

## Efektivitas Ruang pada Revitalisasi Pasar Tradisional dengan Fasilitas Modern di Bali dari Sudut Pandang Perilaku Pengguna

Nyoman Ratih Prabandari <sup>a,1\*</sup>, I Ketut Sugihantara <sup>b,2</sup>, Putu Aldi Wiranata <sup>c,3</sup>

a Universitas Warmadewa, Jalan Terompong Nomor 24, Denpasar, Bali 80239

b Universitas Warmadewa, Jalan Terompong Nomor 24, Denpasar, Bali 80239

c Universitas Warmadewa, Jalan Terompong Nomor 24, Denpasar, Bali 80239

1 [nyomanratih95@gmail.com](mailto:nyomanratih95@gmail.com) \*; 2 [sugihantaramsa@gmail.com](mailto:sugihantaramsa@gmail.com), 3 [aldiwiranata019@gmail.com](mailto:aldiwiranata019@gmail.com)

\*korespondensi penulis

Informasi artikel	ABSTRAK
Sejarah artikel: Diterima Revisi Dipublikasikan	Kajian ini membahas efektivitas ruang pasar tradisional dengan fasilitas modern (Pasar Modern-Tradisional) berdasarkan perilaku pengguna menggunakan metode <i>post-occupational evaluation</i> (POE). Kajian ini difokuskan pada lokus yang representatif, yaitu Pasar Tradisional Badung sebagai kasusnya. Hasilnya ditemukan dengan mengamati perilaku pengguna dan melakukan analisis konten terhadap beberapa foto situasi terkini di Pasar Modern-Tradisional Badung. Temuan ini didukung dengan mewawancarai 50 pengguna Pasar Modern-Tradisional Badung secara acak, yang diklasifikasikan menjadi 3 kategori – penjual, pembeli reguler (harian), dan pembeli sesekali – untuk mengetahui persepsi dan preferensi pengguna. Membandingkan data untuk menentukan prioritas kebutuhan, sehingga dapat disimpulkan kebutuhan dasar ruang. Ternyata kebijakan pemerintah terhadap pasar tradisional Badung sebagai objek wisata mempengaruhi efektivitas tata ruang di dalamnya. Perancang berusaha mengakomodasi turis/pembeli sesekali namun kurang memperhatikan esensi dari daya tarik pasar tradisional itu sendiri. Studi ini dapat memberikan ide-ide alternatif sebagai dasar untuk merancang pasar tradisional secara efektif.
<b>Kata kunci:</b> Efektivitas Ruang Pasar Tradisional-Modern Pengguna Studi Perilaku	
<b>Key word:</b> Behavior Studies Modern-Traditional Market Spatial Effectiveness Users	<b>ABSTRACT</b> <i>This study discusses the spatial effectiveness of traditional markets with modern facilities (Modern-Traditional market) based on the user's behavior using the post-occupational evaluation (POE) method. This study is focused on a representative locus, Badung Traditional Market as the case. The result is found by observing the behavior of users and doing content analysis of the several photos of current situations in the Badung Modern-Traditional Market. This finding is supported by interviewing 50 users of Badung Modern-Traditional Market randomly, which are classified into 3 categories—sellers, regular (daily) buyers, and occasional buyers—to find out perceptions and the preferences of users. Comparing data to determine the priority needs, so that we could conclude basic space requirements. It turns out the government policy of Badung Traditional market as a tourist attraction affects the spatial effectiveness inside. The designer tried to accommodate tourist / occasional buyers however paid less attention to the essence of the traditional market's appeal itself. This study may provide alternative ideas as a basis for designing the traditional market effectively.</i>

Copyright © 2024 Universitas Widya Mataram Yogyakarta. All Right Reserved

### Pendahuluan

Aspek perilaku pengguna penting untuk dipertimbangan dalam setiap proses tahapan perancangan fasilitas karena pertimbangan itu akan menjadi dasar dalam penentuan kebutuhan ruang yang sesuai dengan karakteristik penggunaanya (Sinaga, 2008). Pada fenomena dan trend saat ini, faktor estetika selalu menjadi “anak emas” dalam indikator penilaian, faktor fungsional atau kebutuhan ruang dari pengguna bukan menjadi prioritas dalam merancang suatu karya arsitektur. Ironisnya, pengguna merupakan sasaran utama yang melatarbelakangi dirancangnya suatu fasilitas atau bangunan. Tanpa pengguna dan aktivitas di dalamnya, bangunan hanya sebuah artefak, bukan arsitektur.

