasalat pertukangan baru/bekas, alat pertanian baru/bekas, kerajinan anyaman,gerabah, ember, seng, kompor minyak, sepeda baru/bekas, goni, karung gandum, majalah baru/bekas, koran, arang, dan yang dipersamakan. Jasa:

penjahit, tukang cukur, sablon, gilingan dan yang dipersamakan.

4. Golongan D

Barang: rombongan, rongsokan, kertas bekas, koran bekas, dan yang dipersamakan. Jasa: sol sepatu, jasa patri, dan yang dipersamakan.

2.2.5 Kegiatan Pasar

2.2.5.1 Kegiatan penyaluran materi perdagangan.

1. Sirkulasi, transportasi, dan *dropping barang*.
2. Distribusi barang dagangan ke setiap unit penjualan di pasar.

2.2.5.2 Kegiatan pelayanan jual-beli meliputi:

1. Kegiatan jual-beli antara pedagang dengan konsumen.
2. Kegiatan penyimpanan barang dagangan

2.2.5.3 Kegiatan pergerakan dan perpindahan penghujung :

1. Dari luar lingkungan ke dalam bangunan pasar
2. Dari unit penjualan ke unit penjualan

2.2.5.4 Kegiatan pelayanan servis atau penunjang:

1. Pelayanan bank
2. Pelayanan pembersihan
3. Pelayanan pemeliharaan

2.2.6 Kegiatan Umum Dalam Pasar Tradisional :

2.2.6.1 Jenis Kegiatan Pasar

Unsur-unsur kegiatan yang menunjang pelayanan jual beli adalah:

1. Distribusi barang
2. Penyimpanan barang dagangan
3. Penyajian barang dagangan
4. Kegiatan jual beli

2.2.6.2 Sifat Kegiatan Pasar

1. Bersifat dinamis dan luwes (kegiatan tawar menawar tanpa ikatan harga yang baku)
2. terbuka (konsumen dapat langsung melihat dan memilih barang dagangannya, penjual menawarkan dagangannya kepada semua yang lewat.
3. Akrab (antara penjual dan pembeli terlihat dalam transaksi jual beli).

2.2.7 Komponen Pasar Tradisional(Pelaku Kegiatan)

2.2.7.1 Pedagang :

Pedagang pasar adalah pihak ketiga yang melakukan kegiatan dengan menjual atau membeli barang dan atau jasa yang menggunakan pasar sebagai tempat kegiatannya.

2.2.7.2 Pembeli :

Pembeli atau konsumen pasar adalah semua golongan yang datang dengan tujuan untuk mendapatkan apa yang menjadi kebutuhannya dengan harga murah dan dengan pelayanan langsung.

2.2.7.3 Penunjang-Penunjang pasar yaitu:

Pemerintah sebagai pemberi izin berdirinya dan beroperasinya pasar, Swasta pedagang penyewa tempat, pekaksana pembangunan pasar, Pengelola melaksanakan pembangunan, pengelola pemasaran tempat, pengelola kebersihan dst.

2.2.8 Persyaratan Kebutuhan / Tuntutan Pasar Tradisional

2.2.8.1 Fasilitas Pasar Tradisional

1. Elemen utama

Salah satu elemen utama yang terdapat pada pasar yaitu ruang terbuka. Area ini biasanya digunakan sebagai tempat los-los pedagang non permanen atau area.

parkir liar yang mulai marak muncul pada saat ini. Elemen utama yang lainnya yaitu ruang tertutup. Ruang tertutup yang dimaksud adalah ruangan yang tertutup ataupun tidak tertutup sepenuhnya oleh dinding atau penyekat ruangan lainnya. Contohnya seperti toko, kios, los, dasaran, kamar mandi, dan gudang.

2. Elemen penunjang

Contoh elemen-elemen penunjang pada pasar tradisional yaitu area bongkar muat barang dagangan, dan pos penjaga.

3. Elemen pendukung

Beberapa elemen pendukung yang ada di pasar adalah pusat pelayanan kesehatan, penitipan anak, pelayanan jasa,

kantorpengelola pasar, koperasi pasar, tempat ibadah seperti mushola ataumasjid.

2.2.8.2 Fasilitas Non Fisik Pasar Tradisional

Selain fasilitas fisik yang terdapat pada pasar tradisional, ada pula fasilitas non-fisik yang terdapat pada pasar tradisional seperti pengelolaan pasar, pelayanan dan pengawasan kesehatan dan kelengkapan komoditi yang tersedia dalam pasar.

2.2.9 Persyaratan Kesehatan Lingkungan Pasar

2.2.9.1 Lokasi :

1. Lokasi sesuai dengan rencana umum tata ruang setempat
2. Tidak terletak pada daerah rawan bencana alam seperti bantaran sungai, aliran lahar, rawan longsor, banjir, dsb.
3. Tidak terletak pada daerah awan kecelakaan atau daerah jalur pendaratan penerbangan termasuk sempadan jalan.
 1. Tidak terletak pada daerah bekas tempat pembuangan

akhir sampah atau bekas lokasi pertambangan.

2. Memiliki batas wilayah yang jelas antara pasar dan lingkungannya.

2.2.9.2 Bangunan:

1. Umum:

Bangunan dan rancangan bangun harus dibuat sesuai dengan peraturan yang berlaku.

