

BAB II

TINJUAN PUSTAKA

II.1 Perkembangan Pedagang Kaki Lima di Stadion Maguwoharjo, Maguwoharjo, Depok, Sleman

Aktivitas perdagangan di Stadion Maguwoharjo dimulai sejak tahun 2007 ketika Stadion Maguwoharjo dibangun dan dibuka untuk umum. Pada masa ini, kawasan Stadion Maguwoharjo belum ramai dipenuhi PKL dan belum banyak pengunjung ataupun masyarakat yang berdatangan ke Stadion. PKL yang berjualan pada tahun 2007 berjumlah 3 pedagang. Kondisi Jl. Stadion dan Jl. Kepuhsari dalam keadaan bersih, trotoar dan bahu jalan dimanfaatkan sebagai area tempat duduk halte bis.



Gambar 2. 1 Kondisi Jl. Stadion dan Jl. Kepuhsari, Maguwoharjo 2017

Sumber : Dokumentasi Google Maps, 2017

Pada tahun 2017 kegiatan perdagangan mulai tumbuh hingga terdapat 10 PKL. Jl. Stadion dan Jl. Kepuhsari pada masa ini kerap digunakan sebagai balapan liar dan berbagai kegiatan negatif anak muda. Sehingga masyarakat berupaya untuk menekan balapan liar dengan menghidupkan kawasan Stadion Maguwoharjo melalui PKL.



Gambar 2. 2 Kondisi Jl. Stadion dan Jl. Kepuhsari, Maguwoharjo 2024

Sumber : Dokumentasi Penulis, 2024

Jumlah PKL di Kawasan Stadion Maguwoharjo terus meningkat seiring berjalannya waktu. Pada tahun 2020 pandemi covid-19 melanda di Indonesia. Banyak masyarakat yang di berhentikan dari pekerjaannya dikarenakan kondisi perekonomian yang menurun. Pada masa transisi setelah masyarakat dilanda pandemi dan kehilangan pekerjaannya, banyak masyarakat yang memiliki untuk memasuki sektor informal khususnya PKL. Jumlah PKL di Stadion Maguwoharjo mengalami peningkatan yang drastis hingga saat ini menyentuh angka 150-200 PKL. Peningkatan PKL tanpa adanya pengendalian akan memberikan dampak yang semakin buruk pada kawasan ini. PKL yang membuka lapak di bahu jalan dan trotoar menimbulkan kemacetan dan konflik antara pedagang, pembeli, serta pengguna jalan. Selain itu, PKL yang ada di kawasan ini memberikan kesan yang tidak teratur dan permasalahan lingkungan seperti kebersihan.

Upaya penyelesaian permasalahan yang ditimbulkan dari adanya PKL di kawasan Stadion Maguwoharjo dapat dilakukan dengan merelokasi PKL ke tempat yang lebih baik. Perancangan Maguwoharjo *Public Market* dapat menjadi pusat PKL yang menguatkan kegiatan ekonomi di kawasan ini. Dengan mengintegrasikan ruang terbuka hijau sebagai area rekreasi masyarakat, kios-kios PKL, dan fasilitas penunjang untuk pedagang dan

pembeli, Maguwoharjo *Public Market* dapat meningkatkan kesejahteraan pedagang, mempertahankan kegiatan ekonomi, dan menyelesaikan permasalahan ruang publik yang terjadi di Kawasan Stadion Maguwoharjo. Perancangan Maguwoharjo *Public Market* melibatkan pedagang, pembeli dan komunitas dalam proses desain. Selain itu, perancangan juga akan mengambil pelajaran dari beberapa relokasi yang telah dilakukan di dalam ataupun luar negeri untuk mengadaptasi kekurangan dan kelebihan perancangan area relokasi PKL. Sehingga, Maguwoharjo *Public Market* dapat menjadi pusat perdagangan yang menguatkan perekonomian masyarakat.

II.2 Konflik Pemanfaatan Ruang Publik oleh PKL di Kawasan Stadion Maguwoharjo

Sektor informal memiliki karakteristik untuk mudah dimasuki oleh masyarakat tanpa perlu adanya pendidikan yang tinggi atau keterampilan dibidang tertentu, usaha milik pribadi atau keluarga, dan skalanya yang kecil sehingga tidak membutuhkan tempat yang permanen. Pedagang Kaki Lima yang merupakan bagian dari sektor informal yang tidak bisa dijauhkan dari ruang publik. Pengertian PKL berhubungan erat dengan bahu jalan, trotoar, dan area-area depan bangunan. PKL akan membuka lapak di area yang ramai oleh orang berlalu-lalang ataupun beraktivitas.



Gambar 2. 3 Kondisi Jl. Stadion, Maguwoharjo

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis 2024

PKL di Kawasan Stadion Maguwoharjo sebagian besar memanfaatkan bahu jalan dan trotoar untuk membuka lapak. Menurut Peraturan Daerah Kabupaten Sleman Pasal 52 Nomor 6 tahun 2022 tertulis bahwa trotoar merupakan fasilitas bagi pejalan kaki yang biasa disebut jalur pedestrian. Sehingga, trotoar seharusnya bersih dari aktivitas perdagangan seperti PKL dan hanya digunakan oleh pejalan kaki. Selain itu, pada Pasal 14 Perda Kabupaten Sleman Pasal 52 Nomor 6 tahun 2022 tertulis bahwa bahu jalan merupakan “ruang manfaat jalan.” Ruang Manfaat Jalan adalah bagian jalan yang

dipergunakan untuk lalu lintas kendaraan dan orang. Sehingga bahu jalan yang seharusnya merupakan area lalu lintas kendaraan. Pada Jl. Stadion bahu jalan dimanfaatkan untuk tenda-tenda PKL. Hal ini menimbulkan berkurangnya ruang gerak kendaraan dan kemacetan. Ramainya pembeli pada kios-kios juga meningkatkan risiko kecelakaan dan membahayakan masyarakat. Permasalahan konflik pemanfaatan ruang publik oleh PKL di Stadion Maguwoharjo dapat menjadi permasalahan yang lebih besar jika tidak segera diselesaikan. Perancangan Maguwoharjo *Public Market* merupakan salah satu alternatif dalam penyelesaian permasalahan ini dan mengembalikan fungsi ruang publik sesuai dengan kegunaannya.

II.3 Keterkaitan Pemerintah Daerah dengan PKL di Kabupaten Sleman

Pemerintah Kabupaten Sleman telah mengatur adanya Pedagang Kaki Lima dengan Peraturan Daerah Kabupaten Sleman Nomor 11 Tahun 2004 mengenai Pedagang Kaki Lima. Pada Perda tertulis bahwa setiap PKL dapat melakukan kegiatan usaha jika memiliki izin lokasi PKL. Namun menurut Bapak Setiawan Ketua Asosiasi PKL Stadion Maguwoharjo, PKL yang berjualan di Kawasan Stadion Maguwoharjo tidak perlu memiliki izin lokasi untuk bisa berjualan hanya perlu mendaftarkan ke Asosiasi. Selain itu, menurut UU tentang lalu lintas tidak boleh ada kegiatan di trotoar selain untuk fasilitas pejalan kaki. Oleh sebab itu, sebenarnya keberadaan PKL di trotoar dan bahu jalan tidak diperbolehkan oleh pemerintah. Hal ini disampaikan oleh Ibu Wulan, Kepala Bidang Perekonomian Sekretaris Daerah Kab. Sleman bahwa pemerintah daerah tidak memberikan izin pada PKL yang menggunakan trotoar sebagai sarana berdagang.

Keterkaitan Pemerintah Daerah dalam kegiatan PKL melalui Peraturan Bupati Sleman Nomor 23 Tahun 2012 mengenai Perizinan Pedagang Kaki Lima. Dalam Peraturan ini tertulis pada pasal 4 bahwa sarana PKL hanya diperbolehkan dengan konstruksi tenda bongkar pasang (tidak permanen) dan ukuran area yang dipergunakan paling besar panjang 4 m (empat meter), tinggi 2 m (dua meter) dan lebar tidak boleh melebihi 50% (lima puluh persen) dari lebar bahu jalan. Melalui peraturan ini, pemerintah berupaya untuk menjaga ketertiban dan fungsi ruang yang dimanfaatkan sebagai area dagang PKL. Menurut Bapak Setiawan Ketua Asosiasi PKL Stadion Maguwoharjo, pemerintah setempat memiliki peran sebagai pengawas dalam kegiatan PKL di Stadion Maguwoharjo. Selain itu, pemerintah daerah memiliki peran untuk menjaga ketertiban PKL atau mengondisikan PKL pada saat acara nasional seperti pertandingan sepak bola dan pekan olah raga. PKL di Stadion Maguwoharjo dibiarkan saja asal tidak menimbulkan gangguan bagi pengguna jalan ataupun masyarakat sekitar, karena pada dasarnya sektor informal membantu pemerintah dalam menyediakan lapangan pekerjaan.

II.4 Asosiasi Pedagang Kaki Lima Stadion Maguwoharjo

Pada awal Stadion Maguwoharjo dibuka belum banyak PKL yang berjualan di area sekitar stadion. Perkembangan PKL mulai terlihat pada tahun 2010. Masyarakat sekitar mencetuskan untuk membuat Asosiasi Pedagang Kaki Lima Stadion Maguwoharjo yang di ketuai oleh Bapak Sugiyanto. Setelah 4 tahun menjabat, Ketua APKL Stadion Maguwoharjo digantikan oleh Bapak Setiawan hingga saat ini. APKL Stadion Maguwoharjo miliki tujuan untuk memajukan perekonomian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) masyarakat sekitar.

