

PERANCANGAN INTERIOR PASAR MIMBAAN KABUPATEN SITUBONDO, JAWA TIMUR

Aprilya Dwi Astuty
april29lya@gmail.com

Drs. Ismael Setiawan, MM.
ismael_bidisi@yahoo.com

Abstract

Traditional market in Situbondo City still be one of favorit shopping destination by local people, one of the market in Situbondo City is Mimbaan Market which is located at Jawa Street, Mimbaan, Panji, Situbondo, East Java. Many of local people ask on government for redesign complex of Mimbaan Market. Condition of traditional market which identical with slum, dirty, muddy, smell, and stuffy place making many of local people especially among of petitbourgeois prefer for shopping on modern market. Designing of interior market also expexted to give some innovation on designing every stall and sales facilities like furniture which considering of every needs in various product on every stall. Make a Trip on Market concept consider of design problem to give some innovation with change of previous market concept which just be used for buy and sell become one of trip destination in Situbondo City.

Keyword : Market, Traditional, Trip

Abstrak

Pasar tradisional di kota Situbondo masih menjadi tujuan favorit masyarakat sekitar untuk berbelanja kebutuhan pokok. Salah satu pasar di kota Situbondo adalah Pasar Mimbaan yang terletak di Jl. Jawa, Mimbaan, Panji, Situbondo, Jawa Timur. Banyak warga Situbondo meminta Pemerintah Kota untuk dapat segera melakukan pembenahan komplek Pasar Mimbaan. Kondisi pasar tradisional yang identik dengan tempat yang kumuh, kotor, becek, bau, dan sumpek membuat banyak masyarakat khususnya kalangan menengah ke atas lebih memilih untuk berbelanja di pasar modern. Perancangan interior pasar juga diharapkan untuk dapat memberikan inovasi dalam perancangan setiap lapak atau kios-kios serta fasilitas penjualan seperti furnitur dengan mempertimbangkan setiap kebutuhan dalam aneka produk tiap-tiap kios. Penggunaan konsep Make a Trip on Market mempertimbangkan permasalahan desain untuk memberikan inovasi dengan mengubah konsep pasar sebelumnya yang hanya digunakan sebagai area jual beli saja menjadi salah satu tujuan wisata Kabupaten Situbondo.

Kata kunci: Pasar, Tradisional, Wisata

PENDAHULUAN

Pasar tradisional merupakan jantung perekonomian masyarakat, hingga saat ini minat untuk mengunjungi pasar tradisional masih tinggi, hal tersebut dikarenakan banyaknya masyarakat yang membutuhkan pasar untuk mencari kebutuhan serta pendapatan dalam transaksi jual beli. Pasar tradisional di kota Situbondo masih menjadi tujuan favorit masyarakat sekitar untuk berbelanja kebutuhan pokok. Salah satu pasar di kota Situbondo adalah Pasar Mimbaan yang terletak di Jl. Jawa, Mimbaan, Panji, Situbondo, Jawa Timur. Pasar yang dikelola pemerintah ini diharapkan untuk dapat melayani kebutuhan masyarakat akan pasar tradisional yang dikelola secara sederhana sebagai penerapan sistem transaksi tawar menawar secara langsung yang merupakan ciri khas dari pasar tradisional itu sendiri.

Banyak warga Situbondo meminta Pemerintah Kota untuk dapat segera melakukan pembenahan kompleks Pasar Mimbaan. Sebab sejauh ini kondisi pasar tradisional terbesar di Situbondo tersebut kian memprihatinkan, banyaknya pedagang yang berada di luar lapak yang telah disewakan sehingga dianggap mengganggu ketertiban dan kerapian pasar itu sendiri, penempatan tiap-tiap lapak yang tidak sesuai karakter dan jenis penjualan, serta jumlah toilet yang kurang memadai karena hanya terdapat 3 toilet untuk masing-masing gender dirasa kurang dengan luas pasar yang besar. Selain itu, beberapa fasilitas masih kurang terpenuhi seperti misalnya pemberian *sign system*, pembagian ruang dan area yang kurang tepat, dan penataan perabot tanpa pertimbangan dan perhitungan yang tepat justru membuat kegiatan dan alur sirkulasi menjadi terganggu.

