

BAB III

METODELOGI PERANCANGAN

3.1. Metode Penelitian

Analisis data merupakan suatu kegiatan analisis dalam penelitian yang digunakan dalam menyusun data dari instrument yang berupa catatan, dokumen, rekaman. Teknik yang diambil yaitu teknik analisis data kualitatif deskriptif dengan pengumpulan model interaktif dan Behavioral Mapping dengan cara menganalisis pola aktivitas sosial.

Menurut (Heriyanto 2018) Penelitian kualitatif adalah proses yang kompleks dan penelitian ini telah dipilih untuk dilakukan secara kualitatif karena tujuan penelitian kualitatif adalah mengeksplorasi dan menceritakan pengalaman orang – orang yang terlibat dalam peristiwa tersebut. Misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dll, secara holistic dengan cara deskripsi dilakukan dalam bentuk kata – kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan metode alamiah.

Metode deskriptif merupakan penelitian yang bertujuan untuk memberikan fakta – fakta, gejala, atau kejadian tentang populasi suatu wilayah (Cut Medika Zellatifanny and Bambang Mudjiyanto2 2018). Sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif deskriptif merupakan penelitian yang memerlukan ketepatan data seperti perilaku dimana penelitian ini mengeksplorasi sebuah peristiwa berdasarkan fakta – fakta, gejala, atau karakteristik suatu wilayah.

Untuk pengambilan data menggunakan metode pengambilan data kualitatif dan kuantitatif. Pengambilan data kualitatif bersifat informasi yang bersifat deskriptif dan dilakukan secara sistematis dan harus disesuaikan dengan pertanyaan penelitian. Sedangkan pengambilan

data kuantitatif yaitu proses yang sistematis untuk mengumpulkan informasi yang dapat diukur seperti pengukuran fisik bangunan

Untuk mencapai tujuan yang menjelaskan pemaknaan, penelitian ini memulai dengan memfokuskan pada paradigma konsep yang diambil. Setelah itu, akan dihubungkan dan dikaitkan dengan dunia nyata. Sehingga, akan lebih mudah untuk melakukan penjelasan mendalam sehingga tujuan dari penelitian dapat tercapai.

3.1.1 Behavioral Mapping

Penulis melakukan pengamatan menggunakan metode pemetaan perilaku (Behavioral Mapping). Pemetaan perilaku merupakan salah satu teknik survey yang dapat digunakan dalam kajian arsitektur lingkungan dan perilaku. Menurut Sommer dalam Hariyo Pamungkas and Yai Arsandrie 2020 dimana behavioral mapping digambarkan dalam bentuk sketsa atau digram mengenai suatu area dimana manusia melakukan berbagai aktivitas. Dalam penelitian ini menggunakan metode person centered mapping yaitu metode yang lebih mengutamakan pergerakan manusia dan place centered mapping yang mengakomodasi perilaku manusia dalam suatu waktu dan tempat tertentu yang berfokus pada ruang. Metode ini pada umumnya digunakan untuk mengontrol sirkulasi yang terjadi pada ruang dalam dan ruang luar, dimana pengamatan dilakukan pada setiap responden ataupun subjek pada suatu periode waktu dicatat, dan dilakukan berulang – ulang sampai terbentuk hasil yang cenderung tetap dan suasana setting yang dijadikan sasaran dapat relatif sepi hingga relative ramai dari responden/subjek.

3.1.2 Instrument Penelitian

Alat yang digunakan untuk mendokumentasikan hasil penelitian ini berupa catatan yang berisi catatan hasil observasi, yaitu pengukuran dan sketsa aktivitas pengguna bangunan dan rekaman suara yang berisi rekaman wawancara dengan pengguna bangunan dan pihak pengelola pasar. Hasil observasi juga menggunakan handphone sebagai

dokumentasi fisik wilayah dan bangunan penelitian dan menggunakan meteran untuk melakukan pengukuran. Kemudian melakukan wawancara yang direkam menggunakan handphone untuk mempermudah menganalisis dan meningkatkan validasi data (Feny Rita Fiantika et al. 2022)

3.1.3 Analisis Kualitatif Deskriptif

Analisis yang diperoleh oleh narasumber dengan teknik tringangulasi atau gabungan dari kumpulan data yang ditemukan sampai menemukan jawaban yang tepat (Feny Rita Fiantika et al. 2022) . Penelitian ini menggabungkan teori dan fakta. Data yang diperoleh dapat dikembangkan seiring berjalannya waktu. Analisis ini dilakukan sebelum, selama, dan setelah melakukan survey lapangan. Langkah – Langkah yang perlu diambil dalam metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan “behavioral mapping” untuk penelitian agar mencapai tujuannya yaitu melakukan evaluasi dan memberikan inovasi fasad sehingga bangunan memiliki tampilan yang menarik, antara lain :

3.1.3.1 Melakukan Kajian Literatur

Kajian literatur dilakukan untuk mengetahui aspek yang berpengaruh terhadap perancangan pasar tradisional. Kajian tersebut nantinya digunakan sebagai pedoman atau parameter yang digunakan dalam analisis

3.1.3.2 Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data terdiri dari 2 yaitu data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang didapatkan dari studi pustaka atau kajian pustaka yang telah dipublikasikan seperti jurnal dan lainnya. Sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh perorangan atau mencari data sendiri secara langsung dengan melakukan observasi dan pengamatan (behavioral mapping). Behavioral mapping dilakukan dengan pengamatan pada setting yang sudah ditentukan sebelumnya, kemudian dilanjutkan dengan pembuatan sketsa kegiatan berdasarkan metode yang diambil.