Seiring berjalannya waktu, terjadi peningkatan angka PKL di Stadion Maguwoharjo. Sehingga diperlukan badan yang mengatur serta mengkoordinasi ketertiban para PKL. Asosiasi Pedagang Kaki Lima Stadion Maguwoharjo merupakan badan koordinator, penata dan pengelola dari PKL di Kawasan Stadion Maguwoharjo. Badan ini mengelola area kawasan stadion menjadi blok-blok lahan kios untuk PKL berjualan. Hal ini dilakukan untuk meminimalisir pertentangan antar pedagang. Selain itu, Kawasan Stadion Maguwoharjo dibagi menjadi 3 titik area berjualan, yaitu selatan, utara dan timur stadion. Ketertiban dan keteraturan menjadi fokus bagi pengurus APKL Stadion Maguwoharjo.

II.5 Aktivitas Perdagangan di Stadion Maguwoharjo

Aktivitas perdagangan di Stadion Maguwoharjo terdiri dari berbagai aktivitas dimulai dari pedagang yang membuka lapak, pedagang memasak atau mempersiapkan pesanan, hingga pedagang membereskan dagangannya. Selain itu terdapat kegiatan pembeli atau pengunjung seperti berhenti di depan lapak, kemudian memarkirkan kendaraan, memesan, hingga makan di area Stadion Maguwoharjo. Kecenderungan pembeli yang berjalan kaki ataupun menggunakan kendaraan untuk menyusuri lapak-lapak PKL ini kerap kali menimbulkan kemacetan di sekitar Stadion Maguwoharjo. Hal tersebut dikarenakan lapak dan pembeli secara langsung berada di jalan yang merupakan area lalu lintas kendaraan. Selain itu, kemacetan juga terjadi di titik parkir kendaraan yang terletak di pinggir jalan. Parkir motor yang banyak dan tidak memiliki area khusus ataupun lahan yang tidak berlokasi di jalanan mengakibatkan timbulnya kemacetan serta risiko kecelakaan yang tinggi.

Kegiatan pedagang di dalam kios seperti memasak, mencuci alat masak, dan lain sebagainya menimbulkan berbagai permasalahan lingkungan. PKL kerap kali membuang air kotor sembarangan, kemudian terdapat tumpukan sampah di setiap kios, dan kepadatan PKL yang memberikan kesan tidak teratur. Menurut Bapak Setiawan Ketua Asosiasi PKL Stadion Maguwoharjo, pengurus telah membuat peraturan untuk menekan dampak negatif pada lingkungan dengan memberikan kantong sampah untuk setiap PKL dan memberikan jarak antar PKL. Namun hal ini belum cukup untuk mengurangi dampak negatif yang ditimbulkan. Selain itu, lokasi PKL yang berhadapan langsung dengan jalan

mengakibatkan produk yang dijual khususnya pada makanan dan minuman terpapar polusi sehingga higienis dari produk rendah. Pembeli yang suka mengonsumsi makanan dan minuman yang dibeli di tempat mengakibatkan terdapat sampah yang berceceran. Jika hal ini dibiarkan, akan memperburuk kondisi lingkungan Stadion Maguwoharjo.

II.6. *Public Market* dan Pasar

II.6.1 Pengertian *Public Market* dan Pasar

Menurut Kotler (Kotler, 1997) pasar adalah pertemuan antara pelanggan potensial yang memiliki kebutuhan dan keinginan yang sama dan bersedia untuk melakukan pertukaran atau proses jual beli untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Istilah Pasar Publik atau *Public Market* mengalami perubahan dari waktu ke waktu dan dapat memiliki makna yang berbeda di setiap tempat. Pada dasarnya *Public Market* adalah tempat berkumpulnya pedagang pada satu lokasi untuk melakukan kegiatan perekonomian secara teratur dan berada dalam naungan hukum (legal) (Project for Public Spaces Inc.; & Partners for Livable Communities; 2003).

Istilah *Public Market* belum banyak digunakan di Indonesia, khususnya DIY. Pengertian pasar dan *Public Market* memiliki karakteristik yang sama, yaitu tempat berkumpulnya para pedagang di suatu lokasi untuk melakukan transaksi jual-beli. Tipologi ini dirasa cocok untuk tempat relokasi PKL Stadion Maguwoharjo. PKL yang sebelumnya tidak memiliki legalitas dalam berjualan, dan berada di tempat yang tersebar akan ditempatkan dalam satu lokasi dengan fasilitas yang memadai. Sehingga perancangan Maguwoharjo *Public Market* dapat meningkatkan kesejahteraan pedagang dan meningkatkan perekonomian daerah.

II.6.2 Karakteristik *Public Market*

Menurut PPS dalam bukunya yang berjudul *Public Markets as a Vehicle for Social Intergration and Upward Mobility* (Project for Public Spaces Inc.; & Partners for Livable Communities; 2003), terdapat 3 karakteristik *Public Market* yaitu :

1. *Public Market* memiliki tujuan bagi Publik

Kegiatan yang diciptakan dalam *Public Market* harus memberikan dampak positif bagi daerah. Contohnya seperti untuk menarik pembeli atau wisata ke suatu area lingkungan, memberikan peluang bagi usaha kecil, mengaktifkan atau menggantikan ruang publik yang kurang bermanfaat.

2. *Public Market* menciptakan ruang publik bagi Masyarakat

Public Market menjadi tempat yang menarik, aman, dan dapat mengundang banyak orang untuk mengembangkan aktivitas ekonomi. Selain itu, *Public Market* dapat menjadi tempat interaksi, bertemu, serta menjadi tempat kegiatan komunitas.

3. *Public Market* merupakan tempat berjualan yang dioperasikan oleh pemiliknya sendiri.

Public Market merupakan wadah yang mendukung usaha lokal, sehingga memberikan tempat untuk dapat mengembangkan usahanya. Berbeda dengan pasar waralaba pada umumnya yang usahanya banyak dimiliki oleh pihak swasta.

II.6.3 Jenis - Jenis Market

Menurut jenis tempat berjualannya pasar atau *market* dibagi menjadi dua (Mohamad Kamarudin et al., 2015), yaitu :

1. *Permanent Market*

Permanent Market adalah pasar yang buka setiap hari secara permanen dalam suatu hari, minggu atau bulan. Pasar permanen memiliki karakter yang tetap atau berada dalam suatu bangunan secara permanen sehingga tidak perlu membongkar ataupun memasang kios. Biasanya pasar permanen di sewakan kepada pedagang. Pada *permanent market* biasanya menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan baku mentah (sayur, daging, ayam, dll) atau makanan siap makan.

2. *Temporary Market*

Temporary Market adalah pasar yang dibuka pada suatu waktu tertentu. Pasar ini biasanya berlokasi di publik area dan cenderung berada di area pinggir jalan. Para pedagang biasanya melakukan bongkar pasang lapak untuk berjualan.

Menurut jenis transaksinya pasar dibagi menjadi dua (Kotler, 1997) yaitu :

1. Pasar Tradisional

Pasar Tradisional menerapkan konsep tawar-menawar dalam proses jual belinya. Proses jual beli di Pasar Tradisional dilakukan secara langsung oleh penjual kepada pembeli. Sehingga, pembeli tidak mengambil sendiri barang yang akan dibeli.

2. Pasar Modern

Pasar Modern merupakan suatu pasar yang memiliki harga pas untuk barang-barang yang diperjual-belikan. Selain itu pasar modern memiliki kecenderungan untuk pembelinya memilih atau mengambil barang yang akan dibelinya secara mandiri.

Ditinjau dari jenis pasar dan *Public Market* di atas proses jual beli antara PKL yang akan menjadi pengguna utama dalam perancangan Maguwoharjo *Public Market*, jenis pasar dari perancangan ini adalah semi-modern. Hal ini dikarenakan pada kios makanan dan minuman harga tidak bisa ditawarkan, namun untuk penjual barang pakai

memungkinkan untuk dilakukan tawar menawar. Selain itu, proses jual beli yang terjadi antara pedagang dan pembeli adalah transaksi secara langsung. PKL Stadion Maguwoharjo yang sebelumnya merupakan *temporary market* akan diubah ke *permanent market*. Hal ini bertujuan untuk memperbaiki kualitas pedagang dan kenyamanan pengguna dalam beraktivitas.

