



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

R3 REKA
RUPA
RUANG

PASAR RAYA MANDAU

PERANCANGAN PASAR TRADISIONAL DENGAN FOKUS PADA
KOMODITAS MODE DENGAN PENDEKATAN CREATIVE
PLACEMAKING DI KABUPATEN BENGKALIS

Alya Syifa Safrina
21512092

Dosen Pembimbing:
Ir. Rini Darmawati, M.T.

PROGRAM STUDI SARJANA ARSITEKTUR



한국건축학교육인증원
Korea Architectural Accrediting Board



BOARD OF ARCHITECTS MALAYSIA
LEMBAGA ARKITEK MALAYSIA



STUDIO AKHIR DESAIN ARSITEKTUR

PASAR RAYA MANDAU

PERANCANGAN PASAR TRADISIONAL DENGAN FOKUS PADA KOMODITAS
MODE DENGAN PENDEKATAN CREATIVE PLACEMAKING DI KABUPATEN
BENGKALIS

*DESIGN OF TRADITIONAL MARKET WITH A FOCUS ON FASHION
COMMODITY WITH CREATIVE PLACEMAKING APPROACH IN BENGKALIS
REGENCY*



LEMBAR PENGESAHAN

Studio Akhir Desain Arsitektur yang Berjudul:
Final Architecture Design Studio Entitled

Perancangan Pasar Tradisional dengan Fokus pada Komoditas Mode dengan Pendekatan Creative Placemaking di Kabupaten Bengkalis
Design of Traditional Market with a Focus on Fashion Commodity with Creative Placemaking Approach in Bengkalis Regency

Nama Lengkap Mahasiswa _____ : Alya Syifa Safrina
Student's Full Name

Nomor Mahasiswa _____ : 21512092
Students Identification Number

Telah diuji dan disetujui pada _____ : Yogyakarta, 28 November 2025
Has been evaluated and agreed on Yogyakarta, 28 November 2025

Pembimbing
Supervisor

Ir. Rini Darmawati, M.T.

Penguji 1
Examiner 1

Stefy Prasasti Anggraini, S.T., M.Arch.

Penguji 2
Examiner 2

Prof. Ar. Noor Cholis Idham, S.T.,
M.Arch., Ph.D.

Diketahui oleh / Acknowledge by
Ketua Program Studi S1 Arsitektur
Head Of Undergraduate Program in Architecture



Ir. Hanif Budiman, M.T., Ph.D. IALI



LEMBAR CATATAN DOSEN PEMBIMBING

Penilaian Buku Studio Akhir Desain Arsitektur
Final Architecture Design Book Assessment

Perancangan Pasar Tradisional dengan Fokus pada Komoditas Mode dengan Pendekatan Creative Placemaking di Kabupaten Bengkalis
Design of Traditional Market with a Focus on Fashion Commodity with Creative Placemaking Approach in Bengkalis Regency

Nama Lengkap Mahasiswa _____ : Alya Syifa Safrina
Student's Full Name

Nomor Mahasiswa _____ : 21512092
Students Identification Number

Kualitas Buku Studio Akhir Arsitektur _____ :
Final Architectural Design Studio Book Quality

Sedang*) **Baik*** Sangat Baik*)

Sehingga **Direkomendasikan** / Tidak Direkomendasikan (*)
untuk menjadi acuan produk Studio Akhir Desain Arsitektur (*) Dilingkari salah satu

Yogyakarta, 12 November 2025
Pembimbing
Supervisor

Ir. Rini Darmawati, M.T.



PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap Mahasiswa : **Alya Syifa Safrina**

Student's Full Name

Program Studi : **Arsitektur**

Departement

Judul Perancangan : Perancangan Pasar Tradisional dengan Fokus pada Komoditas Mode dengan Pendekatan Creative Placemaking di Kabupaten Bengkalis

Design Title

Design of Traditional Market with a Focus on Fashion Commodity with Creative Placemaking Approach in Bengkalis Regency

Dengan ini saya menyatakan bahwa Tugas Akhir saya berjudul "Perancangan Pasar Tradisional dengan Fokus pada Komoditas Mode dengan Pendekatan *Creative Placemaking* di Kabupaten Bengkalis" sepenuhnya merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang secara jelas dicantumkan sumber referensinya, dan tidak melibatkan bantuan pihak lain baik secara keseluruhan maupun sebagian dalam proses penyusunannya. Saya juga menyatakan bahwa karya ini bebas dari konflik hak kepemilikan intelektual, serta memberikan kewenangan kepada Jurusan Arsitektur Universitas Islam Indonesia untuk memanfaatkannya bagi kepentingan pendidikan dan publikasi.

Demikian Pernyataan ini saya buat, hasil akhir sepenuhnya diserahkan kepada Jurusan Arsitektur Universitas Islam Indonesia untuk dapat digunakan bagi kepentingan pendidikan dan publikasi.

Yogyakarta, 12 November 2025

Penulis

Alya Syifa Safrina

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan Studio Akhir Desain Arsitektur (SADA) yang berjudul “Perancangan Pasar Tradisional dengan Fokus kepada Komoditas Mode dengan pendekatan Creative Placemaking di Kabupaten Bengkalis” yang disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Arsitektur di Universitas Islam Indonesia. Penulis menyadari bahwa penulisan dan penyusunan tugas akhir ini tentu tidak lepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT karena hanya dengan izin dan rahmat-Nya saya bisa menjalani setiap langkah proses penyusunan skripsi ini. Dalam setiap tantangan dan kesulitan, Allah selalu memberikan kekuatan, ketabahan, dan jalan keluar. Semoga setiap usaha ini mendapat keberkahan dan ridha dari-Nya.
2. Bapak Ir. Hanif Budiman, M.T., Ph.D. IALI. selaku Ketua Program Studi Arsitektur Universitas Islam Indonesia, yang telah memberikan arahan dan kemudahan selama proses perkuliahan hingga penyusunan Studio Akhir desain Arsitektur.
3. Seluruh jajaran dosen Jurusan Arsitektur Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ilmu, wawasan, serta pengalaman akademik selama penulis menempuh pendidikan.
4. Seluruh staf dan tenaga kependidikan Program Studi Arsitektur Universitas Islam Indonesia yang telah membantu dalam pengurusan administrasi dan memberikan pelayanan akademik selama proses perkuliahan hingga penyusunan SADA.
5. Ibu Ir. Rini Darmawati, M.T. selaku Dosen Pembimbing atas bimbingan, arahan, dan kesabaran yang telah membantu saya melewati setiap tahap proses penyusunan SADA dengan penuh semangat dan ilmu yang sangat berharga.
6. Ibu Stefy Prasasti Anggraini selaku Dosen Penguji 1 dan Bapak Prof. Noor Cholis Idham, S.T., M.Arch., Ph.D, IAI, selaku Dosen Penguji 2 yang telah memberikan ilmu, saran, dan masukan membangun demi penyempurnaan Tugas Akhir ini.
7. Unit Pelaksana Teknis (UPT) Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) yang telah memberikan izin dan bantuan selama pelaksanaan penelitian.
8. Ayah penulis, Bapak Meidian Prima Saputra, S.T. dan Ibu penulis, Ibu Henny Hairani, S.E. ang dengan penuh cinta, kesabaran, dan pengorbanan senantiasa memberikan doa, dukungan moral maupun material, serta menjadi sumber kekuatan dan motivasi terbesar bagi penulis dalam menempuh pendidikan hingga penyusunan SADA ini dapat diselesaikan. Serta saudara dan saudari penulis, Aulia Putri Andhini dan M. Maulvy Syaukani, yang selalu memberikan dukungan, semangat, serta motivasi kepada penulis dalam dalam mendukung perjalanan akademik penulis.
9. Teman-teman seperjuangan sejak masa perkuliahan yaitu Mayditia Tasyah Pane, Verina Kirana Dewi, Ulfah Nur Azizah, dan Mutieya Aqilah Solihat yang telah menemani penulis dalam berbagai proses, mulai dari masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini; terima kasih atas kebersamaan, saling menguatkan di masa sulit, berbagi cerita, serta dukungan dan semangat yang tidak ternilai hingga penulis dapat menyelesaikan SADA. Kemudian Taufiqi, Rafi, Sandy, dan Lukman yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan semangat selama proses penyusunan SADA ini yang menjadi bagian penting dalam perjalanan dan proses yang dilalui penulis.
10. Teman-teman seperjuangan sejak masa sekolah, yaitu Ghina, Zahra, Diny, Mutiara, Sofia, dan Kaka yang turut serta membersamai, menjadi bagian dari perjalanan pendidikan penulis dan memberikan pengalaman berharga sepanjang proses tersebut.
11. Seseorang yang memiliki peran penting dalam perjalanan penulis, M. Rifqi Alkausar yang senantiasa memberikan dukungan, pengertian, dan motivasi di setiap proses yang dilalui, serta menjadi penyemangat bagi penulis untuk terus bertahan dan menyelesaikan skripsi ini.
12. Diri penulis sendiri, yang telah menjalani setiap proses dengan kesungguhan dan tanggung jawab, menjaga komitmen untuk tetap konsisten, serta terus melangkah hingga berada pada tahap ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan dan penyempurnaan karya ini di masa mendatang. Akhir kata, semoga segala kebaikan dan bantuan yang diberikan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT.

Yogyakarta, 12 Desember 2025
Penulis,
Alya Syifa Safrina

ABSTRAK

Pasar tradisional di Indonesia saat ini mengalami penurunan minat kunjungan akibat persaingan dengan pasar modern yang menawarkan kenyamanan, kelengkapan barang, dan fasilitas yang lebih baik. Salah satu pasar yang terdampak adalah Pasar Raya Mandau di Kecamatan Mandau, Kabupaten Bengkalis, yang meskipun terletak strategis dan memiliki potensi sebagai pusat perdagangan fashion, kini kurang diminati masyarakat. Tantangan utama pasar ini meliputi fasilitas yang tidak memadai, persepsi negatif terhadap kondisi bangunan, serta kurangnya daya tarik bagi pengunjung. Perancangan ini bertujuan merancang Pasar Raya Mandau dengan pendekatan creative placemaking, yaitu strategi perancangan yang mengintegrasikan seni, budaya, dan partisipasi masyarakat untuk menciptakan ruang publik yang bermakna, inklusif, dan mendukung ekonomi kreatif lokal. Metode yang digunakan untuk pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, studi literatur, serta analisis tipologi, lokasi, dan preseden desain. Hasil perancangan menunjukkan bahwa penerapan creative placemaking dapat mengoptimalkan potensi Pasar Raya Mandau sebagai ruang ekonomi dan budaya yang hidup. Desain menghadirkan ruang kreatif multifungsi, memperkuat identitas lokal dengan elemen arsitektur yang mengadaptasi motif budaya Melayu Riau, dan meningkatkan kualitas interaksi sosial antar pengunjung serta pedagang. Dengan demikian, Pasar Raya Mandau diharapkan menjadi pusat aktivitas ekonomi, sosial, dan budaya yang berkelanjutan dengan suasana pasar yang ramah, nyaman, dan berdaya guna.

Kata Kunci: Pasar Tradisional, Creative Placemaking, Komoditas Mode

ABSTRACT

Traditional markets in Indonesia are currently experiencing a decline in visitor interest due to competition from modern markets that offer convenience, a wider variety of goods, and better facilities. One of the affected markets is Pasar Raya Mandau in Mandau District, Bengkalis Regency, which, despite its strategic location and potential as a fashion trading center, is now less popular with the public. The main challenges of this market include inadequate facilities, negative perceptions of building conditions, and a lack of appeal to visitors. This design aims to design the Mandau Supermarket using a creative placemaking approach, which is a design strategy that integrates art, culture, and community participation to create public spaces that are meaningful, inclusive, and supportive of the local creative economy. The methods used for data collection include observation, interviews, literature studies, and the analysis of typology, location, and design precedents. The design results show that implementing creative placemaking can optimize the potential of Pasar Raya Mandau as a vibrant economic and cultural space. The design presents a multifunctional creative space, strengthens local identity with architectural elements that adapt Riau Malay cultural motifs, and enhances the quality of social interaction between visitors and vendors. Thus, Mandau Market is expected to become a sustainable center of economic, social, and cultural activity with a friendly, comfortable, and efficient market atmosphere.

Keywords: Traditional Market, Creative Placemaking, Fashion Commodities

DAFTAR ISI

BAB I: PENDAHULUAN	13
Judul Perancangan.	14
Latar Belakang	15
Rumusan Masalah & Tujuan Perancangan	19
Peta Pemecahan Masalah & Kerangka Berpikir.....	21
Keunggulan, Orisinalitas, dan Kebaruan	22
 BAB I: KAJIAN PERANCANGAN	 23
Kajian dan Analisis Tipologi Bangunan dan Permasalahan Desain.....	24
Kajian dan Analisis Lokasi Perancangan	30
Kajian dan Analisis Tema Perancangan.....	40
Kajian dan Analisis Preseden Rancangan.....	54
Peta Persoalan Perancangan.....	61
 BAB III: EKSPLORASI PEMECAHAN PERSOALAN PERANCANGAN	 62
Konsep Perancangan.....	63
Analisis Program Ruang.....	64
Respon Konteks Tapak.....	70
Konsep dan Eksplorasi Tata Ruang dan Sirkulasi.....	71
Gubahan Massa	74
Konsep Arsitektural	75
Konsep Selubung Bangunan	79
Detail Arsitektural.....	82

BAB IV: HASIL RANCANGAN DAN PEMBUKTIAN

Property Size 84

Situasi 86

Siteplan. 87

Tampak Kawasan 88

Potongan Kawasan..... 89

Gedung A..... 90

Gedung B..... 93

Detail Arsitektural 95

Aksonometri Struktur..... 97

Axonometri Bangunan 98

Detail Arsitektural..... 100

Suasana Eksterior 104

Suasana Interior 105

Skema Infrastuktur..... 108

Skema Pencahayaan..... 109

Skema Penghawaan..... 110

Uji Hasil Rancangan 111

BAB V: EVALUASI

127

LAMPIRAN

131

DAFTAR PUSTAKA

139

DAFTAR GAMBAR

BAB I: PENDAHULUAN

- Gambar 1.1. Kondisi Eksisting Pasar Raya Mandau
- Gambar 1.2. Kondisi Eksisting Gedung Pusat Pertokoan Pasar Raya Mandau
- Gambar 1.3. Kerangka Berpikir

BAB II: KAJIAN PERANCANGAN

- Gambar 2.1. Organisasi Ruang
- Gambar 2.2. Pola Tata Ruang dan Sirkulasi Koridor Banyak
- Gambar 2.3. Pola Tata Ruang dan Sirkulasi Plaza
- Gambar 2.4. Wilayah Kabupaten Bengkalis
- Gambar 2.5. Wilayah Kecamatan Mandau
- Gambar 2.6. Site Pasar Raya Mandau
- Gambar 2.7. Analisis Neighborhood
- Gambar 2.8. Suhu Harian di Kabupaten Bengkalis
- Gambar 2.9. Curah Hujan di Kabupaten Bengkalis
- Gambar 2.10. Tingkat kelembapan di Kabupaten Bengkalis
- Gambar 2.11. Windrose di Kecamatan Mandau
- Gambar 2.12. Sunpath
- Gambar 2.13. Analisis Sirkulasi
- Gambar 2.14. Pola Ruang Lantai 1
- Gambar 2.15. Pola Ruang Lantai 2
- Gambar 2.16. Kegiatan Eksisting
- Gambar 2.17. Analisis Tata ruang
- Gambar 2.18. Analisis Tata ruang
- Gambar 2.19. Ruang dagang eksisting
- Gambar 2.20. Analisis tata ruang dan kegiatan komoditas perhiasan
- Gambar 2.21. Analisis tata ruang dan kegiatan komoditas perhiasan
- Gambar 2.22. Kegiatan di pasar eksisting
- Gambar 2.23. Tipologi Placemaking
- Gambar 2.24. Komponen utama pada Creative Placemaking

- Gambar 2.25. Social Opportunity di Kabupaten Bengkalis
- Gambar 2.26. Social Opportunity di Kabupaten Bengkalis
- Gambar 2.27. Diagram What Makes a Great Place?
- Gambar 2.28. Komoditas Mode di Jalan Sudirman
- Gambar 2.29. Ahmad, Penjahit di Pasar Tradisional di Kabupaten Sampang
- Gambar 2.30. Social Opportunity yang Memungkinkan Inetraksi Sosial di Bidang Mode
- Gambar 2.31. Ekspresi Identitas Budaya di Songket Tenun Lejo Khas Melayu Riau
- Gambar 2.32. Suasana Hallway Space
- Gambar 2.33. Diagram creative placemaking di Hallway space, Bandung
- Gambar 2.35. Ruang Sirkulasi Pasar Beringharjo bagian Komoditas Mode
- Gambar 2.36. Aspek Walkable & Sittable di Pasar Beringharjo
- Gambar 2.37. Pedagang emas dan perak di Pasar Beringharjo
- Gambar 2.38. Sama Square Market Malaysia
- Gambar 2.39. United-in-Diversity Bali
- Gambar 2.40. Diagram Peta Persoalan

BAB III: EKSPLORASI PEMECAHAN PERSOALAN PERANCANGAN

- Gambar 3.1. Diagram Konsep Perancangan
- Gambar 3.2 Diagram alur kegiatan pengguna
- Gambar 3.3 Diagram hubungan ruang
- Gambar 3.4 Ruang Sirkulasi Pasar Beringharjo bagian Komoditas Mode
- Gambar 3.5 Eksplorasi Tata Ruang dan Tata Massa
- Gambar 3.6.1 Tata Ruang dan Tata Massa Terpilih
- Gambar 3.6.2. Tata Ruang
- Gambar 3.7. Skema sirkulasi tapak

Gambar 3.8. Gubahan Massa
 Gambar 3.9. Sketsa Konsep Penataan Ruang dagang
 Gambar 3.10. Sketsa Konsep Penataan Ruang dagang
 Gambar 3.11. Sketsa Eksplorasi Konsep Modulasi Ruang Dagang
 Gambar 3.12. Sketsa Konsep Modulasi Ruang Dagang Terpilih
 Gambar 3.13. Sketsa Eksplorasi Bentuk Atap
 Gambar 3.14. Sketsa Konsep Modulasi Secondary Skin
 Gambar 3.15. Sketsa Konsep Modulasi Secondary Skin
 Gambar 3.16. Sketsa Konsep Penerapan Warna
 Gambar 3.17. Detail Selubung Bangunan

BAB IV: HASIL RANCANGAN DAN PEMBUKTIAN

Gambar 4.1. Persentase Jumlah Ruang Dagang
 Gambar 4.2. Persentase Luasan Ruang Dagang
 Gambar 4.3. Situasi
 Gambar 4.2. Siteplan
 Gambar 4.3. Tampak Utara dan Selatan Kawasan
 Gambar 4.4. Tampak Timur dan Barat Kawasan
 Gambar 4.5. Potongan Kawasan
 Gambar 4.6. Denah Lantai 1 Blok A
 Gambar 4.7. Denah Lantai 2 Blok A
 Gambar 4.8. Denah Lantai 3 Blok A
 Gambar 4.9. Potongan A-A' Blok A
 Gambar 4.10. Potongan B-B' Blok A
 Gambar 4.11. Denah Lantai 1 Blok B
 Gambar 4.12. Potongan A-A' Blok A
 Gambar 4.13. Potongan B-B' Blok A
 Gambar 4.14. Detail Talang Air
 Gambar 4.15. Detail Atap
 Gambar 4.16. Detail Secondary Skin
 Gambar 4.17. Skema Struktur Bangunan
 Gambar 4.18. Aksonometri Bangunan
 Gambar 4.19. Exploded Axonometry Bangunan
 Gambar 4.20. Detail Modul Kios
 Gambar 4.21. Detail Kios Komoditas Pakaian Wanita ,Pria, dan Sepatu

Gambar 4.22. Detail Kios Komoditas Perhiasan, Kain, dan Jahit
 Gambar 4.23. Detail Los Pangan Kering dan Pangan Basah
 Gambar 4.24. Suasana Ruang luar
 Gambar 4.25. Suasana Ruang Blok A lantai 3
 Gambar 4.26. Suasana Ruang Dagang Blok A
 Gambar 4.27. Suasana Ruang Dagang Blok B
 Gambar 4.28. Skema Transportasi Vertikal & Barrier Free
 Gambar 4.29. Skema Pencahayaan
 Gambar 4.30. Skema Penghawaan
 Gambar 4.31. Zoning Komoditas Fashion
 Gambar 4.32. Lebar Sirkulasi
 Gambar 4.33. Pertimbangan Lebaran Sirkulasi
 Gambar 4.34. Penerapan keseragaman Visual Interior
 Gambar 4.35. Suasana Pintu Masuk Utama
 Gambar 4.36. Sketsa Konsep Pintu Masuk Utama
 Gambar 4.37. Posisi dan Suasana Area jahit
 Gambar 4.38. Tata Ruang Lantai 3
 Gambar 4.39. Sketsa Konsep Bentuk Secondary Skin
 Gambar 4.40. Detail Bentuk Secondary Skin
 Gambar 4.41. Sketsa Konsep Penerapan Warna
 Gambar 4.42. Implementasi warna
 Gambar 4.43. Sketsa Konsep Bentuk Atap
 Gambar 4.44. Penerapan Bentuk Atap
 Gambar 4.45. Sketsa Konsep Ornamen Ruang Dalam
 Gambar 4.46. Penerapan Ornamen Ruang Dalam
 Gambar 4.47. Suasana dan Detail Ruang Komunal Multifungsi
 Gambar 4.48. Konsep Modul Ruang Dagang berdasarkan kenyamanan Fisik dan Fleksibilitas
 Gambar 4.49. Penerapan Modul Ruang Dagang berdasarkan kenyamanan Fisik dan Fleksibilitas
 Gambar 4.50. Analisis Ruang Dagang Eksisting
 Gambar 4.51. Implementasi Spesifikasi Ruang Dagang pada Desain
 Gambar 4.52. Pengujian Pencahayaan dengan Velux
 Gambar 4.53. Diagram demografi Responden

BAB V: EVALUASI PERANCANGAN

Gambar 5.1. Sketsa Transformasi Tata Letak dan Sirkulasi Parkir

Gambar 5.2. Diagram alur sirkulasi parkir

Gambar 5.3. Tata ruang pada Hasil rancangan

Gambar 5.4. Skema Sirkulasi Tapak

DAFTAR TABEL

BAB I: PENDAHULUAN

Tabel 1.1. Tabel Originalitas dan Kebaruan

BAB II: KAJIAN PERANCANGAN

Tabel 2.1. Standar Ruang Pasar Tradisional

Tabel 2.2. Keterisian kios dagang di Pasar Raya Mandau

Tabel 2.3. Kriteria Penerapan Variabel Quality of Place

Tabel 2.4. Kriteria Penerapan Physical Form Berdasarkan Konteks Creative Placemaking Komoditas Mode

Tabel 2.5. Lesson Learned Preseden

BAB III: EKSPLORASI PEMECAHAN PERSOALAN PERANCANGAN

Tabel 3.1. Klasifikasi dan Pola Aktivitas Pengguna Pasar Tradisional Fokus Mode dan Kebutuhan Ruang

Tabel 3.2. Standar Jumlah Toilet

Tabel 3.3. Perhitungan Kapasitas Parkir berdasarkan SRP

Tabel 3.4.1. Kebutuhan Ruang Bangunan Blok A

Tabel 3.4.2. Kebutuhan Ruang Bangunan Blok B

Tabel 3.5. Adaptasi Bentuk dari Songket Khas Melayu Riau ke bentuk atap

Tabel 3.6. Adaptasi Bentuk dari Songket Khas Melayu Riau ke ornamen fasad bangunan

Tabel 3.7 Adaptasi warna dari Songket Khas Melayu Riau ke ornamen fasad bangunan

BAB IV: HASIL RANCANGAN DAN PEMBUKTIAN

Tabel 4.1. Property Size Site A

Tabel 4.2.. Property Size Site B

Tabel 4.3. Jumlah dan Luas Ruang Dagang Perkomoditas

Tabel 4.4. Checklist Keseuaian Hasil Rancangan dan SNI Pasar Rakyat

Tabel 4.5. Hasil Kuisisioner

BAB V: EVALUASI PERANCANGAN

Tabel 5.1. Perhitungan kapasitas minimum parkir dan realisasi pada rancangan



BAB I **PENDAHULUAN**

Judul Perancangan
Latar Belakang
Rumusan Masalah & Tujuan Perancangan
Peta Pemecahan Masalah & Kerangka Berpikir
Keunggulan, Orisinalitas, dan Kebaruan

JUDUL PERANCANGAN

Perancangan Pasar Tradisional dengan Fokus pada Komoditas Mode dengan Pendekatan Creative Placemaking di Kabupaten Bengkalis

Pasar Tradisional

Sebuah tempat di mana terjadi transaksi jual beli antara penjual dan pembeli, biasanya dikelola oleh pemerintah atau swasta, dan terdiri dari kios, los, atau gerai yang menjual berbagai barang kebutuhan sehari-hari. Pasar tradisional sering kali melibatkan proses tawar-menawar dan memiliki karakteristik unik yang mencerminkan budaya lokal

Komoditas Mode

Barang atau produk dagangan utama dalam bentuk pakaian, aksesoris, alas kaki, serta produk fesyen lainnya yang memiliki nilai ekonomi dan dapat diperjualbelikan di pasar.

Creative Placemaking

Pendekatan perancangan yang menggabungkan pengembangan komunitas, budaya, dan ekonomi berbasis aset lokal, dengan menempatkan kegiatan-kegiatan kreatif sebagai katalisator utama.

LATAR BELAKANG

Kurangnya Peminatan Pasar Tradisional

Definisi pasar dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 70 Tahun 2013 tentang Pedoman Penataan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, Pasar didefinisikan sebagai area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai Pusat Perbelanjaan, Pasar Tradisional, Pertokoan, Mall, Plasa, Pusat Perdagangan maupun sebutan lainnya.

Pasar merupakan pusat kegiatan ekonomi masyarakat yang berfungsi tidak hanya sebagai tempat berbelanja kebutuhan harian, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial dan pelestarian budaya lokal. Menurut Suparlan dalam (Nastiti, 2003) pasar berfungsi sebagai tempat bertemunya warga masyarakat, sehingga pasar mempunyai peran sosial yaitu sebagai tempat berinteraksi antar warga masyarakat maupun antar penjual dan pembeli. Dalam konteks spasial, pasar berfungsi sebagai pusat pelayanan bagi wilayah di sekitarnya. Sebagai zona aktivitas, pasar merupakan zone-zone penarik perjalanan. Keunggulann dari aktifitas jual beli di pasar ini mendukung adanya transaksi tatap muka yang dapat mempererat hubungan sosial antara pedagang dan pembeli.

Menurut Kuncoro, (2008), isu utama yang berkaitan dengan perkembangan pasar tradisional adalah sebagai berikut (i) Jarak antara pasar rakyat dengan hypermarket yang saling berdekatan (ii) Tumbuh pesatnya minimarket (yang dimiliki pengelola jaringan) ke wilayah pemukiman (iii) Penerapan berbagai macam syarat perdagangan oleh ritel modern yang memberatkan pemasok barang (iv) Kondisi pasar tradisional secara fisik sangat tertinggal, maka perlu ada program kebijakan untuk melakukan pengaturan. Meskipun pasar tradisional menyediakan barang atau kebutuhan dengan harga yang relatif lebih terjangkau, tetapi pasar tradisional masih dikenal dengan lingkungannya yang kurang memadai dan sistem pengelolaan yang buruk (Malano, 2011). Seiring perkembangan zaman, pasar tradisional berkembang menjadi pasar modern.

Sebaliknya dari pasar tradisional, pasar modern menawarkan harga yang lebih stabil dengan tidak adanya kegiatan tawar menawar dan lingkungan yang sudah dikelola dengan sistematis. **Pasar modern di Indonesia tumbuh 31,4% per tahun, sedangkan pasar tradisional menyusut 8% per tahun.** Pada tahun 2020 terdapat 13.450 pasar tradisional yang terdiri dari sekitar 12,6 juta pedagang kecil (Korenkova et al., 2020). Saat ini, keberadaan pasar sering kali dikalahkan dengan adanya pasar-pasar modern yang lebih unggul dari berbagai aspek, sehingga berbelanja di pasar bukan lagi menjadi tujuan utama bagi masyarakat. Padahal dengan kelebihanannya dalam fleksibilitas dalam akad jual belinya memberi peluang adanya kolaborasi antara sesama pedagang, pedagang dan pembeli, dan juga sesama pembeli.

LATAR BELAKANG

Potensi Pasar Raya Mandau Sebagai Wadah Perdagangan Komoditas Mode

Kecamatan Mandau adalah salah satu kecamatan di Kabupaten Bengkalis, Provinsi Riau, Indonesia, yang terletak di Pulau Sumatera. Dengan berkembangnya aspek perdagangan di Kecamatan Mandau, keberadaan pasar tradisional memegang peran penting. Pasar Raya Mandau merupakan salah satu pasar yang ada di Kecamatan Mandau, Kabupaten Bengkalis. Pasar Mandau ini mulai dibangun pada tahun 2000 dan serah terima kontrak dimulai sejak tahun 2005 (Nurika, 2018). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2024), Pasar Raya Mandau merupakan pasar tipe D, dengan luas pasar >5000m², dan jumlah pedagang tercatat 80 orang. Pasar Raya Mandau terdiri dari komoditas utama yaitu mode meliputi baju khususnya baju pants pakai, perhiasan, sepatu, dan aksesoris. Ada juga komoditas pangan basah dan kering.

Pasar Raya Mandau saat ini merupakan salah satu pasar yang kurang diminati masyarakat karena bersaing dengan pasar pasar modern di sekitarnya. Menurut Smith (2022), produk fashion merupakan salah satu kebutuhan primer manusia karena berfungsi tidak hanya sebagai alat pelindung tubuh, tetapi juga sebagai sarana ekspresi identitas dan status sosial dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, pasar ini memiliki daya tarik sebagai pusat penjualan produk fashion dan dengan harga yang lebih terjangkau dan jenis produk dagang yang lebih variatif. Namun, menurut Eli, salah satu pedagang di Kecamatan Mandau, banyak pengunjung lebih memilih berbelanja di pasar lain yang menjual komoditas yang lebih lengkap dan beragam pilihan, dan pasar-pasar modern yang nyaman didatangi.



Gambar 1.1. Kondisi Eksisting Pasar Raya Mandau
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Tantangan Pasar Raya Mandau

Pasar Raya Mandau menghadapi berbagai permasalahan yang ada secara umum sehingga menghambat fungsinya sebagai pusat perdagangan vital. Pasar Raya Mandau ini terdiri dari tiga massa bangunan, dua gedung merupakan Pusat Petokoan. Satu gedung lagi merupakan gedung parkir. Masing-masing terdiri dari dua lantai. Gedung Pusat Pertokoan di Pasar Raya Mandau yang kurang mengakomodasi pedagang untuk komoditas bahan makanan kering maupun basah seperti sayur, buah-buahan, dan daging, menyebabkan beberapa pedagang memilih berdagang di bahu jalan di sekitar gedung. Hal ini menyebabkan pembeli juga memarkirkan kendaraan mereka pada bagian jalan sehingga menghambat sirkulasi. Saat ini gedung utama kurang ramai diminati karena **persepsi negatif** yang dimiliki masyarakat terkait bangunan yang terlihat tidak terawat dan akses yang sulit. Persepsi diperburuk dengan adanya Tempat Pembuangan Sampah pada bagian fasad depan bangunan yang kemudian menciptakan **kesan kumuh** pada bangunan ini. Hal ini sejalan dengan pendapat pengunjung, Maul, terkait peminatannya untuk berbelanja di pusat pertokoan "Kurang berminat, karena bangunannya sumuk dan susah parkir, dagangan tidak variatif, toko banyak yang tutup, dan tempat yang tidak terawat, cenderung *abandoned*." Dapat disimpulkan bahwa fasilitas yang disediakan sebelumnya belum sepenuhnya bisa mewadahi kegiatan jual beli sesuai dengan karakteristik dan pola aktifitas penjual dan pembeli.

Hal ini sejalan dengan wacana revitalisasi oleh Bupati Kabupaten Bengkalis, Kasmarni. Beliau menyatakan wacana terkait revitalisasi Pasar Raya, Mandau pada tahun 2025 dalam orasi politiknya pada tahun 2024. "Inshaallah tahun 2025 akan dilakukan rehabilitas pasar di Kota Duri ini. Agar ibu-ibu, bapak-bapak semua menjadi mudah berjualan, dan kondisi lalu lintas bisa lebih tertib kedepannya," ucap Kasmarni. Kasmarni juga berharap perbaikan pasar ini dapat memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi masyarakat untuk melaksanakan transaksi jual beli ke depannya. Oleh karena itu, dibutuhkan perancangan pasar yang dapat mewadahi aktifitas perdagangan dengan mempertimbangkan potensi Pasar Raya Mandau Kecamatan Mandau sebagai wadah aktifitas perdagangan produk mode yang masih cukup diminati masyarakat.



Gambar 1.2. Kondisi Eksisting Gedung Pusat Pertokoan Pasar Raya Mandau
Sumber: Dokumentasi Narasumber (2025)

LATAR BELAKANG

Creative Placemaking

Pasar Raya Mandau saat ini mengalami kondisi yang sepi pengunjung meskipun memiliki potensi yang cukup besar, terutama dalam area penjualan baju dan aksesoris, serta penyediaan bahan makanan. Fenomena ini menunjukkan adanya tantangan dalam mengoptimalkan fungsi pasar sebagai pusat ekonomi dan sosial yang hidup. Dalam kondisi ini, pendekatan *creative placemaking* menjadi relevan sebagai strategi perancangan yang dapat menghidupkan kembali pasar dengan memanfaatkan seni, budaya, dan kreativitas masyarakat setempat.

Menurut Wyckoff (2014), terdapat empat tipe placemaking, yaitu Standard Placemaking, Strategic Placemaking, Tactical Placemaking dan Creative Placemaking yang mana keempat tipe ini mengutamakan kualitas tempat untuk membentuk makna dari suatu tempat. Menurut Wyckoff (2014), *creative placemaking* berarti menciptakan sebuah place yang memiliki makna, dan place tersebut diisi oleh kegiatan-kegiatan yang kreatif yang bertujuan untuk meningkatkan kelangsungan hidup bisnis lokal, pendukung pergerakan, memperluas jaringan, berbagi pengalaman, menginspirasi dan terinspirasi serta menjadi sumber daya bagi placemakers yang akan sangat mempengaruhi ekonomi kreatif. Creative Placemaking merupakan penggabungan tujuan metode pengembangan komunitas dan masyarakat, pengembangan budaya dan pengemabangan ekonomi dengan orientasi berbasis aset lokal (Wyckoff, 2014). Pendekatan ini menekankan partisipasi aktif masyarakat dan integrasi elemen kreatif dalam ruang publik, sehingga tidak hanya berfungsi sebagai tempat transaksi tetapi juga sebagai **pusat interaksi sosial, ekspresi budaya, dan pengembangan ekonomi lokal**. Dengan mengadopsi prinsip-prinsip creative placemaking, pasar dapat menjadi ruang yang menarik, inklusif, dan berdaya guna,

Pasar Raya Mandau selama ini dikenal sebagai pusat perdagangan pakaian bekas, yang merupakan bagian dari industri fashion lokal dengan kekhasan dan potensi ekonomi tersendiri. **Melalui creative placemaking, pasar dapat dikembangkan menjadi ruang yang mendukung berbagai aktivitas kreatif terkait fashion, seperti jahit cepat, workshop batik mandau, pertunjukan seni oleh penduduk lokal, serta kolaborasi komunitas pelaku fashion dan pengunjung.** Pendekatan ini juga mendorong keterlibatan aktif komunitas dan pelaku usaha dalam perancangan dan pengelolaan pasar, sehingga tercipta rasa kepemilikan dan identitas yang kuat.

Dengan demikian, perancangan Pasar Raya Mandau harus menghadirkan ruang-ruang **multifungsi** yang **fleksibel** untuk mendukung kegiatan sosial dan kreatif di atas aktivitas perdagangan. Konteks lokasi strategis di jalan Sudirman dan sekitarnya, yang sudah dikenal sebagai sentra fashion terutama pakaian bekas, memperkuat relevansi creative placemaking sebagai cara untuk menghidupkan kembali pasar, meningkatkan daya tarik pengunjung, dan memperluas jaringan ekonomi kreatif lokal. Perancangan harus memperhatikan aspek Quality Space dan Social Opportunity dengan rancangan tata ruang dan sirkulasi yang memfasilitasi interaksi, pertukaran ide, serta kolaborasi antar pengguna pasar.

Melalui integrasi elemen seni dan budaya dalam desain fisik serta pemberdayaan komunitas pelaku fashion, pasar tidak hanya berfungsi sebagai pusat perdagangan, tetapi juga sebagai ruang ekspresi budaya dan inovasi kreatif yang berkelanjutan. Pendekatan ini diharapkan mampu mengatasi persepsi negatif dan keterbatasan fasilitas pasar saat ini, sekaligus menciptakan identitas pasar yang kuat sebagai ikon kota yang hidup dan inklusif.

RUMUSAN MASALAH DAN TUJUAN PERANCANGAN

PERMASALAHAN UMUM

Bagaimana rancangan pasar tradisional dengan fokus kepada komoditas mode dengan pendekatan *Creative Placemaking*?

PERMASALAHAN KHUSUS

1. Bagaimana perancangan tata ruang dan sirkulasi pasar tradisional yang mewadahi kegiatan jual beli pedagang dan pengunjung dengan fokus kepada komoditas mode di Kabupaten Bengkalis?
2. Bagaimana bentuk bangunan dan elemen arsitektural (*physical form*) pasar tradisional yang berfokus pada komoditas mode ditinjau dari aspek *quality of place* dan *social opportunity* di Kabupaten Bengkalis?

TUJUAN PERANCANGAN

Merancang Pasar Raya Mandau sebagai wadah aktivitas jual beli dengan fokus pada komoditas fashion dengan pendekatan *Creative Placemaking*.

SASARAN PERANCANGAN

1. Tata ruang dan sirkulasi Pasar Raya Mandau sesuai dengan kegiatan jual beli pedagang dan pengunjung
2. Bentuk fisik dan elemen arsitektural (*physical form*) pasar tradisional yang berfokus pada komoditas mode ditinjau dari aspek *quality of place* dan *social opportunity* di Kabupaten Bengkalis

BATASAN PERANCANGAN

1. Lokasi perancangan berada di Kecamatan Mandau, Kota Duri, Kabupaten Bengkalis dengan luas tapak 7.200 m².
2. Objek rancangan merupakan Pasar Tradisional, dengan penggunaanya adalah pedagang dan pembeli.
3. Perancangan menggunakan pendekatan *creative placemaking* oleh Wyckoff (2014) dengan fokus pada komunitas di komoditas mode.

METODE & KERANGKA BERPIKIR

METODE PENGUMPULAN DATA

METODE PENGUMPULAN DATA PRIMER

Data primer dikumpulkan dengan cara observasi dan wawancara. Observasi dilakukan untuk mengetahui pola perilaku penjual dan pembeli. Sasaran wawancara yaitu pedagang, pembeli, dan pengelola dengan pertanyaan terkait karakteristik jual-beli dan kondisi pasar.

METODE PENGUMPULAN DATA SEKUNDER

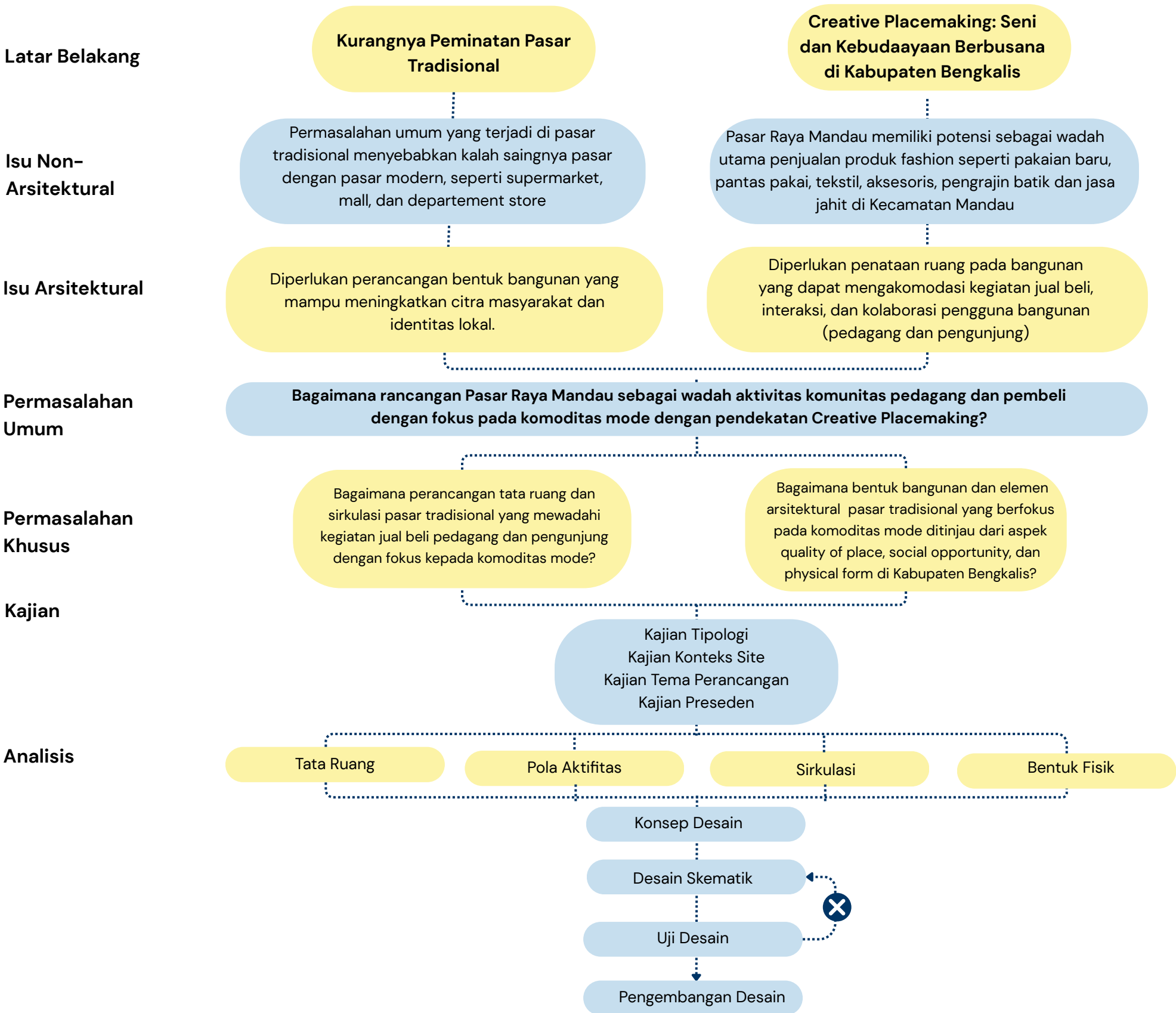
Data sekunder yang dikumpulkan melalui studi literatur berupa keadaan tapak dan bangunan eksisting, isu-isu, kajian teori, kajian preseden, dan peraturan.

