

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penciptaan

1.1.1 Fenomena

Sejak dibukanya Jalan Tol Cipularang yang menghubungkan Kota Jakarta dan sekitarnya dengan Kota Bandung, menjadikan Bandung tujuan wisata masyarakat Jakarta. Selain jenuh akan kemacetan, *mall*, dan hingar-bingar kehidupan Kota Jakarta, Bandung menjadikan pilihan tepat yang nyaman untuk keluar sejenak dari kepenatan. Hanya dibutuhkan sekitar dua jam saja masyarakat dapat merasakan kesejukan dan keindahan Kota Bandung.



Gbr. 1.1 *Mall* (Sumber: Google, *History of Mall*)

Selain penawaran harga yang lebih murah dibandingkan Jakarta, wajah yang cantik perempuan Bandung, baju-baju sisa eksport, wisata kulinerlah yang paling digemari warga Jakarta. Sudah menjadi rahasia umum makanan Bandung yang murah dan lezat, dengan beragam variasi yang tidak akan membosankan. Tempat wisata kuliner ini semakin menjamur dan tetap saja penuh.



Gbr. 1.2 Paskal Hypersquare (Sumber: Koleksi Pribadi)

1.1.2 Tinjauan umum

Wisata kuliner yang sangat berkembang pesat, sedang tren, dan menjamur dimana-mana. Setiap hari 'makanan' selalu ada dan tidak asing lagi di sekitar kehidupan kita, di media elektronik, media cetak, kios-kios makanan menjamur dimana-mana (Paskal Hypersquare, IBCC *food festival*, *cafe-cafe* di *Paris Van Java Mall*, dll). Walaupun perekonomian negara turun, wisata kuliner tidak ikut turun, bahkan bisnis ini selalu hidup dan ramai karena ini merupakan bisnis yang tidak lekang dimakan waktu.

Kegiatan yang dihadirkan dari bisnis makanan sangatlah bermacam-macam, memiliki kekhasan masing-masing, dan memiliki daya tarik tersendiri. Festival makanan, lomba masak-memasak, kursus memasak, pengenalan produk-produk makanan dan peralatan makan terbaru, tren masakan, dan masih banyak lagi yang dapat dihadirkan untuk menyemarakkan wisata kuliner ini. Berangkat dari itu semua, penulis membuat *mall* dengan konsep Metro Pusat Perbelanjaan Makanan dan Peralatan Makan Terlengkap.



Gbr. 1.3 Kegiatan Kuliner (Sumber: Internet, Singapore food festival)

1.1.3 Tinjauan khusus

Namun dengan terbatasnya waktu dan luas gedung yang sangat besar, penulis memfokuskan penelitian pada lantai *lower ground*. Penulis mengolah lantai ini dengan memodernisasikan pasar tradisional dan diberi tema kampung.

Sebagian masyarakat Indonesia berbelanja di perbelanjaan tradisional, yaitu pasar. Biasanya pasar di Indonesia menjual, bermacam buah, sayuran, daging dan ikan, bumbu, sembako, juga peralatan rumah.



Gbr. 1.4 Barang yang dijual di pasar (Sumber: Google, pasar tradisional)

Pergi ke pasar merupakan aktivitas setiap hari kebanyakan wanita Indonesia atau pembantu. Selain lemari pendingin mahal untuk kalangan bawah, orang Indonesia menyukai sayur mayur dan daging yang segar, inilah tujuan ke pasar untuk meramu makanan segar setiap hari. Berbelanja di *supermarket* lebih populer bagi kalangan menengah ke atas, karena selain biasanya harganya lebih mahal pembeli juga tidak dapat tawar menawar dengan penjualnya. Tidak hanya aktivitas berbelanja di pasar, mengobrol dengan tetangga dan teman, sehingga meningkatkan keakraban.

Harga tidak tertulis pada barang jualan di pasar tradisional, dan disanalah seni tawar menawar menguntungkan untuk mendapatkan harga semurah mungkin. Sebelum berbelanja sebaiknya mengetahui harga pasarnya, dapat juga membandingkan dengan harga di *supermarket*, harga di pasar tradisional selayaknya lebih murah.

