

## PENGARUH PENGATURAN JARAK DARI *LAYOUT* LAPAK SAAT PANDEMI COVID-19 PADA PERILAKU PENGUNJUNG DI PASAR ENJO JAKARTA

Shafia Ashma Khairunnisa<sup>1</sup>, Lu'lu' Purwaningrum<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Desain Interior, Seni Rupa Dan Desain, Universitas Sebelas Maret  
Jl. Ir. Sutami 36, Ketingan Kecamatan Jebres, Surakarta, Indonesia

<sup>2</sup>Desain Interior, Seni Rupa Dan Desain, Universitas Sebelas Maret  
Jl. Ir. Sutami 36, Ketingan Kecamatan Jebres, Surakarta, Indonesia

e-mail: shafiakh24@student.uns.ac.id<sup>1</sup>, lulu\_purwaningrum@staff.uns.ac.id<sup>2</sup>

Received : September, 2022

Accepted : November, 2022

Published : Desember, 2022

### **Abstract**

*Traditional markets are one of the public buildings that are still frequented by the public even during the Covid-19 pandemic. This traditional market has enormous potential to become a center for the spread of Covid-19. The formulation of the problem in the research is (1) Can the setting affect behavior and behavior can affect the setting, (2) Is there an effectiveness in social distancing, visitors become obedient to the rules of social distancing? This research uses a rationalistic qualitative approach with a case study approach with behavior mapping techniques. Sources of data obtained from documents, interviews, notes during the field and the results of observations. The analytical method in this study is a combination of behavior mapping techniques which include (1) Place Centered Mapping, and (2) Person Centered Mapping. The results of this study show (1) Settings affect visitors to be obedient and neat with applicable social distancing regulations, as well as reduced visitor pressure, and visitor behavior affects the shift in merchant attributes, disruption of visitor flow and damage to visitor flow signs, (2) The application of social restrictions makes visitors obey the rules of social distancing. This is evidenced by the increased comfort, visitors who keep their distance, there is no gathering point and follow the flow of visitors in this study.*

**Keywords:** Covid-19 Pandemic, Social Distancing, Behavior Mapping, Traditional Market Interior

### **Abstrak**

*Pasar tradisional merupakan salah satu bangunan publik yang masih sering didatangi masyarakat meskipun pada masa pandemi Covid-19. Pasar tradisional ini memiliki potensi yang sangat besar untuk menjadi pusat penyebaran Covid-19. Rumusan masalah pada penelitian yakni (1) Apakah setting bisa memengaruhi perilaku serta perilaku bisa memengaruhi setting, (2) Apakah terdapat keefektifitasan dalam pembatasan sosial, pengunjung menjadi taat dengan peraturan social distancing. Penelitian ini memakai kualitatif rasionalistik dengan pendekatan studi kasus dengan teknik behavior mapping. Sumber data didapat dari dokumen, hasil wawancara, catatan selama di lapangan serta hasil dari observasi. Metode analisis pada penelitian ini yakni kombinasi teknik behavior mapping yang meliputi (1) Place Centered Mapping, serta (2) Person Centered Mapping. Hasil penelitian ini menunjukkan (1) Setting memengaruhi pengunjung menjadi taat serta rapi dengan peraturan social distancing yang berlaku, serta berkurangnya desakan pengunjung, dan perilaku para pengunjung memengaruhi terjadi pergeseran attribute pedagang, terganggunya alur pengunjung yang berjalan serta rusaknya sign alur pengunjung, (2) Penerapan pembatasan sosial membuat pengunjung menjadi taat dengan peraturan*

*social distancing*. Hal tersebut dibuktikan dari meningkatnya kenyamanan, pengunjung yang tetap menjaga jarak, tidak ada titik kumpul serta mengikuti alur pengunjung pada penelitian ini.

**Kata Kunci:** Pandemi Covid-19, Social Distancing, Behavior Mapping, Interior Pasar Tradisional

## 1. PENDAHULUAN

Situasi saat ini berubah akibat adanya pandemi Covid-19 yang mempengaruhi seluruh aspek kehidupan termasuk perekonomian serta berujung pada aktivitas pasar. Kekhawatiran akan terpaparnya Covid-19 pada saat berbelanja bisa dikurangi dengan sistem pasar yang didukung dengan konsep pasar adaptif terhadap isu global. Hal ini dapat dilakukan di antaranya dengan pengaturan *physical distancing* pengaturan *flow* gerak manusia, pengkondisian pencahayaan alami dan penghawaan alami untuk menghambat penyebaran virus, penggunaan material yang tidak memungkinkan virus untuk bertahan lama di permukaan, dan sebagainya. Selain itu, arsitektur dan interior juga bisa berkontribusi pada pewadahan *urban farming* dalam unit permukiman untuk mendukung ketahanan pangan pasca pandemi, juga untuk mendukung bidang sosial (Reich, 2020) yaitu untuk mewujudkan sifat komunal manusia dan menghindarkan sifat individualistik yang mungkin muncul akibat pandemi Covid-19. Dengan adanya konsep pasar yang adaptif nantinya bisa membuat daya pikat masyarakat serta menumbuhkan perekonomian pasar yang selama ini menurun akibat adanya wabah pandemi. Dengan adanya pandemi yang terjadi maka terbentuklah suatu perubahan pola baru ketika berinteraksi dalam melakukan kegiatan dalam pasar. Selain itu, perlu juga dipertimbangkan bahwa pencegahan penyebaran virus merupakan satu usaha yang mencakup berbagai disiplin ilmu. Usaha ini tidak dapat diselesaikan hanya dengan pendekatan desain interior saja. Sebagai contoh, pengurangan kapasitas kantor untuk mengurangi kepadatan pengguna untuk *physical distancing* hanya bisa terlaksana jika ada kebijakan bekerja dari rumah. Pengurangan kapasitas pasar juga hanya bisa dilakukan jika ada kebijakan tertentu untuk mengurangi pengunjung pasar tradisional yang bisa diterima.

