

SANTA.Y - SEBUAH PASAR TRADISIONAL BARU

Amanda Ineza¹⁾, Fermanto Lianto²⁾

¹⁾ Program Studi S1 Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Tarumanagara, amandaineza98@gmail.com

²⁾ Program Studi S1 Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Tarumanagara, fermantol@ft.untar.ac.id

Masuk: 26-01-2021, revisi: 21-02-2021, diterima untuk diterbitkan: 26-03-2021

Abstrak

Kasus pandemi Covid-19 yang sampai sekarang belum ada solusinya menyebabkan kita harus hidup di era *new normal*. Tetapi era ini belum sepenuhnya dapat mencegah penyebaran Covid-19. Banyak area yang dikhawatirkan akan menjadi *cluster* baru penyebaran dan salah satunya adalah pasar tradisional. Untuk jutaan orang di Indonesia, pasar tradisional rata-rata menjadi tempat pertama untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari, selain karena harganya yang lebih terjangkau dibanding pasar swalayan, ada kesempatan untuk tawar menawar harga. Semenjak maraknya kasus Covid-19, pendapatan pedagang menurun karena masyarakat takut untuk berbelanja ke pasar tradisional dengan alasan kesehatan dan kebersihan yang belum terjamin. Banyak kebijakan baru di era *new normal* yang ternyata tidak membantu untuk mengembalikan ekonomi para pedagang dan juga diperparah dengan kurangnya pemahaman masyarakat tentang bahaya Covid-19. Pasar Santa merupakan salah satu pasar tematik yang cukup terkenal tetapi seiring berjalannya waktu, pasar Santa mulai ditinggalkan. Kemudian hal ini juga diperparah dengan masuknya pandemi yang menyebabkan kerugian ekonomi para pedagangnya. Sehingga proyek ini berusaha untuk membuat suatu wajah baru tentang pasar tradisional di Indonesia dan juga menghadirkan suatu solusi untuk pasar tradisional di masa depan. Dengan konsep hijau di dalam bangunan dan menerapkan sistem *cross-ventilation* untuk mencegah penyebaran Covid-19 bertujuan untuk menjadikan pasar Santa untuk dapat ber-*dwelling* di tengah pandemi hingga masa depan.

Kata kunci: Covid-19; Dwelling; New Normal; Pasar Tradisional

Abstract

The Covid-19 pandemic case, which until now has no solution, causes us to live in the new normal era. But this new normal era has not completely prevented the spread of Covid-19. Many areas are feared to become new clusters of deployment and one of them is traditional markets. For millions of people in Indonesia, traditional markets are on average the first place to shop for daily necessities, apart from being more affordable than supermarkets, there is an opportunity to bargain on prices. Since the outbreak of the Covid-19 case, the income of traders has decreased because people are afraid to shop at traditional markets for reasons that health and hygiene are not guaranteed. Many new policies in the new normal era have not helped to restore the economy of traders and are also exacerbated by a lack of public understanding Covid-19. Santa modern market is one of the thematic markets which is quite well known, but over time, Santa modern market is starting to be abandoned. Then it is also exacerbated by the influx of pandemic which causes economic losses to its traders. So, this project is trying to make a new face about traditional markets in Indonesia and also presents a solution for the traditional market of the future. With a green concept in buildings and implementing a cross-ventilation system to prevent the spread of Covid-19, this project goals is to "Santa modern market" able to dwell during a pandemic to the future.

Keywords: Covid-19; Dwelling; New Normal; Traditional Market

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dengan permasalahan-permasalahan yang ada di pasar tradisional dan dengan diperparah dengan masuknya pandemi Covid-19 membuat masyarakat takut untuk berbelanja ke pasar tradisional. Hal ini mempengaruhi pendapat pedagang di pasar tradisional. Seperti kasus di Santa *modern market*, para pedagang banyak yang mengalami kerugian dan akhirnya harus memutuskan untuk menutup kiosnya. Banyak kebijakan-kebijakan yang telah diberlakukan pemerintah, tetapi hal ini hanya menanggapi kasus pandemi dalam situasi darurat saja, bukan untuk sampai kedepannya dan tetap kebijakan-kebijakan tersebut belum bisa membuat normal kembali pendapatan para pedagang dan tidak menghilangkan ketakutan masyarakat untuk pergi berbelanja ke pasar tradisional. Apabila hal ini terus menerus terjadi dan tidak ada solusi yang dapat diberikan, keberadaan pasar tradisional akan tersingkirkan dengan datangnya pasar-pasar swalayan yang bertambah setiap tahunnya.

Rumusan Permasalahan

Sekitar 22% dari kios di Santa *modern market* tutup semenjak masuknya pandemi Covid-19 (Megapolitan, 2020). Apabila hal ini terus menerus terjadi, keberadaan pasar tradisional akan terus tergeser dengan adanya pasar swalayan. Keadaan pasar tradisional belum mampu bersaing dengan pasar swalayan, dari segi kebersihan hingga respon terhadap pandemi Covid-19. Kegiatan yang dapat dilakukan di pasar tradisional tidak seberagam di pasar swalayan, yang membuat pasar tradisional semakin ditinggalkan masyarakat khususnya kaum milenial. Mengacu pada sifat dan karakter kaum milenial, proyek ini berusaha untuk dapat memwadahi kegiatan gaya hidup milenial, untuk dapat bersaing dengan pasar swalayan dan juga untuk ke depannya.

