

**PENENTUAN PRIORITAS PENYEDIAAN  
SARANA DAN PRASARANA PASAR BATIK SETONO  
SEBAGAI OBJEK WISATA BELANJA DI KOTA PEKALONGAN**

**TUGAS AKHIR**

Oleh:

**Yunandini Galih Prastyani**

**L2D303307**



**JURUSAN PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA  
FAKULTAS TEKNIK UNIVERSITAS DIPONEGORO  
S E M A R A N G  
2 0 0 5**

## ABSTRAK

*Pekalongan merupakan salah satu kota di Jawa Tengah yang terkenal dengan kerajinan batiknya. Untuk menjadikan kawasan Pasar Batik Setono Pekalongan sebagai objek wisata belanja, maka diperlukan sarana dan prasarana yang dapat menunjang kawasan pasar batik tersebut sebagai objek wisata belanja. Sarana dan prasarana tersebut harus dapat dinikmati oleh para pengguna pasar baik dewasa maupun anak-anak. Kondisi sarana dan prasarana di Pasar Batik Setono Pekalongan belum dapat dikategorikan sebagai sarana dan prasarana untuk wisata khususnya wisata belanja. Hal ini disebabkan karena kondisi ruang dan bangunan dari Pasar Batik itu sendiri. Kondisi sarana utama seperti kios dan toko juga hanya memanfaatkan ruang yang ada. Hal itu menyebabkan terjadinya beberapa permasalahan seperti penataan barang dagangan yang tidak teratur dan melebihi dari ruang yang telah disediakan. Selain itu kondisi ruang parkir yang ada juga belum memenuhi syarat. Permasalahan lain yang ada di Pasar Batik Setono Pekalongan antara lain: kamar mandi yang ada belum memiliki wc, belum memiliki TPS, air bersih yang digunakan masih menggunakan air sumur artesis, dan belum memiliki saluran drainase yang memadai.*

*Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang ada di Pasar Batik Setono Pekalongan, maka ada permasalahan yang dapat ditarik yaitu kurang memadainya sarana dan prasarana yang ada di Pasar Batik Setono Pekalongan. Kurang memadainya sarana dan prasarana tersebut di bagi menjadi dua, yaitu belum tersedianya atau kurang lengkapnya sarana dan prasarana Pasar Batik Setono Pekalongan sebagai kawasan wisata belanja.*

*Tujuan dari penelitian ini adalah menentukan jenis sarana dan prasarana yang perlu disediakan atau ditingkatkan di Pasar Batik Setono Pekalongan, guna menunjang pengembangan objek wisata belanja di Kota Pekalongan.*

*Metode analisis yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif yaitu analisis satu variabel, analisis ketersediaan sarana dan prasarana wisata belanja berdasarkan standar, analisis peningkatan penyediaan sarana dan prasarana wisata belanja berdasarkan persepsi pengguna, dan analisis perbandingan antara penilaian standar dan persepsi pengguna, yang membandingkan hasil dari semua analisis sebelumnya. Dari keseluruhan analisis tersebut diperoleh hasil prioritas jenis-jenis sarana dan prasarana yang perlu ditingkatkan dan disediakan untuk mengembangkan Pasar Batik Setono Pekalongan sebagai objek wisata belanja. Hasil yang diharapkan dari penelitian ini adalah dapat memberikan acuan dalam mengembangkan Pasar Batik Setono sebagai salah satu objek wisata belanja di Kota Pekalongan lebih lanjut.*

