

KAJIAN BEHAVIOR SETTING DI PASAR TUGU SIMPANG LIMA GUMUL KEDIRI

Anisah Nur Fajarwati

Jurusan Arsitektur Universitas Gadjah Mada
Jalan Grafika No. 2 Bulaksumur Yogyakarta 55281

anisah.fajar@gmail.com

ABSTRAK. Studi ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis *behavior setting* di Pasar Tugu Simpang Lima Gumul (SLG) Kediri. Untuk mengkaji *behavior setting*, dilakukan *behavioral mapping* atau pemetaan perilaku. Analisis yang digunakan dalam studi ini terdiri dari dua langkah. Pertama, analisis dilakukan dengan tinjauan teori *behavior setting* Roger Barker. Kedua, untuk menganalisis data yang ditemukan di lapangan, dilakukan *behavioral mapping* dengan metode *person centered map*. Lokasi pengamatan yang ditentukan adalah di segmen barat Pasar Tugu. *Behavior setting* yang terjadi di setiap tenda dagangan memiliki ciri tersendiri sesuai dengan barang yang diperdagangkan. Peletakkan dan penataan tenda didasarkan pada jenis barang dagangan, setiap tenda untuk satu penyewa. Hubungan antara aktivitas perilaku pengguna (*standing patterns of behavior*) dan *lay out* ruang lingkungan pengguna (*milieu*) sangat sesuai dan terpenuhi dengan baik (*synomorphic*).

Kata kunci: *behavior setting*, pemetaan perilaku

ABSTRACT. This study is aimed to identify and analyze behavior setting within Pasar Tugu Simpang Lima Gumul (SLG), Kediri. To explore behavior setting, behavioral mapping had been conducted. Analysis method that had been used in this research consisted two steps. Firstly, analysis was carried out by using a theory review of behavior setting by Roger Baker. Secondly, to analyze data on the field, behavioral mapping was carried out with person centered map method. The designated location of this research was in the west segmen of Pasar Tugu. Behavior setting which had been happened in every stand had its own character depend on the commercial's goods. The placement and the layout of the stands were based on the commercial's goods of the every stands for every tenants. The relation between behavior activity of the stand's users and the users' environment layout is well organized and appropriated.

Keyword: *behavior setting*, behavioral mapping

PENDAHULUAN

Pasar Tugu (Setu – Minggu) adalah sejenis pasar rakyat yang terletak di kawasan Monumen Simpang Lima Gumul (SLG) di Kabupaten Kediri (Gambar 1.). Pasar rakyat ini ada sejak tahun 2013. Pasar ini terletak di sebelah utara Monumen SLG dan di sebelah barat dan timur taman bermain. Jam operasional pasar ini adalah setiap hari Sabtu jam 17.00 – 22.00 WIB dan Minggu jam 06.00 – 10.00 WIB. Semenjak hadirnya Pasar Tugu, jumlah kunjungan ke Monumen SLG meningkat sekitar 46% [1] hal ini sejalan dengan program pemerintah setempat.

Di dalam Pasar Tugu terdapat sekitar 30-an tenda yang menjual makanan khas Kediri, empat area bermain anak seperti wahana *odong-odong* dan mandi bola, penjual oleh-oleh, penjual aksesoris dan baju, serta sejumlah PKL (Gambar 2.). Tenda-tenda tersebut dikelola oleh Paguyuban Panji Galuh Kediri dan disewakan kepada sejumlah penjual dengan harga yang sesuai bagi penjual. Penjual yang menyewa, bisa mengelola tenda sesuka hati. Penjual tidak harus selalu membuka tendanya untuk hari Sabtu dan Minggu, namun bisa memilih di antara kedua hari tersebut sesuai dengan jam operasional.



