

## EFISIENSI SIRKULASI DAN ZONASI PASAR CENGKARENG

Olivia Iendah Permatasari

<sup>1)</sup>Program Studi S1 Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Tarumanagara, Olivaiendah3008@gmail.com

Masuk: 23-01-2022, revisi: 01-03-2020, diterima untuk diterbitkan: 28-03-2020

### Abstrak

Pasar bagi sebagian besar masyarakat adalah tempat untuk hidup, mendapatkan kehidupan, juga tempat untuk orang bertemu dan berinteraksi untuk memenuhi kebutuhan individu. Penawaran pasar tradisional memiliki banyak keuntungan, diantaranya harga jauh lebih murah, variasi bahan pangan yang dapat dilihat langsung, banyak barang kebutuhan yang disajikan dapat ditawarkan. Pasar tradisional merupakan representasi perekonomian rakyat, dengan kemampuan ekonomi kelas terbila cukup, dan tempat yang dapat diandalkan untuk skala kecil dan menengah. Eksistensi pasar tradisional menghadapi percepatan digital merupakan tantangan yang berat di tengah persaingan global dan urgensi dari dorongan pandemi. Pasar modern semakin kuat dari hari ke hari dan aktif menarik pembeli dengan sarana dari segala kelebihan yang ditawarkan. sementara pasar tradisional masih menyandang stigma “kotor; tidak nyaman; tidak higienis” dibandingkan dengan pasar modern. oleh karena itu, pasar tradisional mulai kehilangan minatnya terlebih pada generasi Z yang sudah sangat bergantung pada produk digital. Untuk menghindari ditinggalkan konsumen serta mampu bersaing di pasar modern, oleh karena itu kualitas pelayanan dan pengelolaan pasar tradisional harus ditingkatkan, dengan cara meningkatkan efisiensi sirkulasi dan zonasi demi menunjang kebutuhan pasar dengan aktivitas pasar saat ini dengan intervensi digital. Penulis berusaha memberi ruang gerak baru kepada pengunjung, penjual dan pengelola dengan metode super-imposisi antara sirkulasi pengguna bangunan.

**Kata kunci:** Sirkulasi, Zonasi

### ABSTRACT

*The market for most people is a place to live, earn a living, also a place for people to meet and interact to meet individual needs. Traditional market offerings have many advantages, including much cheaper prices, variety of food ingredients that can be seen directly, many of the necessities that are served can be negotiated. The traditional market is a representation of the people's economy, with sufficient class economic capacity, and a reliable place for small and medium scale businesses. The existence of traditional markets in the face of digital acceleration is a formidable challenge in the midst of global competition and the urgency of the pandemic drive. The modern market is getting stronger by the day and actively attracts buyers by means of all the advantages it has to offer. while the traditional market still bears the stigma of “dirty; uncomfortable; unhygienic” compared to modern markets. Therefore, traditional markets are starting to lose their interest, especially for Generation Z, which is already very dependent on digital products. To avoid being abandoned by consumers and being able to compete in the modern market, therefore the quality of service and management of traditional markets must be improved, by increasing circulation and zoning efficiency in order to support market needs with current market activities with digital intervention. The author tries to provide new space for visitors, sellers and managers with the super-imposition method between the circulation of building users.*

**Keywords:** Circulation, Zoning

### 1. PENDAHULUAN

Berangkat dari fenomena pandemik yang terjadi di seluruh dunia, kompas.com dengan tajuk “Infeksi menurun, Indonesia kini di peringkat 5 kasus COVID-19 terbanyak di dunia” (13/08/2021) mewartakan berita bahwa indonesia menduduki peringkat ke-5 terhitung sejak 13 Agustus 2021. Namun ironisnya, menurut Indonesiabaik.id Angka infeksi Corona di keluarga

atau klaster keluarga akhir-akhir ini semakin banyak. Klaster Corona keluarga bahkan menjadi perhatian khusus penanganan COVID-19 oleh Presiden Joko Widodo. Kemunculan klaster baru Covid-19, yakni klaster keluarga, menimbulkan kekhawatiran di tengah masyarakat. Klaster keluarga adalah penyebaran virus corona yang berasal dari anggota keluarga atau orang yang tinggal serumah. Biasanya, penyebaran berawal dari seseorang yang sudah lebih dahulu tertular lalu menularkannya pada anggota keluarga lain. (Yuli Nur Hanisah : 2021)

Tim *pandemic talks* menyebut ada tiga faktor yang menyebabkan klaster keluarga semakin masif antara lain adalah:

- a. Membiarkan anak-anak bermain bersama di lingkungan komplek atau perumahan tanpa protokol kesehatan dan protokol ventilasi, durasi dan jarak (VDJ) yang kuat.
- b. Kegiatan berkumpul warga pun menjadi cara virus corona menyebar dari satu orang yang terinfeksi ke orang lain dengan mudah. Sebab, biasanya saat warga sudah berkumpul, jaga jarak sulit sekali diterapkan
- c. Melakukan liburan, piknik atau jalan-jalan ke tempat publik yang ramai. Hal ini juga meningkatkan risiko klaster keluarga bisa terjadi. Sebab, anggota keluarga berpotensi membawa virus saat kembali ke lingkungan rumah atau warga.