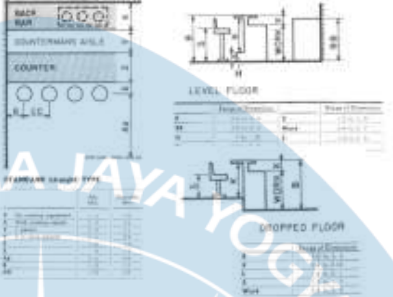
II.6.4 Standar Perancangan *Public Market*

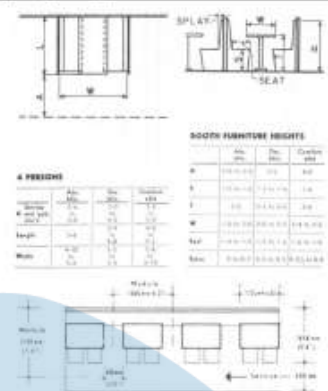
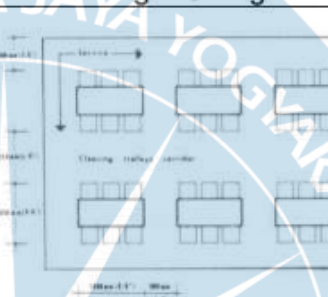
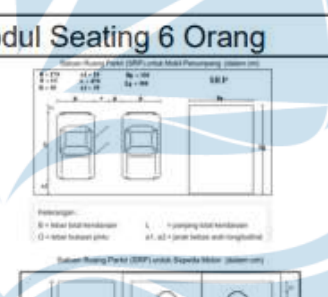
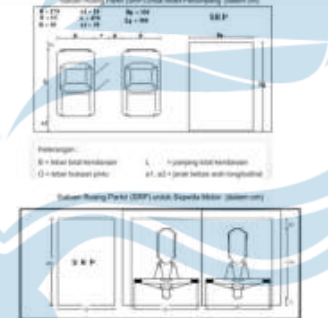
Menurut Peraturan Kementerian Perdagangan Nomor 21 Tahun 2021 mengenai Pedoman Pembangunan dan Pengelolaan Sarana Perdagangan Pasar harus dilengkapi dengan sarana dan prasarana penunjang paling sedikit berupa :

- a. Kantor Pengelola
- b. Toilet
- c. Pos Ukur Ulang
- d. Pos Keamanan
- e. Ruang Menyusui
- f. Ruang Kesehatan
- g. Ruang Peribadatan
- h. Sarana dan akses pemadam kebakaran
- i. Tempat Parkir
- j. Sarana pengolahan air limbah
- k. Sarana air bersih
- l. Instalasi listrik

Kemudian terdapat standar ukuran kios atau ruang dagang. Menurut Standar Nasional Indonesia (SNI) minimal ruang dagang harus memiliki luas 2m². Kemudian, menurut Peraturan Menteri Perdagangan standar ukuran kios di pasar rakyat minimal memiliki ukuran 2m x 1.5m atau seluas 3 m². Perancangan Maguwoharjo *Public Market* berpedoman pada peraturan yang ada untuk luasan dan fasilitas yang disediakan. Standar mengenai perancangan *Public Market* ataupun perdagangan pasar dirangkum dalam tabel 2.1

Tabel 2. 1 Standar dan Kriteria Elemen Desain *Public Market*

No.	Elemen Desain		Standar atau Kriteria	Sumber
1		Kios	Luas minimal 2m ²	SNI
			Ukuran minimal 2m x 1.5m	Peraturan Menteri Perdagangan
2	Ruang Berdagang	Kios Makanan dan Minuman		Time Saver Standard for Building Types De Chiara (Restaurant and Eating Places Food Bar)
			Modul Kios dengan area masak dibelakang dan penyajian didepan	
3		Kios Non-Pangan (Baju)		Time Saver Standard for Building Types De Chiara (Retail Shop Women & Mens Wear)
			Fitting Room	
				
			Area Kemas dan Kasir	
				
			Display Baju	

4	Area Makan dan Minum	Seating area	 4 PERSONS <table><thead><tr><th>Category</th><th>Area (m²)</th><th>Seating (m²)</th><th>Booth (m²)</th></tr></thead><tbody><tr><td>Small</td><td>100</td><td>10</td><td>10</td></tr><tr><td>Medium</td><td>200</td><td>20</td><td>20</td></tr><tr><td>Large</td><td>300</td><td>30</td><td>30</td></tr></tbody></table> SEATING FURNITURE HEIGHTS <table><thead><tr><th>Category</th><th>Area (m²)</th><th>Seating (m²)</th><th>Booth (m²)</th></tr></thead><tbody><tr><td>Small</td><td>100</td><td>10</td><td>10</td></tr><tr><td>Medium</td><td>200</td><td>20</td><td>20</td></tr><tr><td>Large</td><td>300</td><td>30</td><td>30</td></tr></tbody></table> Modul Seating 4 Orang  Modul Seating 6 Orang 	Category	Area (m²)	Seating (m²)	Booth (m²)	Small	100	10	10	Medium	200	20	20	Large	300	30	30	Category	Area (m²)	Seating (m²)	Booth (m²)	Small	100	10	10	Medium	200	20	20	Large	300	30	30	Time Saver Standard for Building Types De Chiara (Restaurant and Eating Places Food Bar)
Category	Area (m²)	Seating (m²)	Booth (m²)																																	
Small	100	10	10																																	
Medium	200	20	20																																	
Large	300	30	30																																	
Category	Area (m²)	Seating (m²)	Booth (m²)																																	
Small	100	10	10																																	
Medium	200	20	20																																	
Large	300	30	30																																	
5	Ruang Parkir	Parkir Kendaraan	 Tempat parkir paling sedikit seluas kebutuhan parkir 1 (satu) unit kendaraan roda (empat) untuk setiap 100m² (seratus meter persegi) luas lantai penjualan pasar.	Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2021 Tentang Pedoman Pembangunan dan Pengelolaan Sarana Perdagangan																																

6	Aksesibilitas	Sirkulasi	Kemudahan , semua orang dapat menjangkau semua tempat dengan mandiri.	Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Perumahan Rakyat No. 30/PRT/M/2006
			Kegunaan , setiap orang dapat mempergunakan semua tempat	
			Keselamatan , setiap bangunan dan lingkungan harus memperhatikan keselamatan bagi semua orang	
			Kemandirian , setiap orang harus dapat mencapai, masuk dan mempergunakan tempat tanpa bantuan orang lain.	

Sumber : Data Buku dan Peraturan, diolah

II.7. Pedagang Kaki Lima

II.7.1 Pengertian Pedagang Kaki Lima

Pedagang Kaki Lima adalah sektor informal yang banyak ditemui di perkotaan. Pedagang kaki lima memiliki makna pedagang yang menggunakan bahu jalan atau trotoar sebagai tempat untuk berdagang dan membuka lapak. Asal mula kata pedagang kaki lima adalah dari bahasa Inggris "feet" yang memiliki makna kaki, dimana ukuran 1 feet adalah 21 cm, kemudian pada saat itu ukuran trotoar memiliki lebar 5 kaki sehingga timbullah istilah pedagang kaki lima. Menurut Pasal (1) Peraturan Daerah Kota Yogyakarta No. 26 Tahun 2002 tentang Penataan Pedagang Kaki Lima, Pedagang Kaki Lima, yang selanjutnya disingkat PKL, adalah pelaku usaha yang melakukan usaha perdagangan dengan menggunakan sarana usaha bergerak maupun tidak bergerak, menggunakan prasarana kota, fasilitas sosial, fasilitas umum, lahan dan bangunan milik pemerintah dan/atau swasta yang bersifat sementara/tidak menetap.

II.7.2 Karakteristik Pedagang Kaki Lima

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Kartini Kartono, dkk (dalam A. Widodo 2000.,29) ditemukan beberapa karakteristik PKL, diantaranya :

- Kelompok pedagang yang kadang sekaligus menjadi produsen, yaitu pedagang makanan dan minuman yang memasaknya sendiri.
- Pedagang kaki lima memberikan konotasi bahwa mereka umumnya menjual dagangannya di atas tikar di pinggir jalan, di depan toko, maupun dengan menggunakan grobak dorongan kecil dan kios kecil.

- Pedagang kaki lima umumnya menjual dagangannya secara eceran
- Pedagang kaki lima umumnya bermodal kecil
- Kualitas dagangan yang dijual relatif rendah, bahkan ada pedagang yang khusus menjual barang cacat dengan harga sangat rendah

II.7.3 Relokasi Pedagang Kaki Lima

Relokasi adalah upaya pemindahan sebagian atau seluruh aktivitas berikut sarana dan prasarana penunjang aktivitas dari satu tempat ke tempat lain guna mempertinggi faktor keamanan, kelayakan, legalitas pemanfaatan dengan tetap memperhatikan keterkaitan antara yang dipindah dengan lingkungan alami dan binaan di tempat tujuan. Menurut F. Davidson pada Lusiani (2008:14), faktor krusial pada perencanaan relokasi yaitu letak dan kualitas lokasi relokasi baru, karena hal tersebut yang merujuk pada hal-hal seperti kemudahan menuju ke lahan pekerjaan, bidang bisnis, kredit, jaringan sosial, dan peluang pasar.

II.7.4 Kriteria Lokasi Relokasi PKL

Terdapat beberapa kriteria yang dapat menentukan tingkat keberhasilan relokasi PKL ditinjau dari lokasinya. Menurut Studi Literatur kasus relokasi PKL Guang Dong Market dan Zhu Lian Market (Weng et al., 2013) dan beberapa Studi Kasus seperti Relokasi PKL Malioboro, Yogyakarta terdapat beberapa hal yang menjadi kriteria dalam penentuan lokasi relokasi PKL, adalah :

a. Jarak Lokasi

PKL tumbuh secara alami pada suatu area dan terus berkembang hingga menciptakan kegiatan perekonomian yang melekat di Masyarakat. Lokasi tapak relokasi PKL tidak boleh jauh dari titik konsentrasi PKL awal. Hal ini, dapat menghilangkan in situ dari PKL yang telah dikembangkan dalam waktu yang lama. Lokasi yang baik adalah Lokasi yang memiliki roda aktivitas yang terus bergerak. Pada dasarnya PKL akan menempati titik-titik di kota yang strategis dan dilalui oleh banyak orang. Menurut Studi Kasus dan Literatur yang dilakukan, pemilihan Lokasi dapat dilakukan dalam radius kurang dari 3 km.

b. Aksesibilitas

Lokasi Pusat PKL akan lebih baik jika terhubung langsung dengan jalan raya utama. Hal ini akan bermanfaat karena tingginya volume kendaraan dan orang berlalu lalang di jalanan sekitar. Selain itu, lokasi relokasi harus dapat dijangkau masyarakat dengan mudah atau memiliki kondisi jalan yang baik.

c. Visibilitas

Pasar idealnya harus tampak jelas dari arus lalu lintas kendaraan dan pejalan kaki. Hal ini dikarenakan terkadang keputusan untuk berbelanja atau membeli suatu makanan cenderung dibuat berdasarkan impulsifitas. Visibilitas

juga dapat meningkatkan daya tarik pengunjung dan memudahkan pengunjung untuk mengetahui area dalam pasar.

d. Potensi Pasar

Lokasi pemindahan PKL harus strategis dilihat dari kondisi sekitar kawasan, bangunan sekitar, dan padatnya kegiatan di area tersebut. Sehingga lokasi pasar tidak terpencil dan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat luas.