Gambar 1. Wilayah Simpang Lima Gumul



Gambar 2. Suasana Pasar Tugu SLG

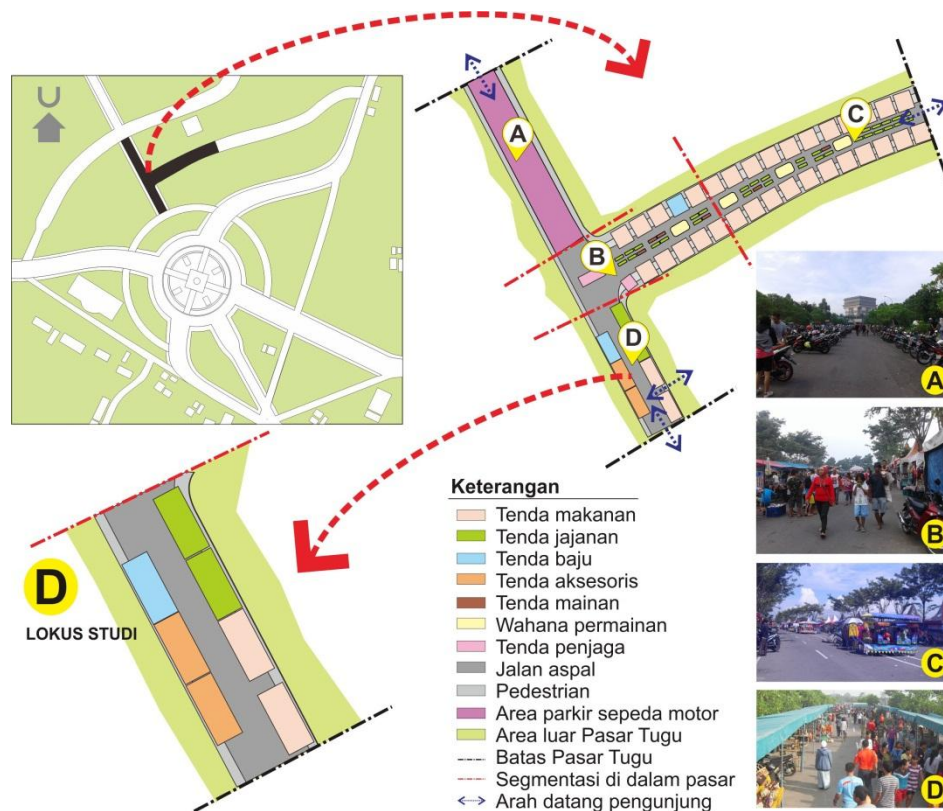
Peningkatan jumlah kunjungan di Monumen SLG melibatkan peran penting keberadaan Pasar Tugu (Setu – Minggu), pasar ini menjadi moda perekonomian baru di Kabupaten Kediri khususnya di wilayah Monumen SLG yang merupakan cikal bakal perencanaan kota baru di Kabupaten Kediri. Hal ini sejalan dengan program pemerintah yang digagas oleh mantan Bupati Kediri Bapak Soetrisno, oleh karena itu perlu adanya suatu kajian *behavior setting* di Pasar Tugu dengan harapan bisa diterapkan di wilayah lain di Kediri.

LINGKUP DAN BATASAN

Dalam studi ini, dilakukan analisis *behavior setting* data berdasarkan teori Roger Barker.

Analisis ini dilakukan di segmen barat Pasar Tugu yang fokus pada pola aktivitas pengunjung dan arah pergerakan pengunjung.

Objek studi ini adalah Pasar Tugu yang berada di dalam kawasan Monumen SLG. Lokus dari studi adalah segmen ruas jalan di sebelah barat dari keseluruhan wilayah Pasar Tugu (Gambar 3.). Segmen jalan tersebut dipilih karena adanya kompleksitas kegiatan dan area ini adalah area perpindahan dari berbagai objek di kawasan SLG, serta keterbatasan waktu studi. Kompleksitas tersebut ditinjau dari ragam barang yang diperjualkan (makanan dan non makanan).



Gambar 3. Segmen barat, lokus studi

PEMBAHASAN

Behavior setting atau tata perilaku berkaitan erat dengan lingkungan fisik, begitu pula sebaliknya. Setiawan menjelaskan *behavior setting* sebagai interaksi antara suatu kegiatan dengan tempat yang spesifik yang meliputi sekelompok orang sebagai pelaku aktivitas, perilaku atau aktivitas, tempat terjadinya aktivitas, serta waktu spesifik saat aktivitas tersebut berlangsung [2]. Sejalan dengan Setiawan, Barker dalam Popov dan Chompalov (2012) menuturkan bahwa poin utama dalam kajian *behavior setting* adalah sekelompok orang, aktivitas, tempat dan waktu yang spesifik [3]. Lebih lanjut, Barker menuturkan tentang *behavior setting*, sebagai berikut:

“... a behavior setting consists of one or more standing patterns of behavior; the setting includes milieu, which exists independently of anyone's perception of the setting; this milieu is circumjacent (surrounding, enclosing) to the behavior; it is also synomorphic (similar in structure) with behavior; the behavior-milieu parts are labeled synomorphs; the synomorphs have a specified degree of interdependence; and, the synomorphs have a greater degree of interdependence among themselves than with parts of other behavioral settings.” [3]

Analisis yang digunakan dalam studi ini terdiri dari dua langkah. Pertama, analisis dilakukan dengan tinjauan teori *behavior setting* Roger Barker. Kedua, untuk menganalisis data yang ditemukan di lapangan, dilakukan *behavioral mapping* dengan metode *person centered map*. *Behavioral mapping*, menunjukkan bagaimana suatu tempat digunakan untuk beraktivitas dan *person centered map* dilakukan untuk menunjukkan aktivitas sekelompok orang dalam periode waktu tertentu.