Didalam sketsa tersebut kemudian dijelaskan mengenai pengguna, property, waktu kegiatan, dan kegiatan pengguna.

1. Studi Pustaka

Menurut J. Supranto dalam Afrida Emelia Hanum (2021) bahwa studi kepustakaan merupakan studi pustakan yang dilakukan untuk mencari data atau informasi riset melalui membaca sebuah jurnal ilmiah, buku – buku referensi dan bahan publikasi yang tersedia di perpustakaan. Studi Pustaka dilakukan untuk mempelajari sumber bacaan yang dapat memberikan sebuah informasi yang ada hubungannya dengan permasalahan yang sedang diteliti.

a. Studi Literatur

Studi literatur merupakan serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data Pustaka, membaca, mencatat, dan mengolah sebuah bahan penelitian. Menurut Danial dan Warsiah (2009) dalam Bobby Rahman and Ega Selviyanti (2018), studi literatur merupakan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan mengumpulkan sejumlah buku – buku yang berkaitan dengan masalah dan tujuan penelitian. Secara umum studi literatur merupakan cara untuk menyelesaikan sebuah persoalan dengan menelusuri sumber – sumber ataupun tulisan – tulisan yang pernah dibuat sebelumnya.

b. Internet Searching

Menurut Sarwono (2005) Internet Searching atau pencarian yang dilakukan secara online merupakan pencarian dengan menggunakan sebuah komputer yang dilakukan melalui sebuah sambungan internet dengan alat atau software pencarian tertentu pada server – server yang tersambung dengan internet yang tersebar di penjuru dunia.

Penggunaan internet sebagai salah satu sumber dalam teknik pengumpulan data dikarenakan di dalam internet terdapat banyak informasi – informasi yang berkaitan dengan penelitian. serta dilengkapi dengan beragam literatur yang berasal dari penelitian sebelumnya di berbagai belahan dunia.

2. Studi Lapangan

Studi Lapangan dilakukan untuk memperoleh informasi tentang aktivitas manusia yang terjadi secara nyata.

a. Observasi Lapangan

Observasi dilakukan pada Pasar Raya II Salatiga untuk memperoleh data dan mengetahui kondisi fisik bangunan Pasar Raya II Salatiga, dan juga untuk mengamati perilaku pengguna Pasar Raya II Salatiga yaitu pedagang, dan pembeli. Penataan ruang, dan sirkulasi menjadi focus dalam permasalahan studi. Penelitian dimulai dengan melakukan pengamatan aktivitas pelaku atau pengguna pasar, pencarian data tentang denah Pasar Raya II Salatiga, dan beberapa data kuisisioner yang menjadi salah satu pedoman yang akan dijadikan informasi pendukung untuk memperlengkap data.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan pihak – pihak terkait yaitu pengelola pasar, pedagang dan pembeli sebagai narasumber dan acuan wawancara atau interview dilakukan untuk memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara melakukan tanya jawab. Bentuk wawancara yang digunakan yaitu wawancara berstruktur, yaitu semua daftar pertanyaan telah disusun terlebih dahulu dalam daftar dengan maksud agar semua pertanyaan tidak menyimpang dari tujuan penelitian.

c. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan sebuah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan yang

berhubungan dengan masalah penelitian. Menurut Sugiyono (2017) dalam (Anggy Giri Prawiyogi et al. 2021) kuisioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Data kuisioner ini nantinya akan dijadikan informasi pendukung untuk memperlengkap data. Pengambilan sampel sebanyak 30 subjek / responden. Dengan metode pemilihan jawaban ya dan tidak sesuai dengan pertanyaan yang diajukan.

Tabel 3. 1 Responden Penelitian

No.	Obyek Penelitian	Jumlah
1.	Pedagang	15 orang
2.	Pengunjung/Konsumen/Pembeli	15 orang

Sumber : Data Pribadi

d. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen – dokumen baik dokumen tertulis, gambar maupun elektronik.

3.1.3.3 Analisis Data

Kemudian setelah melakukan sketsa, kita dapat menentukan fenomena – fenomena apa saja yang berpengaruh terhadap suatu setting tersebut yang kemudian di analisis dengan menggunakan simulasi tiap fenomena. Menurut (Rustono Farady Marta et al. 2024) analisis data yaitu membandingkan, mengkontraskan, dan mentesiskan temuan dari berbagai sumber untuk mendapatkan gambaran yang holistic. Interpretasi data yang diperoleh dilakukan dengan menghubungkan temuan yang ada dengan teori yang relevan dan konteks penelitian sehingga menghasilkan kesimpulan yang didasarkan pada bukti yang kuat dan menjawab pertanyaan penelitian. Pentingnya menggunakan triangulasi data bersikap kritis, dan menyajikan hasil analisis secara jelas dan sistematis, sehingga menghasilkan penelitian yang valid, reliabel dan bermakna.

