

## **BAB II**

### **KAJIAN OPERASIONAL PASAR DAN RUANG GERAK SEBAGAI BAGIAN DARI RUANG KOTA**

#### **2.1 Kota**

##### **2.1.1 Proses Terbentuknya Kota**

Pembentukan suatu kota memiliki sejarah yang beragam, tergantung pada karakteristik kota dan konteks historisnya. Secara umum, kota-kota berkembang melalui berbagai peristiwa penting, seperti pertumbuhan ekonomi, dinamika politik, migrasi penduduk, konflik, serta pengaruh faktor geografis. "Terbentuknya suatu pasar sering kali menjadi katalis utama dalam kemunculan dan perkembangan sebuah kota, karena pasar berfungsi sebagai pusat distribusi ekonomi dan tempat pertemuan berbagai kelompok masyarakat" (Smith, 2018).

##### **2.1.2 Contoh Kasus Pembentukan Kota**

Kota London diperkirakan didirikan oleh bangsa Romawi pada abad ke-1 Masehi sebagai pusat perdagangan yang penting (Morris, 2015). Seiring waktu, kota ini berkembang menjadi salah satu kota paling berpengaruh di dunia, dengan warisan sejarah yang kaya dan peran penting dalam ekonomi global.

Kota Venice berkembang menjadi pusat perdagangan yang kuat pada abad pertengahan, berkat lokasinya yang strategis di Laut Mediterania dan kemampuannya dalam mengontrol jalur perdagangan Timur dan Barat (Crowley, 2012). Keberhasilan Venice dalam perdagangan menjadikannya pusat budaya dan kekuatan politik yang signifikan pada masanya.

Kota-kota seperti Riyadh, ibu kota Arab Saudi, berkembang pesat di gurun karena akses yang baik ke sumber air dan posisi strategis di

wilayah tersebut (Al Rasheed, 2010). Pertumbuhan ini didorong oleh eksplorasi minyak dan modernisasi yang cepat, menjadikan Riyadh pusat politik dan ekonomi yang penting di Timur Tengah.

Dari kasus pembentukan kota terlihat bahwa dalam proses pembentukan kota tidak lepas dari kegiatan perdagangan di dalamnya yang melahirkan suatu titik perdagangan pada setiap kota yang lahir sebelum, sesudah maupun beriringan ketika suatu kota terbentuk. Hal tersebutlah yang dinamakan pasar.

## **2.2 Pasar**

Seorang ekonom klasik yang terkenal dengan konsep "tangan gaib" pasar, yang menyatakan bahwa pasar adalah tempat di mana "kepentingan pribadi individu-individu yang tidak saling terhubung dapat bergabung untuk mencapai kepentingan bersama" (Smith, 1776).

Pendiri teori ekonomi Marxisme yang berpendapat bahwa pasar adalah "tempat di mana komoditas diperdagangkan, nilai-nilai digunakan dalam bentuk kebutuhan, dan produk-produk ini saling dipertukarkan" (Marx, 1867).

### **2.2.1 Proses Terbentuknya Pasar**

Pasar-pasar awal biasanya dimulai sebagai tempat di mana orang-orang bertemu secara informal untuk saling bertukar barang dan jasa. Lokasi pasar ini kemungkinan berada di dekat area pertanian atau tempat-tempat di mana barang-barang diproduksi atau dibutuhkan (North, 1994)

Dalam banyak kasus, proses pembentukan pasar tidak dapat dipisahkan dari perkembangan suatu kota. "Pasar sering berkembang seiring dengan proses pembentukan kota, dimulai sebagai tempat pertemuan informal untuk pertukaran barang dan jasa, lalu bertransformasi menjadi pusat perdagangan yang lebih terorganisir seiring dengan pertumbuhan kota tersebut" (North, 1994). Berkumpulnya para pedagang ini akhirnya melahirkan area pemukiman yang berkembang menjadi sebuah kota.

### 2.3 Arsitektur Pasar

Di Indonesia, gaya arsitektur pasar bervariasi dipengaruhi oleh budaya, sejarah, dan kondisi lokal. Contohnya, pasar tradisional di Jawa seringkali memiliki desain bangunan yang sederhana, menggunakan bahan seperti kayu, bambu, atau material alami lainnya. Gaya arsitektur ini biasanya menampilkan atap tumpang yang tinggi dan sistem ventilasi yang baik untuk memastikan sirkulasi udara yang optimal.



Gambar 2.1 Gaya Arsitektur Pasar Tradisional Batavia pada tahun 1900  
Sumber : *National museum of world cultures*, 2014

Pasar-Pasar di Jakarta umumnya telah ada dan didirikan oleh pemerintahan Belanda pada tahun 1800-1900 sehingga bangunannya cenderung menggunakan arsitektur Indis. Gaya arsitektur Indis, yaitu perpaduan antara gaya Eropa dengan elemen lokal, terlihat jelas. Misalnya, penggunaan bentuk simetris khas Eropa dipadukan dengan ornamen lokal atau desain yang disesuaikan dengan iklim tropis. Salah satu contoh pasar kolonial yang masih ada adalah Pasar Baru, didirikan pada tahun 1820. Pasar ini menampilkan arsitektur bergaya Eropa dengan elemen-elemen khas seperti lorong panjang, atap tinggi, dan penggunaan material bata merah.



Gambar 2.2 Gaya Arsitektur Pasar Baru pada tahun 1949  
Sumber : *Djakarta Archive shot*, 2012

Berbeda dengan itu, pasar modern di Indonesia, khususnya di kota-kota besar, umumnya mengusung desain modern dengan penggunaan bahan seperti beton, baja, dan kaca.

#### **2.4 Standar Fasilitas Program Ruang Pasar**

Standar fasilitas pasar merujuk pada pedoman dan persyaratan yang harus dipenuhi dalam perancangan, pembangunan, dan pengelolaan pasar guna memastikan keamanan, kenyamanan, dan kelancaran operasionalnya. Fasilitas pasar mencakup berbagai elemen fisik dan fungsional yang mendukung aktivitas pasar, serta memberikan kenyamanan bagi pedagang dan pengunjung, sesuai dengan SNI 8152:2015.