*Berdasarkan hasil perbandingan antara standar dan persepsi pengguna maka dapat diketahui sarana dan prasarana yang ada di Pasar Batik Setono Pekalongan yang mendapatkan prioritas I untuk ditingkatkan karena kondisinya kurang memenuhi adalah kapasitas warung makan; keteduhan area parkir; kondisi ruangnya untuk sistem pencahayaan; ketersediaan bangunan pelayanan keamanan; kondisi jaringan dari jaringan drainase; jumlah tempat sampah, peletakan tempat sampah dan ketersediaan tempat sampah pada sistem persampahan dan kondisi sarana pada pelayanan telekomunikasi. Sedangkan sarana dan prasarana yang mendapatkan prioritas ke II dalam pemenuhannya karena kondisinya yang sudah cukup memenuhi adalah kondisi sarana, aksesibilitas, dan kebersihan pada fasilitas catering; banyaknya sarana pada kamar mandi/wc; sistem penataan area parkir; penataan pada fasilitas perdagangan; kebocoran pada jaringan drainase; kondisi tiang dan kabel pada pelayanan telekomunikasi. Sedangkan untuk prioritas ke III adalah sarana dan prasarana yang kondisinya juga cukup memenuhi, yaitu peletakan papan nama dan kebersihan pada sarana kantor pengelola; jarak sarana dan pelayanan petugas pada pelayanan telekomunikasi; aksesibilitas pada fasilitas catering; aksesibilitas dan kenyamanan pada musholla dan masjid; ketersediaan air dan terjadinya genangan pada kamar mandi. Sedangkan untuk prioritas ke IV adalah sarana dan prasarana yang kondisinya sudah memenuhi, yaitu sarana dan prasarana yang belum terdapat pada prioritas I sampai III.*

**Kata Kunci: Sarana dan Prasarana, Pasar Batik, dan Objek Wisata Belanja**

# B A B I PENDAHULUAN

## **1.1 Latar Belakang**

Kota terbentuk dari kawasan permukiman yang perkembangan menjadi pusat kegiatan tertentu bagi wilayah yang lebih luas. Secara umum kota mewadahi kegiatan bermukim, bekerja, berekreasi yang semuanya dapat terjadi melalui jaringan pergerakan (transportasi), atau yang lebih dikenal dengan wisma, karya, suka dan marga. Kota juga dapat dipandang sebagai suatu sistem yang didalamnya berlangsung penuh perubahan guna lahan. Salah satu yang menandai perubahan guna lahan tersebut adalah perubahan wujud fisik yang selanjutnya akan berpengaruh pada pembentukan citra kota. Karakteristik kota terbentuk dari karakteristik aktivitas penduduk yang ada di dalamnya. Pusat kota merupakan salah satu bagian kota yang dapat menjadi cermin keunikan kota dibandingkan dengan kota lain. Pusat kota yang biasanya pusat perdagangan, *market centres* atau *market place* untuk melayani kebutuhan masyarakat sekitarnya, penampilannya sering bersifat simbolis dan historis, berskala manusia, memiliki keluruhan dengan mozaik cultural yang beragam, menyuguhkan formologi ruang dan massa yang berkesinambungan untuk waktu yang panjang. Keunikan yang dimiliki pusat kota menjadikan kota sebagai aset utama dalam penciptaan jati diri dan citra kota secara keseluruhan. Realitas sosial ekonomi dan persepsi-persepsi masyarakat perkotaan terejawantahkan secara ekspresif pada pusat kota (Budihardjo, 1997). Dengan demikian, penataan fungsi dan perwajahan pusat kota menjadi penting mengingat kawasan ini menjadi rangkuman kondisi dan sejarah kota tempat kota tersebut berada.

Pusat perbelanjaan merupakan salah satu karakteristik pembentuk keunikan suatu kota. Pusat perbelanjaan atau yang lebih dikenal dengan pasar merupakan sarana penunjang perekonomian masyarakat dalam sektor perdagangan yang berfungsi sebagai tempat dipasarkannya barang-barang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Dengan terjadinya perkembangan perekonomian, maka pasar cenderung mengalami perubahan sesuai dengan perkembangan zaman. Awalnya pasar hanya sebatas sebagai pusat kegiatan pelayanan lingkungan permukiman, kemudian pasar berkembang menjadi kegiatan yang memiliki daerah pelayanan yang lebih luas, sehingga menjadikan ruang lingkup pelayanan pasar tidak terbatas pada satu tempat saja.