2. Penataan Ruang Dagang

1. Pembagian area sesuai dengan jenis komoditi, sesuai dengan sifat dan kalsifikasinya seperti basah, kering, penjual unggas hidup, pemotongan unggas dll.
2. Pembagian *zoning* yang diberi identitas.
3. Tempat penjual daging, karkas unggas, dan ikan ditempatkan di tempat khusus.
4. Setiap los memiliki lorong yang lebarnya minimal 1,5 meter
5. Setiap los memiliki papan identitas yaitu nomor, nama pemilik, dan mudah dilihat.

6. Jarak tempat penampungan dan pemotongan unggas dengan bangunan pasar utama minimal 10 m atau dibatasi dengann tembok pembatas minimal ketinggian 1,5m.

3. Ruang Kantor Pengelola

1. Ruang kantor memiliki ventilasi minimal 20% dari luas lantai.
2. Tingkat pencahayaan ruangan minimal 100 lux.
3. Tersedia ruangan bagi pengelola dengan tinggi langit-langit
4. Tersedia toilet terpisah bagi laki-laki dan perempuan.
5. Tersedia tempat cuci tangan dilengkapi dengan sabun air yang mengalir.

4. Tempat Penjual Bahan Pangan Basah

1. Mempunyai meja tempat jualan dengan permukaan yang rata dengan kemiringan yang cukup sehingga tidak menimbulkan genangan air dan tersedia lubang

pembuangan air, setiap sisi memiliki sekat pembatas dan mudah dibersihkan, dengan tinggi minimal 60 cm dari lantai dan terbuat dari bahan tahan karat dan bukan dari kayu.

2. Penyajian karkas daging harus digantung
3. Alas pemotong tidak terbuat dari kayu, tidak mengandung bahan beracun, kedap air, dan mudah dibersihkan.
4. Tersedia tempat untuk pencucian bahan pangan dan peralatan.
5. Tersedia tempat cuci tangan yang dilengkapi dengan sabun dan air yang mengalir.
6. Saluran pembuangan limbah tertutup, dengan kemiringan sesuai ketentuan yang berlaku dan tidak melewati area penjualan.
7. Tersedia tempat sampah kering dan basah, kedap air, tertutup dan mudah diangkat.
8. Tempat penjualan bebas vektor penular penyakit dan tempat

perindukannya seperti lalat, kecoa, tikus, dan nyamuk.

5. Tempat Penjual Bahan Pangan Kering

1. Mempunyai meja tempat penjualan dengan permukaan yang rata dan mudah dibersihkan, dengan tinggi minimal 60 cm dari lantai.
2. Meja tempat penjualan terbuat dari bahan yang tahan karat dan bukan dari kayu.
3. Tersedia tempah sampah kering dan basah, kedap air, tertutup dan mudah diangkat.
4. Tersedia tempat cuci tangan yang dilengkapi dengan sabun dan air yang mengalir.
5. Tempat penjualan bebas vektor penular penyakit dan tempat perindukannya seperti lalat, kecoa, tikus, dan nyamuk

6. Tempat Penjual Makanan Jadi/Siap Saji

1. Tempat penyajian makanan tertutup dengan permukaan yang rata dan

mudah dibersihkan dengan tinggi minimal 60 cm dari lantai dan terbuat dari bahan yang tahan karat dan bukan dari kayu.

2. Tersedia tempat cuci tangan yang dilengkapi dengan sabun dan air yang mengalir.
3. Tersedia tempat cuci peralatan dari bahan yang kuat, aman, tidak mudah berkarat, dan mudah dibersihkan.
4. Saluran pembuangan air limbah dari tempat p
5. encucian harus tertutup dengan kemiringan yang cukup. Tersedia tempah sampah kering dan basah, kedap air, tertutup dan mudah diangkat.
6. Tempat penjualan bebas vektor penular penyakit dan tempat perindukannya seperti lalat, kecoa, tikus, dan nyamuk.

7. Area Parkir

1. Adanya pemisah yang jelas pada batas wilayah pasar
2. Adanya parkir yang terpisah berdasarkan alat angkut seperti

mobil, motor, sepeda, andong, dan becak

3. Tersedia area parkir khusus pengangkut hewan hidup dan hewan mati.
4. Tersedia bongkar muat khusus yang terpisah dari tempat parkir dan pengunjung.
5. Tidak ada genangan air
6. Tersedia tempat sampah terpisah antara sampah kering dan basah dalam jumlah yang cukup, minimal setiap radius 10meter.
7. Adanya tanda masuk dan keluar kendaraan secara jelas.
8. Adanya tanaman penghijauan.

8. Kontruksi

1. Atap

1. Atap harus kuat, tidak bocor, dan tidak menjadi tempat berkembangnya binatang penular penyakit.
2. Kemiringan atap harus sedemikian rupa sehingga tidak memungkinkan

terjadinya genangan air pada atap dan langit-langit.

3. Ketinggian atap sesuai ketentuan yang berlaku.
4. Atap yang mempunyai ketinggian 10 meter atau lebih harus dilengkapi dengan penangkal petir.

2. Dinding

1. Permukaan dinding harus bersih, tidak lembab dan berwarna terang.
2. Permukaan dinding yang selalu terkena percikan air harus terbuat dari bahan yang kuat dan kedap air.
3. Pertemuan lantai dan dinding serta pertemuan dua dinding lainnya harus berbentuk lengkung (conus).