Analisis Behavior Setting Berdasarkan Teori Roger Barker

Teori *behavior setting* dari Roger Barker digunakan untuk menganalisis data studi ini. Teori tersebut menjelaskan tentang tujuh poin utama dalam kajian *behavior setting* atau tata perilaku yang mempermudah dan memperjelas pemahaman tentang kajian *behavior setting* yang diterapkan di segmen barat Pasar Tugu. Kajian tersebut adalah sebagai berikut:

a. A behavior setting consists of one or more standing patterns of behavior.

Suatu kemas *behavior setting* (tata perilaku) di dalam organisasi atau suatu entitas perilaku di titik tertentu dan dilakukan tidak hanya satu individu. *Standing patterns of behavior* punya

karakter tersendiri, yaitu individu sebagai pelaku aktivitas bisa digantikan keberadaannya. Individu pengganti akan melakukan kegiatan serupa dengan yang digantikan begitu seterusnya yang terjadi di suatu organisasi tertentu. Hal ini serupa dengan aktivitas yang terjadi di Pasar Tugu. Pengunjung yang datang silih berganti namun dengan aktivitas yang sama. Aktivitas yang terjadi di dalam area Pasar Tugu, antara lain:

- 1.) Penjual. menegakkan tenda, menyiapkan dagangan, menunggu pengunjung/pembeli, mengobrol, duduk-duduk, melayani pengunjung/pembeli, membereskan tenda
- 2.) Pengunjung/ pembeli. jalan-jalan, mengobrol, duduk-duduk, fotografi, menunggu, mengantri, melihat-lihat barang dagangan, makan di lesehan, makan di trotoar, anak kecil berlarian

Semua kegiatan tersebut dilakukan berurutan dan bersama secara teratur dan berulang tiap minggu di Pasar Tugu. Penjual dan penjaga pasar adalah orang yang sama, namun pengunjung yang datang akan berganti terus menerus meskipun ada beberapa yang datang berkali-kali.

b. It consists of standing patterns of behavior-and-milieu.

Behavior setting terdiri dari *standing patterns of behavior* dan *milieu*. *Standing patterns of behavior*, satu tempat memiliki kondisi dan aktivitas yang berbeda dengan tempat lainnya kemudian menghasilkan perilaku tertentu. Aktivitas utama yang terjadi di dalam Pasar Tugu adalah jual beli. Aktivitas jual beli yang terjadi menghasilkan suatu perilaku tertentu baik dari dari penjual maupun pembeli. Contoh kegiatan tersebut adalah pengunjung datang kemudian membeli barang atau makanan dan

langsung menikmatinya di tempat, namun ada sebagian pengunjung yang memilih untuk menikmati makanan yang dibeli saat nanti tiba di rumah atau mencari tempat lain di luar pasar namun masih di dalam kawasan SLG. Pada dasarnya, kegiatan utama yang terjadi yaitu jual beli sesuai dengan kondisi tempat yang difungsikan sebagai pasar pada hari Sabtu dan Minggu.

Milieu bisa terbangun dari kombinasi antara yang natural dan *artificial*. Di dalam studi ini, *milieu*-nya adalah segmen sebelah barat dari Pasar Tugu. *Milieu* tersebut memanfaatkan ruas jalan di sebelah utara Monumen SLG dan bermaterial aspal serta *paving block*. Tenda-tenda yang digunakan untuk berjualan adalah bahan *artificial* siap pakai yang diperoleh penjual dari menyewa. Suasana alam terbuka serta didukung oleh panorama di sekitar *milieu* Pasar Tugu membuat pengunjung kerap kali menjadikan keramaian pasar sebagai objek fotografi.

c. The milieu is circumjacent to the behavior pattern

Pemilihan ruas jalan di sebelah utara monumen sudah sesuai dengan kebutuhan ruang untuk aktivitas Pasar Tugu. Aktivitas yang ada terwadahi dengan baik oleh *milieu* yang disediakan, didukung dengan tenda-tenda *artificial* dan kondisi alam terbuka. Jika cuaca hujan, tenda yang cukup besar bisa digunakan untuk berteduh sementara bagi pengunjung sambil menikmati sajian. Ruas jalan tersebut dianggap tepat karena bukan merupakan jalan utama yang dilalui oleh beragam kendaraan. Jalan tersebut adalah jalan yang digunakan untuk parkir dan *jogging* pagi pengunjung ke monumen selain hari Sabtu dan Minggu



Gambar 4. Suasana segmen barat Pasar Tugu pada Sabtu sore sekitar pukul 17.00 WIB

d. The milieu is synomorphic with the behavior pattern.