Dalam pranata sosial, pasar merupakan bagian yang penting yang merupakan tempat terjadinya interaksi dan komunikasi antar manusia dalam sebuah lingkungan masyarakat. Pasar merupakan tempat pembeli dan penjual bertemu, sehingga memungkinkan terdapat unsur-unsur seperti sosial, ekonomi, budaya dan politik dan lain sebagainya berkembang di dalamnya (Belshaw dalam Sugiharjo, 1994:1).

Sedangkan berdasarkan tujuan sosiologisnya, pasar muncul disebabkan karena kebutuhan manusia yang semakin beragam, namun pada waktu yang sama mereka tidak dapat mencukupinya sendiri karena barang-barang itu tidak terdapat disekitarnya atau tidak dimilikinya. Kemudian dengan perkembangan sosial, ekonomi, budaya, dan teknologi, manusia membutuhkan suatu tempat yang dapat dijadikan pasar.

Perkembangan yang semula hanya sebagai tempat pertemuan penjual dan pembeli menjadikan pasar juga berfungsi lain seperti tempat pertemuan, urusan bisnis, rekreasi, dan sebagainya. Bentuk membeli dan menjual pada hakikatnya tidak berubah dari masa ke masa hanya saja tempat berlangsungnya kegiatan tersebut mengalami perubahan dan perkembangan sejalan dengan berubah dan berkembangnya kebudayaan serta tingkat peradaban manusia.

Pasar mengalami tahap perkembangan yang disebut dengan *Process of Retail Development – A Continuen*, yang dimulai dengan proses dari yang bersifat tradisional sampai ke modern yang terbagi atas dua dimensi yaitu dimensi waktu dan dimensi spasial. Dimensi waktu dijelaskan sebagai suatu perkembangan yang disesuaikan dengan perkembangan sosial budaya masyarakat dari tradisional ke modern. Dimensi spasial berkaitan dengan keruangan dan koleksi distribusi barang yang didasarkan pada lingkup yang dilayani (Tse dalam Masono, 1995:3).

Jika berbicara tentang pasar yang merupakan suatu potensi dapat dilihat dari dua sisi yaitu sisi intern dan sisi ekstern. Sisi intern pasar dapat dilihat dari kualitas dan keragaman barang yang ditawarkan, harga, pelayanan, promosi, dan sebagainya. Sedangkan dari sisi eksternnya, dapat dilihat dari lokasi dari pasar itu sendiri. Lokasi yang potensial dipengaruhi oleh aktivitas dan guna lahan sekitarnya karena pada dasarnya lahan merupakan sumber daya alam yang sangat penting sebagai tempat manusia melakukan segala aktivitasnya. Pasar menjadi salah satu faktor pemicu perkembangan kota. Perkembangan dan perubahan pasar yang terjadi sebagai pusat perbelanjaan dan perdagangan ditunjang dengan keberadaan beberapa fungsi pusat aktivitas kota lainnya seperti tersedianya pusat pemerintahan, perumahan, pendidikan, industri, rekreasi dan sebagainya.

Pekalongan merupakan salah satu kota di Jawa Tengah yang terkenal dengan kerajinan batiknya. Industri batik di Kota Pekalongan berangkat dari industri kerajinan rumah tangga yang merupakan salah satu sektor yang memberikan kontribusi yang cukup tinggi terhadap pendapatan daerah Kota Pekalongan. Secara keseluruhan sektor industri menyumbang kurang lebih 26,29% terhadap PAD Kota Pekalongan, dan sebagian besar industri di Kota Pekalongan merupakan industri garmen dan batik yaitu sekitar 90,10 % dari keseluruhan jumlah industri yang ada di Kota Pekalongan. Industri batik merupakan salah satu kerajinan masyarakat Kota Pekalongan yang merupakan kekayaan budaya yang menjadi salah satu komoditas unggulan yang tidak hanya melayani pasar domestik namun juga mampu menjangkau pasar internasional.