3. Lantai

1. Lantai terbuat dari bahan yang kedap air, permukaan rata, tidak licin, tidak retak, dan mudah dibersihkan.

2. Lantai yang selalu terkena air harus mempunyai kemiringan ke arah saluran pembuangan air.

4. Ventilasi

1. Ventilasi harus memenuhi syarat minimal 20% dari luas lantai dan saling berhadapan (*cross ventilation*).

5. Pencahayaan

1. Pencahayaan cukup terang dan dapat dilihat barang dagangan dengan jelas minimal 100 lux.

6. Pintu

1. Khusus untuk pintu los penjual daging, ikan dan bahan makanan yang berbau tajam agar menggunakan pintu yang dapat membuka dan menutup pintu sendiri atau tirai plastik.
4. Tersedia tandon air bersih dilengkapi dengan kran air yang tidak bocor.

5. Jarak sumber air bersih dengan pembuangan limbah minimal 10 meter.

7. Sanitasi

1. Air bersih Tersedia air bersih dengan jumlah yang cukup setiap harinya secara berkesinambungan, minimal 40 liter per pedagang.
2. Tersedia tandon air bersih dilengkapi dengan kran air yang tidak bocor. Jarak sumber air bersih dengan pembuangan limbah minimal 10 meter.
3. Tersedia kamar mandi laki-laki dan perempuan yang terpisah dilengkapi dengan simbol yang jelas.
4. Tersedia tempat cuci tangan dengan jumlah yang cukup yang dilengkapi dengan sabun dan air yang mengalir.
5. Air limbah dibuang ke *septic tank* , riol atau lubang

peresapan yang tidak mencemari tanah dengan jarak 10 meter dari sumber air bersih.

6. Luas ventilasi minimal 20% dari luas lantai dengan pencahayaan 100 lux.

8. Pengelolaan Sampah

1. Setiap kios/lorong/ los tersedia tempat sampah basah dan kering.
2. Lokasi TPS tidak berada di jalur utama pasar dan berjarak minimal 10 meter dari bangunan pasar.

9. Drainase

1. Selokan /drainase sekitar pasar tertutup dengan kisi-kisi yang terbuat dari logam sehingga mudah dibersihkan.
2. Tidak ada bangunan los/kios diatas saluran drainase

10. Keamanan

1. Tersedia pemadam kebakaran yang cukup dan berfungsi,
2. Tersedia hydran air dengan jumlah cukup menurut ketentuan berlaku.
3. Tersedia pos keamanan yang dilengkapi dengan personil dan peralatannya.

2.2.9.3 Fasilitas Lain

1. Tempat Sarana Ibadah

1. Tersedia tempat ibadah dan tempat wudhu dengan lokasi yang mudah dijangkau dengan sarana bersih.
2. Ventilasi dan pencahayaan sesuai dengan persyaratan.

2. Tempat Penjualan Unggas Hidup

1. Tersedia tempat khusus yang terpisah dari pasar utama.
2. Mempunyai akses masuk dan keluar kendaraan pengangkut unggas.

3. Tersedia fasilitas pemotongan unggas umum yang memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh Departemen Pertanian.
4. Tersedia tempat cuci tangan.
5. Tersedia saluran pembuangan limbah.
6. Tersedia penampungan sampah yang terpisah dari sampah pasar.

2.2.10 Kriteria Pasar Menurut Kelasnya

1. Kelas I :

Luas lahan dasaran minimal 2000m².
Tersedia fasilitas : tempat parkir, tempat bongkar muat, tempat promosi, tempat pelayanan kesehatan, tempat ibadah, kantor pengelola, KM/WC, sarana pengamanan, sarana pengolahan kebersihan, sarana air bersih, instalasi listrik, dan penerangan umum.

2. Kelas II :

Luas lahan dasaran minimal 1500m².
Tersedia fasilitas : tempat parkir, tempat promosi, tempat pelayanan kesehatan, tempat ibadah, kantor pengelola, KM/WC, sarana pengamanan,

sarana pengolahan kebersihan, sarana air bersih, instalasi listrik, dan penerangan umum.

3. Kelas III :

Luas lahan dasaran minimal 1000m². Tersedia fasilitas : tempat promosi, tempat ibadah, kantor pengelola, KM/WC, sarana pengamanan, sarana air bersih, instalasi listrik, dan penerangan umum.

4. Kelas IV :

Luas dasaran minimal 500m². Tersedia fasilitas : tempat promosi, kantor pengelola, KM/WC, sarana pengamanan, sarana air bersih, instalasi listrik, dan penerangan umum.

5. Kelas V :

Luas dasaran minimal 50m². Tersedia fasilitas: sarana pengamanan dan sarana pengelolakebersihan

2.2.11 Gambaran Umum Kota Malang

Kota Malang adalah sebuah kota di Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Kota ini berada di dataran tinggi yang cukup sejuk, terletak 90 km sebelah selatan Kota Surabaya, dan

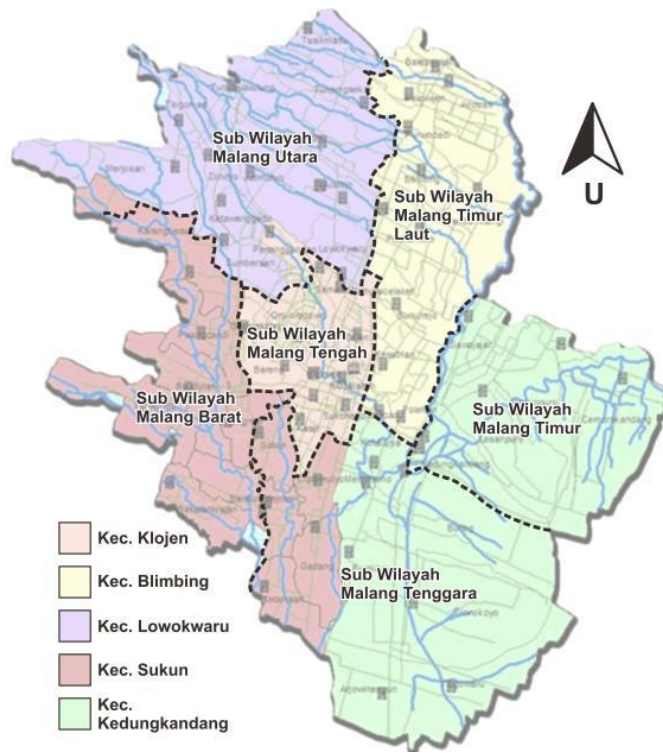
wilayahnya dikelilingi oleh Kabupaten Malang. Malang merupakan kota terbesar kedua di Jawa Timur, dan dikenal dengan julukan kota pelajar.

