

BAB II

TEORI PASAR TRADISIONAL

2.1. Teori Pasar Secara Umum

2.1.1. Pengertian Pasar

Pasar dalam pengertian ekonomi adalah situasi seseorang atau lebih pembeli (konsumen) dan penjual (produsen dan pedagang) melakukan transaksi setelah kedua pihak telah mengambil kata sepakat tentang harga terhadap sejumlah (kuantitas) barang dengan kualitas tertentu yang menjadi objek transaksi. Kedua pihak, pembeli dan penjual mendapat manfaat dari adanya transaksi atau pasar. Pihak pembeli mendapat barang yang diinginkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhannya sedangkan penjual mendapat imbalan pendapatan untuk selanjutnya digunakan untuk membiayai aktivitasnya sebagai pelaku ekonomi produksi atau pedagang.¹

Pasar sebagai area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.² Pasar menurut kajian ilmu ekonomi adalah suatu tempat atau proses interaksi antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) dari suatu barang/jasa tertentu, sehingga akhirnya dapat menetapkan harga keseimbangan (harga pasar) dan jumlah yang diperdagangkan.

Jadi, berdasarkan pernyataan diatas pasar adalah area tempat jual beli barang/ jasa dengan penjual lebih dari satu orang yang didalamnya terjadi proses interaksi antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual)

¹ Peraturan Presiden Republik Indonesia no. 112 th. 2007

² Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007

sehingga menetapkan harga dan jumlah yang disepakati oleh penjual dan pembeli.

2.1.2. Fungsi Pasar

Pasar berfungsi sebagai tempat atau wadah untuk pelayanan bagi masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari berbagai segi atau bidang, diantaranya:³

a. Segi Ekonomi.

Merupakan tempat transaksi antara produsen dan konsumen yang merupakan komoditas untuk memwadahi kebutuhan sebagai demand dan suplai.

b. Segi sosial budaya.

Merupakan kontrak sosial secara langsung yang menjadi tradisi suatu masyarakat yang meruokan interaksi antara komunitas pada sektor informal dan formal.

c. Arsitektur

Menunjukkan ciri khas daerah yang menampilkan bentuk-bentuk fisik bangunan dan artefak yang dimiliki.

2.1.3 Jenis Pasar

2.1.3.1 Pasar Ditinjau dari Keगतannya

a. Pasar Modern

Merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli dan ditandai dengan adanya transaksi jual beli secara tidak langsung. Pembeli melayani kebutuhannya sendiri dengan mengambil di rak-rak

³ M. Darwis, (1984). Penataan Kembali Pasar Kotagede. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada

yang sudah ditata sebelumnya. Harga barang sudah tercantum pada tabel-tabel yang pada rak-rak tempat barang tersebut diletakan dan merupakan harga pasti tidak dapat ditawar.

Dari uraian diatas, pasar yang akan dirancang tergolong jenis pasar tradisional karena di dalam bangunan pasar ini terdapat kios-kios atau gerai-gerai, los dan dasaran yang dikelola oleh UPTD Pasar. Selain itu, dalam sistem transaksinya pedagang yang melayani pembeli kemudian terjadi tawar-menawar dalam menentukan harga jual yang disepakati oleh kedua pihak. Barang-barang yang dijual di Pasar Tradisional di Kabupaten Bantul ini adalah kebutuhan sehari-hari, jajanan tradisional, dan makanan nusantara.

b. Pasar Tradisional

Merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual-pembeli secara langsung, bangunannya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka penjual maupun suatu pengelola pasar. Pada pasar tradisional ini sebagian besar menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, barang elektronik, jasa, dll. Selain itu juga menjual kue tradisional dan makanan nusantara lainnya.

Sistem yang terdapat pada pasar ini dalam proses transaksi adalah pedagang melayani pembeli yang datang ke stan mereka, dan melakukan tawar-menawar untuk menentukan kata sepakat pada harga dengan jumlah yang telah disepakati sebelumnya. Pasar seperti ini umumnya dapat ditemukan di kawasan permukiman agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar.

2.1.3.2 Pasar Ditinjau dari Segi Dagangannya

a. Pasar Umum

Pasar umum adalah pasar dengan jenis dagangan yang diperjualbelikan lebih dari satu jenis. Dagangan yang terdapat pada pasar ini biasanya meliputi kebutuhan sehari-hari.

b. Pasar Khusus

Pasar khusus adalah pasar dengan barang dagangan yang diperjual belikan sebagian besar terdiri dari satu jenis dagangan beserta 32 kelengkapannya.