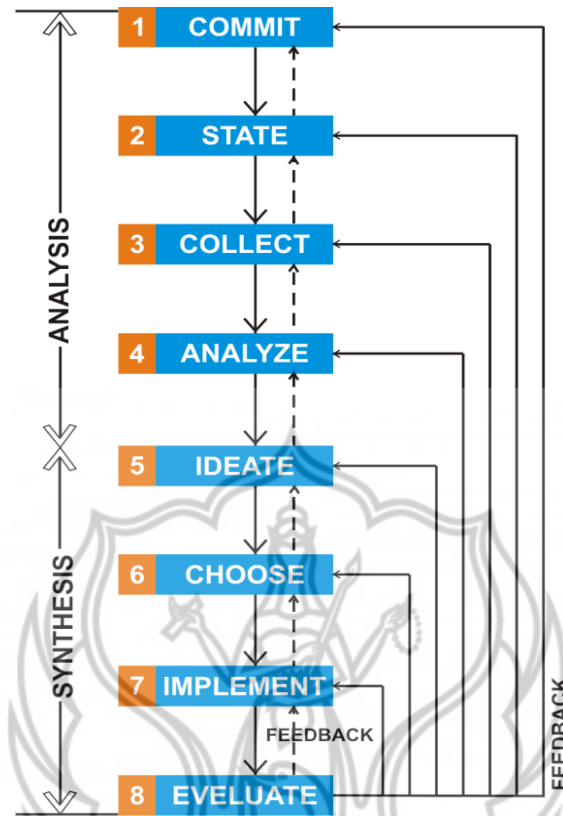
Pasar tradisional selama ini identik dengan tempat yang kumuh, kotor, becek, bau, dan sumpek. Bukan itu saja, pasar tradisional sering diwarnai dengan aksi pencopetan. Kondisi pasar tradisional yang seperti itu membuat banyak masyarakat di Indonesia, khususnya kalangan menengah ke atas lebih memilih untuk berbelanja di pasar modern, seperti *mall*, *minimarket*, *supermarket*, *hypermarket*, dan sebagainya. Masyarakat dengan gaya hidup modern kini lebih menyukai pasar-pasar dengan sistem pengelolaan yang tertata, bersih, nyaman, aman, dan strategis.

Hal tersebut juga menjadi bahan pertimbangan dalam meredesain Pasar Mimbaan Situbondo. Perancangan interior dengan mempertimbangkan aspek-aspek yang menjadi *problem statement* untuk pasar tradisional itu sendiri sehingga akan dapat dihasilkan desain yang memenuhi kebutuhan masyarakat dengan memberikan pemecahan masalah yang biasa terjadi di pasar tradisional yang dapat bersaing dengan pasar modern saat ini. Dari sini akan ditemukan perancangan interior dengan layout dengan memperhatikan penempatan lapak yang sesuai jenis barang yang dijual, dan juga kebutuhan-kebutuhan akan beberapa tempat yang dianggap penting, dengan tetap mempertimbangkan keluasan di lokasi sehingga akan mampu menciptakan kesan nyaman, bersih, rapi, serta menyenangkan bagi penjual maupun pembeli di Pasar Mimbaan ini. Selain itu perancangan interior pasar juga diharapkan untuk dapat memberikan inovasi dalam perancangan setiap lapak atau kios-kios serta fasilitas penjualan seperti furnitur dengan mempertimbangkan setiap kebutuhan dalam aneka produk tiap-tiap kios.

