**PERENCANAAN PASAR LOAK DI KOTA SAMARINDA**

**Defriandy Hidayat1, Prasetyo2, Mulyadi3**

1Mahasiswa Program Studi Teknik Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas 17 Agustus 1945

2Dosen Program Studi Teknik Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas 17 Agustus 1945

3Dosen Program Studi Teknik Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas 17 Agustus 1945

Jl. Ir. H. Juanda No. 80, Samarinda 75124

Email : *[defrihidaya96@gmail.com](mailto:defrihidaya96@gmail.com)*

ABSTRAK

Kota Samarinda, merupakan Ibu Kota Provinsi Kalimantan Timur, Indonesia serta kota dengan penduduk terbesar di seluruh Pulau Kalimantan dengan jumlah penduduk 812.597 jiwa. Samarinda memiliki wilayah seluas 718 km2 dengan kondisi geografi daerah berbukit dengan ketinggian bervariasi 10 sampai 200 meter dari permukaan air laut. Di Kota-kota Besar dan Kabupaten di Indonesia khususnya di Samarinda sering dijumpai keberadaan Pasar Loak/atau Pasar Barang Bekas *(flea market).* Beberapa Masyarakat menjadikannya sebagai tempat mencari barang bekas yang sudah susah dicari di pasaran, yang terletak di Pasar Segiri. Jl. Pahlawan, Sidodadi, Kota Samarinda, Provinsi Kalimantan Timur. Merupakan pasar induk yang melakukan aktivitas bongkar muat paling ramai di Kota Samarinda. Dari uraian di atas, pasar loak tersebut berada di dalam pasar tradisional yang tidak di rencanakan mengakibatkan tidak tertata dengan rapi, terlihat kumuh, tidak terawat, dan tidak nyaman. Sehingga masyarakat sulit untuk menemukan barang yang akan di cari, serta akses menuju tempat tersebut selalu macet dan parkir yang susah ketika keluar masuk kendaraan. Berdasarkan masalah yang terjadi di atas saat ini yaitu dibutuhkan bangunan baru untuk pasar loak di Kota Samarinda. perlu adanya kualitas bangunan atau tempat yang lebih baik seperti tempat parkir yang luas, tata bangunan yang rapi serta kios atau los yang sudah tersusun sesuai dengan macam jenis barang yang akan di jual dan berlandaskan pada aspek-aspek arsitektur *Post Modern.* yang dapat menjadi titik pusat orientasi serta keberadaannya dapat menandakan ciri, citra atau *image* suatu wilayah atau *Land Mark.*

Kata Kunci : Perencanaan, Pasar Loak, Arsitektur *Post Modern.*

*ABSTRACT*

*Samarinda City, is the capital of the province of East Kalimantan, Indonesia and the city with the largest population on the entire island of Kalimantan with a population of 812,597 people. Samarinda has an area of ​​718 km2 with hilly geographical conditions with altitudes varying from 10 to 200 meters above sea level. In big cities and regencies in Indonesia, especially in Samarinda, flea markets are often found. Some people make it a hunting ground for used goods that are hard to find on the market, which is located at the Segiri market on Jl. Heroes, Sidodadi, Samarinda City, East Kalimantan. This is the main market that carries out loading and unloading activities in the city of Samarinda. From the description above, the flea market is located in a traditional market that is not planned, resulting in not being neatly organized, looking shabby, unkempt, and uncomfortable. So that people find it difficult to find the items they are looking for, and access to the place is always jammed and parking is difficult when getting in and out of the vehicle. Based on the problems that occur above at this time, a new building is needed for a flea market in the city of Samarinda. the need for a better quality building or place such as a large parking lot, a neat building arrangement and a kiosk or stall that has been arranged according to the types of goods to be sold and based on aspects of postmodern architecture. which can be the center point of orientation and its presence can indicate the characteristics, image or image of an area or land mark.*

*Keywords: Planning, Flea Market, Post Modern Architecture.*

**PENDAHULUAN**

# Pasar loak adalah jenis pasar yang berisi lapak orang yang ingin menjual atau barter berbagai barang mulai dari barang berkualitas rendah sampai berkualitas tinggi dengan potongan harga atau barang bekas pakai. Adanya pasar loak karena kemampuan seseorang untuk membeli sebuah barang baru menjadi terasa berat karena daya beli masyarakat yang lemah. Sehingga terciptanya pasar loak yang menyediakan barang bekas tetapi layak untuk di pakai. adapun bagi orang kaya atau orang yang berlebihan harta mereka selalu meng*update* barang mereka dengan membeli barang yang baru sehingga barang yang lama tidak terpakai dan di jual kembali sehingga menjadi sesuatu yang bernilai ekonomis.

Di Kota-kota Besar dan Kabupaten di Indonesia khususnya di Samarinda sering dijumpai keberadaan Pasar Loak/atau Pasar Barang Bekas *(flea market).* Beberapa Masyarakat menjadikannya sebagai lahan perburuan barang-barang bekas yang sudah susah dicari di pasaran, yang terletak di Pasar Segiri Jl. Pahlawan, Sidodadi, Kota Samarinda, Provinsi Kalimantan Timur. Merupakan pasar induk yang melakukan aktivitas bongkar muat paling ramai di Kota Samarinda. Pasar Segiri mendatangkan sayuran, buah-buahan, ikan, ayam, dan barang loakan. Yang di kirim dari beberapa daerah seperti Sulawesi, Surabaya, Mamuju, dan bahkan sampai Thailand. dan pasar Citra Niaga yang terletak Jl. Niaga Selatan A No. 33, Pelabuhan, Kec. Samarinda Kota, Kalimantan Timur. Merupakan pusat kawasan pusat perdagangan dengan luas sekitar 2.7 hektar yang di rancang untuk menyediakan tempat usaha bagi pedagang kecil, menengah, dan besar di tempat tersebut banyak menjual berbagai macam barang mulai dari *sparepart* otomotif, pakaian, alat perabotan rumah tangga, elektronik.