Di antara pola perilaku dan *milieu* dalam sebuah *behavior setting* saling bersesuaian membentuk suatu hubungan yang disebut dengan *synomorphic*. Kesesuaian yang terjadi di kasus adalah *milieu* Pasar Tugu dengan aktivitas yang terjadi. Aktivitas yang terjadi di dalam Pasar Tugu sama halnya dengan kegiatan yang terjadi di dalam pasar pada umumnya, antara lain: jual beli, makan, menyiapkan dan menyajikan barang dagangan. Kegiatan tambahan yang sering muncul di dalam Pasar Tugu yang tidak selalu ada di pasar lainnya adalah kegiatan fotografi. Pasar Tugu menjadi salah satu objek menarik untuk fotografi. Hampir di setiap minggu pada saat jam operasional selalu ditemukan komunitas fotografi atau pengunjung yang mengabadikan momen saat berkunjung ke Pasar Tugu.

e. The behavior-milieu parts are called synomorphs.

Kesesuaian antara *milieu* dan *behavior setting* adalah *synomorphic*. *Synomorphic* dari Pasar Tugu ini terdiri dari manusia pelaku aktivitas dan barang dagangan, tenda dan tentu saja *milieu* berupa ruas jalan yang telah di sediakan pengelola yang mendukung aktivitas serta saling bersesuaian .

f. The synomorphs have a specified degree of interdependence.

Ketergantungan antara *milieu* dan *standing behavior* dalam kasus ini bisa dilihat dari elemen-elemen yang melengkapi. Contoh elemen tersebut adalah tenda, jika tidak ada tenda untuk berjualan maka tidak akan ada batas teritori yang jelas antar pedagang, dan saat cuaca hujan atau terik maka tidak ada pernaungan yang melindungi. Barang dagangan juga merupakan elemen yang sangat vital dan mengikat, jika tidak ada barang dagangan maka tidak akan ada aktivitas jual beli di dalam *milieu* tersebut. *Milieu* tersebut bisa dikatakan sebagai suatu entitas Pasar Tugu dengan aktivitas utama jual beli.

g. The synomorphs have a greater degree of interdependence among themselves than with parts of other behavior settings.

Synomorphic, antara individu (yang bisa sendiri atau jamak) dan lingkungannya beraktivitas sesuatu pasti berkesinambungan, tidak bisa berdiri sendiri dari yang lainnya. Kasus Pasar Tugu, antara *milieu* dan pelaku aktivitasnya saling berkesinambungan. Apabila tidak ada pasar Tugu maka lokasi *milieu* itu hanyalah jalanan biasa. *Milieu* Pasar Tugu tanpa manusia di dalamnya maka akan seperti pasar mati.

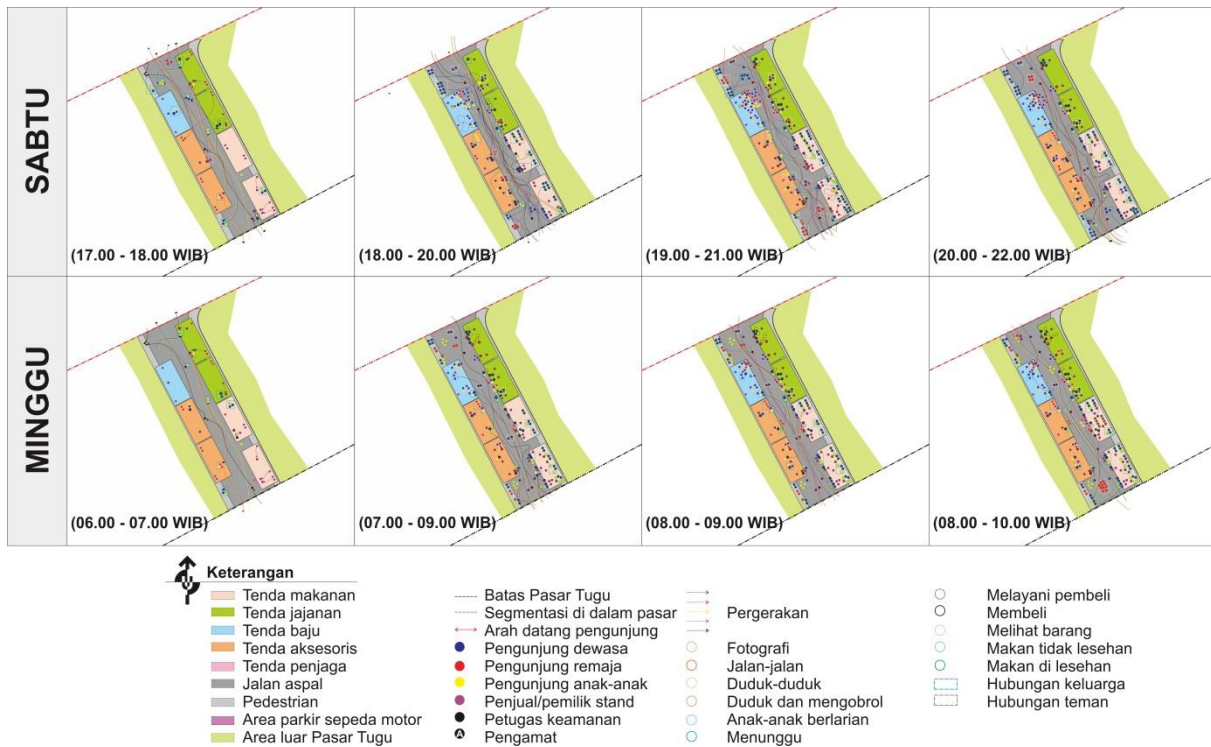
Analisis Behavior Setting dengan Behavioral Mapping