Berikut adalah standar fasilitas pasar yang didapat dari Standar Nasional Indonesia (SNI) 8152:2015 dan Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 56/M-DAG/PER/9/2014 diantaranya :

### 1. Fasilitas Utama

- **Lapak atau kios pedagang:** Ruang yang dialokasikan untuk pedagang berjualan. Setiap kios atau lapak harus memiliki ukuran standar yang cukup untuk menampung barang dagangan dan memberi ruang yang cukup bagi transaksi.

Ukuran standar kios: Biasanya berkisar antara 2x2 meter hingga 3x3 meter, tergantung jenis barang yang dijual.

- **Ruang jalan (akses):** Jalan di dalam pasar harus cukup lebar untuk mengakomodasi pergerakan pembeli dan pengangkutan barang. Standar lebar jalan biasanya sekitar 1,5 hingga 2 meter untuk pejalan kaki, dan lebih lebar untuk pasar yang memungkinkan kendaraan masuk.
- **Area bongkar muat:** Tempat khusus untuk bongkar muat barang agar tidak mengganggu arus pengunjung di dalam pasar. Lokasi ini harus mudah diakses oleh kendaraan pengangkut.
- **Area parkir:** Harus tersedia area parkir yang cukup untuk kendaraan pembeli dan pedagang. Standar jumlah tempat parkir disesuaikan dengan kapasitas pasar.

### 2. Fasilitas Pendukung

- **Toilet dan fasilitas sanitasi:** Pasar harus memiliki fasilitas sanitasi yang bersih dan memadai, termasuk toilet yang dipisahkan antara laki-laki dan perempuan, serta tempat cuci tangan.
- **Rasio toilet:** Biasanya disarankan ada 1 toilet per 50 kios, atau lebih sesuai dengan jumlah pengunjung.
- **Tempat sampah dan pengelolaan limbah:** Setiap pasar harus memiliki sistem pengelolaan sampah yang baik, termasuk tempat sampah yang

memadai di setiap bagian pasar, serta sistem pembuangan limbah cair, terutama di pasar basah.

- **Penyediaan air bersih:** Penting untuk memastikan tersedianya air bersih, terutama di pasar basah (seperti pasar ikan, daging, sayuran). Pasar harus memiliki jaringan air yang memadai untuk kebutuhan sanitasi dan pengelolaan barang.
- **Penerangan dan ventilasi:** Pasar harus memiliki sistem penerangan yang cukup, baik di dalam maupun di luar bangunan, serta ventilasi yang memadai agar udara dapat bersirkulasi dengan baik, terutama di pasar yang menjual barang-barang basah.

### 3. Fasilitas Keamanan

- **Sistem keamanan dan keamanan kebakaran:** Pasar harus dilengkapi dengan sistem keamanan yang mencakup CCTV, petugas keamanan, serta fasilitas pemadam kebakaran seperti alat pemadam api ringan (APAR) dan akses mudah menuju pintu darurat.
- **Jalur evakuasi:** Setiap pasar harus memiliki jalur evakuasi yang jelas dan terbuka dalam keadaan darurat.

### 4. Fasilitas Khusus

- **Ruang laktasi dan kesehatan:** Untuk pasar yang besar, disarankan adanya ruang laktasi (ruang menyusui) bagi ibu menyusui serta fasilitas kesehatan dasar seperti P3K.
- **Area istirahat:** Beberapa pasar menyediakan area istirahat atau tempat duduk bagi pengunjung yang ingin beristirahat sejenak.
- **Fasilitas disabilitas:** Pasar modern juga harus memperhatikan aksesibilitas untuk penyandang disabilitas, seperti ramp dan toilet khusus.

### 5. Fasilitas Tambahan

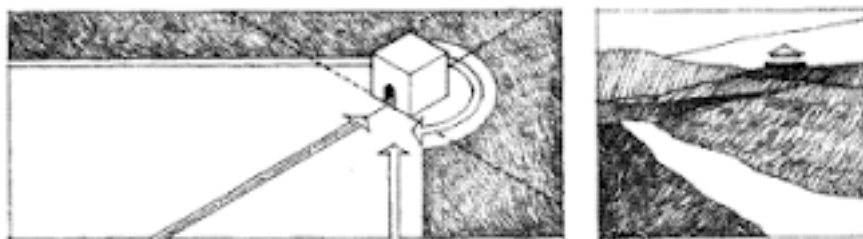
- **Area rekreasi atau *food court*:** Pasar modern sering dilengkapi dengan area makan (*food court*) atau bahkan area rekreasi untuk menambah kenyamanan pengunjung.
- **Sistem informasi pasar:** Di beberapa pasar modern, fasilitas seperti papan informasi digital atau manual digunakan untuk memberikan informasi kepada pengunjung, termasuk peta lokasi kios, harga barang, dan promosi.

## 2.5 Hubungan Orang dengan Bangunan melalui Sirkulasi

Dalam buku *Architecture: Form, Space and Order*, Francis D.K. Ching menjelaskan dalam bab tentang sirkulasi bahwa jalur pergerakan dapat dianggap sebagai elemen yang menghubungkan ruang-ruang dalam sebuah bangunan, atau serangkaian ruang eksternal maupun internal, secara keseluruhan. Dalam hal ini juga terhubung dengan bagaimana orang mempengaruhi alur pergerakan pada bangunan yang telah ada pada Pasar Curug.