Dari uraian di atas, pasar loak tersebut berada di dalam pasar tradisional yang tidak di rencanakan mengakibatkan tidak tertata dengan rapi, terlihat kumuh, tidak terawat, dan tidak nyaman. Sehingga masyarakat susah untuk menemukan barang yang akan di cari, serta akses menuju tempat tersebut selalu macet dan parkir yang susah ketika keluar masuk kendaraan.

Berdasarkan masalah yang terjadi di atas saat ini yaitu dibutuhkan bangunan baru sebagai tempat pasar loak di Kota Samarinda. perlu adanya kualitas bangunan atau tempat yang lebih baik seperti tempat parkir yang luas, tata bangunan yang rapi serta kios atau los yang sudah tersusun sesuai dengan macam jenis barang yang akan di jual dan berlandaskan pada aspek-aspek arsitektur *Post Modern.* yang dapat menjadi titik pusat orientasi serta keberadaannya dapat menandakan ciri, citra atau *Image* suatu wilayah atau *Land Mark.*

**METODOLOGI PENELITIAN**

Metodologi yang digunakan dalam penulisan ini meliputi metode pengumpulan data. Proses pengumpulan data yang dilakukan dalam penyusunan Tugas Akhir ini sebagai berikut :

**Pencarian data dan informasi**

a. Observasi Lapangan

observasi di lakukan pada pasar loak untuk memperoleh data dan mengetahui kondisi fisik saat ini. Observasi di lakukan pada pasar loak sehingga di dapatkan kekurangan maupun kelebihan untuk di jadikan masukan terhadap desain yang akan di terapkan pada pasar loak di kota Samarinda.

b. Wawancara

melakukan wawancara dengan pihak-pihak terkait seperti pengelola pasar, pedagang dan pembeli sebagai bahan referensi dan acuan sehingga di harapkan desain nantinya dapat memenuhi keinginan pembeli dan pedagang. Selain itu dapat diketahui kelebihan dan kekurangan bangunan pasar loak yang sudah ada.

c. Studi Literatur

1. Buku-buku yang menunjang dan dapat memberikan informasi, misalnya data jenis jualan dan standar ruangnya yang dibutuhkan.
2. Karya ilmiah, berupa konsep maupun skripsi tugas akhir yang telah ada sebelumnya.
3. Informasi melalui situs internet yang berkaitan dan menunjang, mengenai pasar loak.

**Metode analisa**

Melakukan studi perbandingan terhadap bangunan sejenis yang telah ada kemudian dibandingkan kelebihan dan kekurangan bangunan sejenis.

Mengamati hubungan ruang, sistem struktur utilitas, sirkulasi, teknologi bangunan, aturan dan ketentuan yang merupakan standar pasar loak.

Mencari informasi dan literatur mengenai syarat-syarat bangunan pasar loak.

**Metode pemrograman**

Dengan cara menganalisis hasil dari studi yang telah dilakukan sehingga mendapatkan permasalahan dominan, penekanan desain dan penilaian lokasi. Kemudian disusun sesuai dengan hasil penelitian dan meliputi kesimpulan, saran dan segala hal yang dapat ditetapkan dalam proses perencanaan.

Menganalisa kemudian dikaitkan dengan situasi yang ada pada kenyataan saat ini.

Mencari permasalahan desain yang harus diatasi dalam perencanaan dan itu harus diperhatikan ketika memulai desain.

**Metode Perancangan Arsitektur**

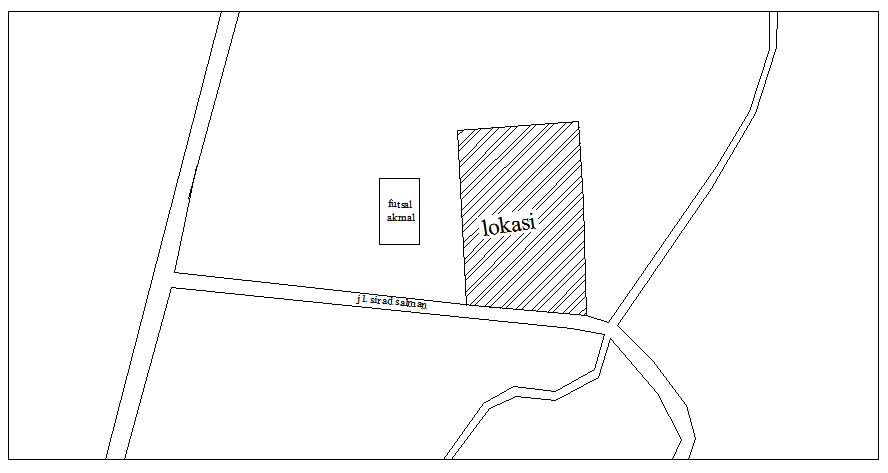
Perancangan arsitektur merupakan kelanjutan proses-proses sebelumnya yang meliputi konsep perancangan sehingga gambar pengembangan desain, detail teknik, isometrik bangunan dan perspektif bangunan. Proses ini bagian tak terpisahkan dari perancangan arsitektur.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Adapun hasil dan pembahasan perencanaan adalah sebagai berikut :

**Lokasi perencanaan**

Jl. KH. Siradj Salman, Kel. Air Putih, Kec. Samarinda Ulu, Kota Samarinda.