METODE PERANCANGAN

Metode perancangan yang digunakan adalah Pola Pikir Perancangan Desain Rosemary Kilmer. Metode ini melalui 3 tahapan, dimana tahap pertama yang merupakan proses untuk menganalisis permasalahan dengan mengumpulkan data fisik, non-fisik, literatur, dan data-data lainnya dengan cara wawancara dan *survey* lapangan untuk kemudian dikumpulkan agar

dapat ditemukan kelebihan dan kelemahan objek. Tahap kedua merupakan proses sintesis untuk menghasilkan beberapa alternatif solusi desain untuk memecahkan permasalahan desain yang didapatkan dari tahap sebelumnya. Kemudian tahap ketiga yaitu menentukan alternatif yang dibutuhkan klien dan sesuai untuk dapat dilanjutkan ke tahap final (presentasi dan gambar kerja).



Bagan 1. Pola Pikir Perancangan
(Sumber: Designing Interiors, Rosemary Kilmer, 1992)

Dari bagan Pola Pikir Perancangan menurut Rosemary Kilmer dapat disimpulkan:

- a. *Commit*: menerima atau berkomitmen dengan masalah. Untuk dapat menerima dan berkomitmen terhadap masalah dengan cara membuat daftar prioritas. Daftar prioritas ini bersangkutan dengan manajemen waktu desainer dalam memecahkan sebuah masalah.
- b. *State*: mendefinisikan masalah. Seorang desainer harus dapat menghadapi masalah dengan pikiran terbuka, serta konsisten. Dengan cara membuat *checklist* apa yang perlu diselesaikan untuk memecahkan masalah. Isi *checklist* terdiri dari semua aspek (fisik, sosial, ekonomi, psikologis) sehingga dapat memahami masalah secara keseluruhan. Selain itu dengan cara wawancara dengan pihak yang bersangkutan.

- c. *Collect*: mengumpulkan fakta. Fakta dapat terkumpul dengan cara melakukan *survey* lapangan, *research*, dan wawancara.
- d. *Analyze*: menganalisa masalah dan data yang telah dikumpulkan. Untuk menganalisa dengan cara membuat sketsa konsep.
- e. *Ideate*: mengeluarkan ide dalam bentuk skematik dan konsep. Untuk mendapatkan ide, dengan cara *brainstorming*.
- f. *Choose*: memilih alternatif yang paling sesuai dan optimal dari ide-ide yang ada. Dalam memilih alternatif menggunakan cara *personal judgment*, dimana penulis berhati-hati dalam membandingkan setiap pilihan terhadap orang lain dan memutuskan pilihan yang memenuhi kriteria atau tujuan masalah. Serta dengan cara *comparative analysis*.
- g. *Implement*: melaksanakan penggambaran dalam bentuk pencitraan 2D dan bentuk 3D serta presentasi yang mendukung. Dengan cara membuat gambar desain akhir yang telah memenuhi kriteria. Membuat *time schedule* sehingga pekerjaan bisa berjalan dengan lancar dan sesuai harapan. Memikirkan anggaran biaya, setelah itu membuat gambar kontuksi.
- h. *Evaluate*: meninjau desain yang dihasilkan, apakah telah mampu memecahkan permasalahan. Untuk melakukan evaluasi, dapat menggunakan cara *self-analysis*, *solicited opinion*, *critic's analysis*.

HASIL

1. Data lapangan



Gambar 1. Fasad Utara Bangunan
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2016)



Gambar 2. Fasad Selatan Bangunan
(Sumber: Dokumentasi pribadi, 2016)



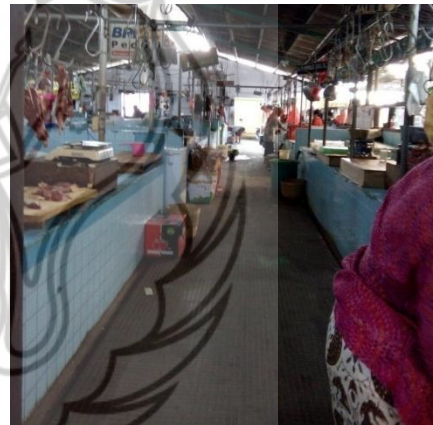
Gambar 3. Area Kios-Kios Pasar
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2016)