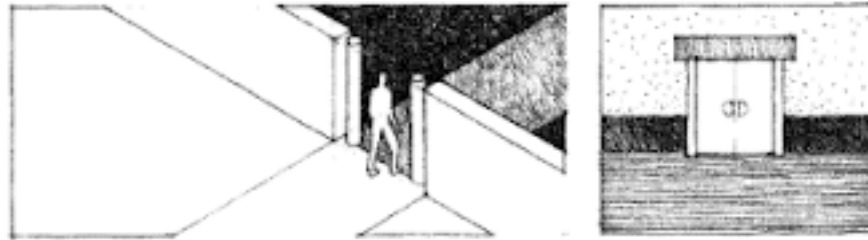
Dalam edisi ketiga buku Francis D.K. Ching, "*Form, Space, and Order*," elemen-elemen sirkulasi diuraikan dengan cara yang komprehensif. Berikut adalah penjelasan tentang elemen-elemen yang di sebutkan:

1. Pencapaian (*access*): Ini mencakup cara pengguna memasuki bangunan atau ruang. Pencapaian yang baik harus mempertimbangkan kemudahan akses, baik secara fisik maupun visual. Ini bisa melibatkan lokasi pintu masuk yang jelas dan desain yang mendukung aliran pengunjung.



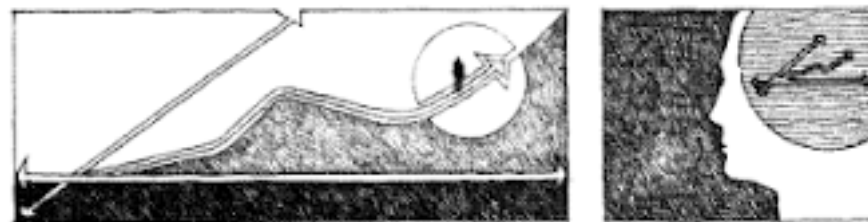
Gambar 2.3 Diagram Gambar pencapaian atau akses Bangunan  
Sumber : *Architecture: Form, Space, and Order*, 2007

2. Pintu masuk (*entrance*): Pintu masuk berfungsi sebagai titik transisi antara dunia luar dan dalam. Desain pintu masuk yang menarik dan fungsional dapat meningkatkan daya tarik visual dan memberikan pengalaman pertama yang baik bagi pengunjung.



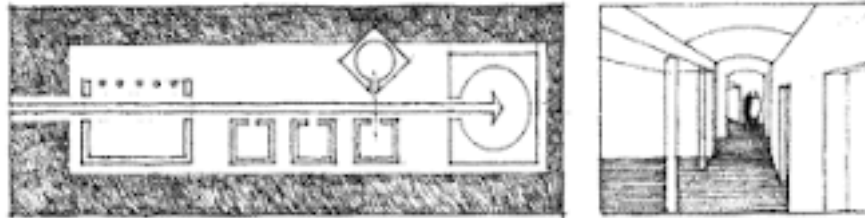
Gambar 2.4 Diagram pintu masuk / akses bangunan  
Sumber : *Architecture: Form, Space, and Order*, 2007

3. Konfigurasi jalur (*Path Configuration*): Ini merujuk pada bagaimana jalur sirkulasi dirancang dan disusun dalam ruang. Jalur harus logis dan intuitif, memandu pengguna dengan mudah melalui bangunan. Konfigurasi jalur dapat meliputi koridor, tangga, dan area terbuka yang menyatukan ruang.



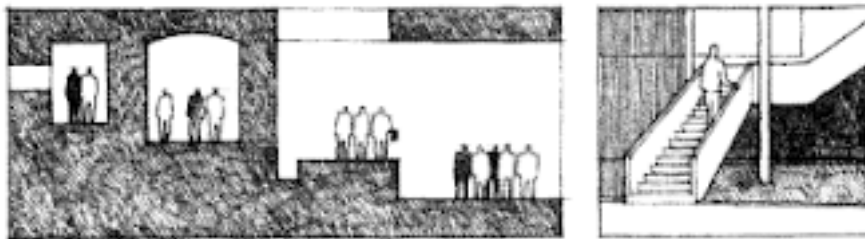
Gambar 2.5 Diagram konfigurasi jalur  
Sumber : *Architecture: Form, Space, and Order*, 2007

4. Hubungan-hubungan jalur ruang (*spatial relationships*): Ini menggambarkan bagaimana jalur sirkulasi terhubung dengan ruang-ruang lain dalam bangunan. Hubungan yang baik antara jalur dan ruang-ruang tersebut penting untuk menciptakan aliran yang lancar dan efisien.



Gambar 2.6 Diagram hubungan ruang  
 Sumber : *Architecture: Form, Space, and Order*, 2007

5. Bentuk ruang sirkulasi (*form of circulation space*): Bentuk fisik dari ruang sirkulasi itu sendiri—baik itu berupa koridor, lobi, tangga, atau ruang terbuka—mempengaruhi cara orang bergerak dan berinteraksi di dalam bangunan. Desain bentuk ruang sirkulasi harus mempertimbangkan faktor estetika dan fungsionalitas.

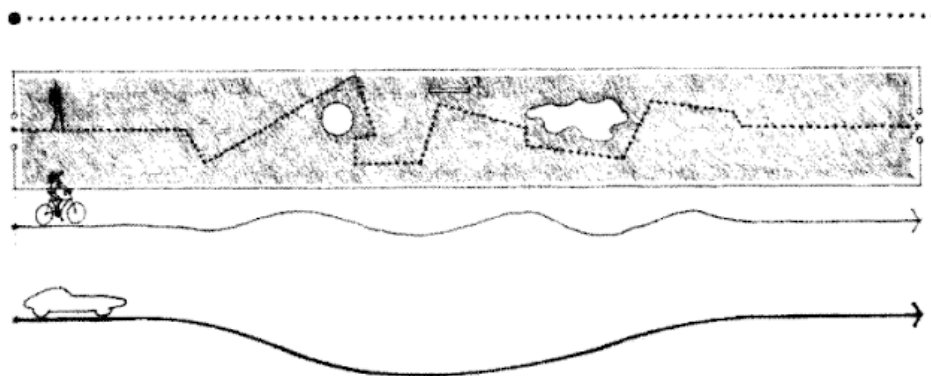


Gambar 2.7 Diagram bentuk sirkulasi  
 Sumber : *Architecture: Form, Space, and Order*, 2007

