

BAB II KAJIAN TEORI

2.1 Kajian Pasar Traditonal

2.1.1 Pengertian Pasar Traditional

Pasar traditional merupakan suatu tempat yang kegiatan jual-belinya dilakukan secara langsung dalam bentuk yang nyata dan tetap dalam kurung tingkat pelayanan yang terbatas. Pasar traditional juga bisa disebut sebagai lingkungan usaha berupa toko, lapak, atau tenda yang dimiliki oleh para pedagang kecil sampai menengah dimana cara transaksi yang terjadi didalamnya menggunakan sistem pembayaran secara barter.

Pasar traditional juga merupakan pasar yang tumbuh dan hidup di dalam kehidupan bermasyarakat dengan pedagang yang sebagian besar adalah orang pribumi (Feriyanto, 2006). Pasar traditional muncul dikarenakan kebutuhan masyarakat umum akan tempat untuk memperjual belikan hasil bumi mereka ataupun barang-barang tertentu yang ingin mereka tukar dengan sesuatu untuk kebutuhan hidup mereka sehari-hari. Ada beberapa pengaplikasian mengenai pemahaman pasar traditional, secara spesifik :

a. Menurut Famina (1989)

Usaha bidang traditional lebih dipusatkan pada kapasitas dan keberadaan pasar yang secara berurutan. Pergerakan pasar merupakan suatu tindakan yang paling berpengalaman, dimulai dengan pasar yang melakukan transaksi dengan uang tunai sebagai alat pembayaran. Jika didalam pasar traditional harga barang menjadi murah, unsur pertukaran barang dalam mencari sebuah untung menjadi tidak terlihat. Maka pada saat itu pasar akan melakukan transaksi barter sebagai suatu perekonomian,

b. Menurut Kasdi (1995)

Pasar dengan pengaturan pembelian produk melalui sebuah kesepakatan bersama antara pihak penjual dan pembeli. Berbeda dengan pasar yang modern dan masa kini sistem pembelian harus dilakukan dengan harga yang sudah ditentukan oleh pihak pembeli.

Pasar tersebut mempunyai fungsi yang positif bagi peningkatan ekonomi daerahnya yaitu :

- a. Tempat untuk meningkatkan ekonomi rakyat.
- b. Sumber pendapatan bagi daerah

- c. Tempat untuk melakukan transaksi barang
- d. Sebagai tempat perputaran uang bagi suatu daerah
- e. Sebagai penyedia lapangan pekerjaan

Pasar traditional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta terdapat aktivitas transaksi jual beli secara langsung dan umumnya terjadi proses tawar menawar. Pasar traditional memiliki bangunan berupa lapak, kios-kios atau gerai serta dasar yang terbuka oleh para penjual maupun dari pihak pengelola pasar. Sebagian besar pasar traditional menjual berbagai macam barang kebutuhan sehari-hari. Pasar traditional masih dapat ditemukan di daerah-daerah yang ada di Indonesia. Pasar traditional memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

1. Pasar traditional itu sendiri dibangun oleh pemerintah dan juga dikelola oleh pemerintah
2. Terdapat sistem tawar menawar antara pihak penjual dan pembeli
3. Tawar menawar merupakan budaya yang ada di dalam pasar, hal ini karena dengan tawar menawar membentuk hubungan kedekatan social antara pembeli dan penjual.
4. Terdapat tempat usaha yang bergaam dan bersatu dalam suatu lokasi yang sama.
5. Meskipun tempat berjual dari para pedagang berada di tempat yang sama, namun setiap lapak menjual barang yang berbeda-beda. Selain itu juga terdapat pengelompokan dagang yang sesuai dengan jenis dagangannya.
6. Sebagian besar barang yang ditawarkan masih berbahan lokal.
7. Barang dagangan yang dijual di pasar traditional merupakan hasil bumi yang sebagian besar berasal dari tempat tersebut.