Tujuan

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, tujuan dari proyek ini adalah untuk membuat suatu wadah yang dapat ber-'*dwelling*' Kembali bagi para milenial juga warga sekitar proyek dan menghidupkan Kembali pasar tradisional yang hamper ditinggalkan masyarakat.

2. KAJIAN LITERATUR

Dwelling

Dwelling apabila diartikan ke Bahasa Indonesia hanya berarti tempat tinggal/kediaman/rumah. Tetapi arti *dwelling* sebenarnya lebih dari sebatas hunian yaitu berhuni, ada yang menghuni. Untuk berhuni, pertama-tama harus dilakukan pembangunan. Tetapi tidak berarti semua bangunan adalah tempat berhuni. Konsep berhuni (Heidegger, 1971) yang utama yaitu *to stay* (menetap), *to wander* (berkelana) dan *to linger* (bertahan hidup). *Dwelling* adalah untuk hidup dan eksis melalui suatu proses non spontan yang beradaptasi dan bereksperimen yang kemudian membuat suatu individu merasa nyaman. Kategori dari *dwelling* sendiri tidak sebatas hanya tempat tinggal, tetapi *dwelling* memiliki arti lebih banyak yang dapat diartikan adanya sebuah kehidupan yang terjadi di dalam suatu ruang.

Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, BUMN, serta bekerja sama dengan swasta (Indonesia, 2007). Pasar tradisional kebanyakan menjual produk-produk makanan segar, kain, pakaian, barang elektronik, jasa, dan sebagainya, fungsinya yang lain juga sebagai tempat bertukar informasi karena adanya interaksi atau percakapan yang terjadi antara penjual dan pembelinya. Hal yang dicari oleh masyarakat pada pasar tradisional adalah adanya tawar menawar yang dapat terjadi terhadap suatu barang dan para pembeli juga dilayani oleh para penjualnya secara langsung. Di Jakarta sendiri operasional pasar tradisional diatur dalam Peraturan Daerah Khusus Ibukota Jakarta no.

6 tahun 1999 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah mengenai arahan rencana intensitas ruang dalam sasaran pembangunan ekonomi daerah yang optimal, konsep pertumbuhan ini digunakan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Jakarta khususnya ke golongan menengah ke bawah. Peluang untuk menggeser keberadaan pasar tradisional dan memperbanyak pasar swalayan berawal dari permasalahan-permasalahan yang belum terselesaikan di dalam pasar tradisional seperti kebersihan dan keamanan yang tidak terjaga, manajemen yang buruk, ketidaknyamanan segi infrastruktur dan sebagainya.

Perilaku Konsumen dan Konsumen Milenial

Berdasarkan hasil riset, orang-orang dari generasi milenial lebih memilih pasar swalayan untuk berbelanja (Septiari & Kusuma, 2016), pasar swalayan dianggap sebagai gaya hidup dan tempat beraktivitas untuk menghabiskan waktu, lebih dari sekedar *grab & go*. Populasi milenial memiliki angka paling tinggi di DKI Jakarta, perilaku mereka sendiri cukup berbeda dari generasi-generasi sebelumnya (gambar 1).



Gambar 1. Proyeksi Jumlah Penduduk DKI Jakarta 2020
Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS), 2020

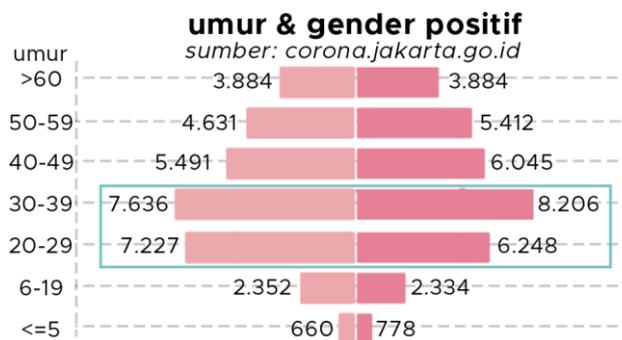
Perilaku Milenial (Sweney, 2006)

- a. *More choices, more selectivity*
Perubahan perilaku konsumen milenial akibat dari kondisi lingkungan yang berkelimpahan. Mereka ingin memiliki kontrol konsumen tertinggi: apa, bagaimana, dan kapan mereka menginginkannya.
- b. *Flexibility/convenience*
Mereka ingin segala sesuatu fleksibel dan tidak boleh ada waktu yang disia-siakan, salah satu contohnya, tujuan mereka pergi ke mall untuk berbelanja sekaligus pergi bersenang-senang.
- c. *Personalization and customization*
Meninginkan sebanyak mungkin pilihan fitur personalisasi yang khusus untuk menemui kriteria mereka.
- d. *Impatience*
Tidak ada toleransi dan kesabaran untuk menunda-nunda waktu, semua serba cepat dan instan.
- e. *Practical, Results Oriented*
Ketertarikan pada kecepatan kerja dan pembelajaran.