3.1.3.4 Visualisasi Data

Visualisasi data untuk memberikan informasi mengenai analisis pengguna dan juga kebutuhan ruang pada Pasar Raya II Salatiga. Analisa data disajikan secara grafis untuk menjelaskan antara data fungsi, aktivitas, pengguna dan kebutuhan ruang.

Pada observasi lapangan yang telah dilakukan di Pasar Raya II Salatiga, ada beberapa ruangan yang masih digunakan dan sudah tidak digunakan lagi. Berikut data mengenai fasilitas pada Pasar Raya II Salatiga yang masih digunakan atau tidak

1. Data Fasilitas

Berikut merupakan data los/kios pada Pasar Raya II Salatiga yang masih ada kepemilikannya dan digunakan / masih ada kepemilikannya namun sudah tidak digunakan kembali, dan sudah tidak ada kepemilikannya dan sudah tidak di gunakan kembali. Dan juga data fasilitas penunjang yang masih digunakan atau sudah tidak digunakan :

Tabel 3. 2 Data Los, Kios Pasar

Bangunan	Block	Jumlah	Ada/Tidak
Kios	AA	6	Ada : 4 ruang Tidak ada : 2 ruang
	AB	8	Ada : 5 ruang Tidak ada : 3 ruang
	AC	8	Ada : 8 ruang
	AD	8	Ada : 8 ruang
	AE	4	Ada : 4 ruang
	AF	8	Ada : 8 ruang
	AG	8	Ada : 8 ruang
	AH	8	Ada : 8 ruang
	AI	8	Ada : 8 ruang
	AJ	8	Ada : 8 ruang
	AK	8	Ada : 8 ruang
	AL	9	Ada : 4 ruang Tidak ada : 5 ruang
	BA	8	Ada: 5 ruang Tidak ada : 3 ruang
	BB	4	Ada : 2 ruang Tidak ada : 2 ruang
	BG	5	Ada : 2 ruang Tidak ada : 3 ruang
	BH	8	Ada : 3 ruang Tidak ada : 5 ruang

	BI	7	Ada : 5 ruang Tidak ada : 2 ruang
	BJ	6	Ada : 2 ruang Tidak ada : 4 ruang
	CB	7	Ada : 2 ruang Tidak ada : 5 ruang
	CC	8	Ada : 6 ruang Tidak ada : 2 ruang
	CD	7	Ada : 3 ruang Tidak ada : 4 ruang
	CE	5	Ada : ruang Tidak ada : 4 ruang
	DA	4	Tidak ada : 4 ruang
	DB	6	Tidak ada : 6 ruang
	DC	6	Ada : 2 ruang Tidak ada : 4 ruang
	DD	6	Ada : 2 ruang Tidak ada : 4 ruang
	DE	7	Ada : 7 ruang
	EA	6	Ada : 6 ruang
	EB	8	Ada : 8 ruang
	EC	8	Ada : 8 ruang
	ED	8	Ada : 7 ruang Tidak ada : 1 ruang
	EE	20	Ada : 16 ruang Tidak ada : 4 ruang
	EF	4	Ada : 4 ruang
	FA	8	Ada : 8 ruang
Los	A	71	Ada : 56 los Tidak ada : 15 los
	B	155	Ada : 140 los Tidak ada : 15 los
	C	162	Ada : 162 los
	D	109	Ada : 88 los Tidak ada : 21 los
	E	146	Ada : 142 los Tidak ada : 4 los
	F	154	Ada : 139 los Tidak ada : 15 los
	G	125	Ada : 79 los Tidak ada : 46 los
	H	74	Ada : 74 los
	I	16	Ada : 16 los
	J	23	Ada : 23 los
	K	18	Ada : 15 los Tidak ada : 3 los
	L	30	Ada : 30 los
Toilet Umum	L.1	1	Ada : 1 ruang
Musholla	L.1	3	Ada : 3 ruang

Sumber: Data Pribadi

Berdasarkan table diatas yang didapatkan dari Dinas Perdagangan Kota Salatiga, menunjukkan bahwa jumlah kios yang masih ada

kepemilikannya dan digunakan/ masih ada kepemilikannya namun sudah tidak digunakan sebanyak 179 kios, kios yang sudah tidak ada kepemilikannya dan tidak digunakan sebanyak 67 kios. Sedangkan jumlah los yang masih ada kepemilikannya dan digunakan/ masih ada kepemilikannya namun sudah tidak digunakan sebanyak 968 los, los yang sudah tidak ada kepemilikannya namun sudah tidak digunakan sebanyak 104 los. Selain itu di dalam Pasar Raya II Salatiga hanya dilengkapi dengan 2 ruang penunjang yaitu toilet umum dan musholla.