Keunggulan dari pasar tradisional yaitu :

- a. Segi Aktivitas Ekonomi, : Ada transaksi yang terjadi secara langsung antara penjual dan pembeli.
- b. Segi Interaksi Sosial, : Ada proses interaksi yang mempengaruhi kepuasan dan keputusan,
- c. Segi Lokasi : Berdekatan dengan permukiman penduduk,

2.1.2 Teori Objek Perancangan

1. Sejarah Pasar Tradisional

Pasar Tradisional di Indonesia sejak jaman pra sejarah dengan istilah *barter* sebagai system transaksi utamanya. Sistem barter merupakan istilah untuk menukarkan barang antar dua orang dengan tujuan mendapatkan barang yang dibutuhkan atas suka rela dari kedua belah pihak.

Pasar tradisional di Indonesia sudah mengenal system barter sejak zaman kerajaan Kutai-Kartanegara yang kemudian berkembang menjadi sistem tawar menawar. Selain memiliki fungsi tempat berdagang, pasar juga memiliki fungsi sebagai tempat pertemuan, bersosialisasi, dan tempat untuk menyebarkan informasi agama dan politik (Chandra, 2012).

Seiring dengan perkembangan zaman maka dibuatlah uang sebagai alat tukar paten yang dipakai pada setiap kegiatan jual beli hingga saat ini.

2. Prinsip, Fungsi dan Jenis Ruang Pasar Tradisional

a. Prinsip yang akan diterapkan dalam perancangan ulang berdasarkan isu permasalahan yang ada di dalam pasar matawai :

1. Bersifat Kedaerahan (*cultural*). Perkembangan zaman perlahan memudahkan adat istiadat dan tradisi yang ada pada masyarakat. Hal ini juga berlaku pada pertumbuhan pasar yang ada di Indonesia. Dalam perancangan kali ini, nilai lokalitas daerah akan diterapkan dalam perancangan pasar matawai melalui penerapan fasad-fasad yang mengandung nilai simbolik serta penggunaan atap khas *sumba* dalam perancangan

2. Penerapan sistem Lantatur (*Inovasi*). Lantatur atau yang lebih dikenal dengan istilah *Drive Thru*. Akan diterapkan pada perancangan ulang pasar matawai agar dapat memangkas waktu perbelanjaan dengan lebih cepat serta menghindari kerumunan ketika berbelanja. *Drive thru* ini akan melewati lapak-lapak penjual khususnya penjual kebutuhan pokok yang menyediakan fasilitas *Foodbox* dengan harga yang sudah ditentukan yang berisi kebutuhan pokok yang dibutuhkan.

3. Penempatan Blok-Blok sesuai dengan jenis dagang (*Zoning*). Penempatan blok blok pedagang sangat mempengaruhi kenyamanan pembeli dalam mengunjungi pasar. Penempatan blok pedagang yang tidak sesuai dengan jenis dagangannya tentunya akan membuat kerumitan ketika orang datang dalam berbelanja. Dalam perancangan

ulang pasar matawai ini, para pedagang akan di klasifikasikan berdasarkan jenis dagangannya dan diteapkan dalam blok yang sama untuk memudahkan pembeli dalam berbelanja ketika mengunjungi pasar.

4. Desain yang beradaptasi dan berorientasi ke depan (*Adaptasi*). Desain dari perancangan ulang pasar matawai ini akan lebih adaptid dengan kondisi sekarang dan yang akan datang, desain pasar akan lebih fokus dalam pemanfaatan energi alami dan material alami. Energi alami seperti cahaya dan angin akan dimaksimalkan dengan baik agar mampu mengurangi penggunaan cahaya buatan dan AC pada area tertentu yang bisa diminimalisir.

b. Fungsi ruang

Dalam perancangan pasar traditional terdapat standart dalam merancang pasar. Jika suatu pasar tidak memenuhi kriteria dari sandar tersebut maka diperlukan perancangan ulang untuk memenuhi standar tersebut.