- f. *Multitaskers*
Dapat melakukan beberapa hal secara bersamaan dalam waktu yang sama (tujuan fleksibilitas).
- g. *Digital Natives*
Kecenderungan cepat beradaptasi pada teknologi.
- h. *Gamers*
Mereka menyukai media interaktif yang konstan, multimedia dengan grafik warna warni, bermain dan bersaing yang bertujuan untuk menghabiskan waktu bersama teman-temannya.
- i. *Nomadic Communication Style*
Menyukai komunikasi secara daring.
- j. *Media/Format Agnostic*
Segala sesuatunya harus bersifat interaktif, berwarna dan menarik.
- k. *Collaboration & Intelligence*
Mereka tahu caranya bagaimana dan kapan bekerja se-efektif mungkin.
- l. *Balanced Lives*
Keseimbangan hidup antara waktu kerja dengan kesehatannya dan waktu untuk bersenang-senang.
- m. *Less Reading*
Tidak suka membaca media baca seperti literatur atau koran seperti generasi sebelumnya.

Pengaruh Covid-19

Kasus positif di Jakarta paling banyak pada generasi milenial (Gambar 2.), hal ini menunjukkan bahwa milenial merupakan usia produktif yang mengahruskan dirinya untuk beraktivitas diluar ruangan lebih banyak dibanding generasi lainnya. Kemudian kaum ini juga merupakan generasi konsumen terbesar di Indonesia.



Gambar 2. Umur & gender positif Covid-19 tahun 2020
Sumber: corona.jakarta.go.id

Karakter Covid-19

Penyebaran Covid-19 (WHO, 2020):

- a. **Airbone**
Penyebaran infeksi oleh tetesan atau debu di udara, tanpa campur tangan angin, infeksi berlangsung singkat.
- b. **Respiratory droplets**
Penyebaran melalui bersin/batuk yang kemudian hidup di suatu permukaan dengan waktu tertentu.
- c. **Physical contact**
Agen penyakit ditransfer langsung lewat sentuhan pada permukaan yang terdapat agen penyakit.

3. METODE

Tahap Perancangan

Tahap ini dimulai dari pemilihan isu yang akan diangkat, kemudian pemilihan tapak, mengidentifikasi masalah yang ada di tapak ekisting melalui wawancara dan mencari solusi ruang untuk masuk ke dalam perancangan, mengusulkan program yang akan dimasukkan ke dalam proyek perancangan, pembagian zoning ruangan di dalam pasar dan yang terakhir hasil dari perancangan.

Metode Perancangan

Perancangan proyek ini menggunakan metode perancangan tipologi dengan menggabungkan atau mereduksi tipologi pasar tradisional yang sudah ada dan dikombinasikan dengan unsur-unsur khas atau baru seperti protokol menjaga jarak antar individu akibat pandemi Covid-19, juga disesuaikan dengan kriteria milenial sehingga tercipta suatu ruang baru yang ideal dan seterusnya dengan tipologi fungsi yang lain.

4. DISKUSI DAN HASIL

Tapak

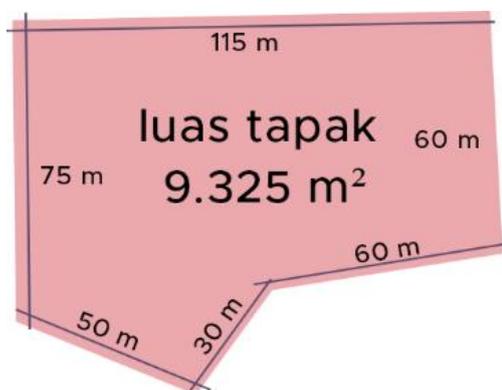
Tapak merupakan eksisting dari Santa *modern market* yang berada di Jln. Cipaku 1, Kelurahan Petogogan, Kecamatan Kebayoran Baru, Jakarta Selatan. Pada jamannya, pasar ini memiliki eksistensi yang cukup terkenal dengan keunikan tematiknya yang berhubungan dengan barang-barang antik di kalangan milenial.



Gambar 3. Eksisting tapak

Sumber: googlemaps.com dimodifikasi warnanya

Tapak ini memiliki luas lahan sebesar 9.325 m² dengan KDB 50, KLB 2, KB 4, KDH 35, dan KTB 30 dan dengan zonasi perdagangan, kantor dan jasa.