Dilansir dari [ugm.ac.id](http://ugm.ac.id) dengan tajuk Kerumunan di Pasar Berpeluang Jadi Tempat Penyebaran Covid-19 menjelaskan bahwa, Sejumlah pasar tradisional di tanah air pun telah menjadi klaster baru penyebaran Covid-19. Ratusan pedagang di berbagai daerah dinyatakan terinfeksi virus corona. Dari Jakarta saja misalnya, data Satgas Covid-19 menunjukkan ada sebanyak 107 klaster pasar. (Ika : 2021)

"Selama pandemi Covid-19 berlangsung, beberapa pasar di Jakarta terpaksa ditutup sementara lantaran pedagang maupun pembelinya dinyatakan positif terpapar virus corona tipe 2 (SARS-CoV-2). Karena penutupan pasar tersebut, banyak pedagang yang mengeluhkan berkurangnya pendapatan mereka." Namun tidak dapat dipungkiri, dari hasil observasi saya di beberapa pasar yang terletak di Jakarta Barat, saya menemukan banyak pedagang dan pembeli yang melanggar aturan pemerintah terkait jaga jarak dan penggunaan masker, sehingga menimbulkan cluster baru di daerah tersebut. Oleh karena itu, banyak pasar offline yang ditutup dan lebih memilih pasar online untuk membeli perbelanjaan rumah tangga. Sementara, fungsi pasar tidak hanya sebatas tempat jual beli namun juga ruang interaksi sosial di masyarakat. oleh sebab itu beberapa pasar yang saya kunjungi tetap melanggar protokol kesehatan walaupun setelah ditutup sementara oleh pemerintah dan kemudian dibuka kembali. Aplikasi berbelanja sayur atau produk segar untuk rumah tangga juga mengalami berbagai masalah, seperti yang dikatakan oleh vinny dalam situs CNNIndonesia.com dengan tajuk - Pengiriman Lama, Alasan Konsumen Enggan Beli Sayur 'Online'-Vinny, ibu rumah tangga yang tinggal di Tangerang, saat dihubungi CNNIndonesia.com, pada Kamis (4/1). Ungkapan senada disampaikan Erni, ibu rumah tangga lainnya. "Kalau beli sayur melalui aplikasi, kita tidak bisa melihat kondisi sayur apakah masih segar atau tidak, sayur juga tidak bisa didapat dalam waktu yang cepat, masih harus menunggu beberapa hari," ungkap Ibu Erni

Eksistensi pasar tradisional menghadapi percepatan digital merupakan tantangan yang berat di tengah persaingan global dan urgensi dari dorongan pandemi. Pasar modern semakin kuat dari hari ke hari dan aktif menarik pembeli dengan sarana dari segala kelebihan yang ditawarkan. sementara pasar tradisional masih menyandang stigma "kotor;tidak nyaman; tidak higienis" dibandingkan dengan pasar modern. oleh karena itu, pasar tradisional mulai kehilangan minatnya terlebih pada generasi Z yang sudah sangat bergantung pada produk digital. Untuk menghindari Ketertinggalan dan menghindari ditinggalkan konsumen serta mampu bersaing di

pasar modern, Oleh karena itu kualitas pelayanan dan pengelolaan pasar tradisional harus ditingkatkan.

#### Rumusan Masalah

- a. Bagaimana tipologi sirkulasi yang bisa efisien untuk pencapaian di dalam pasar sehingga dapat mempercepat waktu distribusi?
- b. Bagaimana tipologi zonasi yang baik dalam menunjang percepatan pencapaian, kenyamanan saat berbelanja ?

#### Tujuan dan Manfaat Proyek

Tujuan proyek ini adalah untuk memberi pandangan baru pada arsitektur Pasar tradisional di Indonesia dengan memberi penambahan fungsi ruang dan meningkatkan efektifitas distribusi, terutama dikarenakan adanya perubahan yang akan terjadi pada sistem jual-beli Indonesia, bahkan di dunia akibat perubahan pola hidup masyarakat akibat beradaptasi dengan pandemi Covid-19 maka sebaiknya bangunan yang mewadahi kegiatan jual-beli yang terintegrasi dengan digitalisasi juga berkembang dari segi sirkulasi dan zonasi.

## 2. KAJIAN LITERATUR

### Definisi Tipologi

Tipologi arsitektur dibangun dalam bentuk arsip dari "given types", yaitu bentuk arsitektur yang disederhanakan menjadi bentuk geometri. Tipologi didefinisikan sebagai konsep yang memilah sebuah kelompok objek berdasarkan kesamaan sifat-sifat dasar, atau dapat diartikan juga bahwa tipologi adalah tindakan berpikir dalam rangka pengelompokan (Moneo dalam Sulistyowati 1991:11). Menurut Sulistijowati (1991:12), pengenalan tipologi akan mengarah pada upaya untuk mengelaskan, mengelompokkan atau mengklasifikasikan berdasar aspek atau kaidah tertentu. Aspek tersebut antara lain: 1). Fungsi (meliputi penggunaan ruang, struktural, simbolis, dan lain-lain); 2). Geometrik (meliputi bentuk, prinsip tatanan, dan lain-lain); dan 3). Langgam (meliputi periode, lokasi atau geografi, politik atau kekuasaan, etnik dan budaya, dan lain-lain).

Setelah membaca penjelasan dari beberapa catatan literatur, saya mendapatkan pemahaman bahwa : Tipologi secara umum adalah ilmu yang mempelajari tentang pengelompokan berdasarkan tipe, dimana dalam tipe tersebut memiliki ciri yang dapat di klasifikasikan. Tipe tersebut dapat berupa sifat bawaan tetap ataupun hal yang ditambahkan. Prinsip pengklasifikasian ini dapat digunakan oleh berbagai ilmu pengetahuan beragam bidang dan disiplin ilmu.

Pengklasifikasian sendiri dalam arsitektur disebut juga sebagai Tipologi Arsitektur, Dalam disiplin ilmu ini, klasifikasi di bidang arsitektur berdasar pada bidang bentuk, fungsi dan langgamnya. Dalam ranah mendesain, tipe terbentuk secara alami sebagai kesepakatan dari pengguna dan perancang, dalam hal ini bisa oleh arsitek dan penghuni rumah, bisa juga perancang dengan warga atau komunitas.