Menurut Laurens (2004) pernah menyebutkan bahwasanya imajinasi arsitek pada proses perancangan suatu bangunan mungkin akan menghasilkan akibat yang berbeda pada saat atau setelah proses penghunian dilakukan oleh pengguna. Arsitek selalu membuat perkiraan-perkiraan dalam proses perancangannya mengenai kebutuhan ruang, pola aktivitas, ataupun pergerakan pengguna yang akan

menempati fasilitas bangunan. Akan tetapi rancangan yang dianggap baik oleh perancang belum tentu dapat diterima oleh penggunanya. Hal ini kerap terjadi ketika arsitek berasumsi tanpa memperhatikan dan mengetahui betul makna sosial dibalik perilaku dan persepsi pengguna yang kerap luput dari penglihatannya (Gibson, 1966). Kasus-kasus karya arsitektur yang hanya menjadi artefak, absen sasaran pengguna, marak terjadi di beberapa tempat. Jika diperhatikan, pada kasus tersebut banyak ruang yang menjadi tidak efektif dari sisi penggunaannya, padahal sudah dibangun dengan sangat indah dan pembiayaan yang tidak sedikit. Seharusnya perilaku pengguna menjadi penting ketika pengkajian evaluasi pasca huni dilakukan kedepannya (Lukito, 2018).

Beberapa kasus yang berkaitan dengan isu efektivitas ruang dapat disandingkan dengan fenomena renovasi Pasar Rakyat Tradisional menjadi Pasar Rakyat Baru dengan fasilitas modern yang saat ini menjamur di Bali. Proyek Renovasi Pasar Rakyat ini merupakan wujud dari kebijakan pemerintah pusat dalam revitalisasi 5000 pasar rakyat yang berumur lebih dari 25 tahun di Indonesia (Pusat Kebijakan Perdagangan Dalam Negeri & Badan pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Perdagangan, 2015) Kebijakan ini sudah dijalankan sejak tahun 2019, dan ribuan pasar sudah dibenahi, salah satunya adalah Pasar Rakyat Badung di Bali. Revitalisasi Pasar Rakyat Badung yang dilakukan oleh pemerintah daerah setempat berhasil meraup atensi publik. Ketika peresmian, Pasar Rakyat Badung mendapat sambutan serta antusiasme yang positif dari masyarakat, khususnya dari segi kemewahan fasilitasnya dan arsitektur bangunan yang berbeda dari pasar rakyat pada umumnya. Kemewahan ini didukung dengan penggunaan fasilitas modern yang bertujuan untuk memberikan kenyamanan bagi penggunanya, seperti adanya eskalator, elevator, penggunaan material-material bangunan yang lebih mencerminkan kebersihan dan keindahan. Hal ini mendorong terjadinya peningkatan kunjungan masyarakat ke Pasar Rakyat Badung, dengan motif kunjungan untuk berbelanja, maupun hanya sekedar melihat-lihat dan menikmati suasana pasar rakyat yang baru dengan fasilitas modern di dalamnya (Lukito, 2018). Melihat antusiasme itu, pemerintah daerah lain berlomba-lomba merenovasi pasar rakyat setempat dalam skala besar sehingga menghasilkan bangunan pasar rakyat megah dan modern dengan harapan dapat menjadi alternatif destinasi wisata di masing-masing daerah (Protokol dan Komunikasi Pimpinan Sekretariat Daerah (Prokomsetda), 2020).

Upaya pemenuhan fungsi tambahan sebagai alternatif destinasi wisata, bangunan pasar rakyat dirancang dengan mengutamakan faktor estetika dan kemewahan fasilitas sebagai daya tariknya. Arsitek terlalu berfokus pada pemenuhan aktivitas wisata sebagai fungsi tambahan, hingga lupa akan keberadaan aktivitas utama dari pengguna lama di pasar rakyat tersebut. Ketika hasil rancangan Arsitek ditempati oleh pengguna, ternyata banyak ruang-ruang yang dirancang tidak terpakai (non-aktif), bahkan tidak sedikit bermunculan ruang baru secara informal di tempat yang tidak semestinya. Area parkir yang seharusnya menjadi ruang untuk memarkirkan kendaraan bagi pengunjung, kini berjejer lapak-lapak pedagang kecil di setiap sisi areanya. Pengunjung yang datang dibebaskan untuk memarkirkan kendaraannya di area lain sekitar lingkungan tersebut, kios-kios di lantai atas jarang dikunjungi, serta ruang yang sudah tertata rapi berubah oleh penggunaan ruang yang ternyata tidak sesuai dengan apa yang diprediksikan oleh arsitek. Hal ini menyebabkan muncul ruang-ruang aktivitas baru yang dibentuk oleh pola perilaku penggunanya sendiri (Lukito, 2018). Kondisi ini sangat menarik untuk ditinjau kembali agar diketahui sejauh mana interaksi yang terjadi antara ruang-ruang arsitektur (sebagai hasil desain) dengan perilaku pengguna di dalamnya, serta sejauh mana kebutuhan pengguna sudah terwadahi atau terfasilitasi secara efektif oleh rancangan arsitektur.

