

## DESAIN TATA DISPLAY PASAR BUAH SEBAGAI DAYA TARIK WISATA BELANJA DI PASAR GEDHE HARDJONAGORO

Ahmad Fajar Ariyanto<sup>1</sup>, Alexander Nawangseto Mahendrapati<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Desain Interior FSRD ISI Surakarta  
leahfajar@yahoo.com

<sup>2</sup>Program Studi Seni Murni FSRD ISI Surakarta  
nawangseto@gmail.com

### ABSTRAK

*Traditional market in Surakarta is still preserved and being part of economic activity of the society, despite the increasing number of supermarkets. The revitalization of these markets is one of the medium-term development plans of Surakarta because compared to the other sources, traditional markets make the biggest contribution to the local government revenue. One of these markets is the western part of Pasar Gedhe Hardjonagoro whose commodities are fresh fruits. Unfortunately, the rehabilitation and renovation program are only focused on the main building. The inside area where the trade activities between sellers and buyers happen is excluded from the rehabilitation program. Considering Pasar Gedhe as a tourist destination, the needs of market management especially for displaying the product is essential to attract the consumers and tourists. This article is the result of an applied research in interior design about the design of display system of fruit sellers in the western part of Pasar Gedhe Hardjonagoro in Surakarta. This applied research is a qualitative descriptive analysis with case study approach. The work employs functional, ergonomic, thematic, and stylish approaches for the design solution. The result acquired from the interior design research is a zoning which is divided into selling, circulation and service, outdoor zone, and managing the circulation and two-side services, and creating the interior theme. While the result on the display design is the design needs to be able to functionally support the trade activities, easy to maintenance, solid, long-lasting, safe, the display system represents the locality, and how the commodities can be an interesting visual attraction. The display system is designed to be an open layout system so that it creates a socio-cultural interaction for the people within the market.*

*Keywords: Pasar Gedhe rehabilitation, zoning, display system, functionality, visual attraction.*

### PENDAHULUAN

Pasar tradisional di Kota Surakarta tetap dipertahankan dan telah menjadi bagian dari pergerakan ekonomi masyarakatnya, meskipun saat ini banyak bermunculan fasilitas modern pasar swalayan. Karakteristik produk di setiap pasar masing-masing memiliki kekhasan. Selain sembilan kebutuhan pokok terdapat beberapa pasar yang komoditasnya lebih spesifik. Pasar Gedhe Hardjonagoro dikenal masyarakat Surakarta sebagai pasar yang menjual produk dengan kualitas terbaik, sehingga karakteristik konsumennya pun dapat dipastikan masyarakat golongan menengah ke atas.

Pasar Gedhe Hardjonagoro sebagai tempat transaksi jual beli hasil bumi dan kebutuhan pokok, berdiri sejak pemerintahan Paku Buwono X, terdiri dari dua bangunan di sisi barat dan timur.

Spesifikasi komoditas terbagi dua, yaitu: bagian timur menjual produk sembako dan aneka kebutuhan rumah tangga, sedangkan bagian barat menjual buah lokal dan import. Pemerintah Kota Surakarta telah merevitalisasi Pasar Gedhe sisi barat tahun 2015.

Pemberdayaan ekonomi warga merupakan salah satu program utama dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Kota Surakarta, salah satunya dengan merevitalisasi dan merehabilitasi pasar tradisional. Revitalisasi tersebut berkontribusi terhadap peningkatan ekonomi dan menjadi tolok ukur kemajuan ekonomi kerakyatan. Revitalisasi juga dapat mempengaruhi daya beli masyarakat karena masyarakat yang terbiasa berbelanja di supermarket bisa beralih ke pasar tradisional. Jadi dengan direvitalisasinya Pasar Tradisional maka

tingkat kesejahteraan masyarakat turut berpengaruh<sup>1</sup>.

Fungsi secara keseluruhan rehabilitasi Pasar Gedhe sisi barat untuk memfasilitasi para pedagang yang tersebar di bagian belakang Pasar Gedhe sisi timur, baik di lantai dasar maupun di lantai atas untuk menempati area hasil rehabilitasi tersebut. Pasar Gedhe merupakan bangunan cagar budaya yang ditetapkan dengan Surat Keputusan (SK) Wali Kota Nomor 646/101-F/I/2012. Tim cagar budaya telah mengizinkan rancangan detail konstruksi untuk revitalisasi dan rehabilitasi area Pasar Gedhe sisi barat asal tidak mengubah tampilan arsitekturnya.