Dalam data BPS pada tahun 2018 terjadi lonjakan pengunjung pada pasar tradisional mencapai 10,4% pada rentang tahun 2018-2019. Pertumbuhan pasar ini didorong oleh inisiatif pemerintah dalam rangka melakukan revitalisasi pasar tradisional. Revitalisasi pasar tradisional sudah menjadi perhatian utama bagi pemerintah dalam memajukan perekonomian Indonesia. Pasar yang memiliki kriteria seperti pasar yang tergolong pasar eceran, pasar wilayah (distrik), pasar siang hari, pasar berstatus kepemilikan pemerintah, serta juga berdasarkan klasifikasi pasar menurut PD Pasar Jaya termasuk pasar tipe C dengan klasifikasi *layout* pasar 2 (dua) lantai, meliputi lantai 1 (satu) yakni *food & beverage* serta lantai 2 (dua) yakni *fashion*. Pasca adanya pandemic Covid-19 mempengaruhi seluruh aspek dikehidupan. Termasuk perekonomian serta berujung pada aktivitas pasar. Meskipun pasar termasuk satu dari layanan public yang tidak ditutup dalam keadaan pandemic, tetapi tetap saja mempengaruhi pendapatan penjual serta juga resiko terhadap Kesehatan.

Penetapan atau pengaturan tata letak (*layout*) pasar dapat berupa peraturan mengenai batas-batas barang dagang. *Layout* interior pasar dibagi menjadi dua area yaitu area basah dan kering. Peraturan lainnya yang berkaitan dengan *social distancing* adalah buka tutup akses masuk dan keluar serta *layout* alur pengunjung dengan pola linear dengan jadwal dagang yang telah ditentukan. Namun proses adaptasi antara *layout* interior pasar dan *layout* individu ketika melakukan kegiatan dalam pasar masih sulit dilakukan. Hal ini disebabkan karena masih ada beberapa pengunjung yang tidak menaati peraturan, dan antrian ketika menunggu pengunjung lain berbelanja menyebabkan pengunjung berdesak-desakan sehingga melanggar kriteria *social distancing*. Hal lain seperti apabila terdapat seseorang yang kurang paham tentang bahan makanan apa yang akan dibeli apabila tidak ditemani dengan anggota keluarganya, justru akan membuat ia menjadi terlalu lama berada di dalam pasar.

Peneliti tertarik membahas mengenai *layout* dan dampaknya terhadap *social distancing* selama pandemi dikarenakan pengaturan tata letak atau *layout* ini dapat dikatakan efektif. Perubahan *layout* ini dirasa dapat meningkatkan kenyamanan pengunjung ketika berbelanja di pasar, dengan adanya jarak dan waktu setiap pengunjung terlatih untuk melakukan efisiensi waktu dan terjamin tidak melakukan kontak fisik dengan pengunjung lainnya. Dengan adanya *layout* ini, para pengunjung juga lebih mudah ketika berbelanja karena *layout* interior pasar sudah disesuaikan dan dikelompokkan menjadi dua area basah dan kering. Akses keluar-masuk pasar (internal) seringkali menciptakan titik berkerumun manusia. Untuk meminimalisir adanya penumpukan kerumunan pengunjung tersebut, sebaiknya pasar mempunyai minimal 2 pintu untuk akses keluar-masuk pasar dengan letak yang berbeda. Bisa dijelaskan dengan penelitian lain yang memiliki relevansi dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti seperti penelitian yang dilakukan oleh Pradhipta Aditama, Razziati Rr. Haru dan Handajani Rinawati P. mengenai Penataan Pola Tata Ruang dalam Pasar Legi Tradisional Kota Blitar menjelaskan bahwa pengaturan tata letak dan pola ruang pada pasar (*layout*) berupa pembagian zonasi pada area seperti area basah dan kering berpengaruh terhadap tingkat kenyamanan dan keefektifitasan karena sirkulasi yang berbentuk vertikal dari horizontal dapat mengurangi efek penumpukan aktivitas sehingga setiap sudut pasar dapat dijangkau oleh pengunjung.

Penyusunan standar interior terhadap fungsi bangunan publik, khususnya pasar tradisional ini perlu dilakukan untuk membangun model standar baru guna mendukung pengendalian penyebaran penyakit, khususnya Covid-19. Penelitian ini akan mengkaji perubahan perilaku pengunjung melalui satu *layout* baru serta keefektifitasan dalam melakukan *social distancing* di pasar tradisional dengan didukung peraturan pemerintah. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui dampak perubahan *layout* dengan jarak lapak bisa mempengaruhi perilaku pengunjung dan mengetahui efektivitas pengaturan jarak lapak terhadap *social distancing* para pengunjung. Guna melakukan penelitian, dibutuhkan pendekatan melalui pemahaman kondisi serta kenyataan di lapangan berdasarkan perspektif dan interpretasi dari peneliti. Metode pada penelitian ini yaitu metode *Behavior Mapping* oleh Sommer & Sommer (1980) ialah *place-centered mapping* yaitu mencari tahu bagaimana seseorang ataupun sekelompok orang menggunakan, memanfaatkan, serta mengakomodasi perilaku mereka pada waktu dan lokasi tertentu dilakukan dengan memakai pendekatan ini. *Person-centered mapping* yaitu penekanan pada pergerakan orang dalam jangka waktu tertentu, di mana metode ini dipakai di banyak tempat.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan dengan jenis penelitian kualitatif rasionalistik dengan pendekatan studi kasus memakai teknik *behaviour mapping*. Pendekatan penelitian kualitatif dipakai guna mempelajari pasar-pasar yang akan diteliti, mementingkan proses (makna) selama penelitian, menggeneralisasikan teori berdasarkan perspektif subjek, serta mendapat informasi rinci mengenai beberapa tempat yang akan diteliti (Muhadjir, 1989). *Behavior Mapping* (R.Sommer dan B., 1980) ditampilkan dalam bentuk skema ataupun gambar tempat yang ditempati manusia. Pemetaan perilaku bisa dilakukan dengan dua cara:

1. *Place-centered Mapping* yaitu penyelidikan tentang bagaimana orang ataupun kelompok orang memanfaatkan serta menyesuaikan perilaku mereka pada periode tertentu.
2. *Person-centered Mapping* yaitu ketika periode waktu tertentu disorot, strategi ini tidak hanya diterapkan pada satu area, tetapi lebih pada sejumlah lokasi.