Parameter	Tujuan	Kriteria	Parameter	Tujuan	Kriteria
Tipe dan luas unit kios	Menentukan tipe dan dimensi kios yang ekonomis dan efisien	Kios-kios yang disediakan harus mempunyai tipe dan dimensi yang sesuai dengan karakter komoditas jualan	Penghewasan	Menciptakan ruang-ruang pasar yang segar dan tidak pengap	Area public dan sirkulasi harus dirancang dengan memaksimalkan sirkulasi udara dalam ruang
Eficienitas pemanfaatan ruang	Memperhatikan proporsi luas ruang yang bisa dijual (sefalor area)	Luas sefalor area sefarannya mencapai 60% dari luas bangunan sefarannya Jalur sirkulasi sefarannya menggunakan sistem double loaded (medayan) dua sisi unit jualan	Pencahayaian	Menciptakan ruang-ruang pasar yang terang dan tidak terkesan gelap	Penghewasan di dalam unit jualan bisa menggunakan sirkulasi udara buatan (kipas angin/AC)
Letak jalur sirkulasi	Menentukan letak jalur sirkulasi yang efisien namun tetap nyaman	Letak jalur sirkulasi minimal bisa dilewati dua orang dan maksimal 30% dari jumlah lebar unit jualan yang dipajang	Fasilitas umum	Menyediakan fasilitas umum yang mendukung fungsi pasar	Area public dan sirkulasi harus dirancang dengan mengoptimalkan pencahayaan alami
Zoning	Menata zona komoditas untuk mengatur alur pengunjung guna meningkatkan aksesibilitas ke semua unit jualan	Zona komoditas ini yang paling dicari pengunjung disediakan di tempat paling sulit dijangkau dan terpanas sebagai magnet yang menarik pengunjung untuk mengunjungi zona komoditas lainnya			Pencahayaan di dalam unit jualan bisa menggunakan lampu terutama untuk memerangi komoditas yang dijual
	Mengefisienkan penyediaan utilitas terutama jaringan air bersih dan kotor	Unit-unit jualan yang membutuhkan utilitas air bersih dan kotor harus disediakan berdekatan			Fasilitas umum minimal yang harus disediakan adalah KM/WC, Mushola, Kantor Pengelola dan Ruang Serbaguna
	Memudahkan pengunjung untuk menemukan area berdasarkan komoditas	Zona komoditas tertentu harus diberi penanda tertentu agar memudahkan diidentifikasi pengunjung			Fasilitas umum lain dapat ditambahkan sesuai karakter pasar setempat
Aksesibilitas dan sistem sirkulasi	Menjamin semua unit pasar dapat dijangkau oleh pengunjung	Pintu masuk dan hirarki sirkulasi harus dirancang agar semua area pasar mudah dijangkau	Utilitas air bersih	Menyediakan sarana air bersih yang memadai untuk pedagang komoditas basah	Zona zona komoditas basah harus disediakan berdekatan untuk efisiensi utilitas air bersih
		Zona komoditas ini ditempatkan pada area tertentu agar dapat menarik pengunjung untuk komoditas lainnya	Utilitas air kotor	Menciptakan ruang-ruang pasar yang bersih dan tidak becek	Outlet air bersih harus disediakan di tiap unit daging/ikan, sedangkan untuk komoditas sayur dan buah satu outlet air bersih
	Memudahkan pengunjung untuk mengakses lantai-lantai atas pasar	Unit-unit jualan harus menyediakan aksesibilitas visual yang memadai dari pengunjung			Saluran pembuangan air kotor harus disediakan pada zona komoditas basah
	Memudahkan orientasi pengunjung di dalam pasar	Lantai-lantai bisa dirancang dengan sistem split level untuk meminimalkan aksesibilitas vertikal (Escalator dapat disediakan untuk pasar 4 lantai atau lebih) Jalur sirkulasi harus dirancang secara hierarkis Simbol-simbol sirkulasi harus disediakan pada jalur sirkulasi yang panjang	Persampahan	Menciptakan pasar yang bersih dari sampah	Fasilitas Risk pada zona basah harus dirancang untuk meminimalkan gangguan air kotor Tempat penampungan sampah harus disediakan dan ditempatkan terisolasi dari aktivitas publik

