

## ABSTRAK

Kota Bandung merupakan salah satu kota yang memiliki potensi wisata yang sangat baik. Bahkan Kota Bandung dinyatakan sebagai Kota Pariwisata Terbaik pada penyelenggaraan *Indonesia Attractiveness Award* (IAA) 2018. Meski Bandung tergolong ke dalam daerah perkotaan dan tidak banyak mempunyai destinasi wisata alam seperti daerah lain, Bandung paling dikenal dengan wisata belanja dan kulinernya. Namun sayangnya, sampai sekarang masih belum ada destinasi belanja di Bandung yang terkenal *iconic* dan khas layaknya Jalan Malioboro di Kota Yogyakarta, atau Toko Krisna di Bali. Pasar *souvenir* dan kuliner akan memudahkan wisatawan mencari barang kerajinan atau *souvenir*, sekaligus menikmati makanan khas Bandung di satu tempat sekaligus. Pasar ini ditempatkan di lokasi strategis pada area perdagangan tengah kota. Melihat potensi dan luas lahannya yang cukup besar, prinsip *bioclimatic* dipilih untuk diterapkan pada desain bangunan untuk menciptakan tempat yang nyaman bagi pengguna, terutama dalam menyikapi iklim tropis. Diharapkan konsep ini dapat menambah daya tariknya di mata masyarakat dan pendatang, terutama wisatawan.

**Kata Kunci:** Pasar, Toko *souvenir*, Kuliner, Kota Bandung, *Bioclimatic*

## ABSTRACT

*Bandung is one of the cities that has excellent tourism potential. Bandung was even declared as “The Best Tourism City” in Indonesia Attractiveness Award (IAA) 2018. Although Bandung is classified as an urban area and does not have many natural tourist destinations like other regions, Bandung is best known for its shopping and culinary tourism. But unfortunately, until now there are not many iconic shopping destinations in Bandung which are popular for its local identity like Malioboro in Yogyakarta or Krisna in Bali. A souvenir and food market will be a convenient choice for tourists to find handicrafts or souvenirs, while also enjoying Bandung’s local street foods in one place. This market is placed at a strategic site, in the trade district right in the heart of the city. Seeing the great potential and the large size the land has, bioclimatic principles are chosen as the approach to the market design, to create a comfortable place for the users, particularly responding to the tropical climate. This concept is aimed to add as an attractive point to the market in the eyes of the locals and newcomers, especially tourists.*

**Keywords:** Market, Souvenir Shop, Culinary, Bandung City, Bioclimatic