## 2.6 Hubungan Transportasi dengan Bangunan melalui Sirkulasi

Konsep transportasi pada buku *Architecture: Form, Space, and Order*, Francis D.K ching dijelaskan bahwa Setiap jalur pergerakan, baik oleh manusia, kendaraan, barang, atau jasa, pada dasarnya bersifat linier. Semua jalur ini memiliki titik awal, dari mana kita melalui berbagai tahapan hingga sampai ke tujuan. Bentuk jalur tersebut bergantung pada moda transportasi yang digunakan. Sebagai pejalan kaki, kita bisa berbelok, berhenti sejenak, atau beristirahat kapan saja, sementara sepeda memiliki kebebasan yang lebih terbatas, dan mobil bahkan lebih terbatas lagi dalam mengubah kecepatan dan

bergerak secara mendadak. Menariknya, meskipun kendaraan beroda memerlukan jalur yang halus sesuai radius belokannya, lebar jalur dapat disesuaikan dengan dimensi kendaraan. Sebaliknya, meskipun pejalan kaki mampu mengatasi perubahan arah yang tiba-tiba, mereka justru memerlukan ruang yang lebih luas dari dimensi fisik mereka dan kebebasan yang lebih besar dalam memilih jalur.



Gambar 2.8 Diagram jalur pergerakan transportasi berdasarkan kontur jalan  
Sumber : *Architecture: Form, Space, and Order*, 2007

## 2.7 Tipologi Bangunan Pasar

Bangunan pasar memiliki berbagai tipologi yang bervariasi tergantung pada fungsi, desain, dan konteks sosial-ekonomi setempat. Menurut Moughtin (2005) dalam *Urban Design: Street and Square*, tipologi bangunan pasar dapat dikelompokkan berdasarkan karakteristik arsitektural, pola sirkulasi, dan interaksi sosial yang terjadi di dalamnya. Pasar tradisional dan pasar modern adalah dua tipologi utama, tetapi ada beberapa varian yang berkembang seiring dengan kebutuhan masyarakat dan perubahan kota.

Tipologi Bangunan Pasar menurut Moughtin, C. (2005).:

- Pasar tradisional: pasar ini biasanya terletak di area terbuka atau semi-terbuka, dengan bangunan sederhana yang seringkali bersifat temporer. Struktur bangunan pasar tradisional cenderung fleksibel, memungkinkan penjual untuk mengatur lapak dagangan dengan mudah.

Pasar tradisional memiliki pola sirkulasi yang organik, di mana interaksi antara penjual dan pembeli sering berlangsung secara langsung. Ruang pasar biasanya terbuka, memungkinkan akses pejalan kaki dari berbagai arah. Contoh: Pasar yang terdapat di alun-alun atau ruang terbuka di pusat kota atau desa.

- Pasar tertutup atau semi-tertutup: pasar ini memiliki struktur yang lebih permanen, biasanya berupa bangunan dengan atap besar untuk melindungi pengunjung dan pedagang dari cuaca. Ruang dalamnya dirancang dengan lorong-lorong yang lebih teratur, dengan kios atau lapak permanen yang ditata secara simetris. Pasar tipe ini menawarkan kenyamanan lebih bagi pedagang dan pembeli, dan biasanya ditemukan di kota-kota besar. Contoh: Pasar induk atau pasar grosir di perkotaan yang menyediakan berbagai kebutuhan dalam skala besar.
- Pasar modern: pasar ini sering kali berbentuk seperti pusat perbelanjaan (*mall*) atau supermarket, dengan struktur bangunan tertutup yang dirancang untuk kenyamanan dan kemudahan. Bangunan pasar modern didesain dengan sistem sirkulasi yang jelas, seperti eskalator dan lift, serta dilengkapi fasilitas modern seperti sistem pendingin ruangan, area parkir luas, dan tata ruang yang rapi. Transaksi di pasar modern cenderung lebih teratur dan terstandarisasi. Contoh: Supermarket atau hypermarket di pusat kota yang menjual berbagai macam produk konsumen.
- Pasar kaki lima (*Street Market*): pasar ini bersifat temporer dan seringkali tidak memiliki bangunan permanen. Penjual menggunakan tenda atau lapak portable untuk berjualan di area publik seperti pinggir jalan atau taman kota. Sirkulasi di pasar kaki lima sangat dinamis, mengikuti alur lalu lintas pejalan kaki dan kendaraan. Contoh: Pasar malam atau pasar tumpah yang biasa muncul di hari-hari tertentu.
- Pasar terapung: pasar ini berada di atas air, di mana penjual menggunakan perahu untuk menawarkan barang dagangannya. Pasar terapung biasanya ditemukan di daerah-daerah dengan jaringan sungai atau kanal yang padat,

seperti di Asia Tenggara. Struktur dan sirkulasi pasar ini sangat berbeda dari pasar darat, karena pembeli juga berinteraksi langsung dari perahu atau dari dermaga. Contoh: Pasar terapung di Thailand atau Kalimantan.

## **2.8 Pergerakan Masyarakat (Pola)**

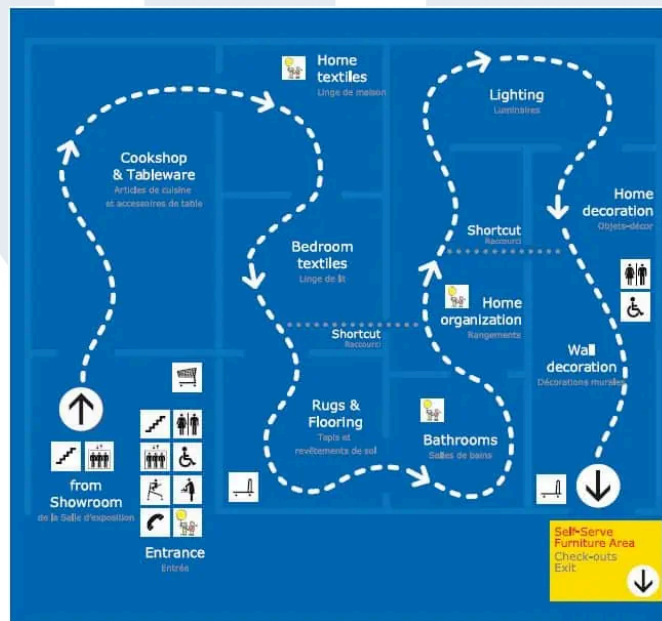
### **2.8.1 Pengaruh Pola Sirkulasi Pada Bangunan**