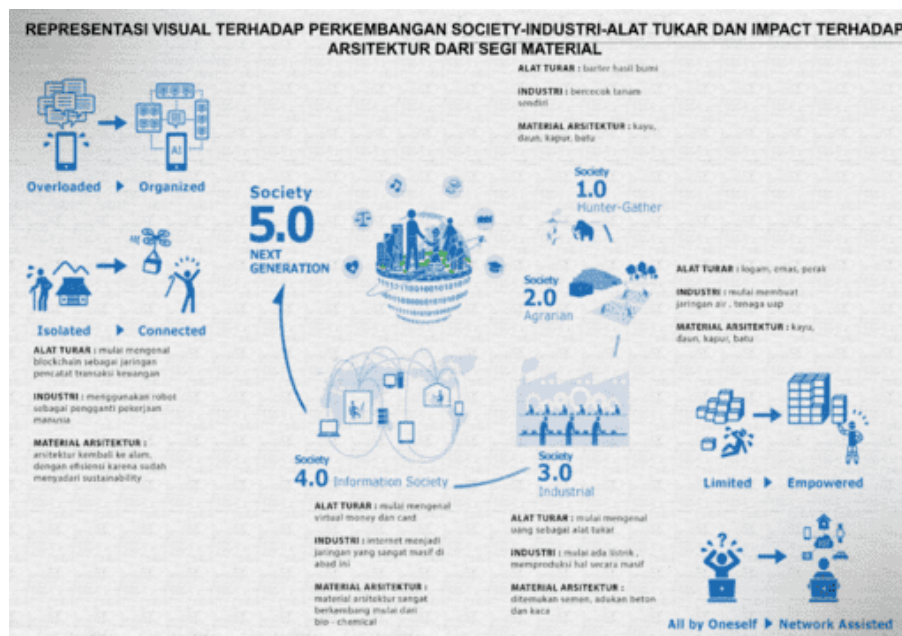
Bagian bangunan dan arsitektur yang paling mudah untuk dilihat adalah wajah bangunan atau yang dikenal dengan sebutan *façade* bangunan. *Façade* bangunan ini juga disebut tampak, kulit luar ataupun tampang bangunan, karena *façade* bangunan paling sering diberi penilaian oleh pengamat tanpa memeriksa terlebih dahulu keseluruhan bangunan baik keseluruhan sisi luar bangunan, maupun pada bagian dalamnya. Penilaian tersebut tidak hanya dilakukan para arsitek tetapi juga masyarakat awam (Priyotomo 1987:3). Komposisi suatu *façade*, dengan mempertimbangkan semua persyaratan fungsionalnya (jendela, pintu, sun shading, bidang atap) pada prinsipnya dilakukan dengan menciptakan kesatuan yang harmonis dengan menggunakan komposisi yang proporsional, unsur vertikal dan horisontal yang terstruktur, material, warna dan elemen-elemen dekoratif. Selain itu, elemen *façade* dari sebuah bangunan yang sekaligus merupakan komponen-komponen yang mempengaruhi *façade* bangunan adalah: 1). Atap; 2). Dinding; dan 3). Lantai.

### Definisi Pasar Tradisional

Menurut PERATURAN DAERAH PROVINSI DAERAH KHUSUS IBUKOTA JAKARTA ; NOMOR 2 TAHUN 2018. Pasar Rakyat adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa Toko, Kios, Los dan Tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar. Adapun elemen dalam pasar yang perlu diperhatikan menurut PERATURAN DAERAH PROVINSI DAERAH KHUSUS IBUKOTA JAKARTA ; NOMOR 2 TAHUN 2018.

- Elemen utama : Salah satu elemen utama yang terdapat pada pasar yaitu ruang terbuka.
- Elemen Penunjang : Sarana penitipan kendaraan/parkir, Sarana bongkar muat, Mekanikal Elektrikal, Sarana komunikasi, Sarana penambatan hewan, Jalan khusus, Sarana pengamanan, Sarana hygiene dan sanitasi.
- Elemen Pendukung : Pusat Pelayanan Kesehatan dan Penitipan Anak, Pusat Pelayanan Jasa Angkut, Kantor pengelola, Kantor koperasi pasar, Tempat ibadah/mushola/masjid.
- Jaringan jalan pencapaian : Jaringan angkutan manusia dan barang
- Tempat parkir Umum : sepeda, sepeda motor, ataupun mobil. Halte atau terminal : bus kota, colt, andong, becak dan lain sebagainya. Khusus : merupakan tempat penitipan sepeda atau sepeda motor pedagang.
- Jaringan utilitas : Jaringan utilitas yang dimaksud adalah saluran listrik, air bersih, hydrant, komunikasi, dan sampah. Selain itu terdapat saluran-saluran air kotor dan limbah yang memenuhi kebutuhan pasar.
- Fasilitas sosial : fasilitas sosial yang dapat diaplikasikan pada pasar tradisional yaitu teras yang dapat digunakan sebagai interaksi sosial. Selain itu, pemberian vegetasi yang dapat dijadikan tempat berteduh dan menjalin interaksi sosial.

### Sejarah Perkembangan Tipologi Pasar



Gambar 1. Perkembangan Society-Industri-Alat Tukar dan Impact terhadap arsitektur

Sumber: Penulis, 2021



Gambar 2. Ilustrasi Sejarah Singkat perkembangan pasar  
Sumber: Penulis, 2021

Sejarah awal jual-beli sebelum 450M dimulai dari “bertukar” atau “barter” kegiatan ini dilakukan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari manusia sebagai makhluk hidup. Kebutuhan utama manusia pada zaman dahulu adalah menyambung hidup dengan mencari makan, bumbu pertama yang dikenal adalah garam. Oleh karena itu garam menjadi salah satu alat tukar pertama yang ada untuk menilai suatu barang. Sejak manusia mulai berkembang semakin banyak, dan kebutuhan untuk menyejahterakan manusia juga meningkat dengan bantuan ilmu pengetahuan, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 1. (Perkembangan Society-Industri-Alat Tukar dan Impact terhadap arsitektur ) pertukaran mulai membutuhkan lokasi yang strategis agar dapat di capai oleh banyak pihak, kemudian zaman semakin berkembang dengan di pelopori oleh tenaga uap arsitektur mulai berkembang, dengan berbagai material hasil industri. Kemudian berkembang hingga saat ini. Pada perkembangan sosial manusia mulai mengenal internet, internet memudahkan komunikasi manusia hingga berimbas pada komunikasi dalam berjual beli, pasar tidak lagi menjadi ruang untuk berjual beli karena sejak adanya internet komunikasi tidak lagi dilakukan langsung, melainkan bisa dengan menggunakan internet menjadi wadah dalam berkomunikasi.