## Metode

Guna mencapai tujuan dari penelitian ini, tim penulis menggunakan metode studi kasus, yaitu objek pasar tradisional dengan fasilitas modern di Bali. Pemilihan objek studi kasus ini dilatar belakangi dengan adanya fenomena menjamurnya pasar-pasar tradisional yang direnovasi dan dilengkapi dengan fasilitas modern dan cenderung mewah menyerupai pasar modern. Untuk memperkecil lingkup penelitian, ditetapkan Pasar Badung sebagai objek studi kasus yang representatif. Diskusi ini berfokus pada pengguna pasar tradisional-modern, yang mengarah pada pembahasan karakteristik, perilaku, dan kebutuhan ruang mendasar bagi pengguna pasar tradisional. Pengumpulan data dilakukan dengan survei dan pengamatan ke lapangan (Pasar Badung) secara langsung, wawancara dengan sampel sejumlah 50 orang responden (60% pembeli, dan 40% pedagang) secara acak atau random sampling, serta *photography content analysis* atau analisis konten terhadap hasil dokumentasi foto yang dilakukan

ketika survei lapangan berlangsung. Hal ini untuk mendukung kegiatan pengamatan atau observasi behavior setting dari pengguna. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan melakukan evaluasi purna-huni (EPH) dan studi perilaku-lingkungan dalam bidang arsitektur. Penelitian ini diharapkan untuk menghasilkan kebutuhan ruang dasar dari pengguna Pasar Tradisional-Modern, serta kriteria konsep ruang yang dibutuhkan oleh pengguna berdasarkan hasil studi perilaku-lingkungan yang dilakukan di Pasar Badung, Denpasar sebagai objek studi kasus pada penelitian ini.



Gambar 1. Pasar Badung Denpasar, sebagai objek studi kasus Penelitian  
 Sumber : (a) <https://denpasartourism.com/>. (b) dokumentasi pribadi.

## Hasil dan pembahasan

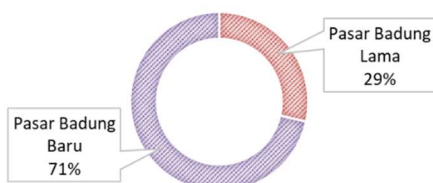
Evaluasi pasca huni pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui efektivitas ruang yang hadir di Pasar Tradisional yang dikemas dengan konsep modern. Kedua konsep kontradiksi ini memberikan pergolakan hasil yang cukup menarik, mengingat pengguna pasar sebagian besar merupakan masyarakat yang bersifat konvensional, pengunjung pasar harian yang rutin ke pasar untuk memenuhi kebutuhan (Rizal, 2013). Ruang-ruang dengan konsep modern pada Pasar Badung perlu diuji efektivitasnya dengan prinsip-prinsip keberhasilan ruang. Menurut (Raissa Vedayanti et al., 2015), ada lima prinsip yang mempengaruhi efektivitas atau keberhasilan suatu ruang, diantaranya: (1) Kemudahan Akses dengan minimum Jarak dan Perpindahan; (2) Kepuasan dan Kenyamanan Pengguna; (3) Penggunaan ruang yang sesuai fungsi; (4) *Workflow*, kemudahan beraktivitas; (5) Fleksibilitas ruang. Kelima prinsip ini menjadi dasar atau landasan peneliti dalam melakukan observasi di lapangan sekaligus melakukan Evaluasi Pasca Huni (EPH) terhadap studi kasus yang menjadi objek penelitian, yaitu Pasar Badung.

### 1. Efektivitas Ruang Berdasarkan Hasil Evaluasi Purna-Huni di Pasar Badung, Denpasar

Berdasarkan hasil evaluasi purna huni yang dilakukan dengan metode wawancara dan observasi di lokasi, maka diperoleh beberapa temuan menarik, bahwa secara garis besar, Pasar Badung yang baru mendapat respon positif dari pengguna, ini dibuktikan oleh diagram preferensi pengguna terkait fasilitas Pasar Badung baru dan lama, rata-rata 75% pengguna menyukai Pasar Badung yang baru karena dianggap nyaman dan mudah diakses.