Program rehabilitasi atau renovasi pasar tradisional, khususnya Pasar Gedhe sisi barat (pasar buah) faktanya hanya menyentuh infrastruktur bangunan. Namun ruangnya dalam tempat transaksi jual beli tidak tersentuh. Desain interior tidak menjadi perhatian dalam program rehabilitasi, khususnya tata display atau teknik pajang produk. Padahal peningkatan penjualan dicapai melalui tata display produk yang menarik calon konsumen.

Peraturan Menteri Perdagangan RI No: 70/M-DAG/PER/12/2013 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern pada bab V tentang Pengelolaan Pasar tradisional pasal 19 ayat 1 bagian c termuat, pengelola pasar tradisional memiliki peran antara lain dapat berupa melaksanakan pembinaan, pendampingan, dan pengawasan kepada para pedagang. Pada pasal 19 ayat (2), kegiatan pembinaan, pendampingan dan pengawasan kepada para pedagang sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf c, dilakukan melalui (a) peningkatan pelayanan pada konsumen baik mengenai kualitas barang, kebersihan, takaran, kemasan, penyajian/penataan barang maupun dalam pemanfaatan fasilitas ruang, (b) peningkatan kompetensi pedagang melalui pendidikan, pelatihan dan penyuluhan. Peraturan Menteri tersebut mewajibkan pengelola pasar untuk melibatkan para pedagang dalam tata kelola pasar melalui pembinaan dan pendampingan dalam rangka peningkatan kompetensi mereka. Upaya peningkatan pelayanan kepada konsumen di antaranya melalui penyajian/penataan barang atau tata display. Peran Pasar Gedhe saat ini, tidak hanya sebagai tempat transaksi antara pedagang

dan pembeli, namun juga sebagai destinasi pariwisata kota, sehingga kebutuhan tata kelola pasar khususnya tata display produk sangat penting untuk menarik para konsumen sekaligus wisatawan.

Berdasarkan uraian tersebut maka penelitian ini fokus pada dua permasalahan, yaitu; 1) Bagaimana kebutuhan pola desain interior pada rehabilitasi Pasar Gedhe sisi barat (pasar buah) yang baik bagi pedagang dan konsumen? 2) Bagaimana alternatif desain tata display yang menarik bagi konsumen dan berdampak terhadap peningkatan penjualan? Penelitian ini merupakan bentuk upaya identifikasi kebutuhan pola desain interior pada rehabilitasi Pasar Gedhe sisi barat (pasar buah) yang baik bagi pedagang dan konsumen dan dari hasil identifikasi tersebut menghasilkan alternatif desain tata display produk yang bertujuan meningkatkan penjualan. Pasar Gedhe sebagai bangunan cagar budaya yang berfungsi sebagai pasar tradisional, maka treatment untuk desain interiornya memiliki tantangan yang berbeda dan menarik. Pola sinergisitas antara *stakeholders quadro helix* (akademisi, pengusaha/profesional, pemerintah, dan komunitas kota ) menjadi konsep penting dalam pengelolaan Solo Kota Kreatif

Pedagang dalam konsep *quadro helix* sebagai komunitas, yang berperan dalam menggerakkan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal. Pasar Gedhe menjadi hub bagi keempat *stakeholders* kota. Pengembangan ekonomi kreatif dengan berbasis komunitas pada ruang publik pasar tradisional menjadi alternatif pengembangan konsep pariwisata kreatif bagi kota Solo sebagai destinasi wisata.

## METODE PENELITIAN

Penelitian terapan ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus dan penyampaian deskriptif analitik. Pengumpulan data dengan observasi, wawancara, studi pustaka, dan studi dokumen. Teknik analisis dilakukan dari studi pustaka dan hasil dari data lapangan dicari hubungan keterkaitan, sehingga didapat gambaran produk dan aktivitas pedagang Pasar Gedhe.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Definisi Desain Tata Display Rehabilitasi Desain Interior Pasar Gedhe Hardjonagoro Sisi Barat (Pasar Buah) di Surakarta