METODE PENGUJIAN DESAIN

1. Ceklis kesesuaian parameter dengan hasil rancangan
2. Kuisisioner: Digunakan sebagai wujud keberhasilan rancangan sesuai parameter dengan menyasar komunitas pedagang dan pengunjung sebagai pengguna utama bangunan.
3. Simulasi kenyamanan visual (pencahayaan) menggunakan software Velux untuk menguji pencahayaan alami bangunan
4. Ceklis SNI Pasar Rakyat

METODE & KERANGKA BERPIKIR

KERANGKA BERPIKIR



Gambar 1.3. Kerangka Berpikir
Sumber: Penulis (2025)

KEUNGGULAN, ORIGINALITAS, DAN KEBARUAN

Tabel 1.1. Tabel Originalitas dan Kebaruan
Sumber: Analisis Penulis (2025)

JUDUL	TAHUN	PENULIS	PERSAMAAN	PERBEDAAN
PERANCANGAN PASAR TRADISIONAL PANAKKUKANG DI KOTA MAKASSAR DENGAN PENDEKATAN PADA KARAKTER BUDAYA JUAL BELI DAN OPTIMALISASI PENGHAWAAN ALAMI	2023	Andi Rafidah Salimah	Fungsi bangunan sama, yaitu pasar tradisional. Sehingga menggunakan kajian dan acuan perancangan yang sama	- Lokasi perancangan berbeda - Pendekatan perancangan Karakter Budaya Jual Beli yang berbeda dengan Creative Placemaking
PERANCANGAN PASAR TRADISIONAL RUMAH TIGA DENGAN PENDEKATAN CRITICAL REGIONALISM DI AMBON	2024	Zulfahmi Kelrey	Fungsi bangunan sama, yaitu pasar tradisional. Sehingga menggunakan kajian dan acuan perancangan yang sama.	- Lokasi perancangan berbeda - Menggunakan pendekatan regionalisme kritis yang memfokuskan pada bentuk bangunan dan karakteristik perdagangan di kawasan tepi pantai.
PERANCANGAN BOROBUDUR CREATIVE HUB DI MAGELANG DENGAN PENDEKATAN CREATIVE PLACEMAKING	2023	Adilah Nur Khairunni sa	Menggunakan pendekatan creative placemaking, terdapat kemiripan variabel, parameter, dan pengujian perancangan.	Fungsi bangunan dan lokasi perancangan berbeda, sehingga terdapat perbedaan kajian dan metode analisis data dan evaluasinya.



BAB II

KAJIAN PERANCANGAN

Kajian Tipologi Bangunan
Kajian Lokasi Perancangan
Kajian Tema Perancangan
Kajian Preseden

KAJIAN TIPOLOGI BANGUNAN

PASAR RAKYAT

DEFINISI PASAR

Pada Peraturan Presiden Nomor 112 tahun 2007, pasar didefinisikan 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. Menurut KBBI, pasar diartikan sebagai tempat orang berjual beli. Dari kedua definisi tersebut, pasar adalah sebutan untuk suatu tempat dimana terdapat proses transaksi didalamnya. Adapun pengertian pasar tradisional menurut Peraturan Presiden Nomor 112 tahun 2007 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 atau 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.

JENIS PENGELOLAAN PASAR

Berdasarkan laporan hasil penelitian dari Kementerian Perdagangan RI (Kemenper dalam Tambunan Tulus, 2020), dijelaskan bahwa pasar rakyat yang ada di Indonesia dijalankan dalam berbagai ragam pengelola diantaranya:

- Pasar rakyat milik BUMD yang dikelola SKPD (Satuan Kerja Perangkat Daerah) seperti Dinas Perdagangan, Dinas Pertanian, Dinas Pengelolaan Pasar, Dinas UMKM dan Koperasi, dan UPT Pasar,
- pasar rakyat milik BUMD yang dikelola oleh perusahaan daerah, Perseroan Terbatas (PT), dan jenis lembaga lainnya
- pasar rakyat milik BUMD yang dikelola oleh perusahaan daerah, Perseroan Terbatas (PT), dan jenis lembaga lainnya

- pasar rakyat milik pemerintah yang dikelola swasta
- pasar rakyat milik BUMD yang dikelola swasta pasar rakyat yang dikelola bersama antara pemerintah dan swasta, atau BUMD dan swasta
- pasar rakyat milik swasta pasar rakyat milik masyarakat, terutama desa adat. Dari berbagai ragam pengelolaan pasar tersebut,

KLASIFIKASI PASAR RAKYAT

Berdasarkan **Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 37/M-DAG/PER/5/2017** tentang Pedoman Pembangunan dan Pengelolaan Sarana Perdagangan, pasar rakyat diklasifikasikan atas empat tipe, yaitu:

- **Pasar Rakyat tipe A** merupakan pasar rakyat dengan operasional pasar harian, jumlah kapasitas pedagang paling sedikit 400 orang, dan/atau luas lahan paling sedikit 5000m²
- **Pasar Rakyat tipe B** merupakan pasar rakyat dengan operasional pasar paling sedikit tiga hari dalam satu minggu, jumlah kapasitas pedagang paling sedikit 275 orang, dan/atau luas lahan paling sedikit 4000 m².
- **Pasar Rakyat tipe C** merupakan pasar rakyat dengan operasional pasar paling sedikit dua kali dalam satu minggu, kapasitas pedagang paling sedikit 200 orang, dan/atau luas lahan paling sedikit 3000 m²
- **Pasar Rakyat tipe D** merupakan pasar rakyat dengan operasional pasar paling sedikit satu kali dalam seminggu, jumlah kapasitas pedagang paling sedikit 100 orang, dan/atau luas lahan paling sedikit 2000 m².

KAJIAN TIPOLOGI BANGUNAN

ACUAN PERANCANGAN: STANDARISASI PERANCANGAN PASAR RAKYAT (SNI 8512:2015)

SNI 8512:2015 adalah standar nasional yang mengatur tata cara perancangan pasar rakyat di Indonesia. Standar ini bertujuan untuk menciptakan pasar rakyat yang aman, nyaman, sehat, dan berkelanjutan serta sesuai dengan kebutuhan pedagang dan pengunjung.

Prinsip Utama dalam SNI 8512:2015

- Meningkatkan kualitas pasar rakyat agar lebih modern dan tertata.
- Memastikan aksesibilitas bagi semua pengguna, termasuk penyandang disabilitas.
- Mendukung sistem sirkulasi yang baik untuk pejalan kaki, kendaraan, dan barang.
- Mewujudkan lingkungan yang sehat dengan manajemen sanitasi dan pengelolaan limbah yang baik.
- Memastikan keamanan dan keselamatan dengan sistem evakuasi yang jelas.

Variabel Arsitektural dalam Perancangan Pasar Rakyat

A. Tata Letak dan Zonasi

Pasar rakyat harus memiliki pembagian zona yang jelas berdasarkan jenis barang dagangan dan kebutuhan operasional, seperti:

- **Zona Basah** → Untuk produk segar seperti ikan, daging, dan sayuran.
- **Zona Kering** → Untuk pakaian, barang elektronik, dan kebutuhan rumah tangga.
- **Zona Makanan** → Untuk warung makan dan kios kuliner.
- **Zona Servis** → Area parkir, toilet, tempat sampah, dan ruang administrasi.

B. Sirkulasi dan Aksesibilitas

- Akses Pejalan Kaki → Trotoar yang cukup lebar dengan jalur pemandu untuk tunanetra.
- Akses Difabel → Ramp dengan kemiringan maksimal 1:12 dan lebar minimal 90 cm.
- Sirkulasi Barang → Jalur khusus untuk bongkar muat barang agar tidak mengganggu pengunjung.
- Tempat Parkir → Area parkir yang memadai untuk kendaraan umum, pribadi, dan difabel.

C. Pencahayaan dan Ventilasi

- Pencahayaan alami → Pasar harus memiliki bukaan yang cukup untuk mengurangi konsumsi energi.
- Pencahayaan buatan → Menggunakan lampu hemat energi sesuai SNI 03-6574-2001.
- Ventilasi silang → Untuk memastikan aliran udara yang baik dan mengurangi bau tidak sedap.

D. Keamanan dan Keselamatan

- Jalur Evakuasi → Minimal dua akses keluar dengan lebar cukup.
- Sistem Pemadam Kebakaran → Tersedianya alat pemadam api ringan (APAR) di setiap zona.
- Material Bangunan → Menggunakan bahan tahan api dan struktur yang kokoh.

E. Sanitasi dan Pengelolaan Limbah

- Saluran air kotor → Dipisahkan antara limbah organik dan non-organik.
- Tempat Sampah → Setiap area harus memiliki tempat sampah yang mudah dijangkau.
- Fasilitas Toilet → Memadai, bersih, dan tersedia bagi penyandang disabilitas.

Tabel 2.1. Standar Ruang Pasar Tradisional

Sumber: SNI 8512 tentang Pasar Rakyat (2015)

No.	Kriteria	Tipe I	Tipe II	Tipe III	Tipe IV
1.	Jumlah pedagang terdaftar	> 750 orang	501 – 750 orang	250 - 500 orang	< 250 orang
Persyaratan Teknis					
2.	Ukuran luas ruang dagang	Minimal 2 m ²	Minimal 2 m ²	Minimal 2 m ²	Minimal 1 m ²
3.	Jumlah Pos Ukur Ulang	Minimal 2 Pos	Minimal 2 Pos	Minimal 2 Pos	Minimal 1 Pos
4.	Zonasi	- Pangan basah - Pangan kering - Siap saji - Non pangan - Tempat pemotongan unggas hidup	- Pangan basah - Pangan kering - Siap saji - Non pangan - Tempat pemotongan unggas hidup	- Pangan basah - Pangan kering - Siap saji - Non pangan - Tempat pemotongan unggas hidup	- Pangan basah - Pangan kering - Siap saji - Non pangan - Tempat pemotongan unggas hidup
5.	Area parkir	Proporsional dengan luas lahan pasar	Proporsional dengan luas lahan pasar	Proporsional dengan luas lahan pasar	Proporsional dengan luas lahan pasar
6.	Area bongkar muat barang	Tersedia khusus	Tersedia khusus	ada	ada
7.	Akses untuk masuk dan keluar kendaraan	Terpisah	Terpisah	ada	ada
8.	Lebar koridor/gangway	Minimal 1,8 m	Minimal 1,8 m	Minimal 1,5 m	Minimal 1,2 m
9.	Kantor pengelola	di dalam lokasi pasar	di dalam lokasi pasar	di dalam lokasi pasar	ada
10.	Lokasi toilet dan Kamar mandi (terpisah antara pria dan wanita)	Minimal berada pada 4 lokasi yang berbeda	Minimal berada pada 3 lokasi yang berbeda	Minimal berada pada 2 lokasi yang berbeda	Minimal berada pada 1 lokasi
11.	Jumlah toilet pada satu lokasi	Minimal 4 toilet pria dan 4 toilet wanita	Minimal 3 toilet pria dan 3 toilet wanita	Minimal 2 toilet pria dan 2 toilet wanita	Minimal 1 toilet pria dan 1 toilet wanita
12.	Tempat penyimpanan bahan pangan basah bersuhu rendah / lemari pendingin	ada	ada	--	--
13.	Tempat cuci tangan	Minimal berada pada 4 lokasi yang berbeda	Minimal berada pada 3 lokasi yang berbeda	Minimal berada pada 2 lokasi yang berbeda	Minimal berada pada 1 lokasi
14.	Ruang Menyusui	Minimal 2 ruang	Minimal 1 ruang	ada	ada
15.	CCTV	Minimal berada pada 2 lokasi yang berbeda	Minimal berada pada 2 lokasi yang berbeda	Minimal berada pada 1 lokasi	--
16.	Ruang peribadatan	Minimal 2 ruang	Minimal 1 ruang	Minimal 1 ruang	ada
17.	Ruang bersama	ada	ada	ada	--
18.	Pos kesehatan	ada	ada	ada	ada
19.	Pos keamanan	ada	ada	ada	ada
20.	Area merokok	ada	ada	ada	ada
21.	Ruang disinfektan	ada	ada	ada	--
22.	Area penghijauan	ada	ada	ada	ada
23.	Tinggi anak tangga (untuk pasar dengan 2 lantai)	Maksimal 18 cm	Maksimal 18 cm	Maksimal 18 cm	Maksimal 18 cm
24.	Tinggi meja tempat penjualan dari lantai, di zona pangan	Minimal 60 cm	Minimal 60 cm	Minimal 60 cm	Minimal 60 cm
25.	Akses untuk kursi roda	ada	ada	--	--
26.	Jalur evakuasi	ada	ada	ada	ada

Tabel 1 - lanjutan

No.	Kriteria	Tipe I	Tipe II	Tipe III	Tipe IV
27.	Tabung pemadam kebakaran	ada	ada	ada	ada
28.	Hidran air	ada	ada	--	--
29.	Pengujian kualitas air bersih	Setiap 6 bulan	Setiap 6 bulan	Setiap 1 tahun	Setiap 1 tahun
30.	Pengujian limbah cair	Setiap 6 bulan	Setiap 6 bulan	Setiap 1 tahun	Setiap 1 tahun
31.	Ketersediaan tempat sampah	- setiap toko/kios/los/jongko/konter/pelataran - setiap fasilitas pasar	- setiap toko/kios/los/jongko/konter/pelataran - setiap fasilitas pasar	- setiap toko/kios/los/jongko/konter/pelataran - setiap fasilitas pasar	- setiap toko/kios/los/jongko/konter/pelataran - setiap fasilitas pasar
32.	Alat angkut sampah	ada	ada	ada	ada
33.	Tempat pembuangan sampah sementara	ada	ada	ada	ada
34.	Pengelolaan sampah berdasarkan 3R	ada	ada	ada	ada
35.	Sarana telekomunikasi	ada	ada	ada	ada
Persyaratan Pengelolaan					
36.	Informasi identitas pedagang	ada	ada	ada	ada
37.	Informasi kisaran harga	ada	ada	ada	ada
38.	Informasi zonasi pasar	ada	ada	ada	ada
39.	Prosedur Kerja /SOP	ada	ada	ada	ada
40.	Struktur Pengelola	- Kepala Pasar, - Bidang Administrasi dan Keuangan, - Bidang Keterlibatan dan Keamanan, - Bidang Pemeliharaan dan Kebersihan, - Bidang Pelayanan Pelanggan dan Pengembangan Komunitas.	- Kepala Pasar - Bidang Administrasi, Keuangan, Pelayanan Pelanggan dan Pengembangan Komunitas - Bidang Ketertiban dan Keamanan; - Bidang Pemeliharaan dan Kebersihan.	- Kepala Pasar - Bidang Administrasi, Keuangan, Pelayanan Pelanggan dan Pengembangan Komunitas - Bidang Ketertiban, Keamanan, Pemeliharaan, dan Kebersihan.	- Kepala Pasar, - Administrasi, Keuangan, Pelayanan Pelanggan dan Pengembangan Komunitas - Bidang Ketertiban, Keamanan, Pemeliharaan, dan Kebersihan.
41.	Jumlah pengelola	Minimal 5 orang	Minimal 4 orang	Minimal 3 orang	Minimal 2 orang
42.	Pelaksanaan sidang tera/ tera ulang	Minimal 1 kali dalam 1 tahun	Minimal 1 kali dalam 1 tahun	Minimal 1 kali dalam 1 tahun	Minimal 1 kali dalam 1 tahun
43.	Program pengembangan dan aktivasi pasar	ada	ada	ada	ada
44.	Program pemberdayaan komunitas pasar	ada	ada	ada	ada

KAJIAN TIPOLOGI BANGUNAN

POLA TATA RUANG

Menurut Francis D.K. Ching (1996), pola tata ruang adalah susunan ruang yang memiliki keterkaitan satu sama lain berdasarkan fungsi, kedekatan, atau alur pergerakan di antara ruang-ruang tersebut¹. Pola tata ruang ini mengatur bagaimana ruang-ruang diorganisasikan sehingga membentuk tatanan yang harmonis dan fungsional. Berdasarkan dari peraturan pemerintah no. 69 tahun 1996 mengenai Pelaksanaan Hak dan Kewajiban, serta Bentuk dan Tata Cara Peran Serta Masyarakat dalam Penataan Ruang, yang dimaksud dari Tata Ruang adalah wujud atau bentukan dari struktur dan pola pemanfaatan ruang, baik direncanakan atau diluar rencana. Penataan ruang adalah bagian dari proses perencanaan tata ruang, pemanfaatan ruang, dan pengendalian pemanfaatan ruang.

Pola tata ruang dalam dapat dibahas ke dalam elemen-elemen berikut:

1. Orientasi

Orientasi ruang adalah batasan ruang atau lokasi yang ditempati serta hubungan dengan ruang atau lokasi lainnya

2. Posisi

Nama-nama dari ruang akan menunjukan keadaan spesifik dari masing-masing ruang yang berhubungan dengan ciri fisik, fungsi, hubungan letak, ataupun posisi (Tjahjono, 1990)

3. Fungsi

Selia (2011) mengatakan bahwa fungsi adalah suatu kegunaan yang harus dipebuhi untuk melakukan aktivitas dalam ruang tersebut sehingga memenuhi suatu kebutuhan.

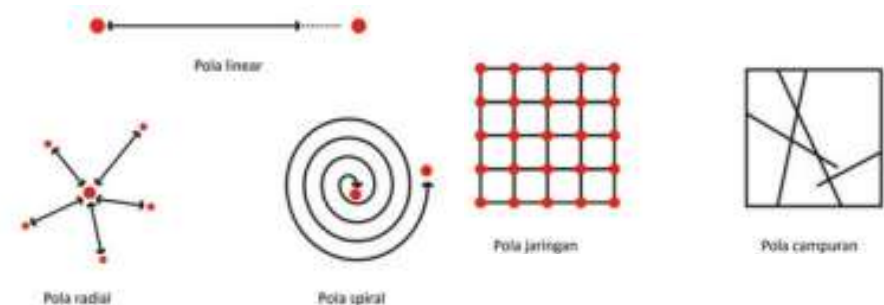
Menurut Geoffrey Boardbent dalam arsitektur, fungsi dapat digolongkan menjadi 6:

- Penangkal factor lingkungan
- Wadah kegiatan
- Fungsi simbolik
- Pengaruh perilaku
- Fungsi Estetika.

4. Organisasi

D.K Ching (1996) berpendapat bahwa organisasi ruang pada pasar dapat terbagi menjadi lima jenis, yaitu:

- Linear
- Radial
- Spiral
- Grid
- Campuran



Gambar 2.1. Organisasi Ruang
Sumber: D.K. Ching (1996)

Tata Ruang pada Pasar Rakyat

Pasar tradisional pada umumnya diorganisasikan dengan pola zoning yang membedakan area berdasarkan jenis komoditas, seperti area pangan basah (ikan, daging, sayur) dan area kering (pakaian, plastik, makanan kering). Zonasi ini bisa bersifat horizontal (pemisahan area di lantai berbeda) maupun vertikal.

KAJIAN TIPOLOGI BANGUNAN

TIPOLOGI SIRKULASI PASAR

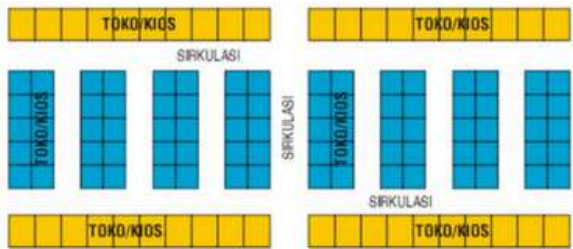
Menurut Francis DK Ching (1991) sirkulasi dapat diartikan sebagai tali pergerakan yang menghubungkan ruang pada bangunan atau bagian satu dengan yang lain di dalam maupun diluar bangunan. Dalam perancangan sebuah pasar, sangat penting untuk mengetahui bagaimana pola-pola sirkulasi yang biasa dilakukan oleh manusia (D.K. Ching, 2007) yang nantinya akan mempengaruhi bagaimana penempatan komoditas, kios-kios atau los, parkir, dan entrance.

Menurut Hakim dalam (Zabdi, 2016) Berdasarkan fungsinya, sirkulasi dibagi menjadi 3 yaitu:

- 1.Sirkulasi manusia
- 2.Sirkulasi Kendaraan
- 3.Sirkulasi barang

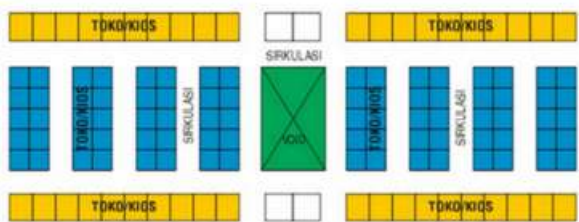
Sedangkan menurut D.K. Ching (2007) Pola sirkulasi dapat dibagi menjadi beberapa, yaitu:

- 1.Pola dengan Koridor Banyak



Gambar 2.2. Pola Tata Ruang dan Sirkulasi
Sumber: D.K. Ching, 2007

- 2. Pola Plaza



Gambar 2.3. Pola Tata Ruang dan Sirkulasi
Sumber: D.K. Ching, 2007

PERSENTASE LUASAN SIRKULASI

Berdasarkan Time Saver Standards for Building Types, berikut adalah persentase standar sirkulasi yang dapat digunakan adalah sebagai berikut :

- 5-10% : Standar minimum sirkulasi
- 20% : Kebutuhan keleluasaan sirkulasi
- 30% : Kenyamanan fisik
- 40% : Kenyamanan psikologis
- 50% : Standar kegiatan yang spesifik
- 70-100% : Terkait dengan banyak kegiatan

KAJIAN TIPOLOGI BANGUNAN

KOMODITAS MODE

1. Mode

Mode (fashion) menjadi elemen penting dalam tampilan dan gaya hidup sehari-hari. Menurut (N, 2015) Fashion merupakan salah satu atribut yang digunakan untuk menunjang gaya berpakaian dan penampilan seseorang dalam kehidupan sehari-hari, atau pada sebuah acara tertentu sebagai bentuk identitas seseorang. Selain itu, fashion juga berfungsi sebagai sebuah refleksi ukuran status sosial dan ekonomi seseorang. Elemen busana seperti baju, celana, aksesoris, dan gaya rambut tidak hanya berfungsi sebagai hiasan, tetapi juga memiliki fungsi komunikatif sebagai representasi diri dan berekspresi (Barnard, 2011). Dalam perkembangannya, fashion juga merambah ke berbagai benda fungsional yang dipadukan dengan desain menarik dan modern, sehingga mampu merefleksikan serta meningkatkan citra diri pemakai.

2. Kecenderungan Berbelanja Produk Fashion

Salah satu kebutuhan pokok manusia adalah pakaian, yang memiliki merek dan kualitas yang sangat bervariasi. Dengan beraneka ragam variasi pakaian, pelanggan perlu hati-hati dan penuh pertimbangan. Hal ini dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal berasal dari konsumen sendiri, seperti pendapatan, pendidikan, usia, dan status pekerjaan. Faktor eksternal berasal dari kualitas produk, merek, harga, dan kemasan, dan lain-lain (Afandri, 2021). Menurut Swastha dan Irawan dalam Afandri (2025), terdapat faktor yang dapat menenrukan ketertarikan konsumen, hal ini adalah kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi kecil, keluarga, pengalaman, kepribadian, sikap, kepercayaan dan konsep diri.

Di Kecamatan Mandau, konsumen cenderung memadukan pola belanja modern (online) dan tradisional (langsung ke penjual), dengan peningkatan minat pada produk fashion yang up-to-date, berkualitas, dan sesuai dengan identitas budaya lokal.

3. Budaya Berpakaian di Kota Duri, Kabupaten Bengkalis

Menurut Badan Pusat Statistik Kabupaten Bengkalis, sebanyak 66,8% penduduk Kecamatan Mandau berasal dari suku Melayu sehingga budaya berpakaian di Kota Duri, Kabupaten Bengkalis, erat kaitannya dengan kebudayaan masyarakat Melayu Riau yang menjadi mayoritas etnis di wilayah ini. Busana Melayu Riau yang khas merupakan bagian integral dari tradisi masyarakat setempat yang memegang teguh nilai kesopanan, keagamaan, dan identitas budaya.

Meski mendapat tantangan dari perubahan zaman, pelestarian budaya melalui pendidikan dan regulasi menjadi kunci menjaga keaslian dan makna budaya berpakaian tradisional ini. Pemerintah daerah Kabupaten Bengkalis juga berupaya melestarikan budaya ini melalui regulasi dan kegiatan budaya seperti pawai adat, pertunjukan seni, dan pendidikan kebudayaan di sekolah-sekolah (Diskominfotik Bengkalis, 2018).

KAJIAN LOKASI PERANCANGAN

Gambaran Lokasi Makro



Gambar 2.4. Wilayah Kabupaten Bengkalis
Sumber: Google Maps (2025)

Kabupaten Bengkalis terletak di Provinsi Riau, Indonesia, dan berbatasan langsung dengan Selat Malaka di sebelah utara. Secara geografis, kabupaten ini terdiri dari wilayah daratan di Pulau Sumatra dan beberapa pulau di sekitarnya, termasuk Pulau Bengkalis dan Pulau Rupat. Wilayah ini memiliki topografi yang relatif datar dengan banyak lahan gambut, hutan, dan perkebunan kelapa sawit. Kabupaten Bengkalis beriklim tropis dengan curah hujan yang cukup tinggi sepanjang tahun.

Gambaran Lokasi Mikro



Gambar 2.5. Wilayah Kecamatan Mandau
Sumber: Google Maps (2025)

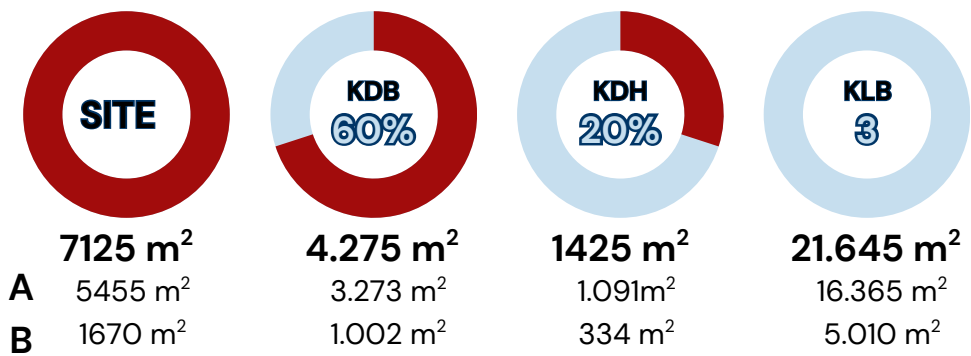
Kecamatan Mandau merupakan salah satu kecamatan yang berada di Kota Duri yang secara administratif dikelola oleh Kabupaten Bengkalis. Kecamatan ini merupakan kecamatan terbesar ketiga di Kabupaten Bengkalis setelah Kecamatan Pinggir dan Kecamatan Bukit Batu, dengan luas wilayah mencapai 937,47 km² (Amani, 2025). Kecamatan ini terletak di bagian barat daya Kabupaten Bengkalis dan berbatasan dengan Kota Duri, yang merupakan pusat perekonomian dan perdagangan utama di daerah ini. Mandau memiliki infrastruktur yang cukup berkembang, terutama karena keberadaan industri minyak dan gas yang beroperasi di sekitar wilayah Duri. Kecamatan Mandau terdiri dari 11 kelurahan dan 126 Rukun Warga.

KAJIAN LOKASI PERANCANGAN

KAJIAN TAPAK



Jl. Jenderal Sudirman No.245, Balik Alam, Kec. Mandau, Kabupaten Bengkalis, Riau 28784



Tapak berada di tapak eksisting terbangunnya Pasar Raya Mandau. Pasar Raya Mandau adalah salah satu pusat perdagangan utama di Kecamatan Mandau. Pasar Raya Mandau dikenal menyediakan komoditas pakaian bekas, selain itu juga menjual komoditas mode lainnya seperti sepatu, pakaian, dan aksesoris dalam kondisi baru. Pasar ini berada di Jalan Sudirman yang merupakan sentra ekonomi Kecamatan Mandau, sehingga pada tapak ini dominan dikelilingi oleh pertokoan dan pemukiman warga.



Gambar 2.6. Site Pasar Raya Mandau
Sumber: Google Earth, disunting pada 2025



VISTA

Sumber:
Dokumentasi
Penulis (2025)

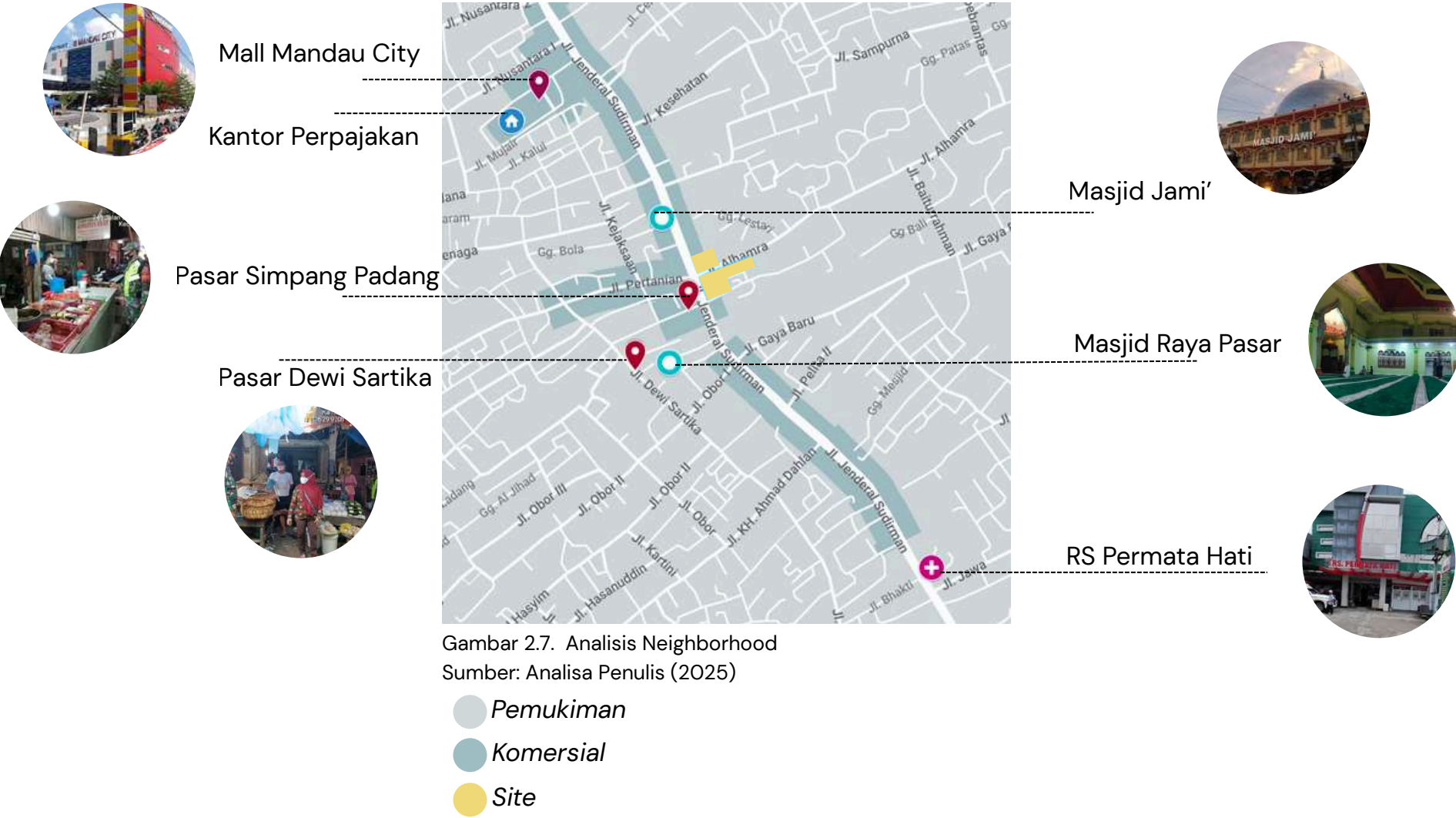


VIEW

Sumber: Google
Earth (2025)

KAJIAN LOKASI PERANCANGAN

Konteks Sekitar Tapak



Selain berbagai pertokoan disekitar Pasar Raya Mandau, terdapat juga berbagai fasilitas umum seperti rumah sakit, pasar tradisional, Masjid, Kantor Perpajakan, dan Bank/ATM. Dengan hal ini, lokasi tapak yang berada di Jalan Sudirman menjadi strategis karena masih sering dilalui oleh pengendara maupun pengguna fasilitas yang berkepentingan, sehingga terdapat peluang teridentifikasinya Pasar Raya Mandau sebagai pasar rakyat yang berfokus pada mode.

KAJIAN LOKASI PERANCANGAN

Data Iklim Kabupaten Bengkalis

Suhu Rata-Rata di Bengkalis

Musim panas berlangsung selama 4,7 bulan, dari 15 Februari sampai 7 Juli, dengan suhu tertinggi harian rata-rata di atas 31°C. Bulan terpanas dalam setahun di Bengkalis adalah Mei, dengan rata-rata suhu terendah 25°C dan tertinggi 31°C.

Musim dingin berlangsung selama 1,8 bulan, dari 29 November sampai 22 Januari, dengan suhu tertinggi harian rata-rata di bawah 30°C. Bulan terdingin dalam setahun di Bengkalis adalah Desember, dengan rata-rata terendah 24°C dan tertinggi 30°C.

Curah Hujan

Curah hujan sepanjang tahun in Bengkalis. Bulan dengan curah hujan terbanyak di Bengkalis adalah November, dengan rata-rata curah hujan 235 milimeter.

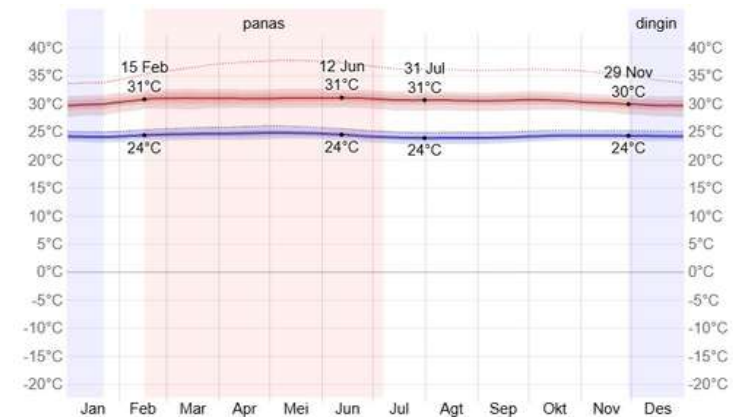
Bulan dengan curah hujan paling sedikit di Bengkalis adalah Juni, dengan curah hujan rata-rata 114 milimeter.

Tingkat Kelembaban di Kabupaten Bengkalis

Tingkat kelembaban yang dirasakan di Bengkalis, yang diukur dengan persentase waktu di mana tingkat kenyamanan kelembaban lembab dan panas, menyesakkan, atau menyengsarakan, tidak bervariasi secara signifikan sepanjang tahun, tetap konstan 100% sepanjang tahun

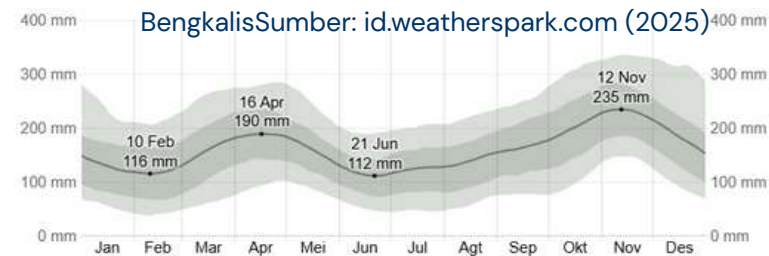
Wind Rose di Kabupaten Bengkalis

Berdasarkan data kecepatan dan arah angin pada grafik, angin dominan di wilayah Kecamatan Mandau berasal dari arah timur laut. Hal ini terlihat dari pola grafik angin yang menunjukkan konsistensi arah tersebut sepanjang periode waktu yang ditampilkan.



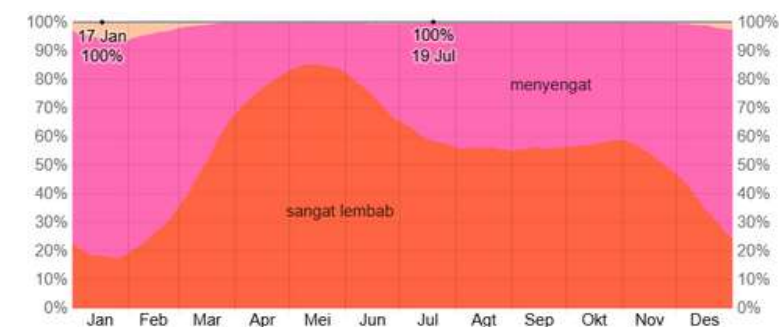
Gambar 2.8. Suhu Harian di Kabupaten

BengkalisSumber: id.weatherspark.com (2025)



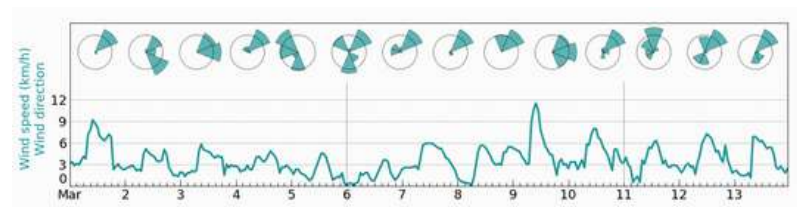
Gambar 2.9. Curah Hujan di Kabupaten Bengkalis

Sumber: id.weatherspark.com (2025)



Gambar 2.10. Tingkat kelembaban di Kabupaten Bengkalis

Sumber: id.weatherspark.com (2025)



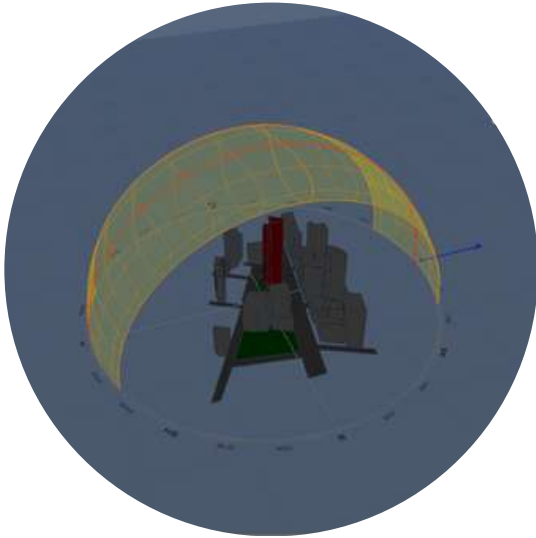
Gambar 2.11. Windrose di Kecamatan Mandau

Sumber: id.weatherspark.com (2025)

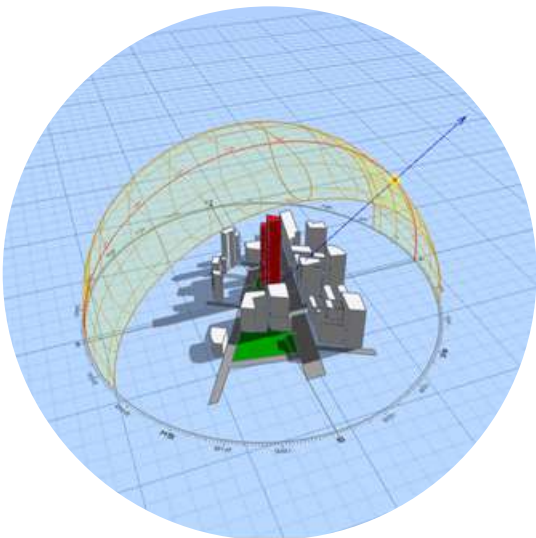
KAJIAN LOKASI PERANCANGAN

Analisis Sun Path pada Tapak

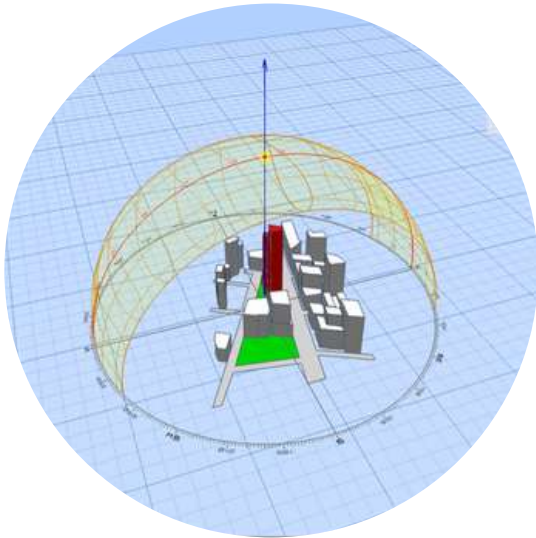
06.20 WIB



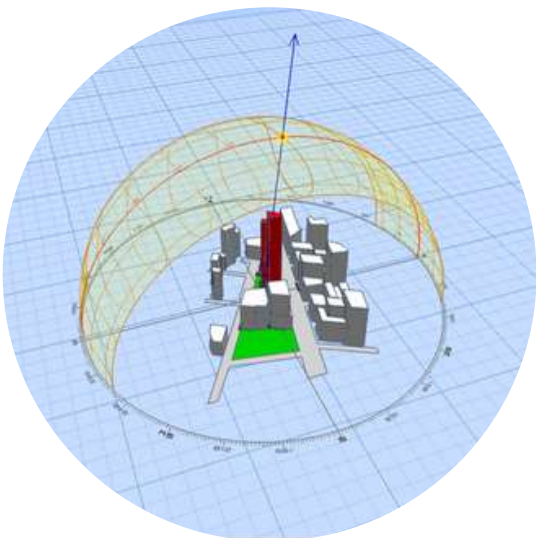
09.00 WIB



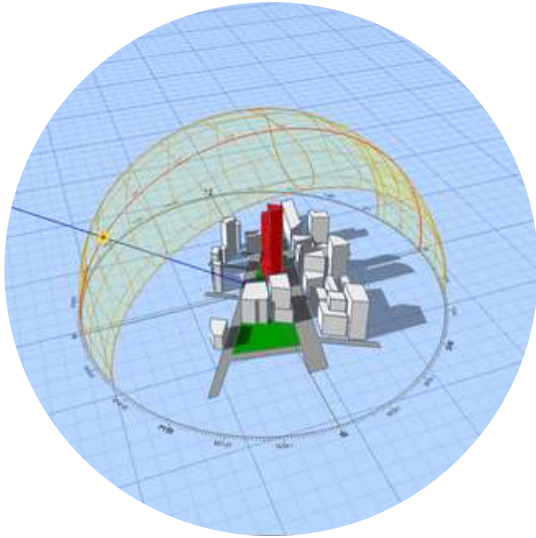
12.00 WIB



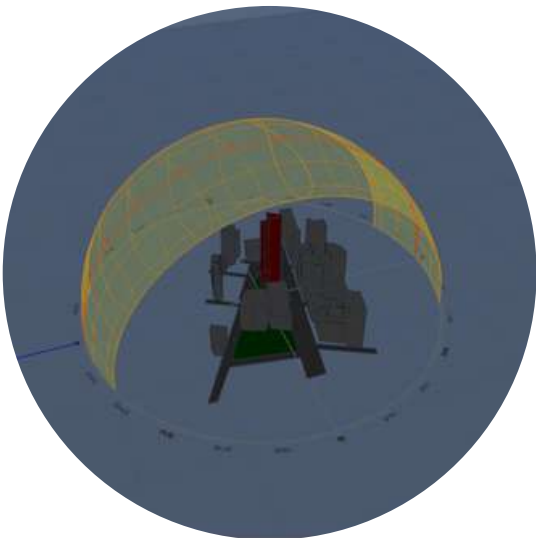
12.23 WIB



16.00 WIB



18.27 WIB



Gambar 2.12. Sunpath
Sumber:

KAJIAN LOKASI PERANCANGAN

ANALISIS TAPAK: SIRKULASI



Gambar 2.13. Analisis Sirkulasi
Sumber:Google Maps disunting oleh Penulis (2025)

Tapak dapat diakses melalui Jl. Sudirman dan Jalan Alhamra. Jalan Sudirman merupakan sirkulasi primer dengan lebar jalan 15m yang dapat dilalui dua arah. Jalur ini menghubungkan Jalan Hangtuah dan Simpang Garoga. Sedangkan Jalan Alhamra merupakan jalur sirkulasi sekunder dengan lebar jalan 6m yang dapat diakses dua arah dimana jalur ini berada ditengah site sehingga site terbagi menjadi dua bagian. Sirkulasi ini menghubungkan Jalan Sudirman dengan perumahan warga sehingga perlu dipertimbangkan akses keluar-masuk tapak apabila melalui Jalan Alhamra.