Gambar 4. Keterangan tapak

Sumber: Hasil olahan penulis



Gambar 5. Zonasi tapak

Sumber: iakartasatu.iakarta.go.id

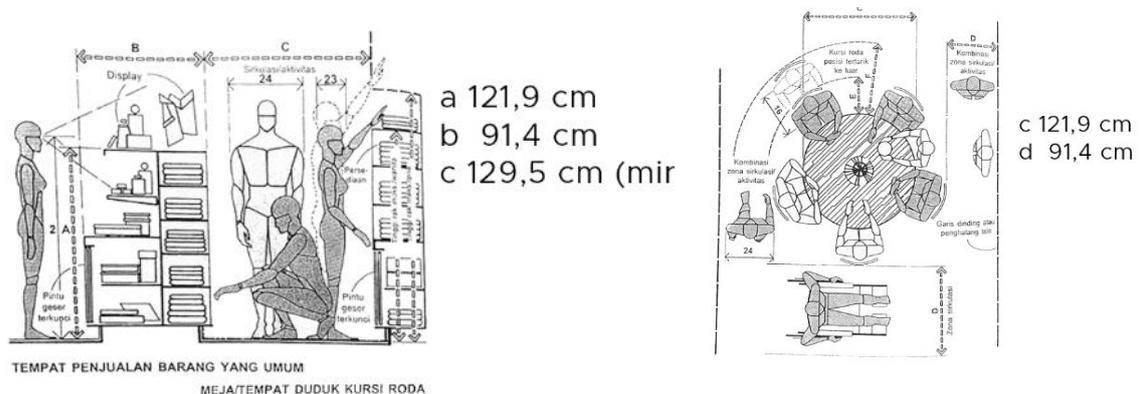
Sebelum masuk ke tahap perancangan, penulis mengidentifikasi masalah dan menghasilkan suatu solusi ruang untuk perancangan bangunan pasar ini berdasarkan beberapa aspek masalah yang ada.

Sirkulasi Udara

Berdasarkan pengalaman langsung dan wawancara terhadap beberapa sumber yang pernah ke tapak eksisting, sirkulasi udara di dalam pasar dirasa sangat gerah dan pengap, sehingga hal ini dapat mempercepat transmisi penyebaran Covid-19 secara *airborne*. Untuk itu diterapkan sistem *cross ventilation* yang merupakan sistem ventilasi alami sesuai dengan peraturan Menteri Perdagangan no. 26 tahun 2020, bangunan harus memiliki sistem ventilasi alami dan buatan sesuai dengan fungsinya dengan ketentuan sirkulasi udara di dalam ruangan harus mengalir dengan baik. Banyaknya ruang-ruang terbuka di dalam bangunan dimanfaatkan sebagai taman bertujuan untuk membuat sirkulasi udara yang baik dan mendukung sistem *cross ventilation*.

Luasan Kios

Pada eksisting pasar terlihat bahwa kios berukuran 2*2 tidak cukup untuk dijadikan tempat nongkrong, yang hasilnya menimbulkan penambahan perabot di sirkulasi jalan luar kios bagi pedagang yang tidak menambah modul kios. Dengan standar seperti gambar 6. ukuran kios sudah memenuhi standar tetapi fungsi kios tidak dapat dijadikan untuk tempat nongkrong atau duduk-duduk. Sehingga usulan penyelesaiannya kios dikhususkan hanya untuk transaksi jual beli. Pengumpulan area nongkrong menjadi satu dengan batasan kapasitas ruang (menjadi kluster-kluster kecil).



Gambar 6. Standar ruang gerak

Sumber: Panero, J., & Zelnik, M. (2003). *Dimensi Manusia dan Ruang Interior*. Jakarta: Erlangga.

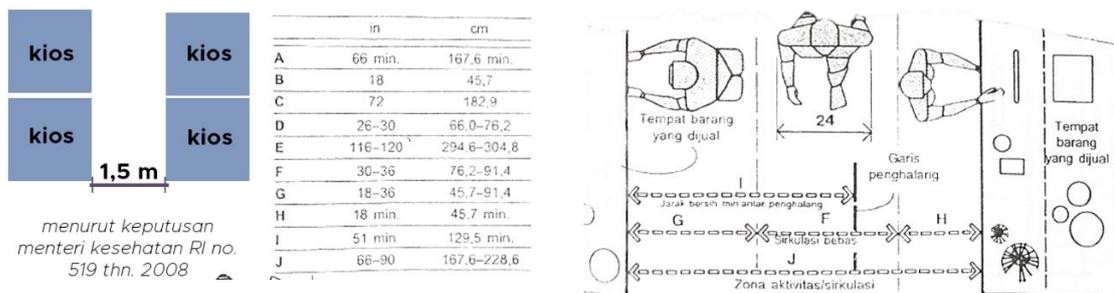
Dengan kriteria milenial yang cepat beradaptasi terhadap teknologi, cenderung tidak suka membaca sehingga diperlukan multimedia interaktif & menarik serta segala sesuatunya dianggap harus fleksibel. Hal-hal ini mendorong untuk melahirkan suatu solusi ruang baru seperti ilustrasi Gambar 7. Pengelompokkan area tunggu dan duduk yang dimanfaatkan menjadi taman atau area terbuka untuk membentok sistem *cross ventilation*. Gambar 7. menjelaskan pembeli membeli barang di area pembelian melalui sistem, kemudian pergi ke kios untuk memilih barang yang mana, menunggu ke area tunggu sembari barang dipersiapkan, dan terakhir mengambil barang di area *pickup*.