Pengamatan di lapangan dilakukan sebanyak 16 kali, delapan kali hari Sabtu dan delapan kali hari Minggu. Analisis akan dilakukan terhadap data dari hasil pengamatan hanya sebanyak delapan kali saja dengan pembagian hari masing-masing empat kali pengamatan dengan pembagian jam atau waktu yang teratur sesuai jam operasional Pasar Tugu. Waktu pengamatan sebagai berikut:

Jam operasional Pasar Tugu: Sabtu, 17.00 – 22.00 WIB dan Minggu, 06.00 – 22.00 WIB

- a. Sabtu
 - 1) 17.00-18.00 WIB
 - 2) 18.00 – 20.00 WIB
 - 3) 19.00 – 21.00 WIB
 - 4) 20.00 – 22.00 WIB
- b. Minggu
 - 1) 06.00 – 07.00 WIB
 - 2) 07.00 – 09.00 WIB
 - 3) 08.00 – 09.00 WIB
 - 4) 08.00 – 10.00 WIB

Untuk mengkaji *behavior setting*, dilakukan *behavioral mapping* atau pemetaan perilaku. Di dalam studi ini metode yang digunakan untuk *behavior mapping* adalah *person centered map*. *Person centered map*, akan menunjukkan bagaimana perpindahan atau pergerakan orang (pelaku aktivitas) dan aktivitas yang sedang dikerjakan dalam kurun waktu tertentu. Pemetaan ini dilakukan sebanyak delapan kali terhadap kasus yang sama, yaitu Pasar Tugu dengan kurun waktu yang relatif sama sekitar satu s/d dua jam dengan dua pemisahan hari pengamatan sesuai jam operasional (Gambar 5.).



Gambar 5. Pemetaan pergerakan pelaku aktivitas

Analisis olahan data yang diperoleh dari hasil pengamatan sebanyak delapan kali, adalah sebagai berikut:

a. Olahan data Sabtu sore – malam

Pada hari Sabtu jam operasional pukul 17.00 – 22.00 WIB, puncak kepadatan pengunjung terjadi sekitar pukul 19.00 – 21.30 WIB. Batasan jam operasioanal tersebut tidak berlaku secara ketat, pengunjung bebas datang kapanpun baik sebelum maupun sesudah jam operasional. Pukul 17.00 WIB banyak tenda yang masih belum berdiri, dan pemilik *tenda* masih menyiapkan barang dagangan (Gambar 6A). Hal ini karena pemilik melihat kecenderungan kedatangan pengunjung yang datang sekitar pukul 18.00 WIB atau setelah Maghrib, oleh karena itu pemilik lebih santai menyiapkan di saat sore hari saat panas matahari mulai tidak terik. Di

saat malam mulai larut sekitar pukul 22.00 WIB ke atas, masih ada beberapa tenda yang buka dan sepeda motor mulai masuk ke *milieu* Pasar Tugu dan diparkir di depan tenda (Gambar 6B).

