

BAB 2

KAJIAN TEORI

2.1 Tipologi Pasar

2.1.1 Pengertian Pasar

Pasar adalah tempat yang memfasilitasi interaksi sosial antar masyarakat melalui kegiatan jual beli (Triono, 2021). Beberapa pandangan ahli mengenai definisi pasar meliputi:

- Kuntowijoyo: Pasar adalah tempat dan mekanisme yang mengatur kepentingan perdagangan antara penjual dan pembeli.
- Ehrenberg et al.: Pasar adalah tempat pertemuan antara pembeli dan penjual barang serta jasa, di mana terdapat harga atas proses pertukarannya.
- Kotler: Pasar adalah tempat di mana pelanggan berkumpul untuk melakukan pertukaran demi memenuhi keinginan atau kebutuhan masing-masing.

2.1.2 Fungsi Pasar

Pasar memiliki beberapa fungsi penting dalam perekonomian, berikut adalah penjelasan mengenai fungsi pasar berdasarkan hasil penelitian yang ada.

- **Fungsi Distribusi**
Pasar berfungsi sebagai media distribusi yang menghubungkan produsen dengan konsumen. Menurut Mankiw (2021), pasar membantu menyalurkan barang dan jasa dari produsen ke konsumen, memperpendek jarak antara keduanya dalam proses transaksi.
- **Fungsi Pembentukan Harga**
Pasar juga berperan sebagai pembentuk harga. Harga di pasar ditentukan oleh interaksi antara permintaan dan penawaran. Ketika permintaan meningkat dan penawaran tetap, harga cenderung naik, dan sebaliknya (Samuelson & Nordhaus, 2019). Fungsi ini penting karena membantu produsen menentukan barang apa yang harus diproduksi berdasarkan keinginan konsumen.
- **Fungsi Promosi**

Selain itu, pasar berfungsi untuk mempromosikan barang dan jasa. Melalui kegiatan pemasaran yang dilakukan di pasar, produsen dapat menarik perhatian konsumen dan meningkatkan penjualan (Kotler & Keller, 2016).

- **Fungsi Sosial**

Pasar juga memiliki fungsi sosial yang signifikan. Ia menjadi tempat interaksi sosial di mana masyarakat dapat bertemu dan berinteraksi. Menurut penelitian oleh Granovetter (1985), pasar tradisional sering kali menjadi titik fokus aktivitas komersial dan budaya dalam masyarakat.

- **Fungsi Ekonomi**

Dari segi ekonomi, pasar mendukung aktivitas ekonomi lokal dengan menyediakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pasar yang berkembang dapat menciptakan peluang usaha bagi masyarakat setempat dan berkontribusi pada pendapatan daerah melalui pajak dan retribusi (Bahl & Linn, 1992).

- **Fungsi Organisasi Produksi**

Pasar juga berfungsi sebagai organisasi produksi dengan membantu produsen dalam merencanakan produksi barang sesuai dengan kebutuhan pasar, sehingga dapat meningkatkan efisiensi produksi (Porter, 1990).

2.1.3 Jenis-jenis Pasar

Berdasarkan jenis transaksinya, pasar dapat dibedakan menjadi dua jenis (Sri Candrawati, 2014):

- **Pasar modern:** Pasar yang dikenal sebagai pasar swalayan ini memiliki sistem pengelolaan yang lebih teratur. Sistem penjualannya menggunakan harga tetap, sehingga tidak ada proses tawar-menawar.
- **Pasar rakyat:** Dahulu dikenal sebagai pasar tradisional, pasar ini dikelola secara sederhana dan proses transaksinya melibatkan tawar-menawar karena harga yang ditetapkan tidak bersifat pasti.

Menurut keputusan Permendag No. 37/M-DAG/PER/5/2017 tentang Pedoman Pembangunan dan Pengelolaan Sarana Perdagangan, pasar dibedakan menjadi empat jenis:

- Pasar tipe A: Beroperasi setiap hari dengan minimal 400 pedagang dan luas lahan minimal 5000 m².
- Pasar tipe B: Beroperasi minimal tiga hari dalam seminggu dengan minimal 275 pedagang dan luas lahan minimal 4000 m².
- Pasar tipe C: Beroperasi minimal dua hari dalam seminggu dengan minimal 200 pedagang dan luas lahan minimal 3000 m².
- Pasar tipe D: Beroperasi minimal satu hari dalam seminggu dengan minimal 100 pedagang dan luas lahan minimal 2000 m².