Gambar 1 : Lokasi *Site*

(Sumber : Hasil analisa, 2020)

gambaran kriteria *site* di atas :

1. Luas lahan pada lokasi *site* 25.046 m2
2. Akses pada pada lokasi tersedia angkutan umum dan ruas jalan yang lebar.
3. Tersedianya fasilitas kota, air bersih, PLN, dan kabel jaringan.
4. Kondisi lahan cukup landai.
5. Lokasi berda di kawasan pasar.

Foto dokumentasi :



LOKASI

Gambar 2 : Lokasi *Site*

(Sumber : Hasil analisa, 2020)

## Analisa Kebutuhan Ruang

Pelaku kegiatan meliputi bagaimana aktivitas pelaku yang ada pada pasar loak, pelaku utama dari pasar loak ini selain pengunjung adalah :

## Tabel 1.Pelaku Kegiatan

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Ruang Utama | | | |
| Pelaku  kegiatan | Ruangan | Keterangan | Total |
|  | Lapangan bazar | Adalah tempat bagi para pedagang untuk menjual dagangannya dengan harga yang sudah di diskon | 581.25 m2 |
| Pedagang pakaian | Kios pakaian anak-anak | Adalah tempat yang menjual pakaian untuk anak-anak mulai dari baju, celana. |
| Kios pakaian dewasa | Tempat yang menjual pakaian untuk orang dewasa |
| Kios pakaian sekolah | Tempat yang menjual berbagai kebutuhan sekolah |
|  | Kios pakaian ibadah | Tempat yang menjual berbagai kebutuhan ibadah |
| Kios aksesoris | Menjual berbagai kebutuhan tambahan seperti tas, topi, ikat pinggang, hingga sepatu |
| Pedagang elektronik | Kios jam | Tempat yang menjual berbagai jenis jam mulai dari jam dinding hingga jam tangan |  |
| Kios alat rumah tangga | Jenis yang dijual seperti tv, kulkas, salon. |
| Kios alat bangunan | Menjual berbagai jenis alat bangunan mulai dari bor, *chainsaw*, gerinda. | 453.85 m2 |
| Kios *hand phone* | Menjual berbagai jenis *handphone* mulai dari yang murah hingga mahal |
| Kios laptop dan komputer | Menjual berbagai jenis laptop dan komputer serta alat untuk perbaikan |
| Pedagang *sparepart* kendaraan | Kios *sparepart* mobil | Menjual *sparepart* berbagai jenis merek mobil mulai dari *Toyota, Mitsubishi, Daihatsu.* | 308.62 m2 |
| Kios *sparepart* motor | Menjual berbagai kebutuhan motor mulai dari merek *Yamaha, Honda, Suzuki,*. |
| Kios *sparepart* mesin | Menjual berbagai jenis mesin mulai dari mesin diesel, dan bensin. |
|  | Kios sepeda ayun | Tempat yang menjual sepeda ataupun aksesorisnya |  |
| Pedagang perabot rumah tangga | Kios alat dapur | Menjual berbagai kebutuhan alat dapur mulai dari pecah belah, kompor. | 181.54 m2 |
| Kios perabotan rumah | Menjual jenis perabot mulai dari kursi, meja, sofa, rak. |

## Tabel 2. Kebutuhan Ruang

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Area pengelola | | | |
| No | Ruangan | keterangan | Total |
| 1 | Ruang kepala pasar | Kepala pasar memimpin beberapa unit bidang fungsi pekerjaan yang mengepalai beberapa atau seluruh *manager* fungsional | 7.8m2 |
| 2 | Ruang sekretaris | sebuah profesi administratif yang bersifat asisten atau mendukung | 5.2m2 |
| 3 | Ruang *marketing* | Sebagai bagian yang memperkenalkan suatu perusahaan kepada masyarakat, melalui produk yang dibuat oleh perusahaan tersebut | 10.4m2 |
| 4 | ruang kepala administrasi | menerima laporan yang di berikan oleh *staf* | 5.2m2 |
| 5 | ruang staf administrasi | Administrasi adalah melaksanakan kegiatan administrasi keuangan (jurnal *entry* sampai dengan arsip dokumen) | 10.4m2 |
| 6 | Ruang *meeting* | sebagai ruang pertemuan untuk membicarakan bisnis dan pekerjaan baik oleh karyawan internal kantor ataupun dengan klien | 14.3m2 |
| 7 | Ruang arsip | Adalah ruang untuk mengumpulkan semua jenis laporan mulai dari mingguan sampai bulanan | 11.7m2 |
| 8 | Ruang informasi | adalah ruang yang menyajikan informasi bagi pedagang dan pengunjung | 6.24m2 |