Kota Malang terletak di antara $112,06^{\circ}$ - $112,07^{\circ}$ Bujur Timur dan $7,06^{\circ}$ - $8,02^{\circ}$ Lintang Selatan dengan ketinggian antara 429 - 667 meter diatas permukaan air laut. Kota Malang dikelilingi gunung-gunung antara lain Gunung Arjuno di sebelah Utara, Gunung Semeru di sebelah Timur, Gunung Kawi dan Panderman di sebelah Barat, dan Gunung Kelud di sebelah Selatan. Perekonomian Kota Malang ditunjang dari berbagai sektor, diantaranya industri, jasa, perdagangan, dan pariwisata. Sebagai kota terbesar kedua di Jawa Timur, menjadikan laju ekonomi Malang merupakan yang terpenting kedua di Jawa Timur setelah Surabaya. Kota Malang juga merupakan tempat berdirinya dan berkembangnya perusahaan rokok Bentoel. Di bidang pariwisata, suasana Malang yang sejuk dan terletak di dataran tinggi seperti saudaranya Kota Batu, membuat wisatawan baik domestik maupun mancanegara tertarik untuk mengunjungi Malang. Di Malang juga banyak dijumpai hotel dan rumah singgah / *guest house* mewah yang mengakomodir kunjungan wisatawan.

2.2.12 Pembagian Wilayah Kota Malang

Pembagian wilayah administratif di Kota Malang terbagi menjadi 5 kecamatan antara lain Kecamatan Klojen, Kecamatan Blimbing, Kecamatan Lowokwaru, Kecamatan Sukun, dan Kecamatan Kedungkandang. Sedangkan pembagian Ranperda tentang RDTRK terbagi menjadi 6 sub wilayah pembangunan antara lain:

1. Sub wilayah Malang Tengah meliputi sebagian Kec. Klojen;
2. Sub wilayah Malang Utara meliputi Kec. Lowokwaru dan sebagian Kec. Sukun;
3. Sub wilayah Malang Barat meliputi sebagian Kecamatan Sukun;
4. Sub wilayah Malang Timur Laut meliputi seluruh Kec. Blimbing;
5. Sub wilayah Malang Timur meliputi sebagian Kecamatan Kedungkandang;
6. Sub wilayah Malang Tenggara meliputi sebagian Kec. Sukun dan sebagian Kec. Kedungkandang.



Gambar 2.1 Pembagian administrasi kota Malang
Sumber : Perda RT/RW Kota Malang, 2010-2030

2.2.13 Iklim Kota Malang

Kondisi iklim Kota Malang selama tahun 2006 tercatat rata-rata suhu udara berkisar antara 22,2 - 24,5 °C. Sedangkan suhu maksimum mencapai 32,3°C dan suhu minimum 17,8 °C. Rata kelembaban udara berkisar 74 - 82%. dengan kelembaban maksimum 97% dan minimum mencapai 37%. Seperti umumnya daerah lain di Indonesia, Kota Malang mengikuti perubahan

putaran 2 iklim, musim hujan, dan musim kemarau. Dari hasil pengamatan Stasiun

Klimatologi Karangploso curah hujan yang relatif tinggi terjadi pada bulan Januari, Februari, Maret, April, dan Desember. Sedangkan pada bulan Juni, Agustus, dan Nopember curah hujan relatif rendah.

2.2.14 Visi Dan Misi Kota Malang

Pemerintah Kota Malang dalam pelaksanaan pembangunan berpedoman pada RPJM daerah dimana didalamnya termuat visi Kota Malang, yaitu "Terwujudnya Kota Malang Sebagai Kota Pendidikan Yang Berkualitas, Kota Sehat Dan Ramah Lingkungan, Kota Pariwisata Yang Berbudaya, Menuju Masyarakat Yang Maju Dan Mandiri"

“Kota Pendidikan yang Berkualitas” mengandung makna bahwa pembangunan Kota Malang diarahkan untuk meningkatkan kualitas pendidikan dalam arti yang luas yaitu : Penyelenggaraan pendidikan pada semua jenjang di Kota Malang harus memiliki kualitas tinggi; Penyelenggaraan pendidikan diarahkan untuk menghasilkan SDM yang memiliki keunggulan kompetitif dalam hal penguasaan, pemanfaatan

dan pengembangan IPTEK, serta memiliki wawasan global dengan kearifan lokal (berbudi pekerti luhur); kebijakan pemerintah kota diarahkan pada kebijakan-kebijakan yang berpihak kepada kepentingan pendidikan dalam arti luas, yang meliputi; (1) peningkatan kapasitas SDM pemerintah kota sebagai penguatan fungsi pelayanan publik; (2) peningkatan kualitas penyelenggaraan pendidikan di semua level melalui pengembangan SDM dan kelembagaan; (3) membuka akses seluas-luasnya kepada seluruh lapisan masyarakat, kurang/tidak mampu secara ekonomi, untuk dapat menuntut ilmu melalui jalur formal (sekolah).