2.1.4 Klasifikasi dan Kriteria Pasar

Menurut peraturan Menteri Perdagangan tahun 2021, pasar rakyat adalah tempat usaha yang penataannya, pembangunannya, dan pengelolaannya dilakukan oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, BUMN, dan/atau BUMD. Pasar rakyat umumnya meliputi toko, kios, los, serta tenda pedagang kaki lima, di mana proses perniagaannya dilakukan melalui tawar-menawar.

Berdasarkan SNI 8152:2015 tentang Pasar Rakyat, pembangunan pasar rakyat dapat diklasifikasikan menjadi tiga jenis (Menteri Perdagangan Republik Indonesia, 2017):

- Pembangunan Pasar Rakyat berdasarkan Purwarupa Pasar Rakyat Pilihan: Pasar dengan luas lahan minimal 2000 m².
- Pembangunan Pasar Rakyat berdasarkan Purwarupa Pasar Rakyat Utama: Pasar dengan luas lahan minimal 10.000 m².
- Pembangunan Pasar Rakyat tanpa mengikuti Purwarupa Pasar Rakyat: Pasar dengan luas lahan minimal 6000 m².

2.1.5 Standar Pasar

- Persyaratan Teknis

Fasilitas perdagangan, termasuk toko, kios, los, dan tenda pedagang kaki lima, harus memenuhi ketentuan berikut:

- a) Saluran udara tidak boleh tertutup oleh kios.
- b) Los harus diatur sesuai kebutuhan.

- c) Lapak pedagang kaki lima harus ditempatkan di area khusus yang tidak mengganggu sirkulasi pasar dan tidak menutupi kios.

- Aksesibilitas dan Zonasi

Aksesibilitas di bangunan pasar harus memenuhi syarat sebagai berikut:

- a) Memisahkan zonasi berdasarkan jenis komoditas, yaitu basah, kering, pangan, dan non-pangan.
- b) Merancang jalur yang dapat diakses oleh semua pengunjung pasar serta menghindari penumpukan massa pada satu titik.
- c) Menempatkan papan informasi sesuai dengan pembagian zonasi.

- Area Parkir

Penempatan area parkir di kawasan bangunan pasar harus memenuhi ketentuan berikut:

- a) Area parkir dipisahkan dari ruang dagang pedagang.
- b) Area parkir dipisahkan berdasarkan jenis kendaraan.
- c) Akses keluar-masuk kendaraan harus memiliki tanda yang jelas.
- d) Tempat sampah dengan penutup harus disediakan di area parkir.

- Koridor

Koridor harus mendukung sirkulasi bagi semua orang, termasuk penyandang disabilitas, dalam melakukan transaksi. Koridor juga memfasilitasi keluar-masuk barang dari area bongkar muat ke lapak dagang di pasar.

- a) Menyediakan fasilitas yang dapat digunakan oleh semua orang, termasuk penyandang disabilitas.
- b) Akses kendaraan dan kegiatan bongkar muat harus ditempatkan di lokasi yang tidak berisiko menyebabkan kemacetan.
- c) Sirkulasi di dalam kawasan harus memungkinkan akses ke semua fasilitas di pasar, termasuk akses bagi kendaraan penanggulangan kebakaran dan bencana.

2.2 Tipologi Pusat Kuliner

2.2.1 Pengertian Pusat Kuliner

Pusat kuliner adalah suatu area atau kompleks yang dirancang khusus untuk menyediakan berbagai jenis makanan dan minuman dari berbagai budaya dan daerah. Biasanya, pusat kuliner terdiri dari beberapa gerai atau stand yang menawarkan menu yang beragam, memungkinkan pengunjung untuk memilih sesuai dengan selera mereka. Konsep ini tidak hanya berfokus pada penyajian makanan, tetapi juga menciptakan pengalaman bersantap yang menyenangkan dan interaktif bagi pengunjung.