Gambar 7. Jalur pembelian barang & area tunggu
Sumber: Hasil olahan penulis

Sirkulasi

Koridor menjadi lebih sempit karena adanya barang penjualan maupun meja dan kursi di sepanjang koridor pasar akibat keterbatasan tempat untuk area tunggu atau duduk seperti yang di jelaskan bagian luasan kios. Terdapat standar (Gambar 8.) yang diterapkan pasar tetapi tidak dapat berfungsi karena adanya barang-barang yang ditaruh di sepanjang koridor.



Gambar 8. Standar ruang sirkulasi kios

Sumber: Panero, J., & Zelnik, M. (2003). *Dimensi Manusia dan Ruang Interior*. Jakarta: Erlangga.

Dengan kebijakan baru *social distancing*, bertujuan untuk mencegah virus menyebar ke orang lain dengan mudah. Sehingga diperlukan untuk melebarkan ukuran sirkulasi kios menjadi ± 3 meter (Gambar 9.)



Gambar 9. Jarak sirkulasi koridor

Sumber: Penulis, 2020

Layout Pasar

Pengelompokkan pasar yang tidak teratur (bercampurnya area basah dengan kering) dan tidak ada signage yang jelas, banyak toko yang tutup dan menyebabkan sulitnya pengunjung untuk mencari kios. Menurut peraturan Menteri Perdagangan no. 26 tahun 2020, pembagian suatu area sesuai fungsi, tujuan, dan aksesibilitas mengharuskan area basah, kering, siap saji, non pangan dikelompokkan secara terpisah dan memiliki jalur yang mudah diakses untuk seluruh

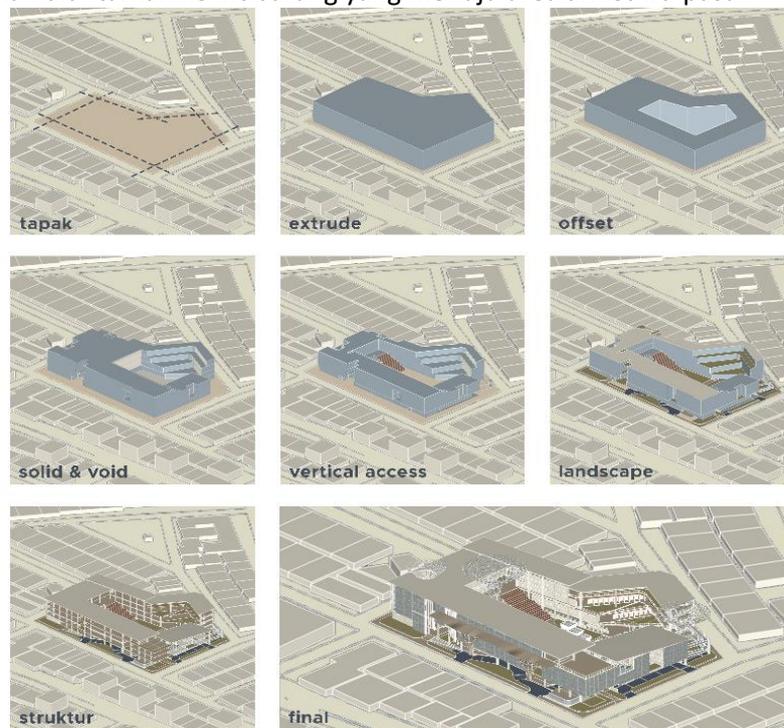
pengunjung. Untuk itu pada proyek ini menerapkan pengelompokan area pasar berdasarkan fungsi dan tujuannya. Dengan milenial yang menyukai fleksibilitas sehingga proyek ini juga menambah program baru yaitu drive thru. Tujuan dari drive thru ini adalah untuk membuat para milenial yang ingin secara cepat membeli barang tanpa harus mengelilingi pasar dan bagi yang ingin keluar tetapi masih takut dengan wabah pandemi tetap dapat berbelanja.

Ruang Terbuka Hijau

Kurangnya vegetasi di dalam tapak pasar Santa yang tidak sesuai dengan Syarat KDH sesuai peraturan zonasi sebesar 35%. Pemanfaatan ruang terbuka hijau dapat difungsikan menjadi berkumpulnya komunitas dan *landscape*.