II.7.5 Kriteria Perancangan Relokasi PKL

Menurut Studi Literatur kasus relokasi Guang Dong Market dan Zhu Lian Market (Weng et al., 2013) terdapat beberapa factor yang mendukung keberhasilan relokasi PKL yaitu :

1. In Situ Lokasi
Lokasi baru dari pusat PKL harus berada pada habitat asalnya atau dekat dengan lokasi awal. Lokasi yang telah dikenal masyarakat sebagai pusat pkL memiliki manfaat yang telah terbangun yaitu kedekatan jaringan sosial, komersial dan budaya pasar.
2. Jumlah Kios
Pasar publik minimal memiliki 150 kios didalamnya sehingg produk yang ditawarkan beragam dan dapat menarik pelanggan lebih luas
3. Zonasi Kios
Penerapan zonasi kios bermanfaat untuk dapat menarik pelanggan lebih luas dan mempermudah pergerakan pembeli selama didalam pasar. Zona di Zhu Liang Market dibagi menjadi 3 yaitu zona barang basah, zona barang kering, zona food court.
4. Fasilitas
Fasilitas yang memadai mendukung keberhasilan relokasi PKL. fasilitas ini meliputi berbagai hal yang utama yaitu membangun jalan parkir dan tempat parkir bagi pengunjung dan pedagang untuk membongkar muatan. Yang kedua adalah fasilitas sirkulasi seperti lift dan eskalator, dan yang terakhir adalah fasilitas umum berupa tempat duduk, perkebunan dan lainnya yang bersangkutan dengan kenyamanan pengunjung dan pedagang.

Selain itu, menurut (Weng et al., 2013) terdapat kriteria desain pasar sebagai tempat relokasi PKL yaitu :

1. Tata Ruang
Dalam perancangan Pasar PKL perlu dilakukan pengelompokan dan zonasi ruang tergantung dengan pedagang yang di tampung. Sehingga dapat memaksimalkan fungsi ruang dan menciptakan kenyamanan bagi pengunjung dan pedagang.
2. Fungsional

Perancangan Pasar PKL memerlukan fungsi yang maksimal dari pasar itu sendiri dan diperlukan fungsi lain untuk dapat menarik masyarakat datang. Harapannya tempat tersebut dapat mengakomodasi kegiatan yang lebih banyak.

3. Fasilitas

Diperlukan fasilitas penunjang seperti area MCK, tempat sampah, supply air dan listrik bagi kios, tempat ibadah, ruang latasi, dan fasilitas sirkulasi seperti lift, eskalator atau tangga untuk mempermudah kegiatan pengunjung.

4. Kios yang Memadai

Kriteria yang terpenting adalah kios yang memadai secara ukuran dan kondisi yang aman, terlindungi dari hujan, panas, dan bahaya lainnya. Selain itu, jumlah kios dalam perancangan dapat mencakup pedagang dari tempat asal atau minimal 150 kios.

II. 8 Skatepark

II.8.1 Dasar Perancangan *Skatepark*

Skatepark adalah fasilitas olahraga yang dibuat khusus untuk papan luncur atau *skateboard*. *Skatepark* merupakan fasilitas publik yang mewadahi kegiatan masyarakat untuk berkumpul, bersantai dan meningkatkan kemampuan dalam suatu lingkungan yang aman dan nyaman (Public Skatepark Guide, 2024). Terdapat 2 aspek dalam perancangan *skatepark*, yaitu:

- Aspek Kegunaan:
 - a. Flow
 - b. Traffic
 - c. Kesulitan
 - d. Difficulty
 - e. Visibilitas
 - f. Disiplin Gaya
- Aspek Fungsional
 - a. Kapasitas
 - b. Seating
 - c. Aksesibilitas
 - d. Visibilitas (menuju *skatepark*)
 - e. Keamanan dan Drainase
 - f. Estetika Landscaping
 - g. Peluang Spasial
 - h. Keamanan, Operasional, dan Pemeliharaan.

Jika seluruh aspek diatas terpenuhi maka fasilitas *skatepark* dapat mengakomodasi kegiatan dengan baik. Selain itu, *skatepark* juga harus dapat mengakomodasi kemampuan setiap orang dari pemula, menengah, hingga mahir. Maka, pada satu rancangan *skatepark* dibagi menjadi dua area, pemula dan menengah keatas.

Ukuran untuk area pemula kira-kira antara 464.51 sampai 743.22 m² dengan lereng landai yang memiliki hips kecil, moguls, banks, curbs dan rail slides dengan ukuran mulai dari 8 inch sampai 2.43 m.

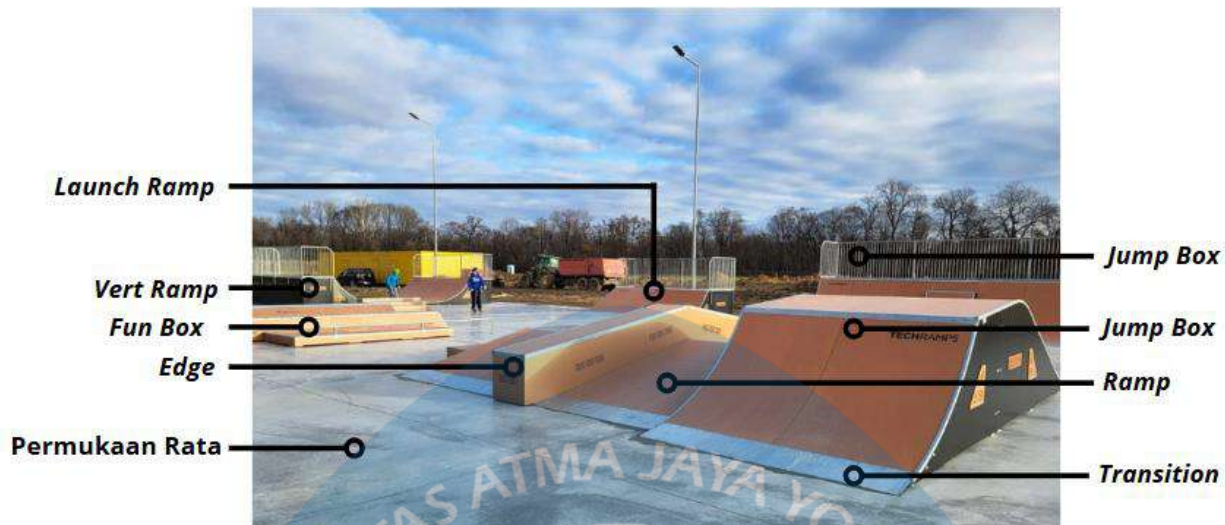
II.8.2 Jenis *Skatepark*

Menurut Public Skarepark Guide terdapat 3 jenis *skatepark* menurut luasan dan area yang akan diakomodasi, yaitu :

- ***Skate Spot***
Skate spot adalah area bermain skateboard berukuran kecil yang biasanya hanya sekitar 300 meter persegi atau lebih kecil, dengan satu struktur yang khas. Ukurannya yang kecil menjadikan skate spot sesuai sebagai fasilitas pendukung tambahan untuk skatepark yang lebih besar. Skate spot ideal digunakan oleh sekitar 5 skater secara bersamaan. Namun, skate spot sebaiknya tidak digunakan sebagai pengganti skatepark utama; fungsinya lebih optimal jika menjadi pelengkap pelayanan sebuah skatepark di lingkungan tertentu.
- ***Neighborhood Skatepark***
Neighborhood skatepark adalah jenis skatepark yang paling umum dan dirancang untuk melayani satu kawasan dalam suatu kota. Skatepark jenis ini biasanya memiliki luas antara 800 hingga 1.200 meter persegi, memungkinkan keberadaan berbagai jenis area bermain, seperti area jalanan (street) dan area transisi (transition). Skatepark ini dapat menampung hingga 70 skater secara bersamaan, serta mampu melayani kebutuhan 25.000 hingga 40.000 penduduk di sekitarnya.
- ***Regional Skatepark***
Regional *skatepark* merupakan fasilitas skatepark terbesar yang menarik skater dari wilayah yang lebih luas. Banyak regional skatepark menjadi destinasi wisata, mampu menampung skater dalam jumlah besar, serta cocok untuk kontes maupun acara tertentu. Regional skatepark biasanya memiliki luas 2.000 meter persegi atau lebih. Fasilitas pendukung di regional skatepark sering kali meliputi penerangan, toilet, tempat duduk tribun, area parkir yang luas, hingga tempat konsesi makanan. Regional skatepark dapat menampung lebih dari 100 pengunjung secara bersamaan.