2.2. Teori Pasar Tradisional

2.2.1. Pengertian Pasar Tradisional

Pasar tradisonal adalah pasar yang kegiatan para penjual dan pembelinya dilakukan secara langsung dalam bentuk eceran dalam waktu sementara atau tetap dengan tingkat pelayanan terbatas.

Pasar tradisional sebagai 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 skal kecil, menengah, dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.⁴

Pasar tradisional merupakan pasar yang paling sederhana karena tidak terdapat peraturan yang ketat selain aturan antar pedagang saja. Hal inilah yang memudahkan masuk keluarnya para penjual ke dalam pasar

⁴ Peraturan Bupati Sleman Nomor 11 Tahun 2015 Tentang Kriteria Pasar Tradisional

tradisional. Aturan pasar tradisional tersebut sangat memungkinkan pedagang yang berbeda untuk menjual komoditas yang sama, misalnya sayur, ikan ataupun bahan-bahan dapur, karenanya pasar tradisional dapat dikatakan sebagai salah satu bentuk pasar persaingan sempurna. Kelonggaran hukum dan peraturan pasar tradisional tersebut dapat memberi dampak tersendiri, baik itu negatif maupun positif bagi penjual maupun pembeli. Salah satunya adalah mudahnya akses penjual untuk masuk dalam pasar disamping harga relatif lebih murah.⁵

Pasar tradisional adalah tempat secara fisik di mana para penjual dan pembeli berkumpul untuk membeli dan menjual barang. Secara fisik, pasar tradisional terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian barang elektronik, jasa dan lain-lain. Selain itu, ada pula yang menjual kue-kue dan barang-barang lainnya. Pasar seperti ini masih banyak ditemukan di Indonesia, dan umumnya terletak dekat kawasan perumahan agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar.⁶

Dari beberapa pengertian diatas, pasar tradisional adalah tempat pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara, dan Badan Usaha Milik Daerah yang merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli dalam proses transaksi jual beli secara langsung dalam bentuk eceran dengan proses tawar nawar dan bangunannya biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los, dan dasaran

⁵ Moersid, Adhi. (2003). Pasar Tradisional di Persimpangan Jalan. Palembang: Forum Musda IAI Cabang Sumatra Selatan

⁶ Kotler, Philip. (2005). Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian. Edisi VI. Jilid I. Penerjemah: Jaka Wasana. Jakarta: Erlangga

terbuka. Pasar tradisional biasanya ada dalam waktu sementara atau tetap dengan tingkat pelayanan terbatas.

2.2.2. Ciri-ciri Pasar Tradisional

Beberapa Ciri-ciri pasar tradisional adalah sebagai berikut:⁷

1. Pasar tradisional dimiliki, dibangun dan atau dikelola oleh pemerintah daerah.
2. Adanya sistem tawar menawar antara penjual dan pembeli. Tawar menawar ini adalah salah satu budaya yang terbentuk di dalam pasar. Hal ini yang dapat menjalin hubungan sosial antara pedagang dan pembeli yang lebih dekat.
3. Tempat usaha beragam dan menyatu dalam lokasi yang sama. Meskipun semua berada pada lokasi yang sama, barang dagangan setiap penjual menjual barang yang berbeda-beda. Selain itu juga terdapat pengelompokan dagangan sesuai dengan jenis dagangannya seperti kelompok pedagang ikan, sayur, buah, bumbu, dan daging.
4. Sebagian besar barang dan jasa yang ditawarkan berbahan lokal. Barang dagangan yang dijual di pasar tradisional ini adalah hasil bumi yang dihasilkan oleh daerah tersebut. Meskipun ada beberapa dagangan yang diambil dari hasil bumi dari daerah lain yang berada tidak jauh dari daerah tersebut namun tidak sampai mengimport hingga keluar pulau atau negara.