## Tabel 3. Kebutuhan Ruang

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Area *service* | | | |
| No | Ruangan | keterangan | Total |
| 1 | Ruang *cleaning service* | Tempat untuk karyawan yang menjaga kebersihan di area gedung | 11.7m2 |
| 2 | Ruang teknisi | Merupakan ruangan yang digunakan untuk staf *service* | 11.7m2 |
| 3 | Ruang alat transportasi | Merupakan tempat untuk meletakan transportasi vertikal dan ( seperti lift, tangga) | 159.35m2 |
| 4 | Ruang *security* | * + 1. menjaga keamanan,,,     2. Memeriksa setiap mobil/motor yang masuk/keluar     3. pintu pagar/gerbang harus selalu tertutup     4. menertibkan mobil dan motor pada saat mau parkir     5. Melaksanakan Tugas dan Fungsi sesuai dengan penempatan di lokasi masing-masing | 11.7m2 |
| 5 | Tempat sampah sementara | * + 1. Tempat untuk menampung sampah yang di hasilkan dari bangunan | 6m2 |

## Tabel 4. Kebutuhan Ruang

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Fasilitas | | | |
| No | Ruangan | keterangan | Total |
| 1 | parkiran | Adalah area yang khusus dibangun untuk tempat parkir kendaraan, dengan demikian pemakaian lahan terutama di kawasan pusat perbelanjaan dapat dilakukan secara efisien | 1001 m2 |
| 2 | kantin | Merupakan area penjualan makanan seperti  *-stand* makanan tradisional  *-stand* makanan cepat saji  *-stand* makanan internasional | 86.47m2 |
| 3 | mushola | Mesjid kecil yang digunakan sebagai tempat mengaji dan salat bagi umat Islam | 26.52m2 |
| 4 | toilet | perlengkapan ruang yang kegunaan utamanya sebagai tempat pembuangan kotoran | 25.87m2 |

**Tabel 4. Besaran Ruang**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| No | Nama pengelompokan | Total m2 |
| 1 | Gedung area utama | 1.852 m2 |
| 2 | Gedung area pengelola | 71.24 m2 |
| 3 | Gedung area servis | 200.45 m2 |
| 4 | Gedung area fasilitas | 138.86 m2 |
| 5 | Area parkir | 1001 m2 |
| **Total** | | 3.263.55 m2 |

**Analisa tinjauan KDB,KDH,kebutuhan luasan site**

total lahan yang tersedia = 4.023 m2

gsb1 = 2 x 58.5 m = 117 m2

gsb2 = 6 x 64.7 m = 388.2 m2

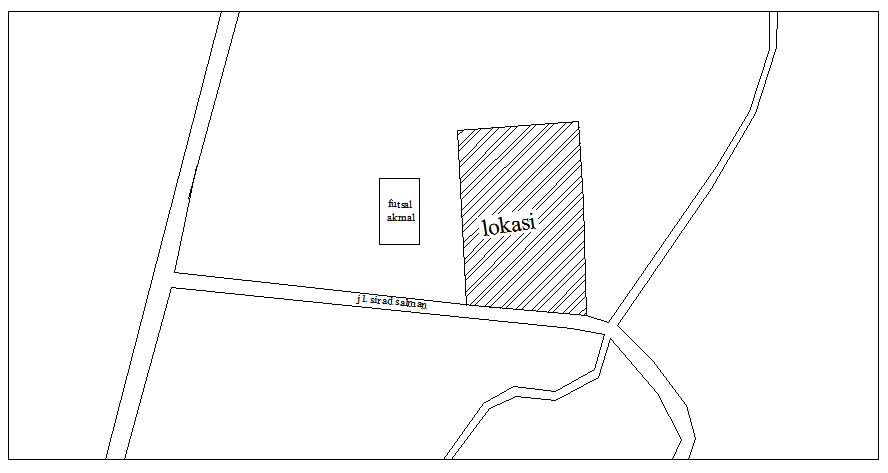
luas lahan efektif = 3.517.8 m2

kecukupan lahan :

KDBs = 40% x 3.517.8 = 1407.12 m2

KDBS>KDBR =

1407.12 > 877 kesimpulanya lahan cukup.



Gambar 3 : Lahan Efektif

(Sumber : Hasil analisa, 2020)

**Konsep Massa Dan Gubahan Massa**

**Zoning**

Penzoningan merupakan tanggapan fasilitas terhadap konteks lingkungan dan kepentingannya terhadap pengaturan fasilitas dan tata lingkungan. Konsep zoning merupakan pembagian kawasan dalam beberapa zona sesuai dengan fungsi dan karakteristik semula atau diarahkan bagi pengembangan fungsi-fungsi lain.