Teori arsitektur mengenai berbelanja yang terkenal adalah teori "Bioskop" (Gruen Transfer) yang dikemukakan oleh arsitek Victor Gruen pada tahun 1950-an. Teori ini menjelaskan bagaimana desain lingkungan berbelanja dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Gruen berpendapat bahwa desain pusat perbelanjaan modern, dengan ruang terbuka yang luas, pencahayaan terang, dan tata letak yang terstruktur, mampu menciptakan pengalaman yang menarik bagi konsumen, sehingga mendorong mereka untuk berbelanja lebih banyak. Salah satu kutipan terkenal dari Victor Gruen yang menggambarkan konsep ini adalah: "Kami tidak menjual barang di sini. Kami menjual kepuasan, mimpi, dan gaya hidup."

Transfer Gruen, atau yang juga dikenal dengan efek Gruen, merujuk pada fenomena psikologis yang timbul akibat tata letak yang sengaja dibuat membingungkan untuk mengalihkan perhatian pelanggan dari tujuan pembelian mereka ke agenda toko. Secara sederhana, hal ini membuat pelanggan kehilangan fokus pada niat awal mereka untuk membeli barang tertentu dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian impulsif. Transfer Gruen melibatkan lingkungan yang dirancang untuk membuat pelanggan merasa bingung dan terdistorsi. Ini meliputi tata letak toko yang membingungkan, tampilan menarik, penempatan produk yang cerdas, iklan yang menggoda, beberapa jalur pembayaran, dan gangguan lain seperti musik dan pencahayaan.

Lingkungan ritel seperti ini dirancang untuk merangsang indera pelanggan, menarik perhatian mereka, dan mengarahkannya pada pembelian atau

peningkatan yang tidak terencana. Sebagai contoh, pelanggan yang datang ke supermarket dengan tujuan membeli bahan makanan, namun saat berjalan menuju bagian makanan, mereka melewati pajangan pakaian diskon. Tertarik dengan harga diskon, pelanggan bisa membeli pakaian tersebut, meskipun tujuan awalnya adalah membeli bahan makanan.



Gambar 2.9 Diagram cara kerja Gruen transfer  
Sumber : Aashish Pahwa, 2023

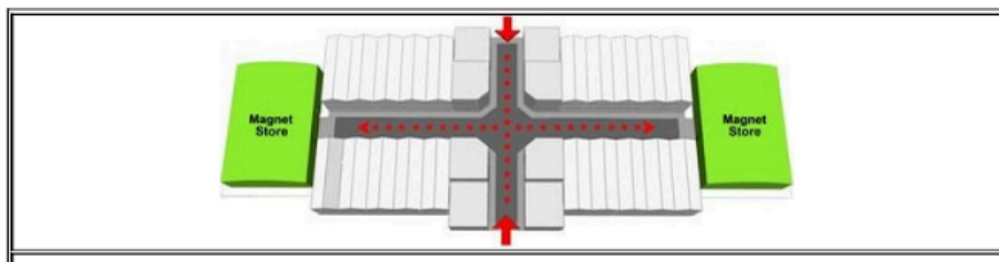
Dalam Kaitannya dengan perancangan Pasar Curug, teori Gruen Transfer ini memiliki potensi untuk mengatur gaya berbelanja konsumen sehingga konsumen dapat belanja secara impulsif. Keunggulan dari hal tersebut ialah untuk menaikkan sektor komoditas pasar yang cenderung sepi pada eksisting seperti kios pakaian bahan tekstil dan lain lain.

## 2.8.2 Konfigurasi Magnetisasi Sirkulasi Bangunan

Kajian dimensi fungsional lebih berfokus pada bagaimana suatu tempat berfungsi, sehingga perancang kota dapat menciptakan ruang yang lebih baik dan meningkatkan potensi perkembangan kawasan tersebut. Ketika berkendara,

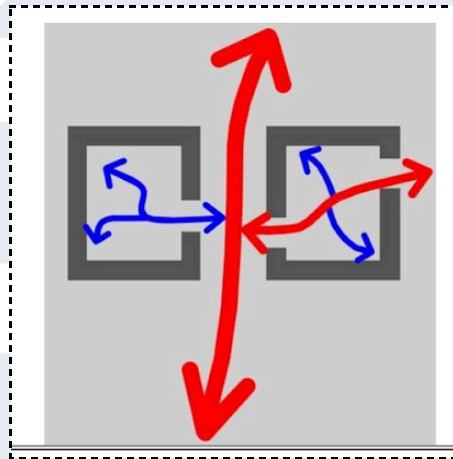
pengemudi cenderung hanya fokus pada tujuannya dan tidak terlalu memperhatikan lingkungan sekitarnya (Lefebvre, 1991). Kalimat ini menggambarkan bahwa pengemudi lebih memprioritaskan tujuan akhir mereka, sementara pejalan kaki cenderung lebih memperhatikan area sekitar yang mereka lewati, sehingga menciptakan pertukaran sosial, budaya, ekonomi, dan sebagainya sepanjang perjalanan. Oleh karena itu, suatu tempat memerlukan sistem pergerakan manusia yang teratur.

Jane Jacobs (1961) terkenal dengan pandangannya yang menyoroti berjalan kaki sebagai mekanisme yang mengubah jalanan menjadi ruang di mana interaksi sosial dan pertukaran ekonomi dapat berkembang.