⁷ Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional

2.2.3. Potensi Pasar Tradisional

Beberapa potensi pasar tradisional adalah sebagai berikut:⁸

1. Kemampuan pasar tradisional dalam menyerap komoditi lokal dari kawasan sekitarnya
2. Berfungsi sebagai supplier untuk berbagai input pertanian, perumahan, serta kebutuhan pokok masyarakat secara luas.
3. Pasar tradisional memiliki segmentasi pasar tersendiri, yang membedakannya dari pasar modern.
4. Para pedagang yang beroperasi di pasar umumnya kaum wanita sehingga sangat bermanfaat bagi peningkatan kesempatan berusaha untuk kaum wanita, dalam arti wanita umumnya memiliki keunggulan dibandingkan dengan pria dalam melayani konsumen.
5. Potensi pasar akan semakin penting karena market *turnover* yang cukup cepat dengan sistem pembayaran tunai.

2.2.4. Jenis Pasar Tradisional

Pasar sebagai perusahaan daerah digolongkan menurut beberapa hal, yaitu:⁹

a. Menurut jenis kegiatannya, pasar digolongkan menjadi tiga jenis:

1. Pasar eceran

⁸ Moersid, Adhi. (2003). Pasar Tradisional di Persimpangan Jalan. Palembang: Forum Musda IAI Cabang Sumatra Selatan

⁹ Oktavia. Galuh, (2007). Redesain Pasar Jongke Surakarta. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Yaitu pasar dimana terdapat permintaan dan penawaran barang secara eceran.

2. Pasar grosir

Yaitu pasar dimana terdapat permintaan dan penawaran dalam jumlah besar.

3. Pasar induk

Pasar ini lebih besar dari pasar grosir, merupakan pusat pengumpulan dan penyimpanan bahan-bahan pangan untuk disalurkan ke grosir- grosir dan pusat pembelian.

b. Menurut lokasi dan kemampuan pelayanannya, pasar digolongkan menjadi lima jenis:

1. Pasar regional

Yaitu pasar yang terletak di lokasi yang strategis dan luas, bangunan permanen, dan mempunyai kemampuan pelayanan meliputi seluruh wilayah kota bahkan sampai keluar kota, serta barang yang diperjual belikan lengkap dan dapat memenuhi kebutuhan masyarakatnya.

2. Pasar kota

Yaitu pasar yang terletak di lokasi strategis dan luas, bangunan permanen, dan mempunyai kemampuan pelayanan meliputi seluruh wilayah kota, serta barang yang diperjual belikan lengkap. Melayani 200.000-220.000 penduduk. Yang termasuk pasar ini adalah pasar induk dan pasar grosir.

3. Pasar wilayah (distrik)

Yaitu pasar yang terletak di lokasi yang cukup strategis dan 40 luas, bangunan permanen, dan mempunyai kemampuan pelayanan meliputi seluruh wilayah kota, serta barang yang diperjual belikan cukup lengkap. Melayani 10.000-15.000 penduduk. Yang termasuk pasar ini adalah pasar eceran.

4. Pasar lingkungan

Yaitu pasar yang terletak di lokasi strategis, bangunan permanen/semi permanen, dan mempunyai pelayan meliputi permukiman saja, serta barang yang diperjual belikan kurang lengkap. Melayani 10.000- 15.000 penduduk saja. Yang termasuk pasar ini adalah pasar eceran.