### 3. METODE

Metode yang digunakan adalah survey lapangan. Dilakukan dengan melakukan survey lapangan dan menggunakan data sebagai acuan dalam mendesain dengan titik berat pada sirkulasi dan zonasi. dimana fungsi akan mengikuti bentuk (*function follow form*). Berikut ini merupakan urutan metode yang digunakan untuk penelitian :

a. Observasi :

Menggunakan data kualitatif dan kuantitatif , menentukan Pasar Cengkareng sebagai objek observasi sekaligus area tapak, mencatat kelebihan dan kekurangan tapak sebagai Pasar induk yang mewadahi area sekitar. Data kualitatif berupa bentuk ketidaknyamanan sirkulasi, zonasi, dan pencahayaan dalam pasar kemudian dengan pengukuran mendapatkan data kuantitatif berupa sirkulasi vertikal yang terlalu curam, kurangnya peneduhan dalam zona sirkulasi vertikal, kurangnya area hijau.

b. Preseden :

Membedah karya yang serupa, menguji dari penilaian di observasi - pasar secara fungsional tidak bisa mengakomodir digitalisasi, sehingga membutuhkan *re-typologi*.

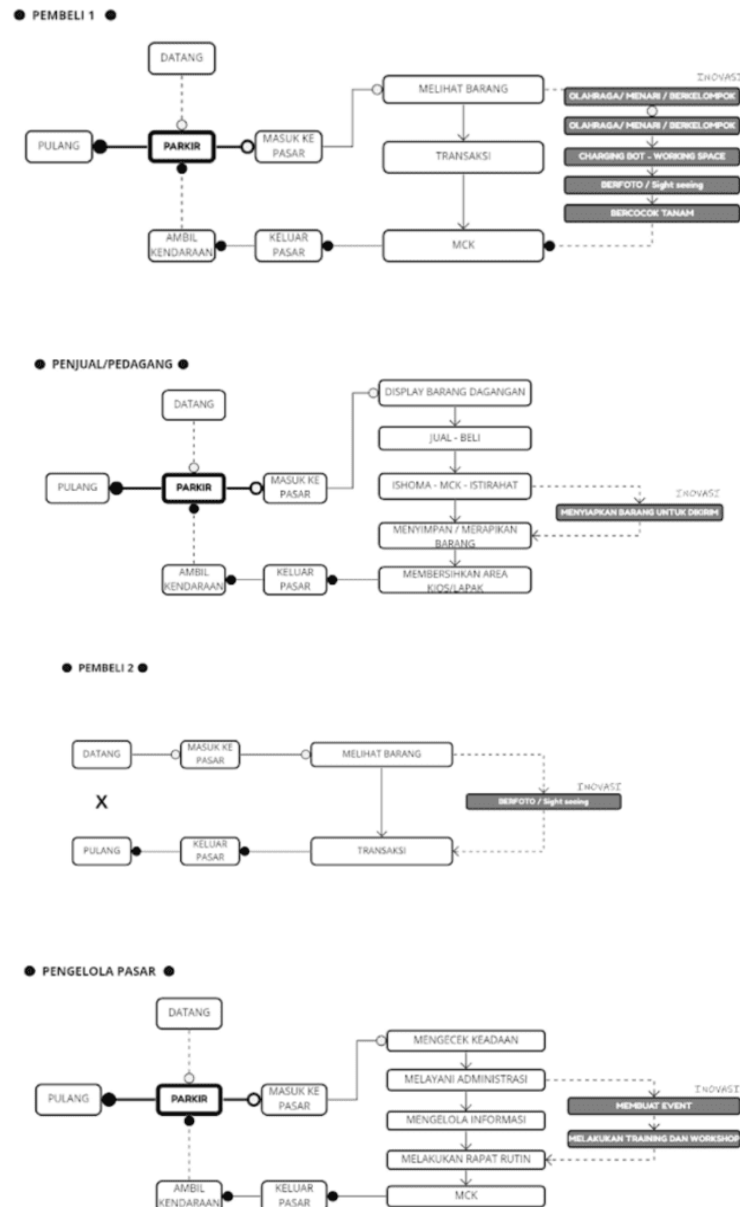
c. Perbandingan :

Membandingkan karya yang sudah dibedah dalam preseden dengan hasil observasi yang ada, membuat skala prioritas dan kesimpulan

### Data Observasi Pasar Cengkareng

Observasi Lapangan dilakukan dengan beberapa tahapan; dan diambil dalam beberapa hari, data yang dikumpulkan diambil saat pandemi sedang berlangsung dengan tetap menggunakan protokol kesehatan untuk kepentingan kesehatan bersama.