A. Zona semi publik

Area gedung utama

B. Zona private

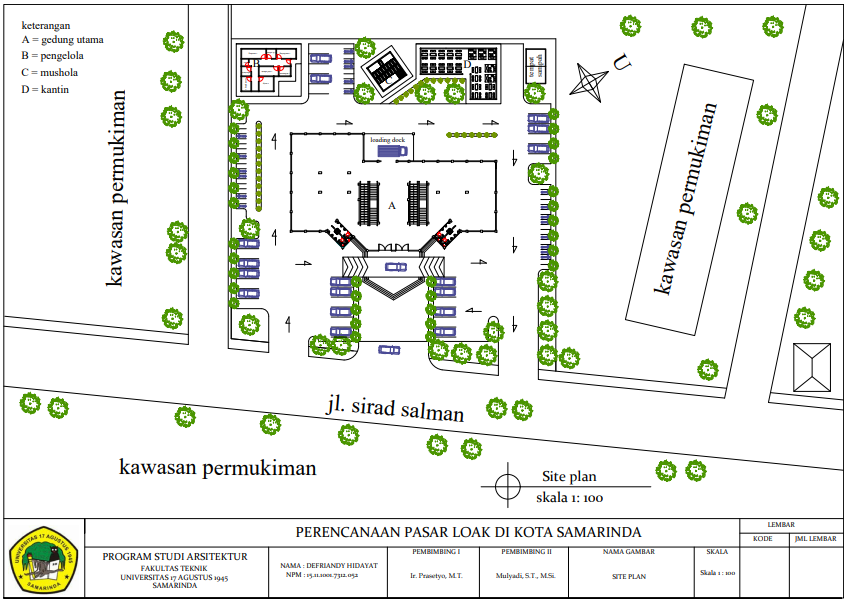
Area pengelola

C. Publik

Area mushola

D. publik

Area kantin

****

Gambar 4 : Zona Massa

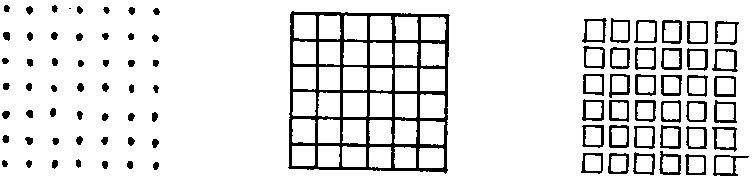
(Sumber : Hasil analisa, 2020)

**Konsep massa**

Pola tata Masa mengikuti pola sirkulasi dan susunan area-area. Ruang luar yang didesain sederhana ,mempermudahkan para pengunjung untuk membaca sirkulasi. Untuk memudahkan dalam melaksanakan kegiatan dalam pasar, ruang- ruang dibagi dalam kelompok-kelompok kegiatan seperti gambar di bawah.

Hubungan antar kelompok ruang dalam pasar ini disusun berdasarkan sifat kelompok ruang yang ditujukan untuk suatu privasi yang diinginkan pengunjung dan pengelola dalam suatu kegiatan beraktivitas. Pengunjung dapat mengakses ke kelompok ruang yang telah disediakan menurut kebutuhan. Ini disesuaikan dengan sifat pengunjung dan pengelola akan kegiatannya masing- masing.

Bagian *lobby* berada pada bagian depan bangunan. Ini dikarenakan aktivitas yang terjadi di dalamnya merupakan *point* pertama dalam keberlangsungan kegiatan selanjutnya di dalam area pasar. Ketika memasuki area depan *site*, pengunjung di arahkan menuju area parkir di mana pengunjung dapat melihat hampir seluruh fasad bangunan pasar ini.

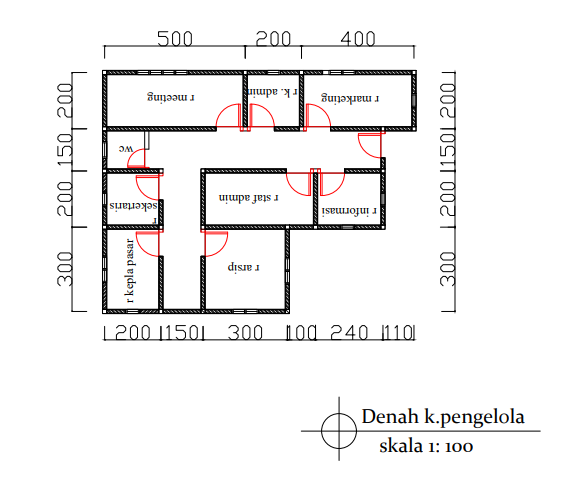


Gambar 5 : Konsep Massa

(Sumber : Hasil analisa, 2020)

**Massa lantai 1**

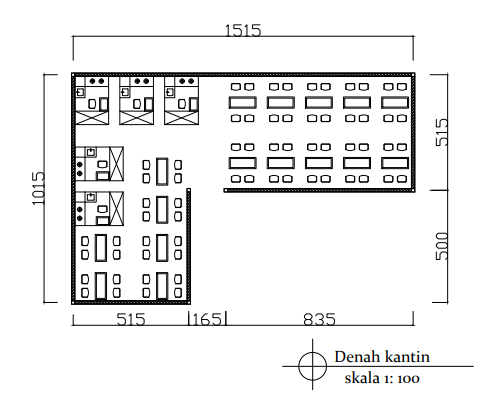
1. pengelola

****

Gambar 6 : Konsep Massa

(Sumber : Hasil analisa, 2020)

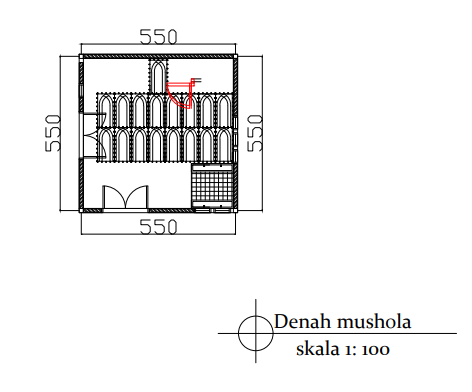
1. kantin

****

Gambar 7 : Konsep Massa

(Sumber : Hasil analisa, 2020)