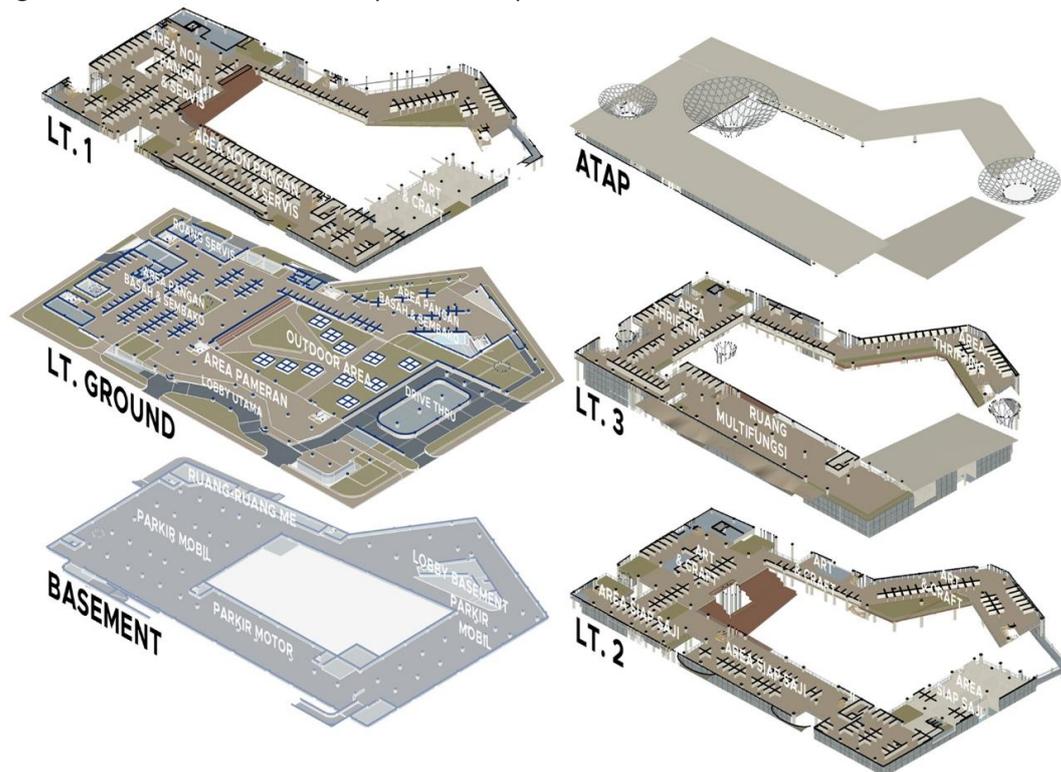
Umumnya kios-kios di dalam pasar tradisional akan diletakkan berdempetan, tidak ada jarak dan dengan keadaan pasar yang tidak memiliki jendela (sangat tertutup) menyebabkan sirkulasi udara di dalam pasar kurang baik. Hal ini dapat membuat penyebaran Covid-19 menjadi cepat karena tidak ada pertukaran udara yang terjadi yang membuat udara di dalam pasar menjadi bersih. Peletakkan kios-kios di dalam pasar yang tidak ditata dengan baik menimbulkan ketidaknyamanan di dalam pasar dan juga bau tidak sedap. Sehingga konsep baru yang dimasukkan ke dalam rancangan adalah memasukkan hijau ke dalam bangunan, menerapkan banyak ruang yang semi open air yang hanya dibatasi kisi-kisi guna membuat udara yang masuk optimal dan tidak menyebabkan kepadatan tinggi di bangunan, penggunaan cahaya matahari untuk hemat energi, dan juga dengan adanya *cross ventilation* membuat sirkulasi udara di dalam bangunan menjadi bersih dan dapat mencegah penyebaran Covid-19.

Adaptasi penggunaan teknologi seperti transaksi jual beli dilakukan melalui layar sensor ataupun dari gadget para individu. Setelah memesan dan melakukan pembayaran, para pembeli bisa mengambil barangnya langsung di kios ataupun ke area *pickup* barang. Untuk pembelian melalui *drivethru*, pembeli harus memesan dan membayar terlebih dahulu sebelum datang untuk mengambil barang di pasar. Untuk sistem nya sendiri, barang yang telah dipesan dan dibayar akan diantarkan ke lift barang yang menuju area *drivethru* pasar.



Gambar 10. Gubahan massa
Sumber: Penulis, 2020

Proses gubahan massa dimulai dari tapak eksisting yang dimundurkan secara aturan garis sempadan bangunan (GSB). Kemudian di-*extrude* setinggi 4 lantai sesuai aturan tata kota. Untuk membuat massa tidak terlalu masif, massa bangunan dibuat bagian *solid & void*. Diberi amphitheatre yang digunakan untuk tempat berkumpul dan akses vertikal, serta ramp di tiap lantai untuk memudahkan akses vertikal. Kemudian untuk membuat sirkulasi udara yang baik dan menerapkan *cross ventilation* diberikan taman di beberapa bagian bangunan. Selanjutnya pemberian struktur bangunan. Kemudian terbentuk finalisasi bangunan seperti Gambar 10. Bangunan ini menjadi tempat dimana para millennial dapat melakukan berbagai aktivitas dalam suatu tempat dan waktu yang sama. Bangunan ini berusaha memberikan pengalaman ruang yang bermacam-macam untuk dapat dialami para milenial.