KAJIAN DAN ANALISIS EKSISTING

Tata Ruang & Zonasi pada Bangunan Eksisting Pasar Raya Mandau

Tata ruang didominasi oleh fungsi kios bangunan dan sedikit los. Terdapat beberapa zona pada bangunan eksisting, yaitu los basah, kios, foodcourt, dan PKL. Berdasarkan informasi dari UPT Dinas Perindustrian dan Perdagangan, total pedagang terdaftar yaitu **80 orang**, dengan 402 kios dan 13 los dagang (Survey lapangan). Jumlah ini belum mencakup PKL yang berdagang di sekitar pasar.

Pasar Raya Mandau terbagi menjadi 2 Blok, yaitu Blok A dan Blok B dengan masing-masing blok terdiri dari dua lantai dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 2.2. Keterangan kios dagang di Pasar Raya Mandau

Blok	Lokasi	Kios		Jumlah
		Buka	Tutup	
A	Lantai 1	11	60	71
	Lantai 2	10	21	31
B	Lantai 1	34	116	150
	Lantai 2	52	98	150
Total		107	295	402

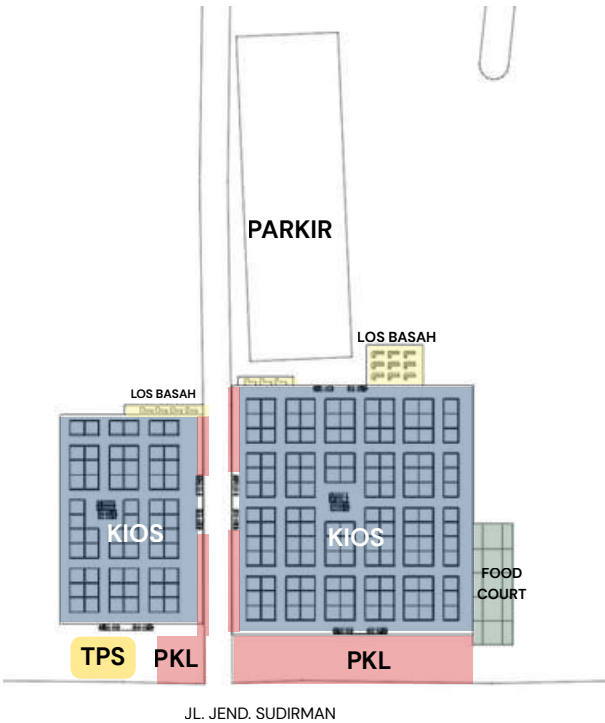
Sumber: UPT Perlindungan Konsumen dan Pengembangan Industri Kecil Menengah (IKM), 2024 dalam Amani (2025)

Berdasarkan data ini, ditemukan bahwa pedagang dapat menyewa lebih dari satu kios. Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Nurika (2018), terdapat beberapa komoditas yang dinaungi pasar ini:

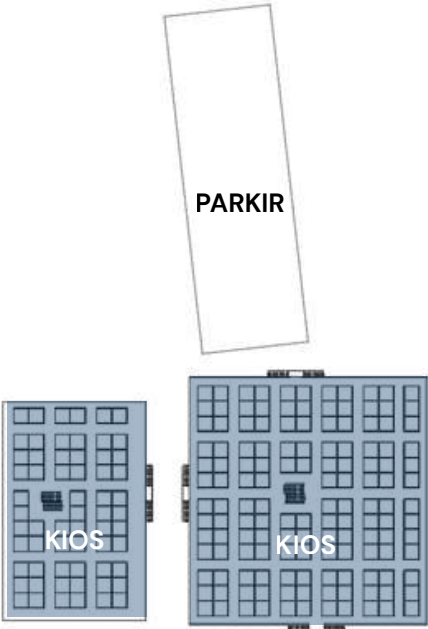
Lantai 1: Emas/perhiasan, pakaian baru, sepatu, tas, gorden, karpet, sembako, dan kebutuhan rumah tangga lain.

Lantai 2: Pakaian bekas, tekstil, sepatu, tas, dan gorden.

Kemudian juga banyak PKL yang menjajakan produk mode seperti perhiasan, alas kaki, tas, dan pakaian.



Gambar 2.14. Pola Ruang Lantai 1
Sumber: Observasi Penulis (2025)



Gambar 2.15. Pola Ruang Lantai 2
Sumber: Observasi Penulis (2025)

KAJIAN DAN ANALISIS EKSISTING

Analisis Aktifitas di Pasar Raya Mandau

Pasar Raya Mandau dikenal oleh masyarakat sebagai tempat berjualan pakaian pantas pakai (bekas) yang dijual dengan harga miring. Pertokoan diisi oleh dominan pedagang komoditas mode, seperti pakaian dalam kondisi baru, pakaian dalam kondisi bekas, aksesoris dari emas dan perak, dan alas kaki seperti sandal dan sepatu.

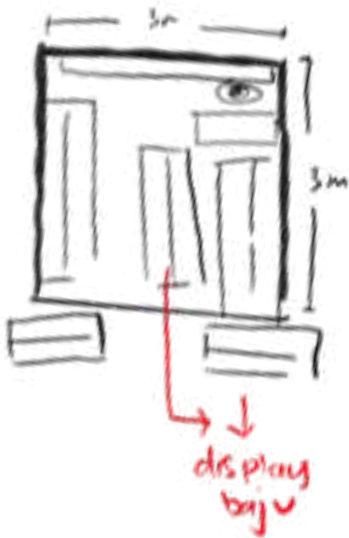
ANALISA RUANG DAGANG KOMODITAS FASHION DI PASAR EKSISTING



PAKAIAN

Gambar 2.16. Kegiatan Eksisting
Sumber: Sketsa Penulis (2025)

Di Pasar Raya Mandau, keamatan hubungan sosial antar pedagang dicerminkan oleh adanya kursi yang saling menghadap ruko didepannya. Pedagang duduk didepan kios sambil berbincang dengan pedagang lain sekaligus menawarkan ke pengunjung yang lewat.



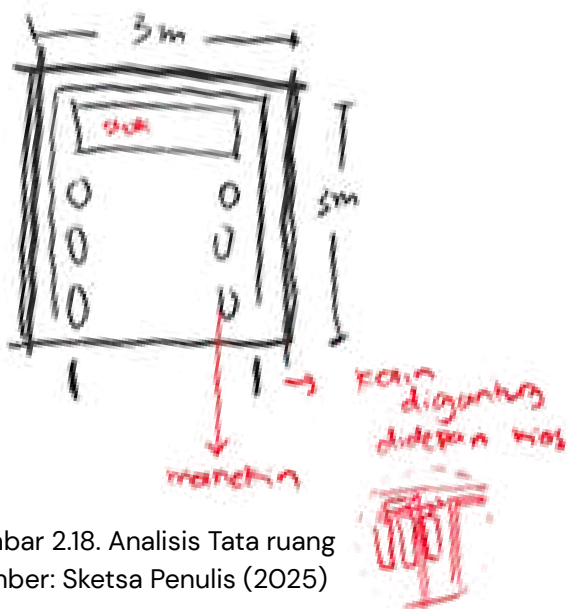
Gambar 2.17. Analisis Tata ruang
Sumber: Sketsa Penulis (2025)

TATA RUANG

Pakaian digantung pada dinding kios dan juga di display pada bagian depan toko pada jalur sirkulasi. kebanyakan kios tidak memiliki meja kasir untuk ruang display. Sehingga penyimpanana uang dibawa oleh pedagang dengan tas pinggang dan lainnya.

TEKSTIL

Pada bagian tekstil, pemajangan dagangan lebih mudah dikarenakan kain lebih tipis dan dapat dilipatm sehingga pedagang memajang kain-kain di bagian dinding, pada bagian ini juga memungkinkan meletakkan manekin



Gambar 2.18. Analisis Tata ruang
Sumber: Sketsa Penulis (2025)

ALAS KAKI



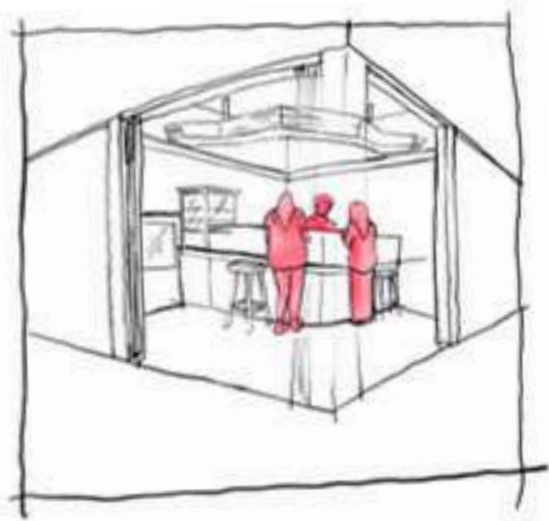
Gambar 2.19. Ruang dagang eksisting
Sumber: Sketsa Penulis (2025)

Pedagang sepatu menyusun kotak stok sebagai “meja display” sepatu yang dijual. Beberapa sepatu juga di display di dinding.

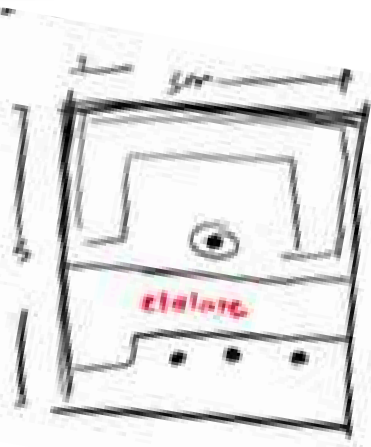
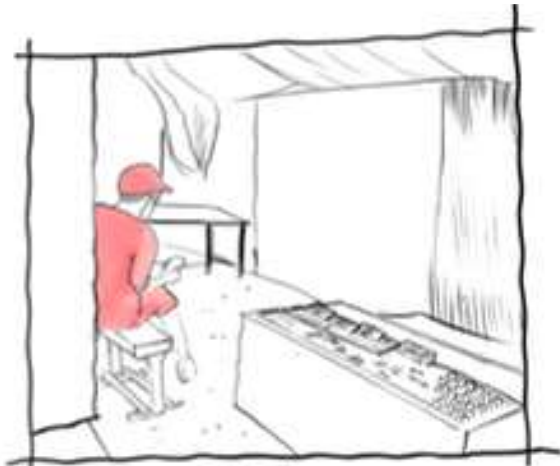
KAJIAN DAN ANALISIS EKSISTING

Analisis Aktivitas di Pasar Raya Mandau

PERHIASAN (KIOS)



PERHIASAN (PKL)



Gambar 2.20. Analisis tata ruang dan kegiatan komoditas perhiasan
Sumber: Sketsa Penulis (2025)



Gambar 2.21. Analisis tata ruang dan kegiatan komoditas perhiasan
Sumber: Sketsa Penulis (2025)

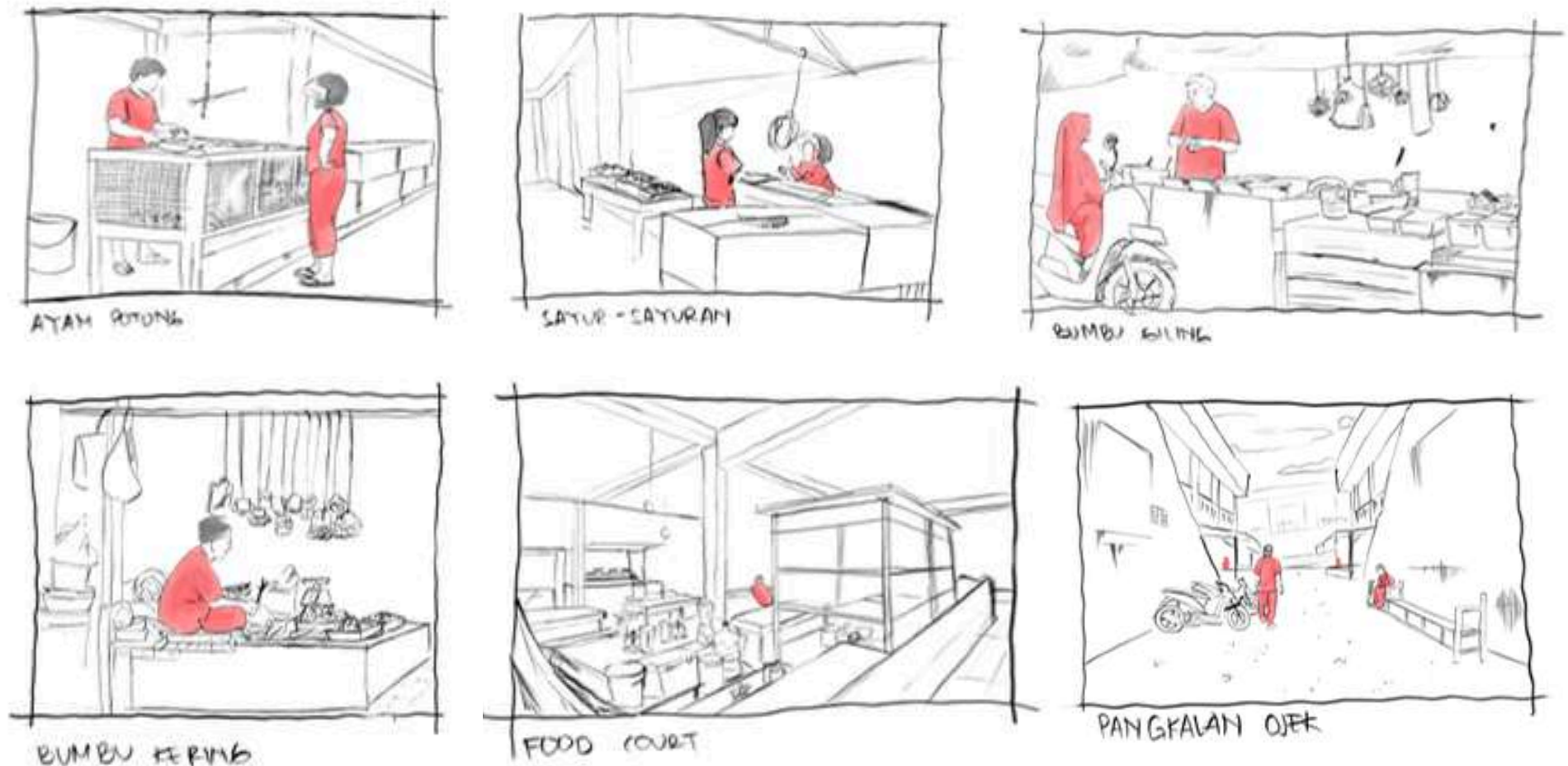
TATA RUANG

Pada bagian kios perhiasan, terdapat etalase pada bagian depan, bentuk etalase variatif tergantung dari bentuk kiosnya, sehingga pedagang emas menjajakan dagangannya dibagian tengah.

Pembeli dapat langsung melihat alternatif perhiasan yang dijajakan dan mencobanya. Waktu melihat-lihat cukup lama, sehingga disediakan kursi untuk pengunjung pada didepan etalase.

KAJIAN DAN ANALISIS EKSISTING

Analisis Aktivitas di Pasar Raya Mandau



Gambar 2.22. Kegiatan di pasar eksisting
Sumber: Sketsa Penulis (2025)

Selain sebagai pusat pertokoan, terdapat juga aktivitas perdagangan lain selain komoditas mode, tetapi kebanyakan dari komoditas ini bukan berupa pedagang tetap, melainkan PKL yang berjualan di sekitar Pasar Raya Mandau. Berdasarkan hasil wawancara, seringkali masyarakat berbelanja pakaian sambil belanja bahan pangan.

Berdasarkan hasil pengamatan, pelaku kegiatan Pasar Raya Mandau meliputi:

1. Pedagang/Penjual:

- Pedagang pakaian pantas pakai
- Pedagang pakaian baru
- Pedagang aksesoris (emas&perak)
- Pedagang bahan makanan basah
- Pedagang bahan makanan kering
- Pedagang sembako
- Pedagang warung cepat saji

2. Pembeli

3. Distributor

4. Pengelola pasar

- Pegawai UPT Disperindag
- Petugas Keamanan
- Petugas Kebersihan

5. Transportasi Umum

- Angkutan Umum
- Ojek Online

KAJIAN TEMA PERANCANGAN

PLACEMAKING



Gambar 2.23. Tipologi Placemaking
Sumber: Wyckoff (2014)

Placemaking menjadi strategi yang baik untuk mengembangkan suatu Kawasan dari cakupan yang kecil hingga besar, namun placemaking ini memiliki beberapa jenis yang dapat disesuaikan kebutuhannya dengan masing masing Kawasan untuk mencapai hasil yang maksimal dan lebih efisien bagi masing masing Kawasan tersebut. Adapun jenis placemaking tersebut adalah:

1. Standard Placemaking

Standard Placemaking merupakan dasar Placemaking, Standard Placemaking mencakup semua jenis placemaking yang ada. Standard placemaking menargetkan cakupan yang kecil hingga cakupan yang besar dan menjadi awalan peningkatan infrastruktur lainnya.

2. Tactical Placemaking

Merupakan proses menciptakan tempat berkualitas dengan perubahan perubahan fisik maupun fungsi ruang secara bertahap, proses ini biasanya melibatkan komitmen jangka pendek dengan ekpektasi yang realistis dan seringkali memakan biaya yang lebih kecil. Tactical Placemaking juga berkaitan dengan Tactical Urbanism. Menurut Lydon (2013) pendekatan Tactical Urbanism biasa berguna dalam mempertimbangkan transportasi alternatif dan opsi infrastruktur lain.

3. Strategic Placemaking

Strategic Placemaking adalah proses yang ditargetkan untuk melibatkan banyak proyek atau aktivitas di suatu tempat yang menghasilkan kualitas, berkelanjutan, ramah pejalan kaki, aman dan terintegrasi dengan baik. Proses menciptakan tempat yang berkualitas dengan meningkatkan aksesibilitas, tatanan Kawasan, perkotaan dan fasilitas untuk menarik sumberdaya manusia yang berkualitas. Meraih keuntungan lebih cepat dalam kenyamanan hidup, populasi, keragaman dan pencapaian lainnya. Strategic placemaking fokus pada pembangunan Kawasan compact dan nyaman untuk menarik sumber daya manusia yang berkualitas untuk tujuan perkembangan ekonomi. Berfokus pada proyek dan aktivitas untuk menarik dan mempertahankan pekerja berkualitas menjadi target pusat pekerja, node dan koridor. Strategic placemaking dimaksudkan untuk digunakan secara spesifik untuk mencapai pembangunan ekonomi, seperti untuk menciptakan tempat yang menarik bagi pekerja.

4. Creative placemaking

Creative placemaking menggambarkan kebudayaan, kesenian, beserta ide kreatif yang termasuk dalam semua aspek pembangunan lingkungannya. Tujuan Creative placemaking diterapkan dalam pengembangan sebuah rancangan atau kegiatan seni dan budaya. Selain mengaktifkan ruang, Creative placemaking dapat membantu **membentuk identitas suatu komunitas (Wyckoff, 2014)**

Perancangan menggunakan Creative Placemaking sebagai pendekatan sebagai upaya menonjolkan potensi bangunan sebagai wadah jual beli produk mode dan identitas busana lokal dengan mengadakan wadah kolaborasi kreatif bagi pengguna bangunan.

KAJIAN TEMA PERANCANGAN

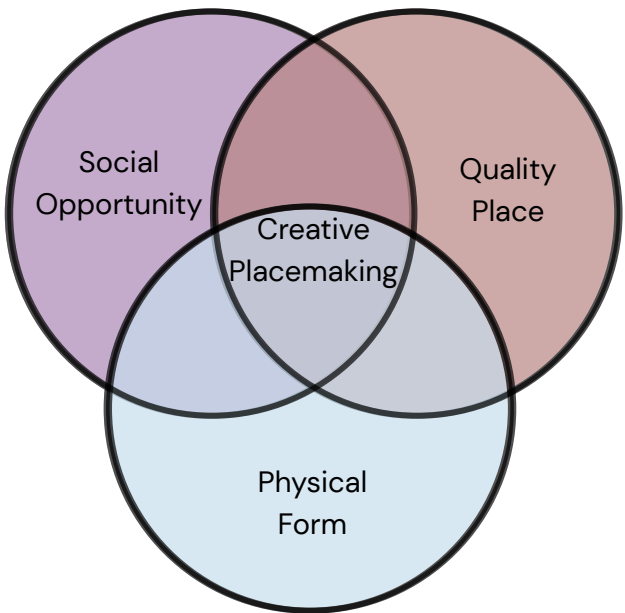
CREATIVE PLACEMAKING

Menurut Gadwa dan Markusen (2010), Creative placemaking adalah dimana mitra dari sektor publik, swasta, nirlaba, dan komunitas secara strategis membentuk karakter fisik dan sosial suatu lingkungan, kota kecil, kota besar, atau wilayah dalam kegiatan seni dan budaya.

“Creative placemaking animates public and private spaces, rejuvenates structures and streetscape, improves local business viability and public safety, and brings diverse people together to celebrate, inspire, and be inspired” – Gadwa & Markusen in Creative Placemaking (2010)

Menurut Wyckoff (2014), elemen-elemen perancangan dalam Creative placemaking dapat dianalogikan sebagai berikut:

- 1) **Form** – creates the **Stage**
- 2) **Activity** – is the **Play**
- 3) **Response** – is **how you Feel** about the Play
- 4) **Economic** – if good, the **Play makes Money** (and so will businesses nearby)
- 5) **Sense of Place** – is strong if the above are true.



Gambar 2.24. Komponen utama pada Creative Placemaking
Sumber: Wyckoff (2014)

Menurut Wyckoff (2014), Placemaking merupakan sebuah proses dimana:

QUALITY OF PLACE	=	SOCIAL OPPORTUNITY	+	PHYSICAL FORM
Kualitas ruang, suasana, ciri khas		Aktifitas, komunitas, dan kebudayaan		Panggung dari social opportunity

Sehingga perancangan harus berdasar kepada aktifitas komunitas, kebutuhan, kreatifitas, dan kebudayaan komunitas.

Berdasarkan hal ini, analisis guideline perancangan bentuk bangunan sebagai “panggung” dapat ditentukan berdasarkan potensi sosial yang ada dan kualitas ruang yang ingin dicapai.

KAJIAN TEMA PERANCANGAN

CREATIVE PLACEMAKING

Terdapat elemen-elemen pembentuk Creative Placemaking, yaitu

1. Quality Place

Placemaking adalah **proses menciptakan tempat berkualitas** yang diinginkan orang untuk tinggal, bekerja, bermain, dan belajar. *Quality place* adalah **ruang atau kawasan yang memiliki daya tarik visual, kenyamanan, keamanan, dan mendukung aktivitas sosial serta ekonomi masyarakat**. kualitas tempat sangat terkait dengan desain fisik, fungsi sosial, dan keterlibatan komunitas. **Terdapat karakteristik tempat yang berkualitas menurut Wyckoff (2014):**

- a. Keberagaman fungsi,
- b. ruang publik yang efektif,
- c. keberadaan seni dan budaya,
- d. ruang hijau,
- e. kemudahan akses,
- f. suasana yang ramah dan nyaman

Apabila karakteristik ini terpenuhi, maka hasilnya adalah ruang dengan sense of place yang baik. Menurut Wyckoff (2014) **aspek-aspek pembentuk sense of place** yaitu:

- 1) Safe
- 2) Connected
- 3) Welcoming
- 4) Allow authentic experiences
- 5) Accessible
- 6) Comfortable
- 7) Quiet
- 8) Sociable

2. Social Opportunity

Social opportunity adalah **kesempatan yang diciptakan ruang publik untuk terjadinya interaksi sosial, kolaborasi, dan partisipasi masyarakat**. Elemen ini penting agar ruang publik tidak hanya menjadi tempat lewat, tetapi juga tempat berkumpul, beraktivitas, dan membangun jejaring sosial.

3. Physical Form

Physical form merujuk pada **bentuk fisik, tata letak, atau desain spasial ruang publik atau kawasan**. Wyckoff menyatakan bahwa physical form adalah “stage” atau panggung, di mana aktivitas dan interaksi sosial terjadi, sehingga desain fisik harus mendukung terciptanya pengalaman yang positif dan bermakna. **Bentuk bangunan harus meliputi:**

- 1) Skala manusia,
- 2) Hubungan antar ruang
- 3) Walkability,
- 4) Tata massa bangunan
- 5) streetscape
- 6) Integrasi elemen arsitektur yang mendukung aktivitas sosial dan budaya
- 7) menunjukkan identitas lokal.

ANALISIS TEMA PERANCANGAN

CREATIVE PLACEMAKING: SOCIAL OPPORTUNITY

Pasar Sebagai Wadah Ekonomi dan Kreasi Bidang Mode

Pasar tradisional adalah tulang punggung perekonomian masyarakat lokal, terutama pedagang kecil dan menengah. Di Indonesia, pasar menjadi sumber penghidupan utama bagi jutaan pedagang yang menawarkan berbagai komoditas, termasuk produk fashion mulai dari pakaian jadi, bahan kain, hingga jasa jahit. **Pasar menyediakan ruang langsung bagi para pelaku UMKM untuk memasarkan produknya tanpa harus melalui rantai distribusi yang rumit dan mahal.**

Kehadiran pasar sebagai pusat ekonomi ini sangat penting untuk:

- a) Mempermudah akses konsumen terhadap produk fashion dengan harga terjangkau.
- b) Membuka lapangan pekerjaan dan sumber pendapatan bagi pelaku usaha mikro dan kecil.
- c) Memperkuat perekonomian lokal dengan menjaga sirkulasi uang di dalam komunitas.
- d) Memberikan peluang bagi inovasi produk yang responsif terhadap tren dan kebutuhan konsumen secara cepat.

Di Kecamatan Mandau, pasar tradisional seperti Pasar Raya Mandau menjadi titik sentral pergerakan ekonomi fashion. Produk yang dijual tidak hanya pakaian konvensional, tapi juga pakaian yang mencerminkan identitas lokal dan tren mode terkini yang diadaptasi sesuai daya beli masyarakat. Pasar ini menjadi arena bagi pedagang lokal dan pengrajin untuk menciptakan produk kreatif, termasuk busana yang mengakomodasi ekspresi budaya Melayu Riau sekaligus tren modern.

Faktor penting yang mendukung kreativitas di pasar mencakup:

- a) Interaksi langsung antara penjual dan pembeli yang memungkinkan feedback cepat dan personal dalam pengembangan produk.
- b) Fleksibilitas dalam produksi serta kemampuan melakukan penyesuaian segera terhadap tren dan permintaan pasar.
- c) Adanya **komunitas industri kreatif seperti penjahit, pengrajin, dan pedagang** yang saling berkolaborasi membentuk ekosistem mode yang hidup.
- d) Pemanfaatan bahan lokal dan motif tradisional sebagai pembeda identitas produk, sekaligus memperkuat nilai budaya.

ANALISIS TEMA PERANCANGAN

CREATIVE PLACEMAKING: SOCIAL OPPORTUNITY

Tren Fashion Lokal di Kecamatan Mandau, Bengkalis

Pakaian merupakan salah satu kebutuhan primer bagi masyarakat kecamatan Mandau, Kabupaten Bengkalis. Saat ini pakaian juga menjadi simbol identitas dan perkembangan budaya, status sosial, serta sarana ekspresi diri dalam dinamika sosial masyarakat Mandau. Perkembangan tren fashion juga terjadi di kecamatan Mandau, tidak hanya mengikuti pola konsumsi lokal tetapi juga menampilkan kekhasan lokal yang juga dipengaruhi oleh potensi budaya dan preferensi pembeli. Tren fashion dijabarkan sebagai berikut:



1. Batik Mandau

Pengarjin Batik Mandau membuat batik dengan corak-corak kemelayuan seperti pucuk rebung, pucuk rebung, bunga melati, daun sirih, dan nenas, bahkan simbol ekonomi daerah seperti pompa minyak yang banyak diminati dan diimplementasikan baik pada busana sehari-hari maupun pakaian khusus untuk acara adat dan formal. .



2. Pakaian Wanita

Menurut Afandri (2025), perempuan cenderung memiliki kecenderungan yang lebih besar untuk membeli produk fashion. Hal ini disebabkan oleh perilaku berbelanja wanita cenderung lebih dan lebih peduli terhadap aspek estetika dan kebutuhan busana, khususnya dalam mencari variasi, model, dan kebutuhan busana sehari-hari maupun busana muslimah yang semakin berkembang menyesuaikan mode nasional serta nilai-nilai budaya setempat.



3. Thrifting

Fenomena thrifting atau jual beli pakaian bekas layak pakai juga mendapat perhatian tinggi, terutama di kalangan generasi muda yang mengutamakan variasi model, efisiensi harga, serta kepedulian terhadap isu lingkungan. Rifqi dalam wawancara, "Suka belanja baju bekas gitu karena suka model-model baju lama, dan harganya lebih murah juga kalau di pasar. Kayak 150 ribu bisa dapat 3". Hal ini menjelaskan preferensi dalam membeli pakaian bekas di pasar lebih variatif, terjangkau, dan sesuai dengan ketertarikan personal pembeli. Aktivitas perdagangan pakaian bekas layak pakai ini sering ditemui di Pasar Raya Mandau.

Gambar 2.25. Social Opportunity
di Kabupaten Bengkalis
Sumber: Google disunting oleh
penulis

ANALISIS TEMA PERANCANGAN

CREATIVE PLACEMAKING: SOCIAL OPPORTUNITY



4. Perhiasan

Produk perhiasan seperti emas dan perak umumnya memiliki nilai simbolik dan estetika yang tinggi. Perhiasan tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap, tetapi juga sebagai simbol status sosial. Di Kecamatan Mandau, Konsumen membeli perhiasan ini dengan pertimbangan faktor budaya, seperti tradisi memakai perhiasan pada acara adat dan perayaan keagamaan, sekaligus motif ekonomi karena emas dinilai sebagai barang berharga yang likuid dan dapat dijadikan aset.



5. Jasa Jahit dan Tekstil

Di Kecamatan Mandau, banyak konsumen yang menginginkan pakaian yang dibuat sesuai ukuran, model, dan kebutuhan spesifik seperti seragam, pakaian formal, bahkan untuk memodifikasi pakaian jadi yang dibeli sebelumnya.

Dari sisi pembelian tekstil, konsumen Mandau cenderung mencari kain berkualitas yang dapat dijadikan bahan pakaian di jasa jahit tersebut, terutama kain dengan motif tradisional maupun kain yang sedang tren. Kain tekstil ini bukan hanya dilihat dari sisi fungsional, melainkan juga nilai estetika dan warisan budaya yang ada dalam motif dan bahan kain.

Gambar 2.26. Social Opportunity
di Kabupaten Bengkalis
Sumber: Google disunting oleh
penulis

ANALISIS TEMA PERANCANGAN

CREATIVE PLACEMAKING: QUALITY SPACE

Sebagai fokus meningkatkan potensi bangunan sebagai wadah jual beli produk mode, aspek Quality Place sebagai salah satu elemen pembentuk creative placemaking harus diperhatikan. Revisit intention menurut Baker dan Crompton dalam Lin (2012) yaitu suatu kemungkinan masyarakat atau wisatawan untuk melakukan kembali aktivitas yang sama atau berkunjung kembali/ulang ke suatu tempat. Revisit intention dapat timbul karena adanya **ketertarikan dari suatu individu terhadap destinasi yang dikunjungi dan diamati** (Damara, et al, 2023).

Project for Public Spaces (PPS) mengidentifikasi empat elemen utama yang menentukan keberhasilan dan daya tarik ruang publik, yaitu kenyamanan dan citra (comfort and image), aksesibilitas dan keterhubungan (access and linkage), keberagaman fungsi dan aktivitas (uses and activity), serta kemampuan ruang untuk memfasilitasi interaksi sosial (sociability).

What Makes a Great Place?

Project for Public Spaces



Gambar 2.27. Diagram What Makes a Great Place?
Sumber: <https://www.pps.org/article/grplacefeat> diakses pada 16 Mei 2025

Kenyamanan dan Citra (*Comfort dan Image*) dalam Diagram *Project for Public Space* sebagai salah satu Pembentuk Tempat Berkualitas

Aspek Kenyamanan dalam konteks ruang publik merujuk pada tingkat kenyamanan yang dirasakan pengguna saat berada di suatu tempat. Kenyamanan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor fisik dan non-fisik, antara lain:

- Kelengkapan fasilitas (seperti tempat duduk, toilet, tempat sampah)
- Aksesibilitas dan kemudahan sirkulasi
- Kondisi iklim dan lingkungan (seperti suhu, kebisingan, bau)
- Keamanan dan keselamatan pengguna
- Kebersihan dan keindahan lingkungan
- Keleluasaan ruang untuk bergerak dan beraktivitas
- Penyediaan elemen yang mendukung relaksasi dan interaksi sosial

Kenyamanan ini memungkinkan pengguna merasa terlindungi, santai, dan betah berada di ruang tersebut.

Aspek Citra (Image) adalah persepsi visual dan emosional yang dimiliki seseorang terhadap suatu tempat, yang terbentuk dari pengalaman dan penilaian terhadap elemen estetika dan makna ruang tersebut. Citra mencakup:

- Estetika lingkungan, seperti keteraturan, keindahan, dan kealamian
- **Identitas dan karakteristik khas tempat yang membedakannya dari tempat lain**
- Kenangan atau makna pribadi dan sosial yang melekat pada ruang
- Persepsi keamanan dan kenyamanan secara keseluruhan
- Citra dapat diciptakan dan ditingkatkan melalui **pengelolaan elemen fisik dan sosial** yang memberikan kesan khusus dan menarik bagi pengunjung

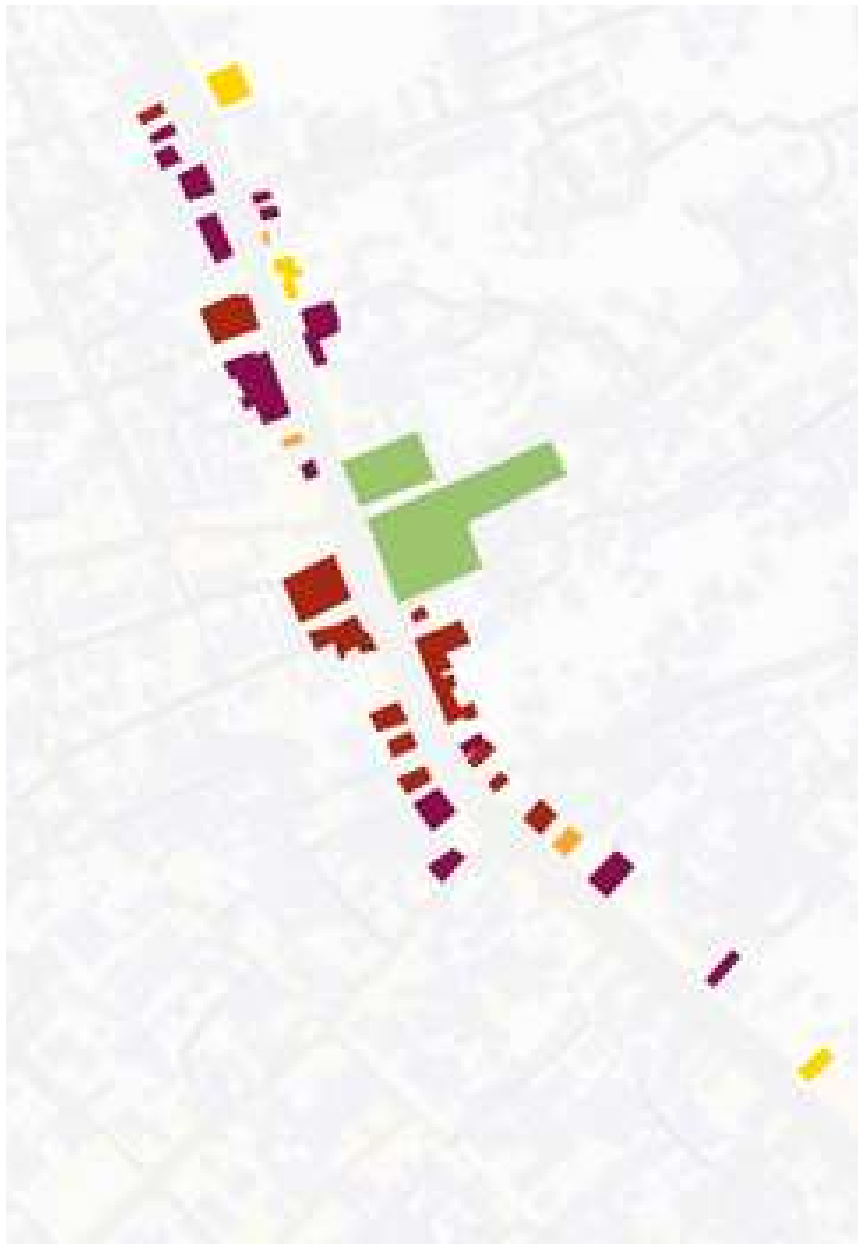
Tabel 2.3. Kriteria Penerapan Variabel Quality of Place
 Sumber: Penulis (2025)

Variabel	Aspek	Kriteria Penerapan
Quality of Place	Comfortable	• Pencahayaan alami pada pintu masuk dan zona komoditas mode untuk memunculkan persepsi aman • Pencahayaan sesuai standar: 200 lux pada area kios dan los jahit, 100 lux pada pasar basah • Penghawaan dengan strategi penghawaan silang (cross ventilation) • Adanya area duduk di sekitar pedestrian (Project for Public Space)
	Connected	• Hubungan antar zonasi diatur berdasarkan urutan pembuatan produk mode (tekstil-jahit-produk pakai)
	Welcoming	• Area pintu masuk mudah dikenali dan membuat pengunjung merasa diterima dan nyaman. • Desain pasar memberikan kesan yang ramah dan mengundang bagi pengunjung.
	Allow authentic experiences	AREA KIOS • Pencahayaan dengan warna putih (<i>cool</i>) untuk menonjolkan produk secara optimal dan menciptakan kesan luas (Jack, 2024 dilansir dari hoed.co.nz) • Penggunaan warna material lantai berwarna cerah untuk kesan bersih dan cheerful pada area kios mode (Jack, 2024 dilansir dari hoed.co.nz) • Akses kios yang saling berhadapan untuk membangun citra area berbelanja. • Keseragaman visual masing-masing komoditas menjadi ciri khas dan menjadi pengarah bagi pengunjung untuk menuju ke arah kios dan ruko sesuai dengan fungsinya (Habiburrahman et al, 2017)
		AREA KOMUNAL • Menggunakan material dengan finishing alami seperti kayu untuk menghadirkan suasana tradisional. • Ornamen dari Kain Tenun Songket khas Melayu Riau sebagai representasi fashion tradisional. • Adanya ruang yang fleksibel dan multifungsi untuk mendukung kebebasan interaksi pengguna bangunan

KAJIAN TEMA PERANCANGAN

CREATIVE PLACEMAKING: SOCIAL OPPORTUNITY

Analisis Eksistensi Komoditas Mode di Jalan Sudirman, Kecamatan Mandau



Berdasarkan tren fashion di Kecamatan Mandau, dilakukan analisis persebaran komoditas mode di sepanjang Jl. Sudirman disekitar site. Analisis dibagi dalam beberapa kategori, yaitu baju, perhiasan, aksesoris, tekstil, dan jasa jahit. Ditemukan bahwa dibandingkan dengan komoditas selain mode, pedagang komoditas mode lebih banyak dijumpai disekitar pasar raya Mandau. Hal ini sejalan dengan identitas Pasar Raya Mandau yang dikenal sebagai tempat berjualan produk mode. Banyaknya pedagang yang menjual produk mode juga menunjukkan bahwa mode/fashion diminati oleh masyarakat di Kecamatan Mandau. Kebanyakan pakaian yang dijual memiliki alternatif pembelian grosir ataupun eceran. Hal ini menunjukkan masih banyak masyarakat yang mencari pakaian dengan harga yang lebih terjangkau untuk digunakan sendiri maupun untuk dijual kembali. Banyaknya pedagang juga menunjukkan adanya daya saing di komoditas ini, sehingga perlu dipertimbangkan strategi keunggulan bangunan Pasar Raya Mandau yang dirancang.

Keterangan:

- Baju
- Perhiasan & Aksesoris lainnya
- Tekstil
- Jahit
- Site

Gambar 2.28. Komoditas Mode di Jalan Sudirman
Sumber: Analisa Penulis (2025)

KAJIAN TEMA PERANCANGAN

CREATIVE PLACEMAKING: SOCIAL OPPORTUNITY

Social opportunity merujuk pada peluang dan ruang yang memungkinkan interaksi sosial, pembentukan komunitas, serta pengembangan ekosistem sosial-ekonomi di dalam ruang publik, dalam hal ini pasar tradisional. Pasar tradisional dengan komoditas fashion, seperti Pasar Raya Mandau, memiliki potensi social opportunity yang sangat besar karena aktivitasnya tidak hanya transaksi jual beli, tetapi juga interaksi sosial yang intens dan beragam.

1. Aktivitas Jahit Cepat sebagai Kreasi Budaya Fashion Rakyat

Aktivitas jahit cepat (fast tailoring) atau yang biasa dikenal sebagai Permak di pasar tradisional bukan hanya layanan fungsional, tetapi juga elemen sosial kunci yang menonjolkan budaya fashion rakyat. Melalui jahit cepat, pedagang dan pengunjung berinteraksi langsung dalam proses produksi dan kustomisasi produk fashion yang sesuai kebutuhan, sekaligus memperkuat jaringan sosial antara pembeli dan penjahit.

Dilansir dari www.rri.co.id, menjalankan usaha menjahit tidak hanya bisa dilakukan di rumah, tetapi bisa juga di pasar. Salah satu penjahit yang mulai mendagangkan jasanya yaitu Ahmad, penjahit di salah satu pasar tradisional di Kabupaten Sampang, Jawa Timur. Menurut Ahmad, keunggulan dari jasa permak yaitu harganya yang terjangkau dan waktu menunggu yang lebih cepat. "Kalau penjahit rumahan biasanya tidak bisa ditunggu, tapi kalau tukang permak seperti di pasar ini lebih cepat dan harganya terjangkau," ungkap Ahmad.

Pendekatan ini mencerminkan prinsip tactical placemaking, di mana elemen aktivitas fleksibel dan sementara menciptakan ruang kreativitas dan partisipasi masyarakat secara langsung. Jahit cepat memungkinkan ekspresi budaya mode lokal yang dapat mempererat identitas komunitas dan mempertahankan tradisi sekaligus inovasi.



Gambar 2.29. Ahmad, Penjahit di Pasar Tradisional di Kabupaten Sampang
Sumber: www.rri.co.id diakses pada 19 September 2025

KAJIAN TEMA PERANCANGAN

CREATIVE PLACEMAKING: SOCIAL OPPORTUNITY

2. Kegiatan Kreatif Pendukung Interaksi Sosial di Komoditas Mode

Menurut Kaka (22 tahun) dalam wawancara terkait keberadaan aktifitas kreatif dan area komunal di Pasar yang berfokus pada komoditas mode, “Penting sih, soalnya untuk menarik anak muda juga biar lebih tau tentang barang yang dijual, trus juga jadi daya tarik lain yang bikin orang kesana”. Berdasarkan wawancara ini, menurut Kaka diperlukan adanya ruang komunal untuk kegiatan kreatif sebagai daya tarik generasi muda terhadap pasar fashion.

Terdapat beberapa kegiatan tambahan yang dapat meningkatkan aktifitas interaksi sosial pengguna bangunan, seperti:

1. Workshop membuat
2. Event Komunitas dan Pasar Kreatif
3. Mengintegrasikan event komunitas, seperti bazar kreatif, pertukaran barang, atau acara tematik yang melibatkan partisipasi warga dan pengunjung. Event ini menjadi ajang interaksi sosial dalam konteks ekonomi kreatif.
4. Area Bersantai
5. Menyediakan area duduk, area makanan atau ruang serbaguna yang dapat digunakan untuk diskusi, bertemu komunitas, atau aktivitas sosial lainnya. Ruang terbuka ini penting untuk memperkuat jaringan sosial sekaligus memberikan kenyamanan bagi pengunjung.