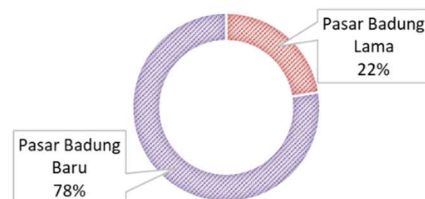
**PREFERENSI PENGGUNA PASAR BADUNG BERDASARKAN KEMUDAHAN BERAKTIVITAS**

■ Pasar Badung Lama ■ Pasar Badung Baru



**PREFERENSI PENGGUNA PASAR BADUNG BERDASARKAN KENYAMANAN BERAKTIVITAS**

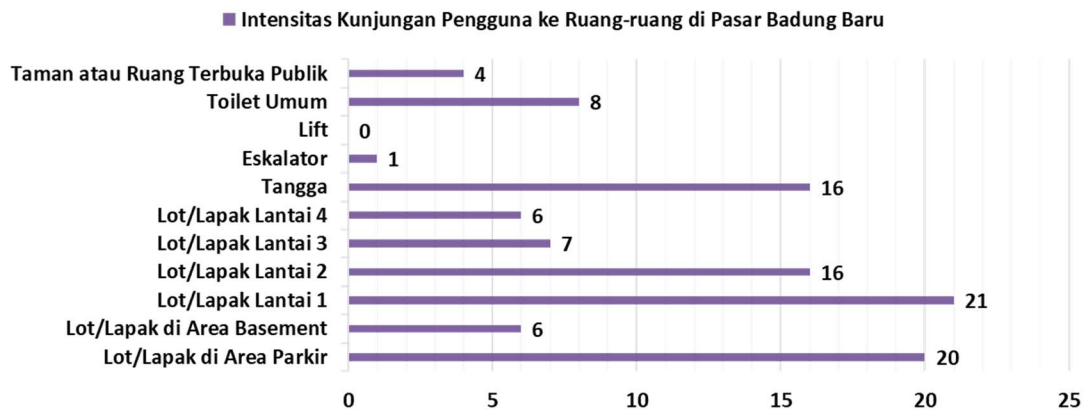
■ Pasar Badung Lama ■ Pasar Badung Baru



Gambar 2. Diagram Preferensi Pengguna Pasar Badung berdasarkan Kemudahan dan Kenyamanan beraktivitas

Akan tetapi, setelah dilakukan diamati lebih lanjut, ternyata banyak ruang yang ditawarkan tidak digunakan secara optimal. Hal ini dibuktikan dengan diagram distribusi intensitas kunjungan pengguna yang tidak merata antar ruang khususnya pada level yang berbeda.

## Intensitas Kunjungan Pengguna ke Ruang-ruang Pasar Badung Baru



Gambar 3. Diagram Intensitas Kunjungan Pengguna ke Ruang Pasar Badung Baru




Berdasarkan diagram pada Gambar 5, Lot/Lapak di Area Parkir, Bangunan Lantai 1, dan Bangunan Lantai 2 mendapat intensitas kunjungan dari pengguna yang paling tinggi. Sebagian besar pengguna mengakses ketiga area tersebut dengan menggunakan sirkulasi vertikal anak tangga. Meskipun telah disediakan eskalator dan elevator di dalam bangunan Pasar Badung, akan tetapi kedua instrumen tersebut tidak difungsikan sebagaimana yang diharapkan oleh perencana ataupun pengelola karena dinonaktifkan. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola Pasar Badung, pihaknya memang mengalami kendala dalam hal perawatan kedua sirkulasi vertikal tersebut karena memakan energi yang cukup banyak, sehingga membutuhkan biaya maintenance yang tinggi, dengan kondisi sasaran pengunjung yang sebagian besar merupakan masyarakat menengah ke bawah. Banyak pengguna Pasar Badung menyayangkan kondisi mubazirnya fasilitas tersebut, ditambah lagi bangunan memang dirancang dengan ketinggian 4 lantai. Hal ini menyebabkan beberapa pengunjung enggan untuk mampir ke area lantai 3 dan 4 (seperti data yang ditampilkan pada gambar 5). Dari 50 orang pengguna yang diwawancarai, hanya 6-7 orang saja yang mendatangi lantai 3 dan 4. Tentunya ini akan merugikan para pedagang yang berjualan di Lantai 3 dan 4, terlebih lagi kondisi penataan lot yang diatur sedemikian rupa oleh aturan Pasar Badung yang sudah disepakati sebelumnya oleh pengelola dan perancang. Itu berarti, perilaku spasial pengguna tidak sesuai dengan apa yang direncanakan oleh perancangannya. Ini mengindikasikan kebutuhan pengguna masih belum terpenuhi sehingga muncul kepadatan aktivitas pada titik-titik tertentu, menyebabkan ruang-ruang lainnya menjadi pasif dan berimplikasi pada kemubaziran ruang.

Pada dasarnya, manusia akan cenderung berusaha untuk memenuhi kebutuhan spasialnya, yang mana tercermin dalam perilaku-perilaku sebagai bentuk respon dari setting yang diterimanya (Laurens, 2004). Maka dari itu, diperlukan pemahaman lebih lanjut mengenai latar belakang serta karakteristik (kondisi sosial) pengguna pasar.

### 2. Karakteristik dan Kebutuhan Ruang Berdasarkan Studi Perilaku Pengguna

Ada baiknya mengetahui perilaku dan mengenal karakteristik pengguna terlebih dahulu supaya kebutuhan ruang esensial pengguna tepat sasaran (Sinaga, 2008). Berikut ini hasil Studi Perilaku Pengguna Pasar Badung berdasarkan hasil wawancara pengguna dan observasi perilaku (tabel 1).