“Kota Sehat dan Ramah Lingkungan” mengandung makna bahwa pembangunan di Kota Malang diarahkan untuk mewujudkan Kota yang sehat dan berwawasan lingkungan. Pengertian kota sehat dan ramah lingkungan adalah sebagai berikut : Kota sehat adalah kota yang memiliki kualitas lingkungan fisik dan sosial kemasyarakatan yang baik sehingga menjadi kota yang memberikan rasa aman, nyaman dan sehat bagi warga kotanya (City fit to live in); Kota yang ramah lingkungan adalah kota yang dalam melaksanakan pembangunan selalu

memperhatikan kelestarian daya dukung lingkungan.

“Kota Pariwisata yang Berbudaya” mengandung makna bahwa pembangunan di Kota Malang diarahkan untuk mewujudkan Kota Malang sebagai kotatujuan wisata dengan tetap melestarikan budaya khas malangan. Pengertian Kota Pariwisata yang berbudaya adalah sebagai berikut: Kota pariwisata adalah kota yang menjadi tujuan wisatawan baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik. Obyek wisata yang akandikembangkan adalah obyek wisata pendidikan, wisata sejarah, wisata belanja maupun wisata lainnya; Kota pariwisata yang berbudaya adalah kota pariwisata yang tetap melestarikan budaya khasnya beserta nilai-nilai yang dikandungnya.

“Menuju Masyarakat yang Maju dan Mandiri” mengandung makna bahwa tujuan pembangunan yang akan dilakukan adalah untuk mewujudkan masyarakat Kota Malang yang maju dan mandiri. Pengertian masyarakat yang maju dan mandiri adalah sebagai berikut:

Masyarakat yang maju adalah masyarakat yang maju dalam penguasaan ilmu dan teknologi,

maju dalam derajat kesehatannya dan maju dalam mengembangkan budaya dan pariwisatanya; Masyarakat yang mandiri adalah masyarakat yang mampu membiayai sendiri semua kebutuhan dan aktifitas yang dilakukannya.

1. Dalam rangka mewujudkan visi Kota Malang, maka dirumuskan misi Kota Malang, sebagai berikut

1. Mewujudkan dan Mengembangkan Pendidikan yang Berkualitas;
2. Mewujudkan Peningkatan Kesehatan Masyarakat;
3. Mewujudkan Penyelenggaraan Pembangunan yang Ramah Lingkungan;
4. Mewujudkan Pemerataan Perekonomian dan Pusat Pertumbuhan Wilayah Sekitarnya;
5. Mewujudkan dan Mengembangkan Pariwisata yang Berbudaya;
6. Mewujudkan Pelayanan Publik yang Prima.

2.2.15 Gambaran Umum Pasar Besar Malang

Pasar Besar Malang merupakan pasar tradisional terbesar di Kota Malang. Pasar 4 lantai

ini terletak di Jalan Pasar Besar, Kota Malang. Pada Pasar Besar ini Terdapat 3.289 Kios dan Los 643 Hampir 4000 penjual yang berjualan di pasar besar ini, dan juga di tambah kisaran 200 PKL yang berjualan di Sekitaran Pasar Besar pasar ini, pasar ini juga menjadi pusat grosir kebutuhan primer di Kota Malang.



Gambar 2.2 Pasar Besar Malang

Sumber :

<http://media.halomalang.com/mediamanager/>

Lokasi: Kota Malang, Jawa Timur

AlamatJalan: Pasar Besar, Kec.Klojen,
Kel.Sukoharjo

Pengembang: PT. Surya Fortuna Kencana Setia

Jumlah ada 4 lantai: Lantai 1 dan 2 yaitu Pasar tradisional, Lantai 3 yaitu Matahari Department Store, Timezone, Untuk Lantai 4 yaitu Pusat Grosir Matahari, Food Court

Fasilitas: MCK, Parking Area, Food Court, Kantor Pasar, Musholla

Komoditas Pada Pasar Besar : Di Lantai 1 : Logam Mulia 70 Unit, Pecah Belah 160 Unit, Buah 256 Unit, Meubel 40 Unit, Perancangan 280 Unit, Abrakan 40 Unit, Kemasan 48 Unit, Sayur Mayur 410 Unit, Makanan 183 Unit, Ikan 306 Unit

Di Lantai 2 : Sepatu 330 Unit, Pakaian Jadi Textil 699 Unit, Palen 160 Unit, Perlengkapan Abri 123 Unit, Elektro 385 Unit, Makanan 50 Unit.