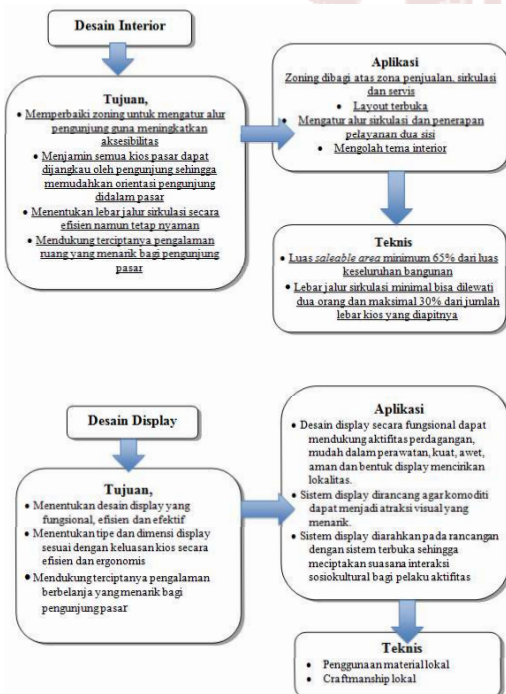
<sup>1</sup> [www.surakarta.go.id](http://www.surakarta.go.id), diakses 23 Februari 2016 pukul 07.25 WIB

Perancangan tata display rehabilitasi desain interior Pasar Gede Hardjonagoro di Surakarta, bertujuan untuk memetakan kembali kebutuhan pola desain interior bagi pedagang maupun pengunjung/calon pembeli serta memberikan tawaran alternatif desain yang fungsional dan menarik sehingga berdampak pada peningkatan ratio penjualan. Untuk mencapai tujuan tersebut maka ide perancangan mengacu pada aspek fungsional, efektif dan efisien yang secara estetis mengadopsi beberapa elemen arsitektural Pasar Gede Hardjonagoro sebagai pendekatan tematiknya. Tujuan pengadopsian beberapa elemen arsitektur tersebut adalah untuk memperkuat dialog antara luar dan dalam bangunan, memproyeksikan *sense of place* Pasar Gede dan citra budaya masyarakat Surakarta yang plural dan dinamis.

Site Plan

Pasar Gede Hardjonagoro terletak di Jalan Urip Sumoharjo, Kelurahan Sudiroprajan, Kecamatan Jebres Surakarta. Massa bangunan Pasar Gede Hardjonagoro sisi barat terdiri dua lantai, lantai pertama difungsikan sebagai pasar buah dan lantai dua difungsikan sebagai area penyedia jasa dan produk kuliner. Dalam penelitian ini wilayah garap dibatasi hanya pada lantai satu yang mawadahi fungsi sebagai pasar buah. Posisi massa bangunan Pasar Gede Hardjonagoro sisi barat menghadap utara - selatan dengan luas bangunan 1.364m<sup>2</sup>.

Konsep Dasar Desain



Hasil Desain

a. Interior Area Penjualan



Gambar 1. Perspektif Area Penjualan (Desain: Ahmad Fajar Ariyanto, 2016)

Layout kios dengan sistem terbuka memudahkan orientasi pengunjung di dalam pasar, sehingga kios-kios mendapatkan aksesibilitas visual yang memadai dari pengunjung. Pengunjung dengan mudah menjangkau kios-kios, sehingga setiap kios mempunyai kemungkinan ratio yang sama dalam penjualan. Layout dengan sistem terbuka juga mengoptimalkan jumlah proporsi luas ruang yang dapat dijual (*saleable area*). Zoning dan alur sirkulasi dapat dirancang dengan mempertimbangkan pengalaman ruang dan suasana yang menarik bagi pengunjung dengan menyediakan simpul-simpul sirkulasi pada jalur yang panjang. Jalur sirkulasi dioptimalkan dengan penerapan sistem *double loaded* (pelayanan dalam dua sisi). Ruang pasar secara psikologis tampak luas dan memberikan tata kondisional ruangan menjadi lebih baik. Penghawaan alami didistribusikan secara merata melalui roster-roster diatas kios dan pencahayaan dari lampu-lampu listrik tidak lagi terhalang oleh dinding kios. Pencahayaan melalui armatur *downlight* memberikan penyebaran cahaya yang merata dan tidak menyilaukan mata. Penambahan tingkat iluminasi pada setiap kios disamping mempertegas lokasi display juga memberikan efek cahaya yang baik bagi produk buah.



Gambar 2. Perspektif Area Penjualan.

