

DESAIN TATA DISPLAY PASAR BUAH SEBAGAI DAYA TARIK WISATA BELANJA DI PASAR GEDHE HARDJONAGORO

Ahmad Fajar Ariyanto

Jurusan Desain Interior
Fakultas Seni Rupa dan Desain ISI Surakarta

Alexander Nawangseto Mahendrapati

Jurusan Seni Mursi
Fakultas Seni Rupa dan Desain ISI Surakarta

Abstract

Traditional market in Surakarta is still preserved and being part of economic activity of the society, despite the increasing number of supermarkets. The revitalization of these markets is one of the medium-term development plans of Surakarta because compared to the other sources, traditional markets make the biggest contribution to the local government revenue. One of these markets is the western part of Pasar Gedhe Hardjonagoro whose commodities are fresh fruits. Unfortunately, the rehabilitation and renovation programs are only focused on the main building. The inside area where the trade activities between sellers and buyers happen is excluded from the rehabilitation program. Considering Pasar Gedhe as a tourist destination, the needs of market management especially for displaying the product is essential to attract the consumers and tourists. This article is the result of an applied research in interior design about the design of display system of fruit sellers in the western part of Pasar Gedhe Hardjonagoro in Surakarta. This applied research is a qualitative descriptive analysis with case study approach. The work employs functional, ergonomic, thematic, and stylish approaches for the design solution. The result acquired from the interior design research is a zoning which is divided into selling, circulation and service, outdoor zone, and managing the circulation and two-side services, and creating the interior theme. While the result on the display design is the design needs to be able to functionally support the trade activities, easy to maintenance, solid, long-lasting, safe, the display system represents the locality, and how the commodities can be an interesting visual attraction. The display system is designed to be an open layout system so that it creates a socio-cultural interaction for the people within the market.

Keywords: *Pasar Gedhe rehabilitation, zoning, display system, functionality, visual attraction.*

Pendahuluan

Pasar tradisional di Kota Surakarta tetap dipertahankan dan telah menjadi bagian dari pergerakan ekonomi masyarakatnya. Karakteristik produk di setiap pasar masing-masing memiliki kekhasan. Pasar Gedhe Hardjonagoro dikenal masyarakat Surakarta sebagai pasar yang menjual produk dengan kualitas terbaik, sehingga karakteristik konsumennya pun dapat dipastikan masyarakat golongan menengah ke atas.

Pasar Gedhe Hardjonagoro sebagai tempat transaksi jual beli hasil bumi dan kebutuhan pokok, berdiri sejak pemerintahan Paku Buwono X, terdiri dari dua bangunan di sisi barat dan timur. Spesifikasi komoditas terbagi dua, yaitu: bagian timur menjual

produk sembako dan aneka kebutuhan rumah tangga, sedangkan bagian barat menjual buah lokal dan *import*. Pemerintah Kota Surakarta telah merevitalisasi Pasar Gedhe sisi barat tahun 2015.

Pemberdayaan ekonomi warga merupakan salah satu program utama dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Kota Surakarta, salah satunya dengan merevitalisasi dan merehabilitasi pasar tradisional. Revitalisasi tersebut berkontribusi terhadap peningkatan ekonomi dan menjadi tolok ukur kemajuan ekonomi kerakyatan. Revitalisasi juga dapat mempengaruhi daya beli masyarakat karena masyarakat yang terbiasa berbelanja di *supermarket* bisa beralih ke pasar tradisional. Jadi dengan

direvitalisasinya Pasar Tradisional maka tingkat kesejahteraan masyarakat turut berpengaruh.¹

Fungsi secara keseluruhan rehabilitasi Pasar Gedhe sisi barat untuk memfasilitasi para pedagang yang tersebar di bagian belakang Pasar Gedhe sisi timur, baik di lantai dasar maupun di lantai atas untuk menempati area hasil rehabilitasi tersebut. Pasar Gedhe merupakan bangunan cagar budaya yang ditetapkan dengan Surat Keputusan (SK) Wali Kota Nomor 646/101-F/I/2012. Tim cagar budaya telah mengijinkan rancangan detail konstruksi untuk revitalisasi dan rehabilitasi area Pasar Gedhe sisi barat asal tidak mengubah tampilan arsitekturnya.

Program rehabilitasi atau renovasi pasar tradisional, khususnya Pasar Gedhe sisi barat (pasar buah) faktanya hanya menyentuh infrastruktur bangunan. Namun ruang dalam tempat transaksi jual beli tidak tersentuh. Padahal peningkatan penjualan dicapai melalui tata display produk yang menarik calon konsumen.