Gambar 2.30. Social Opportunity yang Memungkinkan Interaksi Sosial di Bidang Mode
Sumber: Google Image Disunting oleh Penulis (2025)

KAJIAN TEMA PERANCANGAN

CREATIVE PLACEMAKING: PHYSICAL FORM SEBAGAI WADAH AKTIFITAS KOMUNITAS

Creative placemaking adalah upaya menggunakan seni dan budaya untuk secara strategis membentuk karakter fisik dan sosial suatu kawasan, dengan fokus pada aktivitas seni budaya yang menghidupkan ruang publik dan mendukung partisipasi komunitas. Bentuk fisik (physical form) merupakan ekspresi nyata yang **melibatkan desain lanskap dan bangunan sebagai panggung atau wadah aktivitas kreatif**, yang harus memperhatikan **aspek estetika, fungsionalitas, pencahayaan, dan penghawaan** untuk mendukung interaksi sosial dan dinamika komunitas kreatif (Markusen & Gadwa Nicodemus, 2010). Creative placemaking mengintegrasikan seni ke dalam ruang fisik dan sosial untuk menciptakan tempat yang memberdayakan pengalaman lokal dan memperkuat identitas, di mana physical form tidak hanya struktur bangunan tapi juga panggung interaksi kreatif yang fleksibel dan nyaman (Courage & McKeown, 2018). Creative placemaking bertujuan membangun identitas lokasi melalui strategi yang melibatkan seni, budaya, dan partisipasi masyarakat dalam desain fisik dan sosial yang mendorong kolaborasi serta keterbukaan (Borrop, 2016). Desain ruang fisik sebaiknya juga mendukung kenyamanan aktivitas kreatif melalui pencahayaan dan penghawaan yang memadai. Dapat disimpulkan bahwa pada aspek physical form, creative placemaking memanfaatkan desain fisik bangunan maupun lingkungannya untuk memperkuat identitas visual, mendukung aktivitas ekonomi kreatif, serta meningkatkan kualitas pengalaman ruang.

Dalam **Perancangan Pasar Raya Mandau**, aspek **physical form** berperan dalam **menonjolkan identitas bangunan dan mewadahi aktifitas** melalui **perancangan selubung bangunan** dengan menyampaikan identitas dan fungsi pasar secara simbolis sebagai berikut:

1. Ekspresi Identitas Fashion pada Selubung Bangunan

Selubung bangunan dapat didesain dengan elemen visual yang merepresentasikan karakter fashion lokal, seperti motif tekstil, pola tenun, warna-warna khas pakaian tradisional.



Gambar 2.31. Ekspresi Identitas Budaya di Songket Tenun Lejo Khas Melayu Riau
Sumber: Google Image Disunting oleh Penulis (2025)

2. Pengaruh Selubung pada Pengalaman Pengguna dan Aktivitas Pasar

Selubung bangunan yang dirancang dengan mempertimbangkan iklim tropis dapat menerapkan prinsip kenyamanan termal seperti ventilasi alami, penggunaan shading, dan pencahayaan yang diatur agar nyaman di setiap waktu operasional pasar. Desain fasad depan yang transparan atau semi-transparan dapat memungkinkan pengunjung melihat aktivitas di dalam pasar, sehingga terjadi **kaitan visual dan rasa ingin tahu** yang meningkat, mendorong interaksi sosial dan kunjungan ulang. Selain itu, elemen fasad yang modular dan fleksibel dapat membuka peluang bagi penempatan instalasi seni temporer maupun kegiatan kreatif fashion di luar atau di depan pasar.

Tabel 2.4. Kriteria Penerapan Physical Form Berdasarkan Konteks Creative Placemaking Komoditas Mode

Sumber: Analisa Penulis (2025)

Variabel	Aspek	Kriteria Penerapan
Physical Form	Integrasi elemen arsitektural dengan produk kebudayaan Melayu Riau	- Adaptasi bentuk elemen arsitektural dari kain tradisional Melayu Riau yaitu songket tenun lejo - Menggunakan void pada beberapa area sebagai strategi pencahayaan dan penghawaan di area kios mode
	Sociability	- Spesifikasi ruang dagang sesuai dengan kebutuhan masing-masing komoditas mode - Bentuk modul ruang dagang berdasarkan kenyamanan fisik pengguna - Terdapat ruang komunal yang fleksibel dan multifungsi.
	Skala manusia	- dimensi kios 3x3, 2x3, dan 1,5x3 untuk kios mode - lebar lorong utama minimal 1,5m dan mempertimbangkan kegiatan perdagangan pada area kios - tinggi langit langit minimal 3,2m

RINGKASAN KRITERIA IMPLEMENTASI DALAM RANCANGAN

Pasar Tradisional
Dengan Spesifikasi
Produk Fashion

Tata Ruang

Penataan kios dan los dagang sesuai komoditas dengan dominasi pada zona komoditas fashion

Sirkulasi

- Lebar sirkulasi bisa untuk orang berpapasan (sesuai standar SNI Pasar Rakyat minimal 1,5m)
- Area bongkar muat untuk pedagang yang terpisah dari parkir pengunjung

Creative
Placemaking

Tata Ruang

Quality of Place

- Hubungan antar zonasi komoditas mode diatur berdasarkan urutan pembuatan produk mode (tekstil-jahit-produk pakai) gar alur pengunjung logis dan mendukung kolaborasi pelaku mode

Social Opportunity

- Menyediakan ruang komunal sebagai noda sosial pengguna bangunan, ruang workshop batik sebagai ruang interaktif, dan ruang tampil untuk musisi lokal
- Menyediakan zona jahit pada bagian tengah bangunan sebagai aksen penguat identitas mode.

Sirkulasi

Quality of Place:

- Koridor utama 2–3 m dan sekunder 1,5–2 m
- Jalur pejalan kaki luar 1,5–2 m yang rata dan tidak licin

Bentuk

Physical form:

- Adaptasi bentuk elemen arsitektural dari kain tradisional Melayu Riau yaitu songket tenun lejo ke selubung bangunan dan interior sebagai representasi budaya.
- Selubung bangunan mempertimbangkan pencahayaan dan penghawaan alami
- Spesifikasi ruang dagang sesuai dengan kebutuhan masing-masing komoditas mode
- Bentuk modul ruang dagang berdasarkan kenyamanan fisik pengguna
- Terdapat ruang komunal yang fleksibel dan multifungsi.
- Ruang dagang yang fleksibel
- Keseragaman visual penanda kios untuk memudahkan identifikasi komoditas

Quality of Space

- Area pintu masuk mudah dikenali dan membuat pengunjung merasa diterima dan nyaman.

KAJIAN PRESEDEN

PASAR KOSAMBI: THE HALLWAY SPACE

PRESEDEN TIPOLOGI BANGUNAN & PENDEKATAN PERANCANGAN

Pasar Kosambi merupakan salah satu pasar legendaris di Kota Bandung yang memiliki sejarah panjang sejak era kolonial. Pasar ini diresmikan oleh pemerintah kolonial Belanda pada 7 September 1915, setelah sebelumnya hanya berupa hamparan tanah yang becek dan sederhana, tempat para pedagang berjualan dengan tenda kayu dan beralaskan tanah. Nama Kosambi sendiri diambil dari pohon kesambi yang dulunya tumbuh di tengah pasar dan menjadi titik kumpul para pedagang, terutama pedagang ikan asin dan gula aren. Sejak awal, Pasar Kosambi menjadi pusat perekonomian, khususnya bagi para perantau Jawa yang menetap di Bandung Timur, karena letaknya yang lebih dekat dibandingkan Pasar Baru. Selain sebagai pusat ekonomi, Kosambi juga berkembang menjadi pusat hiburan, dengan adanya pertunjukan budaya Jawa dan Sunda di gedung-gedung seperti Srimurni, Sriwaluyo, dan bioskop Rivoli yang didirikan pada 1935 oleh Belanda.

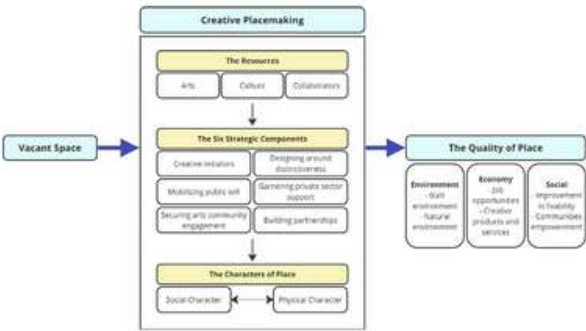
Seiring waktu, Pasar Kosambi terus berkembang dan mengalami berbagai transformasi. Dari pasar tradisional yang menjual sembako dan jajanan rakyat, Pasar Kosambi juga menghadirkan produk-produk *fashion* lokal dan kuliner dari berbagai daerah. Namun, perjalanan Pasar Kosambi tidak selalu mulus. Pada 18 Mei 2019, pasar ini mengalami kebakaran hebat yang meludeskan sebagian besar bangunannya dan menghancurkan banyak arsip sejarahnya. Setelah kebakaran, kondisi pasar semakin terpuruk, terlebih lagi saat pandemi COVID-19 melanda, membuat **aktivitas ekonomi di pasar semakin menurun dan banyak kios yang kosong atau mangkrak**.

Di tengah keterpurukan itu, muncul inisiatif kreatif untuk menghidupkan kembali sebagian ruang kosong di Pasar Kosambi. Salah satu upaya revitalisasi paling menonjol adalah kehadiran **The Hallway Space, sebuah ruang kreatif dan marketplace yang menempati lantai dua pasar sejak 2020**. The Hallway Space menjadi **tempat berkumpulnya anak muda, pelaku UMKM, serta komunitas seni dan budaya**, sehingga mengubah citra Kosambi menjadi lebih segar dan relevan dengan kebutuhan generasi sekarang. The Hallway Space juga rutin mengadakan berbagai acara, seperti perayaan Hari Buku Sedunia, yang semakin memperkuat posisinya sebagai pusat aktivitas kreatif dan ekonomi baru di Bandung.

Dengan segala dinamika dan tantangannya, Pasar Kosambi tetap memiliki potensi besar untuk bangkit sebagai pusat ekonomi, kuliner, dan kreativitas di Bandung, asalkan ada kolaborasi yang kuat antara pemerintah, pelaku usaha, komunitas, dan masyarakat untuk menjaga dan mengembangkan warisan sejarah serta inovasi yang sudah ada



Gambar 2.32. Suasana Hallway Space
Sumber: Google Image diakses pada 2025



Gambar 2.33. Diagram creative placemaking di Hallway space, Bandung
Sumber: Rompas, A. et al. (2025)

KAJIAN PRESEDEN

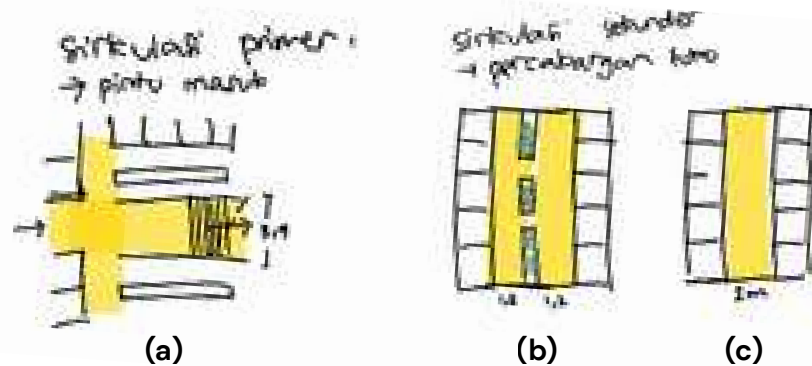
PASAR BERINGHARJO, KOTA YOGYAKARTA

PRESEDEN TIPOLOGI BANGUNAN



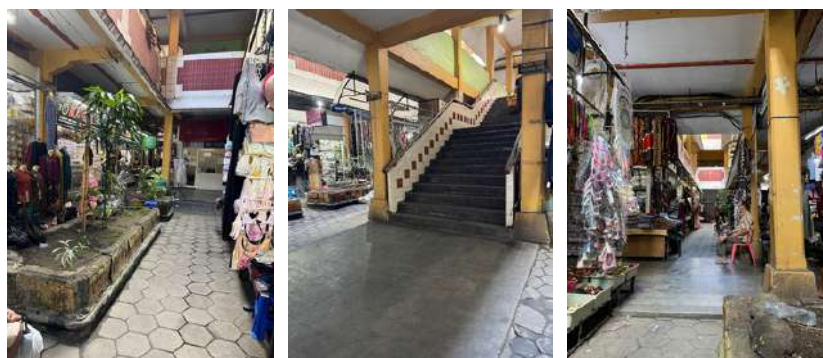
Pasar Beringharjo menjadi pusat transaksi ekonomi penting yang berperan sebagai pasar induk di Yogyakarta sejak abad ke-18 dan memiliki nilai arsitektur perpaduan Jawa dan kolonial. Pasar ini cukup dikenal sebagai pasar yang banyak menjual produk komoditas mode. Pasar ini menyediakan berbagai jenis kain batik, termasuk batik tulis, batik cap, dan batik kombinasi dari berbagai daerah di Indonesia, menjadikannya pusat mode tradisional yang sangat populer bagi wisatawan dan masyarakat lokal yang ingin mendapatkan produk batik asli dan berkualitas. Selain itu pasar ini juga menjual produk mode lainnya seperti kerajinan tangan berupa asesoris, emas, dan perak.

SIRKULASI DAN KONFIGURASI RUANG



Gambar 2.34. Ruang Sirkulasi Pasar Beringharjo bagian Komoditas Mode

Sumber: Observasi penulis (2025)



Gambar 2.35. Ruang Sirkulasi Pasar Beringharjo bagian Komoditas Mode

Sumber: Dokumentasi penulis (2025)

Konsep sirkulasi di Pasar Beringharjo menerapkan konsep hirarkis. Pada pintu masuk utama, lebar sirkulasi yaitu 3m, sedangkan pada sirkulasi sekunder lebarnya 1,2-2m. Bentuk ruang sirkulasi ini juga dipengaruhi oleh konfigurasi kios-kios yang ada. Lebaran ini berpengaruh pada pergerakan pengunjung yang memungkinkan pergerakan pengunjung yang lebih lancar dan intensitas kunjungan yang lebih tinggi.

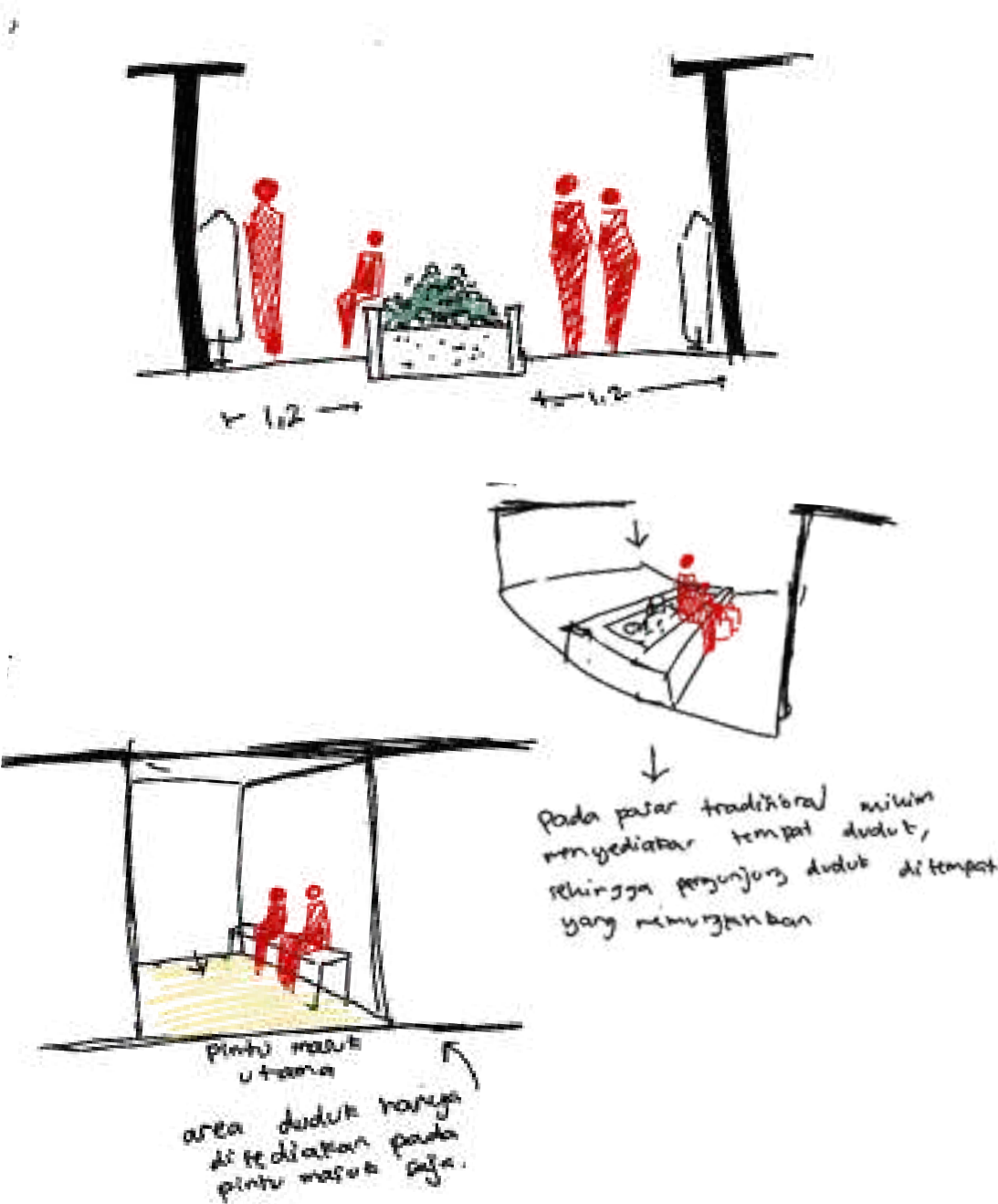
Pada gambar (a), sirkulasi terlebar langsung mengarah ke tangga lantai 2 dan percabangan kios, ruang sirkulasi juga menghubungkan ruang luar dan bangunan. Pada gambar (b) dan (c) merupakan bagian koridor yang mengakomodasi kios-kios. Pada gambar (b), sirkulasi dipisahkan oleh void di bagian tengahnya, sehingga masing-masing ruang sirkulasi memiliki lebar 1,2m. Sedangkan pada gambar (c), sirkulasi mengakomodasi kios pada dua sisi (*double loaded corridor*) sehingga lebarnya melebihi koridor (b) dengan lebar 2m.

KAJIAN PRESEDEN

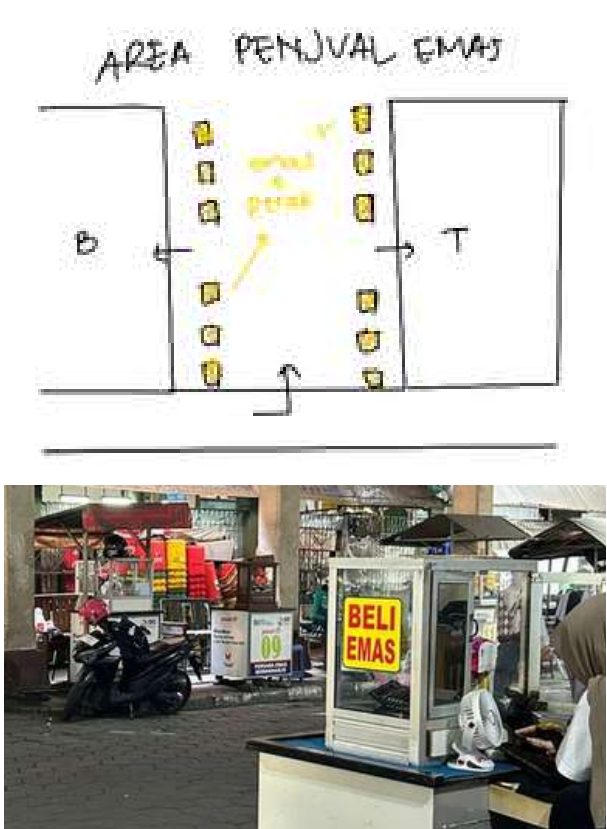
PASAR BERINGHARJO, KOTA YOGYAKARTA

PRESEDEN TIPOLOGI BANGUNAN

PLACEMAKING: ASPEK WALKABLE DAN SITTABLE DI PASAR BERINGHARJO GEDUNG BARAT



Gambar 2.36. Aspek Walkable & Sittable di Pasar Beringharjo
Sumber: Analisa penulis (2025)



Gambar 2.37. Pedagang emas dan perak di Pasar Beringharjo
Sumber: Analisa penulis (2025)

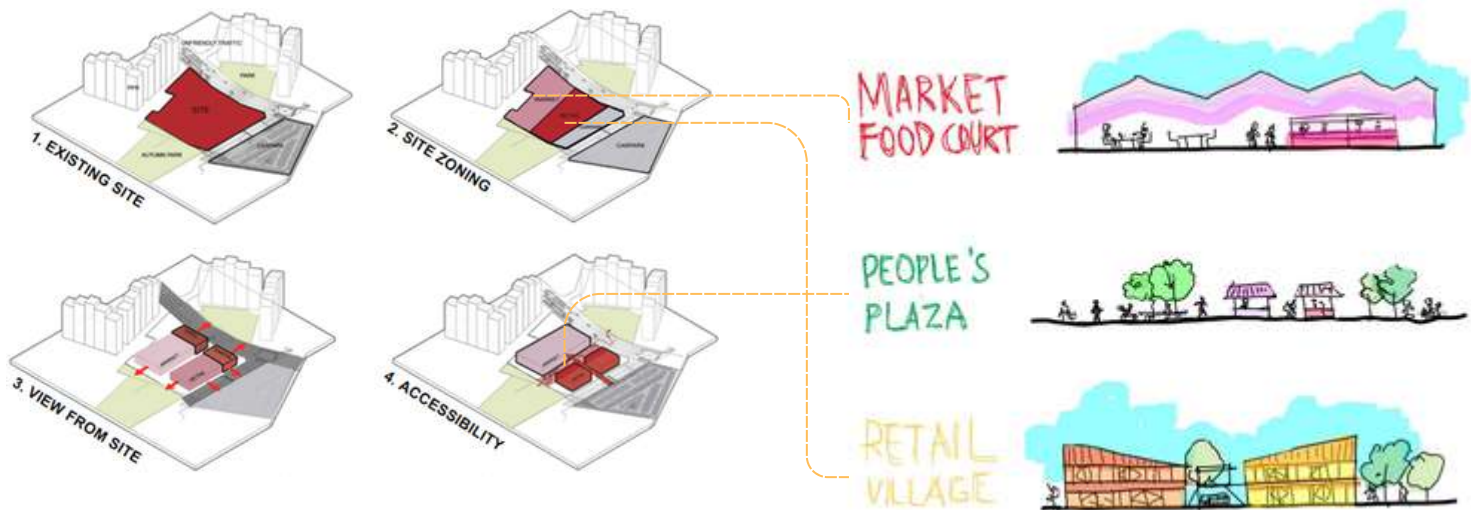
KAJIAN PRESEDEN

SAMA Square Market, Malaysia

PRESEDEN TIPOLOGI BANGUNAN

SAMA Square merupakan pasar yang berlokasi di jantung kota Setapak, Kuala Lumpur, Malaysia. Dengan luas site 7700m2, perancangan SAMA Square mempertimbangkan tempat sebagai perwujudan esensi kebersamaan, persatuan, dan keterlibatan komunal. Nama "SAMA Square" yang berarti "kebersamaan," mencerminkan etosnya untuk menyatukan orang-orang guna merayakan kehidupan melalui belanja, bersantap, bersantai, dan beraktivitas.

SAMA Square membagi zona ruang menjadi 3, yaitu Gedung Pasar Utama, Open Street People Plaza, dan Retail Village yang berisi public plaza, pasar, retail, dan area publik yang mendukung interaksi masyarakat. Perencanaan pasar mencakup desain kios modular, jalur layanan khusus, tempat bongkar muat yang luas, dan tata letak yang mendukung perdagangan fisik dan daring.



Gambar 2.38. Sama Square Market Malaysia
Sumber: TKCA Architect, 2023 dilansir dari ArchDaily



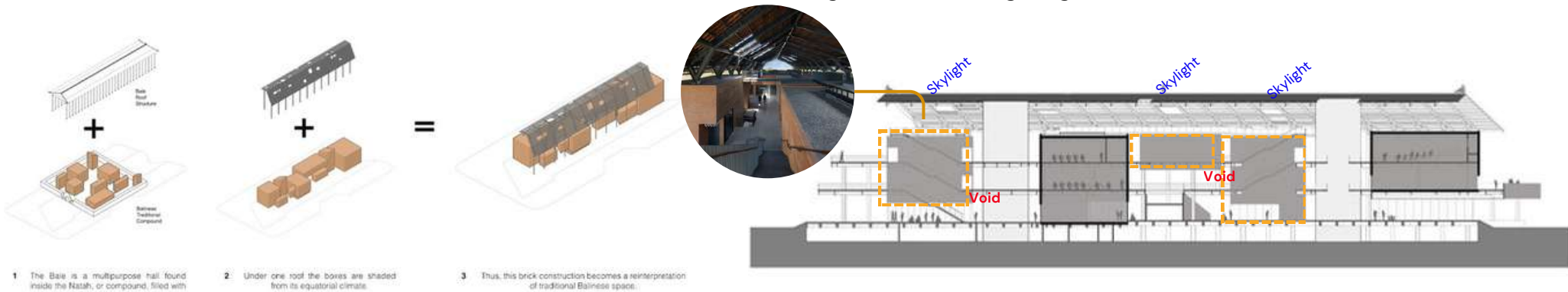
KAJIAN PRESEDEN

United-in-Diversity Campus, Bali

PRESEDEN BENTUK BANGUNAN

UID Bali Campus karya Willis Kusuma Architects merupakan karya arsitektur yang mengintegrasikan tradisi lokal Bale Bali dan prinsip keberlanjutan modern melalui bentuk superstruktur atap tunggal, perilaku meruang berorientasi budaya dan iklim tropis, serta fasad yang estetis dan fungsional. Tata ruang yang terbuka dan terorganisir secara simbolis serta penggunaan material natural dan teknologi modern mencerminkan harmoni antara manusia, alam, dan spiritualitas khas Bali dalam konteks pendidikan dan kolaborasi kreatif.

Hubungan bentuk bangunan dengan pencahayaan sangat esensial. Penggunaan dinding batu bata ekspos dengan material berpori memungkinkan penetrasi cahaya alami yang lembut ke dalam ruang interior tanpa menyebabkan silau berlebih. Selain itu, dinding kaca besar dan lubang ventilasi strategis memungkinkan cahaya terang masuk sekaligus memaksimalkan sirkulasi udara. Pencahayaan alami ini memperkuat kenyamanan dan suasana belajar, mengurangi ketergantungan pada pencahayaan buatan, sehingga hemat energi dan ramah lingkungan.



Gambar 2.39. United-in-Diversity Bali
Sumber: Willis Kusuma Architects dilansir dari Archdaily (2022)



KAJIAN PRESEDEN

LESSON LEARNED PRESEDEN

Tabel 2.5. Lesson Learned Preseden
Sumber: Penulis (2025)

Preseden	Lesson Learned	Penerapan ke Bangunan
1.Hallway space, Pasar Kosambi, Bandung 	• Ruang komunal yang terpusat di lantai atas menjadi tempat aktivitas sosial yang mendukung interaksi antar pengunjung dan pedagang. • Ruang komunal juga dapat menjadi daya tarik baru untuk bangunan pasar tradisional selain kegiatan berbelanja	• Menggunakan sirkulasi vertikal yang mudah untuk area dengan lantai terbanyak untuk memaksimalkan mobilitas dalam bangunan • Menyediakan ruang komunal multifungsi sebagai pusat aktivitas komunitas dan edukasi sebagai daya tarik baru
2. Pasar Beringharjo, Yogyakarta 	• Pentingnya konfigurasi ruang dan jalur sirkulasi yang mendukung pergerakan pengunjung merata ke seluruh area pasar. • Ornamen dan aksen lokal memberikan nilai estetika dan budaya yang memperkuat identitas pasar.	• Zonasi pasar fashion dan zona pendukung dengan koridor lebar yang jelas, menghubungkan tiap area secara langsung dan efisien. • Penggunaan ornamen budaya mode lokal sebagai identitas visual yang kuat.

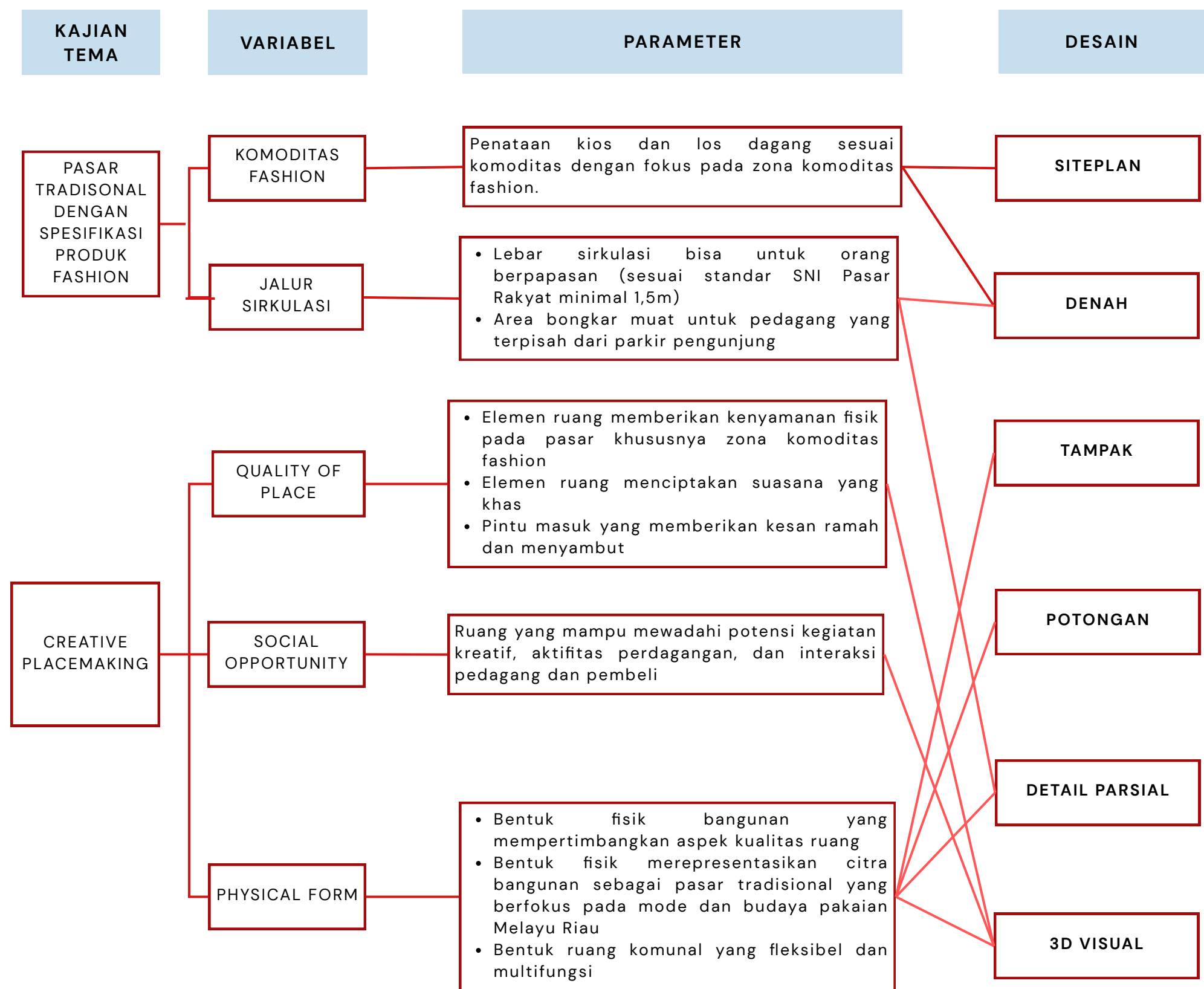
KAJIAN PRESEDEN

LESSON LEARNED PRESEDEN

Tabel 2.5. Lesson Learned Preseden
Sumber: Penulis (2025)

Preseden	Lesson Learned	Penerapan ke Bangunan
3. SAMA Square Market (Kuala Lumpur, Malaysia) 	• Pasar dibagi menjadi zona yang terintegrasi (Main Market Building, Open Street People Plaza, Retail Village) untuk menciptakan pengalaman yang beragam dan dinamis. • Penggunaan fasad tembus cahaya dan strategi pencahayaan yang baik menciptakan suasana ramah yang menarik pengunjung pagi hingga malam.	• pembagian zona yang jelas, seperti area dagang utama, plaza terbuka untuk event dan interaksi sosial, serta ruang komersial tambahan. • Kios modular yang mudah diadaptasi dengan kebutuhan pedagang fashion. Menggunakan atap pelana modular (gabled roof) yang memudahkan pencahayaan vertikal dan sejalan dengan geometri motif siku awa pada songket melayu riau.
4. United-in-Diversity Campus, Bali 	• prinsip arsitektur tropis yang memaksimalkan pencahayaan dan ventilasi alami melalui ruang-ruang terbuka dan volume yang terangkat pada kolom baja. • Atap tunggal besar (super-roof) dengan banyak skylight sebagai strategi pencahayaan vertikal untuk memaksimalkan pencahayaan alami	• Integrasi ruang terbuka multifungsi yang dapat mendukung aktivitas komunitas, workshop batik Mandau, pertunjukan seni lokal, serta interaksi sosial antar pengunjung. • Harmonisasi ruang tertutup (kios, toko) dan ruang terbuka (koridor, void) untuk menciptakan kenyamanan fisik sekaligus atmosfer hidup pasar tradisional yang interaktif. • konsep atap besar yang menaungi area komunal pada pasar, menciptakan ruang terbuka yang terlindung dari cuaca tropis, namun tetap terang dan sejuk secara alami.

PETA PERSOALAN PERANCANGAN



Gambar 2.40. Diagram Peta Persoalan
Sumber: Penulis (2025)



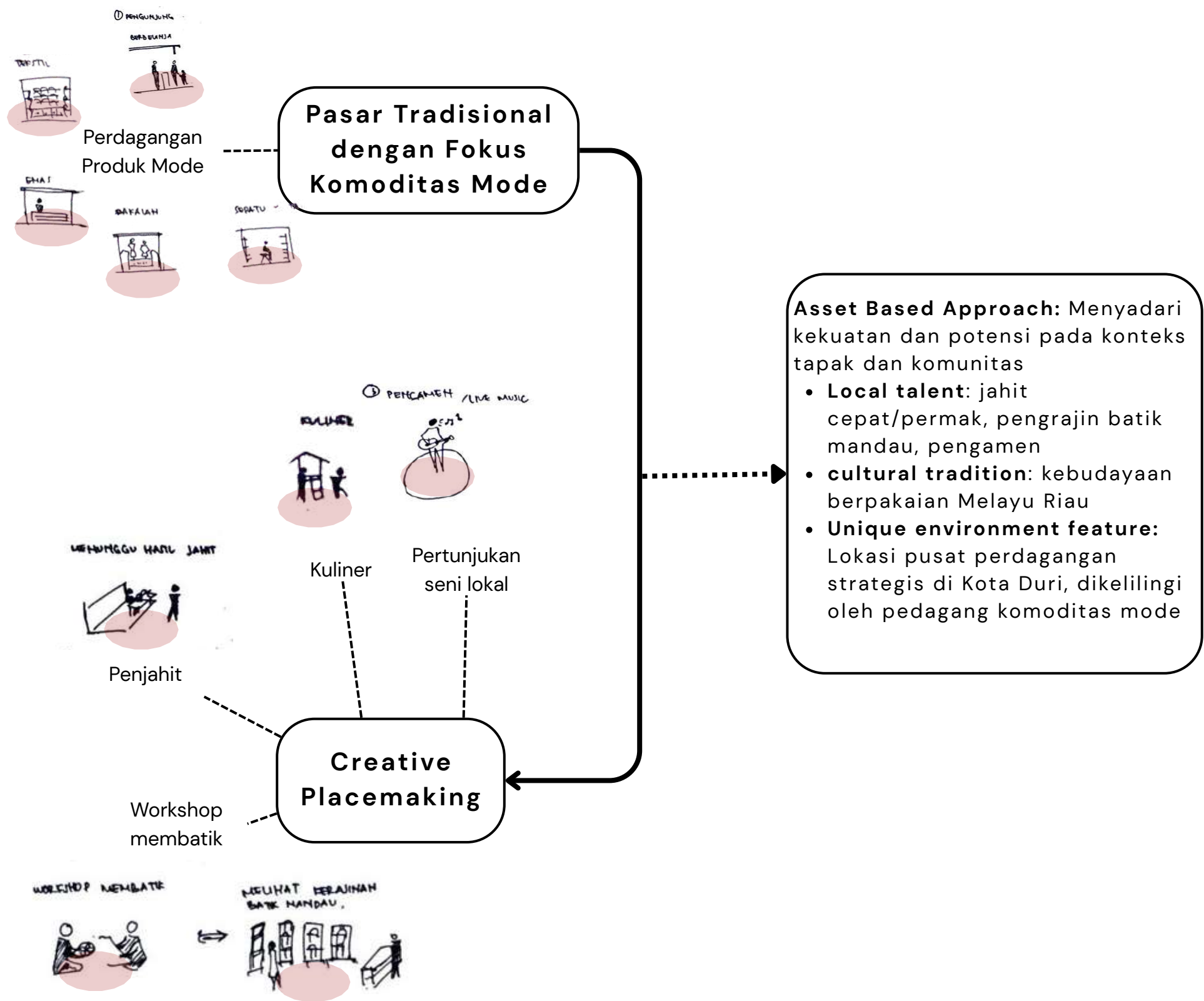
BAB III

EKSPLORASI PEMECAHAN PERSOALAN PERANCANGAN

Respon Konteks Tapak
Analisis Pola Kegiatan
Program Ruang
Eksplorasi Tata Ruang dan Sirkulasi
Eksplorasi Massa Bangunan

KONSEP PERANCANGAN

PASAR TRADISIONAL DENGAN FOKUS KOMODITAS MODE



Gambar 3.1. Diagram Konsep Perancangan

Sumber: Penulis (2025)

ANALISIS PROGRAM RUANG

KLASIFIKASI DAN POLA AKTIFITAS PENGGUNA PASAR TRADISIONAL FOKUS MODE DAN KEBUTUHAN RUANG

Tabel 3.1. Klasifikasi dan Pola Aktifitas Pengguna Pasar Tradisional Fokus Mode dan Kebutuhan Ruang
Sumber: Penulis (2025)

Kategori Pengguna	Karakteristik	Pola Aktifitas	Kebutuhan Ruang	Penerapan dalam Desain
Pedagang Komoditas Fashion	Penjual pakaian baru, pakaian bekas, aksesoris, alas kaki, perhiasan, jasa jahit cepat	- Datang pagi untuk menata toko - Interaksi sosial dengan pembeli dan pedagang lain - melayani pelanggan - menutup kios sore hari	- Ruang display produk yang - area penyimpanan - akses mudah untuk suplai barang - ruang interaksi sosial	- Zona penempatan strategis - lebar sirkulasi memungkinkan interaksi - Area loading dock
Pembeli	Beragam usia, dominan perempuan	- Datang - Parkir - Melihat-lihat dan tawar menawar - mencoba produk - atau - menunggu hasil jahit sambil berkeliling melihat produk dagang lain - Mencari tempat beristirahat sejenak - Pulang	- Akses mudah - kenyamanan ruang - tempat duduk komunal	- lebar sirkulasi 1,5–2m, - ruang komunal - foodcourt - pencahayaannya dan penghawaan nyaman, - kemudahan identifikasi jenis komoditas
Pengelola dan Petugas	UPT Disperindag, Dinas Lingkungan Hidup, petugas keamanan dan kebersihan	- Datang - Kegiatan pengelolaan: Pengawasan kebersihan, keamanan, manajemen pasar - Pulang	Parkir pengelola yang terpisah dari parkir pengunjung	- Ruang pengelola - Ruang keamanan - Ruang fasilitas kebersihan - Pengelolaan sampah
Pengrajin Batik	Pengrajin lokal pembuat batik khas Mandau dan produk kriya	- mempromosikan produk batik - edukasi pengunjung,	- Tempat workshop, - ruang pameran produk, - fasilitas edukasi, - ruang untuk berinteraksi dengan pengunjung	Area workshop, ruang komunal multifungsi dan fleksibel untuk demo dan edukasi batik maupun pop-up store
Pengamen Lokal	Seniman musik lokal yang menghibur pengunjung pasar dengan lagu-lagu daerah dan modern	Perform live musik di area pasar, membangun suasana ramah dan meriah, interaksi dengan pengunjung	Ruang performance terbuka, area berkumpul pengunjung	Sudut pentas dan area hiburan terbuka yang mendukung penampilan live

ANALISIS PROGRAM RUANG

KEBUTUHAN DAN STANDAR BESARAN RUANG

Berdasarkan PERMENDAG No. 21 Tahun 2021 pasal 11, Pasar rakyat harus dilengkapi dengan sarana dan prasarana penunjang paling sedikit berupa:

- 1.Kantor Pengelola

2.Toilet

3.Pos Ukur Ulang

4.Pos keamanan

5. Ruang Menyusui

6.Ruang kesehatan
7. ruang peribadatan

8. sarana dan akses pemadam kebakaran

9. tempat parkir

10. tempat penampungan sampah sementara

11. sarana pengolahan air limbah

12. sarana air bersih

13. intsalasi listrik

STANDAR JUMLAH TOILET

Lokasi	Jangka Pendek	Jangka Panjang
Area pasar	1 toilet sampai 50 stalls	1 toilet sampai 20 stalls
Rumah sakit	1 toilet sampai 20 tempat Tempat tidur 50 pasien	1 toilet sampai 10 tempat Tidur 20 pasien
Pusat Makanan	1 toilet sampai 50 dewasa 1 toilet sampai 20 anak	1toiletsampai 20 dewasa 1toiletsampai 10 anak
Resepsionis, Transit	1 toilet sampai 50 individu; 3:1 wanita : pria	
Sekolah	1 toilet sampai 30 wanita 1 toilet sampai 60 pria	1 toilet sampai 30 wanita 1 toilet sampai 60 pria
Kantor		1 toilet sampai 20 staff

Source: Adacted from Hanvay, Baghri and Roed (2002)

Tabel 3.2. Standar Jumalh Toilet

Sumber: Pedoman Standar Toilet Umum Indonesia (2016)

Berdasarkan tabel diatas, berdasarkan ketentuan area pasar untuk jangka panjang dibutuhkan **1-20 toilet**.

ESTIMASI JUMLAH PENGGUNA PASAR Pedagang

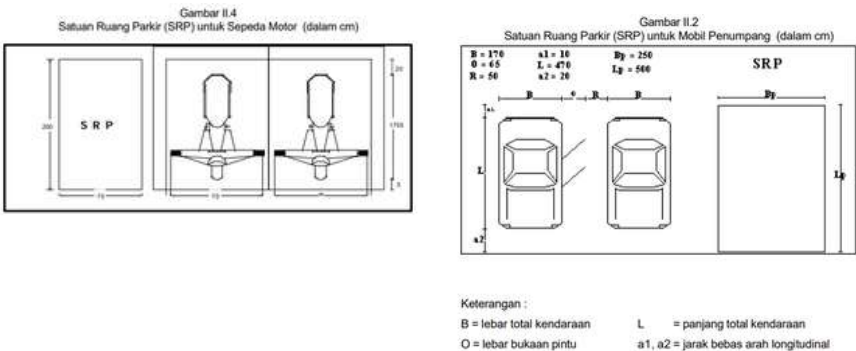
Berdasarkan SNI Pasar Rakyat, Pasar Tipe III memiliki paling sedikit 200 pedagang. Penentuan ruang dagang juga perlu mempertimbangkan komoditas mode sebagai komoditi utama. Dengan kemungkinan adanya pedagang yang menyewa lebih dari satu ruang dagang, maka ruang dagang akan diasumsikan menjadi 300 ruang dagang yang dominan mengakomodasi pedagang pakaian pria, pakaian wanita, tekstil/kain, perhisan, dan aksesoris (tas, sepatu, dan jenis aksesoris lain).