Menurut Sari dan Pramono (2022), pusat kuliner dapat diartikan sebagai "suatu tempat yang memfasilitasi interaksi sosial melalui konsumsi makanan dan minuman, serta menjadi wadah untuk memperkenalkan keanekaragaman kuliner lokal" (Sari & Pramono, 2022).

2.2.2 Fungsi Pusat Kuliner

Pusat kuliner memiliki berbagai fungsi penting dalam masyarakat:

- **Tempat Sosialisasi:** Menjadi tempat berkumpulnya masyarakat dari berbagai latar belakang untuk berbagi pengalaman makan bersama.
- **Edukasi Kuliner:** Memberikan informasi tentang makanan lokal dan tradisional, serta cara memasaknya melalui workshop atau demo masak.
- **Daya Tarik Pariwisata:** Menarik wisatawan untuk menikmati keanekaragaman kuliner suatu daerah, sehingga berkontribusi pada ekonomi lokal.
- **Inovasi Kuliner:** Menjadi wadah bagi inovasi dalam dunia kuliner dengan menggabungkan berbagai jenis masakan dan menciptakan menu baru.
- **Promosi Produk Lokal:** Mendorong penggunaan bahan-bahan lokal dan mendukung petani serta produsen lokal.

2.2.3 Jenis-jenis Pusat Kuliner

Pusat kuliner dapat dibedakan menjadi beberapa jenis berdasarkan konsep dan penyajiannya:

- Food Court: Ini adalah jenis pusat kuliner paling umum, biasanya ditemukan di pusat perbelanjaan dengan banyak gerai makanan di satu area tertutup.
- Pusat Wisata Kuliner: Tempat ini tidak hanya menawarkan makanan tetapi juga pengalaman budaya, seperti pertunjukan seni atau workshop memasak.
- Pusat Kuliner Tradisional: Menyajikan masakan khas daerah tertentu dengan suasana yang mendukung pelestarian budaya lokal. Contohnya adalah pasar malam atau festival kuliner.
- Street Food Market: Menyediakan berbagai pilihan makanan kaki lima dalam satu lokasi, sering kali diadakan pada acara tertentu atau festival.
- Culinary Incubator: Tempat bagi para chef atau pengusaha makanan baru untuk menguji pasar dengan menyediakan ruang bagi mereka untuk menjual produk mereka tanpa harus memiliki restoran sendiri.

2.2.4 Kriteria Pusat Kuliner

Karakteristik pusat kuliner dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Ragam Pilihan Makanan: Pusat kuliner menawarkan berbagai jenis makanan dari berbagai daerah, mulai dari masakan tradisional hingga modern. Hal ini memungkinkan pengunjung untuk menjelajahi berbagai cita rasa dalam satu tempat.
- Tata Ruang Terbuka: Biasanya, pusat kuliner dirancang dengan area terbuka yang luas, memberikan kenyamanan bagi pengunjung untuk bersantai sambil menikmati makanan.
- Fasilitas Pendukung: Dilengkapi dengan fasilitas seperti tempat duduk yang nyaman, area bermain anak, dan ruang edukasi tentang kuliner. Ini meningkatkan pengalaman bersantap dan memberikan nilai tambah bagi pengunjung.
- Aksesibilitas: Pusat kuliner umumnya terletak di lokasi strategis seperti pusat perbelanjaan, kawasan wisata, atau area perkotaan yang ramai sehingga mudah dijangkau oleh masyarakat umum.
- Suasana yang Menarik: Desain interior dan eksterior yang menarik serta suasana yang hidup dapat menarik lebih banyak pengunjung.

