KAJIAN ATMOSPHERE PASAR TRADISIONAL: PERSPEKTIF ARSITEKTUR

**Jonny Wongso1, I Nengah Tela1, Riska Nofri Yesa1, Zuriyon Hadi1, Bahrul Anief1, Desi Ilona2 and Zaitul3\***

1Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan, Universitas Bung Hatta, Padang 25133, Indonesia

2Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Ekasakti, Padang 25115, Indonesia

3Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta, Padang 25133, Indonesia

\*Corresponding Author: [zaitul@bunghatta.ac.id](mailto:zaitul@bunghatta.ac.id)

Abstrak

Atmosphere toko/pasar merupakan aspek penting yang harus dipertimbangkan oleh arsitek, pengelola pasar, dan pedagang agar pembeli merasa nyaman dan aman di pasar. Suasana pasar akan berdampak pada minat dan prilaku pembeli. Penelitian sebelumnya tentang atmosphere pasar gagal memberikan perhatian pada pasar tradisional. Pasar tradidional masih merupakan media penting untuk pertemuan interaksi sosial dan budaya, selain pertemuan demand dan supply. Penelitian ini betujuan untuk mendeskripsikan komponen atmosphere toko/pasar tradisional di Painan, Kabupaten Pesisir Selatan. Dengan menggunakan enam komponen yang diidentifikasi melalui telaah literatur yang komprehensif: Kebersihan pasar, Bau pasar, KOndisi udara, Pencahayaan, Pewarnaan, dan tampilan dan tataletak bangunan. Pembeli di pasar tersebut dijadikan sebagai responden. Data penelitian adalah data primer yang didapat melalui survey. Metode Analisa menggunakan metode Analisa deskriptif dan comparative. Sebanyak 71 pembeli berpartisipasi dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukan bahwa atmosphere toko/pasar tradional tidak memadai baik dari komponen kebersihan, bau, kondisi udara, pencahayaan, pewarnaan, dan tampilan dan tataletak bangunan. Setelah dilakukan uji beda antara jenis kelamin dan tingkat Pendidikan, hanya satu komponen yang signifikan berbeda antara laki-laki dan perempuan (Pencahayaan) dan tingkat Pendidikan (pewarnaan). Penelitian memberikan menyarakan pada pemerintah untuk merevitalisai pasar tradisional Painan menjadi pasar yang mempunyai daya Tarik tinggi agar tetap kompetitif di era Revolusi Indostri 4.0.

**Kata kunci**: Atmosphere pasar, pasar tradisional, Indonesia

Abstract

Market atmosphere is an important aspect that must be considered by architects, market managers, and traders so that buyers feel comfortable and safe in the market. The market atmosphere will have an impact on the interests and behaviour of buyers. Previous research on market atmosphere failed to pay attention to traditional markets. The traditional market is still an important medium interaction for social and cultural gatherings and meeting demand and supply. This study aims to describe the atmosphere component of a traditional shop/market in Painan, Pesisir Selatan Regency. Using six components identified through a comprehensive literature review: Market cleanliness, Market scent, Air conditioning, Lighting, Colouring, and the appearance and layout of the building. Buyers in the market are used as respondents. Research data is primary data obtained through surveys. The analysis method uses descriptive and comparative analysis methods. A total of 71 buyers participated in this study. The results showed that the atmosphere of traditional shops/markets was inadequate both from the components of cleanliness, smell, air conditions, lighting, colouring, and the appearance and layout of the building. After testing the difference between sex and education level, only one component significantly differed between men and women (lighting) and education level (colouring). The research suggests that the government should revitalize the Painan traditional market into a highly attractive market to remain competitive in the era of the industry revolution 4.0.

**Keywords**: market atmosphere, traditional market, Indonesia