1. mushola

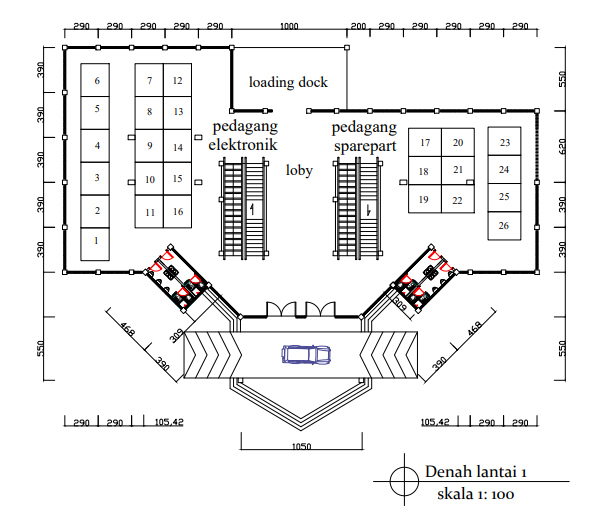
****

Gambar 8 : Konsep Massa

(Sumber : Hasil analisa, 2020)

**Massa lantai 3**

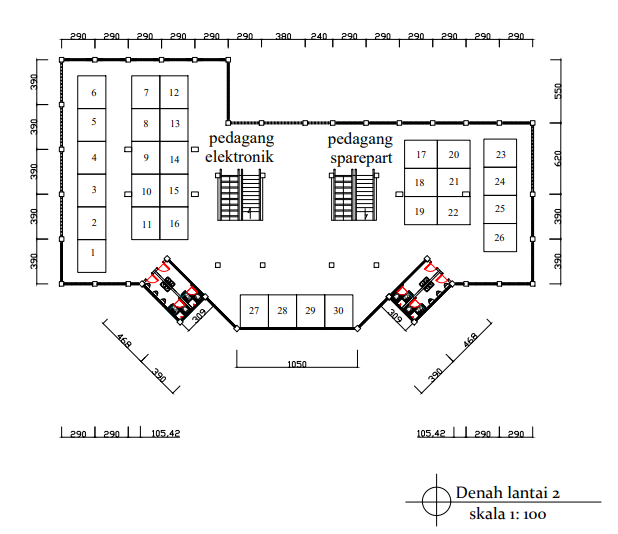
1. Lantai 1

****

Gambar 9 : Konsep Massa

(Sumber : Hasil analisa, 2020)

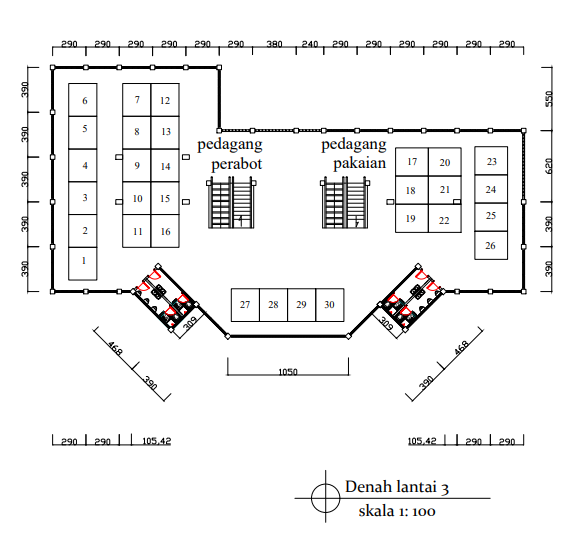
1. Lantai 2

****

Gambar 10 : Konsep Massa

(Sumber : Hasil analisa, 2020)