2.2.5 Standar Pusat Kuliner

Standar pusat kuliner diatur dalam Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 28 Tahun 2015, yang mencakup berbagai aspek penting seperti:

- Unsur Tempat:
 - Kebutuhan ruang yang memadai
 - Sistem sirkulasi yang baik
 - Pencahayaan yang cukup
- Unsur Penanda Arah:
 - Papan nama yang jelas untuk memudahkan pengunjung menemukan lokasi.
- Fasilitas Penunjang:
 - Ketersediaan air bersih dan listrik
 - Toilet terpisah untuk pria dan wanita
 - Ruang menyusui
- Ruang Makan dan Dapur:
 - Ruang makan harus memiliki meja dan kursi yang bersih serta sirkulasi udara yang baik.
 - Dapur harus dilengkapi dengan peralatan memasak yang memadai serta tempat penyimpanan makanan

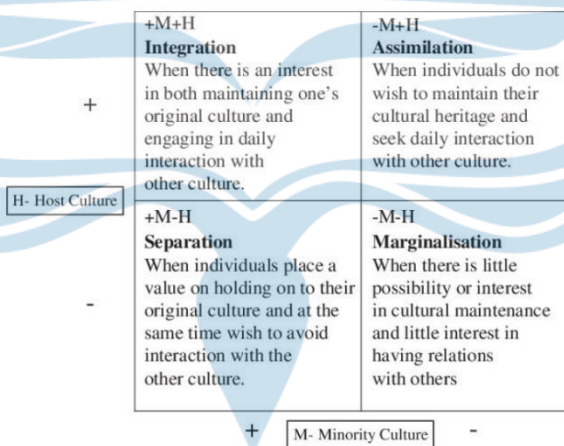
Untuk membangun pusat kuliner ada beberapa persyaratan penting yang harus dipenuhi:

- Lokasi Strategis: Harus berada di tempat yang mudah diakses oleh pengunjung, seperti dekat transportasi umum atau area ramai lainnya.
- Fasilitas Memadai: Termasuk area parkir yang cukup, toilet bersih, aksesibilitas untuk penyandang disabilitas, serta fasilitas keamanan seperti CCTV.
- Kualitas Makanan: Menjamin kebersihan dan kualitas bahan makanan yang disajikan sangat penting untuk menarik pengunjung dan menjaga reputasi pusat kuliner.

- Izin Usaha dan Standar Kesehatan: Memastikan semua gerai memiliki izin usaha yang sah serta memenuhi standar kesehatan dan kebersihan yang ditetapkan oleh pemerintah.
- Promosi dan Pemasaran: Strategi pemasaran yang efektif diperlukan untuk menarik pengunjung baru dan mempertahankan pelanggan setia.

2.3 Integrasi Arsitektural Tionghoa khas Kampung Kapitan

Berry's Model of Acculturation adalah teori yang menjelaskan bagaimana individu atau kelompok beradaptasi ketika berinteraksi dengan budaya baru. Model ini didasarkan pada dua dimensi utama, yaitu keinginan untuk mempertahankan budaya asal dan keinginan untuk berinteraksi dengan budaya baru. Berdasarkan kombinasi dari kedua dimensi ini, terdapat empat strategi akulturasi. Integrasi terjadi ketika individu mempertahankan budaya asal sambil aktif berpartisipasi dalam budaya baru, menciptakan keseimbangan yang ideal. Asimilasi terjadi ketika individu meninggalkan budaya asal dan sepenuhnya mengadopsi budaya baru. Sebaliknya, separasi terjadi ketika individu tetap terikat pada budaya asal dan menghindari interaksi dengan budaya baru. Marginalisasi terjadi ketika individu tidak mempertahankan budaya asal maupun terlibat dalam budaya baru, sering kali akibat tekanan atau diskriminasi. Model ini memberikan kerangka kerja untuk memahami berbagai respons akulturasi individu dalam lingkungan multikultural.



Gambar 2 *Berry's Model of Acculturation*
(sumber Sally Dobb, 2012)

Perancangan Pasar Klinik 7 Ulu dan Pusat Kuliner ini menggunakan gaya arsitektur Tionghoa khas Kampung Kapitan Palembang, yang mencerminkan strategi integrasi dalam teori Berry, di mana Kampung Kapitan merupakan hasil adaptasi budaya antara komunitas Tionghoa yang mempertahankan identitas budaya asalnya sambil berinteraksi dan berasimilasi dengan budaya lokal Palembang.