Table 1 2.1.1 Standar Fungsional Pasar Tradisional (Sumber : Dr.Agus S.Ekomadyo,MT dan Ir. Sutan Hidayatsyah,MSP.)

c. Jenis ruang

Tempat berjualan adalah suatu tempat yang terdapat di dalam kawasan pasar yang dipergunakan oleh para pedagang sebagai sarana atau fasilitas untuk menempatkan barang dan jasa yang ditawarkan. Menurut Nurjannah (2015), beberapa jenis dan fungsi ruang yang ada dalam pasar, sebagai berikut:

5. Kios dan los dibagi menjadi dua bagian yaitu Kering dan Basah

6. Kantor pasar berfungsi sebagai ruangan bagi para pegawai pengelola pasar untuk menampung atau mendukung kinerja pengelolaan pasar

7. Fasilitas umum, bertujuan untuk mendukung kinerja pedagang, pembeli di dalam pasar, penyediaan fasilitas pendukung antara lain area parker, pos satpam, area *loading dock*, dan gudang.

2.1.3 Klasifikasi Pasar Tradisional

Terdapat dua klasifikasi pasar yang diketahui yaitu :

1. Pasar Umum

Terdapat kriteria untuk menilai termasuk kelas berapa sebuah pasar di dalamnya, yaitu :

a. 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.

b. 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.

c. 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.

d. Kelas IV

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

e. Kelas V

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

2.2 Komponen Pasar

2.2.1 Pelaku Kegiatan

a. Pedagang

Pedagang merupakan pihak yang melakukan kegiatan berupa menjual ataupun membeli barang dan jasa. Pedagang berperan untuk melayani pembeli yang datang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka. Pedagang terbagi menjadi 2 yaitu Formal dan Informal. Pedagang formal merupakan pedagang yang memiliki tempat berupa toko/kios untuk menjualkan barang yang mereka jual sehingga lebih tertata.

Pedagang sektor informal atau yang lebih dikenal sebagai pedagang kaki-lima, pada kenyataannya mempunyai peranan potensial terhadap ekonomi kota, dengan memberikan pelayanan yang efektif pada unit-unit kecil. Walaupun kehadiran sektor informal mampu meramaikan pasar, tetapi sering dianggap mengganggu karena menimbulkan masalah ketertiban, keamanan dan kebersihan.

b. Pembeli

Pembeli atau konsumen pasar adalah golongan yang datang dengan tujuan untuk memenuhi apa yang menjadi kebutuhannya dengan harga yang dapat dijangkau dan dengan pelayanan langsung. Konsumen pasar ini datang dari berbagai tempat dan status dan berperan sebagai yang dilayani. Pembeli yang datang tanpa melakukan kegiatan membeli atau jasa disebut sebagai pengunjung.

c. Penunjang

Komponen Penunjang yang terdapat di pasar terdiri dari beberapa pihak, yaitu :

- a. Pihak Pengelola. Pihak pengelola adalah pihak yang memfasilitasi wadah dan memberi kesempatan kepada pedagang untuk mengisi sarana dengan menyewa kepada pedagang mengatur dan mengurus kelangsungan dari wadah tersebut.
- b. Pihak pemerintah. adalah pihak yang wajib memelihara kestabilan ekonomi ditempat pasar itu berada di antaranya dengan menguasai perpasaran dengan cara ikut mengelola dan menarik pajak pasar, menetapkan penggolongan pasar-pasar di wilayahnya.
- c. Bank. Peranan bank dilihat dari segi pembiayaan pembangunan dan permodalan bagi para pedagang untuk menjalankan usahanya