Tabel 1. Tabel Hasil Wawancara dan Observasi Studi-Per

Studi Perilaku-Lingkungan		
Pedagang	Pengunjung Rutin	Pengunjung Musiman
		
<p>(K): Efisiensi workflow                      (OP): Mencari akses terdekat dari lapak                      (B): Kebutuhan sirkulasi aksesibel ke lapak</p>	<p>(K): Waktu luang terbatas dan pergerakan berdasarkan kebutuhan                      (OP): Fokus dan berjalan cepat; cenderung tidak turun dari kendaraan                      (B): Lot mudah diakses; penataan lot linier dengan sirkulasi kendaraan</p>	<p>(K): Waktu luang banyak                      (OP): Pergerakannya lambat, tenang, dan santai                      (B): Kebutuhan sirkulasi yang nyaman, aman, dan bersih</p>
		
<p>(K): Efisiensi workflow                      (OP): Drop off barang dagangan di dekat lapak                      (B): Area Parkir dekat lapak</p>	<p>(K): Menyukai kepraktisan dan cepat                      (OP): Parkir terdekat; cenderung smebarangan                      (B): kebutuhan parkir dengan Lot</p>	<p>(K): Memprioritaskan kenyamanan dan keamanan                      (OP): Memilih parkir yang proper dan aman; kunjungan kolektif                      (B): kebutuhan parkir yang aman, teduh, terorganisir.</p>
		
<p>(K): Motif Ekonomi dan Modal Social Bonding antar pedagang                      (OP): Maksimal display produk; Berinteraksi dan membangun relasi antarpedagang</p>	<p>(K): Kehadiran rutin dan suka praktis                      (OP): Memiliki langganan; memindai lot dengan cepat                      (B): Penataan lot yang mudah terlihat; penataan lot terkapar (sprawl); toleransi ketinggian bangunan 2 lantai</p>	<p>(K): Tujuan rekreasi                      (OP): window shopping &amp; hangout, cenderung membandingkan harga dengan pedagang lain                      (B): Kebutuhan lot yang terorganisir dan mudah terlihat; kebutuhan keindahan visual;</p>

(B): Kebutuhan bentuk lapak sesuai dagangan; lapak terbuka dan mudah terlihat; penataan lot tetap dan sesuai kelompok

kebutuhan lot sesuai kelompoknya.

Berdasarkan hasil studi perilaku-lingkungan yang dilakukan, ditemukan tiga kebutuhan ruang di Pasar Badung yang menjadi prioritas serta perlu ditinjau kembali pengaturannya karena kerap menjadi problematika di lapangan. Ketiga ruang tersebut diantaranya adalah sirkulasi, area parkir, serta lapak/lot pedagang Pasar.

### 3. Kebutuhan dan Kriteria Konsep Pasar Tradisional Berdasarkan Kebutuhan Pengguna

#### Kebutuhan dan Kriteria Konsep Sirkulasi Pengguna Pasar Badung

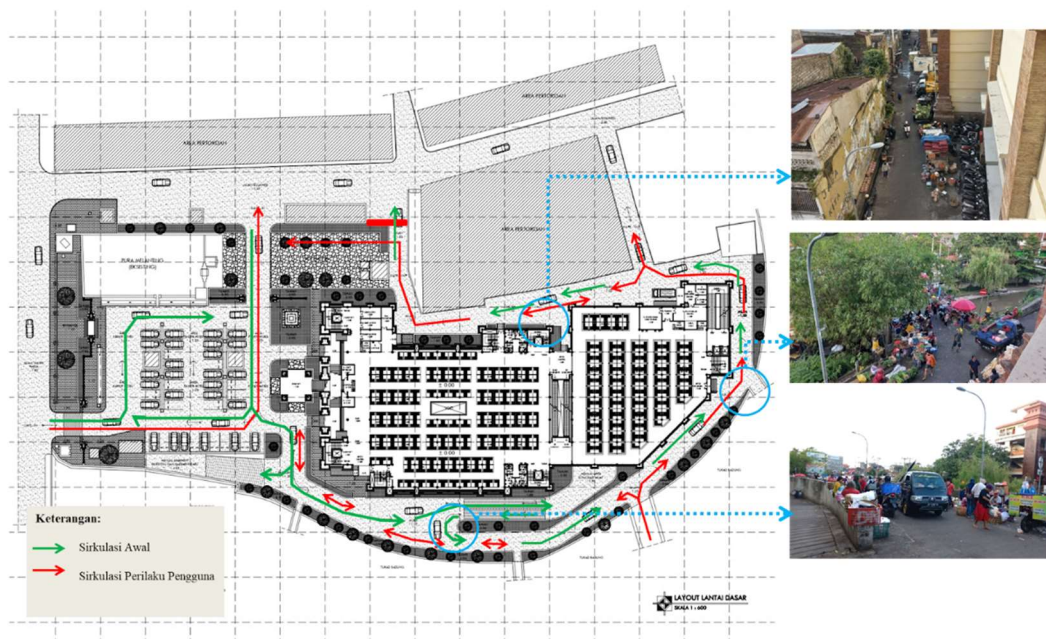
Berdasarkan hasil observasi perilaku, kondisi sirkulasi pengguna Pasar Badung tidak sesuai dengan apa yang direncanakan oleh perancangannya sedari awal. Hal ini dibuktikan dari hasil analisis studi perilaku-lingkungan berikut.