Meluangkan sedikit waktu untuk berbicara ramah dengan penjual, dan sering berbelanja di tokonya, membuat pembeli menjadi pelanggan. Dan menjadi pelanggan memiliki kelebihan tersendiri, mendapat harga murah juga bonus.

Pasar tradisional kotor, banyak tikus, sampah, juga banyak genangan air, dan tidak teratur. Mengambil kelebihan pasar tradisional dan pasar modern sehingga menciptakan suasana yang maksimal bagi masyarakat Indonesia.



Gbr. 1.5 Pasar (Sumber: Google, pasar tradisional)



Gbr. 1.6 *Food Court* (Sumber: Internet, *Food Court*)

1.2 Identifikasi Penciptaan

Beberapa masalah yang dihadapi dalam penciptaan Tugas Akhir ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- Bagaimana sirkulasi pengiriman barang, sampah dan orang?
- Bagaimana mengelompokkan kios dengan baik?
- Bagaimana menciptakan suasana nyaman, aman, dan bersih?
- Bagaimana memberikan informasi toko pada pengunjung agar tidak tersesat?
- Bagaimana mendesain toko sesuai kebutuhan pedagang?

1.3 Tujuan Penciptaan

Setelah mempelajari masalah, maka penciptaan desain ini memiliki tujuan:

- Menciptakan sirkulasi yang nyaman, baik pengiriman barang, sampah, manusia
- Pengelompokkan kios: teratur, sehingga memudahkan pengunjung berbelanja
- Mempermudah dan memberikan kenyamanan pada pengunjung
- Membuat dan memasang *sign system*
- Desain toko yang nyaman bagi penjual

1.4 Manfaat Penciptaan

- Membiasakan dan meningkatkan budaya kebersihan dan keteraturan pada masyarakat Indonesia
- Menciptakan kemudahan dan nyaman bagi semua pihak, dengan mengambil kebaikan pasar tradisional dan pasar modern dengan memadukan keduanya.
- Memenuhi kebutuhan pasar untuk daerah sekitar

1.5 Pendekatan Masalah

Pendekatan-pendekatan yang dilakukan sehubungan dengan masalah yang dikemukakan diatas adalah sebagai berikut:

- Melalui studi kepustakaan mengenai *market*, antropometri, dan sebagainya.
- Melalui survey lapangan ke pasar-pasar tradisional dan *supermarket* yang ada di Indonesia, maupun diluar negeri (melalui internet).

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan laporan Tugas Akhir ini terbagi menjadi beberapa bab yang isi secara garis besarnya adalah:

Bab I. Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang masalah yaitu mendirikan suatu fasilitas nyaman sesuai kebutuhan masyarakat Indonesia yaitu memenuhi kebutuhan manusia dalam berbelanja makanan, dilanjutkan dengan batasan masalah dalam perancangan, tujuan penciptaan, manfaat penciptaan, dan cara pendekatan terhadap masalah yang dihadapi, berikut sistematika penulisan.

Bab II. Tinjauan Literatur

Bab ini membahas secara khusus mengenai pasar tradisional dan pasar modern. Dilanjutkan dengan bahasan mengenai tema kampung berdasarkan literatur.

Bab III. Deskripsi Proyek

Bab ini membahas dan mendeskripsikan proyek, menjelaskan rencana, program dan aktivitas proyek. Juga membahas mengenai sirkulasi, *zoning*, dan pengelompokan ruang berdasarkan aktivitasnya.

Bab IV. Konsep perancangan dan visualisasi karya desain interior

Bab ini berisi konsep perencanaan modernisasi pasar tradisional, meliputi tema, ide perencanaan yang mencakup material, warna, dan usulan desain lainnya.

Bab V. Simpulan dan Saran

Bab ini berisi simpulan dari bab-bab sebelumnya dan saran.