Gambar 2.10 Konsep magnetisasi Jacobs  
Sumber : Carmona, 2023

Dalam bentuk pusat perbelanjaan yang paling dasar, toko-toko utama atau "toko magnet" ditempatkan di kedua ujung mal, dengan toko-toko kecil yang mengelilinginya. Toko-toko magnet ini menarik perhatian pembeli untuk masuk ke mal. Begitu pembeli memasuki mal, mereka akan tertarik menuju toko-toko magnet dan, dalam prosesnya, mereka melewati toko-toko kecil, yang pada gilirannya meningkatkan jumlah langkah kaki dan peluang perdagangan bagi toko-toko kecil tersebut. Jika pembeli memasuki mal melalui salah satu toko magnet, toko magnet lainnya akan memberikan rangsangan untuk memandu pergerakan mereka sepanjang mal.



Gambar 2.11 halaman hidup Christopher Alexander  
Sumber : Carmona, 2023

Dalam konsep Christopher Alexander, "halaman-yang-hidup" merujuk pada area yang memiliki jalur yang melewatinya (artinya, mereka bukan jalan buntu). Dengan demikian, selain menjadi tujuan, area tersebut juga berfungsi sebagai bagian dari perjalanan menuju tempat lain.

#### Space Syntax

Dalam setiap perjalanan, terdapat tiga elemen penting:

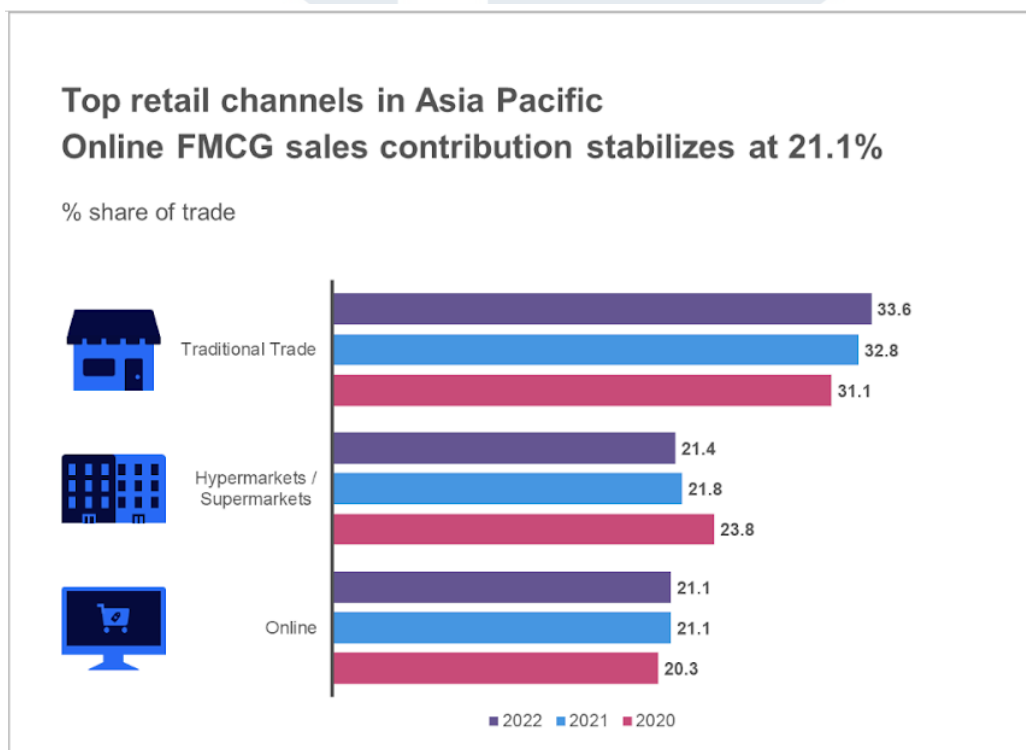
- Titik Mulai
- Titik Tujuan
- Rute atau area yang dilewati

Dalam hal tersebut dapat dilihat bahwa rute yang dilewati merupakan sektor terpenting dikarenakan pada area tersebutlah potensi terjadinya perdagangan terjadi dikarenakan terdapatnya arus pergerakan antar titik mulai dan titik tujuan. Hal ini sejalan dengan teori Gruen Transfer mengenai gaya berbelanja secara impulsif dan memiliki kecocokan pada Pasar Curug dimana alur pergerakan menjadi hal yang utama untuk mengatasi isu kepadatan dan zonasi pada pasar.

## 2.9 Kajian Jurnal Posisi Pasar Tradisional di Asia Pasifik

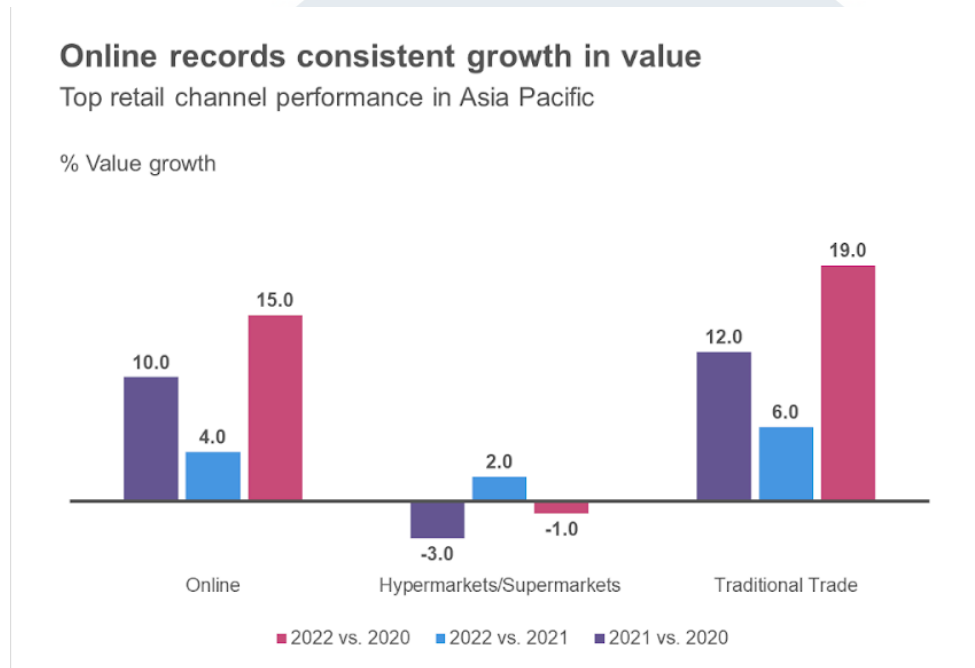
Dalam kajian jurnal ini, dibahas mengenai posisi pasar tradisional dalam sektor FMCG (Fast Moving Consumer Goods) di berbagai moda berbelanja, yang terbagi menjadi pasar tradisional, hypermarket/supermarket, dan pasar e-commerce atau online. Berdasarkan data yang dihasilkan, pasar tradisional memiliki posisi dominan dibandingkan dengan kedua moda belanja lainnya, yaitu hypermarket dan online.