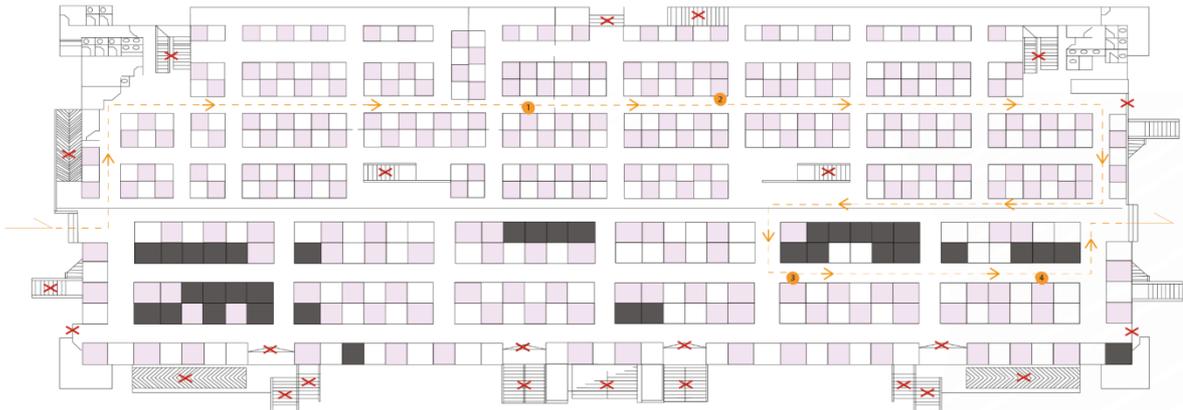
Karena keinginan guna mempelajari lebih jauh tentang pasar tradisional di Jakarta, maka peneliti yang melakukan penelitian ini memakai metode penelitian kualitatif rasionalistik seperti studi kasus serta pemetaan perilaku. Pemahaman serta perilaku manusia yakni dasar dari penelitian studi kasus. Lokasi yang diambil ialah Pasar Enjo berlokasi di Jalan Pisangan Lama Timur RT.8/RW.9, Pisangan Timur, Kecamatan Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13230. Daerah ini termasuk area padat penduduk yang berfungsi sebagai tempat memenuhi kebutuhan masyarakat.



Tahapan Waktu Amatan (dalam WIB)	Pola Kegiatan
06.30 – 06.31	Informan mulai memasuki area pasar, didahului dengan antrre cek suhu
06.31 – 06.40	Informan menuju ke los ikan, membeli ikan, dan menunggu ikan selesai dibersihkan
06.40 – 06.44	Informan menuju ke los sayur, memilih sayur, membeli sayur
06.44 – 06.47	Informan menuju los tahu dan membelinya
06.47 – 07.05	Informan mencari kios bumbu dapur kering, dan membeli beberapa bumbu dapur
07.05 – 07.14	Informan menuju kios telur dan membeli telur
07.14 – 07.25	Informan menyusuri lorong kios, melihat satu dari kios bumbu dapur dan membeli bumbu masak
07.25 – 07.35	Informan kembali menyusuri kios guna mencari kios yang menjual plastik dan membeli plastik
07.35 – 07.55	Informan menuju los buah dan membeli buah
07.55	Informan menuju pintu keluar dan mengakhiri aktivitasnya di pasar

**Tabel 1.** Aktivitas Informan 1

Pada Gambar 2 dan Tabel 2 menunjukkan seluruh aktivitas informan 2 di area pasar.

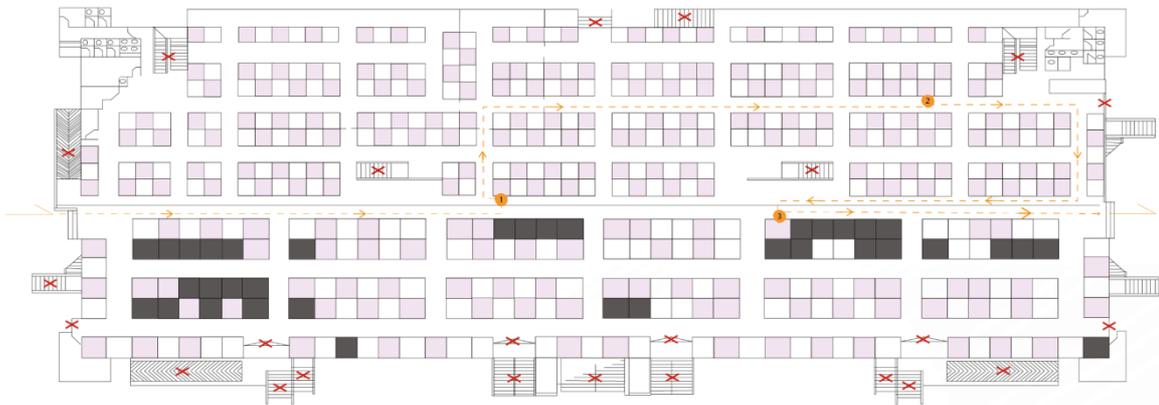


**Gambar 2.** Alur Aktfitas Informan 2  
(sumber : Ilustrasi olahan pribadi)

Tahapan Waktu Amatan (dalam WIB)	Pola Kegiatan
06.30 – 06.32	Informan mulai memasuki area pasar, didahului dengan antrian cek suhu
06.32 – 06.50	Informan menuju ke los ikan serta membeli ikan
06.50 – 07.02	Informan kembali ke area los guna membeli daging
07.02 – 07.20	Informan menyusuri lorong kios menuju ke kios sayur, membeli sayur
07.20 – 07.30	Informan berjalan mengikuti alur pengunjung, kemudian datang ke kios telur
07.30	Informan menuju pintu keluar dan mengakhiri aktivitasnya di pasar

**Tabel 2.** Aktivitas Informan 2

Pada **Gambar 3** dan **Tabel 3** menunjukkan seluruh aktivitas informan 3 di area pasar.