PERHITUNGAN KAPASITAS PARKIR

Ketentuan Parkir Pasar Skala Wilayah berdasarkan Pedoman teknis Direktorat Jenderal Perhubungan Darat (1996)

Standar Satuan Ruang Parkir (SRP) Pasar Skala Wilayah:

- 1.Mobil: 1/200m2 luas floor area
- 2.Motor: 2/100m2 luas floor area



Gambar 3.1. Standar SRP
Sumber Dirjen Perhubungan Darat (1996)

Perhitungan Kapasitas Parkir:

A			
Total Luas Lantai (m2)			4642
	Jumlah	Luas	
Mobil	23	116,05	
Motor	93	139,26	
Total	116	255	

B			
Total Luas Lantai (m2)			743
	Jumlah	Luas	
Mobil	4	18,575	
Motor	15	22,29	
Total	19	41	

Tabel 3.3. Perhitungan Kapasitas Parkir berdasrkan SRP
Sumber: Pedoman Standar Toilet Umum Indonesia (2016)

ANALISIS PROGRAM RUANG

LUASAN DAN BESARAN RUANG

BLOK A

NO	NAMA RUANG	KAPASITAS	BESARAN RUANG (m2)	SUMBER	JUMLAH RUANG (unit)	LUASAN
Ruang Dagang						
1	Kios 3x3	1 orang	9	PP, AP	137	1233
2	Kios 2x3	1 orang	6	PP,AP	32	192
3	Kios 2x2	1 orang	4	PP	14	56
4	Los 1,5x3	1 orang	4,5	AP	8	36
5	Toko 4x6	5 orang	24	AP	6	144
				Jumlah	197	1661
				Sirkulasi Area 40%		664,4
				Total		2325,4
Ruang Pendukung						
1	Food Court	22	9	AP	22	198
2	Ruang Workshop Batik M	5	2	AP	1	2
3	Panggung Live Music		3	AP	1	3
4	Ruang Pertemuan	10	1,2	DA	1	12
5	Ruang Pengelola	5	2	DA	1	10
8	Gudang		12	AP	1	12
9	Loading Dock	3	7,17	DA	1	21,51
				Jumlah		258,51
				Sirkulasi Area 20%		51,702
				Total		310,212
Ruang Servis						
1	Toilet					
	Pria	7	2,4	DA	4	9,6
	Wanita	6	2,4	DA	4	9,6
	Difabel	1	4,5	DA	4	18
2	Mushola	10	1,35	AP	1	1,35
3	Ruang Keamanan	4	6	AP	1	6
4	TPS	3	4,5	AP	1	4,5
5	Lift Barang	4	3	AP	1	3
6	Eskalator	2	14	AP	2	28
7	Ruang Pompa	1	25	DA	1	25
8	Ruang Genset	1	12	AP	1	12
				Jumlah		117,05
				Sirkulasi Area 40%		46,82
				Total		163,87
TOTAL KESELURUHAN BLOK B						2799,482

Tabel 3.2. Kebutuhan Ruang Bangunan Blok A
Sumber: Penulis (2025)

ANALISIS PROGRAM RUANG

LUASAN DAN BESARAN RUANG

BLOK B

NO	NAMA RUANG	KAPASITAS	BESARAN RUANG (m2)	SUMBER	JUMLAH RUANG (unit)	LUASAN
	Ruang Dagang					
1	Kios 2x3	1 orang	6	PP,AP	100	600
2	Los 1,5x3	1 orang	4,5	AP	14	63
				Jumlah	114	663
				Sirkulasi Area 20%		132,6
				Total		795,6
	Ruang Servis					
1	Toilet					
	Pria	7	2,4	DA	3	7,2
	Wanita	6	2,4	DA	3	7,2
7	Ruang Pompa	1	25	DA	1	25
				Jumlah	7	39,4
				Sirkulasi Area 20%		7,88
				Total		47,28
TOTAL KESELURUHAN BLOK B						842,88

Tabel 3.3. Kebutuhan Ruang Bangunan Blok B
Sumber: Penulis (2025)

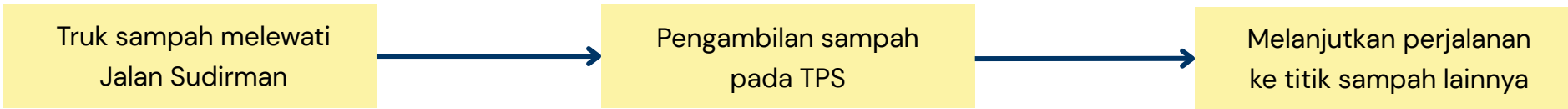
ANALISIS PROGRAM RUANG

KLASIFIKASI DAN POLA AKTIFITAS PENGGUNA PASAR RAYA MANDAU (EKSISTING)

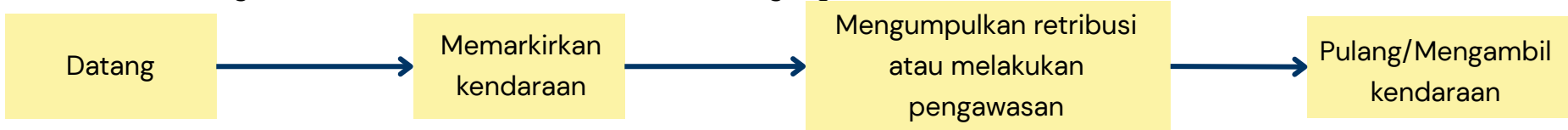
Pengelola

Pasar Raya Mandau dikelola oleh dua dinas dengan bidang yang berbeda, yaitu Dinas Lingkungan Hidup (DLH) dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag). Pengelolaan dilakukan oleh Unit Teknis Pelaksanaan masing-masing dinas dengan fungsi yang berbeda, dimana DLH mengelola sampah pada bagian jalan dan ruko terluar dari Pasar Raya Mandau sedangkan Disperindag mengelola berjalannya pasar seperti pendataan dan pengelolaan fasilitas.

Pola Aktifitas Pengelola dari Dinas Lingkungan Hidup

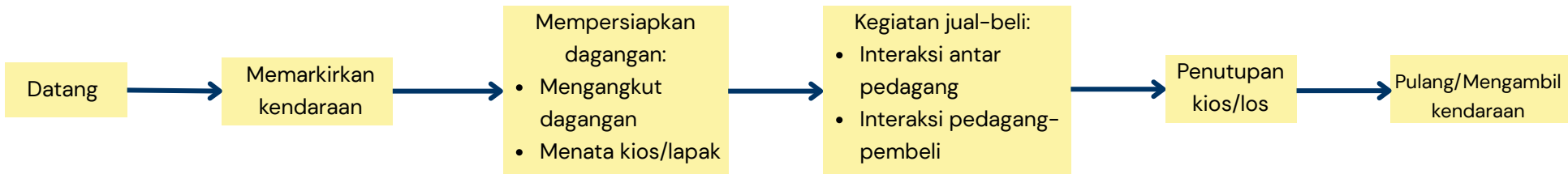


Pola Aktifitas Pengelola dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan

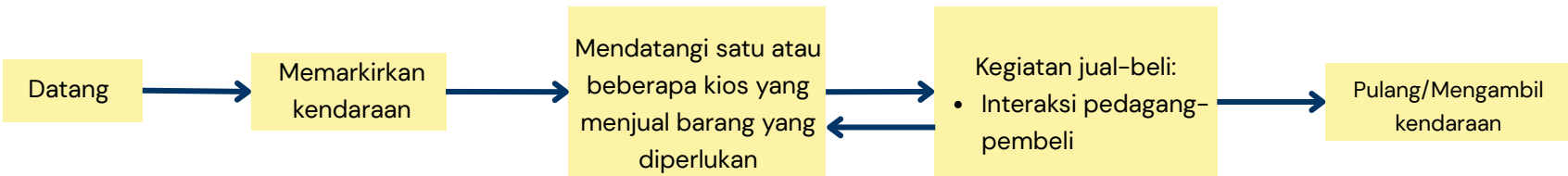


Pedagang

Klasifikasi Pedagang yang berjualan di Pasar Raya Mandau bervariasi komoditasnya, seperti komoditas pangan basah dan kering, **pakaian, kain, aksesoris, dan kuliner**. Berdasarkan hasil observasi, didapatkan pola aktifitas pedagang sebagai berikut



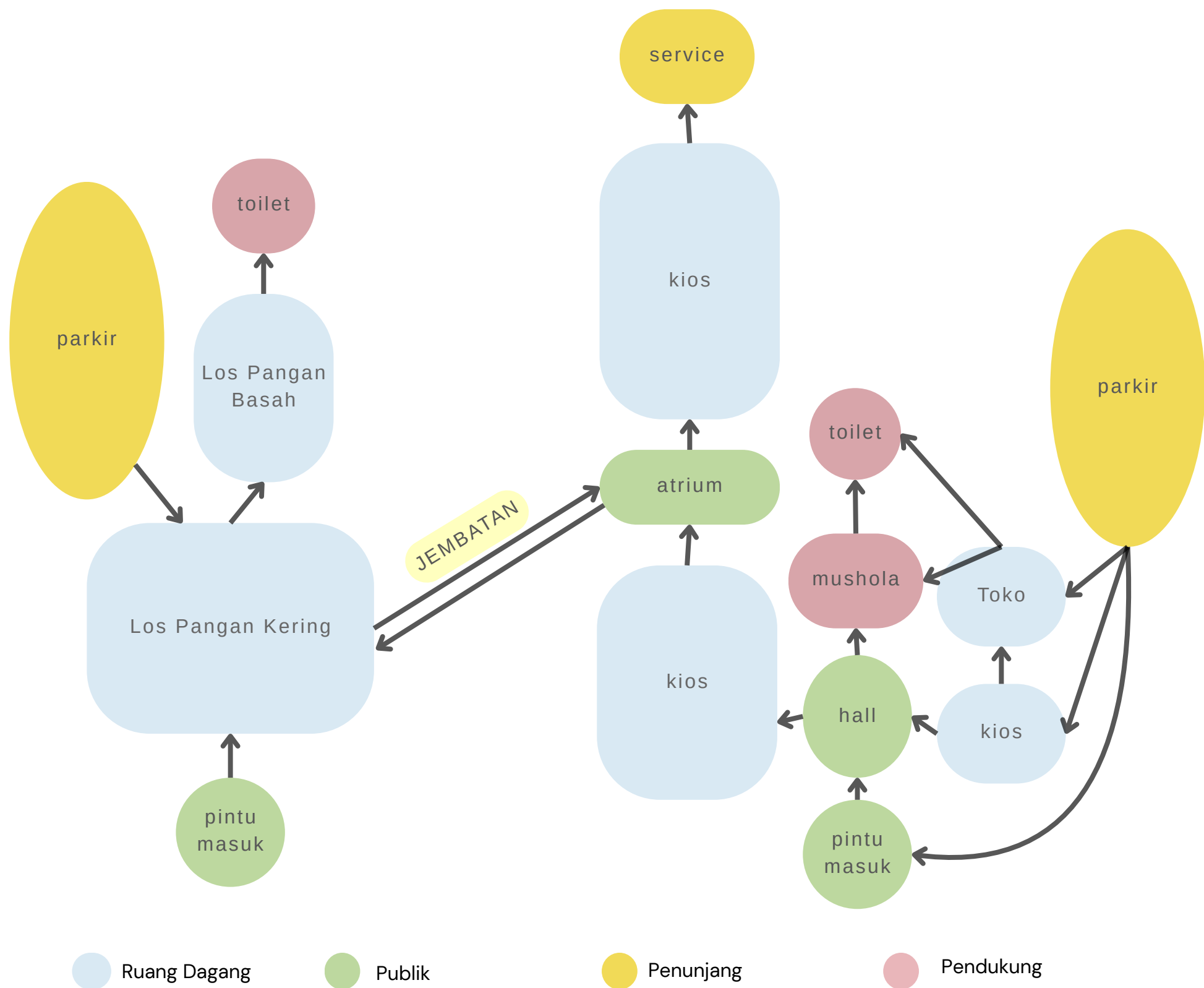
Pembeli



Gambar 3.2 Diagram alur kegiatan pengguna
Sumber: Sketsa Penulis (2025)

ANALISIS PROGRAM RUANG

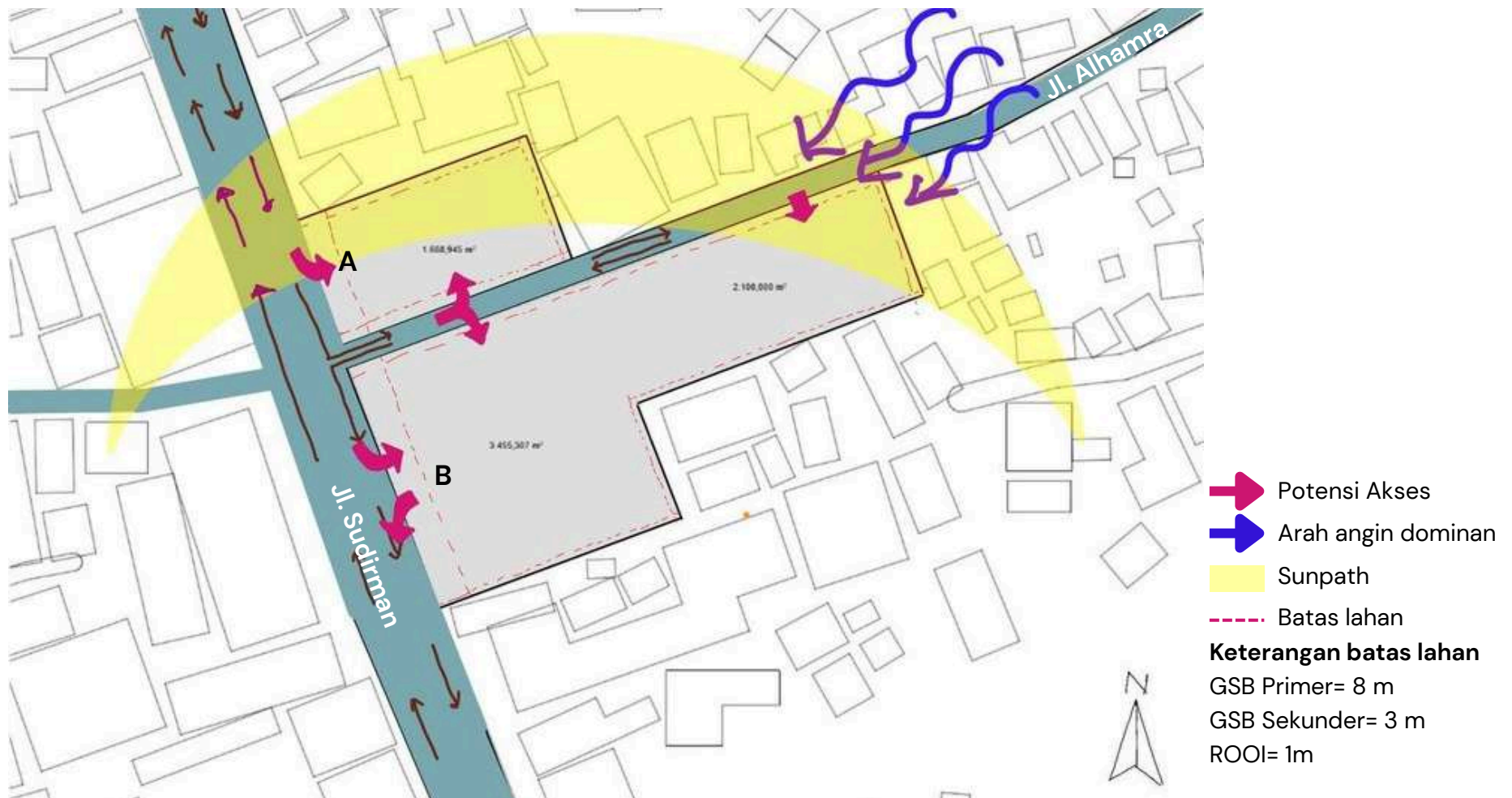
ORGANISASI RUANG BERDASARKAN POLA AKTIFITAS



Gambar 3.3 Diagram hubungan ruang
Sumber: Sketsa Penulis (2025)

RESPON KONTEKS TAPAK

ANALISIS KONTEKS TAPAK



Gambar 3.4 Ruang Sirkulasi Pasar Beringharjo bagian Komoditas Mode
Sumber: Dokumentasi penulis (2025)

Bagian utara, timur, dan selatan site dikelilingi oleh pusat pertokoan. sedangkan pada bagian barat merupakan jalan utama yaitu Jalan Sudirman dan pusat pertokoan. Site terbagi dua dan terpisah oleh Jalan Alhamra. Sehingga terdapat beberapa kemungkinan akses masuk ke site. Pada kedua site dapat diakses melalui Jalan Sudirman dan Jalan Alhamra.

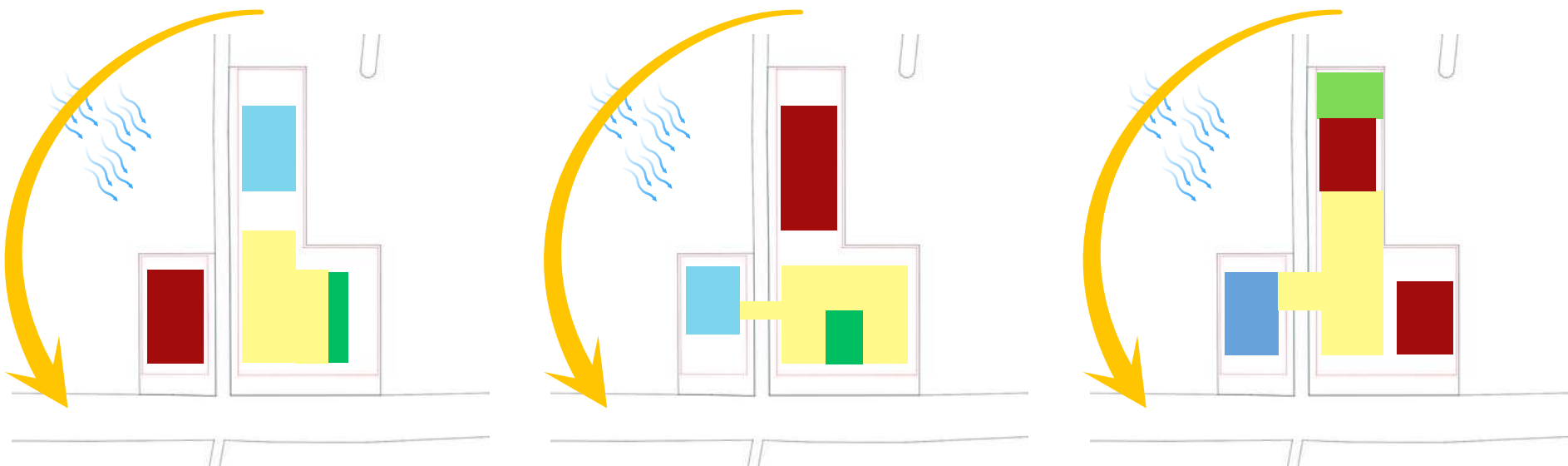
Respon:

Akses utama pasar melalui Jalan Sudirman dengan pertimbangan dimensi jalan yang lebih lebar, sedangkan jalur sekunder melalui Jalan Alhamra.

Orientasi, massa, dan fasad bangunan mempertimbangkan sunpath dan arah angin dominan sebagai bagian kenyamanan penghawaan dan pencahayaan bangunan.

EKSPLORASI TATA RUANG DAN SIRKULASI

TATA MASSA



Gambar 3.5 Eksplorasi Tata Ruang dan Tata Massa
Sumber: Sketsa Penulis (2025)

ALTERNATIF 1

Pada alternatif 1, bangunan gedung fashion dan gedung pangan berada dalam satu site yang sama, sedangkan gedung parkir berada di site terpisah yang berada di sebelah utara (kiri). Keuntungan dari tata massa dan sirkulasi ini adalah eratnya hubungan bangunan pangan dan fashion, tetapi sulit untuk mengakses pasar basah secara langsung karena harus masuk ke jalan sekunder dan menyebrang dari area parkir, hal ini akan menjadi tantangan terutama untuk difabel.

ALTERNATIF 2

Pada alternatif 2, bangunan fashion dan pangan berada di site yang berbeda dan bersebrangan, kemudian gedung parkir memiliki posisi yang sama dengan eksisting, yaitu berada di belakang gedung utama. Keuntungan dari tapak ini adalah area depan yang masih dapat dimanfaatkan menjadi area parkir difabel. Bentuk bangunan utama juga dapat menerapkan konsep simetri pada bangunan khas Riau yaitu Selaso Jatuh Kembar.

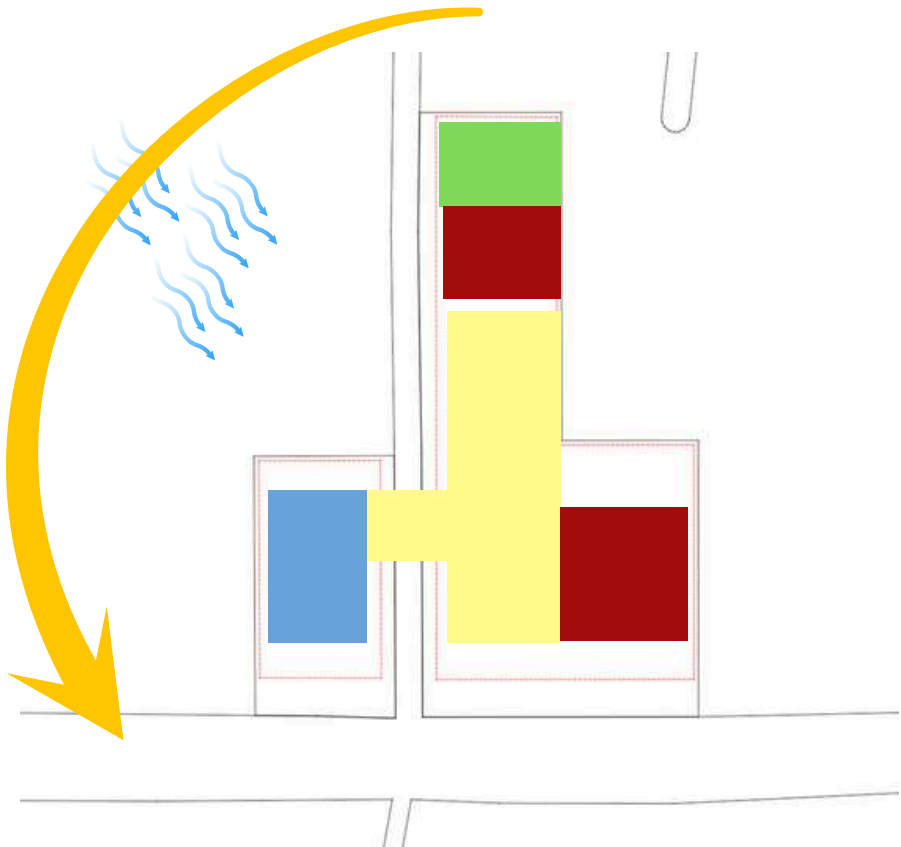
ALTERNATIF 3

Pada alternatif 3, tata massa bangunannya mengusahakan tampak simetris dengan menggabungkan kedua tapak sehingga bangunan yang berada diatas jalan “melayang” dari jalan. Keuntungan dari tata massa ini adalah aksesibilitas yang dimaksimalkan melalui jalan utama, sehingga mengurangi kemungkinan kemacetan pada jalan sekunder yang merupakan jalan pemukiman. Tetapi, massa bangunan yang menyambung perlu mempertimbangkan ketinggian truk dan angkutannya (5m) sebagai jenis kendaraan besar, karena jalan sekunder merupakan jalan umum.

EKSPLORASI TATA RUANG DAN SIRKULASI



TATA MASSA TERPILIH



KETERANGAN:

- Massa pasar pangan
- Massa pasar mode
- Area parkir
- Area Hijau

ALTERNATIF 3

Berdasarkan pertimbangan kekurangan dan kelebihan berdasarkan kemungkinan akses, respon iklim, dan lain-lain, Alternatif 3 dipilih sebagai tata masa dalam perancangan.

Dalam penataannya, bangunan dipisah berdasarkan kegiatan dominannya, karena kegiatan utamanya perdagangan produk fashion, maka bangunan utama yang didominasi fungsi ini berada di tapak dengan luasan paling luas, dengan terdapat area komunal pada massa bangunan yang sama sebagai strategi daya tarik baru untuk pengunjung.

Bangunan A dihubungkan dengan bangunan B dengan menggunakan skywalk dengan mempertimbangkan ketinggian minimum jembatan penyebrangan orang untuk aksesibilitas kendaraan bermuatan. Skywalk juga difungsikan sebagai ruang dagang sehingga pengunjung yang melewati skywalk juga dapat sekaligus melihat-lihat produk dagangan yang dijual.

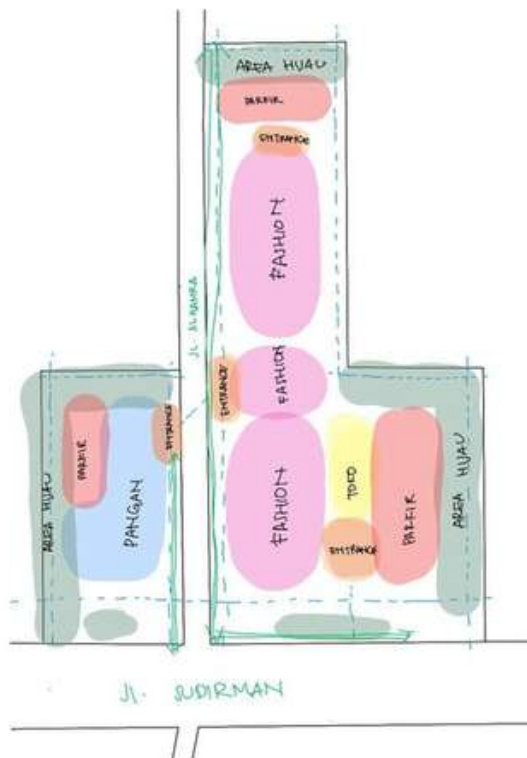
Gambar 3.6 Tata Ruang dan Tata Massa Terpilih
Sumber: Sketsa Penulis (2025)

EKSPLORASI TATA RUANG DAN SIRKULASI

TATA RUANG

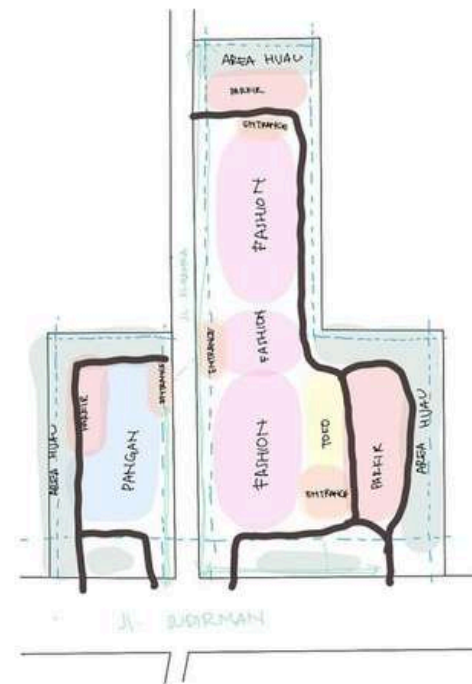
Penentuan sirkulasi pasa tapak dipertimbangkan sesuai dengan alur aktifitas pedagang, pembeli, dan pengelola, kemudian juga berdasarkan kebutuhan jalur pemadam kebakaran yang mengelilingi massa bangunan.

Berikut adalah sketsa sirkulasi tapak saat diimplementasikan pada konteks bangunan Pasar Tradisional:



Gambar 3.6.1. Tata Ruang
Sumber: Sketsa Penulis (2025)

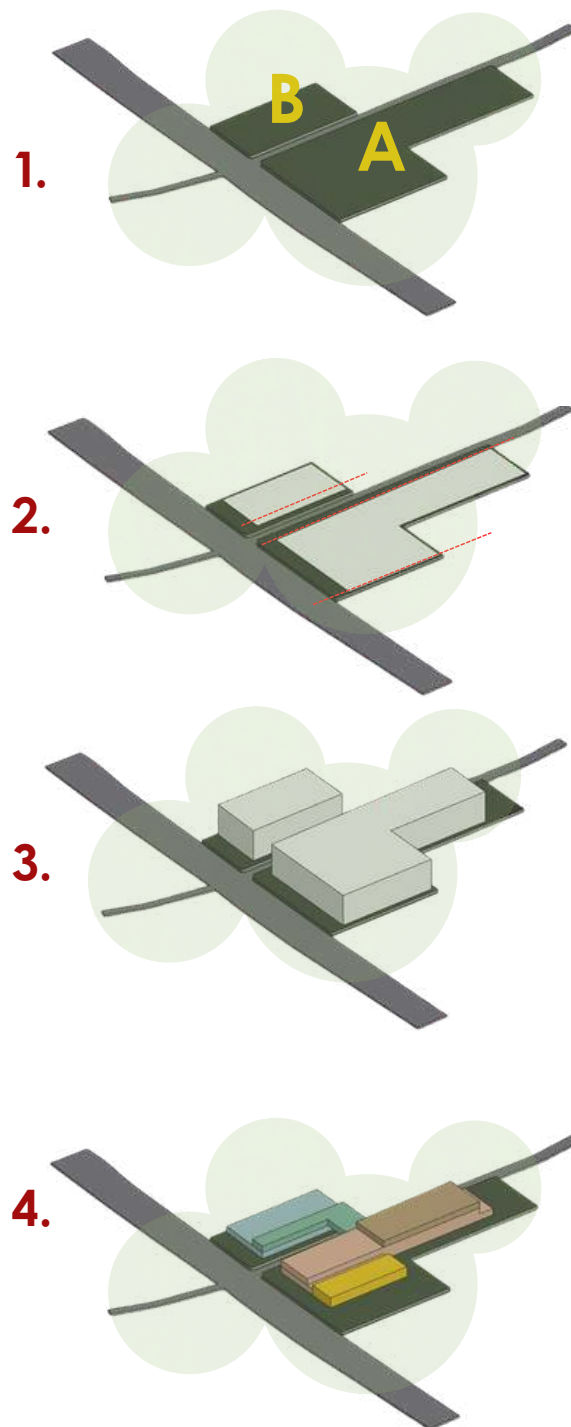
Berdasarkan tata massa terpilih sebelumnya dan diagram hubungan ruang, dilakukan zonasi pada massa, sehingga zon afashion lebih besar daripada zona pangan kering dan basah. Zona Fashion dibuat memanjang ke belakang mengikuti bentuk site, dengan zona jahit pada bagian tengah bangunan. Terdapat juga tiga pintu masuk yang dapat diakses yaitu pada bagian muka depan bangunan, bagian belakang bangunan, dan yang terdekat dengan Jalan Alhamra sebagai ruangan konektivitas bangunan blok A (fashion) dan blok B (Pangan)



Gambar 3.7. Skema sirkulasi tapak
Sumber: Sketsa Penulis (2025)

Setelah membagi zonasi, ditentukan pola sirkulasi kendaraan (tapak). Pada konsep sirkulasi juga mempertimbangkan akses mengelilingi pada bangunan sebagai penerapan aspek keselamatan bangunan (fire safety).

GUBAHAN MASSA



Site terbagi menjadi 2 area dengan dipisahkan oleh Jalan Alhamra pada bagian tengahnya. Sehingga, site berpotensi dapat diakses dari Jalur utama (Jl. Sudirman) ataupun jalan sekundu (Jalan Alhamra)

Menerapkan regulasi GSB dan ROOI sehingga dapat diketahui area yang dapat dikembangkan

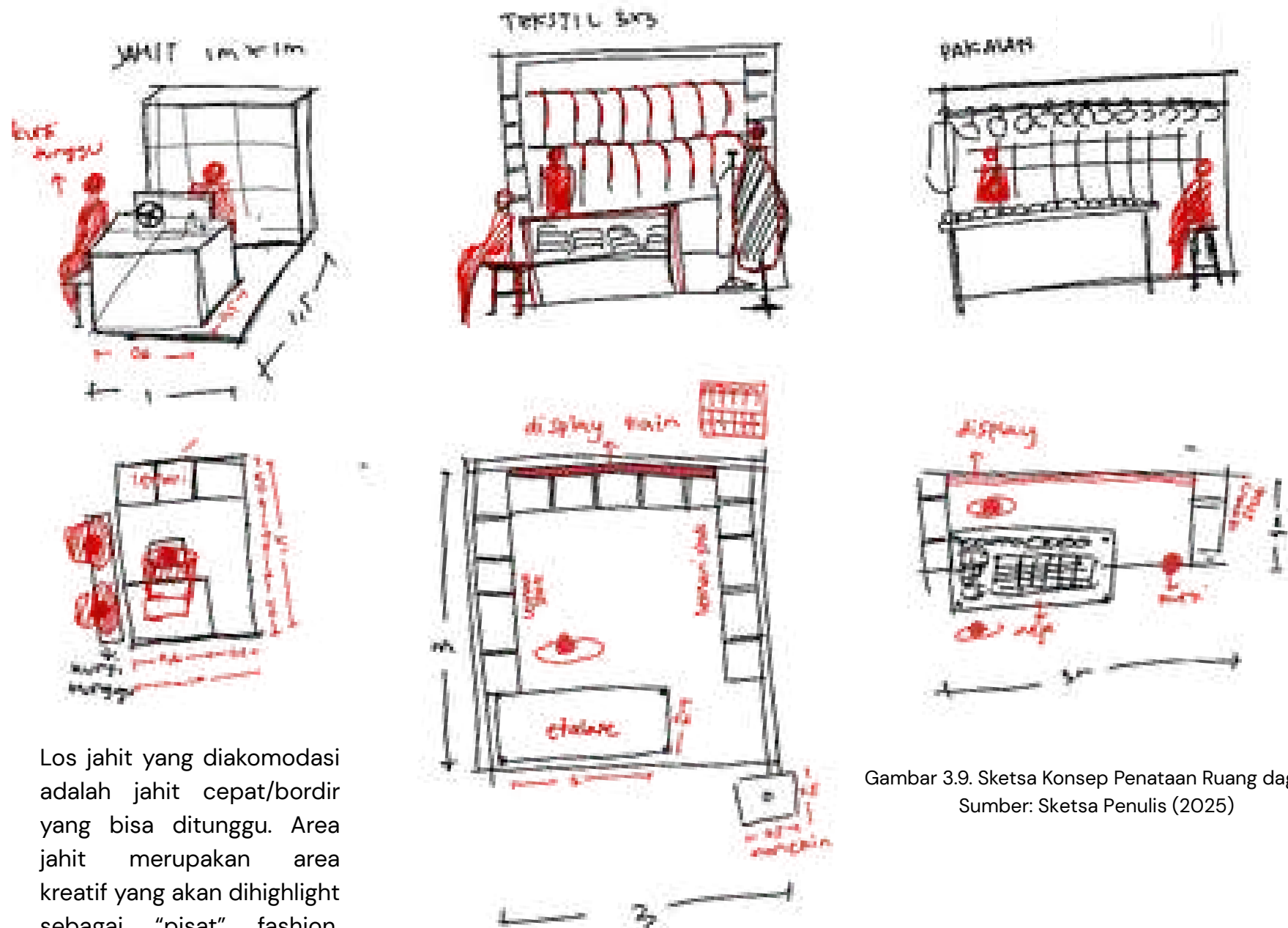
Massa bangunan dirancang berdasarkan hasil eksplorasi sebelumnya. dengan bentuk bangun memanjang kebelakang dengan area parkir pada bagian kanan dan belakang bangunan.

Modifikasi dilakukan guna membagi zona berdasarkan massa bangunan, dengan zona fashion berada di tapak paling luas (Site A).

Gambar 3.8. Gubahan Massa
Sumber: Sketsa Penulis (2025)

KONSEP ARSITEKTURAL

KONSEP AREA DAGANG



Los jahit yang diakomodasi adalah jahit cepat/bordir yang bisa ditunggu. Area jahit merupakan area kreatif yang akan dihighlight sebagai “pisat” fashion. Oleh karena itu pada zoning berada di atrium bagian tengah bangunan

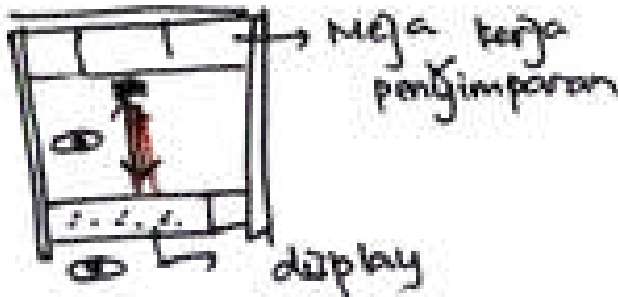
Tata ruang di kios tekstil dan pakaian diadaptasi dari bangunan eksisting, dimana penataan meliputi adanya etalase, rak stok, manekin, dan area display kain,

Gambar 3.9. Sketsa Konsep Penataan Ruang dagang
Sumber: Sketsa Penulis (2025)

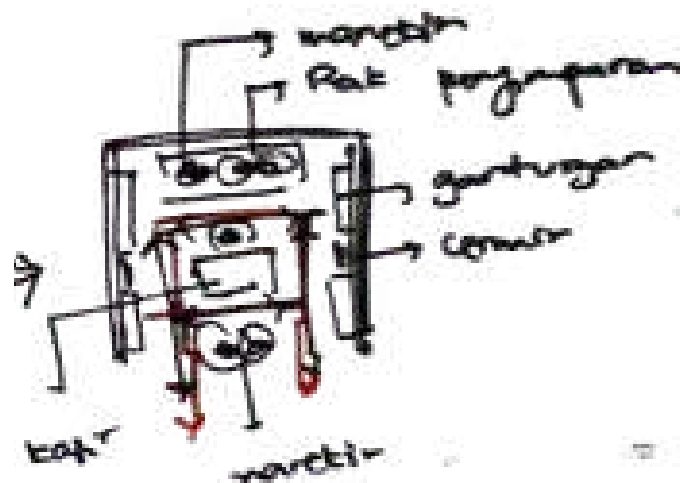
KONSEP ARSITEKTURAL

KONSEP AREA DAGANG

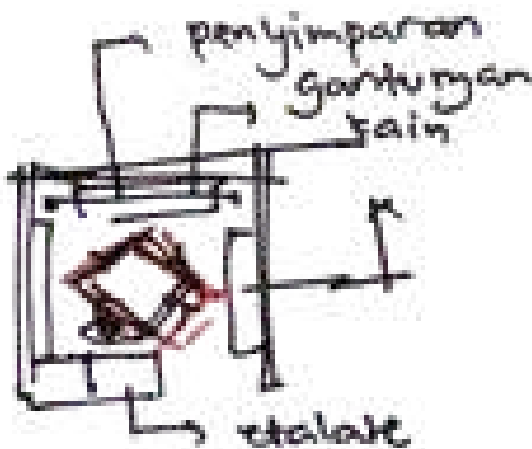
Ruang Dagang Perhiasan Emas



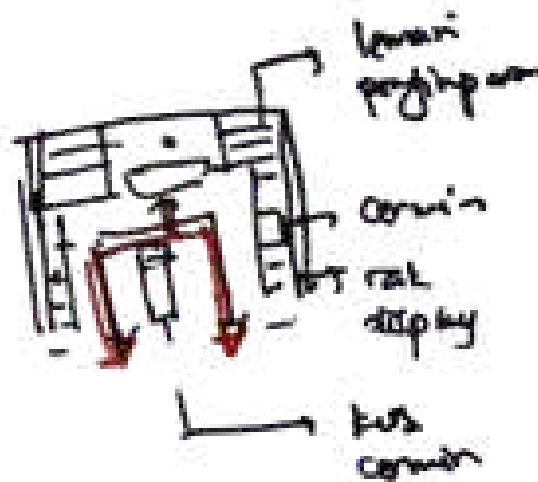
Ruang Dagang Pakaian



Ruang Dagang Kain



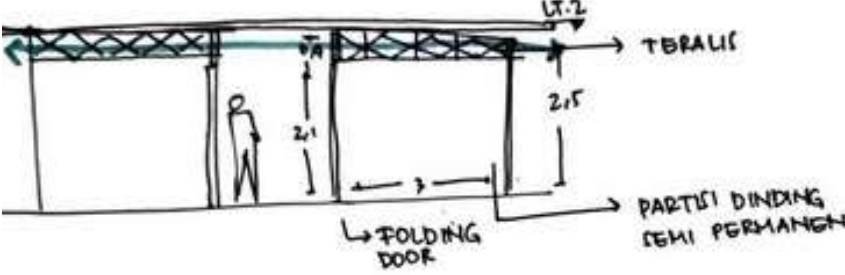
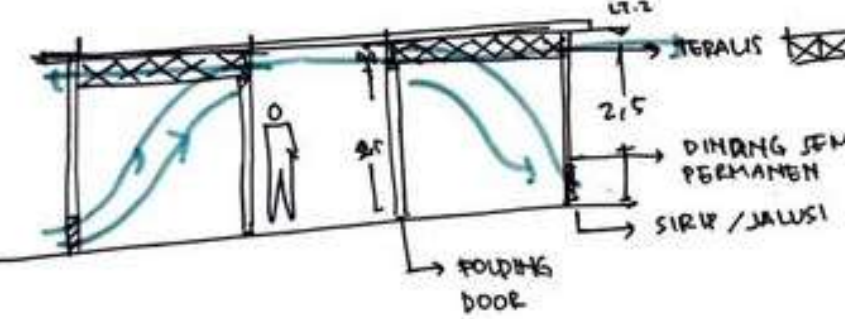
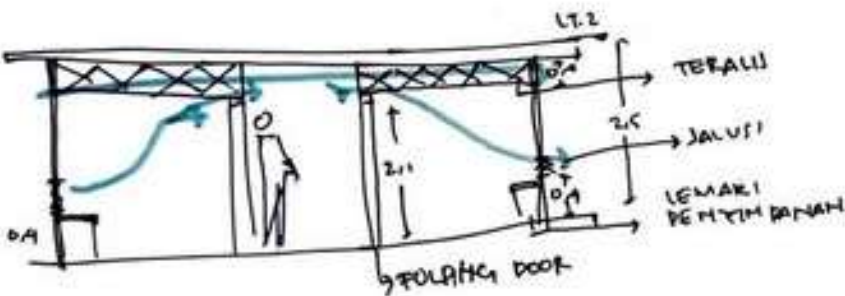
Ruang Dagang Sepatu dan Tas



Gambar 3.10. Sketsa Konsep Penataan Ruang dagang
Sumber: Sketsa Penulis (2025)

KONSEP ARSITEKTURAL

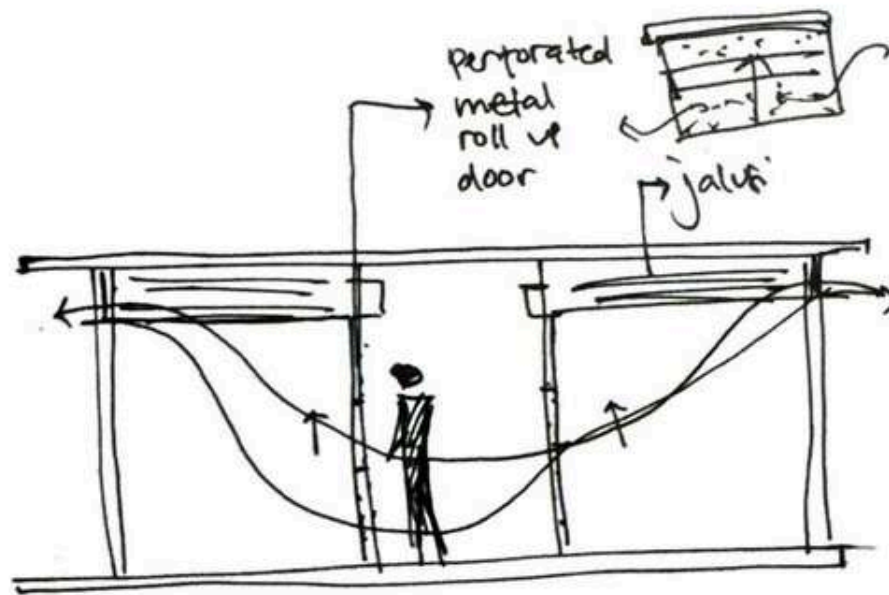
EKSPLORASI MODUL RUANG DAGANG

	(+) Terdapat penghawaan pada bagian atas kios (+) Ruang dagang fleksibel, bisa disewa lebih dari 1 kios karena menggunakan partisi semi permanen (-) Belum memenuhi strategi penghawaan silang
	(+) Penghawaan pada bagian atas dan bawah kios memungkinkan penghawaan silang, (+) Pintu kios yang minim ruang (+) Ruang kios fleksibel (-) Bukaannya pada bagian bawah memungkinkan masuknya hewan ke dalam kios
	(+) Penghawaan pada bagian atas dan bawah kios memungkinkan penghawaan silang, (+) Pintu kios yang minim ruang (+) Ruang kios fleksibel (-) Udara tidak melewati ruang sirkulasi sehingga tidak mengenai pengguna ruang sirkulasi.