Pada tahun 2000 tepatnya pada bulan Juli mulai dibangun sebuah pasar batik yang diberi nama Pasar Grosir Batik Setono. Pasar batik tersebut didirikan dengan tujuan untuk menampung

hasil produksi dari pengusaha kecil dan menengah yang ada di Kota Pekalongan dan sekitarnya, karena selama ini belum ada tempat untuk menampung produk mereka. Selain itu pendirian pasar batik tersebut juga bertujuan untuk menghidupkan kembali industri batik yang sempat lesu akibat dari adanya krisis ekonomi pada akhir tahun 90-an. Krisis ekonomi tersebut mengakibatkan permintaan batik turun dan naiknya nilai bahan baku, sehingga banyak para pengusaha batik terutama pengusaha menengah dan kecil yang gulung tikar karena tidak mampu menjangkau biaya produksi yang cukup tinggi ditambah dengan penurunannya permintaan batik di pasaran.

Pasar Batik Setono Pekalongan didirikan di atas tanah seluas 1,18 Ha yang merupakan bekas pabrik tekstil yang telah dibeli oleh Koperasi Pengusaha Batik Setono (KPBS). Disitu pengelola hanya memanfaatkan bangunan yang telah ada, tanpa membongkar bangunan aslinya.

Di Pasar Batik Setono terdapat beberapa kelas kios yaitu kios biasa, kios VIP, kios *executive*, kios *expansive* dan kios *exellent*. Selain kios-kios tersebut juga ada beberapa fasilitas lain yang melengkapi pasar batik tersebut antara lain musholla, kamar mandi, masjid, kios kaki lima, wartel dan ruang parkir. Ruang parkir di Pasar Batik Setono dibagi menjadi dua yaitu di depan pasar dan di belakang pasar. Keterbatasan ruang parkir menyebabkan hari-hari besar ataupun sabtu minggu, ada beberapa kendaraan berupa bus pariwisata yang memarkir di depan pasar yaitu di jalan raya Pekalongan – Batang. Hal ini sangat mengganggu lalu lintas karena jalan tersebut merupakan jalan arteri primer yang menghubungkan antara tiga kota besar yaitu Jakarta – Semarang – Surabaya.

Untuk menjadikan kawasan Pasar Batik Setono Pekalongan sebagai objek wisata belanja, maka diperlukan sarana dan prasarana yang dapat menunjang kawasan pasar batik tersebut sebagai objek wisata belanja. Suatu objek wisata harus memiliki sarana prasarana yang dapat menyebabkan kawasan tersebut dapat disebut sebagai objek wisata. Sarana dan prasarana tersebut harus dapat dinikmati oleh para pengguna pasar baik dewasa maupun anak-anak. Kondisi sarana dan prasarana di Pasar Batik Setono Pekalongan belum dapat dikategorikann sebagai sarana dan prasarana untuk wisata khususnya wisata belanja. Hal ini disebabkan karena kondisi ruang dan bangunan dari Pasar Batik itu sendiri. Pasar Batik tersebut merupakan bekas dari pabrik tekstil yang sudah tidak aktif lagi. Sarana prasarana penunjang untuk kawasan wisata belum ada di pasar batik tersebut. Kondisi sarana utama seperti kios dan toko juga hanya memanfaatkan ruang yang ada. Hal itu menyebabkan terjadinya beberapa permasalahan seperti penataan barang dagangan yang tidak teratur dan melebihi dari ruang yang telah disediakan.

Ada ketidakkeseimbangan aktivitas di tengah Pasar Batik Setono Pekalongan antara jumlah pengunjung yang ada dengan sarana dan prasarana yang tersedia. Sarana dan prasarana yang ada dirasa belum memenuhi kebutuhan para pengunjung. Selain itu juga sarana dan prasarana dan kenyamanan yang ada belum tepat agar dapat dikatakan bahwa Pasar Batik Setono Pekalongan sebagai objek wisata belanja.