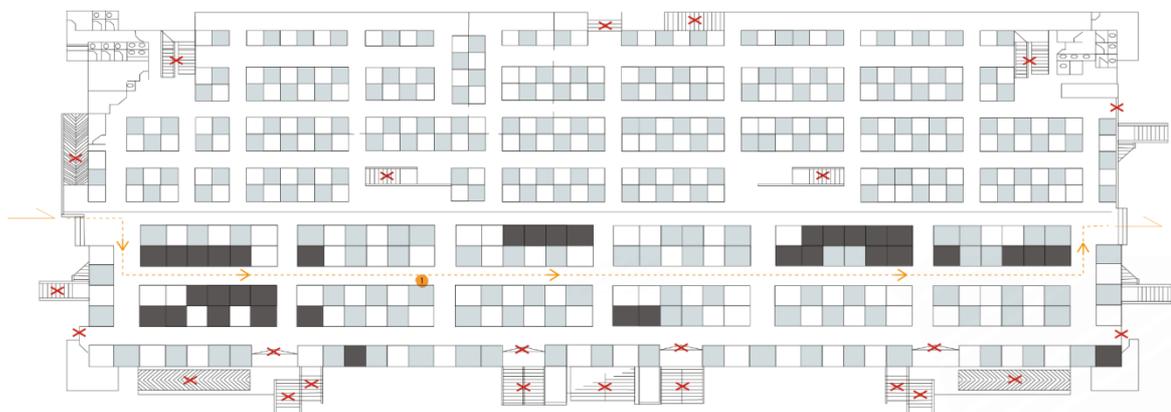


**Gambar 3.** Alur Aktfitas Informan 3  
(sumber : Ilustrasi olahan pribadi)

Tahapan Waktu Amatan (dalam WIB)	Pola Kegiatan
07.45 – 07.47	Informan mulai memasuki area pasar, didahului dengan antrre cek suhu
07.47 – 08.33	Informan menuju ke los ikan dan membeli ikan
08.33 – 08.58	Informan menuju los sayur, dan membeli sayur
08.58 – 09.15	Informan menuju area kios, mencari kios bumbu, dan membeli beberapa bumbu
09.15	Informan berjalan mengikuti alur pengunjung menuju pintu keluar dan mengakhiri aktivitasnya di pasar

**Tabel 3.** Aktivitas Informan 3

Pada **Gambar 4** dan **Tabel 4** menunjukkan seluruh aktivitas informan 4 di area pasar.

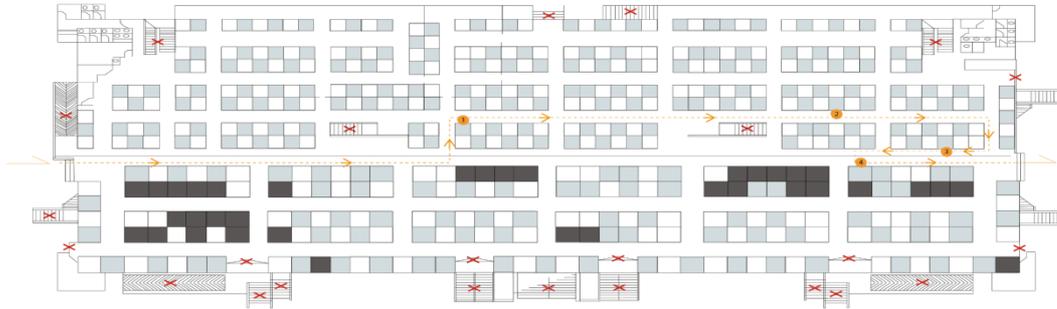


**Gambar 4.** Alur Aktfitas Informan 4  
(sumber : Ilustrasi olahan pribadi)

Tahapan Waktu Amatan (dalam WIB)	Pola Kegiatan
06.00 – 06.02	Informan mulai memasuki area pasar, didahului dengan antrre cek suhu
06.02 – 06.15	Informan menuju kios bumbu (kios langganan) dan membeli beberapa bumbu
06.15	Informan berjalan mengikuti alur pengunjung menuju pintu keluar dan mengakhiri aktivitasnya di pasar

**Tabel 4.** Aktivitas Informan 4

Pada Gambar 5 dan Tabel 5 menunjukkan seluruh aktivitas informan 5 di area pasar.