Tabel 2.1 Perkembangan Pasar Besar per tahun

No	Tahun	Kios		Los/Emper		PKL	Jumlah	
		Unit	Pedagang	Unit	Pedagang	Pedagang	Unit	Pedagang
1	2017	2535	2957	1005	1057	220	3540	4234
2	2016 / Terbakar	2485	3080	950	1145	240	3418	4465
3	2016	3085	3080	1157	1145	236	4242	4344
4	2015	784	715	3719	2609	407	4503	3324
5	2014	3403	938	975	450	407	4378	1388
6	2013	3403	938	958	266	407	4361	1204

Sumber : Dinas Perdagangan Kota Malang

2.2.16 Sejarah Pasar Besar Kota Malang

Pada tahun 1973, Pasar Besar Malang dibuat 2 tingkat. Perubahan terjadi pada bentuk pasar yang lebih modern dan akhirnya menjadi bertingkat. Namun perubahan paling drastis dilakukan ketika pasar dibuat menjadi bertingkat empat setelah kebakaran besar yang terjadi di sisi timur pasar pada tahun 1985. Renovasi besar-besaran pasca kebakaran tersebut dimulai tahun 1990. Pemerintah Kota Malang menunjuk PT. Surya Fortuna Kencana Setia. Nilai proyek renovasi mencapai Rp31 miliar. Pada tahun 1991, bentuk pasar menjadi berubah dan menjadi bangunan yang sepenuhnya dikelilingi tembok di bagian luar. Selain itu, Pasar Besar Malang hadir dengan empat lantai. Lantai 1 dan 2 untuk menampung pasar tradisional. Lantai 3 untuk Matahari Department Store. Serta lantai 4 untuk Pusat Grosir Matahari. Di lantai 3 dan 4 juga diberi fasilitas tempat parkir kendaraan roda dua maupun empat. Setelah masa itu sempat terjadi kebakaran besar lagi di tahun 2003, kebakaran bersumber dari lantai 3 Matahari Department Store. Total kerugiannya ditaksir mencapai Rp40 miliar. Pasca kebakaran, renovasi besar dilakukan. Namun, bentuk bangunan pasar tetap dan tidak berubah hingga saat ini.

Dan Pada Hari Kamis 26 Mei 2016, Pasar besar Malang mengalami kebakaran kembali sehingga menghancurkan kurang lebih 633 kios dan 200 lapak.

2.2.17 Gambar Kondisi Pasar Besar Sebelum Terbakar



Gambar 2.3 Pedagang ilegal yang berada di luar area Pasar Besar

Sumber : Google Earth



Gambar 2.4 Kemacetan di pasar besar

Sumber : Google Earth

2.2.18 Gambar Pasar Besar Malang Setelah Terbakar



Gambar 2.5 Matahari Store Terbakar

Sumber : suryamalang.tribunnews.com/



Gambar 2.6 Kondisi Kios – Kios Setelah Terbakar

Sumber : suryamalang.tribunnews.com/



Gambar 2.7 Kondisi Pasar Yang Tidak Terawat

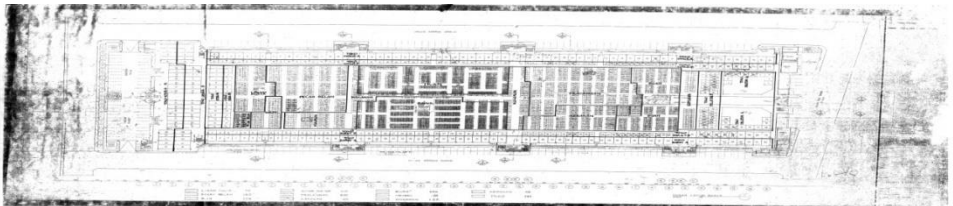
Sumber : *Photo Pribadi*



Gambar 2.8 Kondisi Pasar Yang Terlihat Kumuh

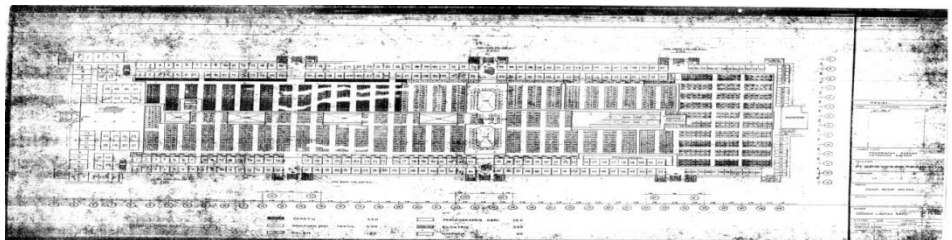
Sumber : *Photo Pribadi*

2.2.19 Layout Existing Pasar Besar Kota Malang



Gambar 2.9 Layout Lt 1

Sumber : *Dinas Perdagangan Kota Malang*



Gambar 2.10 Layout Lt 2

Sumber : *Dinas Perdagangan Kota Malang*

2.3 Aspek Legal

1. Peraturan Daerah Kota Malang No. 4 Tahun 2011 Tentang (RTRW) Rencana Tata Ruang Kota Malang Tahun 2010 – 2030.

Bab IV Pasal 7

Mewujudkan Kota Malang sebagai kota pendidikan yang berkualitas dengan peningkatan pertumbuhan ekonomi yang didukung sektor penunjang pariwisata serta sektor industri, *perdagangan dan jasa* agar tercipta kota yang aman, nyaman, produktif dan berkelanjutan.

Paragraf 1 Pasal 10 ayat.2

Mengembangkan sektor *perdagangan dan jasa* yang siap melayani kegiatan nasional.

Paragraf 1 Pasal 12 ayat.2

(D) meningkatkan kegiatan dan pelayanan sektor *perdagangan dan jasa* yang mengarah pada pendukung sektor pariwisata.

Paragraf 1 Pasal 17 ayat. 2

E. mengembangkan kawasan *perdagangan dan jasa* secara merata sesuai skala pelayanan;

Paragraf 2 Pasal 50 ayat. 2

(A). peningkatan dan pengembangan kualitas *Pasar Besar*, Pasar Dinoyo, Pasar Blimbing, dan Pasar Tawangmangu serta penambahan Pasar baru di sub wilayah Malang Timur dan Timur Laut

2. Peraturan Presiden Republik Indonesia No.112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern tentang Penataan Pasar Tradisional Pasal 1 dan Pasal 2.