- d. Swasta. adalah pihak yang membiayai pembangunan pasar dan memiliki kepentingan tertentu di dalamnya
- e. Produsen. Produsen merupakan pihak berperan dalam pengadaan barang, menjamin mutu dan kualitas barang yang akan diperdagangkan dalam pasar.
- f. Buruh Pasar. Buruh pasar menyediakan jasa tenaga dalam angkut muat barang dan memegang peranan penting dalam proses pengumpulan dan pendistribusian barang

2.2.2 Objek Kegiatan

No	Kriteria	Jenis Barang Komoditi
1	Jenis komoditi	a. Bahan pangan: hasil pertanian,kebun, peternakan, dan perikanan b. Bahan mentah ataupun yang sudah driproses c. Bahan sandang d. Barang kelontong dan peralatan rumah tangga e. Barang-barang Standar Barang-barang khusus atau mewah
2	Sifat Komiditi	• Tingkat kebauan: a. <i>Bau</i>, sangat menusuk,misal: ikan. b. <i>Tidak terlalu bau</i>, mempunyai bau tapi tidak menusuk hidung, misal: sayur-sayuran. c. <i>Tidak bau</i>, misal: pakaian, mainan, alat-alat rumah tangga. • Tingkat keawetan a. Awet, tidak akan membusuk, misal: pakaian b. Tidak terlalu awet, mempunyai waktu keawetan tertentu, misal: sayuran, buah, bungan, makanan kemasan. c. Tidak awet, misal: ikan segar, daging. • Tingkat kekeringan a. Kering, misal: pakaian. b. Sedikit basah, misal : sayuran, buah, bunga. c. Basah: ikan segar, daging.
3	Tingkat kepentingan	Barang kebutuhan sehari-hari Barang keperluan berkala Barang kebutuhan khusus
4	Waktu penggunaan	Barang yang dapat lama digunakan Barang yang dapat habis digunakan
5	Maksud penggunaan	Barang-barang industri Barang-barang penunjang hasil produksi Barang-barang konsumen

6	Cara pengangkutan	Barang pecah belah Barang bukan pecah belah
7	Cara penyajian	Penyajian sederhana, misal: sayur, ikan, bumbu Penyajian sedang, misal: beras, dan semua yang diproses Penyajian baik, misal: alat-alat rumah tangga Penyajian khusus, misal: perhiasan, pakaian, arloji, kacamata.

Table 2.2.2 Sumber : Ananta Heri,S.E.M.M. dkk, Menahan Serbuan Pasar Modern : 94-96

2.2.3 Kegiatan Terjadi

a. Jenis Kegiatan Pasar

Unsur-unsur kegiatan yang menunjang pelayanan jual beli yang ada di dalam pasar adalah:

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

b. 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).

Berikut Aktivitas dan fasilitas yang terdapat di dalam Pasar Matawai

Jenis Aktivitas	Fasilitas	Jenis Pengguna
a. Menyiapkan barang yang akan dijual-belian b. Melakukan sebuah Transaksi jual-beli	Ruko,kios,los	Pedagang
a. Menggunakan fasilitas umum pasar	Parkir, toilet, ATM center	
a. Melakukan tawar-menawar b. Transaksi jual beli	Ruko,kios,los	Pembeli
a. Menyimpan Kendaraan b. BAB/BAK c. Menari/transfer Uang	Parkir, toilet, ATM center	Pembeli
a. Angkut-bongkar barang muatan yang datang.	Loading dock	Kuli, Pegawai
a. Menata barang yang akan didagangkan	Ruko, kios dan los	
a. Menggunakan fasilitas umum pasar	Parkir, toilet, ATM center	

a. Mengontrol kegiatan oprasional yang berjalan di pasar	Kantor Pengelola	Kepala petugas pasar
b. Mendata aktivitas perdagangan	Ruang Staff	Staf administrasi, Staf Lapangan
c. Pelayanan keluhan pedagang dan pembeli	Ruang tamu	Staf Pasar
d. Diskusi atau rapat, seminar, dan penyuluhan terhadap pedagang pasar	Ruang Rapat	Admin
a. Membersihkan sampah b. Mengangkut sampah	TPS	Petugas Kebersihan
a. Menjaga dan mengawasi ketertiban pasar	Pos Satpam	Petugas keamanan
a. Menjaga dan mengawasi kendaraan b. Menata dan mengatur parkir	Area parkir	Petugas parkir