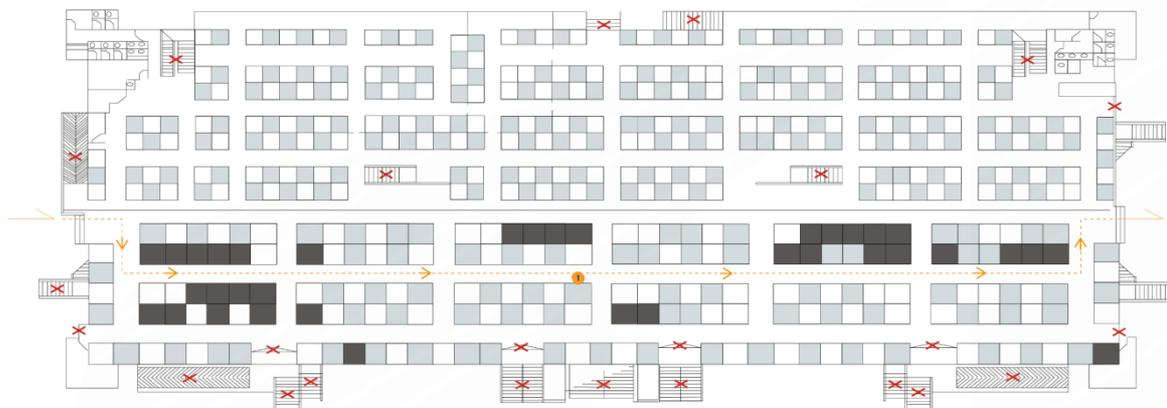


**Gambar 5.** Alur Aktfitas Informan 5  
(sumber : Ilustrasi olahan pribadi)

Tahapan Waktu Amatan (dalam WIB)	Pola Kegiatan
06.00 – 06.04	Informan mulai memasuki area pasar, didahului dengan antrre cek suhu
06.04 – 06.17	Informan menuju area los dan menyusuri lorong dan membeli bumbu di satu dari los
06.17 – 06.48	Informan menuju los sayur, memilih sayur dan membeli sayur
06.48 – 07.15	Informan menuju los buah, memilih buah dan membeli buah
07.15 - 07.24	Informan menuju area kios, mencari kios yang menjual bumbu, membeli bumbu
07.24	Informan berjalan mengikuti alur pengunjung menuju pintu keluar dan mengakhiri aktivitasnya di pasar

**Tabel 5.** Aktivitas Informan 5

Pada Gambar 6 dan Tabel 6 menunjukkan seluruh aktivitas informan 6 di area pasar.



**Gambar 6.** Alur Aktfitas Informan 6  
(sumber : Ilustrasi olahan pribadi)

Tahapan Waktu Amatan (dalam WIB)	Pola Kegiatan
08.30 – 08.32	Informan mulai memasuki area pasar, didahului dengan antre cek suhu
08.32 – 08.39	Informan menuju kios bumbu (kios langganan) dan membeli beberapa bumbu
08.39	Informan berjalan mengikuti alur pengunjung menuju pintu keluar dan mengakhiri aktivitasnya di pasar

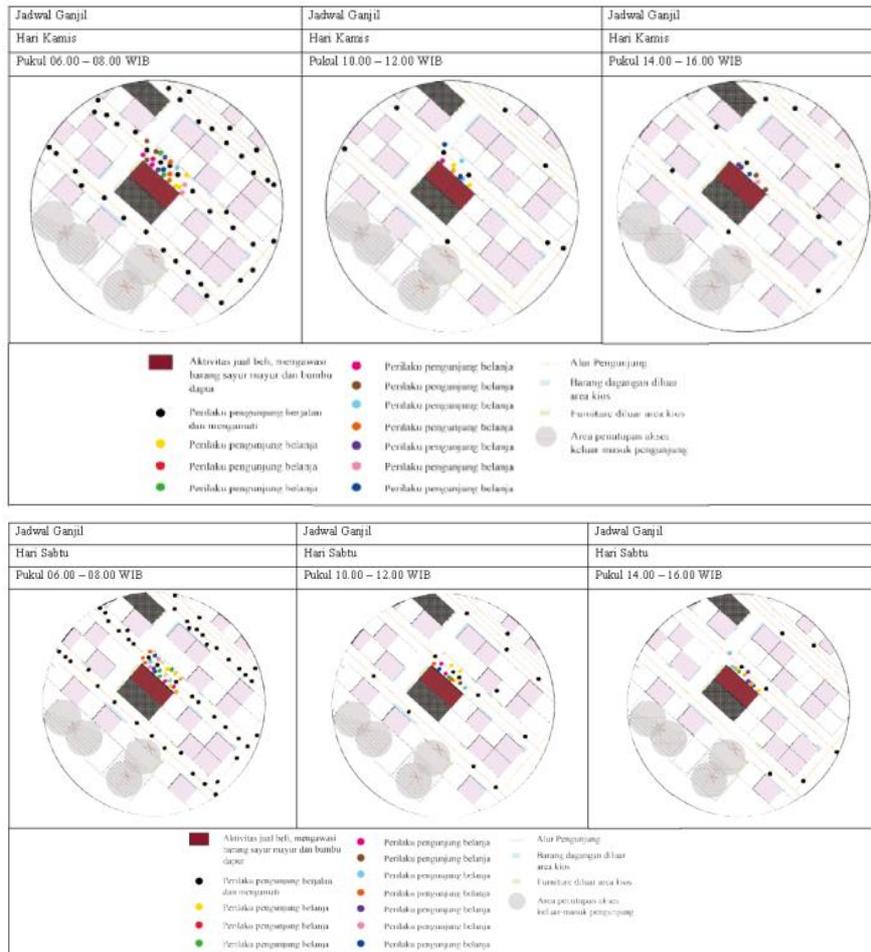
**Tabel 6.** Aktivitas Informan 6

Berdasarkan pemetaan *person-centered mapping* informan 1-6 menunjukkan pola perilaku serta aktivitas informan di Pasar Enjo, menunjukkan bahwasanya pola informan paling diminati ialah mulai dari masuk area pasar menuju area basah berupa ikan serta daging, selanjutnya informan menuju area los sayur, dan kemudian membeli bumbu serta bahan masak di area kios.

Pemetaan yang kedua ialah *place-centered mapping* dilakukan dengan melihat pergerakan informan pada suatu *setting*, titik lokasi yang dipakai sebagai pemetaan *place-centered mapping* ialah satu dari kios yang menjual sayur serta bumbu dapur ( $\pm 12 \text{ m}^2$ ). Kios ini memiliki intensitas jual – beli yang tinggi saat ini (Gambar 7).