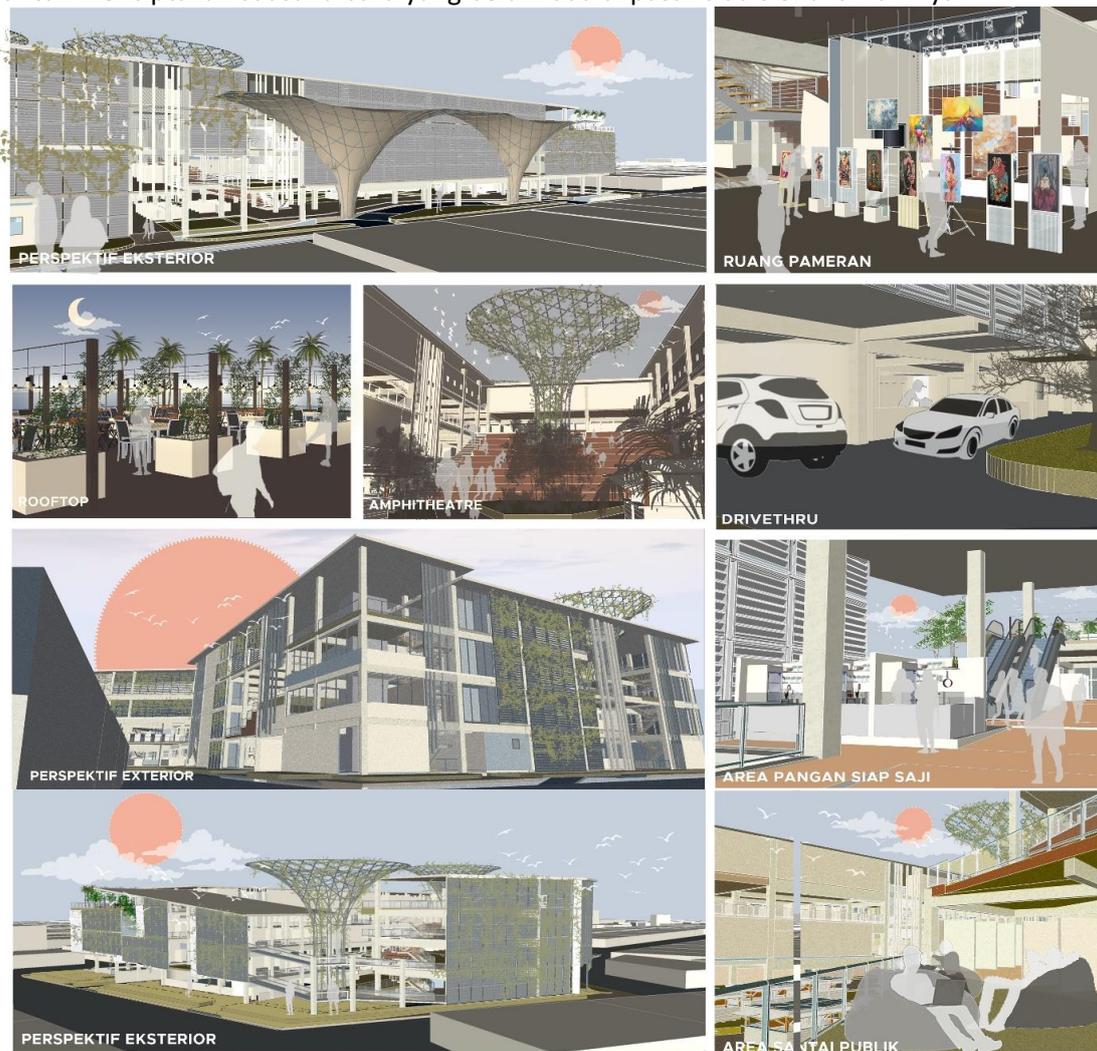
Gambar 11. Zoning bangunan
Sumber: Penulis, 2020

Pada Gambar 11. terlihat pembagian zoning tiap lantai, pembagian zoning berdasarkan barang atau jasa yang dijual untuk memudahkan pembeli mencari tempat tujuannya. Lantai *basement* memuat ruang untuk parker sebanyak 191 motor dan 90 mobil, dengan ruang *mechanical, electrical dan plumbing* (MEP), ruang server dan ruang tunggu untuk supir. Ruang-ruang ME terdiri dari ruang pompa, *ground water tank* (GWT), ruang genset, ruang trafo, ruang panel listrik. Lantai *ground* memiliki 2 akses masuk dan keluar kendaraan (termasuk *drivethru*), 4 akses keluar masuk untuk pejalan kaki, 1 akses keluar masuk untuk mobil *service*, 1 akses keluar masuk untuk mobil sampah dan mobil untuk *loading* barang. Untuk pembagian kiosnya sendiri terdiri dari area kios pangan basah dan sembako, juga dengan ruang pelayanan *drivethru* dan 3 ruang *pickup* barang di dekat akses pintu masuk dan keluar pejalan kaki dan ruang pameran barang-barang antik di area *lobby* utama. Kemudian ada beberapa kios pada bagian *outdoor* dan amphitheatre menuju lantai 2. Lantai 1 terdiri dari area non pangan dan servis, area *art & craft* juga taman-taman kecil di beberapa titik dan ada ruang karyawan. Lantai 2 terdiri atas kantor pengelola, area pangan siap saji, area *art & craft*, dan area makan *indoor*. Lantai ini juga merupakan pemberhentian tangga amphitheater dari lantai *ground*. Lantai 3 terdiri atas area kios *thrifting* baju dan ruang multifungsi yang ditujukan untuk seminar, *workshop*, pameran dan sebagainya; dan area makan *outdoor* (*rooftop*).