Sedangkan jika dilihat dari data kurun waktu 5 tahun terakhir jumlah kios yang masih ada kepemilikannya dan digunakan/masih ada kepemilikannya namun sudah tidak digunakan sebanyak 179 kios. Data tersebut didapatkan dari dinas perdagangan Kota Salatiga. Dalam Peraturan Standart Nasional Indonesia, terdapat persyaratan teknis pada kategori pasar tipe I. Dari perbandingan observasi lapangan dan juga SNI, fasilitas pada Pasar Raya II Salatiga memiliki beberapa ketidaksesuaian. Berikut perbandingan antara SNI dan prasarana Pasar Raya II Salatiga :

Tabel 3. 3 Persyaratan Teknis Pasar Tipe I

No.	Persyaratan Teknis Pasar Tipe I (SNI)	Pasar Raya II Salatiga	Keterangan
1.	Ukuran luas ruang dagang (min. 2 m ²)	Ukuran kios : 9 m ² Ukuran los : 6 m ²	Sesuai
2.	Jumlah pos ukur ulang (min. 2 pcs)	Tidak ada terdapat pos ukur ulang	Tidak sesuai
3.	Zonasi (pangan basah, pangan kering, pangan siap saji, non pangan)	L.1 bangunan (non pangan, pangan kering) L.2 bangunan (non pangan, pasangan basah, pangan kering)	Tidak sesuai
4.	Area parkir proporsional dengan luas lahan pasar	Area parkir tidak proporsional dengan luas lahan pasar. Parkir mobil berada di bahu jalan karena tidak adanya lahan parkir untuk mobil	Tidak sesuai

5.	Area bongkar muat tersedia khusus	Tidak ada area khusus bongkar muat, biasanya bongkar muat dilakukan di area parkir sepeda motor atau dipinggir jalan tempat mobil – mobil terparkir	Tidak sesuai
6.	Akses untuk masuk dan keluar kendaraan terpisah	Akses hanya dapat dilalui oleh sepeda motor untuk area depan bangunan, dan langsung ke area parkir sepeda motor dengan satu akses keluar dan masuk	Tidak sesuai
7.	Lebar koridor/gangway (min. 1,8 m)	Lebar koridor 1 – 1,5 m	Tidak sesuai
8.	Kantor pengelola di dalam lokasi pasar	Kantor pengelola tidak di dalam lokasi pasar	Tidak sesuai
9.	Lokasi toilet dan kamar mandi terpisah antara laki – laki dan Perempuan (min. berada di 4 lokasi berbeda)	Lokasi toilet dan kamar mandi tidak dipisah dan hanya ada di 1 lokasi berjumlah 3	Tidak sesuai
10.	Tempat cuci tangan (min. berada di 4 lokasi berbeda)	Tidak terdapat tempat cuci tangan	Tidak sesuai
11.	Ruang menyusui	Tidak terdapat ruang menyusui	Tidak sesuai
12.	CCTV (min. 2 lokasi yang berbeda)	Terdapat 4 titik cctv di L.1 bangunan dan 4 titik cctv di L.G	Sesuai
13.	Ruang peribadatan (min. 2 ruang)	Hanya terdapat 1 ruang peribadatan yang berada di L.1 bangunan	Tidak sesuai
14.	Ruang bersama	Terdapat ruang pameran promosi di area tengah L.1	Sesuai
15.	Ruang kesehatan	Tidak terdapat ruang kesehatan	Tidak sesuai
16.	Pos keamanan	Terdapat pos keamanan	Sesuai
17.	Area merokok	Tidak terdapat area merokok	Tidak sesuai
18.	Area penghijauan	Tidak terdapat area penghijauan di dalam kawasan pasar	Tidak sesuai
19.	Tinggi anak tangga (min. 18 cm)	Tinggi anak tangga 18-20 cm	Sesuai