Peraturan Menteri Perdagangan RI No: 70/M-DAG/PER/12/2013 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern pada bab V tentang Pengelolaan Pasar tradisional pasal 19 ayat 1 bagian c termuat, pengelola pasar tradisional memiliki peran antara lain dapat berupa melaksanakan pembinaan, pendampingan, dan pengawasan kepada para pedagang. Pada pasal 19 ayat (2), kegiatan pembinaan, pendampingan dan pengawasan kepada para pedagang sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf c, dilakukan melalui (a) peningkatan pelayanan pada konsumen baik mengenai kualitas barang, kebersihan, takaran, kemasan, penyajian/ penataan barang maupun dalam pemanfaatan fasilitas ruang, (b) peningkatan kompetensi pedagang melalui pendidikan, pelatihan dan penyuluhan. Peraturan Menteri tersebut mewajibkan pengelola pasar untuk melibatkan para pedagang dalam tata kelola pasar melalui pembinaan dan pendampingan dalam rangka peningkatan kompetensi mereka. Peran Pasar Gedhe saat ini, tidak hanya sebagai tempat transaksi antara pedagang dan pembeli, namun juga sebagai destinasi pariwisata kota, sehingga kebutuhan tata kelola pasar khususnya penyajian/tata *display* produk sangat penting untuk peningkatan pelayanan dan juga menarik minat para konsumen sekaligus wisatawan.

Berdasarkan uraian tersebut maka penelitian ini fokus pada dua permasalahan, yaitu; 1) Bagaimana kebutuhan pola desain interior pada rehabilitasi Pasar Gedhe sisi barat (pasar buah) yang baik bagi pedagang dan konsumen? 2) Bagaimana alternatif desain tata

display yang menarik bagi konsumen dan berdampak terhadap peningkatan penjualan? Penelitian ini merupakan bentuk upaya identifikasi kebutuhan pola desain interior pada rehabilitasi Pasar Gedhe sisi barat (pasar buah) yang baik bagi pedagang dan konsumen dan dari hasil identifikasi tersebut menghasilkan alternatif desain tata display produk yang bertujuan meningkatkan penjualan. Pasar Gedhe sebagai bangunan cagar budaya yang berfungsi sebagai pasar tradisional, maka *treatment* untuk desain interiornya memiliki tantangan yang berbeda dan menarik. Pola sinergisitas antara *stakeholders quadro helix* (akademisi, pengusaha/profesional, pemerintah, dan komunitas kota) menjadi konsep penting dalam pengelolaan Solo Kota Kreatif

Pedagang dalam konsep *quadro helix* sebagai komunitas, yang berperan dalam menggerakkan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal. Pasar Gedhe menjadi *hub* bagi keempat *stakeholders* kota. Pengembangan ekonomi kreatif dengan berbasis komunitas pada ruang publik pasar tradisional menjadi alternatif pengembangan konsep pariwisata kreatif bagi kota Solo sebagai destinasi wisata.

Metode Penelitian

Penelitian terapan ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus dan penyampaian deskriptif analitik. Pengumpulan data dengan observasi, wawancara, studi pustaka, dan studi dokumen. Teknik analisis dilakukan dari studi pustaka dan hasil dari data lapangan dicari hubungan keterkaitan, sehingga didapat gambaran produk dan aktivitas pedagang Pasar Gedhe.

Hasil dan Pembahasan

1. Definisi Desain Tata Display Rehabilitasi Desain Interior Pasar Gedhe Hardjonagoro Sisi Barat (Pasar Buah) di Surakarta