#### 1. Sirkulasi Luar Bangunan

Setting sirkulasi dibuat satu arah, supaya teratur. Akan tetapi kenyataannya kendaraan yang bersirkulasi tidak sesuai dengan aturan main yang disetting oleh Arsitek. Disamping itu, sirkulasi luar bangunan secara fisik yang dibuat lebih lebar dengan harapan mendukung kelancaran sirkulasi supaya tidak ada kemacetan atau hambatan dalam beraktivitas. Tetapi kondisi di lapangan, konsep sirkulasi ini justru berdampak terbentuknya sirkulasi dua arah bagi pengendara motor, serta peluang munculnya aktivitas baru (motif ekonomi) bagi pedagang.

#### 2. Sirkulasi Dalam Bangunan

Banyaknya sirkulasi vertikal yang tersedia di dalam bangunan tidak digunakan secara optimal. Beberapa diantaranya banyak yang bersifat pasif, bahkan non-aktif. Ini berimplikasi pada munculnya ruang-ruang pasif di lantai 3 dan 4 karena sulit diakses. Mengingat elevator dan eskalator cenderung tidak aktif, akibat tingginya biaya perawatan fasilitasnya.



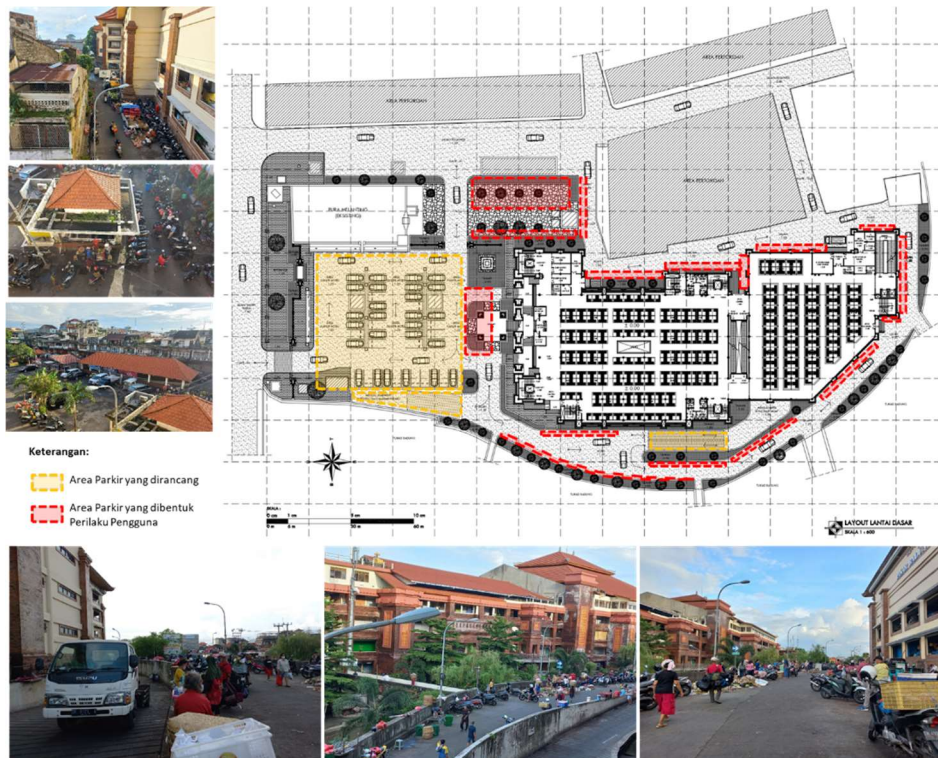
Gambar 4. Diagram Hasil Observasi Setting Sirkulasi berdasarkan Perilaku Pasar Badung Baru

Berdasarkan hasil pengamatan itu, beberapa kebutuhan konsep sirkulasi pengguna di Pasar Badung adalah sebagai berikut.

- Sirkulasi yang dapat mengakomodasi pergerakan pengguna yang cenderung fleksibel.
- Akses dibuat *permeable*, supaya mendukung dari fungsi ruang publik itu sendiri.
- Kebutuhan sirkulasi ruang yang aman (terbuka dan pencahayaan baik pada sirkulasi )
- Fasilitas pasar ketinggian lebih dari 2 lantai membutuhkan elevator/eskalator untuk mempermudah akses.

### Kebutuhan dan Kriteria Konsep Parkir Pengguna Pasar Badung

Berdasarkan hasil observasi perilaku, kondisi area parkir pengguna Pasar Badung tidak sesuai dengan apa yang direncanakan oleh perancang sedari awal. Hal ini dibuktikan dari hasil analisis studi perilaku-lingkungan, yang mana ditemukan ruang parkir yang disediakan masih belum dimanfaatkan secara optimal. Kondisi setting parkir yang dirancang bersifat memusat di beberapa titik lokasi dan memiliki daya kapasitas lebih besar. Setting yang diciptakan oleh perancang dianggap belum memenuhi kebutuhan, karena kurang praktis. Ini didukung dengan munculnya perilaku pengunjung yang cenderung memarkirkan kendaraannya dekat dengan lokasi lapak bahkan secara sembarangan, yang mana bukannya memusat, parkir pengguna pasar mengitari bangunan, karena aksesnya dari segala arah.