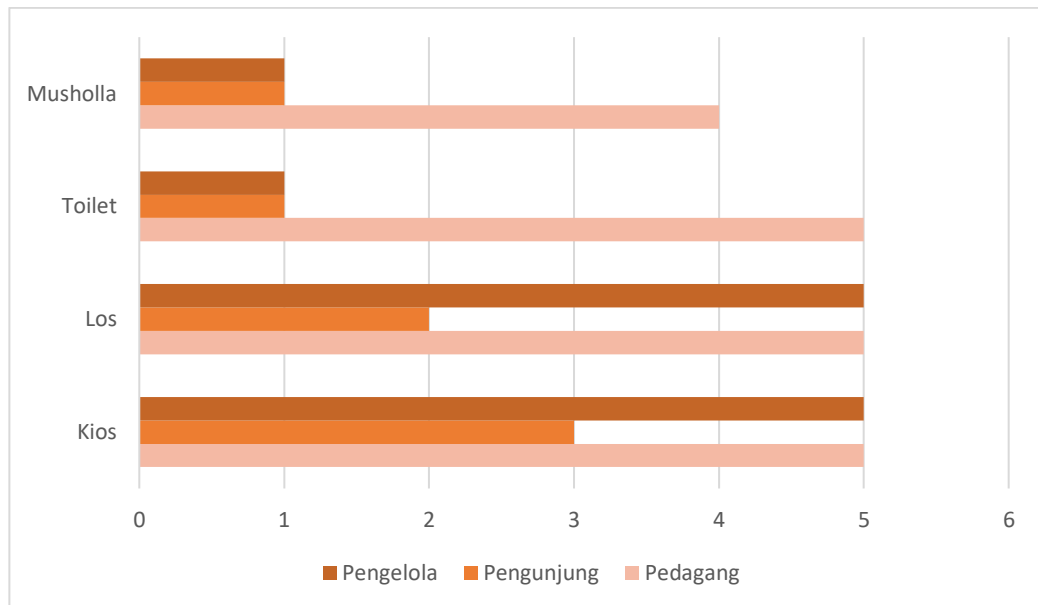
20.	Akses untuk kursi roda	Tidak terdapat akses untuk kursi roda	Tidak sesuai
21.	Jalur evakuasi	Tidak terdapat jalur evakuasi	Tidak sesuai
22.	Tabung pemadam kebakaran	Terdapat tabung pemadam kebakaran tiap lantai memiliki 1	Sesuai
23.	Hidran air	Tidak terdapat hidran air	Tidak sesuai
24.	Ketersediaan tempat sampah (tiap toko/kios/los/fasilitas pasar)	Terdapat tempat sampah (tiap toko/kios/los/fasilitas pasar)	Sesuai
25.	Alat angkut sampah	Tidak terdapat alat angkut sampah	Tidak sesuai
26.	Tempat pembuangan sampah sementara	Terdapat tempat pembuangan sampah sementara	Sesuai

Sumber: Data Pribadi

Berdasarkan table diatas, secara dimensi ukuran kios/los pada Pasar Raya II Salatiga sudah sesuai dengan SNI, namun dari segi fasilitas yang ada terdapat beberapa persyaratan teknis kategori pasar tipe I yang diatur dalam SNI tidak sesuai sehingga dalam penelitian ini dilakukan penerapan yang sesuai dengan SNI

2. Data Fasilitas

Aktivitas bangunan pada Pasar Raya II Salatiga dimulai pada pukul 08.00 WIB hingga pukul 17.00 WIB, Pasar Raya II Salatiga buka setiap hari bahkan ketika hari – hari besar Pasar Raya II Salatiga tetap buka. Berikut merupakan visual data pengguna yang menggambarkan frekuensi pengguna fasilitas bangunan selama satu minggu berdasarkan informasi dan studi pengamatan langsung yang dilakukan di Pasar Raya II Salatiga



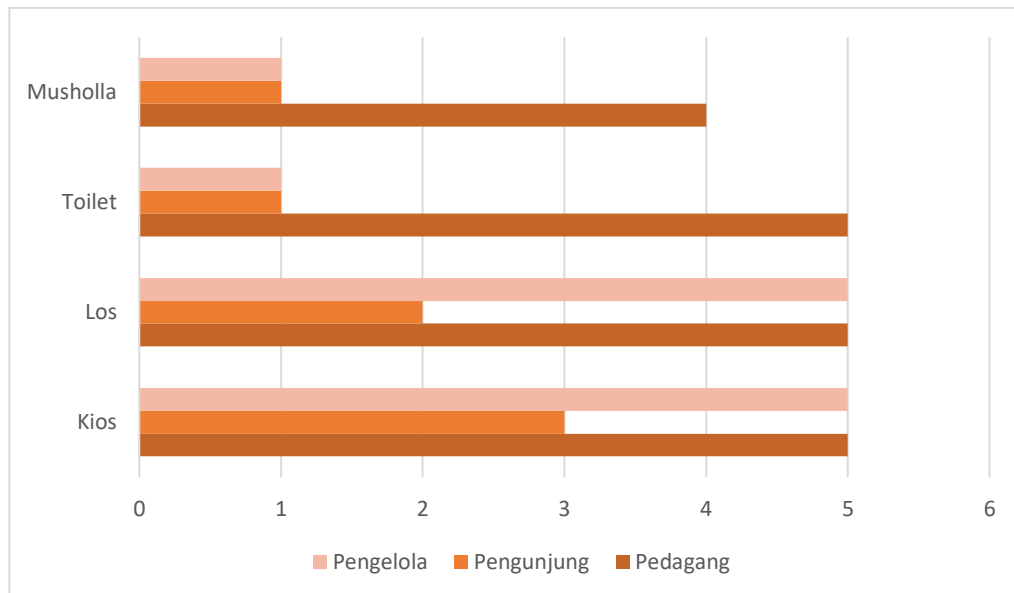
Gambar 3. 1 Data Pengguna Fasilitas dalam Satu Minggu

Sumber : Data Pribadi

Berdasarkan grafik diatas, pengguna tetap dari bangunan Pasar Raya II Salatiga adalah pedagang. Sedangkan pengguna tidak tetap adalah pengunjung yang hanya melakukan aktivitas mencari kebutuhan yang akan dibeli, dan pengelola yang hanya melakukan aktivitas penarikan retribusi bagi pedagang atau kegiatan kunjungan dan pengamanan,

Fungsi bangunan pasar saat ini terbagi menjadi 3 pengaktegorian yaitu fungsi utama, fungsi penunjang, dan fungsi service. Fungsi utama yaitu berupa aktivitas transaksi perdagangan barang – barang tiap komoditas, dan akktivitas operasional yang dilakukan pengelola. Fungsi penunjang yaitu makan dan minum, dan kegiatan ibadah. Fungsi service yaitu bersih diri (toilet) , ishoma, kegiatan kebersihan area indoor dan outdoor pasar, dan pengelola teknis.