Pengadopsian bentuk *arc* (lengkung) yang menyatukan kolom diantara jalur sirkulasi, detail *cantilever*, *roster*, *walldaddo* pada kolom dengan penebalan lapisan *terazzo* membawa atmosfer luar kedalam interior. Pelaku aktifitas dibawa untuk merasakan suasana lokalitas yang khas yang merupakan cermin dari perjalanan sejarah Pasar Gedhe. Dinding menggunakan cat warna light cream tidak hanya memberikan psikologis ruang yang nampak luas tapi juga secara fungsional lebih menonjolkan produk buah. Pola lantai ini diaplikasikan dengan tujuan untuk mempermudah pekerjaan pada pertemuan arah pasangan dari berbagai arah mengingat posisi existing bangunan pada sisi Timur dan Barat miring 16 derajat. Pertemuan sudut antara 90 derajat dan 16 derajat inilah yang akan menimbulkan masalah dari sisi teknis pemasangan. Pola lantai menggunakan teknik cor ditempat dengan bahan terazzo dengan motif batik kawung. Selain berfungsi sebagai *stopper* pasangan lantai motif ini difungsikan sebagai penanda atau petunjuk area.

#### b. Desain Display Penjualan



Gambar 3. Display Penjualan  
(Desain: Ahmad Fajar Ariyanto, 2016)

Sistem display mengacu pada desain display yang fungsional, efisien dan efektif. Desain display secara fungsional dapat mendukung aktifitas perdagangan, mudah dalam perawatan, kuat, awet, aman dan bentuk display mencirikan lokalitas. Sistem display juga mampu mendukung terciptanya pengalaman ruang yang menarik bagi pengunjung pasar. Material display menggunakan perpaduan besi (rangka utama), kayu pinus (*case and table fixture*), dan anyaman rotan sebagai penutup *case fixture*nya. Perpaduan beberapa jenis material ini bertujuan secara fungsional dan pencapaian tema. Display secara visual mempunyai ciri lokalitas dan mampu menjadi atraksi visual yang menarik sehingga tercipta pengalaman ruang yang menarik bagi pengunjung pasar. Skema material dan bahan display seperti gambar di atas.

Aspek fungsional sistem display dapat dicapai berdasarkan identifikasi jenis produk, perlakuan produk, kapasitas produk, dan sistem pelayanan. Sistem display yang tepat adalah jenis *Case Fixture*. *Case Fixture* adalah rak terbuka sebagai wadah produk dan dianjurkan pada sistem ini dapat dirangkai dalam beberapa komposisi tertentu sesuai dengan kebutuhan. *Case Fixture* dirancang dengan sistem modular, sehingga mampu diaplikasikan kedalam beberapa tipe kios dengan luasan yang bervariasi. Material yang digunakan pada sistem display adalah besi, kayu dan rotan. Dasar pemikiran penggunaan material besi adalah karena tingkat fleksibilitas dan kekerasan yang tinggi. Besi digunakan sebagai rangka utama pembentuk display dengan menggunakan finishing cat jenis enamel. Bahan kayu yang digunakan adalah kayu pinus dengan finishing natural water based. *Case Fixture* dibuat membulat dengan tujuan untuk mereduksi terjadinya sudut yang dapat mengakibatkan memicu kerusakan pada buah-buahan yang dijual. Teknik konstruksi pada kayu menggunakan sambungan jenis dove tail, sehingga *case fixture* terbebas dari penggunaan paku. Material rotan digunakan sebagai penutup *case fixture* apabila pedagang menutup kiosnya. Perpaduan beberapa jenis material pada display bertujuan agar komoditi dapat menjadi atraksi visual yang menarik sehingga tercipta pengalaman ruang yang menarik bagi pengunjung pasar.



Gambar 4. Display Penjualan  
(Desain: Ahmad Fajar Ariyanto, 2016)

### SIMPULAN

Revitalisasi Pasar Gedhe pada tahun pelaksanaan 2015 di sisi barat (pasar buah) sebagai implementasi dari RPJMD Kota Surakarta. Pasar Gedhe sisi barat saat ini tampil dengan komposisi ruang dan fungsi yang baru. Fungsi secara keseluruhan memfasilitasi para pedagang yang tersebar di bagian belakang Pasar Gedhe sisi timur untuk menempati area hasil rehabilitasi tersebut. Ruang dalam sebagai tempat aktivitas bertemunya pedagang dan pembeli tidak menjadi bagian dari program rehabilitasi. Desain interior tidak menjadi perhatian, khususnya tata display atau teknik pajang produk.