II.8.3 Standar Peralatan *Skatepark*

Standar peralatan dan perancangan *skatepark* menurut (Whitley & Skaters for Public Skateparks., 2009) dan Public Skatepark Guide meliputi :

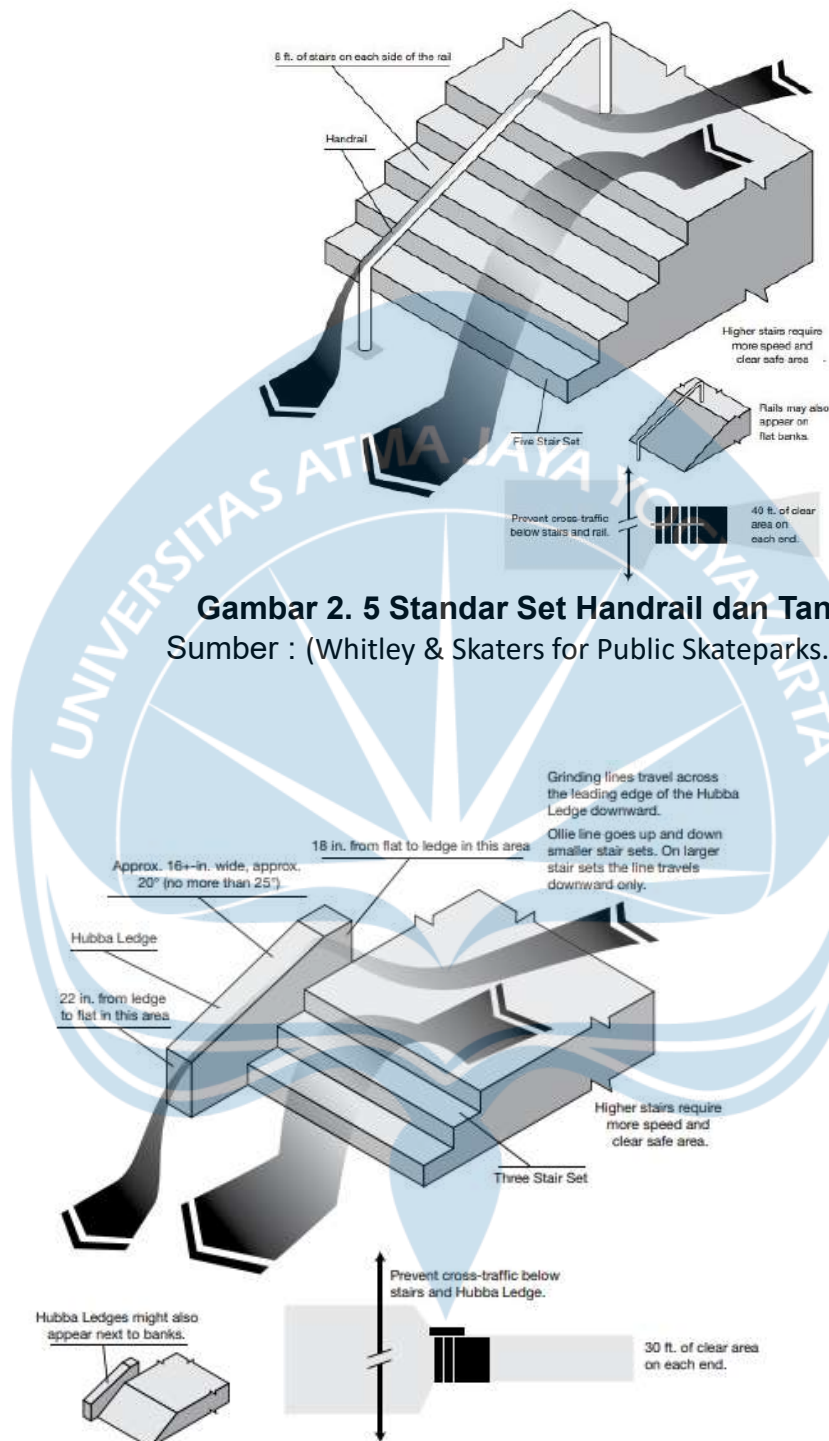


Gambar 2. 4 Obstacle pada Skatepark

Sumber : Tech Ramps Profesional Skateparks, 2023

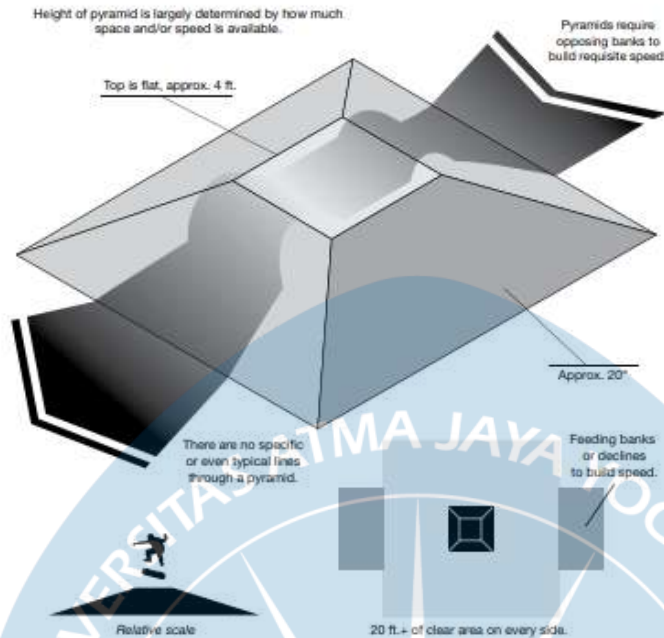
- **Permukaan Rata**
Permukaan rata pada *skatepark* berfungsi sebagai *safety zone* atau zona aman. Jarak antar peralatan minimal 3.04 m, jarak ini digunakan untuk permukaan rata. Sehingga pengguna dapat melakukan gerakan *pumping* ataupun *transition*.
- **Transition**
Bidang transisi, yaitu area peralihan antara permukaan datar dan miring, dapat dibangun dengan dua metode: dikelilingi oleh lereng menyerupai kolam renang atau dikelilingi oleh tepian yang menyerupai selokan atau saluran air. Ketinggian dinding dari lantai hingga puncak lip akan memengaruhi ukuran transisi, namun kemiringan standar tidak boleh melebihi 500. Untuk transisi kecil dengan ketinggian 1,22 meter, panjang bidang miring yang ideal adalah antara 1,52 hingga 2,13 meter.
- **Lips, Edges dan Coping (Pinggiran Dinding)**
Lips, *edges*, dan *coping* pada dinding, transisi, serta kolam harus kuat dan mendukung untuk melakukan trik seperti slide dan grind. Pinggiran yang menonjol keluar memungkinkan rider untuk menjaga posisi dengan aman dan nyaman. *Coping* berupa pipa besi minimal 2 inci yang menonjol memudahkan trik slide dan grind sekaligus melindungi material pada transisi.
- **Curbs, Blocks, Dinding dan Tangga**

Skatepark dirancang untuk memberikan kesan menyerupai pinggiran jalan. Sehingga elemen-elemen seperti dinding dan tangga memiliki peran penting.



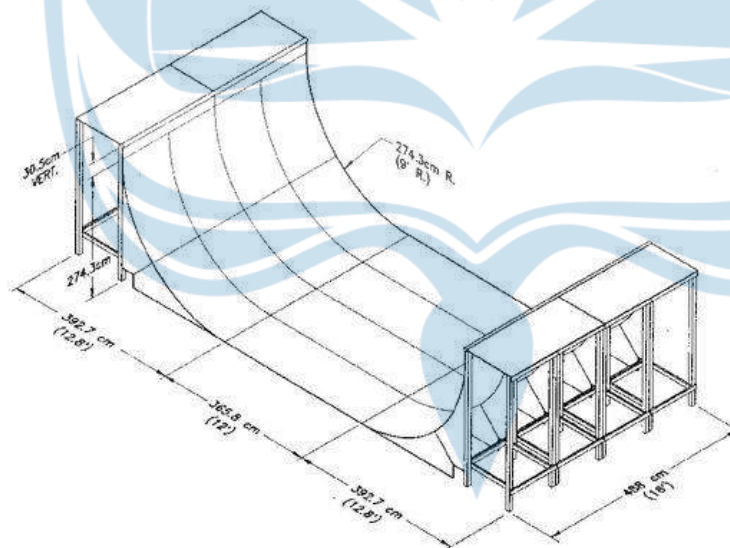
Gambar 2. 5 Standar Set Handrail dan Tangga
 Sumber : (Whitley & Skaters for Public Skateparks., 2009)

Gambar 2. 6 Standar Set Hubba dan Tangga
 Sumber : (Whitley & Skaters for Public Skateparks., 2009)



Gambar 2. 7 Standar Pyramid

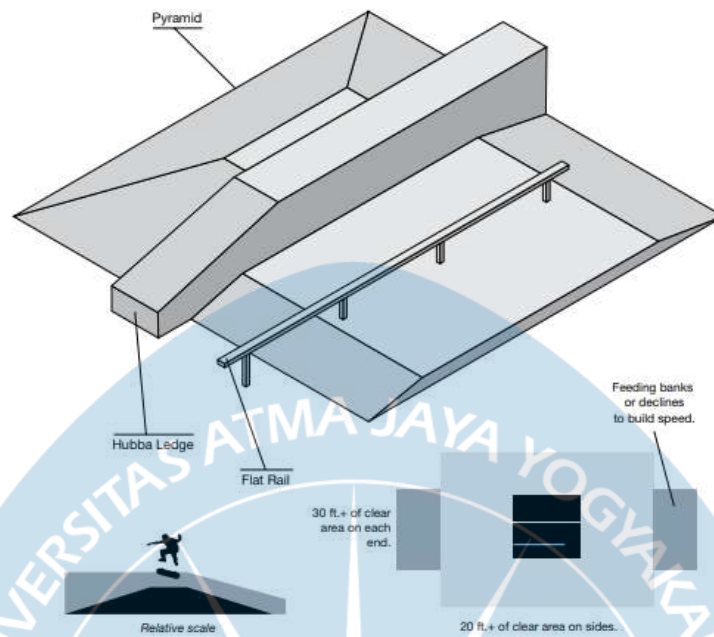
Sumber : (Whitley & Skaters for Public Skateparks., 2009)



RAMP				
PART NO.			REV. DATE	
9-1-22	SHEET 1 OF 4	SIZE 0		
9-1-22	SCALE: 3/16" = 1"			
DO NOT SCALE DRAWING!				