Gambar 4. Area Pasar Buah
(Sumber: Dokumentasi pribadi, 2016)



Gambar 5. Area Kios Ikan
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2016)



Gambar 6. Area Kios Daging
(Sumber: Dokumentasi pribadi, 2016)



Gambar 7. Area Kios Lantai 2
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2016)



Gambar 8. Area Kios Lantai 2
(Sumber: Dokumentasi pribadi, 2016)

Ruang Lingkup Perancangan		
<i>Entrance</i>	662,4	m ²
Area UKM	393,3	m ²
Area Pasar	924	m ²
Area Kuliner Lantai 1	65,55	m ²
Area Kios Pakaian Lantai 1	162	m ²
Area Kios Bumbu Dapur	236	m ²
Area Kuliner Lantai 2	200,88	m ²
Area Kios Pakaian Lantai 2	200,88	m ²
Toilet	64,26	m ²
Musholla	32.11	m ² +
	640	m ²

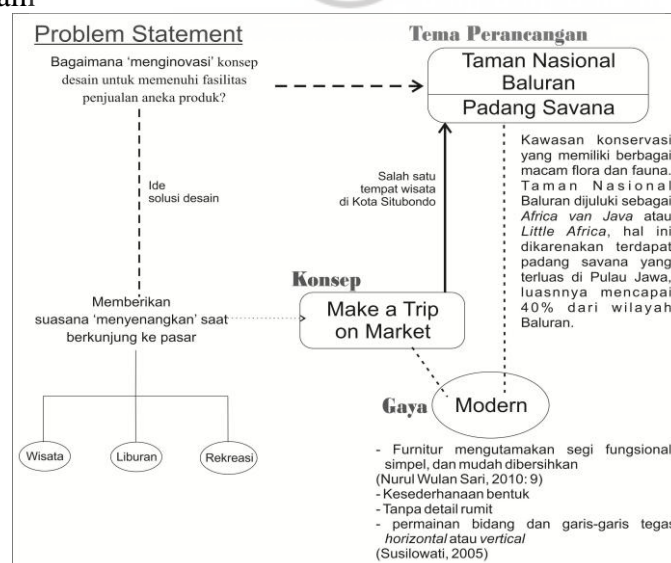
2. Permasalahan Desain

Berdasarkan data lapangan, data literatur, dan informasi yang didapat dari klien dan berbagai sumber, disimpulkan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana meredesain interior Pasar Tradisional yang dapat memenuhi aspek kerapian, kebersihan, dan kenyamanan?
2. Bagaimana merancang *layout* dengan mempertimbangkan kebutuhan ruang serta sirkulasi yang optimal?
3. Bagaimana merancang *sign system* yang dapat memenuhi 4 kriteria, yaitu: mudah dilihat, mudah dibaca, mudah dimengerti dan dapat dipercaya?
4. Bagaimana menginovasi konsep desain untuk memenuhi fasilitas penjualan aneka produk daging, ikan, buah, dll?

PEMBAHASAN

A. Konsep Desain



Bagan 2. Konsep, Tema dan Gaya Perancangan
(Sumber: Analisis Penulis, 2017)

1. Konsep Perancangan

Konsep Perancangan Pasar Mimbaan Kabupaten Situbondo adalah *Make a Trip on Market*, konsep tersebut diambil dari pengertian berwisata, yaitu sebuah kegiatan yang menyenangkan dan bertujuan untuk menyegarkan pikiran dari kejenuhan. Dari pengertian tersebut diharapkan pengguna dapat merasakan suasana menyenangkan ketika berkunjung ke Pasar Mimbaan Kabupaten Situbondo. Konsep *Make a Trip on Market* juga mempertimbangkan permasalahan desain untuk memberikan inovasi dengan mengubah konsep pasar sebelumnya yang hanya digunakan sebagai area jual beli saja menjadi salah satu tujuan wisata Kabupaten Situbondo.