### Sirkulasi Pergerakan Pengguna Bangunan

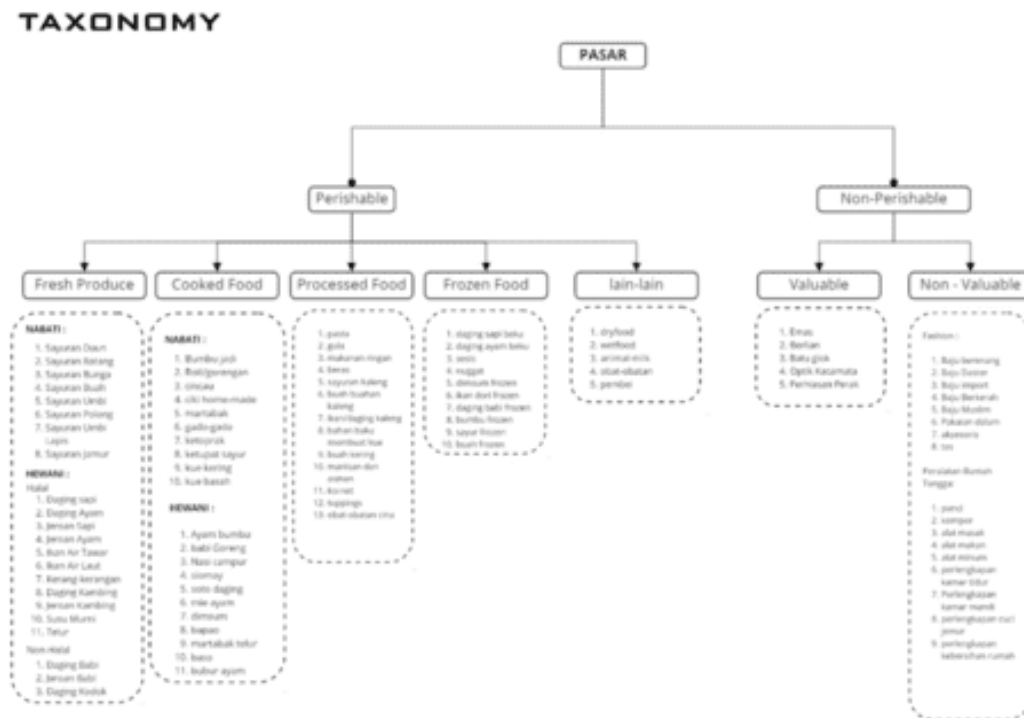


Gambar 3. Diagram Sirkulasi Pengguna Bangunan

Sumber: Penulis, 2021

Sirkulasi pengguna pasar disini akan terbagi menjadi pembeli dan penjual atau pengelola pasar. Perbedaan pada aktivitas mereka akan menciptakan kebutuhan ruang yang berbeda. Kerap kali kebutuhan ini akan saling tumpang tindih karena adanya kesamaan atau kriteria kebutuhan yang mirip. Nantinya kebutuhan daripada aktivitas mereka inilah yang akan membentuk dan menjadikan desain bangunan ini sesuai dengan penggunaannya. Aspek yang akan terpengaruh pun juga luas, jumlah ruang yang dibutuhkan, tata letak ruang, bukaan, pengudaraan, sampai tampak akan berpengaruh dan menjadi satu kesatuan desain arsitektur.

## Taxonomy Barang Dagang



Gambar 4. Diagram Taxonomy Barang Dagang

Sumber: Penulis, 2021

Jenis daripada barang yang akan dijual atau didagangkan di pasar ini juga akan memberikan pengaruh terhadap desain. Perbedaan barang akan menghadirkan perbedaan kebutuhan juga, dari penanganan, kebutuhan ruang, sampai proses pengangkutannya pun mempengaruhi desain pada bangunan. Dalam pasar cengkareng, konsepnya harus lebih terbuka karena barang dagang banyak bahan mentah namun juga ada juga fesyen dan keperluan rumah tangga. Produk dibagi menjadi dua bagian secara garis besar, *perishable* dan *non-perishable*. Namun selain hal ini beberapa hal yang perlu diperhatikan juga terkait pengunjung bangunan, dari data yang ada, pengunjung bangunan banyak mengalami ketidaknyamanan saat berbelanja karena zonasi yang tidak teratur, beberapa bagian yang berjualan barang dagang fesyen harus berseberangan dengan barang dagang makanan yang memiliki pengaruh terhadap pelanggan dengan barang dagang lain akibat dari sanitasinya, ataupun dari aroma yang dihasilkan.

### Analisa Tapak Terpilih

Proyek yang berjudul *rar-able market* ini dirancang dengan konsep yang lebih terbuka dan memberi kebebasan bagi pengunjung untuk terkoneksi dengan beberapa taman dan ruang terbuka, memberi sirkulasi udara yang cukup sehingga membuat pasar menjadi lebih segar saat dimasuki oleh pengunjung, selain itu zonasi yang juga sudah terbagi tetap dihubungkan satu dengan yang lainnya menggunakan sirkulasi yang berkonsep "*connected*"

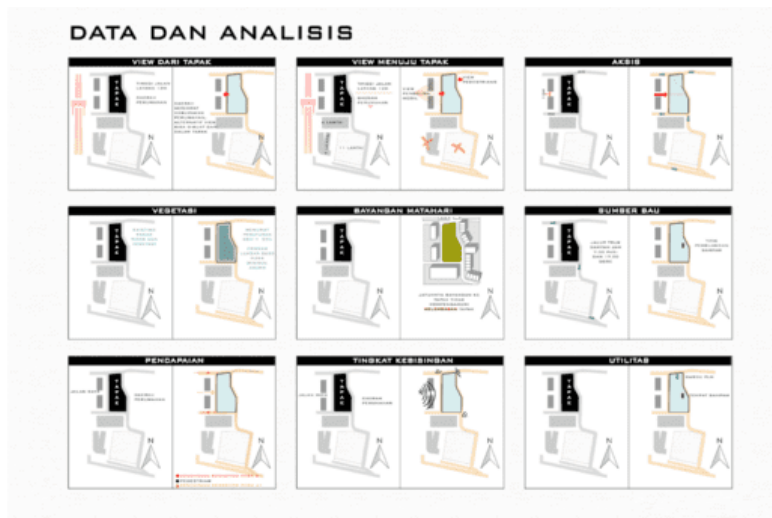


Gambar 5. Identifikasi Tapak

Sumber: Penulis, 2021

Tapak yang terpilih merupakan lokasi yang paling strategis untuk target rancangan ini. Memiliki potensi sesuai kriteria dan kebutuhan yang akan menghadirkan potensi terbaik kelak akan menjadi modal dasar dalam memberikan desain yang tepat sasaran. Mengetahui lebih rinci tapak yang akan menjadi lokasi perancangan akan memunculkan berbagai ide untuk menghadapi isu dan permasalahan yang akan diselesaikan melalui rancangan. Tapak terletak dekat sekolah dan juga gedung pemerintah, selain itu tapak berada di belakang ruko dan disamping bangunan mall Ramayana sehingga tapak terbilang cukup ramai pengunjung selama lebih dari 18 jam. Tapak juga merupakan lokasi Pasar Jaya Cengkareng yang merupakan pasar induk daerah sekitar, sehingga banyak orang yang datang untuk membeli barang di pagi hari dan menjual kembali di daerah rumahnya, pasar Cengkareng dijadikan sebagai pasar induk tempat retail berbelanja kebutuhan berdagang. Radiusnya mencapai 6 Km orang masih banyak yang berbelanja di pasar ini untuk kebutuhan berjualan di daerah sekitar rumahnya. Oleh karena itu pasar ini memiliki pengunjung setia di pagi hari namun di siang hari pasar ini memiliki peminat yang berbeda, selain bejualan barang dagang basah seperti sayur mayur pasar ini juga berjualan fesyen yang diambil dari daerah kota kemudian dijual kembali ke retail untuk berjualan di pasar malam daerah sekitar dengan radius 6 Km.