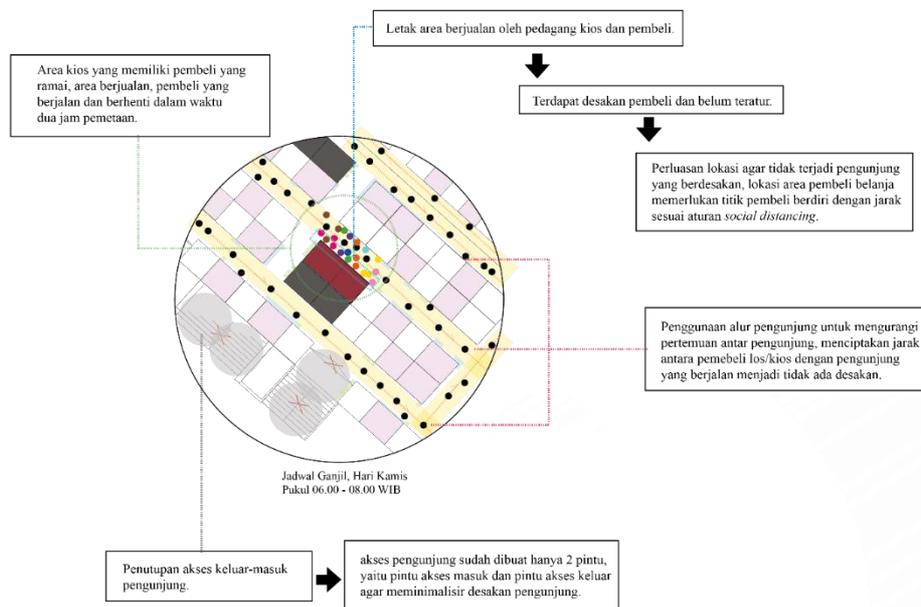


**Gambar 7.** Layout Kios  
(sumber : Ilustrasi olahan pribadi)



**Gambar 8.** Pemetaan *Place-Centered Mapping*  
(sumber : Ilustrasi olahan pribadi)

Analisis olahan data yang didapat dari hasil pengamatan selama enam kali, yakni : Berdasarkan data *Place Centered Mapping* pada gambar 3 yang diperoleh dari 2 hari pengamatan, waktu kepadatan aktivitas (pukul 06.00 WIB – 08.00 WIB), menunjukkan adanya penimbunan kepadatan pengunjung yang ditimbulkan oleh pengunjung yang hendak berjalan serta mengamati, pengunjung yang menunggu di seberang kios serta pengunjung yang sedang memilih serta membeli. Area ini termasuk kios yang menjual sayur serta bumbu dapur yang memiliki tingkat pembeli yang cukup tinggi sehingga terkadang terjadi desakan pengunjung pada area tersebut, sehingga memerlukan peringatan untuk tetap melakukan *social distancing* untuk pembeli di kios tersebut agar tetap menjaga jarak antar pembeli.



**Gambar 9. Analisis Place-Centered Mapping**  
(sumber : Bagan analisis olahan pribadi)

Hasil observasi dan wawancara mengenai adaptasi tata letak interior Pasar Enjo yaitu keramaian pengunjun pasar memang tidak menentu tiap waktunya walaupun sudah dibatasi 50% pengunjun yang bisa masuk ke dalam pasar, sehingga hal tersebut menjadi acuan informan yang akan datang ke pasar. Peningkatan serta penurunan kuantitas jual-beli tersebut. Jenis *social distancing* yang ideal dengan adanya penerapan jadwal ganjil genap memengaruhi intensitas informan berkunjung ke pasar. Secara tersirat informan datang ke pasar dengan beberapa pertimbangan yang berbeda – beda seperti keperluan barang di saat yang tak tentu, keramaian pengunjun serta penerapan jadwal dagang. Terkait kesulitan penerapan *social distancing* secara keseluruhan jawaban informan dominan tidak merasa kesulitan dengan adanya penerapan *social distancing* tetapi terdapat satu dari informan yang merasa sedikit kesulitan, yang di mana penerapan *social distancing* ini juga dilakukan dengan cara adanya jadwal dagang untuk los/kios guna mengurangi keramaian. Alur pengunjun yang di buat sudah mempermudah para informan dalam melakukan kegiatan di pasar ialah untuk pembeli maupun penjual. Hal tersebut bisa mengatur pengunjun pasar untuk lebih teratur, memberikan kenyamanan para pengunjun, mengurangi keramaian.

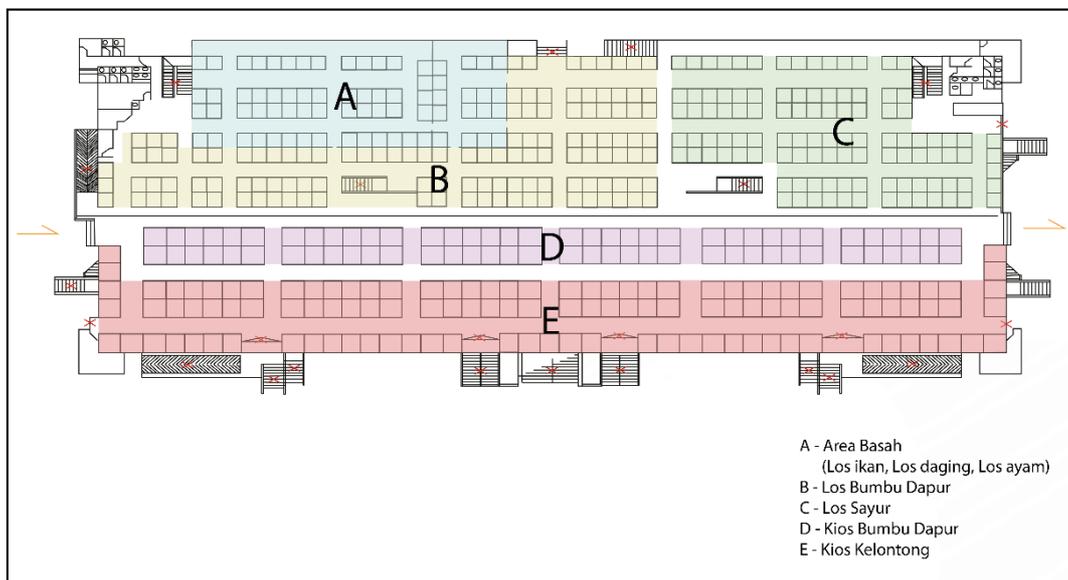
Seluruh informan merasakan kenyamanan setelah berlakunya adaptasi *layout* pasar yang baru. sesuai jawaban para informan, secara keseluruhan merasakan peningkatan kenyamanan dimana keadaan

pasar yang menjadi lebih aman dari keramaian ataupun desakan pengunjung, keadaan pasar yang lebih teratur, serta penjagaan jarak antar pengunjungnya yang lebih baik. Kuantitas jual-beli dominan stabil walaupun masih terdapat menurut para informan ialah dengan menjaga jarak, tidak berdesakan, tidak adanya titik kumpul ataupun keramaian, serta mengikuti alur pengunjung yang sudah menjadi aturan pasar.