1. Lantai 3

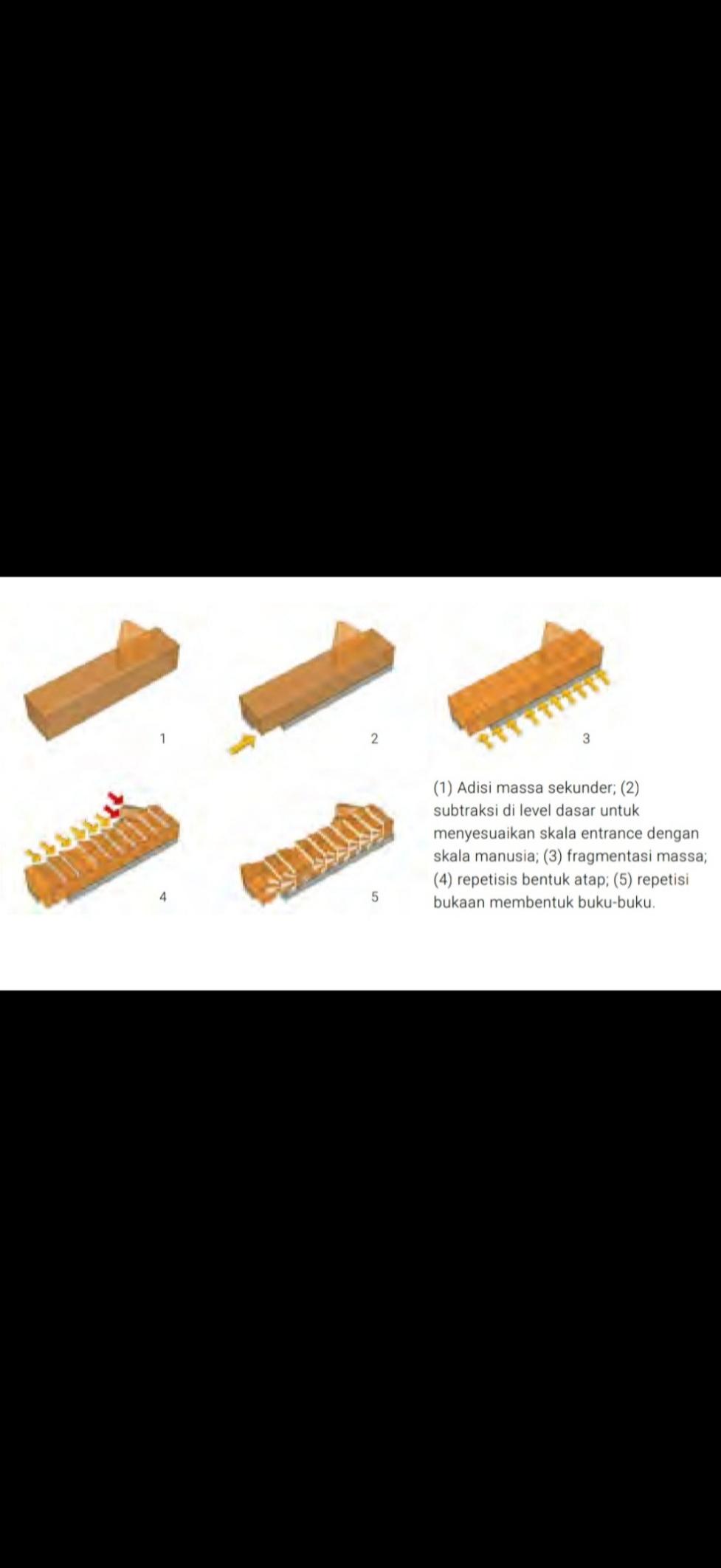
****

Gambar 11 : Konsep Massa

(Sumber : Hasil analisa, 2020)

**Konsep gubahan massa**

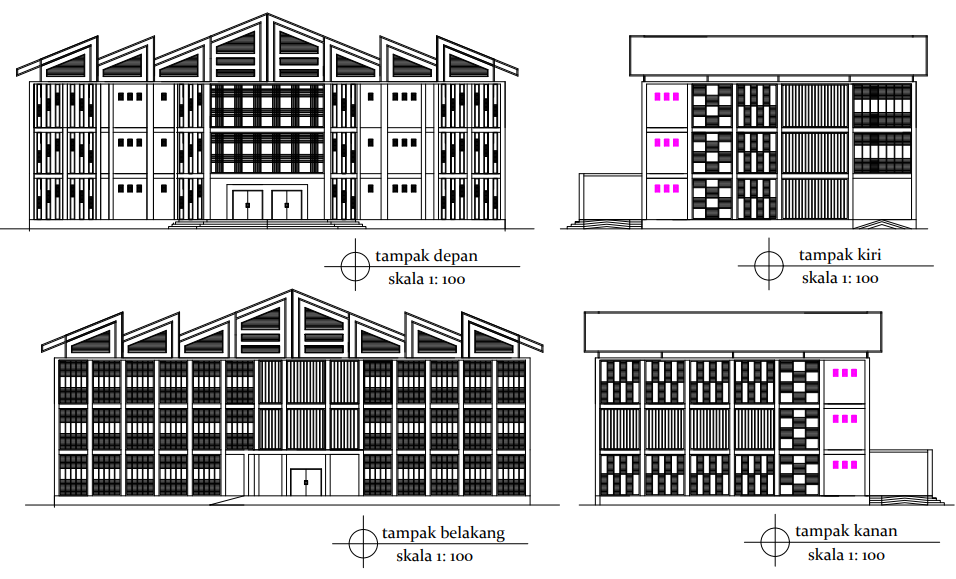
Bentuk persegi dipilih karena bentuknya yang stabil, ramah furnitur, dan sesuai dengan susunan perletakkan toko-toko, sehingga penggunaan ruang dapat dimaksimalkan. Dibandingkan dengan bentuk lingkaran yang tidak ramah furnitur dan bentuk segitiga yang menciptakan sudut sehingga ruang tidak dapat digunakan secara maksimal, bentuk persegi adalah bentuk yang paling sesuai dengan kebutuhan ruang untuk perancangan pasar loak.



Gambar 12 : Gubahan Massa

(Sumber : Hasil analisa, 2020)

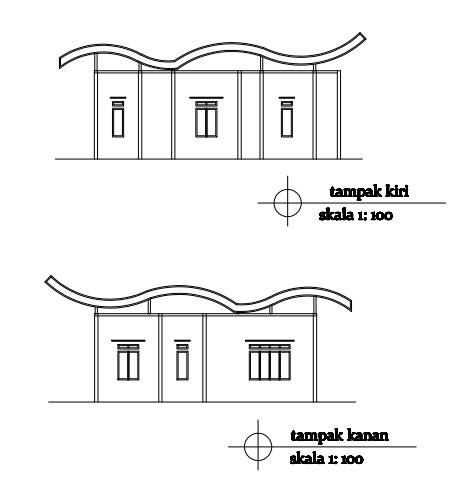
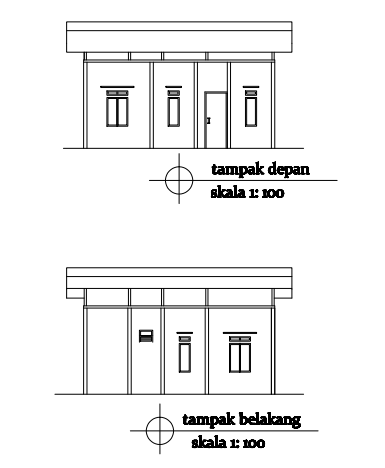
1. Gedung utama