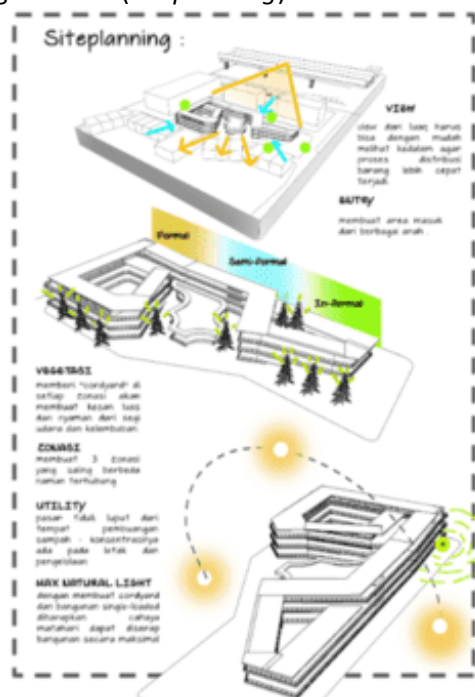
## Analisis Tapak



Gambar 6. Analisis Tapak

Sumber: Penulis, 2021

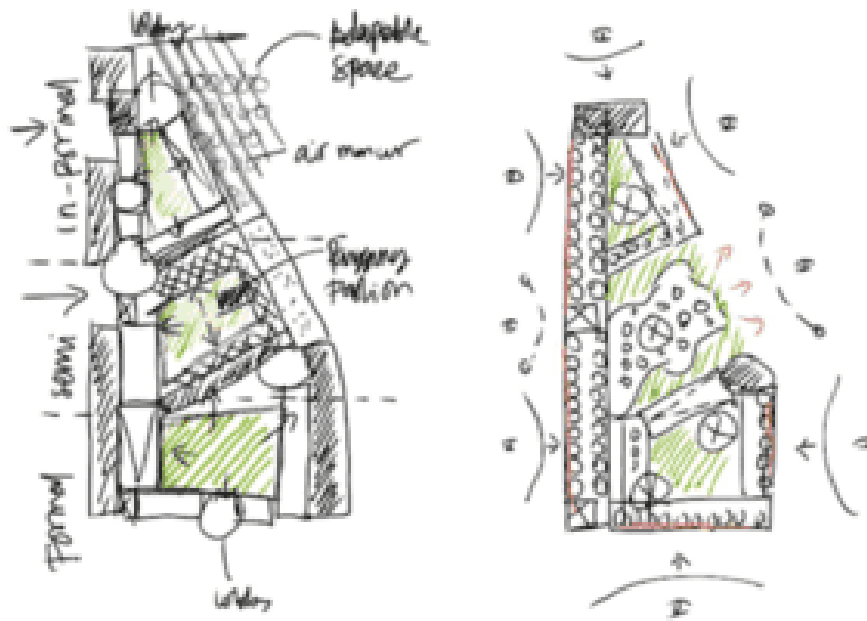
Analisis tapak terkait 9 hal yang tertera pada gambar 6. (Analisis Tapak) dibuat dengan mempertimbangkan aspek desain yang akan mempengaruhi dari segi bentuk Gubahan massa hingga bentuk denah lantai dasarnya. Analisis tapak lebih lanjut dengan mempertimbangkan beberapa hal terkait pada gambar 7. (*Siteplanning*)



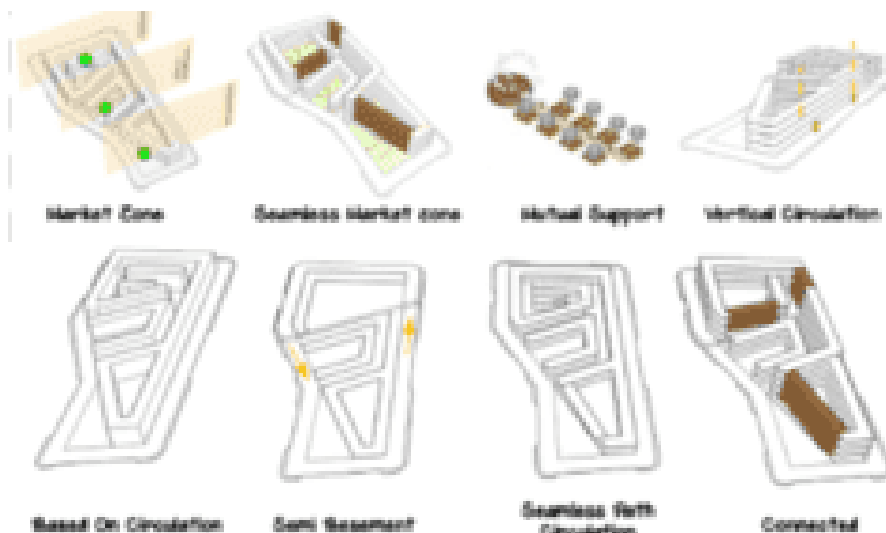
Gambar 7. *Siteplanning*

Sumber: Penulis, 2021

Setelah melakukan analisis terhadap tapak, selanjutnya akan dibuat proses *zoning* bangunan dan gubahan massa yang sesuai dengan konteks lingkungan.