### 3.2 Pembahasan

#### Adaptasi *Layout*

*Layout* interior pasar pada gambar 4 dibagi menjadi dua area, ialah area basah serta area kering. Area basah yakni los ikan, daging, serta ayam. Sedangkan area kering yakni area los sayur mayur serta buah, area los bumbu dapur, area kios bumbu dapur, hingga area kios kelontong. Pasar Enjo menerapkan beberapa hal guna meningkatkan kenyamanan serta keamanan masyarakat di masa pandemi ini seperti memberlakukan penutupan akses serta membuka pintu untuk satu akses masuk serta satu akses keluar, kemudian memberikan alur pengunjung dengan pola linear, serta terdapat jadwal dagang.



**Gambar 10.** *Layout* Interior Pasar Enjo  
(sumber : olahan pribadi)

#### Pola Pergerakan Pengunjung

Perilaku pengunjung pasar menunjukkan tren yang berulang. Pengamatan dengan pendekatan *person-centered mapping* mengungkapkan pola yang beragam dalam urutan aktivitas pengunjung, seperti terlihat pada Tabel 1. Observasi dilakukan pada saat pengunjung aktif, sedang, serta diam. Hanya ada satu pintu masuk ke pasar, serta pelaksanaan arus pengunjung dan jadwal perdagangan menghasilkan berbagai pola pergerakan pengunjung. Saat pengunjung ramai di pagi hari, terlihat ramainya pembeli di sejumlah stand ataupun kios.

Informan	Urutan Aktivitas	Suasana Pasar
1	A – B – C – B – C – D - E	Ramai
2	A – B – C – D	Ramai
3	B – C - D	Ramai
4	D – E	Sedang
5	B – C – D	Ramai, Sedang
6	D – E	Sepi

**Tabel 7.** Daftar Pola Pergerakan Pengunjung

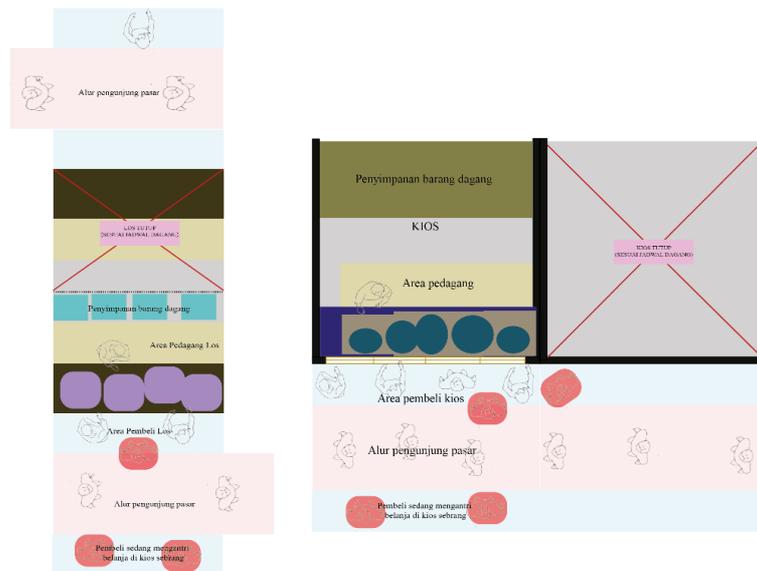
Desakan pengunjung saat pasar sedang ramai antara lain disebabkan oleh pengunjung yang tidak taat menjalani aturan yang berlaku, serta banyaknya orang yang ingin belanja di kios tertentu hingga berpapasan dengan orang yang berjalan melewati lorong saja.

Berdasarkan hasil pengamatan menunjukkan bahwasanya selain berbelanja, pengunjung datang juga ingin melihat serta memilih barang dagangan, dan hanya guna berjalan melewati lorong mencari kebutuhannya, serta peneliti mendapatkan pengunjung yang sedang mengantre di satu dari kios guna menunggu pengunjung lain selesai berbelanja, disaat yang bersamaan pun terdapat pengunjung yang berjalan melewati lorong tersebut. Perilaku – perilaku tersebut dilakukan ketika pasar sedang ramai oleh pengunjung. Situasi pasar yang ramai serta beberapa titik terdapat pengunjung yang berperilaku seperti hal tersebut membuat pengunjung sibuk dengan aktivitasnya masing – masing serta terlihat tidak tertata. Setelah diamati kembali, ditemukan bahwasanya desakan pengunjung juga berpengaruh terhadap *social distancing* serta lamanya waktu salah seorang pengunjung berbelanja. Pada situasi ramai, pengunjung tidak begitu lama saat memilih kebutuhannya serta dalam situasi sedang hingga sepi pengunjung masih bisa melakukan aktivitas memilih dengan waktu yang agak lama. Maka desakan pengunjung yang terjadi pun terlihat memengaruhi kenyamanan pengunjung lainnya dalam melakukan aktivitas.