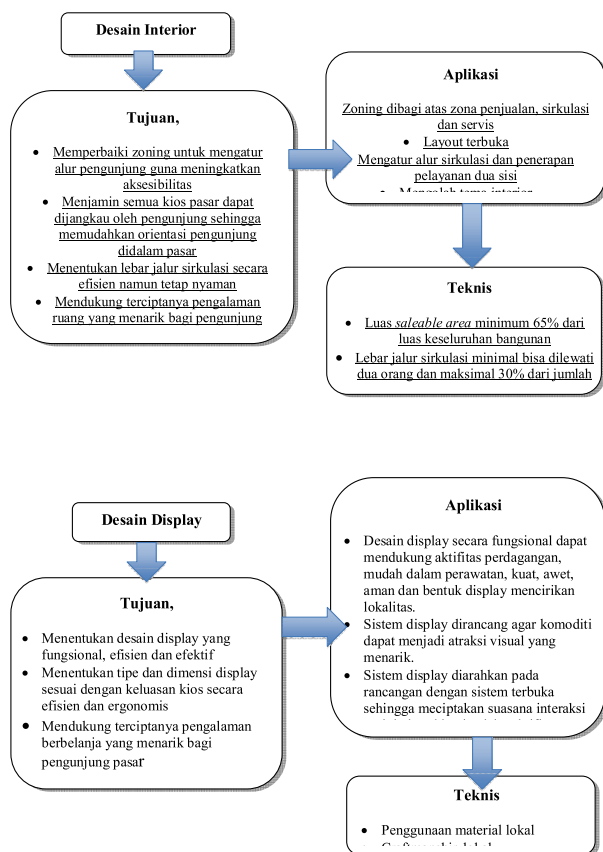
Perancangan tata display rehabilitasi desain interior Pasar Gede Hardjonagoro di Surakarta, bertujuan untuk memetakan kembali kebutuhan pola desain interior bagi pedagang maupun pengunjung/ calon pembeli serta memberikan tawaran alternatif desain yang fungsional dan menarik sehingga berdampak pada peningkatan ratio penjualan. Untuk mencapai tujuan tersebut maka ide perancangan mengacu pada aspek fungsional, efektif dan efisien yang secara estetis mengadopsi beberapa elemen arsitektural Pasar Gede Hardjonagoro untuk memperkuat dialog antara luar dan dalam bangunan, memproyeksikan *sense of place* Pasar Gede dan

citra budaya masyarakat Surakarta yang plural dan dinamis.

2. Site Plan

Posisi massa bangunan Pasar Gede Hardjonagoro sisi barat menghadap utara - selatan dengan luas bangunan 1.364m². Pasar Gede Hardjonagoro terletak di Jalan Urip Sumoharjo, Kelurahan Sudioprajan, Kecamatan Jebres Surakarta. Massa bangunan Pasar Gede Hardjonagoro sisi barat terdiri dua lantai, lantai pertama difungsikan sebagai pasar buah dan lantai dua difungsikan sebagai area penyedia jasa dan produk kuliner. Dalam penelitian ini wilayah garap dibatasi hanya pada lantai satu yang mewadahi fungsi sebagai pasar buah.

3. Konsep Dasar Desain



4. Hasil Desain

a. Interior Area Penjualan

Layout kios dengan sistem terbuka memudahkan orientasi pengunjung di dalam pasar, sehingga kios-kios mendapatkan aksesibilitas visual yang memadai dari pengunjung.



Gambar 45. Perspektif Area Penjualan
(Desain: Ahmad Fajar Ariyanto, 2016)

Layout dengan sistem terbuka juga mengoptimalkan jumlah proporsi luas ruang yang dapat dijual (*saleable area*). Jalur sirkulasi dioptimalkan dengan penerapan sistem *double loaded* (pelayanan dalam dua sisi). Ruang pasar secara psikologis tampak luas dan memberikan tata kondisional ruangan menjadi lebih baik. Penghawaan alami didistribusikan secara merata melalui roster-roster diatas kios dan pencahayaan dari lampu-lampu listrik tidak lagi terhalang oleh dinding kios. Pencahayaan melalui armatur *downlight* memberikan penyebaran cahaya yang merata dan tidak menyilaukan mata. Penambahan tingkat iluminasi pada setiap kios disamping mempertegas lokasi display juga memberikan efek cahaya yang baik bagi produk buah.



Gambar 2. Perspektif Area Penjualan
(Desain: Ahmad Fajar Ariyanto, 2016)

Pintu masuk dan hierarki sirkulasi harus dirancang agar semua area pasar mudah dijangkau.

Ruang sosial adalah ruang untuk berinteraksi sosial antara pengunjung, pedagang, dan pelaku lainnya. Display komoditas ini ditempatkan pada area tertentu agar dapat menarik pengunjung untuk menghidupkan zone komoditas lainnya. Sistem display terkait erat dengan sistem pelayanan dalam penjualan, karakteristik sistem pelayanan pada pasar tradisional adalah *self selection* atau pengunjung memilih sendiri barang yang akan dibeli dengan interaksi yang sangat dekat secara langsung dengan pedagang untuk tawar menawar. Hal inilah yang membedakan pasar tradisional dengan ruang pasar modern.

Pendekatan tema atau gaya pada penelitian ini memanfaatkan filosofi bentuk arsitektural Pasar Gedhe Hardjonagoro sisi barat dalam gubahan interiornya sehingga mampu memproyeksikan citra budaya Surakarta. Tujuan pengadopsian beberapa elemen arsitektur tersebut adalah untuk memperkuat dialog antara luar dan dalam bangunan, memproyeksikan *sense of place* Pasar Gede dan citra budaya masyarakat Surakarta yang plural dan dinamis.