5. Pasar khusus

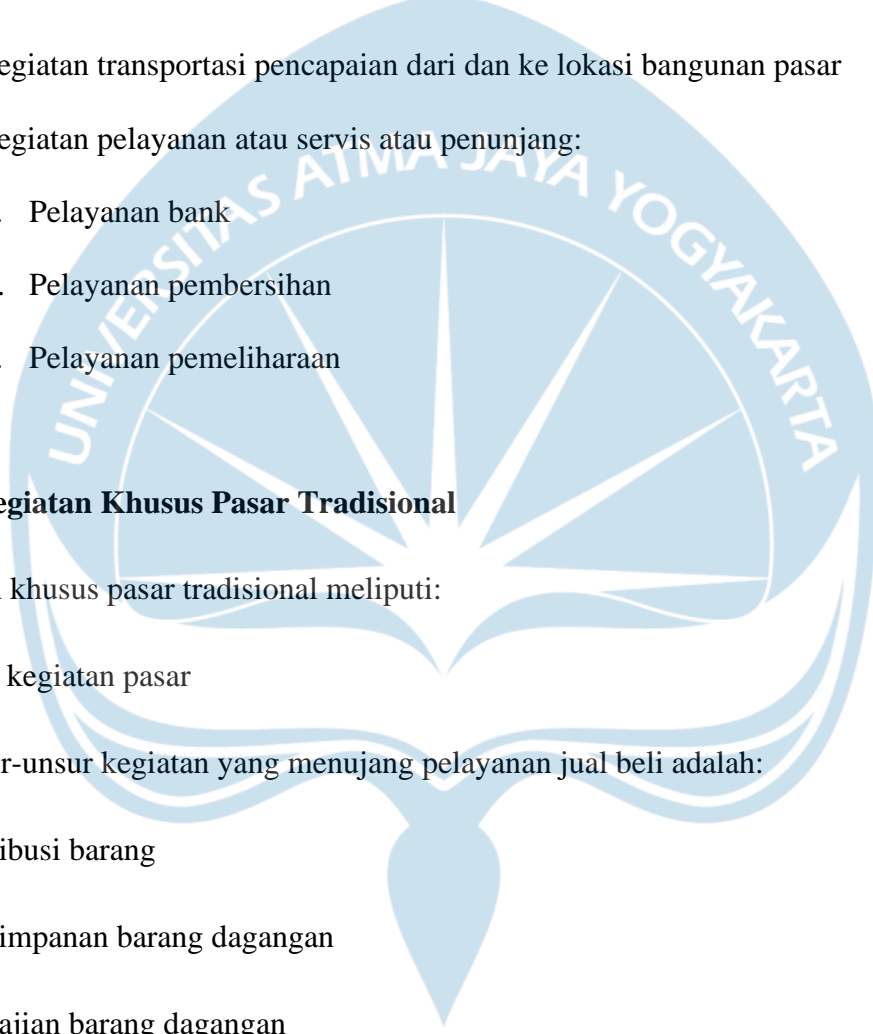
Yaitu pasar yang terletak di lokasi yang strategis, bangunan permanen / semi permanen, dan mempunyai kemampuan pelayanan meliputi wilayah kota, serta barang yang diperjual belikan terdiri dari satu macam barang khusus seperti pasar bunga, pasar burung, atau pasar hewan.

2.3. Kegiatan di Pasar Tradisional

2.3.1. Kegiatan Umum Pasar Tradisional

Kegiatan perdagangan di pasar pada garis besarnya meliputi:

1. Kegiatan penyaluran materi perdagangan.
 - a. Sirkulasi, transportasi, dan dropping barang.
 - b. Distribusi barang dagangan ke setiap unit penjualan di dalam pasar.
2. Kegiatan pelayanan jual-beli meliputi:

- 
- a. Kegiatan jual-beli antara pedagang dengan konsumen.
 - b. Kegiatan penyimpanan barang dagangan.
 - c. Kegiatan pergerakan dan perpindahan penghujung :
 - Dari luar lingkungan ke dalam bangunan pasar.
 - Dari unit penjualan ke unit penjualan (dari jalur lintasan jualbeli).
3. Kegiatan transportasi pencapaian dari dan ke lokasi bangunan pasar
 4. Kegiatan pelayanan atau servis atau penunjang:
 - a. Pelayanan bank
 - b. Pelayanan pembersihan
 - c. Pelayanan pemeliharaan

2.3.2. Kegiatan Khusus Pasar Tradisional

Kegiatan khusus pasar tradisional meliputi:

- a. Jenis kegiatan pasar

Unsur-unsur kegiatan yang menunjang pelayanan jual beli adalah:

- Distribusi barang
- Penyimpanan barang dagangan
- Penyajian barang dagangan
- Kegiatan jual beli
- Sifat Kegiatan Pasar
 - a. Bersifat dinamis dan luwes (kegiatan tawar menawar tanpa ikatan harga yang baku)

- b. Terbuka (konsumen dapat langsung melihat dan memilih barang dagangannya, penjual menawarkan dagangannya kepada semua yang lewat)
- c. Akrab (antara penjual dan pembeli terlihat dalam transaksi jual beli)

2.4. Fasilitas Pasar Tradisional

2.4.1. Fasilitas Fisik Pasar Tradisional

Beberapa fasilitas fisik pada pasar tradisional meliputi: ¹⁰

a. Elemen utama

Salah satu elemen utama yang terdapat pada pasar yaitu ruang terbuka. Area ini biasanya digunakan sebagai tempat los-los pedagang non permanen atau area parkir liar yang mulai marak muncul pada saat ini. Elemen utama yang lainnya yaitu ruang tertutup. Ruang tertutup yang dimaksud adalah ruangan yang tertutup atap namun tidak tertutup sepenuhnya oleh dinding atau penyekat ruangan lainnya. Contohnya seperti toko, kios, los, dasaran, kamar mandi, dan gudang.

b. Elemen penunjang.