Program revitalisasi, rehabilitasi atau renovasi pasar tradisional bermaksud agar pasar tradisional mampu bersaing dengan pasar modern. Kriteria fungsional perancangan display adalah desain display secara fungsional dapat mendukung aktifitas perdagangan, mudah dalam perawatan, kuat, awet, aman dan bentuk display mencirikan lokalitas. Sistem display dirancang agar komoditi dapat menjadi atraksi visual yang menarik. Sistem display diarahkan pada rancangan dengan sistem terbuka sehingga mendukung suasana interaksi sosiokultural bagi pelaku aktifitas di dalamnya. Strategi tata display merupakan upaya produsen untuk mengelompokkan produk sesuai dengan jenisnya serta menyesuaikan harga dengan produknya. Strategi penataan display multak diperlukan agar konsumen memperoleh kesan bahwa barang yang tersedia selalu baru, baik dan menarik untuk dibeli oleh konsumen. Hal ini akan mempermudah proses selanjutnya bagi konsumen sebagai alat promosi dengan memberikan informasi pada orang-orang di sekitarnya.

Misi perancangan pasar tradisional secara umum adalah menyediakan ruang-ruang yang nyaman, aksesibel, dan memwadahi interaksi sosial untuk

aktivitas ekonomi dan sosial. Pasar menjadi tempat komunitas (pedagang) dalam mengembangkan diri. Keberhasilan perancangan pasar tradisional juga bisa berkontribusi bagi penguatan karakter lokal dari komunitas tersebut, untuk kemudian menjadi identitas kota. Kenyamanan ditandai dengan pasar yang terlihat bersih, tertata, lapang, tidak pengap dan sumpek, serta terang. Aksesibilitas ditandai dengan mudah dijangkaunya kios-kios oleh pengunjung. Ruang sosial terlihat dengan adanya ruang untuk berinteraksi sosial antara pengunjung, pedagang, dan pelaku lainnya. Salah satu tujuan desain interior adalah memperkaya nilai estetika dan meningkatkan aspek psikologis dari ruang interior. Tolak ukur perancangan desain interior adalah mewujudkan gubahan ruang untuk manusia, untuk kepentingan tersebut dari sisi manusia sebagai pengguna desain. Dengan demikian desain interior bukan lagi sebuah karya yang hanya bisa dinikmati karena kemegahan atau keindahannya saja, tetapi yang lebih penting adalah mampu menjadi solusi bagi masalah-masalah lingkungan binaan secara utuh.

### DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Natahamijaya, *Manajemen Penerangan Etalase dan Ruang Toko*, Bandung: Kamar Dagang dan Industri, 1975
- David Mund, *Shops: A Manual Planning and Design*, New York: F.W. Dogde Corporation, 1981
- Francis D.K. Ching, Corky Binggeli, *Desain Interior dengan Ilustrasi*, Jakarta: Indeks, 2011
- Franz Sates Mayer, *Handbooks of Ornament*, New York: Prentice Hall New Jersey, 1998
- H.B.Sutopo, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Dasar Teori dan Penerapannya dalam Penelitian* (Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2006
- Huberman, A. Michael dan Mathew B. Miles, *Analisis Data Kualitatif*, Jakarta: UI, 2003
- John F. Pile, *Interior Design*, New York: Precentice Hall, 1998
- Joseph de Chiara and Hancock Callender, *Time Saver Standard for Building Types*, New York: Mc.Graw Hill, 1980
- Julius Panero and Martin Zelnik, *Human Dimension and Interior System*, New York: Whitney Library of Design, 1980
- Palmer, Mickey, *The Architect's Guide to Facility Programming*, New York: The American

Institute of Architects Washington, D.C. and  
Architectural Records Book, 1981  
Pamudji Suptandar, *Interior Design I & II*, Jakarta:  
Fakultas Teknik Universitas Trisakti, 1980  
Sunarmi, Ahmad Fajar Ariyanto, *Buku Ajar  
Matakuliah Desain Interior Public*, Surakarta:  
UNS Press, 2012, Edisi 1

Widagdo, *Desain dan Kebudayaan*, Bandung:  
Penerbit ITB, 2005

Website

[www.surakarta.go.id](http://www.surakarta.go.id), diakses 23 Februari 2016  
pukul 07.25 WIB

Surat Kabar Solopos, edisi 20 Mei 2015.