FMCG sendiri merujuk pada produk yang cepat terjual atau sering dikonsumsi karena harganya yang terjangkau, sehingga barang-barang tersebut cepat habis terjual. Produk-produk yang termasuk dalam kategori FMCG antara lain peralatan mandi, obat-obatan, barang elektronik, serta makanan dan minuman kemasan.



Gambar 2.11 Data penjualan *FMCG* pada Asia Pasifik  
 Sumber :*Retail measurement NIQ, 2023*

Data di bawah ini menunjukkan perbandingan tahun demi tahun, di mana pasar tradisional masih mendominasi setiap tahunnya.



Gambar 2.12 Data penjualan *FMCG* dengan perbandingan tahun pada Asia Pasifik

Sumber : *Retail measurement NIQ*, 2023

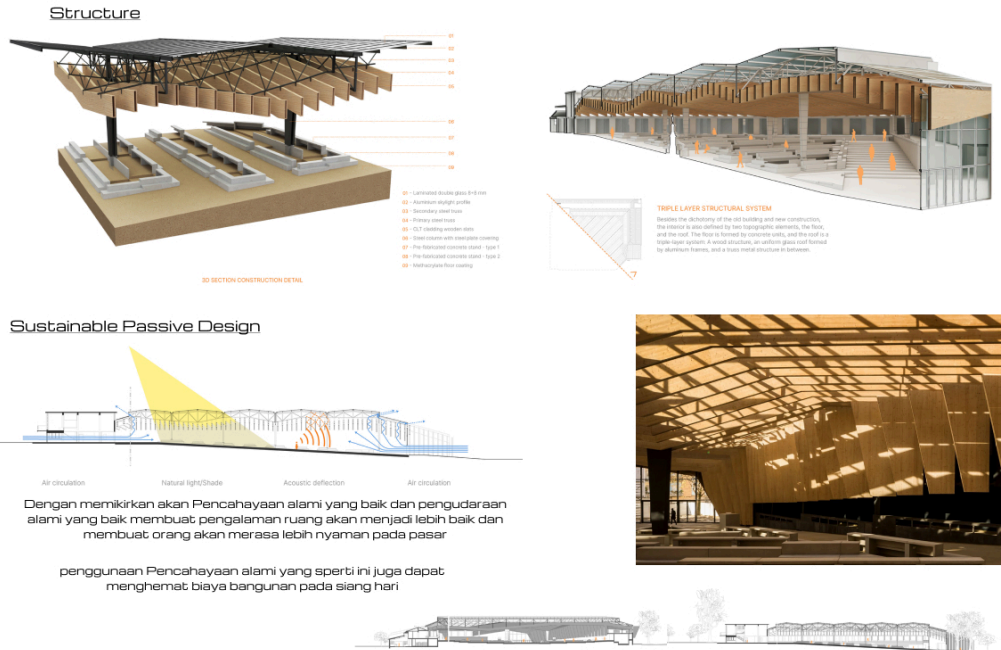
Dari kajian ini, dapat disimpulkan bahwa pengembangan pasar tradisional masih sangat diperlukan dalam jenis ritel penjualan, karena pasar tradisional masih mendominasi penjualan.

## 2.10 Studi Preseden Pasar

### 2.10.1 Braga Municipal Market

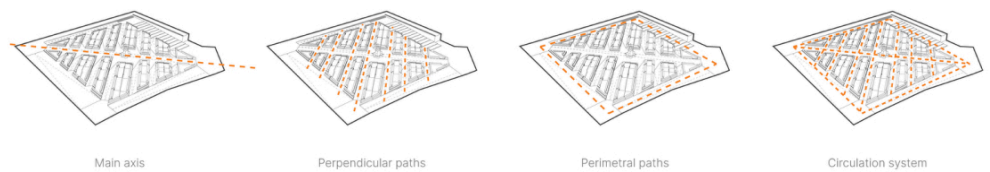
*Braga municipal market* merupakan pasar yang berada di kota Braga di Portugal tersebut merupakan pasar yang direnovasi dengan mengubah fasad dan atap pada bangunan pasar sehingga bangunan memiliki sirkulasi pada bangunan yang baik dengan pencahayaan matahari yang baik.

Discover & Define - Precedent Studies - Precedent 1



Gambar 2.14 Struktur dan sustainability Braga Municipal Market  
Sumber: Archdaily, 2024

Braga Municipal Market memiliki struktur yang dapat menahan bobot yang baik dengan menempatkan skylight sebagai pencahayaan alami. Pembuatan struktur dan desain yang merespon sirkulasi pengguna menghasilkan ekosistem dalam pasar yang baik sehingga tingkat keberlanjutan penggunaan pasar dapat berjalan dengan baik.



Perencanaan Sirkulasi Pada Pasar Braga tidak hanya memiliki 1 atau 2 tipikal, melainkan membagi sirkulasi berbeda dengan masing - masing sirkulasi orang memiliki ruang interaksi yang berbeda, perbedaan ruang interaksi antar orang dapat terlihat dari tersebarnya tipikal los, kios, kedekatan antar ruang dagang hingga luasan jalan.