2. Gaya Perancangan

Konsep *Make a Trip on Market* akan ditunjukkan dari Taman Nasional Baluran yaitu salah satu tempat wisata yang banyak diminati di Kota Situbondo. Taman Nasional Baluran yang merupakan salah satu kawasan konservasi yang didalamnya memiliki berbagai macam flora dan fauna. Taman nasional ini terdiri dari tipe vegetasi sabana, hutan *mangrove*, hutan musim, hutan panai, hutan pegunungan bawah, hutan rawa, dan hutan yang selalu hijau sepanjang tahun. Taman Nasional Baluran dijuluki sebagai *Africa van Java* atau *Little Africa*, hal ini dikarenakan terdapat padang savana yang terluas di Pulau Jawa, luasnya mencapai 40% dari wilayah Baluran.

3. Tema Perancangan

Perancangan Pasar Mimbaan Kabupaten Situbondo mengambil tema Taman Nasional Baluran dengan memfokuskan pada padang savana di tempat wisata ini. Gaya yang diterapkan untuk tema ini yaitu, gaya modern serta individual dengan mempertimbangkan pula muatan lokal untuk memberikan kesan tradisional tetap ada yang juga merupakan salah satu ciri utama pasar tradisional.

4. Pencapaian dan Penerapan Suasana

Berdasarkan tema yang diterapkan, karakteristik yang harus dicapai yaitu kenyamanan dan keramahan. Suasana kenyamanan akan diterapkan melalui bentuk dan material. Transformasi bentuk dari pohon dan kepala rusa yang disederhanakan dan distilasi untuk digunakan sebagai ornamen pada dinding dan kolom interior. Penggunaan material kayu untuk mempertegas konsep alam dan material lempengan besi untuk memberikan sedikit gaya industrial. Sedangkan suasana keramahan akan diwujudkan melalui penerapan warna dengan menggunakan warna cerah yang merupakan warna khas dari Kota Situbondo sendiri, warna cerah ini diterapkan dari unsur alam yaitu coklat, hijau, dan biru. Tidak lupa diterapkan unsur budaya setempat agar kesan tradisional tetap ada.

Komposisi Warna dan Material



Gambar 9. Komposisi Warna
(Sumber: Analisis Penulis, 2017)



Gambar 10. Komposisi Material
(Sumber: Analisis Penulis, 2017)

B. Desain Akhir



Gambar 11. Area Kios dan *Entrance*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2017)



Gambar 12. Hasil Redesain *Entrance*
(Sumber: Dokumen pribadi, 2017)

Pada area kios dan *entrance* ditambahkan *bench* sebagai area duduk pengunjung pasar, penggunaan warna coklat lebih mendominasi dengan sedikit penerapan warna hijau dan biru. Pengaplikasian furnitur menggunakan bentuk simetri. Penerapan transformasi bentuk pada kolom sebagai ornamen agar menunjukkan kesan tradisional.



Gambar 13. Area Pasar
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2016)



Gambar 14. Hasil Redesain Area Pasar
(Sumber: Dokumen Pribadi, 2017)



Gambar 15. Hasil Redesain Area Pasar
(Sumber: Dokumen Pribadi, 2017)

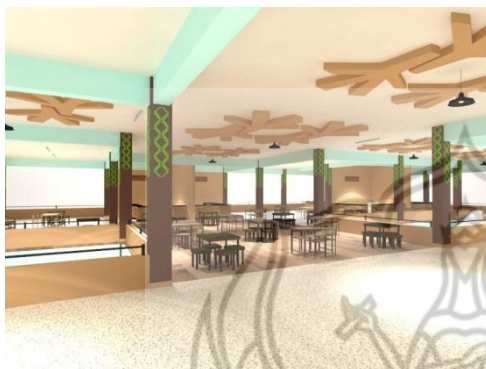
Area pasar yang merupakan area penjualan produk buah, sayur, ikan, dan daging menggunakan warna coklat dan putih lebih mendominasi untuk memberikan kesan tegas dan rapi. Pengaplikasian furnitur area ini menggunakan bentuk simetri untuk menerapkan gaya *modern* serta penggunaan atap dengan material baja ringan.