#### **Perilaku Pengguna Ruang**

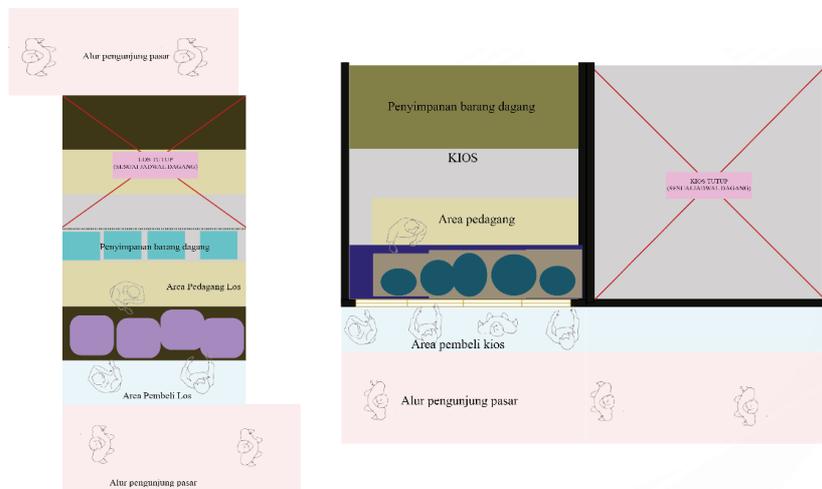
Berdasarkan hasil serta pengamatan dengan teknik *place-centered mapping*, peneliti mendapatkan beragam perilaku pengunjung. Perilaku yang diamati ialah kecenderungan dalam menjaga jarak (*social distancing*), memilih posisi berdiri saat melakukan aktivitas dalam pasar serta saat menyusuri alur pengunjung saat melihat barang. Perilaku pengunjung tersebut berkorelasi dengan *layout* interior pasar. Pemberlakuan adaptasi *layout* saat ini pun memengaruhi perilaku pengunjung itu sendiri ketika berada di dalam pasar.

Berdasarkan gambar 5 perilaku pengunjung dalam situasi ramai ketika memilih serta membeli barang cenderung menciptakan desakan pengunjung karena terdapat pembeli yang ingin mendahului atau pembeli yang tidak mengikuti aturan pasar. Desakan pengunjung tercipta dalam suatu titik sebab penumpukan pengunjung yang sedang belanja, pengunjung yang sedang mengantre, serta pengunjung yang sedang berjalan di lorong tersebut. Perilaku pengunjung yang cenderung menciptakan desakan ialah posisi berdiri di area alur pengunjung. Namun, saat pembeli yang hendak belanja masih perlu diarahkan oleh pedagang guna menjaga jarak dengan pembeli lainnya guna mengurangi desakan di area pembeli. Pada situasi ini terlihat bahwasannya posisi berdiri pembeli ada yang kurang tertata dengan jarak antar pembeli tersebut menunjukkan bahwasanya area pembeli diperlukan satu tanda posisi berdiri para pembeli.



**Gambar 11.** Ilustrasi Perilaku Pengunjung (sumber : olahan pribadi)

Pada gambar di atas saat kepadatan pengunjung menurun perilaku pengunjung dalam situasi sedang serta sepi, terlihat lebih teratur dengan menjaga jarak serta tidak mengganggu pengunjung lain yang berjalan melewatinya.



**Gambar 12.** Ilustrasi Perilaku Pengunjung (2) (sumber : olahan pribadi)

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh pembatasan sosial pada *layout* terhadap perilaku pengunjung di Pasar Enjo Jakarta, maka didapatkan kesimpulan *setting* bisa memengaruhi perilaku yaitu *setting* memengaruhi pengunjung menjadi taat serta rapi dengan peraturan *social distancing* yang berlaku, serta berkurangnya desakan pengunjung. Perilaku bisa memengaruhi *setting* seperti Perilaku para pengunjung memengaruhi terjadi pergeseran *attribute* pedagang, terganggunya alur pengunjung yang berjalan serta rusaknya *sign* alur pengunjung. Penerapan pembatasan sosial membuat pengunjung menjadi taat dengan peraturan *social distancing*. Hal tersebut dibuktikan dari meningkatnya kenyamanan, pengunjung yang tetap menjaga jarak, tidak ada titik kumpul serta mengikuti alur pengunjung pada penelitian ini.

## PERNYATAAN PENGHARGAAN

Terimakasih kepada infroman yang telah meluangkan waktunya untuk berkontribusi terhadap peneltiian ini. Terimakasih kepada Ibu Lu'lu' Purwaningrum, M.T., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan saya dalam proses penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Badan Pusat Statistik. (2019). Sebaran Pasar dan Pusat Perdagangan Menurut Klasifikasi 2019.
- [2] Nafian, M. I. (2020). IKAPPI: 1.586 Pedagang Positif Corona, 344 di Antaranya di Jakarta.
- [3] Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, 'An Expanded Sourcebook : Qualitative Data Analysis', Sage Publications, United States of America, 1994
- [4] Muhadjir, Noeng, Metodologi Penelitian Kualitatif (Yogyakarta: Rake Sarasin, 1989)
- [5] P. D. Plowright, 'Revealing Architecture Design: Methods, Frameworks and Tools', New York: Routledge, 2014
- [6] Pradhipta, Adhiatma, Rr. Haru Agus Razziati, and Rinawati P. Handajani, 'PENATAAN POLA TATA RUANG DALAM PASAR LEGI TRADISIONAL KOTA BLITAR', 2012
- [7] Robbins, P Stephen, 'Perilaku Organisasi', in Edisi Bahasa Indonesia, 9th edn (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2003)
- [8] Sommer, R., & Sommer, B. (1980). *Behavior Mapping : Practical Guide To Behavior Research*. New York: Oxford University Press.
- [9] SH Need, 'Human Behavior and the Interior Environment', Design Guide for Interiors, 1997, 15–23
- [10] Sumiyanto, Ahmad, BMT Menuju Koperasi Modern (Yogyakarta: Ises Publishing, 2008)
- [11] Wicaksono, Andie, and Endah Tisnawati, Teori Interior (Jakarta: Griya Kreasi, 2014)