Gambar 12. Potongan perspektif
Sumber: Penulis, 2020

Pada Gambar 12. dapat dilihat bahwa bangunan ini dikelilingi *second skin* kisi-kisi, yang fungsinya adalah untuk menghadang hujan tetapi udara dan cahaya alami matahari dapat tetap masuk ke dalam bangunan guna menciptakan *cross-ventilation*. Dan juga taman di tiap beberapa lantai dan titik untuk menciptakan suasana baru yang belum ada di pasar tradisional umumnya.



Gambar 13. Perspektif eksterior & interior bangunan
Sumber: Hasil olahan penulis

Gambar 13. merupakan gambaran suasana bangunan melalui perspektif interior dan eksterior. Ruangan-ruangan di dalam bangunan memanfaatkan suasana *semi-outdoor* dan nyaman sehingga para milenial dapat melakukan banyak aktivitas pada bangunan ini.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

“Santa.Y – Sebuah Pasar Tradisional Baru” ini dirancang sebagai ruang atau wadah untuk membuat masyarakat sekitar proyek dan milenial dapat ber-*dwelling* dengan tujuan utama untuk menghidupkan kembali eksistensi pasar tradisional. Dimana, permasalahan yang terjadi adalah pasar tradisional saat ini belum bisa untuk mengatasi masalah pandemi Covid-19 yang membuat masyarakat khawatir untuk berbelanja di pasar tradisional. Dari beberapa aspek masalah yang ada, menyebabkan eksistensi pasar tradisional digeser dan digantikan oleh pasar swalayan yang pembangunannya bertambah hampir setiap tahun di Indonesia khususnya di Jakarta. Untuk itu proyek ini berusaha memberikan pandangan baru bagi masyarakat tentang wajah baru sebuah pasar tradisional sehingga membuat pasar dapat tetap ber-*dwelling* di masa depan. Ruang-ruang baru yang tidak lazim ada di pasar seperti ruang pameran barang antik, ruang multifungsi untuk seminar atau *workshop* dan sebagainya ini bertujuan untuk memberikan pengalaman ruang baru dan mengubah sedikit tipologi ruang yang ada di pasar tradisional. Juga dengan adanya sistem *cross ventilation* yang ditimbulkan dari adanya taman dan ruang-ruang terbuka dalam bangunan membantu mencegah terjadinya penyebaran virus Covid-19.

Saran

Proyek-proyek pasar tradisional seharusnya memiliki keunikan masing-masing, bukan hanya dari segi barang jualannya, tetapi didukung dengan bangunan yang unik. Supaya kedepannya pasar tradisional tetap bisa bersaing dengan pasar swalayan yang terkesan mewah dan sangat modern. Dengan hadirnya proyek ini, semoga bisa menjadi wajah baru sebuah pasar tradisional di Indonesia dan menjadikan proyek ini sebagai refrensinya untuk perancangan kedepannya.

REFERENSI

- Heidegger, M. (1971). *Building Dwelling Thinking*. New York: Harper Colophon Books.
- Indonesia, P. R. (2007). *Peraturan Presiden Republik Indonesia no. 112 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern*. Jakarta. Diambil kembali dari <https://www.bphn.go.id/data/documents/07pr112.pdf>
- Megapolitan. (2020, 09 26). *256 Kios pun Kini Terpaksa Tutup*. Diambil kembali dari Media Indonesia: <https://mediaindonesia.com/megapolitan/68716/256-kios-pun-kini-terpaksa-tutup>
- Panero, J., & Zelnik, M. (2003). *Dimensi Manusia dan Ruang Interior*. Jakarta: Erlangga.
- Septiari, E. D., & Kusuma, G. H. (2016). Understanding the perception of millennial generation toward traditional market (a study in Yogyakarta). *Rev. Integr. Bus. Econ. Res. Online*, 5, 30-43. Diambil kembali dari http://sibresearch.org/uploads/3/4/0/9/34097180/riber_h15-024_30-43.pdf
- Sweney, R. (2006). *Millennial Behaviors & Demographics*. New Jersey: University Librarian, New Jersey Institute of Technology. Diambil kembali dari <http://unbtls.ca/teachingtips/pdfs/sew/Millennial-Behaviors.pdf>
- WHO. (2020). *Water, sanitation, hygiene, and waste management for SARS-CoV-2, the virus that causes COVID-19*. WHO. Diambil kembali dari <https://apps.who.int/iris/rest/bitstreams/1292822/retrieve>