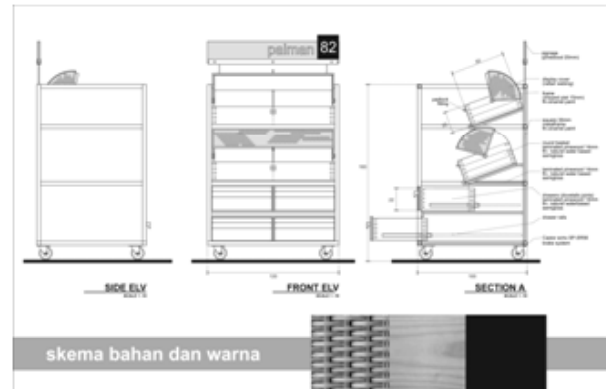


Gambar 3. Perspektif Area Penjuala

Pengadopsian bentuk *arc* (lengkung) yang menyatukan kolom diantara jalur sirkulasi, detail *cantilever*, *roster*, *walldaddo* pada kolom dengan penebalan lapisan *terazzo* membawa atmosfer luar kedalam interior. Secara psikologis warna light cream pada dinding akan memberikan kesan luas ruangan dan dapat menonjolkan produk buah. Pola lantai menggunakan teknik cor ditempat dengan bahan *terazzo* dengan motif batik kawung yang berfungsi sebagai *stopper* dan petunjuk area. Hal ini diaplikasikan dengan tujuan mempermudah pekerjaan pada pertemuan arah pasangan dari berbagai arah mengingat posisi existing bangunan pada sisi Timur dan Barat miring 16 derajat. Pertemuan sudut antara

90 derajat dan 16 derajat inilah yang akan menimbulkan masalah dari sisi teknis pemasangan.

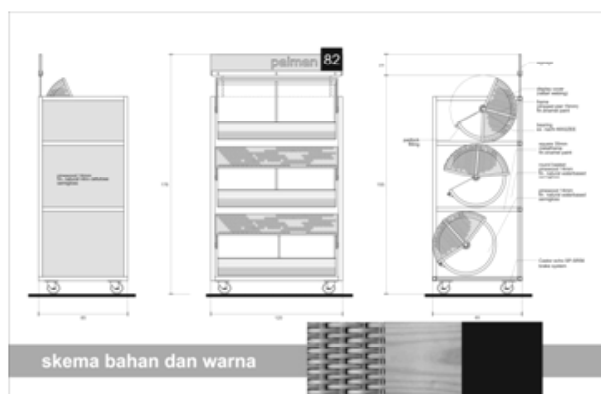
b. Desain Display Penjualan



Gambar 4. Display Penjualan
(Desain: Ahmad Fajar Ariyanto, 2016)

Sistem display mengacu pada desain display yang fungsional, efisien dan efektif. Secara fungsional dapat mendukung aktifitas perdagangan, mudah dalam perawatan, kuat, awet, aman dan bentuk display mencirikan lokalitas. Material display menggunakan perpaduan besi (rangka utama), kayu pinus (*case and table fixture*), dan anyaman rotan sebagai penutup *case fixture*nya. Dasar Pemikiran penggunaan material besi karena tingkat fleksibilitas dan kekerasan yang tinggi. Perpaduan beberapa jenis material ini bertujuan secara fungsional dan pencapaian tema.

Sistem display yang tepat adalah *Case Fixture*, yaitu rak terbuka sebagai wadah produk dan dianjurkan pada sistem ini dapat dirangkai dalam beberapa komposisi tertentu sesuai dengan luasan yang bervariasi. Besi sebagai rangka utama pembentuk display dengan finishing cat jenis enamel. Bahan kayu yang digunakan adalah kayu pinus dengan finishing natural water based. Pada *Case Fixture* dibuat membulat dengan tujuan mengurangi sudut yang dapat mengakibatkan kerusakan pada buah yang dijual. Sebagai penutupnya dipilih dari bahan rotan. Konstruksi sambungan kayu menggunakan dove tail agar terbebas dari penggunaan paku. Perpaduan beberapa jenis material pada display bertujuan agar komoditi dapat menjadi atraksi visual yang menarik sehingga tercipta pengalaman ruang yang menarik bagi pengunjung pasar.