Contoh elemen-elemen penunjang pada pasar tradisional yaitu area bongkar muat barang dagangan, dan pos penjaga.

c. Elemen pendukung

Beberapa elemen pendukung yang ada di pasar adalah pusat pelayanan kesehatan, penitipan anak, pelayanan jasa, kantor pengelola pasar, koperasi pasar, tempat ibadah seperti mushola atau masjid.

¹⁰ Irawan, Swasta B. (2004). Manajemen Pemasaran Modern, Liberty. Yogyakarta

- d. Pencapaian
- e. Jaringan angkutan manusia dan barang
- f. 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.

- g. Area parkir
- h. Fasilitas sosial.

Fasilitas sosial seringkali terlupakan pada pasar tradisional saat ini. Salah satu contoh sederhana 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.

2.4.2. Fasilitas Non Fisik Pasar Tradisional

Selain fasilitas fisik yang terdapat pada pasar tradisional, ada pula fasilitas non-fisik yang terdapat pada pasar tradisional seperti pengelolaan pasar, pelayanan dan pengawasan kesehatan dan kelengkapan komoditi yang tersedia dalam pasar.

2.5. Tinjauan Umum Revitalisasi

2.5.1. Pengertian Revitalisasi

Revitalisasi dalam pengertian luas dan mendasar adalah “menghidupkan dan mengingar (kembali) faktor-faktor pembangun (tanah, tenaga kerja, modal, keterampilan dan kewirausahaan, ditambah

kelembagaan keuangan, birokrasi, serta didukung sarana/prasarana fisik) dan para pelaku pembangunan untuk mengakomodasikan secara structural dan fungsional tantangan dan kebutuhan baru” (Swasono, 2002).

Sebagai istilah dalam bidang pelestarian arsitektur dan perencanaan kota, revitalisasi adalah upaya untuk menghidupkan kembali sebuah bangunan, distrik/kawasan kota yang telah mengalami degradasi melalui intervensi fisik dan non-fisik, yaitu sosial dan ekonomi (Tiesdell, 1996).

Proses menghidupkan kembali suatu kawasan cagar budaya dengan memberikan kemungkinan masuknya fungsi baru harus dilakukan tanpa meninggalkan roh tempat (*spirit of place*). Secara khusus revitalisasi mencakup pemugaran bangunan gedung dan lingkungan yang dilindungi serta kawasan cagar budaya yang disesuaikan dengan klasifikasi yang ditetapkan.

2.5.2. Faktor-Faktor Revitalisasi

1. Prasarana dan Sarana Tidak Memadai
 - a. Penurunan kondisi dan pelayanan prasarana (jalan/jembatan, air bersih, drainase sanitasi, persampahan).
 - b. Penurunan kondisi dan pelayanan sarana (pasar, ruang untuk industri ruang ekonomi formal dan informal, fasilitas budaya dan sosial, sarana transportasi).
2. Degradasi Kualitas Lingkungan
 - a. Kerusakan ekologi perkotaan.
 - b. Kerusakan amenitas kawasan.
3. Kerusakan Bentuk dan Ruang Kota Tradisi Lokal
 - a. Destruksi diri sendiri.
 - b. Destruksi akibat kreasi baru.
4. Pudarnya Tradisi Sosial dan Budaya Setempat dan Kesadaran Publik
 - a. Pudarnya tradisi.
 - b. Lemahnya kesadaran publik.

2.5.3. Tahapan Revitalisasi

Sebagai sebuah kegiatan yang sangat kompleks, revitalisasi terjadi melalui beberapa tahapan dan membutuhkan kurun waktu tertentu serta meliputi hal-hal sebagai berikut :

1. Intervensi Fisik

Mengingatkan citra kawasan sangat erat kaitannya dengan kondisi visual kawasan khususnya dalam menarik kegiatan dan pengunjung, intervensi fisik ini perlu dilakukan. Intervensi fisik mengawali kegiatan fisik revitalisasi dan dilakukan secara bertahap, meliputi perbaikan dan peningkatan kualitas dan kondisi fisik bangunan, tata hijau, sistem penghubung, sistem tanda/reklame dan ruang terbuka kawasan (urban realm).