Gambar 3.11. Sketsa Eksplorasi Konsep Modulasi Ruang Dagang
Sumber: Penulis (2025)

KONSEP ARSITEKTURAL

KONSEP MODUL RUANG DAGANG



Gambar 3.12. Sketsa Konsep Modulasi Ruang Dagang Terpilih
Sumber: Penulis (2025)

Rancangan alternatif ke empat sekaligus yang terpilih merupakan hasil dari kolaborasi dan perkembangan dari tiga eksplorasi sebelumnya. Hal-hal yang dipertimbangkan yaitu

1. Penggunaan Metal Roll Up Door yang mana penggunaannya metal door digulung ke atas sehingga tidak menggunakan ruang dagang sebagai tempat "penyimpanan" pintu, sehingga ruang dagang lebih maksimal
2. Material pintu merupakan perforated metal, sehingga seluruh penampangnya dapat mengalirkan udara.
3. Tetap menggunakan bukaan pada bagian atas kios sebagai penyalur udara panas.
4. Dengan menggunakan dinding semi-permanen sebagai partisi antar kios, kios menjadi lebih fleksibel dan dapat sewaktu-waktu disewa lebih dari 2 kios.

KONSEP ARSITEKTURAL

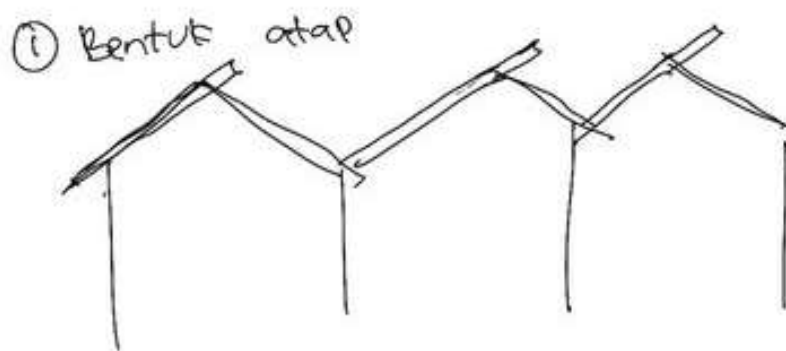
KONSEP SELUBUNG BANGUNAN

Adaptasi Geometri pada Kain Adat Melayu Riau sebagai representasi kebudayaan yang terus berkembang dan dinamis

Motif Siku Keluang pada Songket Melayu Riau 	Geometri: Motif siku awan sering ditemui di kain songket khas Melayu Riau, biasanya disandingkan dengan motif-motif flora lainnya. Motif ini menunjukkan konsep refleksi (pencerminan) dan rotasi dalam transformasi geometri. Sudut yang sering digunakan yaitu 35°
---	--

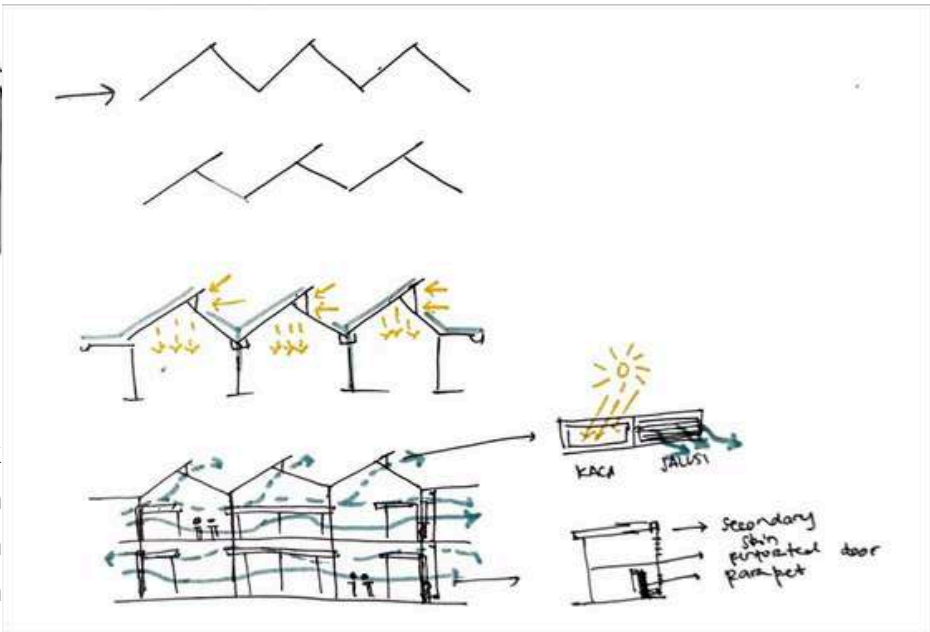
Tabel 3.5. Adaptasi Bentuk dari Songket Khas Melayu Riau ke bentuk atap
Sumber: Penulis (2025)

Penerapan:



Gambar 3.14. Sketsa Bentuk Atap
Sumber: Penulis (2025)

Motif siku keluang diterapkan dalam bentuk atap, dimana atap berbentuk atap pelana berjajar dengan overhang pada bagian pucuknya. Bentuk ini dieksplorasi dan disesuaikan dengan kondisi iklim di Kota Duri, Kabupaten Bengkalis dan menambahkan skylight untuk memaksimalkan pencahayaan alami.

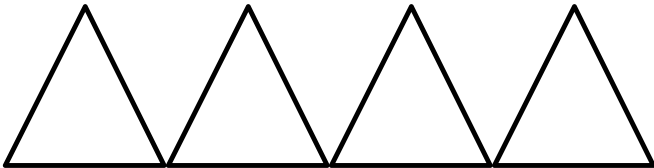


Gambar 3.13. Sketsa Eksplorasi Bentuk Atap
Sumber: Penulis (2025)

KONSEP ARSITEKTURAL

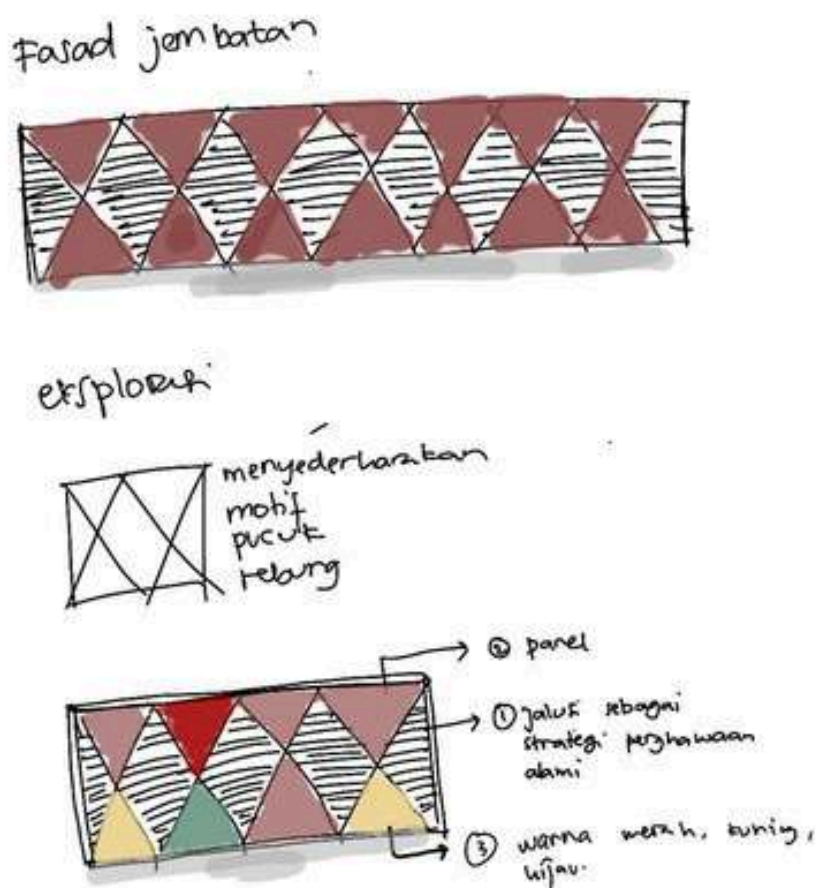
KONSEP SELUBUNG BANGUNAN

Adaptasi Geometri pada Kain Adat Melayu Riau sebagai representasi kebudayaan yang terus berkembang dan dinamis

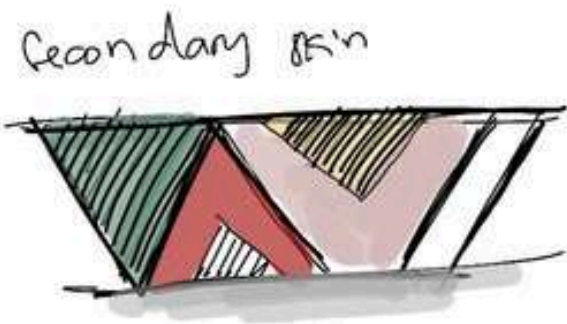
Motif Pucuk Rebung dan Warna pada Kain Tenun Lejo 	Geometri: Berbentuk segitiga atau pola belah ketupat berulang dan simetris, motif ini melambangkan kesuburan dan pertumbuhan. 
---	--

Tabel 3. 6. Adaptasi Bentuk dari Songket Khas Melayu Riau ke ornamen fasad bangunan
Sumber: Penulis (2025)

Penerapan:



Gambar 3.14. Sketsa Konsep Modulasi Secondary Skin
Sumber: Penulis (2025)



Gambar 3.15. Sketsa Konsep Modulasi Secondary Skin
Sumber: Penulis (2025)

Penerapan secara dominan ditampilkan di fasad bangunan sebagai pembentuk citra. Motif Pucuk rebung yang memiliki geometri segitiga disederhanakan dan dipadukan dengan warna merah, kuning, hijau, yang identik dengan warna Melayu Riau. Bentuk dibuat dinamis bertujuan untuk menciptakan suasana yang khas.

KONSEP ARSITEKTURAL

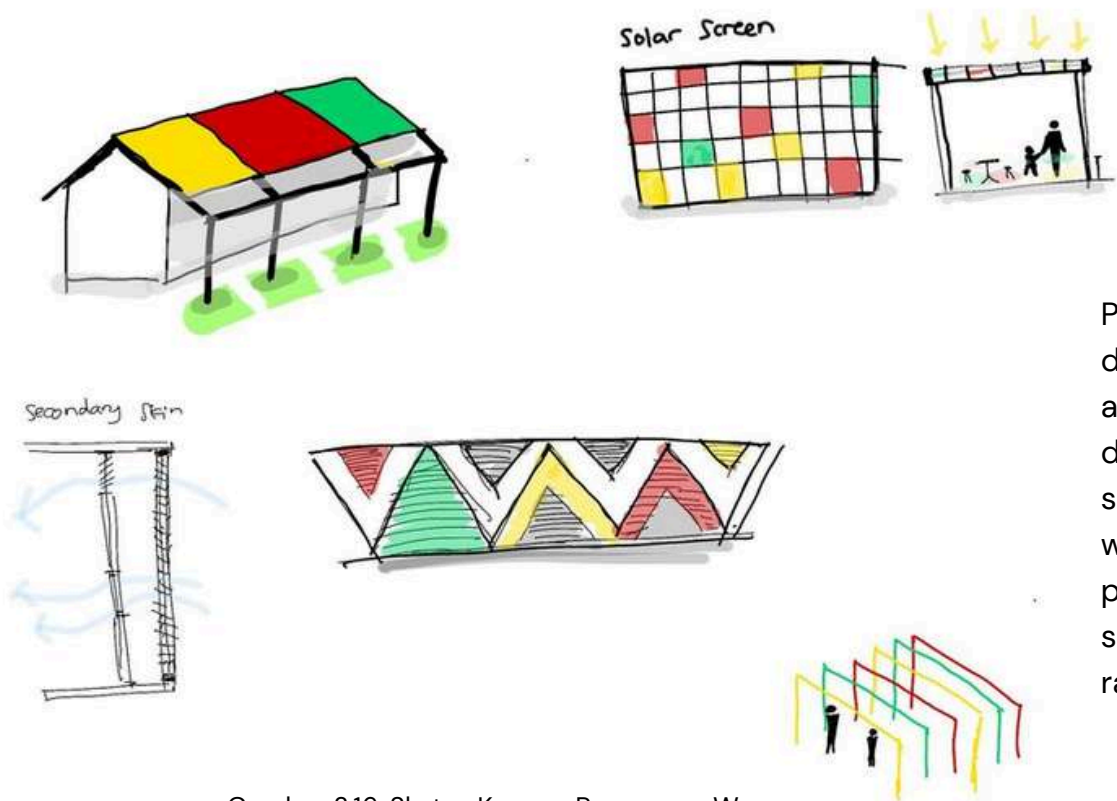
KONSEP SELUBUNG BANGUNAN

Adaptasi Geometri pada Kain Adat Melayu Riau sebagai representasi kebudayaan yang terus berkembang dan dinamis

Motif Pucuk Rebung dan Warna pada Kain Tenun Lejo 	Warna:  Merah: keberanian, semangat, representasi kerakyatan  Kuning: kemuliaan, kebangsawanan, dan kekuasaan  Hijau: kedamaian, pertumbuhan, dan harmoni.  Putih: kedamaian, pertumbuhan, dan harmoni.  Hitam: Melambangkan kewibawaan dan kekuatan
---	---

Tabel 3.7 Adaptasi warna dari Songket Khas Melayu Riau ke ornamen fasad bangunan
Sumber: Penulis (2025)

Penerapan:

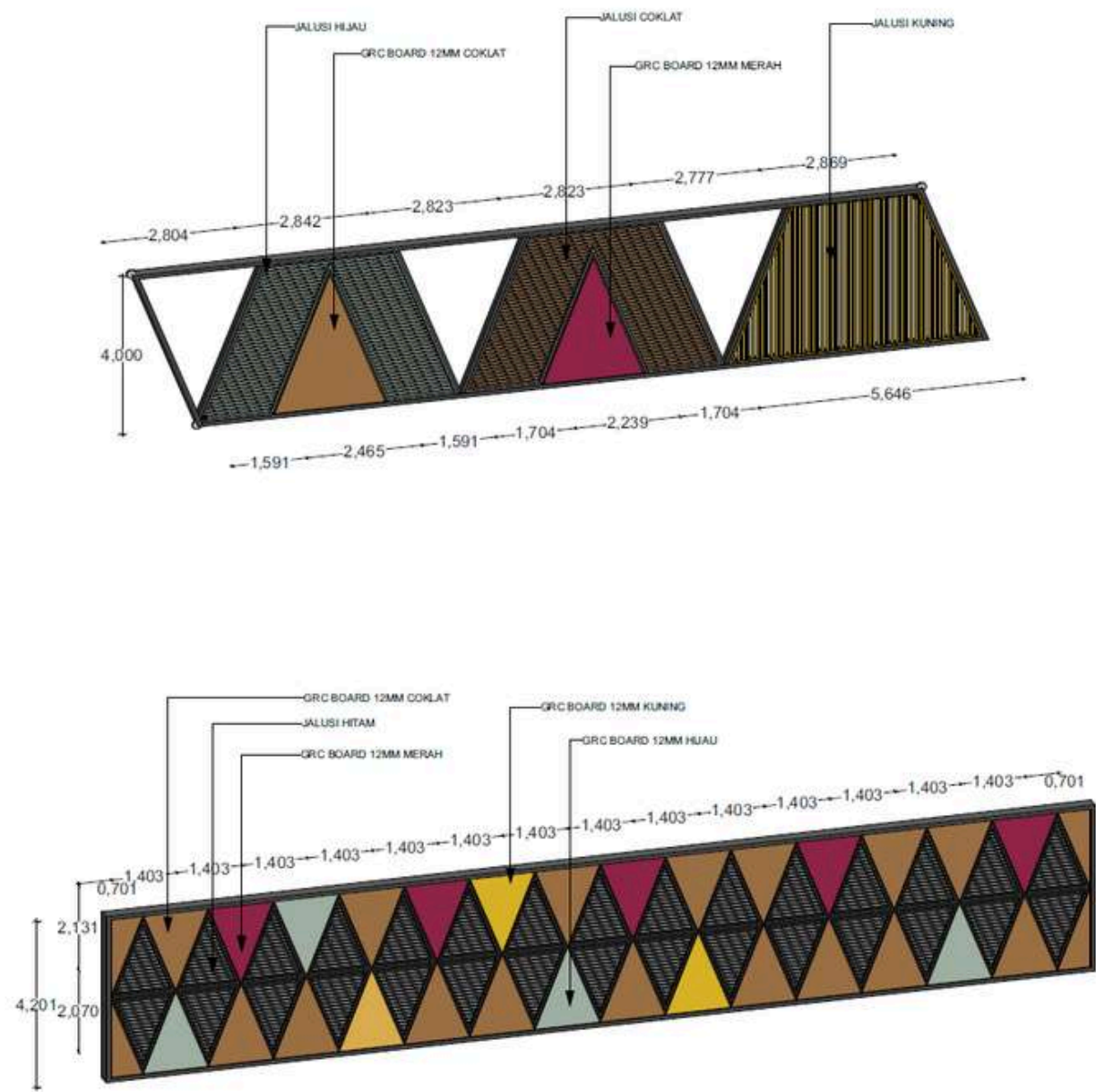


Penerapan warna cukup dominan digunakan di berbagai bagian bangunan, seperti pada atap toko yang lebih memungkinkan terlihat dari sudut pandang manusia, curtain wall, solar screen yang bertujuan memantulkan warna ke lantai bangunan, dan di bagian pintu masuk sebagai strategi keunikan suasana, kejelasan pintu masuk, dan suasana ramah dan menyambut.

Gambar 3.16. Sketsa Konsep Penerapan Warna
Sumber: Penulis (2025)

DETAIL ARSITEKTURAL

DETAIL SELUBUNG BANGUNAN



Gambar 3.17. Detail Selubung Bangunan
Sumber: Penulis (2025)



BAB IV

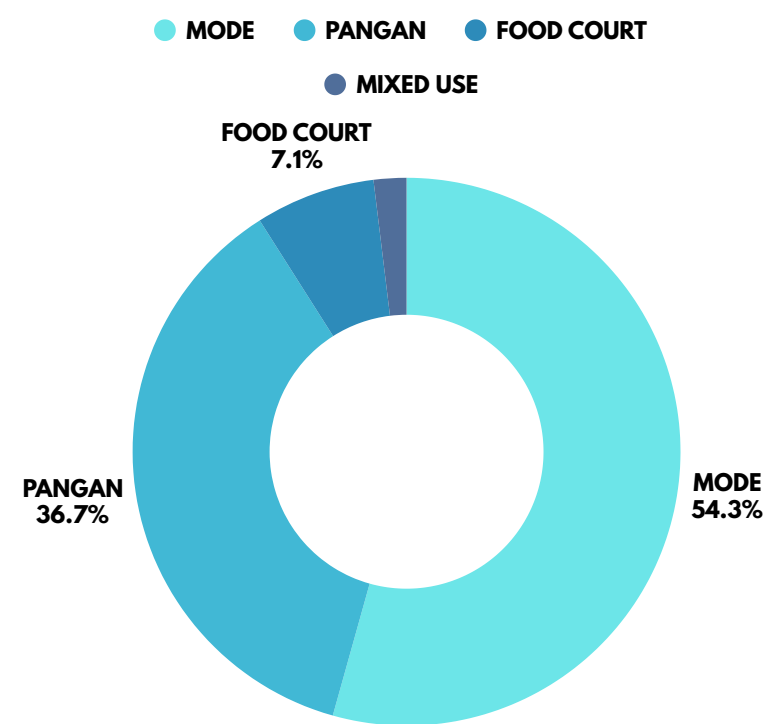
HASIL RANCANGAN DAN PEMECAHAN PERSOALAN

PROPERTY SIZE

PERSENTASE RUANG DAGANG

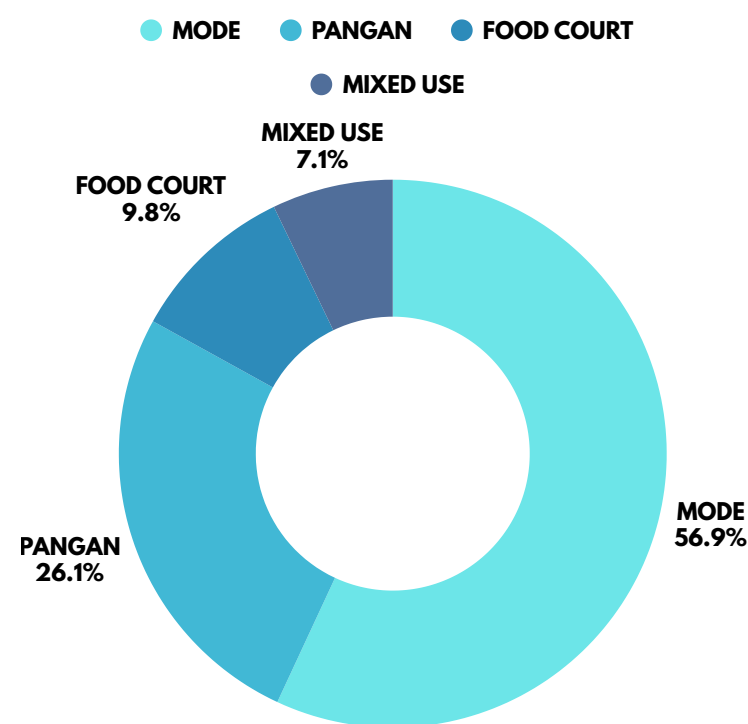
TOTAL LUAS RUANG RUANG DAGANG: 2139
TOTAL JUMLAH RUANG DAGANG: 311

BERDASARKAN JUMLAH RUANG DAGANG



Gambar 4.1.1.. Persentase Jumlah Ruang Dagang
Sumber: Penulis (2025)

BERDASARKAN LUASAN RUANG DAGANG



Gambar 4.1.2. Persentase Luasan Ruang Dagang
Sumber: Penulis (2025)

Berdasarkan data di bagian Property Size dalam dokumen perancangan Pasar Raya Mandau, ruang dagang yang paling dominan adalah ruang untuk komoditas fashion. Hal ini terlihat dari porsi luas dan jumlah ruang dagang yang terbesar diperuntukkan bagi penjualan produk fashion seperti pakaian, aksesoris, sepatu, dan produk fesyen lainnya. Ruang dagang fashion ini menjadi fokus utama pasar karena sesuai dengan potensi dan karakteristik Pasar Raya Mandau sebagai pusat perdagangan produk fashion di Kecamatan Mandau, Kabupaten Bengkalis. Dengan dominasi ruang dagang fashion ini, pasar tidak hanya berfungsi sebagai pusat perdagangan tetapi juga sebagai ruang kreatif yang menonjolkan identitas lokal dan kreativitas dalam industri fashion melalui pendekatan creative placemaking

PROPERTY SIZE



SITE A

Tabel 4.1. Property Size Site A
Sumber: Penulis (2025)

NO	KETERANGAN	NILAI		REALISASI
A	LUAS KAVLING	5455		
B	Peraturan Bangunan			
1	KLB	3	16365	4642
2	KDB	60%	3273	2193
3	KDH	20%	1091	1762
C	Koefisien Luas Komer	40%	2182	
D	koefisien sirkulasi	10%	545.5	
E	Koefisien Utilitas	10%	545.5	



SITE B

Tabel 4.2.. Property Size Site B
Sumber: Penulis (2025)

NO	KETERANGAN	NILAI		REALISASI
A	LUAS KAVLING	1670		
B	Peraturan Bangunan			
1	KLB	3	5010	743
2	KDB	60%	1002	743
3	KDH	20%	334	511.3
C	Koefisien Luas Komer	40%	668	
D	koefisien sirkulasi	10%	167	
E	Koefisien Utilitas	10%	167	



SITUASI



Gambar 4.3. Situasi
Sumber: Penulis (2025)

SITEPLAN



Gambar 4.2. Siteplan
Sumber: Penulis (2025)

TAMPAK KAWASAN

TAMPAK UTARA & SELATAN



Gambar 4.3. Tampak Utara dan Selatan Kawasan
Sumber: Penulis (2025)

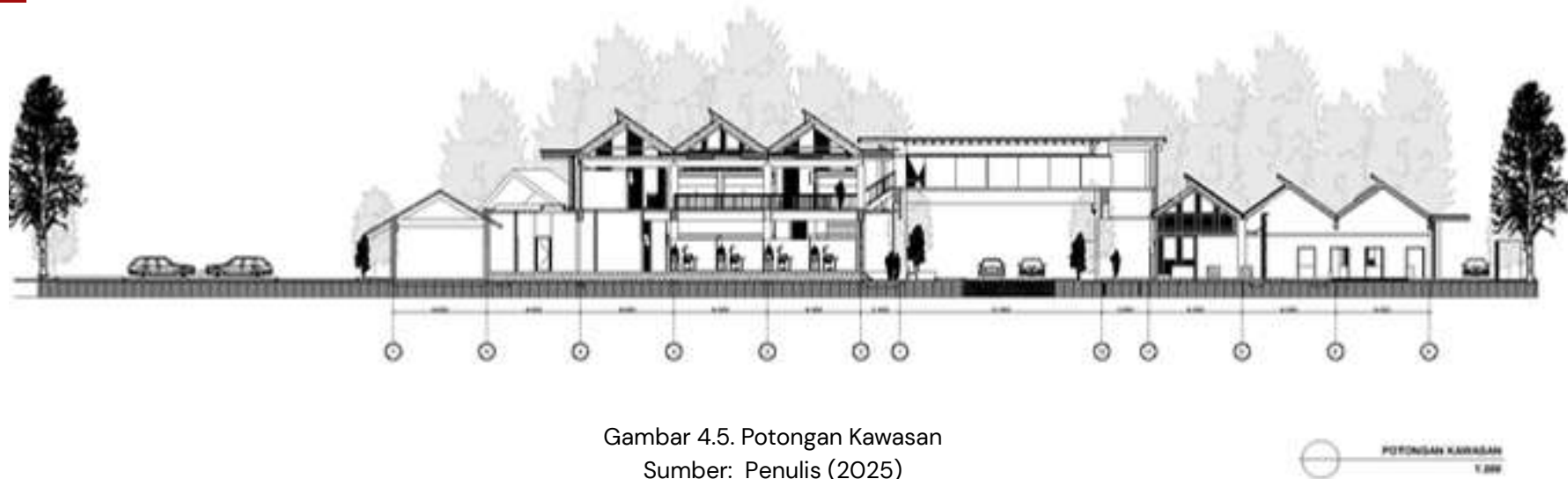
TAMPAK KAWASAN

TAMPAK TIMUR & BARAT



Gambar 4.4. Tampak Timur dan Barat Kawasan
Sumber: Penulis (2025)

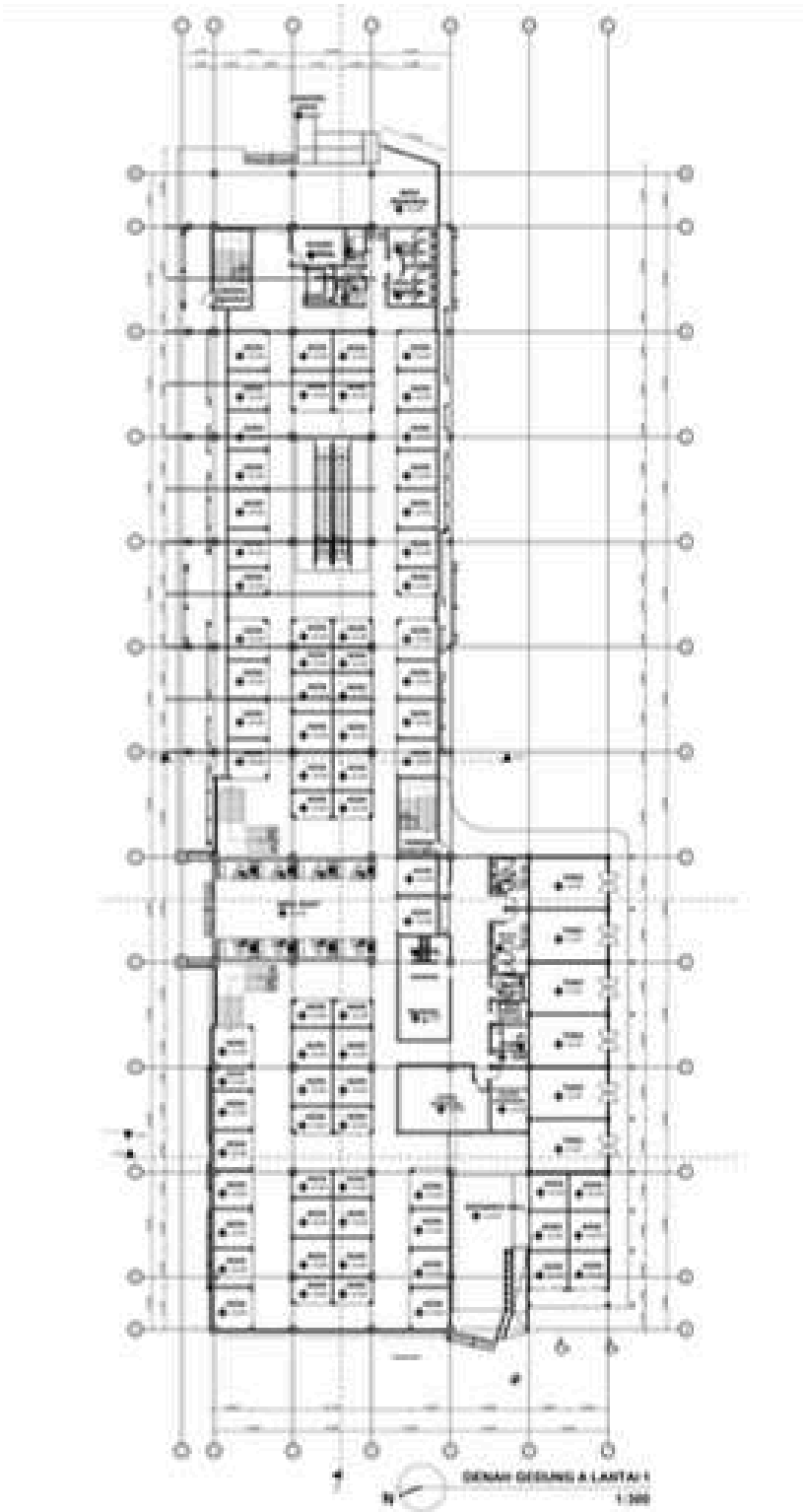
POTONGAN KAWASAN



Gambar 4.5. Potongan Kawasan
Sumber: Penulis (2025)

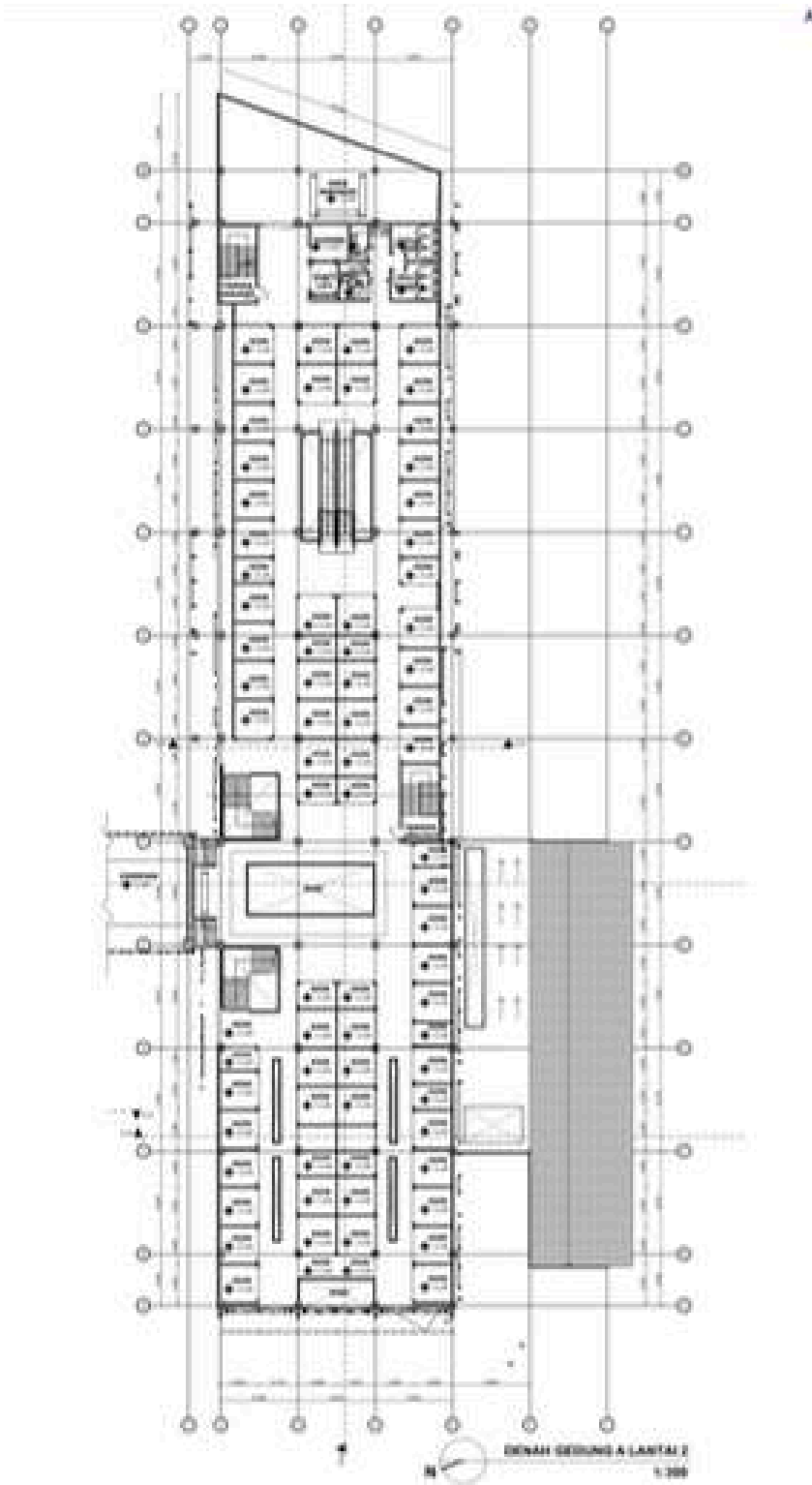
GEDUNG A

DENAH LANTAI 1



Gambar 4.6. Denah Lantai 1 Blok A
Sumber: Penulis (2025)

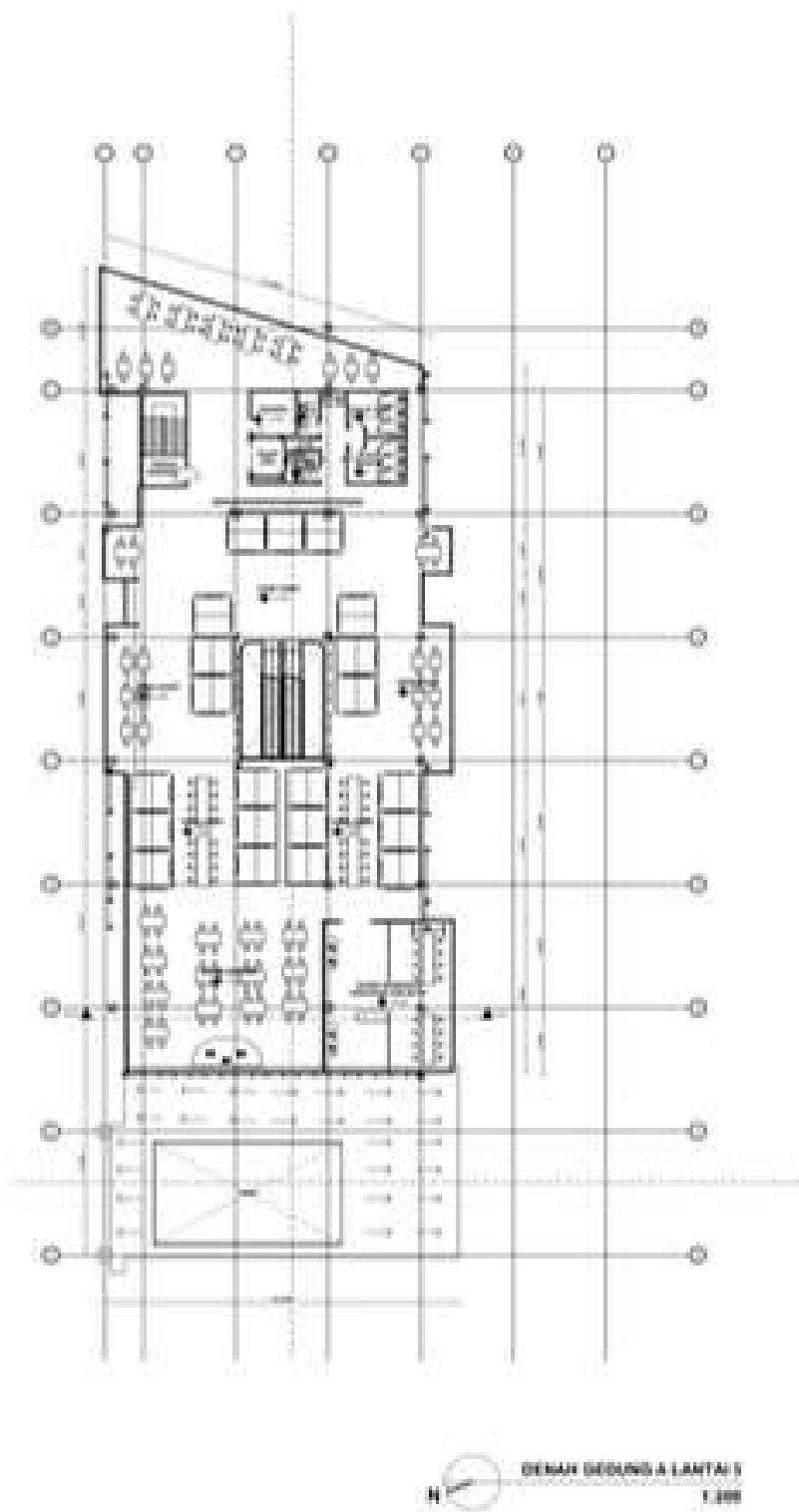
DENAH LANTAI 2



Gambar 4.7. Denah Lantai 2 Blok A
Sumber: Penulis (2025)

GEDUNG A

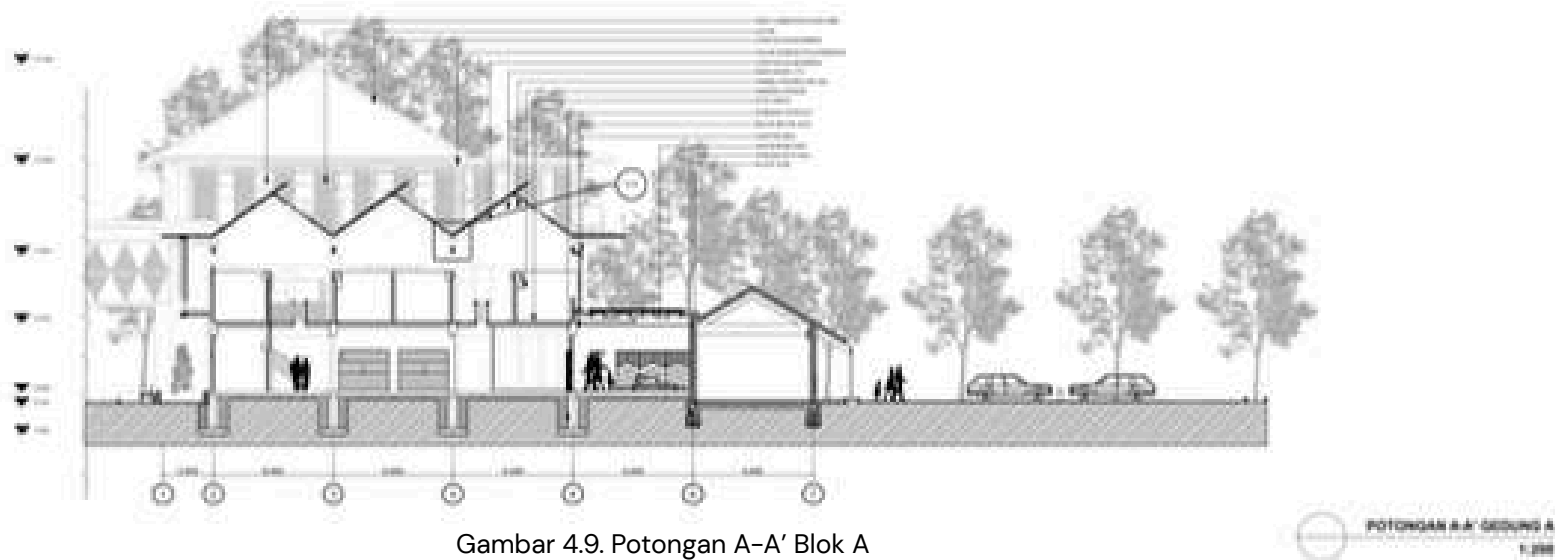
DENAH LANTAI 3



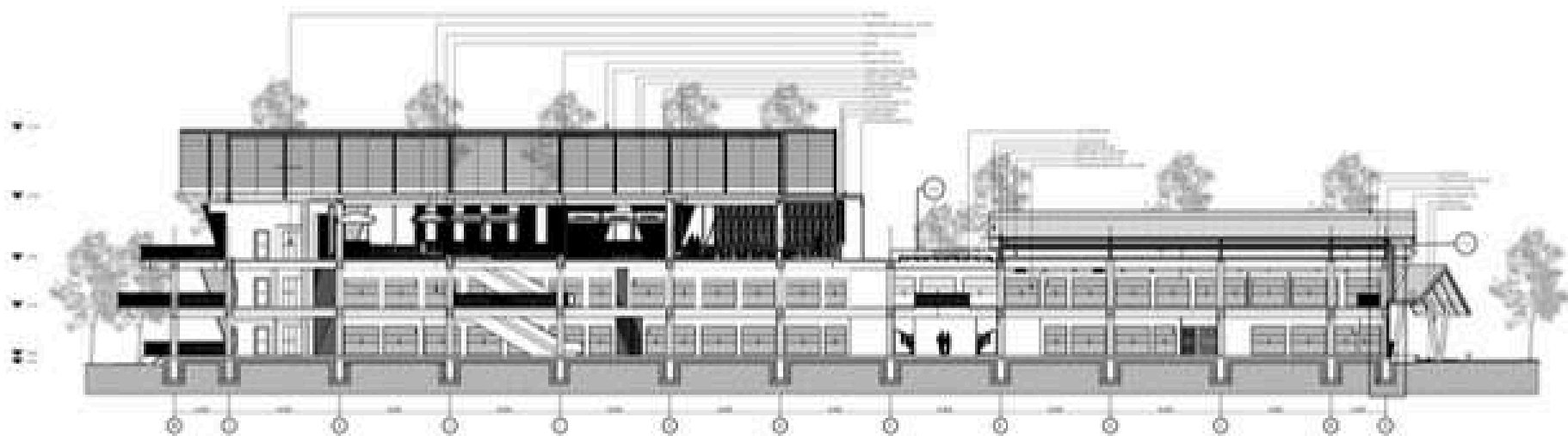
Gambar 4.8. Denah Lantai 3 Blok A
Sumber: Penulis (2025)