Gambar 2. 8 Standar Pipe Ramp

Sumber : Public Skatepark Guide



Gambar 2. 9 Standar Funbox

Sumber : (Whitley & Skaters for Public Skateparks., 2009)

Bowl pada peralatan skatepark memiliki sistem drainase khusus agar menghindari tergenangnya air hujan didalamnya. Terdapat beberapa titik penyerapan air yang kemudian disalurkan ke pipa drainase perancangan ataupun ke tanah. Namun lubang ini menggunakan material khusus seperti besi berlubang kecil agar tidak mengganggu laju roda pada skateboard ataupun sepatu roda.

II.9 Pendekatan Arsitektur Perilaku

II.9.1 Pengertian Arsitektur Perilaku

Behavior Architecture atau Arsitektur Perilaku menurut Y.B Mangun Wijaya dalam buku Wastu Citra (Mangunwijaya, 2009) adalah arsitektur yang dapat memahami serta mewadahi perilaku-perilaku manusia yang berasal dari berbagai macam perilaku, baik itu perilaku pencipta, pemakai, pengamat serta alam sekitarnya. Selain itu, menurut Clovis Heimsath, dalam bukunya yang berjudul *Behavioral architecture: toward an accountable design process* (Heimsath, 1977) menjelaskan bahwa perilaku adalah kesadaran akan struktur sosial dari orang-orang, dan suatu gerakan yang dinamik dalam suatu waktu. Sehingga dengan mengenali dan memikirkan perilaku seseorang dalam ruang, perancang dapat mencitakan suatu rancangan. Selain itu, Clovis Heimsath (Heimsath, 1977) juga menjelaskan bahwa arsitektur adalah sebuah lingkungan (*enclosure*) yang menjadi tempat orang-orang hidup dan bertempat tinggal. Arsitektur memiliki dua makna yaitu :

- Orang-orang yang tengah bergerak dengan sesuatu yang dikerjakan atau dilakukan, untuk menciptakan hubungan antar orang.
- Suatu kesadaran akan struktur sosial dari orang-orang yang melakukan gerakan secara dinamik dalam suatu waktu.

Dari pengertian mengenai arsitektur perilaku menurut beberapa ahli dapat disimpulkan bahwa Arsitektur Perilaku adalah rancangan arsitektural yang dapat mengakomodasi atau dirancang berdasarkan kebutuhan, perilaku, ataupun interaksi orang-orang di dalamnya. Pendekatan ini digunakan dalam merancang Maguwoharjo *Public Market* karena perilaku PKL dan pembeli yang tumbuh secara alami di kawasan Stadion Maguwoharjo menjadi fokus utama ataupun tujuan pengguna dalam rancangan.

II.9.2 Prinsip Arsitektur Perilaku

Perancangan Arsitektur Perilaku memiliki beberapa prinsip yang dapat diterapkan. Menurut Carol Simon dan Thomas G David dalam bukunya yang berjudul *Spaces for Children : The Built environment and Child Development* (Carol, Simon Weisten. David, 1987) terdapat tiga prinsip Arsitektur Perilaku yaitu :

- a. Mampu berkomunikasi dengan manusia dan lingkungan. Rancangan harus mudah dikenali atau mencerminkan fungsinya, sehingga dapat di kenali oleh pengguna dengan mudah.
- b. Mewadahi aktivitas penghuninya dengan nyaman secara fisik dan psikis serta memberikan pengalaman yang menyenangkan secara fisik dan fisiologis.
- c. Memperhatikan kondisi dan perilaku pemakai.

Prinsip-prinsip yang terdapat dalam Arsitektur Perilaku akan di terapkan dalam perancangan.

II.9.3 Behavioral Mapping

Behavioral Mapping atau Pemetaan Perilaku (Ittelson, W.H., Rivlin, L.G., & Proshansky, 1970) adalah metode objektif untuk mengamati perilaku dan komponen serta atribut pada suatu lingkungan. Metode ini memberikan informasi terkait perilaku mengenai karakteristik fisik, perilaku yang tumbuh secara alami, dan lain sebagainya dalam suatu lingkungan atau area yang telah ditentukan. Tujuan dari metode ini adalah untuk mengilustrasikan perilaku yang tumbuh pada lingkungan untuk dapat diadaptasi dalam perancangan desain. Menurut Robert Sommer dalam bukunya yang berjudul *Practical Guide to Behavioral Research Tools and Techniques* (Sommer, 1980) dalam pelaksanaan Pemetaan Perilaku, terdapat dua cara yang bisa dilakukan yaitu :

1. *Person-Centered Mapping*

Teknik Pemetaan Perilaku yang menekankan pada pergerakan manusia pada suatu periode waktu tertentu. Teknik ini dapat merekan perilaku manusia yang tidak hanya dalam satu lokasi, namun dapat merekan beberapa lokasi.

Tujuan dari Teknik ini untuk mendapatkan pemetaan terhadap pengguna pada suatu ruang dan menggambarkan pola perilakunya.

2. *Placed-Centered Mapping*

Teknik Placed-Centered Mapping merupakan Teknik untuk merekam manusia dalam memanfaatkan atau memosisikan dirinya dalam suatu lokasi tertentu. Teknik ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana manusia atau sekelompok orang memanfaatkan, menggunakan atau mengakomodasi perilakunya dalam suatu waktu dan tempat tertentu.

Setting merupakan suatu interaksi antara manusia dengan lingkungannya seperti area pedestrian, jalur kendaraan, pedagang kaki lima, dan lain sebagainya. Menurut Shabrina Tamimi et al terdapat tiga jenis *setting* ruang jika ditinjau dari elemen pembentuknya (Tamimi et al., 2024), yaitu :

1. *Fixed elements* adalah elemen tetap yang tidak berubah atau jarang berubah, contohnya : trotoar, jalan kendaraan, pagar dan sebagainya.
2. *Semi Fixed elements* adalah elemen benda yang bergerak, contohnya : Tenda PKL, furniture, dan lain sebagainya.
3. *Non – Fixed elements* adalah elemen yang bukan benda fisik namun berhubungan dengan perilaku yang ditunjukkan oleh manusia dalam menggunakan ruang.

Dalam perancangan Maguwoharjo *Public Market* metode ini digunakan untuk mengetahui perilaku pedagang, pembeli dan pengguna lainnya yang kemudian akan diadaptasi dalam rancangan. Relokasi PKL merupakan usaha memindahkan kegiatan jual-beli yang telah tumbuh secara alami pada suatu area. Sehingga sangat penting untuk dapat memahami kebutuhan yang diperlukan bagi pengguna.

II.9.4 Pendekatan Arsitektur Perilaku pada Perancangan

Pendekatan Arsitektur Perilaku digunakan pada perancangan Maguwoharjo Public Market dikarenakan perancangan akan mewadahi aktivitas pedagang kaki lima, pengunjung dan pengelola yang telah tumbuh secara alami di kawasan Stadion Maguwoharjo. Untuk mendukung penerapan pendekatan ini, digunakan metode behavioral mapping untuk mengetahui pola perilaku pengguna pada kawasan Stadion Maguwoharjo. Behavioral Mapping membantu mengidentifikasi organisasi pemanfaatan ruang oleh pelaku, aktivitas pelaku, pola sirkulasi, kebutuhan ruang, dan lain sebagainya. Sehingga hasil perancangan dapat lebih efektif dalam mengakomodasi perilaku pengguna dan menciptakan ruang yang nyaman, adaptif, dan mendukung produktivitas. Pendekatan ini memastikan bahwa rancangan Maguwoharjo Public Market mampu memenuhi kebutuhan pengguna secara menyeluruh dan menciptakan lingkungan yang hidup dan inklusif.