2. Peremajaan Artefak

Revitalisasi yang diawali dengan proses peremajaan artefak urban harus mendukung proses rehabilitasi kegiatan ekonomi. Dalam konteks revitalisasi perlu dikembangkan fungsi campuran yang bisa mendorong terjadinya ekonomi dan sosial (vitalitas baru).

3. Revitalisasi Sosial/Institusional

Revitalisasi sebuah kawasan akan terukur bila mampu menciptakan lingkungan yang menarik. Kegiatan tersebut harus berdampak positif serta dapat meningkatkan dinamika dan kehidupan sosial masyarakat/warga (*public realms*). Kegiatan perancangan dan pembangunan kota untuk menciptakan lingkungan sosial yang berjati diri (*place making*).

2.5.4. Tujuan Revitalisasi

Tujuan Revitalisasi bangunan atau kawasan adalah meningkatkan vitalitas kawasan terbangun melalui intervensi perkotaan yang mampu menciptakan pertumbuhan dan stabilitas ekonomi lokal, terintegrasi dengan sistem kota, layak huni, berkeadilan sosialm berkawasan budaya dan lingkungan.

2.6. Studi Preseden

2.6.1. Pasar Ikan di Bergen

A. Deskripsi Proyek

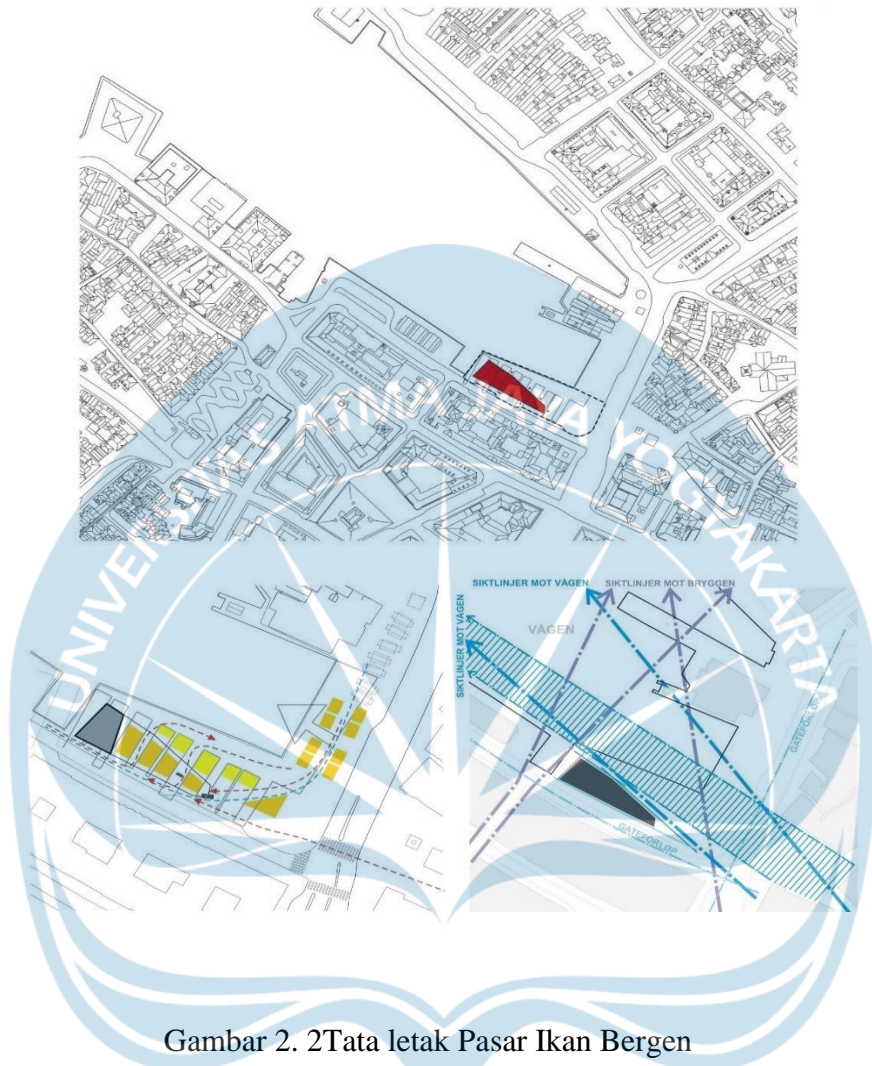
Merupakan Pasar ikan yang terletak di lokasi Strandkaaien 3, 5013 Bergen, Norwegia. Di rancang oleh arsitek Architects Eder Biesel Arkitekter pada area 4260.0 sqm. Pasar ikan kontemporer ini selalu buka sepanjang tahun. Oleh karena kenyamanan dan kebersihan sangat dibutuhkan pada bangunan ini. Proposisi pasar ikan ini bermaksud untuk mengatasi semua tantangan di tempat khusus di pusat Bergen.