GEDUNG A

POTONGAN



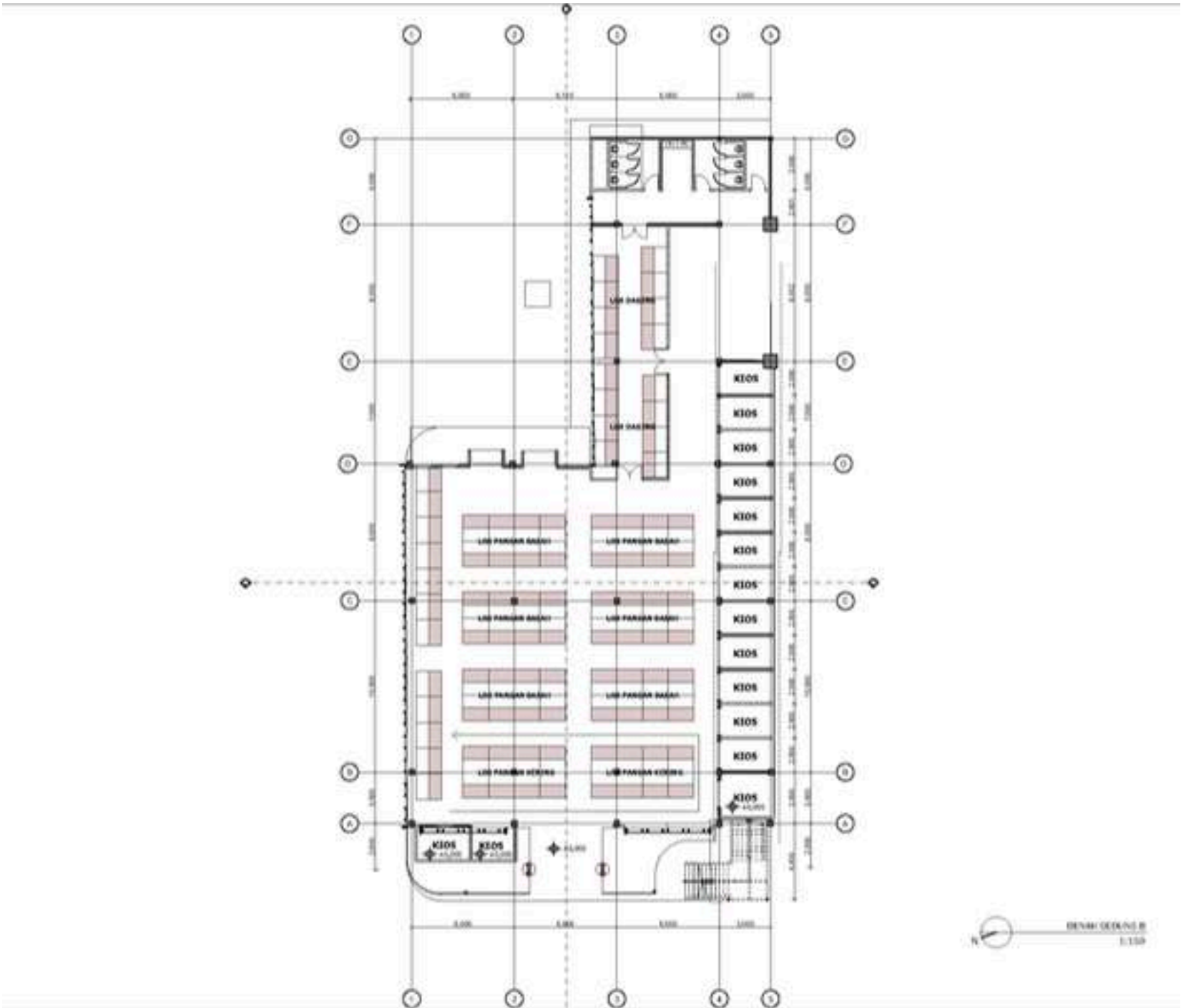
Gambar 4.9. Potongan A-A' Blok A
Sumber: Penulis (2025)



Gambar 4.10. Potongan B-B' Blok A
Sumber: Penulis (2025)

GEDUNG B

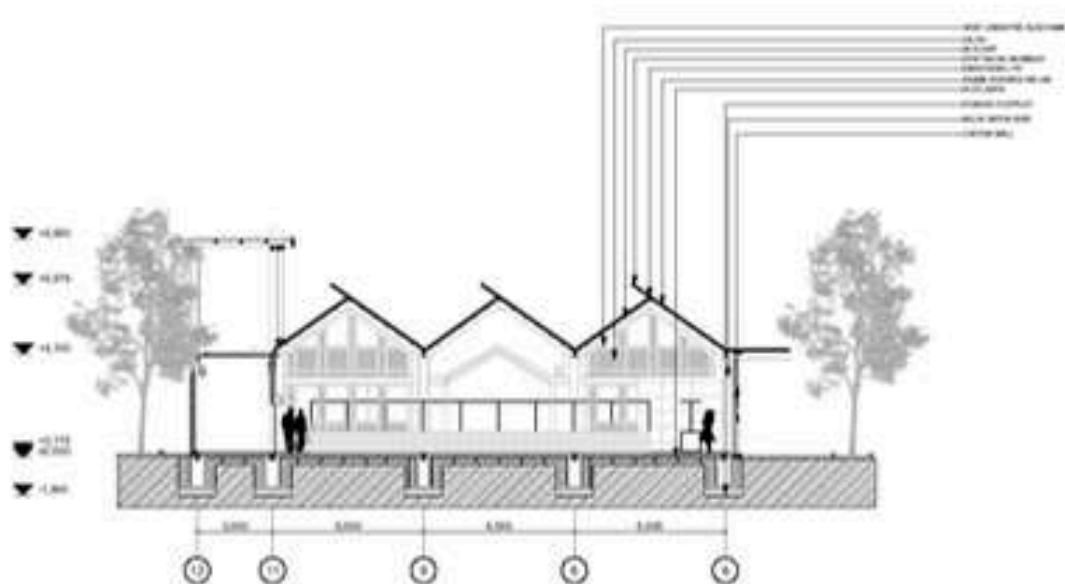
DENAH LANTAI 1



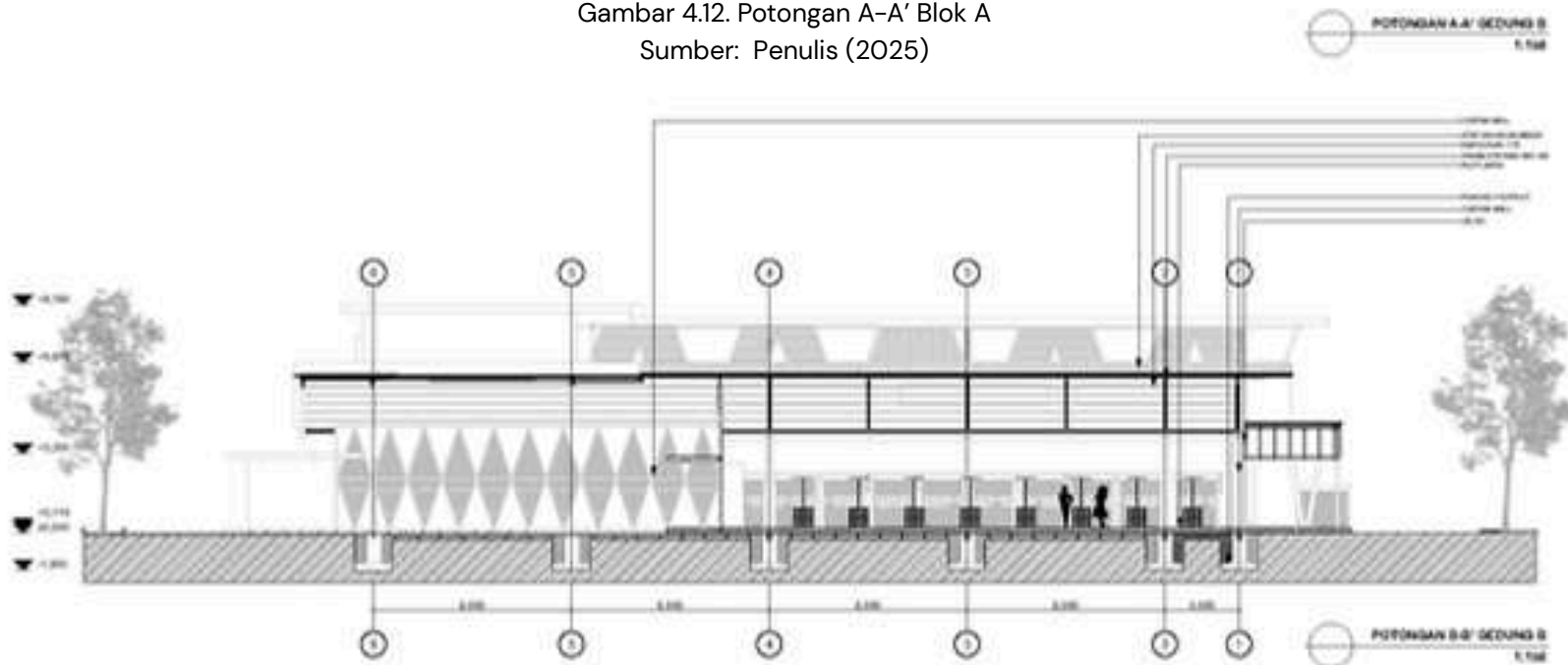
Gambar 4.11. Denah Lantai 1 Blok B
Sumber: Penulis (2025)

GEDUNG B

POTONGAN



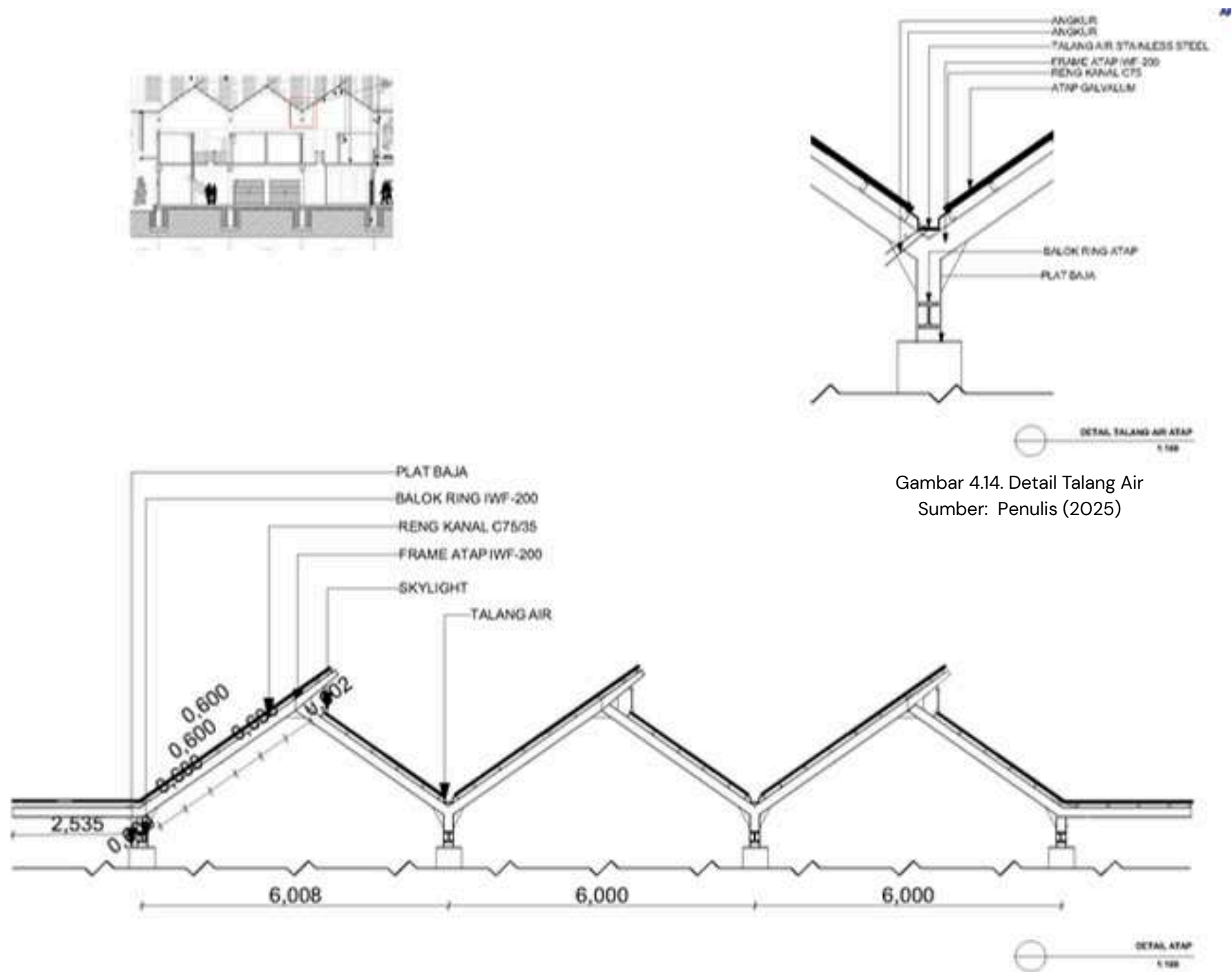
Gambar 4.12. Potongan A-A' Blok A
Sumber: Penulis (2025)



Gambar 4.13. Potongan B-B' Blok A
Sumber: Penulis (2025)

DETAIL ARSITEKTURAL

DETAIL ATAP



Gambar 4.14. Detail Talang Air
Sumber: Penulis (2025)

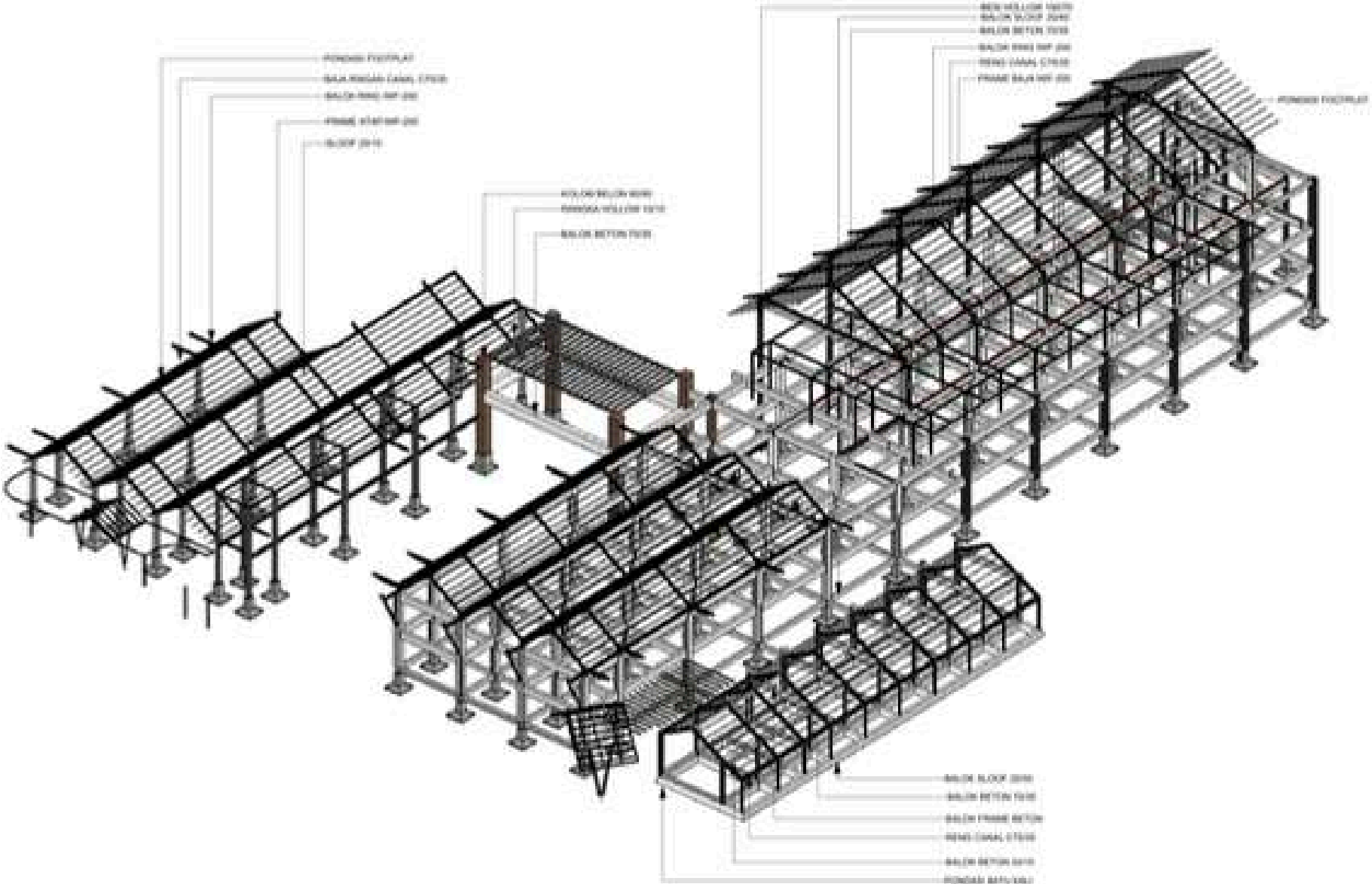
Gambar 4.15. Detail Atap
Sumber: Penulis (2025)

DETAIL SECONDARY SKIN



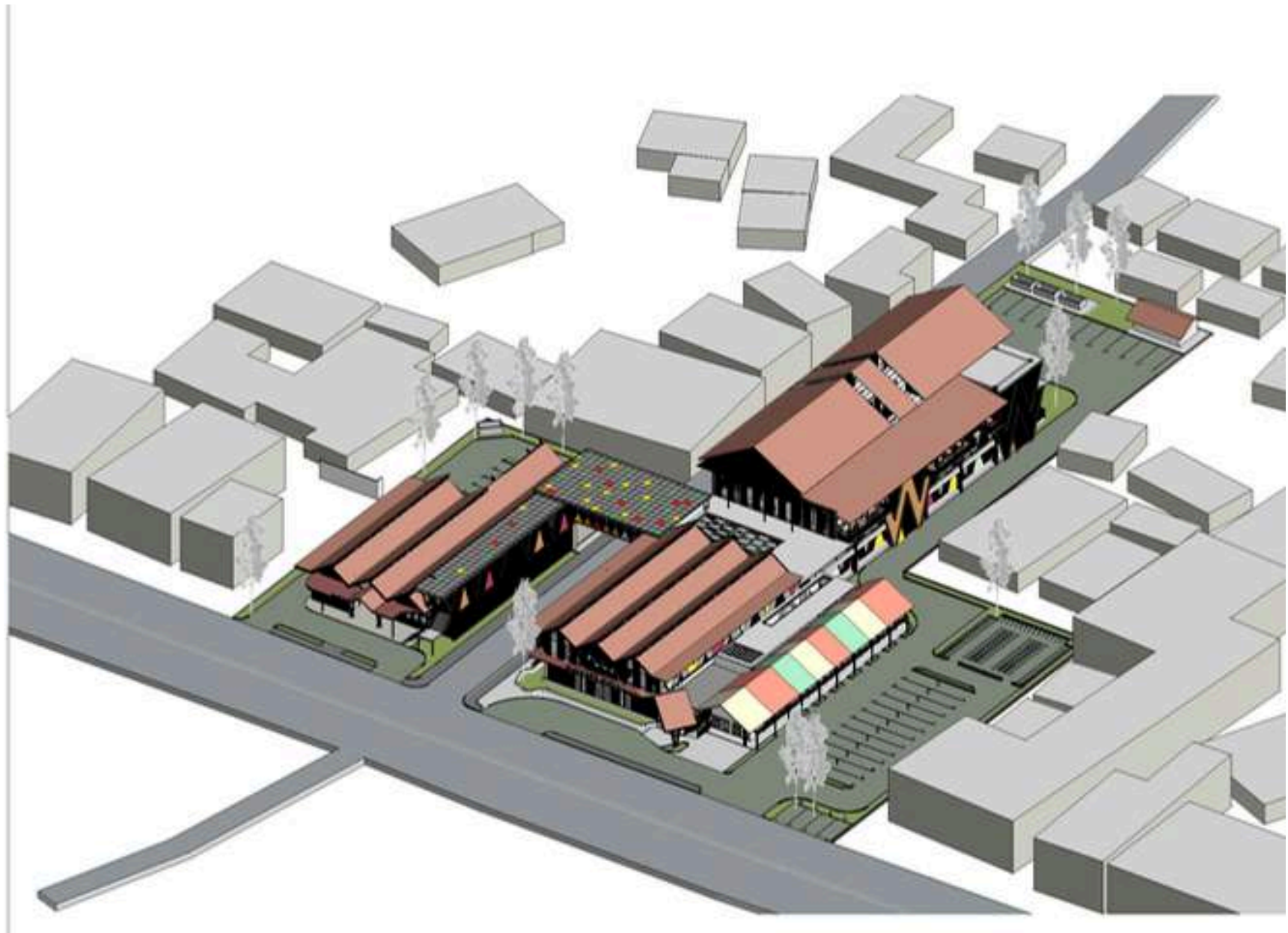
DETAIL, CURTAIN WALL
JEWELL TANK
1:100

STRUKTUR GRID



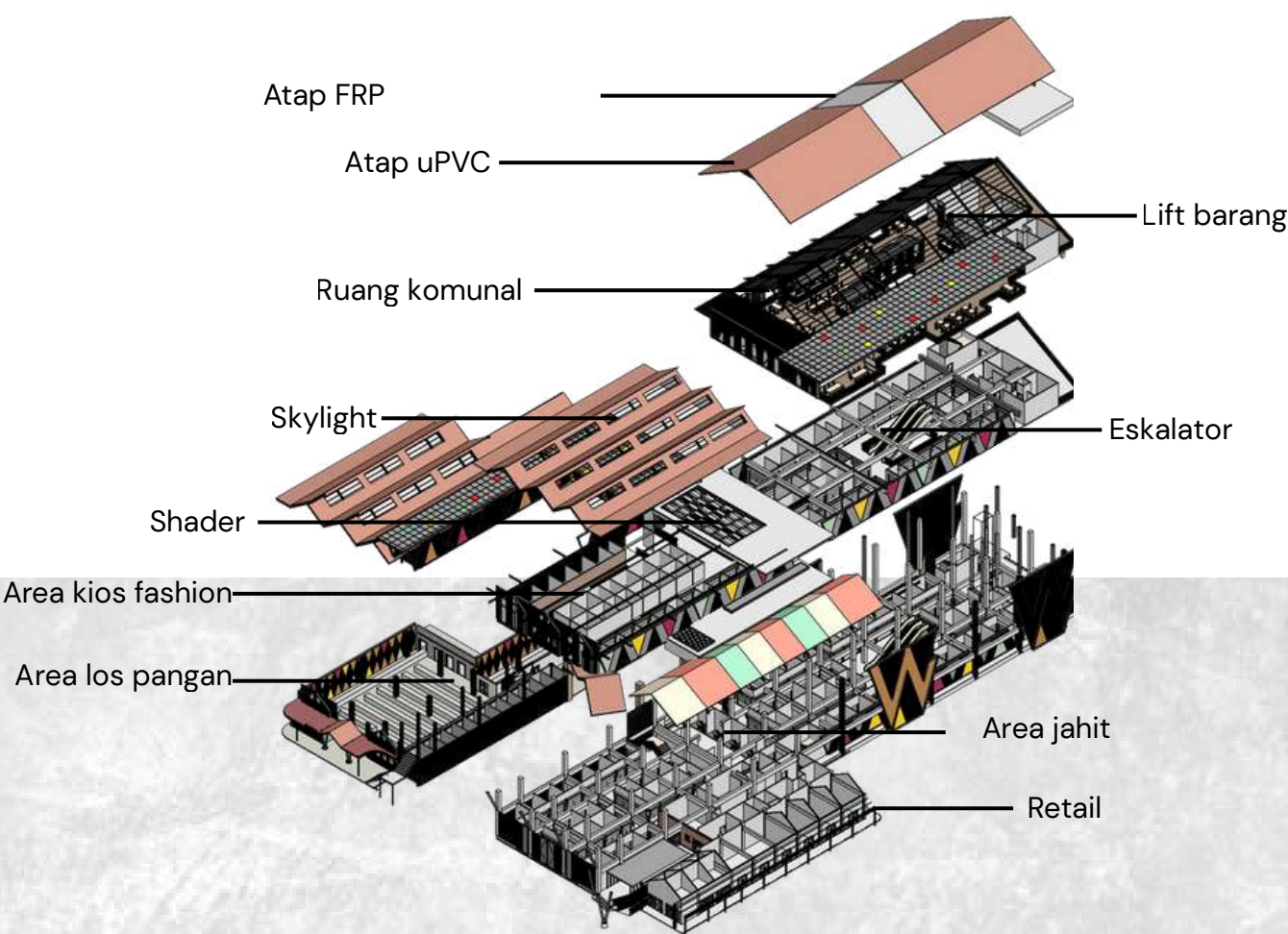
Gambar 4.17. Skema Struktur Bangunan
Sumber: Penulis (2025)

AXONOMETRI BANGUNAN



Gambar 4.18. Aksonometri Bangunan
Sumber: Penulis (2025)

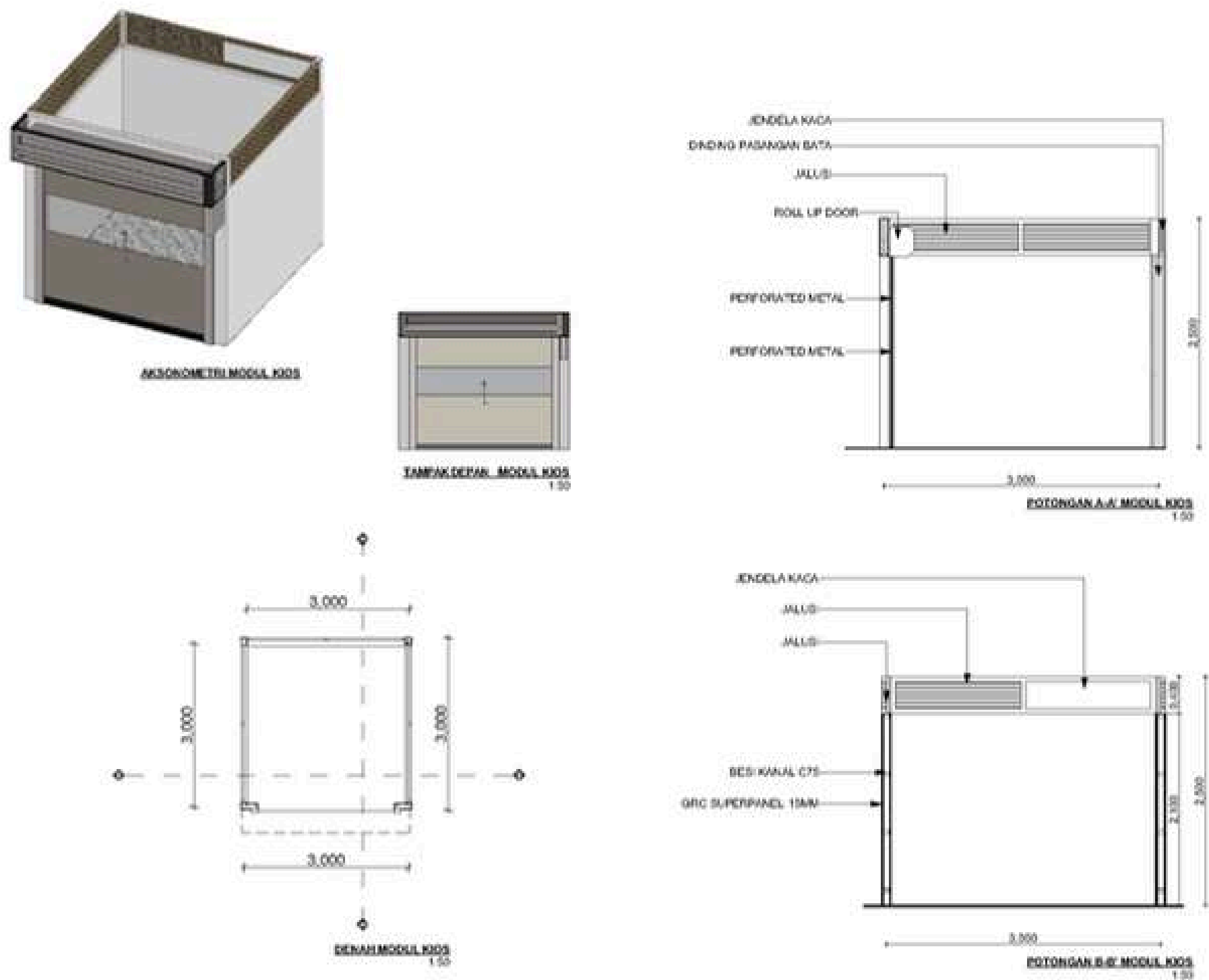
AXONOMETRI BANGUNAN



Gambar 4.19. Exploded Axonometry Bangunan
Sumber: Penulis (2025)

DETAIL ARSITEKTURAL

DETAIL MODUL KIOS



Gambar 4.20. Detail Modul Kios
Sumber: Penulis (2025)

DETAIL ARSITEKTURAL

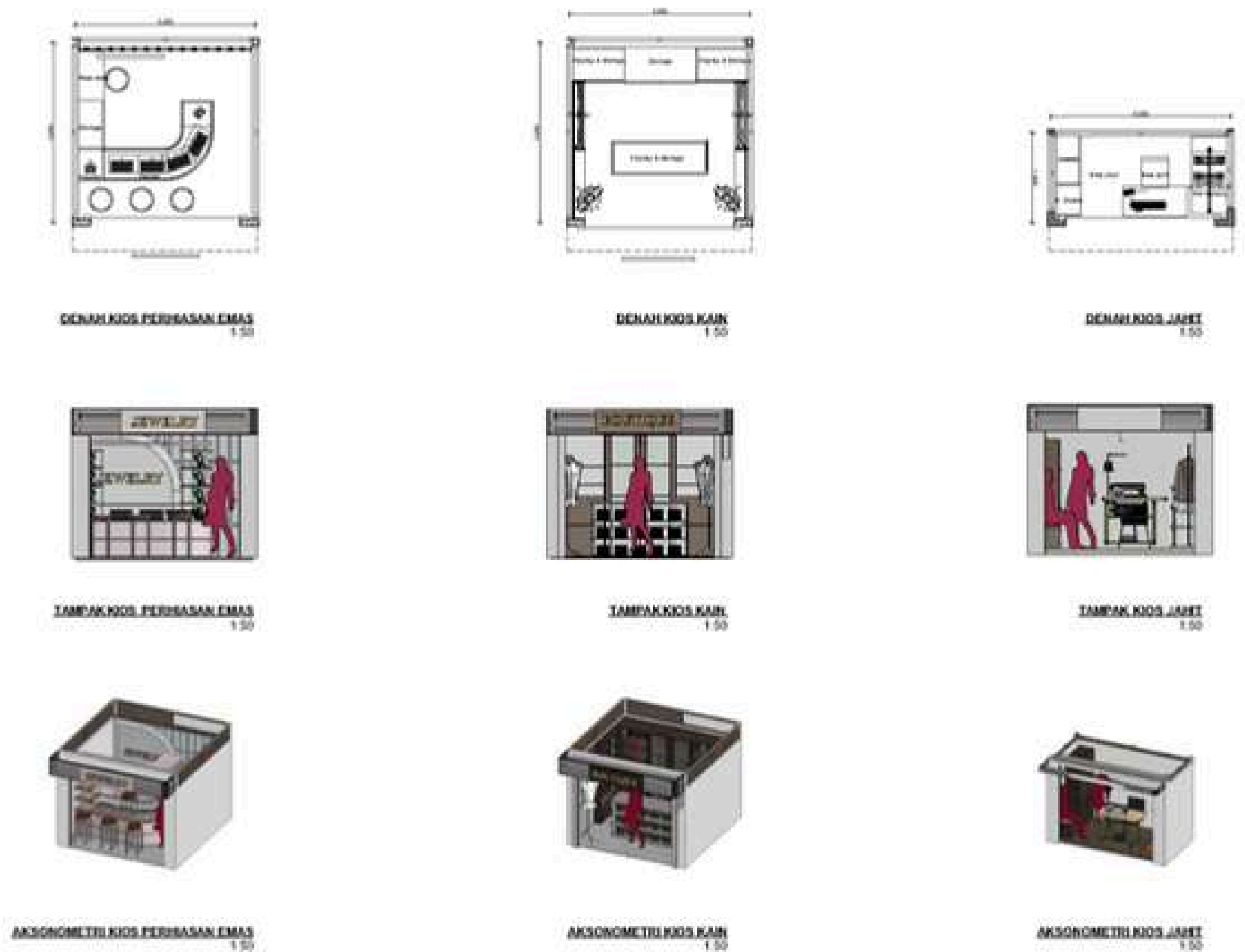
KIOS PAKAIAN, SEPATU, DAN AKSESORIS



Gambar 4.21. Detail Kios Komoditas Pakaian Wanita ,Pria, dan Sepatu
Sumber: Penulis (2025)

DETAIL ARSITEKTURAL

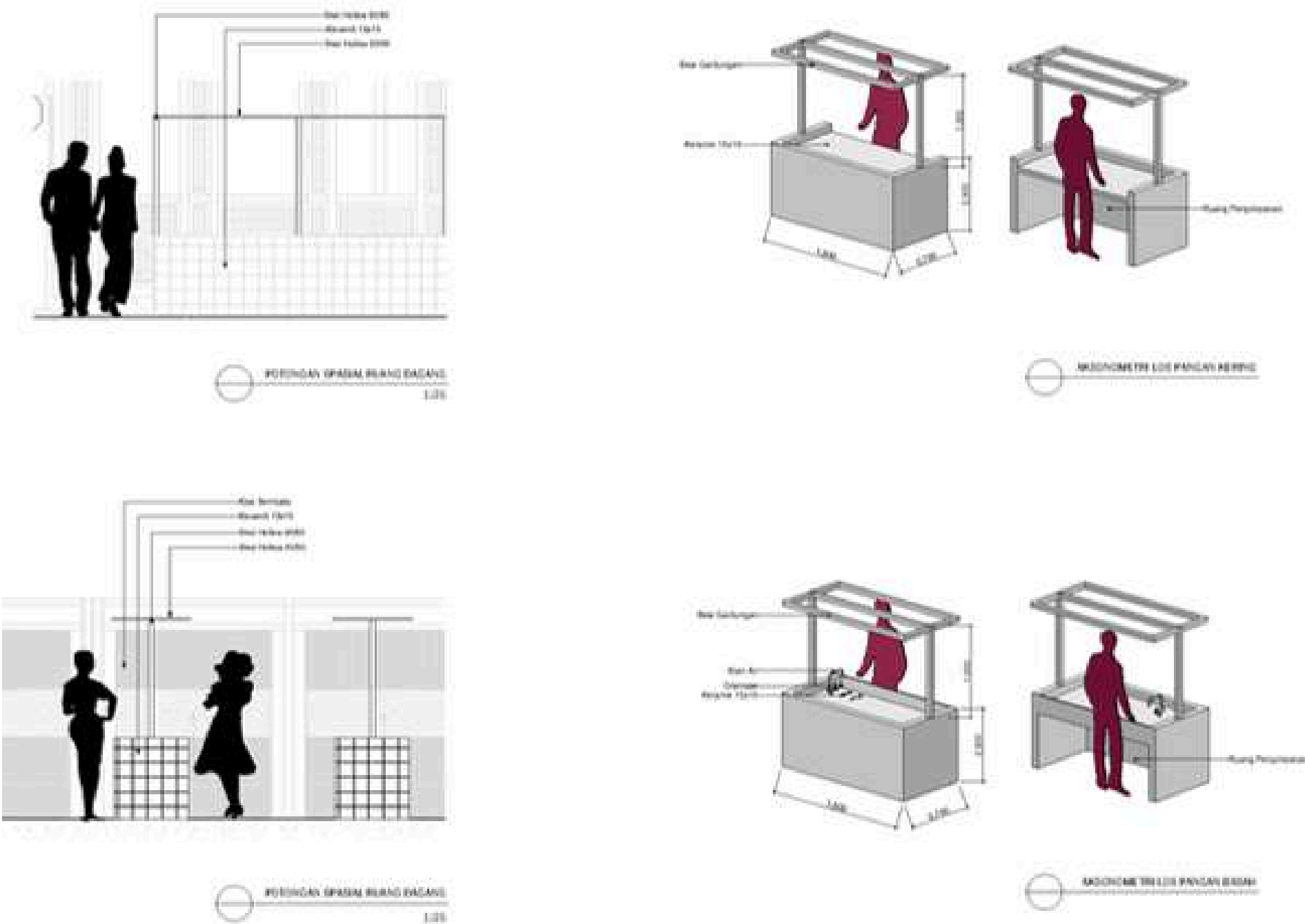
KIOS PERHIASAN, KAIN, DAN JAHIT



Gambar 4.22. Detail Kios Komoditas Perhiasan, Kain, dan Jahit
Sumber: Penulis (2025)

DETAIL ARSITEKTURAL

KIOS PANGAN BASAH DAN KERING



Gambar 4.23. Detail Los Pangan Kering dan Pangan Basah
Sumber: Penulis (2025)

SUASANA

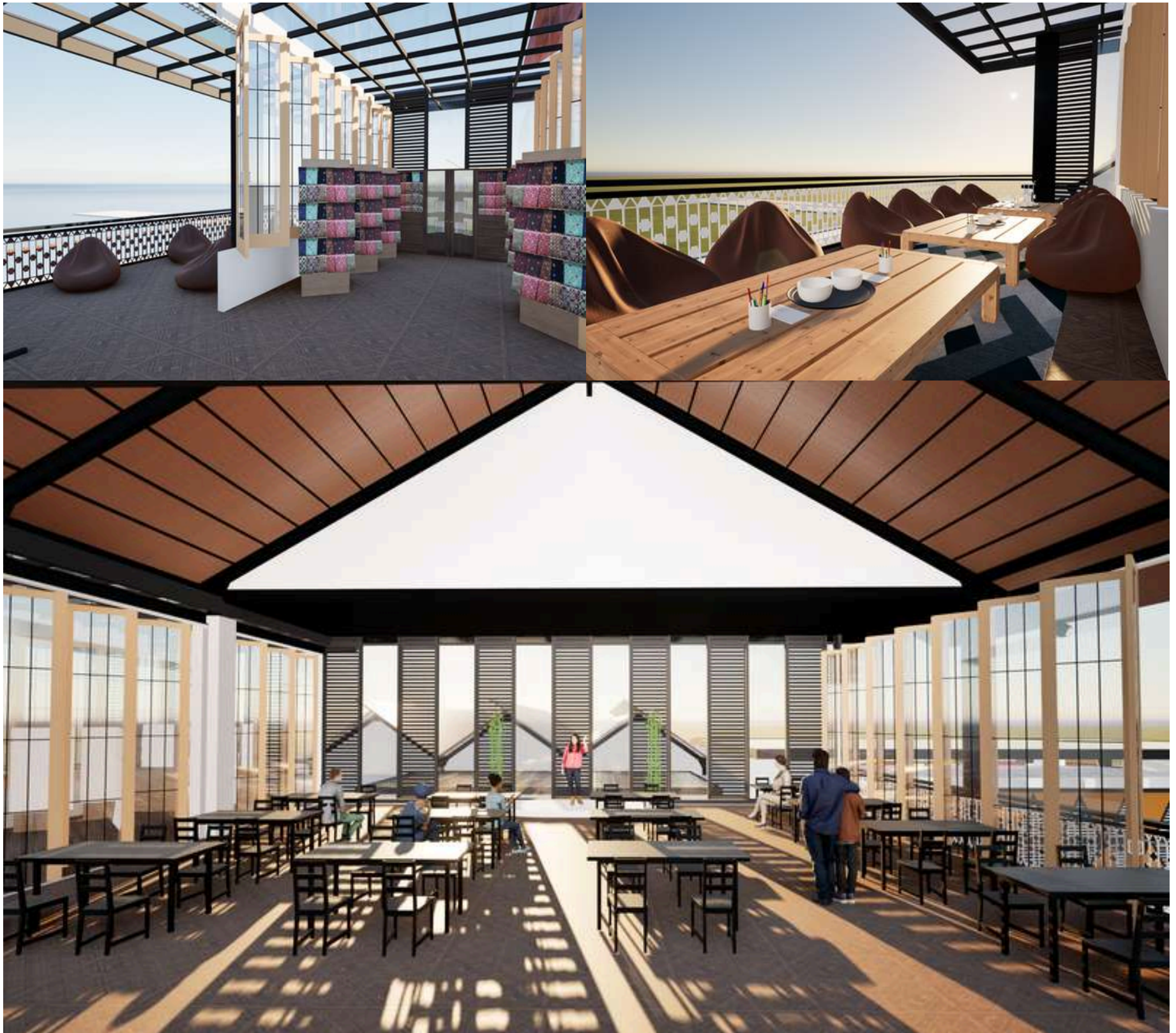
EKSTERIOR



Gambar 4.24. Suasana Ruang luar
Sumber: Penulis (2025)

SUASANA

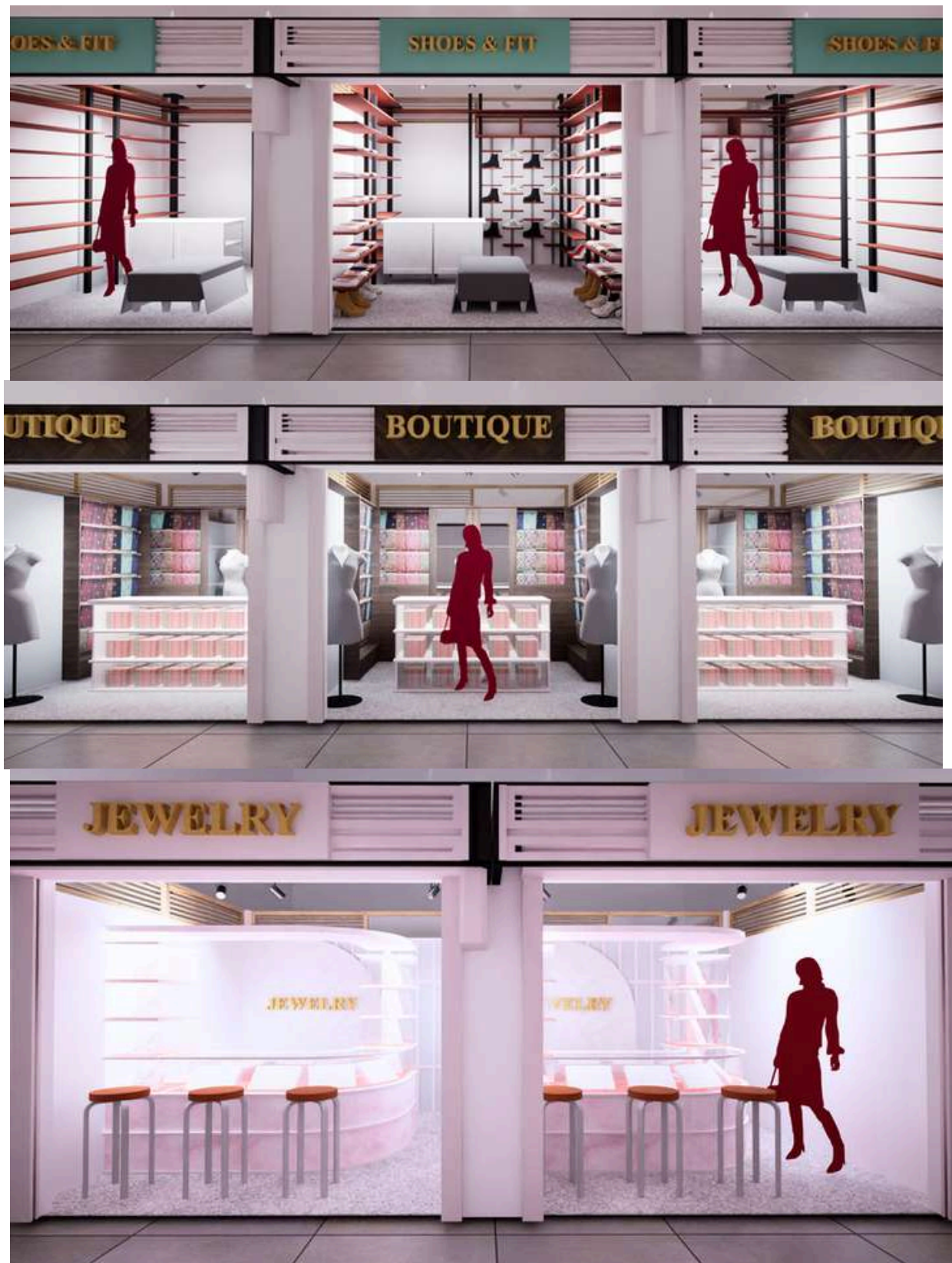
INTERIOR



Gambar 4.25. Suasana Ruang Blok A lantai 3
Sumber: Penulis (2025)