Gambar 2.15 Studi sirkulasi *Braga Municipal Market*  
 Sumber: *Archdaily*, 2024

Perencanaan Sirkulasi Pada Pasar Braga tidak hanya memiliki 1 atau 2 tipikal, melainkan membagi sirkulasi berbeda dengan masing-masing sirkulasi orang memiliki ruang interaksi yang berbeda. Perbedaan ruang interaksi antar orang dapat terlihat dari tersebarnya tipikal los , kios ,kedekatan antar ruang dagang hingga luasan jalan.

### 2.10.2 EK3 / bob-architektur BDA

EK3 Merupakan *shopping center* yang berlokasi di kota Kamp-Lintfort yaitu di negara Jerman. Bangunan ini memiliki fasad pelataran bangunan yang pada lantai dasar memiliki pedestrian yang baik untuk pejalan kaki dan pesepeda. Zonasi pada bangunan ini juga seolah membuat area parkir menjadi tidak terlihat yaitu pada lantai teratas

Discover & Define - Precedent Studies - Precedent 2



Facade

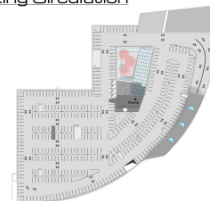
Pedestrian walk yang baik pada kawasan

Architects: bob-architektur BDA  
 Area: 15750 m<sup>2</sup>  
 Year: 2012  
 City: Kamp-Lintfort  
 Country: Germany



Lantai paling atas pada bangunan di buat khusus untuk parkir kendaraan sehingga tidak memakan ruang parkir yang banyak pada lantai dasar.

Parking Circulation



EK3 / bob-architektur BDA

Gambar 2.16 EK3 shopping center facade and zoning  
Sumber :Archdaily, 2024

Penempatan area parkir pada bagian atas bangunan ialah untuk memaksimalkan sirkulasi pada lantai 1 dan 2 pada bangunan untuk berbelanja. Penempatan ini juga membuat area pelataran atau sekitar bangunan cenderung lebih mendukung pedestrian sehingga dapat menaikkan level dari *foot traffic* atau pejalan kaki menuju ke site.

### 2.10.3 Amy's Kitchen, Inc.

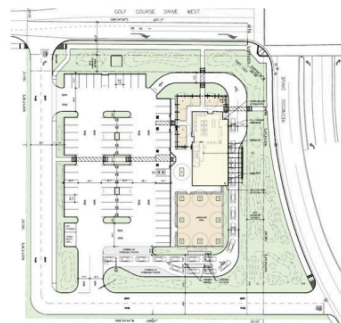
Amy's Kitchen, Inc merupakan restoran makanan yang memiliki area *drive thru* pada bangunannya. Tujuan penggunaan *drive thru* pada restoran ialah agar penyedia penjualan dapat melaksanakan pertukarannya dengan cepat. Penggunaan *drive thru* di sisi lain juga dapat mengurangi penggunaan lahan parkir.

Discover & Define - Precedent Studies - Preseden 3



Owners: Amy's Kitchen, Inc.  
Architect: Trachtenberg Architects - David Trachtenberg, Isaiah Stackhouse, Timothy Ross Hill  
Interior Design/Branding: Clark and Reilly, London  
Development Consultant: The Conseco Group.  
Structural Engineer: Cres Engineering  
Landscape Architect: Garden Architecture

Kawasan site memiliki area drive thru dengan view yang baik



Amy's Kitchen, Inc.

Gambar 2.17 *Drive thru Amy's Kitchen*  
 Sumber :Penulis, 2024

*Amy's Kitchen, Inc* memiliki area *drive thru* yang membagi 3 area pengguna kendaraan. Diantaranya ialah area memesan, area membayar dan area menerima pesanan. Ketersediaan area parkir juga untuk memberikan ruang untuk kendaraan menunggu bila terdapat *delay* dalam pemesanan makanan atau barang.

#### 2.10.4 Hasil Perbandingan Studi Preseden

	Lokasi	Fungsi	Adaptasi desain	Pengembangan inovasi pada perancangan
<b>Braga Municipal Market</b>	Braga, Portugal	Pasar	Struktur bangunan, <i>sustainability</i> pada bangunan	pengaplikasian struktur dengan pencocokan material yang terdapat di indonesia. seperti kayu utuh menjadi hollow galvanis di balut kayu aluveen sebagai <i>ceiling sustainability</i> atap.  <i>methacrylate coating</i> diubah menjadi epoxy coating dengan fungsi yang sama pada pasar sehingga perawatan pada pasar menjadi lebih baik dari pada keramik
<b>EK3 / bob-arsitektur BDA</b>	<i>Kamp-Lintfort</i> , Jerman	<i>Shopping center</i> atau pusat perbelanjaan	Pelataran dan <i>entrance</i> pada bangunan. sirkulasi kendaraan.	Area pelataran pada <i>entrance</i> di buat seperti lobby namun pada perancangan pasar pelataran justru berada pada bagian dalam bangunan dan

				<p>dibuat sebagai plaza dan area sirkulasi sehingga fungsi untuk bersantai pada <i>shopping center</i> diubah menjadi untuk berbelanja pada Perancangan Pasar Curug</p> <p>sistem Zonasi area parkir yang tidak mengganggu pada pengguna pejalan kaki dan dibuat berada pada lantai 1 pada perancangan.</p>
<b>Amy's Kitchen, Inc.</b>	Amerika serikat	Restoran cepat saji dan <i>drive thru</i>	Sirkulasi <i>drive thru</i> dengan pembagian area <i>drive thru</i> .	Umumnya pengaplikasian perancangan dibuat sama dengan 3 tipe ruang <i>drive thru</i> pada perancangan dengan area tunggu kendaraan yang di buat pada perancangan Pasar Curug

**Tabel 2.1 Perbandingan Preseden**

Sumber: Penulis, 2024

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A