3. RDTR (Rencana Detail Tata Ruang) Kota Malang Tahun 2011 - 2030

Pasal 13

(4) a. *Pola pergerakan tinggi terjadi di pusat perdagangan dan jasa serta fasilitas pendidikan dan fasilitas umum lainnya yang berorientasi regional/kota tepatnya yang berada di kawasan Pasar Besar*, Jalan Veteran, Jalan Bandung, Jalan Basuki Rahmat, Jalan Kawi, Jalan Diponegoro, Jalan Martadinata

Pasal 15

(5) b. *Rencana sistem parkir off – street* ditempatkan berdasarkan fasilitas parkir untuk umum dan fasilitas

parkir sebagai penunjang. ***Rencana pengembangan parkir off – street di kawasan perdagangan Pasar Besar*** direncanakan dengan meningkatkan kapasitas fasilitas parkir untuk umum yang juga dapat dimanfaatkan untuk pertokoan yang ada disekitarnya, sedangkan pada kawasan pertokoan, bangunan perkantoran dan perhotelan serta fasilitas umum lainnya dilakukan melalui penyediaan fasilitas parkir sebagai penunjang. ***Desain parkir off – street dilakukan dengan taman parkir dan gedung parkir menurut kriteria tertentu.***

Pasal 41

(6) ***Perbaiki dan revitalisasi*** kawasan perdagangan dan jasa ***di pusat kota, khususnya Pasar Besar*** dan sekitarnya sebagai pusat perbelanjaan dengan skala regional.

(7) ***Mempertahankan dan mengoptimalkan sentral PKL yang sudah ada serta melakukan penataan dan pengembangan sentra-sentra PKL untuk menampung PKL yang terdapat di sekitar pusat kegiatan seperti kawasan MOG, Pasar Besar, Kawasan Alun-alun*** dengan ketentuan penyediaan lahan 5 – 10% dari luas lahan kawasan perdagangan.

4. Tahapan Indikasi Program Pembangunan di Kecamatan Klojen Tahun 2011 - Tahun 2030

Program Penataan Parkir

(1) *Studi Perbaikan dan Revitalisasi Pasar Besar* untuk menampung kapasitas parkir di area sekitarnya

(2) *Sosialisasi parkir bersama di lokasi Pasar Besar*

Program Penataan kawasan perdagangan dan jasa

(1) *Pelaksanaan Kegiatan Revitalisasi dan Pembangunan Kawasan Pasar Besar*

(2) *Pembangunan Centra PKL*

5. RENSTRA (Rencana Strategis) Tahun 2017 Kota Malang

Tabel 2.3.1 Renstra Kota Malang Tahun 2017

PROGRAM / KEGIATAN	INDIKATOR PROGRAM / KEGIATAN	FORMULA PERHITUNGAN	KONDISI TAHUN 2015	TARGET (KELUARAN DAN ANGGARAN)					KET
				TAHUN 2014	TAHUN 2015	TAHUN 2016	TAHUN 2017	TAHUN 2018	
Sukum	yang direvitalisasi							Rp. 7.500.000.000,-	
								Keluaran : 1 pasar	
14. Revitalisasi Pasar Pasar Besar	Jumlah pasar rakyat yang direvitalisasi	Jumlah pasar rakyat yang direvitalisasi						Anggaran : Rp. 20.500.000.000,-	
								Keluaran : 1 pasar	

Sumber: Pemkot Malang Website

6. RPJMD Tahun 2013 – 2018 Tentang Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kota Malang



Gambar 2.11 (RPJMD Kota Malang) Penelaahan RT/RW kota Malang 2010 - 2030

Sumber: Pemkot Kota Malang



Gambar 2.12 (RPJMD Kota Malang) Misi Kota Malang di tahun 2017

Sumber: Pemkot Kota Malang

2.4 Studi Banding Objek Sejenis

2.4.1 Pasar Mayestik Kota Jakarta



Gambar 2.13 Tampak Luar Dan Dalam Pasar Mayestik
Sumber : <http://marketreasure.blogspot.com/2014/12/pasar-mayestik.html>

Pasar Mayestik merupakan salah satu pasar modern di daerah Jakarta Selatan yang sudah ada sejak tahun 1980-an. Namun karena bangunan yang mulai dimakan usia, pada tahun 2012 pemerintah DKI Jakarta bekerja sama dengan PT. Metroland Permai membangun gedung baru yang dibuat menjadi 10 lantai. Tiap lantai dari pasar ini memiliki kriteria sendiri tentang barang apa saja yang dijual pada zona tersebut. Gedung baru ini diresmikan oleh Gubernur DKI Jakarta pada saat itu yaitu Fauzi Bowo pada tanggal 16 Juni 2012.