Table 3 2.2.3 Analisis Aktivitas dan Fsilitas,Sumber : Penulis

2.3 Tinjauan Pendekatan Desain Arsitektur Perilaku

2.3.1 Pengertian Perilaku

Kata Perilaku menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah tanggapan atau reaksi terhadap sesuatu. Perilaku menekankan tentang seorang manusia yang merespon tentang sesuatu yang terjadi terhadap dirinya maupun disekitarnya. Teori perilaku dapat disampaikan sebagai suatu teori pengamatan tentang tanggapan ataupun respon manusia yang terbentuk diakibatkan sesuatu yang terjadi di dalam dirinya ataupun disekitarnya.

Faktor yang mempengaruhi Perilaku

1. Genetika
2. Sikap terhadap sesuatu yang memngaruhi sebuah perilaku
3. Norma sosial
4. Kontrol perilaku pribadi

Ada 2 macam perilaku yang tercipta dari berbagai respon, yaitu:

1. Perilaku tertutup (*cover behavior*)

Reaksi terhadap sebuah rangsangan masih terbatas pada perhatian, persepsi, pengetahuan / kesadaran, dan sikap yang dapat dilihat secara jelas.

2. Perilaku terbuka (*over behavior*)

Respon seseorang terhadap sebuah rangsangan dalam bentuk aksi yang nyata dan terbuka dan terlihat jelas oleh mata.

2.3.2 Arsitektur Perilaku dan Lingkungan

Manusia adalah makhluk social yang terikat dengan lingkungan yang membentuk diri mereka. Antara social dan manusia, antara bangunan yang dibuat oleh manusia baik secara sadar dan tidak sadar akan mempengaruhi perilaku dari manusia yang berada di dalamnya.

Pendekatan arsitektur Perilaku menekankan keterkaitan sebuah ruang dengan pengguna beserta masyarakat yang memanfaatkan ruang tersebut. Arsitektur perilaku membahas sebuah hubungan tingkah laku manusia dengan lingkungan.

Pembahasan dari arsitektur perilaku erat kaitannya dengan psikologi. Proses pada psikologi manusia ini menimbulkan berbagai macam perasaan yang berbeda pada tiap individu manusia tergantung dari lingkungan tempat manusia itu tumbuh. Lingkungan merupakan factor yang erat kaitannya yang dapat mempengaruhi perilaku dari seorang manusia. Terdapat masalah yang dihadapi manusia yang memiliki hubungan dengan sebuah lingkungan yaitu :

1. Terbatas
2. Pencemaran
3. Penyalahgunaan
4. Kependudukan
5. Ekonomi
6. Estetika

Ada beberapa faktor yang harus diperhatikan dalam mengatasi masalah ini :

- a. Kompleksitas yaitu seberapa jenis komponen yang membentuk suatu lingkungan
- b. Keunikan yaitu seberapa banyak sebuah lingkungan memiliki komponen yang membedakan lingkungan satu dengan lingkungan yang lain.
- c. Ketidaksenadaan yaitu faktor yang tidak sesuai dengan konteks lingkungannya
- d. Kejutan yaitu Kenyataan yang tidak sesuai dengan harapan atau ekspektasi

Tujuan dari kajian Arsitektur Perilaku untuk mewujudkan tatanan ruang luar dan dalam sebagai lingkungan fisik yang sesuai dengan perilaku manusia atau pemakai ruangan dengan menyelesaikan masalah-masalah yang ada.

2.3.3 Perilaku Membentuk Arsitektur

Bangunan dibentuk oleh manusia untuk ditinggali di dalamnya yang kemudian membentuk perilaku manusia. Setelah perilaku manusia tersebut terbentuk, Manusia akan mewujudkan sebuah arsitektur berdasarkan dari perilaku yang sudah terbentuk dari dalam diri manusia tersebut. Setiap karya Arsitektur memiliki perilaku tersendiri.