****

Gambar 13 : Fasad Bangunan

(Sumber : Hasil analisa, 2020)

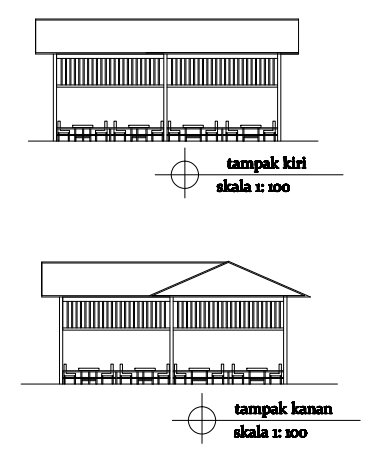
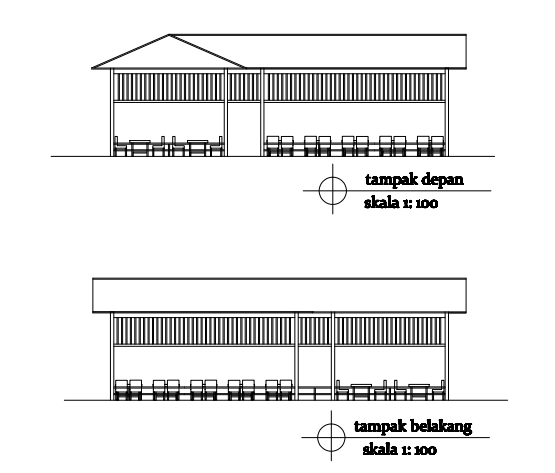
1. Pengelola



Gambar 14 : Fasad Bangunan

(Sumber : Hasil analisa, 2020)

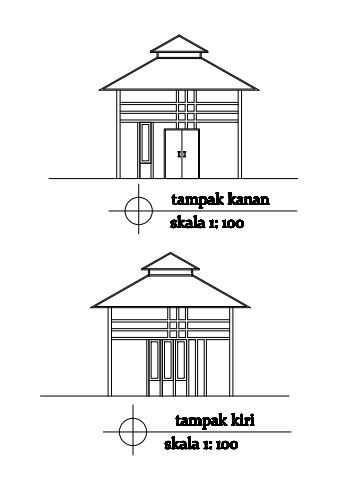
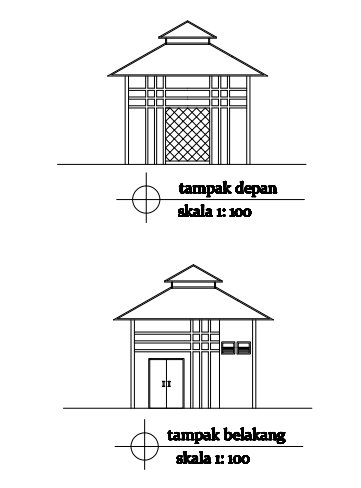
1. Kantin



Gambar 15 : Fasad Bangunan

(Sumber : Hasil analisa, 2020)

1. Mushola



Gambar 16 : Fasad Bangunan

(Sumber : Hasil analisa, 2020)

**KESIMPULAN**

Perencanaan pasar loak di Kota Samarinda merupakan sebuah wadah untuk berbelanja dan memenuhi kebutuhan masyarakat khususnya pada daerah Samarinda. Sehingga perencanaan ini nantinya dapat memudahkan masyarakat yang berada di sekitar untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari. Perencanaan pusat perbelanjaan ini menggunakan tema Arsitektur *post modern*. Tema ini dapat berhubungan dengan kearifan lokal.

Dari hasil pembahasan berupa analisa besaran ruang yaitu terdiri dari analisa kebutuhan ruang dengan luas sebesar 3.263.55 m2, luas KDB 877 m2 luas KDH 1.315 m2 Serta pembagian ruang terdiri dari area utama, area pengelola, area fasilitas, dan area *service* Untuk analisa *site* berupa analisa kebisingan, analisa *view*, analisa matahari, analisa arah angina, dan analisa pencapaian. Analisa struktur terdiri dari struktur atap, tengah, dan bawah. serta analisa utilitas berupa analisa jaringan listrik. Jaringan air bersih serta *system* daur ulang air bekas dan air hujan.

**DAFTAR PUSTAKA**

Agustinus sutanto, Adelia Andini. 2020 *strategi komposisi mass.* Jakarta: Universitas Tarumanegara.

Tjahjono,G. 2000. *Metode perancangan : suatu pengantar untuk arsitek dan perancang*. Depok: Universitas Indonesia.

Neufert,Ernst. 1996. Data Arsitek. Jakarta : Erlangga.

Sukada, Budi. 1988. *Analisis Komposisi Formal Arsitektur Post Moderen.* Jakarta: seminar FTUI-Depok.