Sebagian besar pengunjung datang secara berkelompok, baik itu kelompok satu keluarga, kelompok pertemanan atau pun komunitas tertentu. Tenda yang paling ramai dikunjungi di segmen barat Pasar Tugu adalah tenda makanan berat yang menjajakan makanan khas Kediri (Gambar 7A). Kepadatan tersebut membuat pengunjung yang tidak mendapatkan tempat lesehan untuk makan harus membungkus makanannya dibawa pulang, namun beberapa pengunjung memilih untuk memakan makanannya di trotoar kosong di depan tenda tersebut.



Gambar 6. (A) Suasana segmen barat Pasar Tugu Sabtu sore sekitar pukul 17.00 WIB; (B) Sepeda motor yang di parkir di depan dan di samping tenda

Tenda cap/ sablon nama untuk baju anak-anak juga cukup ramai. Pengunjung datang untuk melihat aktivitas yang dilakukan penjual, mulai dari pembeli memilih kaos sampai proses cap atau sablon nama di kaos. Aksi penjual inilah yang menarik perhatian para pengunjung, karena tenda ini adalah satu-satunya penyablon nama dan penjual kaos khas Kediri (Gambar 7B). Tenda aksesoris dan mukena tidak ramai dikunjungi (Gambar 7C), barang atau aksesoris yang dijual merupakan barang kerajinan yang umum dengan harga relatif tinggi. Hal inilah yang menyebabkan pengunjung hanya sekedar melihat-lihat saja tanpa membeli, meskipun ada beberapa yang juga membeli.

Pergerakan pengunjung cukup kompleks saat Sabtu malam. Pengunjung berkelompok terlebih anak-anak yang berlarian kesana-kemari. Pergerakan yang cukup intens dilakukan juga oleh para remaja usia sekolah menengah yang gemar mengabadikan momen bersama kelompoknya. Ditinjau dari pola pergerakan dan kompleksitas aktivitas di segmen barat Pasar Tugu saat Sabtu malam hari, maka tenda yang kurang efektif adalah keberadaan tenda aksesoris (Gambar 8.). Tenda tersebut relatif besar dengan barang dagangan minim dengan harga tinggi. Pergerakan yang terjadi di tenda ini hanyalah pergerakan dari penjaga atau pemilik tenda. Pergerakan yang padat terjadi di dalam tenda makanan berat dan sablon kaos.



Gambar 7. (A) Suasana tenda makanan di atas pukul 19.00 WIB; (B) Aksi tukang sablon nama yang mulai dikerumuni oleh pengunjung; (C) Tenda aksesoris yang relatif sepi



Gambar 8. Pola aktivitas dan pergerakan di segmen barat Pasar Tugu Sabtu sore – malam
A & B titik kepadatan di tenda makanan; C. titik kepadatan di tenda sablon baju

b. Olahan data Minggu pagi

Pada hari Minggu jam operasional pukul 06.00 – 22.00 WIB, puncak kepadatan pengunjung terjadi sekitar pukul 07.00 – 09.30 WIB. Jam operasional saat hari Minggu cenderung sesuai dengan kenyataan di lapangan. Pemilik tenda tidak perlu repot-repot lagi menegakkan tenda karena sudah berdiri sejak Sabtu sore. Pasar pun selesai juga tepat waktu, walaupun molor biasanya hanya sampai jam 11.00 WIB. Sekitar pukul 09.30 WIB, ada beberapa pemilik yang mulai mengemasi barang dagangan dan merapikan tenda dengan alasan barang dagangannya sudah habis terjual dan panas siang hari mulai menerpa.