Pada Pasar Raya II Salatiga memiliki fungsi utama, fungsi penunjang, dan fungsi primer. Berikut frekuensi penggunaan ruang pada Pasar Raya II Salatiga



Gambar 3. 2 Data Pengguna Fasilitas dalam Satu Minggu

Sumber : Data Pribadi

Berdasarkan grafik diatas menunjukkan bahwa kios, dan los merupakan ruang yang paling sering digunakan oleh pedagang pengunjung dan pengelola pasar, oleh karena itu kios dan los merupakan fungsi utama karena terdapat aktivitas transaksi jual beli dan juga aktivitas operasional pengelola. Sedangkan ruangan yang paling jarang digunakan dan paling sedikit penggunanya yaitu toilet dan mushola yang merupakan fungsi service karena berdasarkan informasi yang didapat dari narasumber letak Pasar Raya II bersebelahan dengan masjid sehingga pedagang, pengelola dan pengunjung lebih memilih untuk melakukan kegiatan service seperti ke toilet dan beribadah di masjid tersebut.

3. Data Wawancara

Wawancara dilakukan kepada pengguna yang diamati untuk memberikan masukan yang membantu proses merancang desain Pasar Raya II Salatiga. Beberapa pihak yang diwawancarai yaitu pedagang, pembeli, dan pemerintah Kota Salatiga sebagai pengelola.

Tabel 3. 4 Data Wawancara

No	Pertanyaan	Responden 1 (Sekdin Dinas Perdagangan)	Responden 2 (Pedagang Baju)	Responden 3 (Pembeli Mukena)	Responden 4 (Praktisi Arsitektur)
1.	Apakah tanggapan mengenai kondisi Pasar Raya II Salatiga saat ini ?	Banyak ketidak teraturan yang terjadi akibat PKL yang tidak menempati sesuai dengan aturan sehingga contohnya seperti area parkir sepeda motor yang akhirnya dipenuhi dengan PKL. Sehingga perlu dirancang dengan memperhatikan kondisi terkini	Sepinya pembeli dan berkurangnya daya tarik pengunjung untuk datang ke Pasar Raya II Salatiga karena semakin banyaknya toko – toko baju offline ataupun online di Pasar Raya II Salatiga.	Pasar Raya II Salatiga sudah seharusnya diperbaiki. Saya sebagai pembeli datang ke Pasar Raya II Salatiga untuk membeli barang yang sudah saya ketahui apa yang mau saya beli dan dimana saya beli. Karena di dalam Pasar Raya II Salatiga tidak ada yang menarik sehingga saya tidak	Kondisi Pasar Raya II sudah terbengkalai cukup lama dan perlu adanya usulan desain dan pembaharuan dimana semakin berkembangnya desain saat ini dan ketertarikan masyarakat mengenai sebuah desain yang menarik.

				berminat untuk berkeliling atau berjalan – jalan di Pasar Raya II Salatiga	
2.	Desain seperti apa yang diharapkan ?	Yang dapat mengakomodasi kebutuhan pedagang maupun pembeli dengan konsep desain yang modern namun tidak meninggalkan tradisionalny a. Dibuat lebih terbuka. Selain itu desain yang dapat menyediakan lahan parkir yang cukup	Desain yang dapat menarik minat pembeli untuk mengunjungi Pasar Raya II Salatiga. Toko – toko di dalam pasar di tata yang menarik dan teratur sehingga tidak ada toko – toko yang berada di area yang jarang dilewati pembeli	Desain yang menarik sehingga saya sebagai pembeli tertarik selain berbelanja juga berkunjung berkeliling menikmati fasilitas yang ada. Sehingga saya bisa mengajak anak – anak saya atau keluarga saya jalan – jalan di Pasar Raya II Salatiga	Menghilangkan pandangan orang mengenai pasar yang kotor, jelek, tidak menarik menjadi tempat yang menarik modern dengan fasilitas yang lengkap sehingga dapat menarik minat pengunjung untuk datang yang nantinya juga akan berdampak bagi pedagang

Sumber : Data Pribadi

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat terlihat berbagai isu yang ada pada Pasar Raya II Salatiga, mulai dari ketidakaturan program akibat aktivitas pedagang, kemacetan, kebutuhan lahan parkir dan belum lengkapnya fasilitas penunjang yang menarik minat pengunjung yang perlu diperbaiki. Responden juga memberikan beberapa saran – saran mengenai desain ataupun harapan kedepannya bangunan Pasar Raya II Salatiga. Saran – saran tersebut nantinya akan menjadi bahan pertimbangan penulis dalam perancangan Pasar Raya II Salatiga.