Pasar Mayestik merupakan pasar yang terletak di Jalan Kyai Maja, Kebayoran Baru. Letaknya berdekatan dengan RS Pusat Pertamina dan Taman Puring. Barang-barang yang diperdagangkan bermacam-macam sesuai dengan blok dan zona perdagangan. Berikut merupakan zona-zona dari pasar mayestik:

Lantai Basement : Sayur mayur, bumbu jadi, daging potong, ikan, ayam, bahan kue,

	kios makan minum, plastik, bahan pangan.
Lantai Semi Basement	:Kios pecah belah, alat kecantikan, jam, sepatu, sandal, jamu kemas, kerajinan tangan
Lantai Dasar	: Kios pakaian jadi, tekstil
Lantai Mezzanine	: Kios gorden, batik, bahan tekstil
Lantai Satu	: Kios logam mulia
Lantai Dua	: Kios Penjahit, payet, border,
plakat reklame	
Lantai P1	: Food court
Lantai P2	: Kantor marketing dan pemasaran
Lantai P3	: Kantor pengelola

Kelebihan :

- a. Bangunan Sudah bagus (Terlihat Modern)
- b. Perdagangan Sudah di zoning
- c. Harga Produk bisa di tawar

Kekurangan :

- a. Lahan Parkir yang belum memadai
- b. Terlalu banyaknya zoning zoning berbagai macam perdagangan yang membuat bingung

2.4.2 Pasar Legi Kota Blitar

Pasar legi Blitar merupakan salah satu pasar tradisional yang berada di Kota Blitar tepatnya di Jalan Mawar Kecamatan Sukorejo, Kelurahan Sukorejo. Pasar ini berdiri pada tahun 1944 yang sudah lama menjadi pusat kegiatan ekonomi. Pasar legi juga disebut pasar induk karena pasar ini dijadikan tempat kombinasi antara pedagang eceran, pedagang grosir, serta perdagangan antar daerah yang melayani wilayah yang lebih luas di sekitar Blitar. Pasar legi merupakan pasar terlengkap dan pasar yang pertama kali dibangun di Kota Blitar. Pasar ini

mengalami beberapa kali pembenahan pada tahun 1977 dan 1999 hingga pada tahun 2003 kondisi pasar sudah tidak memadai lagi dan dilakukan revitalisasi. Pasar ini memiliki peran menjadi transisional, dari pasar tradisional menuju pasar modern. Pasar legi terdiri dari 2 lantai, pada lantai pertama terdapat beberapa kios dan lapak yang umumnya menjual sembako, bahan makanan, kebutuhan memasak seperti bumbu-bumbu dapur, sayur-manyur, buah-buahan, jajanan pasar dan masih banyak lagi yang menjual kebutuhan rumah tangga. Pada lantai dua, banyak kios atau lapak yang kebanyakan menjual pakaian anak-anak sampai dewasa, perlengkapan sholat, peralatan rumah tangga dan lain sebagainya. Di bagian depan pasar terdapat lahan parkir yang sangat luas tempat memarkir kendaraan konsumen yang berbelanja kesana. Pada bagian pinggir pasar banyakkios yang menjual aneka buah-buahan, sayur-mayur, kedai makanan, alat perkanas dan masih banyak lagi. Pada bagian belakang pasar terdapat tempat bekas terminal yang cukup luas, tempat tersebut dimanfaatkan oleh para pedagang sayur-mayur serta buah-buahan untuk menjual barang dagangannya. Penjual pada umumnya menjajakan barang dagangannya diatas tikar atau plastic yang digunakan sebagai alas berjualan. Pasar legi buka pada pukul 07.00 WIB dan resmi tutup pada pukul 17.00 WIB.



Gambar 2.14 Pasar Tradisional Legi Kota Blitar

Sumber : [http:// wisatakotablitar.blogspot.com](http://wisatakotablitar.blogspot.com)

Pelaksanaan revitalisasi Pasar Legi dilaksanakan pada tahun 2003 hingga Oktober 2004, pelaksanaan revitalisasi Pasar Legi awalnya juga diwarnai dengan kerusuhan-kerusuhan yang disebabkan oleh kurangnya sosialisasi yang dilakukan oleh pemerintah, pada akhirnya para pedagang menyetujui dilaksanakannya revitalisasi. Selama pelaksanaan revitalisasi para pedagang dipindahkan di tempat relokasi yang letaknya tidak jauh dari lokasi pasar, yaitu di Jalan Mawar, Jalan Kerantil, Jalan Mayang, Jalan Merdeka dan di belakang pasar (terminal lama Kota Blitar) setelah dilaksanakannya revitalisasi pasar menjadi bersih, rapi, tidak becek, tidak gelap dan lebih aman. Pedagang yang berjualan dalam pasar bertambah dari 1111 pedagang menjadi 1738 pedagang, sehingga terjadi kenaikan jumlah pedagang sebesar 627 pedagang.



Gambar 2.15 Lokasi Pasar Tradisional Legi Kota Blitar

Sumber : [http:// wikimapiakotablitar.blogspot.com](http://wikimapiakotablitar.blogspot.com)

Kelebihan :

- a. lahan luas
- b. Banyak ruang-ruang dan fasilitas pendukungnya
- c. Kondisi pasar lebih bersih dan tertata
- d. Berada di daerah tengah Kota Blitar

Kekurangan :

- a. Teknik jual beli modern (tidak terdapat tawar menawar harga)
- b. Mahalnya tempat sewah pasar yang baru ‘’ sehingga membuat para pedagang menolak untuk pindah’’
- c. segi ekonominya, pendapatan pedagang yang kiosnya berada dalam pasar banyak yang mengalami penurunan.
- d. Sedangkan pedagang yang letak kiosnya berada di luar/lokasi strategis mengalami kenaikan pendapatan.

2.5 Karakter Objek

- a. Komersil : Adanya kegiatan jual beli
- b. Bisnis : Usaha menjual barang atau jasa untuk memperoleh keuntungan/ laba
- c. Interaktif : Adanya timbal balik penjual dan pembeli
- d. Kultural : Sebuah bangunan yang bersifat tradisional dan kedaerahan
- e. Rekreatif : Sebuah bangunan yang bersifat menghibur