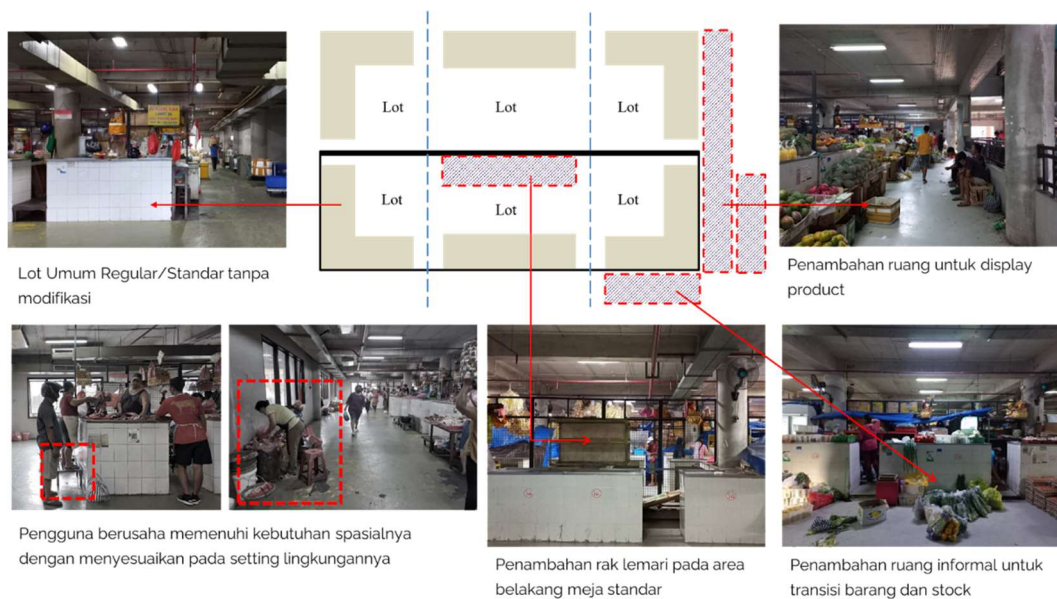
Gambar 5. Diagram Hasil Observasi Setting area parkir berdasarkan perilaku pengguna Pasar Badung

Berdasarkan hasil pengamatan itu, beberapa kebutuhan konsep parkir dan *drop off* pengguna di Pasar Badung adalah berdekatan dengan *entrance* fasilitas dan *entrance* bangunannya, serta memperkecil jarak dan perpindahan yang mungkin bisa dilakukan oleh pengguna pasar.

### Kebutuhan dan Kriteria Konsep Lot/Lapak Pedagang Pasar Badung

Berdasarkan hasil observasi perilaku, lot yang dirancang oleh perencana masih belum memenuhi kebutuhan dari sasaran pedagang di Pasar Badung. Hal ini didukung dengan adanya standarisasi lapak pedagang, yang menyebabkan ruang display produk pedagang masih kurang fleksibel (tidak sesuai) dengan kebutuhannya.

- a. Ketinggian lapak kurang ergonomis
- b. Dimensi/Luasan display produk kurang
- c. Muncul ruang-ruang informal baru, bisa jadi mengganggu akses dan sirkulasi pengguna pasar.



Gambar 6. Diagram Hasil Observasi Setting Lot/Lapak Pedagang Berdasarkan Perilaku Pengguna di Pasar Badung

Hal-hal yang dapat menjadi pertimbangan arsitek atau perancang dalam merancang lot atau lapak pedagang adalah sebagai berikut.

- a. Desain lot menyesuaikan dengan jenis barang dagangan
- b. Standar ketinggian maksimal untuk lapak daging adalah 80-90 cm
- c. Berdasarkan hasil observasi, kebutuhan lot rata-rata dilakukan penambahan minimal 150%.
- d. Setting ruang lot yang lebih fleksibel, bisa jadi dengan menggunakan sistem modular yang bersifat semi/non-permanent tetapi penempatannya tetap.

Pada dasarnya, lapak dan lot merupakan *behavior setting* utama dan esensial bagi pasar tradisional, khususnya Pasar Badung. Lapak pedagang menjadi wadah aktivitas jual beli, transaksi, dan interaksi sosial antara pedagang dan pengunjung/pembeli. Lapak di Pasar Badung dibuat dalam bentuk standar-standar minimal. Kondisi standar ini dibuat oleh perancang untuk memudahkan pengguna menyesuaikan dengan kebutuhannya, sehingga dapat menghemat biaya pembangunan, dan operasionalnya. Ruang ini kurang efektif karena tidak bersifat fleksibel, melainkan pengguna yang harus adaptif dengan kondisi settingnya. Karakteristik motif ekonomi yang menuntut pedagang untuk berusaha memaksimalkan penggunaan ruang yang ada. Hal ini memberikan risiko yang cukup tinggi dari sisi keamanan, evakuasi kedaruratan, teritorial, estetika, bahkan kesehatan pengguna akibat kondisi barang yang banyak.