Gambar 2.1 Tampilan Pasar Ikan Bergen yang terletak di pinggir sungai

Sumber: Fish Market in Bergen, Archdaily, 2018

B. Tata letak



Gambar 2. 2Tata letak Pasar Ikan Bergen

Sumber: Fish Market in Bergen, Archdaily, 2018

Bangunan ini terletak di jantung kota Bergen di tengah-tengah pusat kebudayaan dunia Aksesibilitas dan kedekatan bergantian ini menentukan citra "pasar modern" di dalam dan luar. Aktivitas pasar tampak sebagai bagian dari adegan yang dipentaskan. Pada malam hari struktur bangunan menampilkan dirinya berseri-seri dengan cahaya. Pasar ikan di Bergen tetap menjadi pasar dan pusat kehidupan kota sementara itu secara fleksibel dapat

digunakan untuk kegiatan sebagai ruang terbuka serta dengan iklim yang dilindungi.



Gambar 2. 3Denah Pasar Ikan Bergen

Sumber: Fish Market in Bergen, Archdaily, 2018

Di samping bagian publik dari aula pasar ada entitas layanan 3 lantai. Ini rumah ruang penyimpanan, penyimpanan dingin dan freezer, produksi es, lemari pakaian dan toilet serta unit teknis lainnya. Atap pasar hall host informasi turis dan "Pusat Makanan Laut Norwegia" di lantai pertama.

Informasi wisata juga ruang publik dengan pemandangan panorama menuju pusat bersejarah Bergen.

C. Gubahan Massa dan Tampilan Fasad

Konsep utama dari perancangannya adalah untuk menciptakan interior pasar ikan yang dapat memberikan perlindungan iklim untuk pasar yang membuat batas antara pasar dan balai pasar menghilang. Ruang tidak terbagi. Volume konstruksi terapung adalah atap dan menciptakan bagian yang dilindungi dari pasar. Fasad kaca yang fleksibel menyediakan perlindungan terhadap angin dan cuaca.



Gambar 2. 4Bentuk gubahan masa Pasar Ikan Bergen

Sumber: Fish Market in Bergen, Archdaily, 2018

Fasad dapat dibuka pada hari-hari musim panas yang hangat. Aktivitas pasar di dalam terhubung dengan mereka di luar dengan cara yang menciptakan satu pasar dan pasar homogen: Pasar ikan di Bergen. Tepian dermaga saat ini telah dirancang untuk memenuhi kebutuhan steamboats dari tahun 1900-an. Sebelumnya, itu adalah kapal layar yang melayani gudang di teluk. Kapal-kapal berlayar bisa masuk di antara gudang-gudang dan untuk alasan itu ujung dermaga biasanya melengkung. Evolusi penting ini mengubah penampilan kota secara signifikan dan kami menunjukkannya dengan membuat tepi bersejarah melengkung dari dermaga yang terlihat di trotoar.

D. Fungsi Penunjang dan Pendukung

Pada pasar ikan Bergen ini ditambahkan fungsi penunjang yakni dermaga sebagai tempat nelayan ataupun orang-orang yang menggunakan kapal untuk dapat bisa mengakses pasar ini, karena pasar terletak di pinggir sungai.

2.6.3. Pasar Superpier New York

A. Deskripsi Proyek

Merupakan proyek rancangan milik Young Woo & Associates / Hudson River Park Trust, yang merupakan proyek *Mixed Use* antara Pasar, restoran, taman, serta teater *outdoor* yang terletak mengapung di atas sungai.