Gambar 8. Zoning Bangunan  
Sumber: Penulis, 2021



Gambar 9. Gubahan Massa  
Sumber: Penulis, 2021

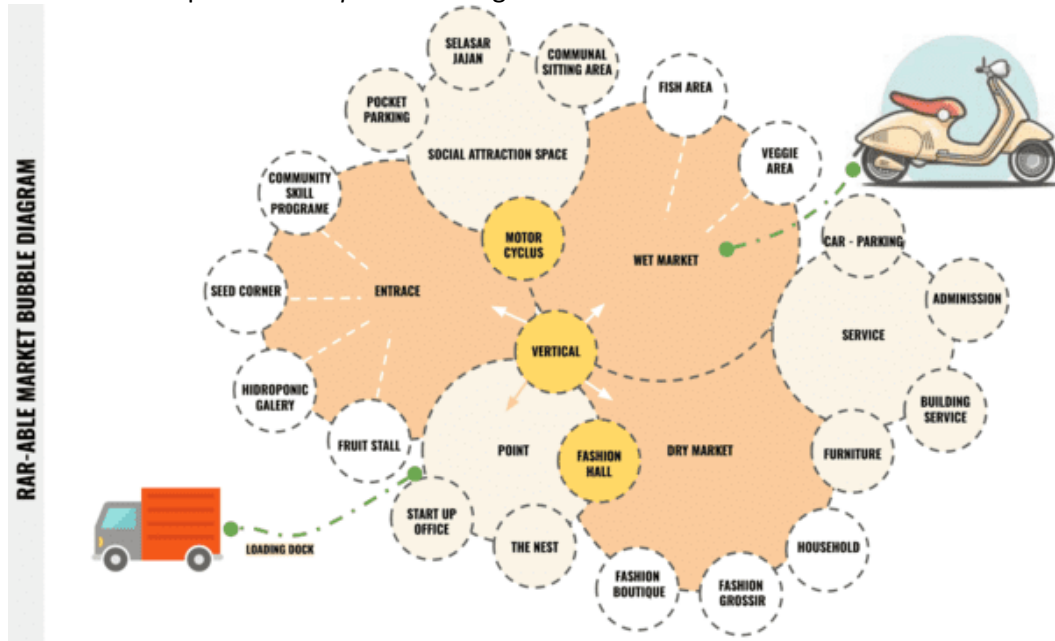
- Based on Circulation*. Membuat sirkulasi yang saling terhubung antara zona satu dengan yang lainnya.
- Semi Basement*. area eksisting memiliki muka air tanah yang tinggi sehingga basement dibuat satu lapis.
- Seamless Path Circulation*. Sirkulasi yang dibuat dengan ramp untuk kenyamanan pengunjung
- Connected*. Ramp saling terkoneksi satu dengan yang lainnya ada

Zonasi bangunan Diawali dengan menentukan “bukaan” dengan konsep bangunan *Single loaded* sehingga dapat memberi keuntungan pada setiap penjual agar dapat kesempatan penglihatan yang sama saat pengunjung datang. Kemudian menentukan area “*attraction*” yang akan menjadi pusat untuk meningkatkan pengunjung. Serta memberikan keterbukaan jalur keluar-masuk bagi pejalan kaki dari berbagai arah. Dan membagi zonasi Formal - Semi formal - informal untuk membuat pengelompokan dagang sehingga lebih mendapatkan keteraturan dalam zoning

bangunan serta mempersingkat durasi saat pengunjung datang dan mencari toko yang ingin ditransaksikan dapat dengan mudah menemukan lokasi toko dan mempersingkat pencapaian.

#### Luasan dan Program Ruang

Proyek ini dirancang dengan tapak seluas 8630 m<sup>2</sup>, luas bangunan sebesar 17.948 m<sup>2</sup>, KDB 5178 m<sup>2</sup>, KDH 3.020 m<sup>2</sup> dan dengan ketinggian maksimal 4 lantai. Di bagian lantai dasar diisi dengan program yang lebih bersifat publik dan *leisure* seperti taman, courtyard, angkringan, pameran, dan *workshop*. Lantai 2 berisi ruang – ruang *workshop* dan area jual beli, di lantai 3 area jual beli baik pakaian maupun alat rumah tangga 4 terdapat area jual beli dan sebagai kantor pengelola selain itu terdapat restoran *parasol* sebagai *attraction*.