Gambar 5. Display Penjualan
(Desain: Ahmad Fajar Ariyanto, 2016)

Simpulan

Revitalisasi Pasar Gedhe pada tahun pelaksanaan 2015 di sisi barat (pasar buah) sebagai implementasi dari RPJMD Kota Surakarta. Pasar Gedhe sisi barat saat ini tampil dengan komposisi ruang dan fungsi yang baru. Fungsi secara keseluruhan memfasilitasi para pedagang yang tersebar di bagian belakang Pasar Gedhe sisi timur untuk menempati area hasil rehabilitasi tersebut. Ruang dalam sebagai tempat aktivitas bertemunya pedagang dan pembeli tidak menjadi bagian dari program rehabilitasi. Desain interior tidak menjadi perhatian, khususnya tata *display* atau teknik pajang produk.

Program revitalisasi, rehabilitasi atau renovasi pasar tradisional bermaksud agar pasar tradisional mampu bersaing dengan pasar modern. Kriteria fungsional perancangan display adalah desain display secara fungsional dapat mendukung aktifitas perdagangan, mudah dalam perawatan, kuat, awet, aman dan bentuk display mencirikan lokalitas. Sistem display diarahkan pada rancangan dengan sistem terbuka sehingga mendukung suasana atraksi visual yang menarik dan interaksi sosiokultural bagi pelaku aktifitas di dalamnya. Strategi penataan display mutlak diperlukan agar konsumen memperoleh kesan bahwa barang yang tersedia selalu baru, baik dan menarik untuk dibeli oleh konsumen. Hal ini menjadi alat promosi dengan memberikan informasi pada orang-orang di sekitarnya.

Misi perancangan pasar tradisional secara umum adalah menyediakan ruang-ruang yang nyaman, aksesibel, dan mewadahi interaksi sosial untuk aktivitas ekonomi dan sosial. Kenyamanan pasar ditandai dengan terlihat bersih, tertata, barang tersedia selalu baru, lapang, tidak pengap dan sumpek,

serta terang. Aksesibilitas ditandai dengan mudah dijangkaunya kios-kios oleh pengunjung. Ruang sosial terlihat dengan adanya ruang untuk berinteraksi sosial antara pengunjung, pedagang, dan pelaku lainnya. Tolok ukur perancangan desain interior adalah mewujudkan gubahan ruang untuk manusia, untuk kepentingan tersebut dari sisi manusia sebagai pengguna desain. Desain interior bukan lagi sebuah karya yang hanya bisa dinikmati karena kemegahan atau keindahannya saja, tetapi yang lebih penting adalah mampu menjadi solusi bagi masalah-masalah lingkungan binaan secara utuh.

Catatan Akhir:

¹www.surakarta.go.id, diakses 23 Februari 2016 pukul 07.25 WIB

Kepustakaan

- Ahmad Natahamijaya, *Manajemen Penerangan Etalase dan Ruang Toko*, Bandung: Kamar Dagang dan Industri, 1975
- David Mund, *Shops: A Manual Planning and Design*, New York: F.W. Dogde Corporation, 1981
- Francis D.K. Ching, Corky Binggeli, *Desain Interior dengan Ilustrasi*, Jakarta: Indeks, 2011
- Franz Sates Mayer, *Handbooks of Ornament*, New York: Prentice Hall New Jersey, 1998
- H.B. Sutopo, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Dasar Teori dan Penerapannya dalam Penelitian* (Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2006
- Huberman, A. Michael dan Mathew B. Miles, *Analisis Data Kualitatif*, Jakarta: UI, 2003
- John F. Pile, *Interior Design*, New York: Prentice Hall, 1998
- Joseph de Chiara and Hancock Callender, *Time Saver Standard for Building Types*, New York: Mc.Graw Hill, 1980
- Julius Panero and Martin Zelnik, *Human Dimension and Interior System*, New York: Whitney Library of Design, 1980
- Palmer, Mickey, *The Architect's Guide to Facility Programming*, New York: The American Institute of Architects Washington, D.C. and Architectural Records Book, 1981
- Pamudji Suptandar, *Interior Design I & II*, Jakarta: Fakultas Teknik Universitas Trisakti, 1980

- Sunarmi, Ahmad Fajar Ariyanto, *Buku Ajar Matakuliah Desain Interior Public* , Surakarta: UNS Press, 2012, Edisi 1
- Widagdo, *Desain dan Kebudayaan* , Bandung: Penerbit ITB, 2005
- Website**
www.surakarta.go.id, diakses 23 Februari 2016 pukul 07.25 WIB
- Surat Kabar Solopos, edisi 20 Mei 2015.