4. Data Kuisisioner

Data yang didapat kemudian diolah dan dilakukan analisis dengan menganalisis data – data dan fakta – fakta yang terjadi di lapangan dengan teknik analisis data pemetaan perilaku berdasarkan place centered maps, dan person centered maps. Pemetaan perilaku menurut Menurut Sommer (1980) dalam (Ezra Oktaviani.S et al. 2022), pemetaan perilaku merupakan perilaku yang digambarkan kedalam bentuk sketsa atau diagram mengenai suatu area dimana manusia melakukan berbagai kegiatan. Tujuannya adalah untuk menggambarkan perilaku dalam peta, serta mengidentifikasi jenis dan frekuensi perilaku, serta menunjukkan kaitan antara perilaku tersebut dengan wujud perancangan yang spesifik. Terdapat dua cara dalam melakukan pemetaan perilaku yaitu :

a. Pemetaan berdasarkan tempat (*placed-centered mapping*)

Teknik ini digunakan untuk mengetahui bagaimana manusia atau sekelompok manusia memanfaatkan, menggunakan, atau mengakomodasi perilakunya dalam suatu situasi waktu dan tempat tertentu.

b. Pemetaan berdasarkan pelaku (*person-centered mapping*)

Teknik ini menekankan pada pergerakan manusia pada suatu periode waktu tertentu. Teknik ini berkaitan dengan tidak hanya

suatu tempat atau lokasi akan tetapi dengan beberapa tempat atau lokasi.

Perancangan ini mengumpulkan data salah satunya dengan menggunakan metode observasi atau melakukan studi lapangan dengan instrument berupa kuisisioner yang bertujuan untuk mengetahui pendapat pedagang dan pembeli terkait aspek aspek berikut :

Tabel 3. 5 Data Kuisisioner

No	Data	Penilaian Responden		Persentase (%)
1.	Apakah lapak/tempat berdagang sudah sesuai jenis barang yang dijual?	Ya, sesuai	5	33,3%
		Kurang sesuai	10	66,7%
2.	Apakah lapak/tempat berdagang mudah mendapatkan pembeli ?	Ya, mudah	8	53,3%
		Lumayan Sulit	7	46,6%
3.	Apakah harga sewa los/kios/ruko tergolong mahal ?	Ya, mahal	10	66,7%
		Standart/Pas	5	33,3%
4.	Apakah pedagang merasa nyaman berdagang di ruang pasar ?	Ya, nyaman	3	20%
		Cukup nyaman	8	53,3%
		Tidak nyaman	4	26,6%
5.	Berapa lama rentang waktu berdagang ?	08.00 – 15.00 WIB	3	20%
		08.00 – 16.00 WIB	6	40%
		08.00 – 17.00 WIB	6	40%
6.	Apakah koridor pasar mempengaruhi keberhasilan berdagang ?	Setuju	10	66,7%
		Tidak Setuju	0	0%
		Tidak Tahu	5	33,3%

Sumber : Data Pribadi

Pada hasil kuisisioner pedagang (placed centered mapping), fokus utama yang menjadikan isu adanya ruang – ruang yang tidak termanfaatkan dengan baik / kurang optimal yaitu sirkulasi koridor dan pengelompokan pedagang menurut jenis barang yang dijual. Hasil data menunjukkan 66,7% pedagang setuju bahwa koridor dapat mempengaruhi keberhasilan berdagang dan lapak/tempat berdagang masih belum di kelompokkan menurut barang yang dijual.

Tabel 3. 6 Data Kuisisioner

No	Data	Penilaian Responden		Persentase (%)
1.	Bagaimana dengan lebar koridor dalam pasar ?	Sempit	10	66,7%
		Cukup/Pas	5	33,3%
2.	Apakah pembeli merasa nyaman ketika berjalan di koridor pasar ?	Ya, Nyaman	5	33,3%
		Tidak Nyaman	10	66,7%
3.	Apakah pembeli merasa bingung ketika berjalan di koridor pasar ?	Ya, bingung	10	66,7%
		Tidak Bingung	5	33,3%
4.	Apakah terlalu banyak koridor di dalam pasar menyebabkan pembeli malas mengelilingi pasar ?	Ya	10	66,7%
		Tidak	0	0%
		Tidak Tahu	5	33,3%
5.	Apakah pembeli sudah memiliki pedagang langganan di pasar ?	Ya, sudah	10	66,7%
		Tidak	5	33,3%
6.	Apakah pembeli merasa kurang berminat berkeliling pasar karena tidak ada kegiatan penunjang yang menarik bagi pengunjung ?	Ya	12	80%
		Tidak	3	20%

Sumber : Data Pribadi

Pada hasil kuisisioner pembeli (person centered mapping), perspektif yang dirasakan pembeli menjadikan sebuah variable penting terhadap terciptanya ruang – ruang yang kurang optimal. Secara garis besar 66,7% pembeli sudah memiliki pedagang langganan selain itu tidak adanya kegiatan penunjang yang menarik pembeli untuk berkeliling pasar membuat para pembeli merasa tidak perlu mengelilingi pasar dikarenakan sudah memiliki tujuan untuk mendatangi toko langganan. Hal ini mengakibatkan adanya ruang – ruang yang kurang optimal karena tidak dilewati oleh pembeli.