Pada pendekatan Arsitektur Perilaku terdapat prinsip-prinsip yang diterapkan pada perancangan. Penerapan pendekatan ini juga didasarkan pada hasil behavioral mapping yang dilakukan. Dalam konteks Maguwoharjo Public Market, pendekatan arsitektur perilaku diterapkan untuk :

- **Mendukung Interaksi Sosial**
Maguwoharjo Public Market dirancang untuk memfasilitasi interaksi antara pedagang dan pengunjung melalui tata letak kios yang mendorong komunikasi langsung, ruang terbuka yang mengundang aktivitas komunitas, serta elemen arsitektural yang mendukung keberlanjutan hubungan sosial.
- **Meningkatkan Kenyamanan Pengguna**
Penggunaan elemen desain seperti pencahayaan alami, ventilasi silang, dan material ramah lingkungan menciptakan pengalaman berbelanja yang nyaman bagi pengunjung serta mendukung kesehatan pedagang.
- **Mengatur Sirkulasi dan Perilaku**
Jalur sirkulasi dirancang untuk memisahkan aliran pengunjung dan barang dagangan guna menciptakan lingkungan yang terorganisir dan mudah diakses.
- **Mempertahankan Keberagaman Aktivitas**
Desain pasar mempertimbangkan berbagai aktivitas, termasuk area makan, ruang bersosialisasi, dan zona berdagang yang fleksibel, sehingga dapat menyesuaikan kebutuhan perilaku pengguna dari waktu ke waktu.

II.10 Studi Preseden Relokasi PKL

II. 10.1 Relokasi Pedagang Kaki Lima Teras Malioboro, Yogyakarta

Relokasi pedagang kaki lima (PKL) Malioboro resmi dilakukan pada 26 Januari 2022. Penataan PKL tersebut dirancang oleh Sultan Hamengkubuwono X dengan landasan mempertahankan keindahan dari Sumbu Imajiner. Selain itu, penataan ini dilakukan untuk menciptakan Malioboro sebagai ruang terbuka atau *Public open space*.



Gambar 2. 10 Teras Malioboro 1

Sumber : <https://labirutour.com/blog/teras-malioboro-1>

Para PKL dipindahkan ke Teras Malioboro 1 dan 2 yang masih terletak di Jl. Malioboro. Relokasi PKL ini menimbulkan banyak hal positif maupun negatif. Pemilihan Malioboro sebagai studi preseden karena orientasi lokasi yang tadinya menyebar di sepanjang jalan dirasa mirip dengan permasalahan yang ada di Stadion Maguwoharjo. Teras Malioboro merupakan tempat berjualan yang juga menjadi tempat wisata bagi wisatawan. Bangunan Teras Malioboro 1 dirancang dengan 2 lantai. Lantai satu diperuntukkan bagi pedagang pakaian, aksesoris dan kuliner. Sedangkan untuk lantai dua dimanfaatkan untuk pedagang batik, kerajinan tangan dan oleh-oleh. Jumlah kios pada Teras Malioboro 1 ini adalah 888 kios. Fasilitas penunjang yang disediakan pada Teras Malioboro 1 antara lain area parkir pada basemen, tempat ibadah, fasilitas sirkulasi, ATM, *Foodcourt*, Spot foto dan lain sebagainya.



Gambar 2. 11 Kondisi Jl. Malioboro sebelum relokasi PKL

Sumber : <https://jogjapolitan.harianjogja.com/>



Gambar 2. 12 Kondisi Jl. Malioboro setelah relokasi PKL

Sumber : <https://teras malioboro.iogjaprovo.go.id/2022/08/11/sejarah-jalan-malioboro/>

Relokasi Teras Malioboro memberikan dampak positif dan negatif bagi pedagang. Relokasi PKL meningkatkan penataan ruang dan estetika kawasan Malioboro, Pedagang kini sudah memiliki izin yang legal untuk berjualan, tempat yang baru memberikan keamanan dan kenyamanan yang lebih baik bagi pedagang dan pembeli. Namun terdapat beberapa dampak negatif antara lain pemasukan pedagang yang berkurang karena akses lokasi tidak semudah saat berjualan di sepanjang jalan trotoar Malioboro, pedagang yang terletak di sudut atau belakang mengalami penurunan omset, dan rendahnya minat pembeli untuk menelusuri seluruh area teras Malioboro.

II. 10.2 Relokasi Pedagang Kaki Lima Simpang Lima, Semarang

Pada 19 Januari 2011 Pemerintah Kota Semarang meresmikan Taman Mentri Supeno sebagai tempat relokasi Pedagang Kaki Lima di Jalan Pahlawan. Pemilihan preseden PKL Simpang Lima dikarenakan lokasi Simpang Lima yang merupakan pusat aktivitas warga dirasa relevan dengan Stadion Maguwoharjo. Penyebab dari relokasi PKL Simpang Lima, Semarang adalah kemacetan dan tidak tertatanya kawasan Simpang Lima, Semarang. Pemerintah merelokasi PKL Simpang Lima dikarenakan tempat ini merupakan ikon dari Kota Semarang yang perlu dijaga. Penyebab lainnya adalah permasalahan lingkungan seperti banjir dan kumuh serta kemacetan yang ditimbulkan akibat adanya PKL.



Gambar 2. 13 Selter PKL di Taman Menteri Supeno, Semarang

Sumber : Dokumentasi Google Maps, 2024

Pedagang Kaki Lima yang semula berjualan di sekitar Lapangan Pancasila Simpang Lima direlokasikan ke selter di sekitar Taman Indonesia Kaya. Area relokasi yang baru berjarak tidak jauh dari tempat semula PKL berjualan. Lokasi Taman Indonesia Kaya dilengkapi dengan berbagai fasilitas seperti pusat kegiatan kebudayaan, *amphiteater*, taman kota, dan berbagai kebutuhan pedagang. Area ini menjadi open *public space* Kota Semarang yang menarik turis dan warga sekitar. Jumlah selter yang dibuat oleh Pemerintah Kota Semarang sebanyak 48 dengan desain semi outdoor sehingga memudahkan untuk menarik pengunjung. Taman Indonesia memiliki aksesibilitas yang strategis karena dapat dijangkau pengunjung dari 3 arah yaitu Jl. Padanaran, Jl. Mentri Supeno dan Jl. Semarang - Surakarta.



Gambar 2. 14 Kondisi Simpang Lima Semarang sebelum Relokasi PKL

Sumber : <https://jateng.tribunnews.com/2019>

Relokasi PKL Simpang Lima ke Taman Menteri Supeno memberikan dampak positif dan negatif bagi pedagang. Dampak positif yang diberikan melalui kios-kios di taman yang rapi dan menarik, program pementasan musik yang dilaksanakan setiap akhir pekan dan peningkatan sumber daya manusia (SDM) melalui pelatihan membawa dampak yang signifikan pada pedagang. Namun di samping itu, lokasinya yang tidak dilalui oleh banyak kendaraan membuat konsumen yang datang tidak seramai ketika berjualan di Simpang Lima. Selain itu, banyaknya pengamen di area selter mengurangi kenyamanan pedagang dan pengunjung (Rasyidi et al., 2012)



II. 10.3 Komparasi Studi Preseden Relokasi PKL

Tabel 2. 2 Komparasi Studi Preseden Relokasi PKL

Aspek	Teras Malioboro 1	Taman Menteri Supeno	Kesimpulan
Lokasi	 Teras Malioboro di bangun di Titik Konsentrasi PKL	 Shelter PKL direlokasi sejauh 700m	Lokasi Relokasi PKL tidak boleh dipindahkan terlalu jauh dari titik konsentrasi PKL awal agar tidak menghilangkan lingkungan pasar yang telah terbangun (maks 500m)
Zoning dan Denah	 Zoning dibedakan berdasarkan barang dagangan. Gedung B dan C untuk makanan. Gedung A untuk barang non-pangan	 Pedagang berada pada shelter di pinggir jalan yang dibuat oleh pemerintah. Pedagang yang berjualan hanya makanan	Perlu dilakukan pemisahan zona makanan dan non-pangan agar pengunjung lebih mudah dalam mencari kebutuhan dan lebih bersih serta tertata
Kios	 Kios yang disediakan permanen dan memiliki ukuran 1.5 x 2 m	 Kios semi permanen karena hanya berbentuk kanopi, sehingga pedagang perlu membawa gerobak	Kios Pedagang minimal memiliki luas 1.5m x 2m untuk display. Kios baiknya merupakan kios permanen dan terlindungi dari hujan dan panas
Fasilitas	 Fasilitas yang disediakan adalah listrik, air, internet, manajemen sampah, parkir, eskalator, area workshop, dan area wisata	 Fasilitas yang disediakan adalah area terbuka publik, seperti panggung, taman, dan shelter kios	Fasilitas yang harus disediakan meliputi kebutuhan pedagang (kios yang memadai), area rekreasi untuk menarik minat pengunjung dan fasilitas penunjang lainnya seperti parkir dan sirkulasi

Sumber : Analisis Penulis, 2024

II.11 Studi Preseden *Public Market*

II. 11.1 Paris Ris Central Hawkers Centre, Singapore

Paris Ris Central Hawkers adalah *Food Court* yang terletak di Pris Ris Town Park. Bangunan ini memiliki 42 kios makanan baik tradisional maupun modern. Dengan luas area 3000 sqm bangunan ini memiliki 4 lantai. Lantai 1 dan 2 sebagai pusat kios dengan fasilitas tempat makan dan lantai 3 , 4 sebagai area parkir. Paris Ris Hawkers dipilih sebagai preseden karena bangunan komersial ini dapat terhubung dengan berbagai fasilitas kawasan dengan baik. Selain itu, pedagang kasongan menjadi salah satu ciri khas negara singapura yang dapat diatasi dengan baik oleh pemerintah. Bangunan ini terbangun dengan sangat baik dan memiliki daya tarik yang tinggi.