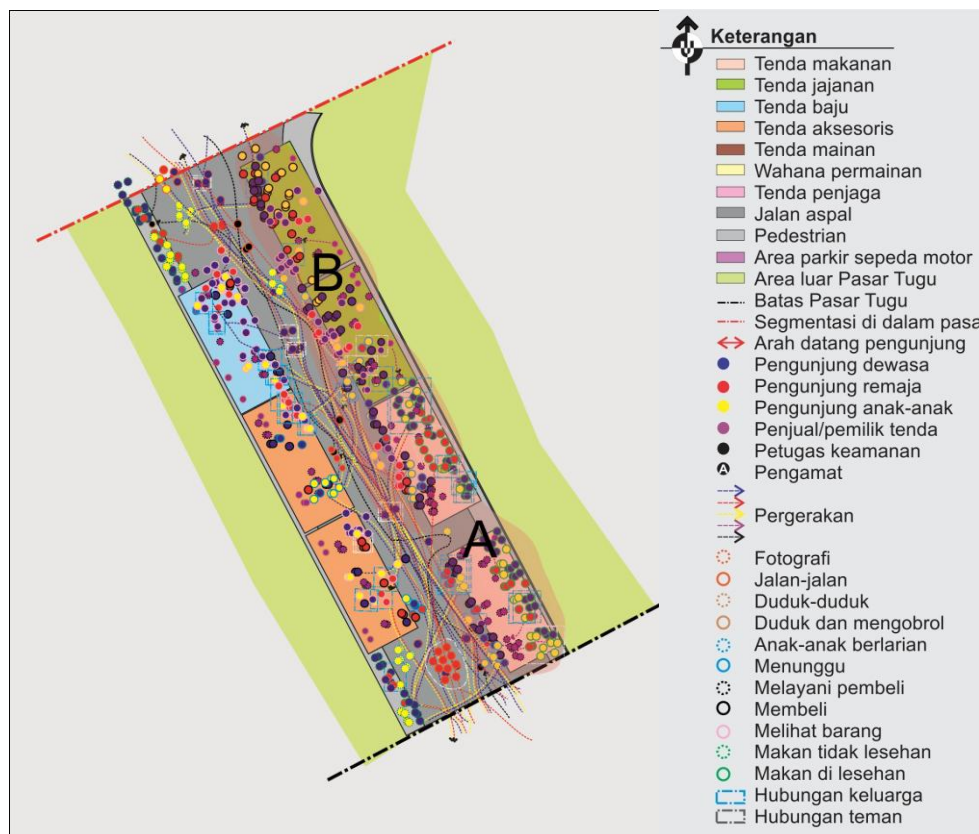
Pengunjung yang datang ke pasar pada Minggu pagi kebanyakan adalah mereka yang telah melakukan aktivitas olah raga di sekitar kawasan SLG (Gambar 9A), namun ada beberapa yang sengaja datang untuk mengunjungi Pasar Tugu. Sama halnya saat Sabtu malam, kebanyakan pengunjung datang secara berkelompok. Kelompok remaja dan kelompok keluarga beserta anak-anak banyak dijumpai saat itu. Tenda yang paling ramai saat hari Minggu pagi adalah tenda makanan,

baik jajanan pasar maupun makanan berat seperti nasi pecel dan lain sebagainya. Tenda baju dan sablon tidak seramai saat malam hari, begitu juga dengan tenda aksesoris (Gambar 9B). Dilihat secara keseluruhan, maka saat hari Minggu pagi pengunjung cenderung memilih tenda makanan (Gambar 9B). Pemilihan karena setelah melakukan aktivitas pagi berolahraga, maka pilihan yang paling tepat adalah makan pagi. Hal buruk yang kurang sesuai adalah sepeda motor bisa masuk dengan bebas di area ini sehingga mengganggu kenyamanan pengunjung untuk berjalan kaki (Gambar 9C).

Kompleksitas kegiatan yang terjadi terlihat dari pergerakannya. Pergerakan pengunjung yang datang untuk melihat dan makan terjadi secara bergantian, mereka berkunjung ke satu tenda menuju tenda selanjutnya (Gambar 10). Fenomena yang terjadi adalah jumlah anak kecil yang bebas berlarian kesana kemari lebih banyak dibandingkan saat hari Sabtu dan juga aktivitas beberapa pengunjung dengan kameranya. Tenda makanan baik ringan maupun berat menjadi tujuan utama yang paling ramai saat Minggu pagi.



Gambar 9. (A) Pengunjung yang datang setelah berolah raga; (B) Tenda makanan terlihat lebih ramai dikunjungi daripada tenda aksesoris; (C) Pengendara bermotor di area Pasar Tugu



Gambar 10. Pola aktivitas dan pergerakan di segmen barat Pasar Tugu Minggu pagi
A titik kepadatan di tenda makanan berat; B. titik kepadatan di tenda makanan ringan

HASIL AMATAN

Hasil pengamatan tentang *behavior setting* di Pasar Tugu pada hari dan waktu tertentu (Sabtu sekitar pukul 17.00 s/d 22.00 WIB dan Minggu sekitar pukul 06.00 s/d 10.00 WIB) adalah, sebagai berikut:

- a. Kepadatan pengunjung pada hari Sabtu terjadi mulai pukul 18.00 WIB dan puncaknya adalah pukul 19.00 – 21.30 WB, sedangkan pada hari Minggu kepadatan dimulai sekitar pukul 07.00 – 09.30 WIB, tingkat kunjungan ke dalam tenda adalah sebagai berikut:
 - 1) tenda makanan lesehan baik Sabtu malam maupun Minggu pagi selalu ramai dikunjungi;
 - 2) tenda makanan ringan ramai saat Minggu pagi;
 - 3) tenda sablon nama kaos anak ramai dikunjungi pada hari Sabtu; dan
 - 4) tenda aksesoris cenderung sepi saat Sabtu malam dan sedikit kunjungan saat Minggu pagi.
- b. Fenomena yang terjadi adalah banyak pengunjung yang datang secara berkelompok, antara lain kelompok keluarga, kelompok remaja dan kelompok dewasa baik ada hubungan keluarga maupun pertemanan. Pada hari Minggu

banyak pengunjung kelompok keluarga dengan anak-anak kecil yang berlarian kesana-kemari, pengunjung yang datang kebanyakan adalah mereka yang telah melakukan aktivitas olah raga di sekitar kawasan SLG.