3.1.3.5 Kesimpulan

Setelah dilakukannya analisis kita dapat menyimpulkan dan dapat mengevaluasi mengenai fenomena – fenomena apa saja yang terdapat pada setting tersebut, serta apakah studi kasis sudah sesuai dengan teori yang telah dikaji sebelumnya dengan melakukan sintesis terhadap poin – poin penting yang telah dibahas dalam penelitian. Kesimpulan ini

nantinya akan memberikan sebuah gambaran ringkas mengenai hasil penelitian, implikasinya dan menjadi acuan dalam merancang

3.2. Metode Perancangan

Perancangan menurut William A. Shrode (1974) merupakan suatu sarana untuk mentransformasikan persepsi – persepsi mengenai kondisi lingkungan ke dalam rencana yang berarti dan dapat dilaksanakan dengan teratur. Menurut Paul Davidov (1982) perancangan merupakan sebuah proses untuk menetapkan tindakan yang tepat di masa depan melalui pilihan – pilihan yang sistematis

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa perancangan merupakan sebuah proses menetapkan tindakan dengan mentransformasikan beberapa persepsi suatu kondisi lingkungan ke dalam sebuah rencana yang sistematis.

3.2.1 Tahap Persiapan dan Hasil Penelitian

Dalam tahap awal dari topik yang diambil yaitu penelitian mengenai pasar tradisional dimana lingkup pasar tradisional yaitu penjual dan pembeli. Kajian tersebut didapatkan dari beberapa preseden yang diambil serta (Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, n.d.). Hasil penelitian mengenai arsitektur perilaku adalah dengan mencari factor apa saja yang membentuk perilaku seseorang serta metode yang digunakan dalam menganalisis perilaku dimana nantinya akan menjadi kriteria untuk membuat Pasar Raya II Salatiga

3.2.2 Hasil Penelitian untuk Kriteria Khusus Perancangan

Kajian kriteria didapatkan dengan melakukan analisis pengamatan yang sudah dilakukan. berdasarkan analisis site, berdasarkan hasil etnografi, berdasarkan pendekatan, berdasarkan kajian studi preseden, dan berdasarkan general yang nantinya akan menjadi acuan dalam merancang pasar tradisional

3.2.3 Analisis Tapak

Analisis tapak dalam perancangan arsitektur bertujuan untuk memahami kondisi dan potensi lahan secara mendalam sebelum desain dimulai. Analisis tapak mencakup identifikasi seperti Sejarah dan letak tapak, selain itu analisis tapak juga mencakup kondisi fisik tapak seperti kontur, iklim, serta konteks lingkungan disekitar tapak untuk mengintegrasikan bangunan secara harmonis. Analisis ini juga memastikan kepatuhan terhadap peraturan, serta mengoptimalkan pemanfaatan lahan dan sumber daya, serta menciptakan ruang yang nyaman dan fungsional bagi pengguna

3.2.4 Analisis Konteks Pengguna

Analisis konteks pengguna dalam arsitektur bertujuan untuk memberikan pemahaman secara mendalam mengenai kebutuhan, keinginan, dan pola aktivitas orang – orang yang akan menggunakan ruang – ruang dan fasilitas di dalam bangunan. Analisis ini memastikan bahwa desain arsitektur menciptakan pengalaman pengguna yang optimal dan relevan, serta sangat terkait dengan konsep arsitektur perilaku yang memperhatikan pengguna sebagai salah satu konteks penting

3.2.5 Program Ruang

Program ruang merinci kebutuhan ruang suatu bangunan. Program ruang berfungsi sebagai panduan ataupun acuan arsitek dalam merancang bangunan yang fungsional dan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Program ruang mencakup identifikasi jenis ruang yang diperlukan

3.2.6 Hubungan Kedekatan Ruang

Dari hasil studi analisis aktivitas, kebutuhan ruang dan program ruang dari data sekunder, diperoleh jenis – jenis ruang dan perhitungan dimensi ruang yang dibutuhkan yang kemudian menghasilkan skema hubungan kedekatan ruang

3.2.7 Kriteria Perancangan

Kriteria perancangan didapatkan melalui hasil penelitian yang digunakan sebagai acuan dalam merancang.

3.2.8 Proses Perancangan

Proses perancangan dalam arsitektur merupakan rangkaian Langkah sistematis yang bertujuan untuk mewujudkan sebuahn bangunan yang sesuai dengan tujuan awal perancangan meliputi pendalaman konsep.

3.2.9 Hasil Perancangan dan Kesimpulan

Hasil perancangan arsitektur perilaku pada pasar tradisional, setelah melalui proses perancangan, mencerminkan pemahaman mendalam tentang kebutuhan pedagang dan pembeli pasar Raya II Salatiga.