## Simpulan

Berdasarkan pembahasan yang dilakukan, ada beberapa poin yang dapat menjadi catatan penting, diantaranya: (1) Dalam melakukan EPH terhadap efektivitas ruang pada bangunan publik, studi preferensi dan kepuasan saja masih belum cukup, perlu dilakukan observasi studi perilaku-lingkungan lebih lanjut; (2) Berdasarkan hasil observasi studi Perilaku-Lingkungan, beberapa perilaku spasial pengguna Pasar Badung yang muncul tidak sesuai dengan apa yang direncanakan Perancangnya; (3) Untuk itu, perencana/perancang sebaiknya mempertimbangkan karakteristik dan memperhatikan perilaku pengguna dalam proses perancangan fasilitas publik, khususnya pasar tradisional. Kajian ini memiliki keterbatasan dalam pembahasannya: (1) Lingkup berfokus pada elemen pengguna dan perancang/arsitek; (2) Belum mempertimbangkan faktor yang lebih makro seperti elemen kuasa,

aturan atau faktor kebijakan yang tentunya dapat membatasi persepsi dan imajinasi arsitek dalam proses perancangan bangunan.

Oleh sebab itu, perlu dilakukan studi lebih lanjut demi menghasilkan kriteria dan kebutuhan ruang yang lebih akurat.

### Ucapan terima kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada: (1) Warmadewa Research Center (WaRC) yang berada dibawah naungan Yayasan Kesejahteraan KORPRI Propinsi Bali karena telah memfasilitasi selama kegiatan riset ini berlangsung, baik itu sebagai wahana belajar maupun sebagai mentor atau rekan diskusi; (2) Perumda Pasar Swakadarm, yang telah berkenan memberikan informasi secara terbuka dan mendalam terkait objek studi kasus dalam penelitian ini yaitu Pasar Badung, Denpasar; (3) PT Gaharu Sempana, yang telah berkenan mendukung penelitian ini dengan memberikan informasi, khususnya terkait kondisi fisik dan penataan ruang pada pasar Badung, sebagai objek studi kasus dalam penelitian ini; (4) Seluruh narasumber, pengguna Pasar Badung, yang telah meluangkan waktunya untuk diwawancarai serta memberikan informasi secara jujur kepada Peneliti terkait evaluasi bangunan dan persepsi yang dirasakan selama berkegiatan di Pasar Badung. Harapannya peneliti bisa membantu dalam memajukan atau mengembangkan ilmu pengetahuan, serta membantu menghubungkan aspek akademik dengan kondisi di lapangan sehingga dapat berkontribusi langsung dalam proses penyelesaian permasalahan yang terjadi di lapangan.

### Referensi

- Gibson, J. (1966). *The Senses Considered as a Perceptual System*. Houghton Mifflin.
- Laurens, J. M. (2004). *Arsitektur & Perilaku Manusia* (Pertama). PT Grasindo.
- Lennon, Mick and Moore, Dave. 2018. *Planning, 'politics' and the production of space: the formulation and application of a framework for examining the micropolitics of community place-making*. *Journal of Environmental Policy and Planning*. To link to this article: <https://doi.org/10.1080/1523908X.2018.1508336>.
- Lukito, Y. N. (2018). *Revitalisasi Ruang Pasar Tradisional melalui Pendekatan Desain dan Interaksi Pengguna Ruang* (Pertama). Deepublish.
- Protokol dan Komunikasi Pimpinan Sekretariat Daerah (Prokomsetda). (2020). Pasar Banyuasri Dirancang Jadi Tourism Market. *Bagian Protokol Dan Komunikasi*, 12–30.
- Pusat Kebijakan Perdagangan Dalam Negeri & Badan pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Perdagangan. (2015). *Analisis Arah Pengembangan Pasar Rakyat*.
- Raissa Vedayanti, Noviani Suryasari, & Abraham Mohammad Ridjal. (2015). Efisiensi dan Efektivitas Tata Ruang Area Pahat pada Perancangan Pusat Pelatihan Seni Ukir di Jepara. *Jurnal Mahasiswa Departemen Arsitektur*, 3, 3–4.
- Rizal, J. J. (2013). *Menguak pasar tradisional Indonesia* (Pertama). Direktorat Internalisasi Nilai dan Diplomasi Budaya.
- Sinaga, P. (2008). Studi tentang Menuju Pasar yang Berorientasi pada Perilaku Konsumen. *SMECDA*.
- Zimring, Craig. 1987. *Evaluation of Designed Environment*. dalam Bechtel, Robert et al. (Ed). *Methods in Environmental and Behavioral Research*. New York: Van Nostrand Reinhold Inc.