Gambar 2. 15 Paris Ris Central Hawkers

Sumber : <https://www.roots.gov.sg/>

Paris Ris Hawkers dirancang di sekitar Singapore National Park untuk menyediakan berbagai pilihan makanan bagi pengunjung. Tempat ini berfungsi sebagai tempat interaksi sosial bagi masyarakat. Desain Paris Ris Hawker menerapkan konsep ramah lingkungan yang diterapkan dalam ventilasi alami, pemanfaatan cahaya alami di siang hari dengan ekstasi panas. Pengembangan Paris Ris Central Hawkers sangat baik karena memiliki daya tarik melalui area rekreasi yang di rancang. Fasilitas yang terhubung dengan Paris Ris Hawkers antara lain Pusat Olahraga, Taman Kota, Area Pemancingan dan *Playground*. Selain itu fasilitas gedung yang disediakan dapat memberikan kenyamanan bagi pedagang dan pengunjung seperti kios-kios yang memadai, area makan yang luas, toilet, parkir dan fasilitas sirkulasi seperti lift.

II. 11.2 Braga *Public Market*, Portugal

Braga *Public Market* adalah hasil renovasi dari pasar kota Portugal yang dibangun pada 1965. Braga *Public Market* menggabungkan pasar kota dengan alun-alun kota sebagai *public space*. Braga *Public Market* dipilih sebagai studi preseden dari tipologi *Public Market*. Hal-hal yang dapat diadaptasi dari Braga *Public Market* adalah pembagian zoning dalam perancangan, fasilitas yang diberikan, sirkulasi, dan perancangan fasad arsitektur yang menarik sehingga menjadi salah satu aspek yang dapat menarik pengunjung. Braga *Public Market* menjual berbagai produk seperti roti, daging, ikan, sayur, buah, bunga, dan biji-bijian. Pembagian *zoning* pada bangunan ini berdasarkan produk kering dan basah. Pada lantai atrium terdapat area buah dan sayur serta tanaman kemudian daging dan ikan diletakan pada zona basah. Kemudian untuk *foodcourt* dan *bakery* dijadikan satu zona.



Gambar 2. 16 Braga *Public Market*

Sumber : <https://www.archdaily.com/>

Perancangan *zoning* yang jelas dan sirkulasi pengguna yang lebar memberikan pengalaman spasial yang baik bagi pengunjung. Selain itu, Braga *Public Market* menerapkan desain universal dengan menyediakan akses bagi penyandang cacat dan lansia. Pemanfaatan cahaya matahari dirancang dengan sangat baik pada bangunan ini. Cahaya Matahari dibiarkan masuk melalui bilah kaca pada atap dengan pengontrol thermal melalui bilah-bilah kayu.

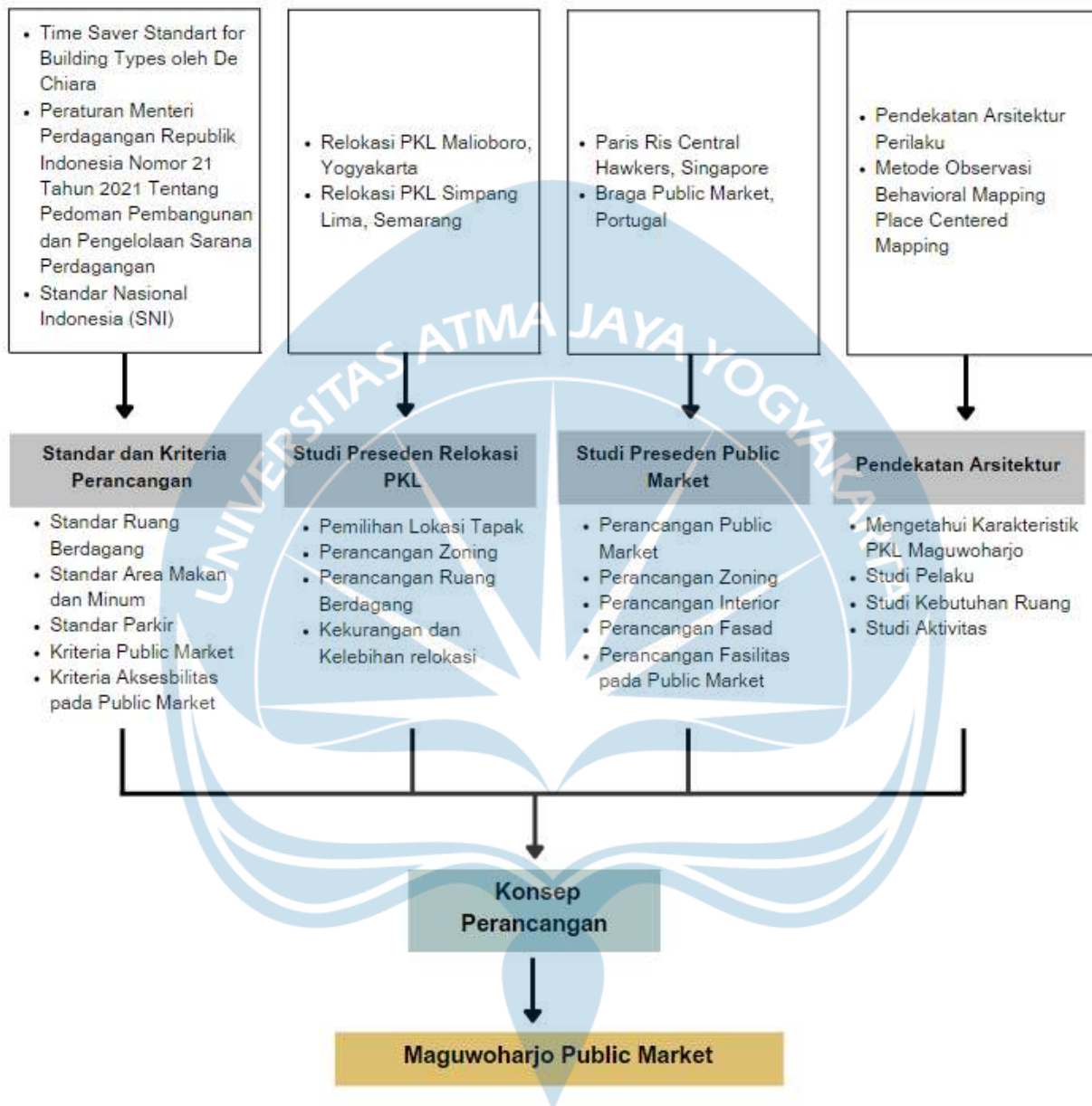
II. 11.3 Komparasi Studi Preseden

Tabel 2. 3 Komparasi Preseden *Public Market*

Aspek	Paris Ris Central Hawkers	Braga Public Market	Kesimpulan
Zoning dan Denah	 Paris Ris terdiri dari 4 lantai. Lantai 1 dan 2 pusat makanan dan lantai 3 dan 4 untuk lot parkir	 Barang dagangan dipisahkan secara zoning : Basah (daging dan ikan), kering (sayur dan buah), makanan siap saji	Zoning dibedakan berdasarkan jenis dagangan untuk menciptakan kenyamanan serta kemudahan bagi pengguna
Konsep	 Paris Ris Central Hawkers konsep semi terbuka, sehingga pemanfaatan udara alami dan cahaya matahari sangat dimaksimalkan. ditambahkan shading buatan dan alami untuk menghalau panas	 Braga Public Market menerapkan konsep sustainable building melalui pemanfaatan energi alami dan material material alami	Konsep Public Market sebagai ruang publik tidak boleh memberikan dampak negatif bagi alam, dan memaksimalkan energi alami
Kios	 Paris Ris Central hawkers memiliki satu jenis kios yaitu untuk makanan saja. Kios yang disediakan terdiri dari kavling kavling permanen.	 Braga Public Market memiliki beberapa modul kios sesuai zoning yang diterapkan.	Modul kios dapat dibedakan sesuai dengan kebutuhan pedagang, atau dagangan yang dijual
Fasilitas			Fasilitas yang disediakan dapat dirancang sesuai potensi daerah, dan dapat menarik pengunjung sebagai area rekreasi atau attraction
Fasad	 Paris Ris Central Hawkers membentuk fasadnya melalui massa bangunan yang melingkar. Selain itu shading yang di rancang serta penambahan vegetasi memberikan kesan yang menarik pengunjung.	 Fasad Braga Public Market memiliki keunikan dibandingkan wilayah sekitarnya. Sehingga fasad ini dapat menjadi tanda dan memiliki monumentalitasnya sendiri	Fasad dari public market harus dapat dengan mudah dikenali oleh masyarakat serta menarik minat pengunjung
Interior	 Interior dari Paris Ris Central Hawkers memiliki kesan yang terbuka, dengan melihatkan pipa dan material yang sederhana. Namun, ini menjadi karakteristik dari "hawkers" itu sendiri	 Interior Braga Public Market memiliki kesan yang hangat dan menyatu antara pembeli dan pedagang. Ruang yang didesain terbuka memberikan pengalaman spasial yang jelas	Interior dari Public Market dapat memberikan kejelasan sirkulasi bagi pengguna, dan memberikan kenyamanan agar masyarakat dapat beraktivitas dengan baik

Sumber : Analisis Penulis, 2024

II.12 Kerangka Teori



Bagan 2. 1 Kerangka Teori

Sumber : Analisis Penulis, 2024