Sebuah bangunan dibentuk manusia untuk memenuhi kebutuhan, membentuk, serta membatasi perilaku dalam menjalani kehidupan. Hal ini dikaitkan dengan kestabilan antara arsitektur dan sosial, dimana kedua elemen ini hidup dan berdampingan dalam sebuah lingkungan.

Terdapat empat pandangan , mengenai seberapa luasnya hubungan desain arsitektur perilaku dengan manusia sebagai penggunaannya menurut Hendro Prabowo dalam *Arsitektur, Psikologi dan Masyarakat*

1. Kehendak Bebas

Pendekatan ini memiliki pandangan bahwa tidak ada dampak yang terjadi antara lingkungan dan perilaku seorang manusia

2. Determinisme Arsitektur

Pandangan determinisme memiliki tanggapan bahwa lingkungan dan arsitektur membentuk perilaku dari manusia yang ada didalamnya.

3. Kemungkinan Lingkungan

Kemungkinan lingkungan merupakan sebuah tanggapan dimana, hasil perilaku yang kita pilih ditentukan oleh lingkungan dan pilihan yang kita buat.

4. Probabilisme Lingkungan (Environmental Probabilism)

konsep ini berasumsi bahwa manusia dapat memilih respon perilaku dari suatu situasi lingkungan yang merefleksikan factor-faktor non-arsitektural.

a. Konsep dalam Kajian Arsitektur Perilaku dan Lingkungan

Ada beberapa konsep penting dalam kajian Arsitektur lingkungan dan perilaku yaitu :

1. Pengaturan Perilaku

Mengidentifikasi perilaku-perilaku yang sudah ada dan yang akan muncul dalam setting waktu tertentu

2. Persepsi Lingkungan

Interpretasi tentang suatu Individu berdasarkan Latar belakang, Budaya, dan Pengalaman.

3. Lingkungan yang terpersepsikan

Merupakan bentuk dari tanggapan suatu individu terhadap suatu lingkungan.

4. Kognisi lingkungan, Citra dan Skemata

Proses yang menjelaskan adanya hubungan suatu individu dengan lingkungannya.

5. Pemahaman Lingkungan

Proses pembentukan kognisi, skema dan peta mental sehingga membentuk pemahaman tentang suatu lingkungan

6. Kualitas lingkungan

lingkungan yang memahami preferensi ideal seseorang maupun sekelompok orang dimana secara objektif berkaitan dengan aspek psikologi dan kultural masyarakat.

7. Teritori

Suatu area yang dapat memenuhi kebutuhan fisik dan emosional suatu individu.

8. Ruang Personal dan Kejenuhan.

Suatu batas dimana orang lain dibatasi oleh suatu individu untuk memasukinya area yang telah ditetapkan

b. Variabel Fisik Yang Mempengaruhi Manusia

Terdapat beberapa variabel fisik yang mempengaruhi perilaku manusia (Setiawan, 1995) antara lain :

1. Ruang.

Perancangan suatu ruang berpengaruh terhadap perilaku pemakainya sesuai dengan fungsi ruang yang akan di buat.

2. Ukuran dan bentuk.

Ukuran serta bentuk akan mempengaruhi psikologis dari pengguna ruangan yang berdampak pada perilaku pengguna tersebut.

3. Perabot dan penataannya.

Pentanaan perabot didalam suatu ruang disesuaikan dengan jenis ruang dan aktivitas yang akan terjadi didalamnya.

4. Warna.

Warna dalam suatu ruang berperan penting karena terdapat warna yang mempengaruhi terwujudnya perilaku-perilaku tertentu dari suatu individu

5. Suara, Temperatur dan Pencahayaan.

3 Hal ini dapat mempengaruhi respon dan perilaku suatu individu apabila salah diantaranya tidak berjalan dengan baik.