Gambar 16 Area Kios Lantai 2
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2016)



Gambar 17. Hasil Redesain Lantai 2
(Sumber: Dokumen Pribadi, 2017)



Gambar 18 Hasil Redesain Lantai 2
(Sumber: Dokumen Pribadi, 2016)



Gambar 17. Hasil Redesain Lantai 2
(Sumber: Dokumen Pribadi, 2017)

Pada area kuliner lantai 2 akan didesain dengan area terbuka sebagai tempat santai yang menyenangkan untuk berkumpul dengan penggunaan material kayu sebagai desain serta penggunaan warna hijau, biru, dan coklat untuk mempertegas suasana santai itu sendiri. Permainan *plafond* digunakan pada area ini dengan.

KESIMPULAN

Pasar tradisional merupakan jantung perekonomian masyarakat, hingga saat ini minat untuk mengunjungi pasar tradisional masih tinggi, hal tersebut dikarenakan banyaknya masyarakat yang membutuhkan pasar untuk mencari kebutuhan serta pendapatan dalam transaksi jual beli. Untuk itu, kedudukan pasar tradisional masih tetap penting dan menyatu dalam kehidupan masyarakat. Kondisi Pasar Mimbaan di Kota Situbondo sejauh ini yang kian memprihatinkan dapat membuat banyak masyarakat khususnya kalangan menengah ke atas lebih memilih untuk berbelanja di pasar modern, seperti *mall*, *minimarket*, *supermarket*, *hypermarket*, dan sebagainya. Masyarakat dengan gaya hidup modern kini lebih menyukai pasar-pasar dengan sistem pengelolaan yang tertata, bersih, nyaman, aman, dan strategis.

Inovasi konsep berperan penting pada perancangan Pasar Mimbaan Situbondo agar dapat bersaing dengan pasar modern saat ini. Salah satu konsep yang dapat digunakan yaitu konsep wisata, pengertian dari konsep wisata itu sendiri merupakan sebuah kegiatan yang menyenangkan dan bertujuan untuk menyegarkan pikiran dari kejenuhan. Dari pengertian tersebut diharapkan pengguna dapat merasakan suasana menyenangkan ketika berkunjung ke Pasar Mimbaan. Konsep wisata itu sendiri juga dapat diambil dari Taman Nasional Baluran

yang merupakan salah satu tempat wisata yang banyak diminati di Kota Situbondo. penerapan konsep tersebut dapat menjadikan Pasar Mimbaan menjadi salah satu tujuan wisata di Kota Situbondo.

DAFTAR PUSTAKA

- Adler, D. (1999). *Matric Handbook Planning and Design Data*. Oxford: Architectural Press.
- Chiara, J. D., & Callender, J. H. (1973), *Time Saver Standards for Building Types*, New York: Mc. Graw Hill Book Company.
- Ching, F. D., & Benggali, C. (2012). *Interior Design Illustrated*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- Haris, C. M. (1975), *Dictionary of Architecture and Construction*, New York: Mc. Graw-Hill Book Company.
- Panero, J., & Zelnik, M. (1979), *Human Dimension & Interior Space*, New York: Whitney Library Of Design.
- Sari, N. W. (2010), *Ragam Gaya Interior*, Jakarta: Griya Kreasi (Penebar Swadaya Group).
- Sukaesih, Henny. (1994), "Pasar Swalayan dan Prospeknya", *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, (Vol.II No. 1,1994) hal 69.
- Tinarbuko, S. (2008), *Semiotika Komunikasi Visual*, Yogyakarta: Jalan Sutra.
- <https://id.wikipedia.org/wiki/Pasar> (20:13. 18 April 2017)
- http://hilmiarifin.com/pasar_tradisional-vs-pasar-modern/ (13:27. 18 Juli 2017)
- <http://ratnaputri92.blogspot.co.id/2012/01/pasar-tradisional-eksistensi-rakyat.html> (14:35. 19 Juli 2017)