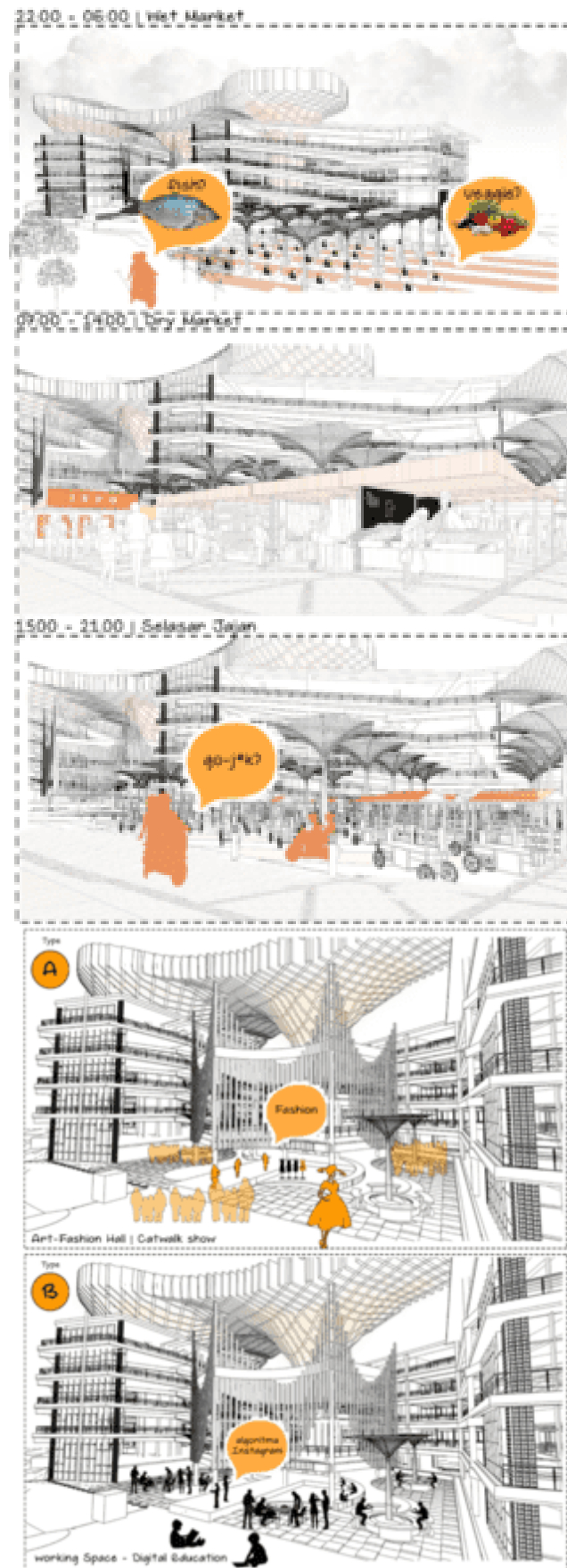


Gambar 10. Hubungan Antar Ruang  
Sumber: Penulis, 2021

Usulan program yang akan dihadirkan didalam rancangan nantinya didapatkan melalui berbagai pertimbangan yang ada dalam proses mengkaji teori tentang pasar dan juga analisis tapak perencanaan. Keterhubungan ini akan memberikan program-program kegiatan yang cocok untuk diadakan didalam desain perancangan, sehingga pada akhirnya tujuan daripada perancangan dan hasil desain yang dihadirkan akan memberikan desain pasar yang tepat. Mempertimbangkan hubungan antar program juga sangat penting, dikarenakan adanya berbagai kebutuhan dan beragam aktivitas dari masing-masing program, keterikatan, kecocokan, kesamaan, atau bahkan saling ketidakcocokan antar program akan mempengaruhi ruang yang mewadahi mereka.

#### Visualisasi Hasil Perancangan

Berikut ini menggambarkan beberapa suasana dalam proyek yang terancang dari perspektif mata manusia baik interior maupun eksterior.



Gambar 11. Perspektif Eksterior  
Sumber: Penulis, 2021



Gambar 12. Perspektif Ruang Jual - Beli  
Sumber: Penulis, 2021

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Pasar Tradisional dalam proyek *“Rethinking Typology”* didasari oleh kesadaran tentang kemajuan teknologi yang saat ini beriringan dengan kemajuan kesejahteraan manusia, teknologi tidak bisa dipisahkan dengan keseharian yang terjadi di lingkungan manusia saat ini. Kemudian melihat dari kaca mata arsitektur, apa yang bisa dilakukan pasar dengan memikirkan kembali tipologinya sehingga bisa menunjang kebutuhan teknologi saat ini?

Hasil analisis yang ada, arsitektur pasar bisa meningkatkan efisiensi zonasi sehingga dapat mempermudah pengelola pasar - pengantar barang / jasa - pembeli untuk dipertemukan. Serta membuat efisiensi sirkulasi agar distribusi barang bisa mencapai waktu yang efisien saat mengantarkan barang atau menerima barang. Oleh karena itu, Proyek *rar-able Market* fokus pada zonasi dan sirkulasi bangunan dengan mengangkat bentuk *single-loaded* pada gubahan bangunan pasar ini, agar mempermudah orang melihat pembeli saat ingin berbelanja. Tidak hanya itu, bangunan ini juga dilengkapi dengan detail *“pocket parking”* karena telah menyadari pentingnya *“driver”* dalam distribusi barang sehingga *“pocket parking”* memberikan ruang untuk *“driver”* menunggu, mengisi daya ponsel dan berteduh. Dengan memberikan ruang untuk *driver* diharapkan dapat meningkatkan efisiensi sirkulasi barang yang ada di dalam bangunan pasar dengan juga mempercepat penjual menemukan driver untuk mengantarkan barang.

Selain itu RAR-ABLE MARKET juga memberikan *“melting point”* di restoran parasol dengan kesadaran bahwa sudah jarang anak muda yang mau pergi ke pasar, kemudian mengangkat hal ini, restoran parasol diharapkan dapat menunjang kebutuhan generasi muda saat ini untuk bisa tertarik berkunjung dan meningkatkan pengunjung serta penjualan yang ada di pasar RAR-ABLE MARKET.

### Saran

Penelitian ini didasari oleh kepekaan sosial terhadap perubahan gaya hidup masyarakat akibat digitalisasi dan dampaknya terhadap sirkulasi dan zonasi pasar cengkareng. Untuk penulis selanjutnya akan lebih baik jika meneliti kegiatan pengguna pasar kembali karena perkembangan zaman terhadap digital terus berkembang dan terus ada kebaruan.

## REFERENSI

- Deloitte. (2020). Going Digital, Going Direct-Digital Strategies to help Brands connect with today's consumer.2
- Deloitte. (2020). Deloitte consumer insights Dawn of the digital age in Indonesia.
- Deloitte. (2020). Deloitte Consumer Insights Embracing Bricks and Clicks in Indonesia.
- Deloitte. (2019). Indonesia perspective.
- Kana, A. (2007). Penataan Ulang Pasar Tradisional Kranggan di Yogyakarta. Program Studi Arsitektur Universitas Atmajaya.
- KmK No.59 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pasar Sehat 2008.
- <https://www.kompas.com/tren/read/2021/08/30/083500465/update-corona-30-agustus--217-juta-kasus-indonesia-posisi-13-kasus-covid-19?page=all>
- <https://indonesiabaik.id/infografis/waspada-penybaran-covid-19-di-klaster-keluarga>
- <https://ugm.ac.id/id/berita/21181-kerumunan-di-pasar-berpeluang-jadi-tempat-penybaran-covid-19>
- <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20180104211638-282-266824/pengiriman-lama-alasan-konsumen-enggan-beli-sayur-online>