- c. Kompleksitas aktivitas pengunjung yang terjadi baik saat hari Sabtu atau Minggu, antara lain adalah:
 - 1) pengunjung kelompok keluarga datang hanya untuk melihat-lihat barang dagangan, membeli barang, sesekali memotret dengan kamera. Selanjutnya, mereka singgah ke tenda makanan ringan atau berat untuk membeli dan menikmati makanan di lesehan kemudian pergi. Pengunjung berjalan-jalan melihat sekilas ke tenda-tenda yang ada kemudian mendatangi tenda yang menarik bagi mereka untuk melihat barang dagangan kemudian transaksi jual beli atau hanya sekedar menawar tetapi tidak membeli, dan ada juga yang hanya melihat-lihat saja;
 - 1.) pengunjung kelompok keluarga yang datang langsung menuju tenda makanan untuk makan bersama di lesehan kemudian pergi;
 - 2.) pengunjung kelompok remaja dan dewasa datang untuk melihat-lihat

barang dagangan, membeli makanan ringan dan fotografi. Ada juga pengunjung hanya melihat-lihat sambil berjalan tanpa singgah ataupun membeli barang dagangan di tenda;

- 3.) pengunjung kelompok dewasa melakukan fotografi, melihat sekilas ke tenda penjual aksesoris, makan bersama kelompok di lesehan, keliling pasar kemudian pergi; dan
- 4.) beberapa pengunjung individu melihat barang dagangan dan membeli kemudian pergi meninggalkan lokasi Pasar Tugu.

KESIMPULAN

Hasil pengamatan di segmen barat Pasar Tugu pada hari dan waktu tertentu (Sabtu sekitar pukul 17.00 s/d 22.00 WIB dan Minggu sekitar pukul 06.00 s/d 10.00 WIB) menghasilkan beberapa kesimpulan bahwa *behavior setting* di segmen barat Pasar Tugu yang terjadi berdasarkan analisis data yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. *Behavior setting* yang terjadi di setiap *tenda* dagangan memiliki ciri tersendiri sesuai dengan barang yang diperdagangkan, kegiatan memasak dan makan minum tidak terjadi di dalam tenda yang menjual aksesoris. Kegiatan utama jual-beli tetap ada dan terjadi. Saat awal waktu pedagang mendirikan tenda – mengeluarkan dan menata barang dagangan yang dibawa dari rumah – menunggu pembeli datang (duduk diam, duduk mengobrol dengan teman, berkunjung ke tenda tetangga lalu melihat-lihat dan mengobrol, berjalan-jalan di dalam tenda, menunggu sambil menyiapkan

barang dagangan) – melayani pembeli (mempromosikan dagangan, menyiapkan makanan).

- b. Peletakkan dan penataan tenda didasarkan pada jenis barang dagangan, setiap tenda untuk satu penyewa. Tenda yang berada di sebelah barat menjajakan barang non makanan seperti baju, mukena dan barang kerajinan, sedangkan tenda yang berada di sebelah timur menjajakan makanan baik ringan ataupun berat. Tidak ada perbedaan bentuk tenda atau tenda yang digunakan, penataan di dalam tenda sesuai dengan kebutuhan penyewa. Tenda makanan cenderung memanfaatkan trotoar yang ada di belakangnya sebagai tempat makan lesehan serta menggunakan tambahan meja dan gerobak, sedangkan untuk tenda non makanan memakai meja etalase dan beberapa penggantung pakaian.
- c. Hubungan antara aktivitas perilaku pengguna (*standing patterns of behavior*) dan *lay out* ruang lingkungan pengguna (*milieu*) sangat sesuai dan terpenuhi dengan baik (*synomorphic*).

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Pemkab Kediri. (2013).
- [2] Setiawan, Hariadi B. (2010). *Arsitektur, Lingkungan dan Perilaku*. Yogyakarta: UGM Press.
- [3] Popov, Lubomir & Ivan Chompalov. (2012). Crossing Over: The Interdisciplinary Meaning of Behavior Setting Theory. *International Journal of Humanities and Social Science*. 2 : 19.