



Abstrak

Di era digital ini, berbelanja barang akan semakin mudah dan cepat hanya dari ponsel atau komputer saja, dan tidak perlu jauh-jauh bepergian, barang sudah bisa diantar langsung ke tempat tujuan. Perlu disadari bahwa tak semua orang senang berbelanja online, baik karena alasan penipuan, kurang kepercayaan tentang teknologi, ataupun kebiasaan seseorang. Kita tidak bisa melupakan bahwa manusia adalah makhluk social yang membutuhkan ruang interaksi satu sama lain. Maraknya pembangunan pasar modern seperti hypermarket dan supermarket telah menyudutkan pasar tradisional di kawasan perkotaan, karena menggunakan konsep penjualan produk yang lebih lengkap dan dikelola lebih profesional.

Metoda yang digunakan dalam perancangan pasar ini melalui empat tahapan yaitu observasi, studi pustaka, wawancara dan mempelajari studi kasus. Dalam proses penyusunannya penulis menemukan tiga permasalahan utama yang menjadi dasar dari perancangan ini yaitu : 1) menciptakan pasar yang bersih dan higienis 2) Bagaimana merencanakan konsep fungsi, sirkulasi dan kegiatan yang terintegrasi secara kontekstual, 3) Bagaimana menciptakan *pasar wisata kota* yang berkelanjutan dan bermanfaat bagi lingkungan dan manusia.

Konsep yang digunakan dalam perancangan ini mengacu pada teori *sustainable design*. Teori *sustainable design* dalam arsitektur merupakan pendekatan yang mampu memberi kontribusi yang positif bagi pengguna dan memenuhi kebutuhan masyarakat sekitar, memiliki dampak ke lingkungan serta meningkatkan kualitas lingkungan

Kata Kunci : *Pasar tradisional, pasar wisata, sustainable design*



Abstract

In this digital era, shopping will be easier and faster only used a cellphone or computer, and no need to travel far, stuff can be delivered directly to their destination. It is important to realize that not everyone likes to buy stuff via online, either because of fraud, lack of trust in technology, or someone's habits. We cannot forget that humans are social creatures who need space for interaction with another human. There is lots of the development of modern markets such as hypermarkets and supermarkets has cornered traditional markets in urban areas, because it uses the concept of selling products that are more complete and more professionally managed.

The method used in designing this market goes through four stages: observation, literature study, interview and learn about study case. In the preparation process the authors found three main problems that became the basis of this design : 1) creating a clean and hygienic market 2) How to plan the concept of functions, circulation and contextually integrated activities, 3) How to create a sustainable and beneficial city tourism market for the environment and humans.

The concept used in this design refers to the theory of sustainable design. The theory of sustainable design in architecture is an approach that is able to make a positive contribution to users and meet the needs of the surrounding community, have an impact on the environment and improve environmental quality.

Keywords : traditional market, recreative market, sustainable design,