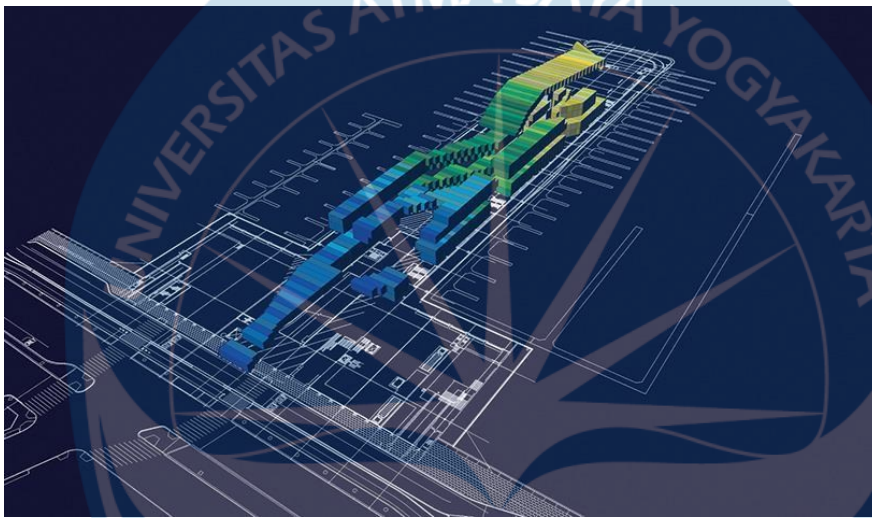


Gambar 2. 8 Rancangan konsep Pasar Superpier di New York

Sumber: Lot-ek URBANSCAN, 2013

Rancangan ini berusaha untuk mengubah bangunan industri utilitarian menjadi bangunan terbuka dan publik yang menjalin, dalam struktur empat tingkat yang ada, lingkungan luar ruangan dari Taman Sungai Hudson dengan kegiatan dalam ruangan budaya dan rekreasi. Program ini mencakup 170.000 kaki persegi tertutup, makanan terbuka dan pasar ritel, yang akan berisi konsentrasi skala besar pertama di New York, ruang kerja / jual yang terjangkau bagi pengrajin dan usaha kecil lainnya. Arsitektur interior pasar ritel / perkotaan diartikulasikan melalui penggunaan kembali kontainer pengiriman, sebagai praktik berkelanjutan, serta referensi untuk sejarah pengiriman sungai dan fungsi pelabuhan sebelumnya dermaga.

B. Tata letak



Gambar 2. 9 Program dan tata letak ruang pada pasar superpier

Sumber: Lot-ek URBANSCAN, 2013

Lintasan diagonal akan membawa pengunjung melalui gedung langsung dari pintu masuk utama di sepanjang jalan sungai Sungai Hudson sebagai perpanjangan jalan 15 - jalan tertutup yang melintasi seluruh struktur diapit oleh aktivitas, terbuka untuk pemandangan kota dan langit dan dimandikan oleh alam cahaya. Bangunan ini memiliki tata ruang yang massif cenderung menyatu apabila dilihat dari penampang.



Gambar 2. 10 Potongan tata letak ruang pada pasar superpier

Sumber: Lot-ek URBANSCAN, 2013

C. Gubahan Massa dan Tampilan Fasad

Gubahan masa berbentuk seperti kapal raksasa yang sangat besar, bermaksud untuk memperlihatkan bahwa bangunan ini memang berasal dari kapal yang di rancang kembali menjadi suatu pasar apung yang menampung berbagai kegiatan yang mendukung kehidupan di pinggir sungai di tengah kota.



Gambar 2. 11 Gubahan masa pada pasar superpier

Sumber: Lot-ek URBANSCAN, 2013

D. Fungsi Penunjang dan Pendukung

Bangunan ini mewadahi fungsi sebagai pasar makanan terbuka dan pasar ritel, yang akan berisi konsentrasi skala besar pertama di New York, ruang kerja / jual yang terjangkau bagi pengrajin dan usaha kecil lainnya. Selain itu, strukturnya akan berisi restoran di tanah dan tingkat kedua, taman dengan film luar dan pertunjukan amphitheater di atap, marina perahu dengan kafe di sepanjang esplanade eksterior.