SUASANA

INTERIOR



Gambar 4.26. Suasana Ruang Dagang Blok A
Sumber: Penulis (2025)

SUASANA

INTERIOR



Gambar 4.27. Suasana Ruang Dagang Blok B
Sumber: Penulis (2025)

SKEMATIK INFRASTRUKTUR

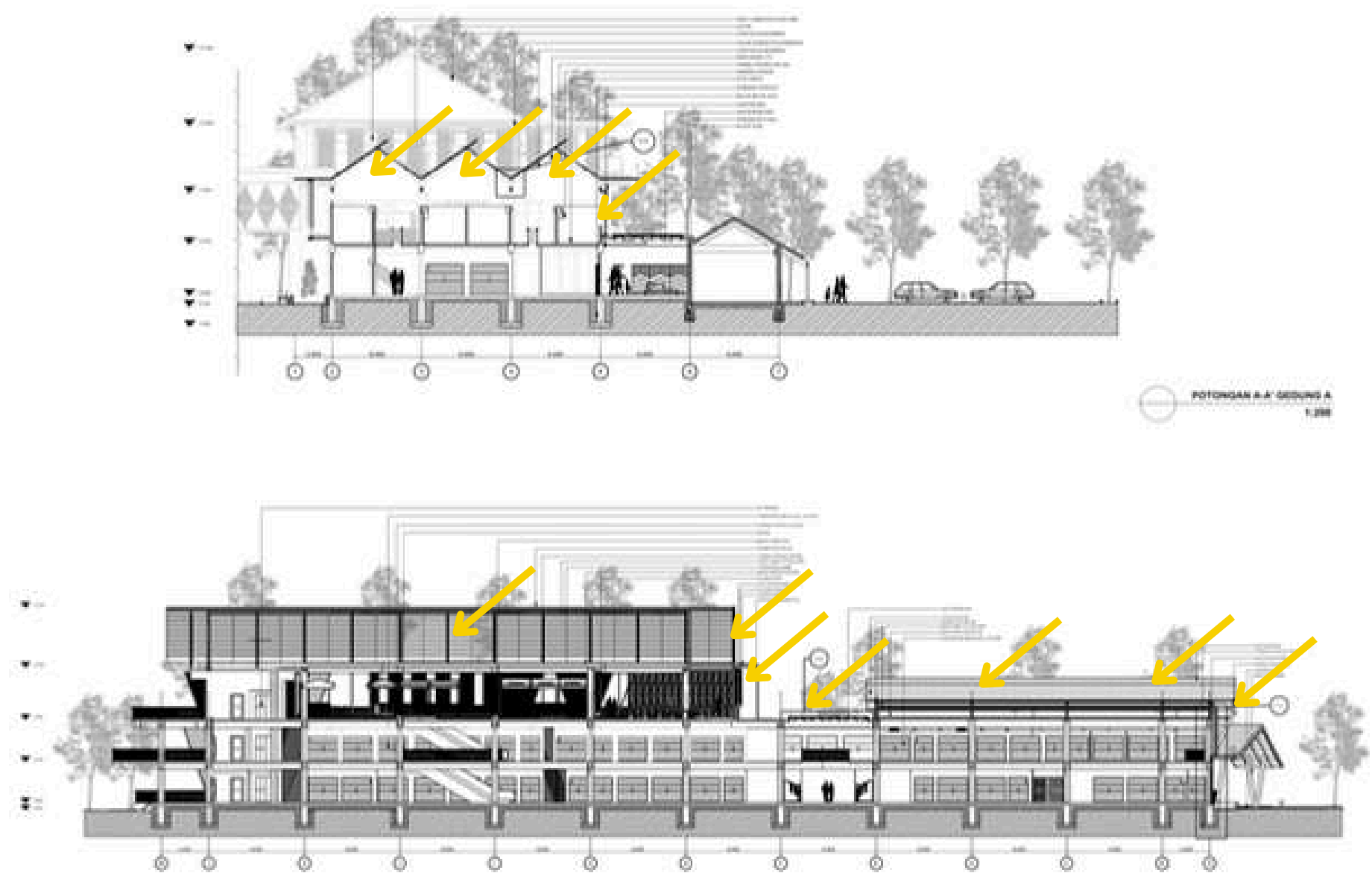
SISTEM TRANSPORTASI VERTIKAL & BARRIER FREE



Gambar 4.28. Skema Transportasi Vertikal & Barrier Free
Sumber: Penulis (2025)

SKEMA ARSITEKTURAL

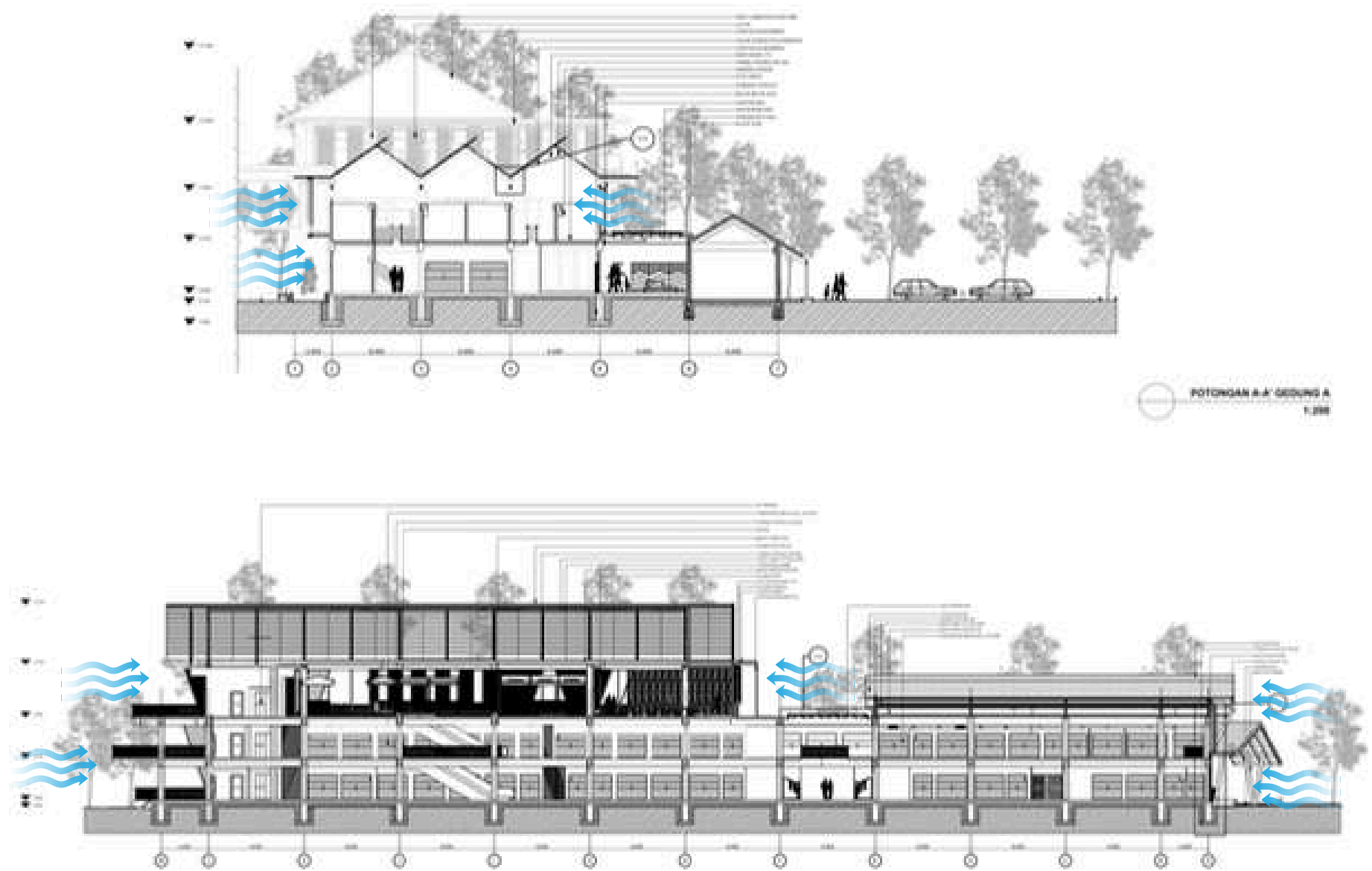
SKEMA PENCAHAYAAN DAN VISIBILITAS



Gambar 4.29. Skema Pencahayaan
Sumber: Penulis (2025)

SKEMA ARSITEKTURAL

SKEMA PENGHAWAAN



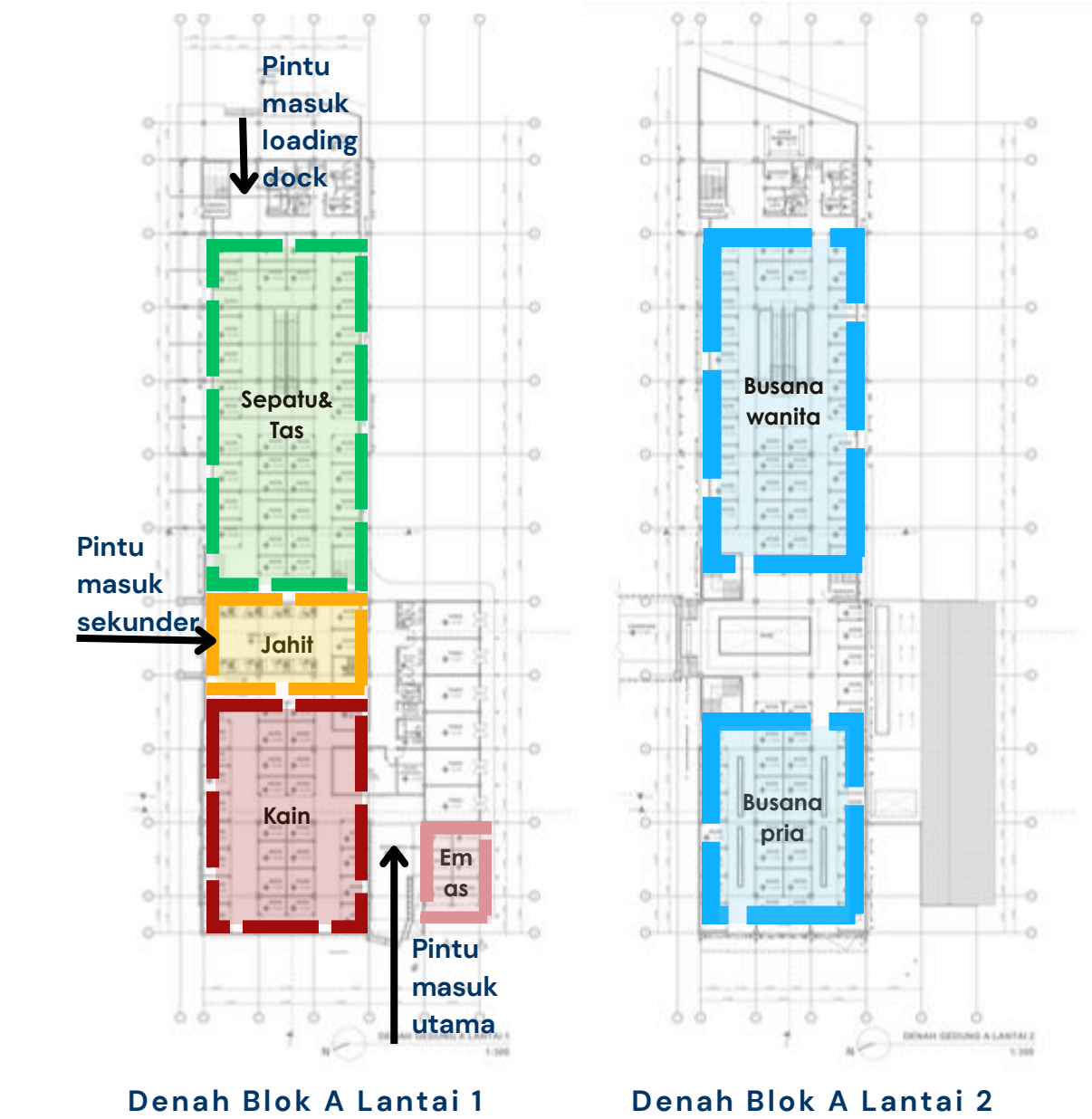
Gambar 4.30. Skema Penghawaan
Sumber: Penulis (2025)

UJI HASIL RANCANGAN

QUALITY PLACE

Variabel	Aspek Arsitektural	Kriteria Penerapan
Quality of Place	Tata Ruang	• Hubungan antar zonasi komoditas mode diatur berdasarkan urutan pembuatan produk mode (tekstil-jahit-produk pakai) • Dominasi zoning pada zona komoditas fashion (Blok A)

Implementasi Pemecahan Persoalan Perancangan



Zonasi dalam kawasan dirancang mengikuti alur proses pembuatan produk mode, mulai dari tahap produksi hingga distribusi dan penjualan. Hubungan antar zonasi disusun secara berurutan agar menciptakan sirkulasi yang logis dan efisien, sekaligus mencerminkan rantai nilai dalam industri fashion.

Diawali dengan komoditas tekstil/kain sebagai representasi bahan baku produk fashion, kemudian zona jahit merepresentasikan proses kreatif pembuatan produk fashion. Area jahit juga berada pada bagian center bangunan untuk memperkuat kesan kekhususan mode pada bangunan Blok A. Kemudian terdapat komoditas sepatu dan tas, yang disusul oleh pakaian pada lantai 2 yang menunjukkan produk jadi hasil proses produksi yang dapat. Komoditas busana diposisikan pada lantai dua karena dominasi peminat pasar eksisting dan pedagang berasal dari komoditas pakaian.

Pada lantai 1 dibagian terluar bangunan terdapat komoditas perhiasan logam seperti emas dan perak. Penataan in mengadopsi tradisi pedagang emas di pasar eksisting yang menyewa kios dan berdagang di bagian muka banguna yang ramai dikunjungi pengunjung.

SUMMARY				
KOMODITAS	JUMLAH RUANG	PERSENTASE JUMLAH	LUAS RUANG	PERSENTASE LUAS
FASHION	169	54,34%	1271	59%
A TOKO MIXED USE	6	1,93%	144	7%
FOOD COURT	22	7,07%	198	9%
B PANGAN	114	36,66%	526	25%
Total	311	100,00%	2139	100,00%

Tabel 4.3. Jumlah dan Luas Ruang Dagang Perkomoditas
Sumber: Penulis (2025)

Gambar 4.31. Zoning Komoditas Fashion
Sumber: Penulis (2025)

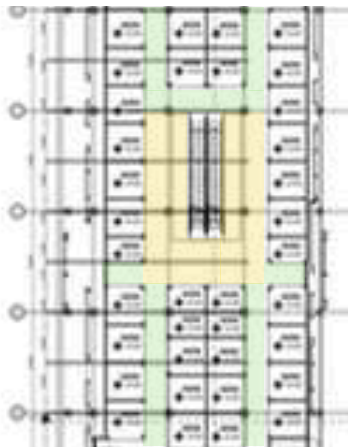
UJI HASIL RANCANGAN

QUALITY PLACE

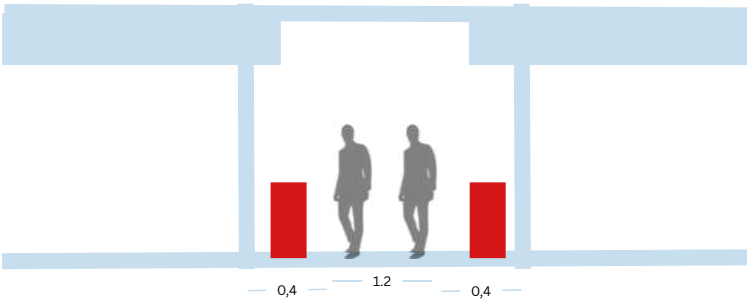
Variabel	Aspek Arsitektural	Kriteria Penerapan
Quality of Place	Sirkulasi	Koridor utama 2–3 m dan sekunder 1,5–2 m dengan pertimbangan kegiatan pengguna

Implementasi Pemecahan Persoalan Perancangan

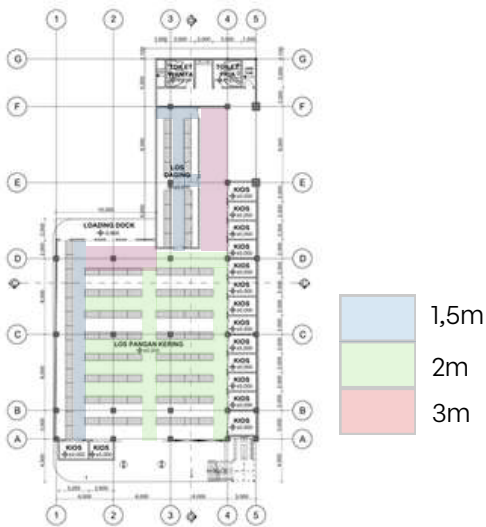
Denah Blok A lantai 1



Denah Blok A lantai 2



Gambar 4.33. Pertimbangan Lebaran Sirkulasi
Sumber: Penulis (2025)



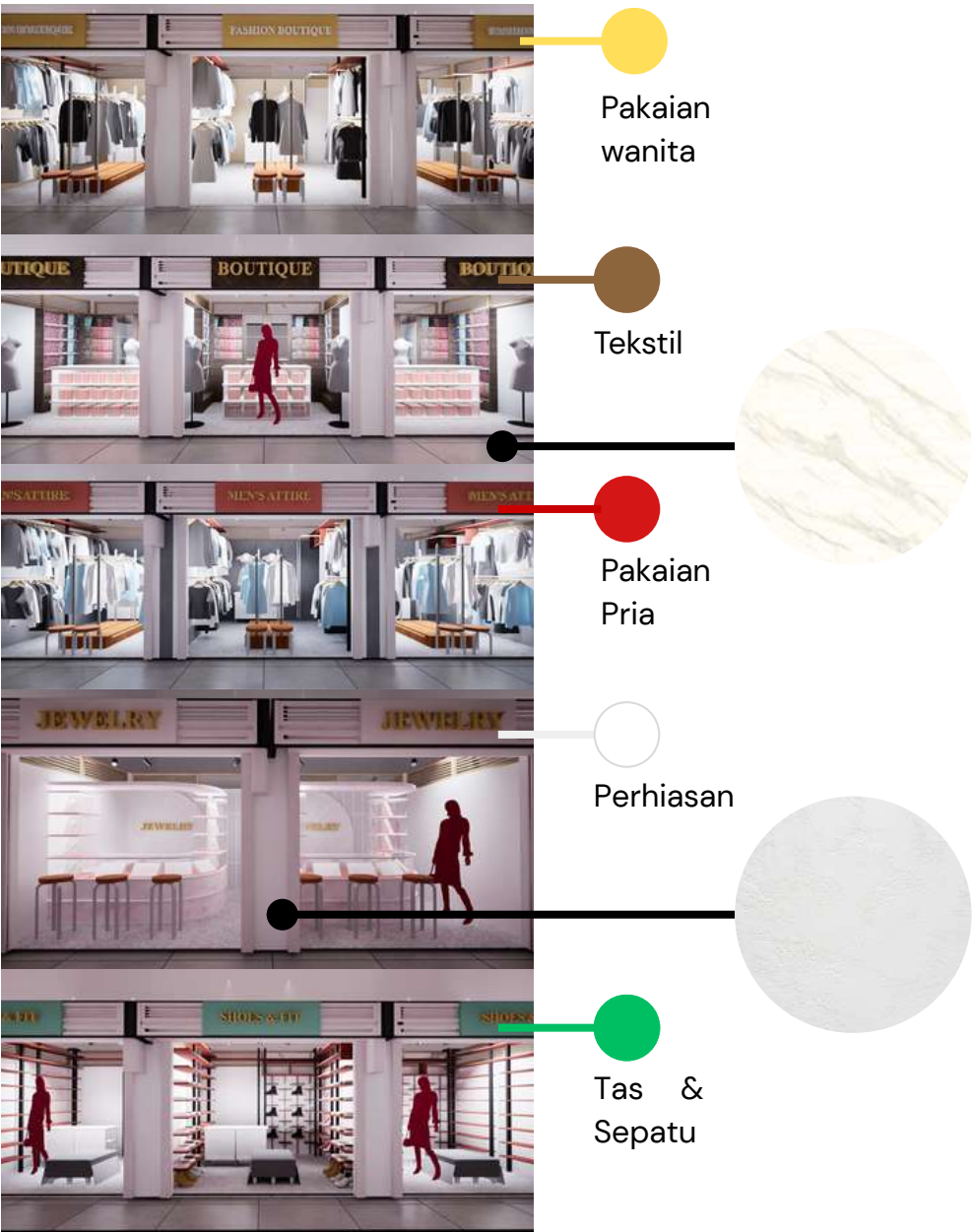
Gambar 4.32. Lebar Sirkulasi
Sumber: Penulis (2025)

Koridor utama dirancang dengan lebar antara 2 hingga 3 meter untuk mengakomodasi arus pergerakan utama pengguna, termasuk aktivitas belanja, interaksi sosial, serta kemungkinan adanya display dagangan didepan kios oleh pedagang yang mengurangi lebar ruang sirkulasi. Sementara itu, koridor sekunder memiliki lebar 1,5 hingga 2 meter sebagai jalur sirkulasi pendukung yang menghubungkan area antar kios atau zona tertentu. Perbedaan lebar ini dipertimbangkan berdasarkan intensitas kegiatan pengguna dan kebutuhan ruang gerak yang nyaman tanpa mengganggu aktivitas perdagangan.

UJI HASIL RANCANGAN

QUALITY PLACE

Variabel	Aspek Arsitektural	Kriteria Penerapan
Quality of Place	Suasana Ruang yang khas	AREA KIOS - Pencahayaan dengan warna putih (<i>cool</i>) untuk menonjolkan produk secara optimal dan menciptakan kesan luas (Jack, 2024 dilansir dari hoed.co.nz) - Penggunaan warna material lantai berwarna cerah untuk kesan bersih dan cheerful pada area kios mode (Jack, 2024 diansir dari hoed.co.nz) - Keseragaman visual masing-masing komoditas menjadi ciri khas dan menjadi pengarah bagi pengunjung untuk menuju ke arah kios dan ruko sesuai dengan fungsinya (Habiburrahman et al, 2017)



Implementasi Pemecahan Persoalan Perancangan

Pencahayaan cool white (4000-5000K) dipilih untuk kios mode karena mampu menonjolkan warna dan tekstur produk fashion secara optimal, membuat kain, motif batik/songket, dan detail jahitan terlihat tajam dan menarik bagi pembeli (Jack, 2024, hoed.co.nz). Material lantai berwarna cerah (putih krem) diterapkan untuk memberikan kesan bersih dan cheerful yang mendukung identitas fashion sebagai upaya mengurangi persepsi kumuh pasar tradisional sekaligus memantulkan cahaya alami dari skylight agar zona kios lebih terang.

Keseragaman visual antar komoditas (warna dominan berbeda per zona mode (pakaian wanita, pakaian pria, tas dan sepatu, perhiasan, tekstil) aksesoris) berfungsi sebagai signage alami yang memandu pengunjung pada komoditas-komoditas yang ada, sehingga orientasi lebih intuitif dan pengalaman navigasi pasar menjadi lebih mudah (Habiburrahman et al, 2017).

Gambar 4.34. Penerapan keseragaman Visual Interior
Sumber: Penulis (2025)

UJI HASIL RANCANGAN

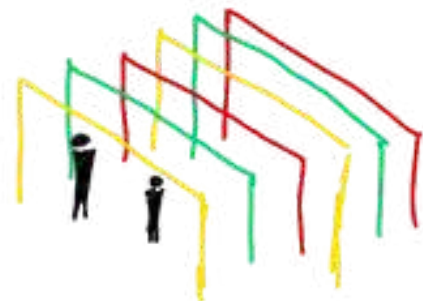
QUALITY PLACE

Variabel	Aspek Arsitektural	Kriteria Penerapan
Quality of Place	Bentuk	Welcoming: Area pintu masuk mudah dikenali dan membuat pengunjung merasa diterima dan nyaman dengan mengimplementasikan 3 warna khas Melayu Riau untuk mempermudah identifikasi.

Implementasi Pemecahan Persoalan Perancangan



Gambar 4.35. Suasana Pintu Masuk Utama
Sumber: Penulis (2025)



Gambar 4.36. Sketsa Konsep Pintu Masuk Utama
Sumber: Penulis (2025)

pintu masuk dengan portal 3 warna khas kain melayu riau sebagai strategi pengalaman ruang yang khas.

Area pintu masuk didesain sebagai elemen yang paling mudah dibaca dari kejauhan melalui komposisi bentuk yang jelas, bukaan yang lebar, dan framing yang tegas, sehingga pengunjung dapat dengan mudah mengidentifikasi bagian ini sebagai “pintu utama” yang juga didukung oleh alur sirkulasi kendaraan yang diawali dengan melewati pintu masuk seagai titik drop off pengunjung. Penggunaan tiga warna khas Melayu Riau pada elemen fasad, kanopi, dan signage berfungsi sebagai kode visual yang konsisten, memudahkan identifikasi pintu masuk sekaligus memperkuat rasa diterima dan kedekatan kultural karena pengunjung melihat warna yang familiar dengan identitas lokal.

UJI HASIL RANCANGAN

SOCIAL OPPORTUNITY

Variabel	Aspek Arsitektural	Kriteria Penerapan
Social Opportuniy	Tata Ruang	1.Menyediakan ruang komunal sebagai noda sosial pengguna bangunan, ruang workshop batik sebagai ruang interaktif, dan ruang tampil untuk musisi lokal 2.Menyediakan zona jahit pada bagian tengah bangunan sebagai aksen penguat identitas mode.

Implementasi Pemecahan Persoalan Perancangan

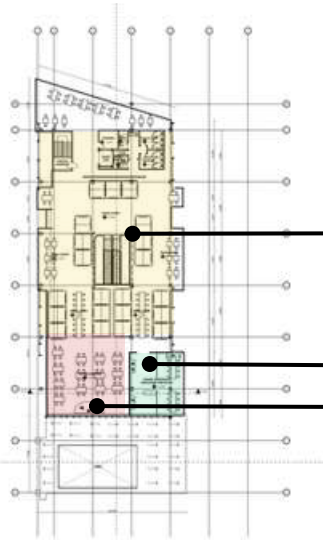


Denah Blok A Lantai 1

Denah Blok A Lantai 2



Gambar 4.37. Posisi dan Suasana Area jahit
Sumber: Penulis (2025)



Denah Blok A Lantai 3

Gambar 4.38. Tata Ruang Lantai 3
Sumber: Penulis (2025)

Lantai 3 difungsikan sebagai ruang komunal, sehingga fungsi-fungsi pendukung interaksi berada di lantai ini.

Foodcourt

Workshop & Display Batik Mandau

Panggung

Zona jahit ditempatkan secara strategis pada bagian tengah bangunan sebagai aksen arsitektural utama yang memperkuat identitas mode secara keseluruhan. Penempatan sentral ini tidak hanya memaksimalkan visibilitas kegiatan produksi kreatif bagi pengunjung, tetapi juga menciptakan pusat gravitasi spasial yang menghubungkan zona “produksi” dengan area lainnya. Konfigurasi tersebut mendukung narasi placemaking dengan menjadikan proses penjahitan sebagai elemen ikonik yang merefleksikan dinamika industri fashion lokal, sekaligus meningkatkan daya tarik visual dan fungsionalitas bangunan.

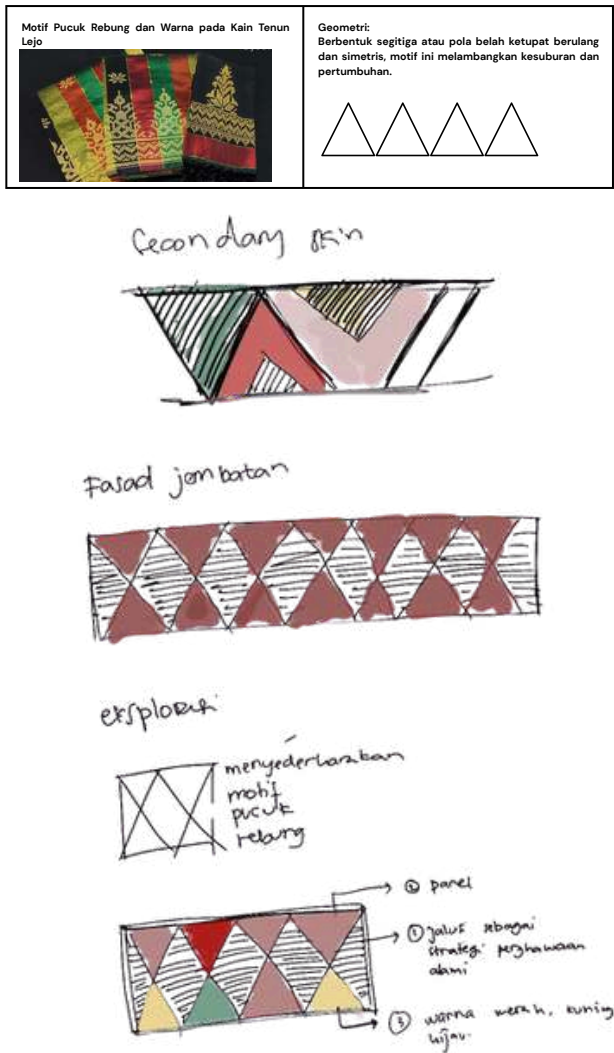
UJI HASIL RANCANGAN



PHYSICAL FORM

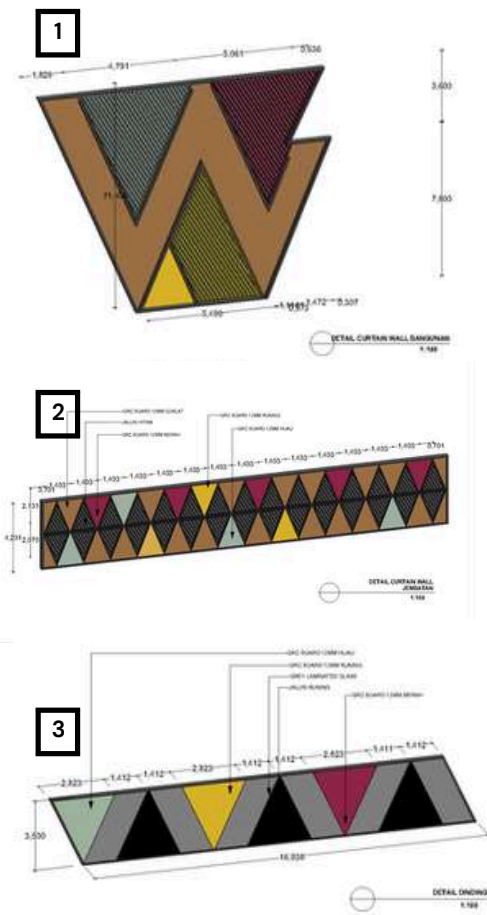
Variabel	Aspek Arsitektural	Kriteria Penerapan
Physical Form	Bentuk	1.Adaptasi bentuk elemen arsitektural dari kain tradisional Melayu Riau yaitu songket tenun lejo ke selubung bangunan dan interior sebagai representasi budaya. 2.Selubung bangunan mempertimbangkan pencahayaan dan penghawaan alami

Konsep Eksterior



Gambar 4.39. Sketsa Konsep Bentuk Secondary Skin
Sumber: Penulis (2025)

Implementasi Pemecahan Persoalan Perancangan



Motif geometris segitiga khas songket tenun lejo Melayu Riau diadaptasi menjadi elemen selubung bangunan (secondary skin) Pasar Raya Mandau sebagai representasi budaya visual Melayu Riau. Bentuk segitiga berulang menciptakan pola ritmis yang dinamis pada panel perforated fasad yang tidak hanya sebagai estetika tetapi juga berfungsi praktis untuk mengontrol sinar matahari langsung (shading) dan memfasilitasi ventilasi silang (inlet udara)

Gambar 4.40. Detail Bentuk Secondary Skin
Sumber: Penulis (2025)



UJI HASIL RANCANGAN



PHYSICAL FORM

Variabel	Aspek Arsitektural	Kriteria Penerapan
Physical Form	Bentuk	1.Adaptasi bentuk elemen arsitektural dari kain tradisional Melayu Riau yaitu songket tenun lejo ke selubung bangunan dan interior sebagai representasi budaya. 2.Selubung bangunan mempertimbangkan pencahayaan dan penghawaan alami

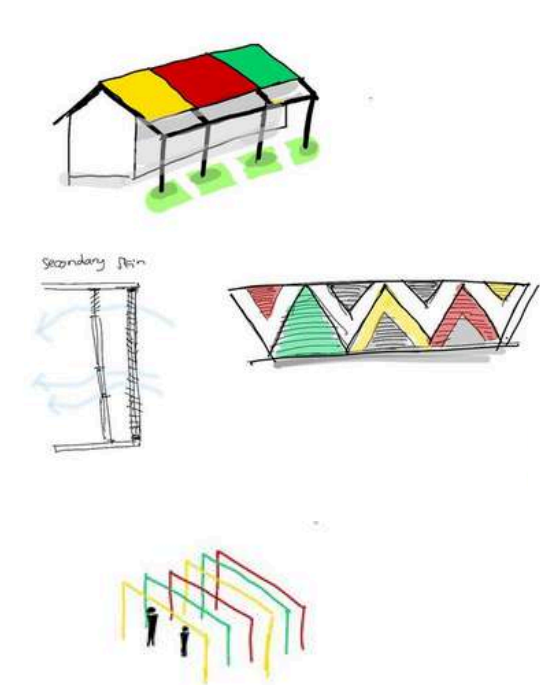
Konsep Eksterior

Motif Pucuk Rebung dan Warna pada Kain Tenun Lejo

Warna:

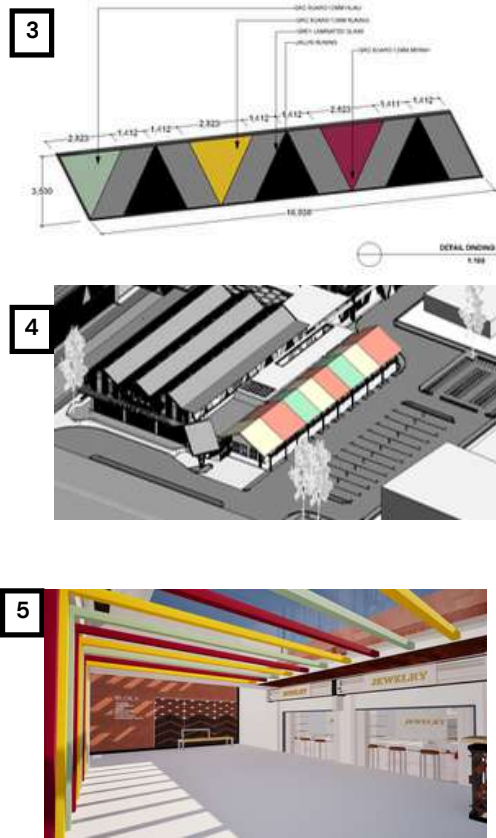
- Merah: keberanian, semangat, representasi kerakyatan
- Kuning: kemuliaan, kebangsawanan, dan kekuasaan
- Hijau: kedamaian, pertumbuhan, dan harmoni.
- Putih: kedamaian, pertumbuhan, dan harmoni.
- Hitam: Melambangkan kewibawaan dan kekuatan

Penerapan:



Gambar 4.41. Sketsa Konsep Penerapan Warna
Sumber: Penulis (2025)

Implementasi Pemecahan Persoalan Perancangan



Implementasi pada Interior



Gambar 4.42. Implementasi warna
Sumber: Penulis (2025)

Warna khas songket tenun lejo Melayu Riau—merah marun (simbol kerakyatan dan keberanian), emas/kuning (kemuliaan bangsawan dan kekuasaan), serta hijau zamrud (kedamaian dan kesuburan)—diadaptasi ke elemen arsitektural Pasar Raya Mandau untuk memperkuat representasi budaya lokal.



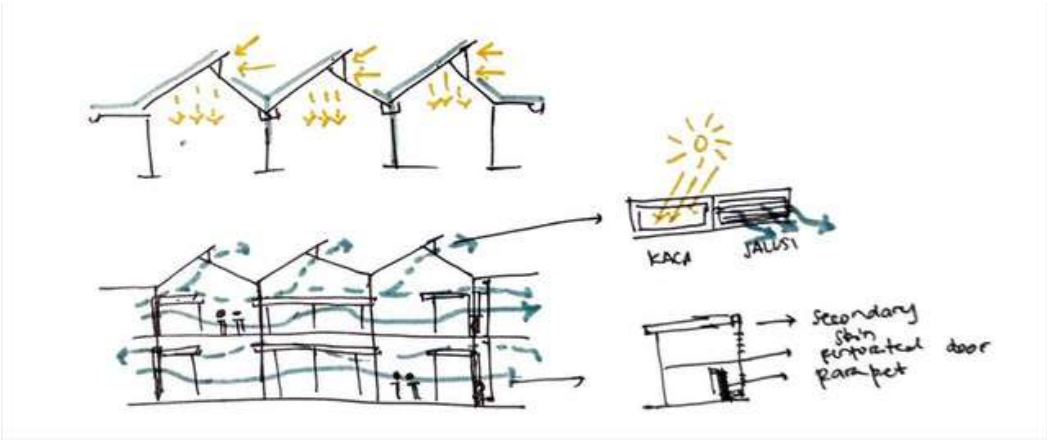
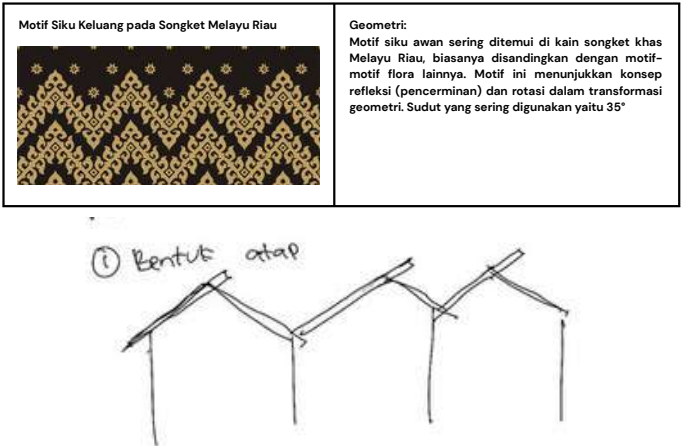
UJI HASIL RANCANGAN



PHYSICAL FORM

Variabel	Aspek Arsitektural	Kriteria Penerapan
Physical Form	Bentuk	1.Adaptasi bentuk elemen arsitektural dari kain tradisional Melayu Riau yaitu songket tenun lejo ke selubung bangunan dan interior sebagai representasi budaya. 2.Selubung bangunan mempertimbangkan pencahayaan dan penghawaan alami

Konsep Bentuk Atap



Gambar 4.43. Sketsa Konsep Bentuk Atap
Sumber: Penulis (2025)

Implementasi Pemecahan Persoalan Perancangan



Gambar 4.44. Penerapan Bentuk Atap
Sumber: Penulis (2025)

Bentuk atap pada perancangan Pasar Raya Mandau diadaptasi dari motif siku keluang dengan sudut kemiringan 35 derajat, yang merupakan representasi estetika sekaligus simbol budaya lokal. Atap tersebut dimodifikasi dengan menambahkan skylight berbentuk tegak yang menghadap ke arah selatan. Penempatan skylight ini dirancang sedemikian rupa agar cahaya yang masuk bukanlah cahaya langsung, melainkan cahaya difusi yang lembut dan merata. Penggunaan cahaya difusi ini bertujuan menciptakan pencahayaan alami yang nyaman, mengurangi silau, dan meningkatkan kenyamanan visual di dalam area pasar.

Selain itu, pada atap juga terdapat jalusi yang difungsikan sebagai lubang outlet penghawaan alami. Jalusi ini memungkinkan sirkulasi udara keluar dengan baik sehingga membantu menjaga suhu dan kualitas udara di dalam bangunan

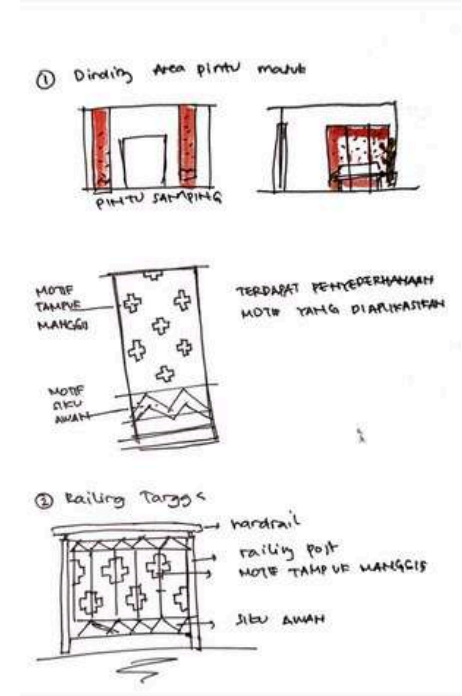


UJI HASIL RANCANGAN

PHYSICAL FORM

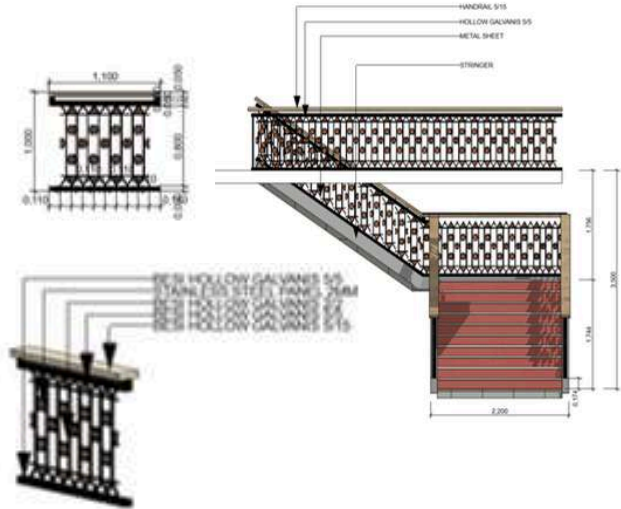
Variabel	Aspek Arsitektural	Kriteria Penerapan
Physical Form	Bentuk	1.Adaptasi bentuk elemen arsitektural dari kain tradisional Melayu Riau yaitu songket tenun lejo ke selubung bangunan dan interior sebagai representasi budaya. 2.Selubung bangunan mempertimbangkan pencahayaan dan penghawaan alami

Konsep Interior



Gambar 4.45. Sketsa Konsep Ornamen Ruang Dalam
Sumber: Penulis (2025)

Implementasi Pemecahan Persoalan Perancangan



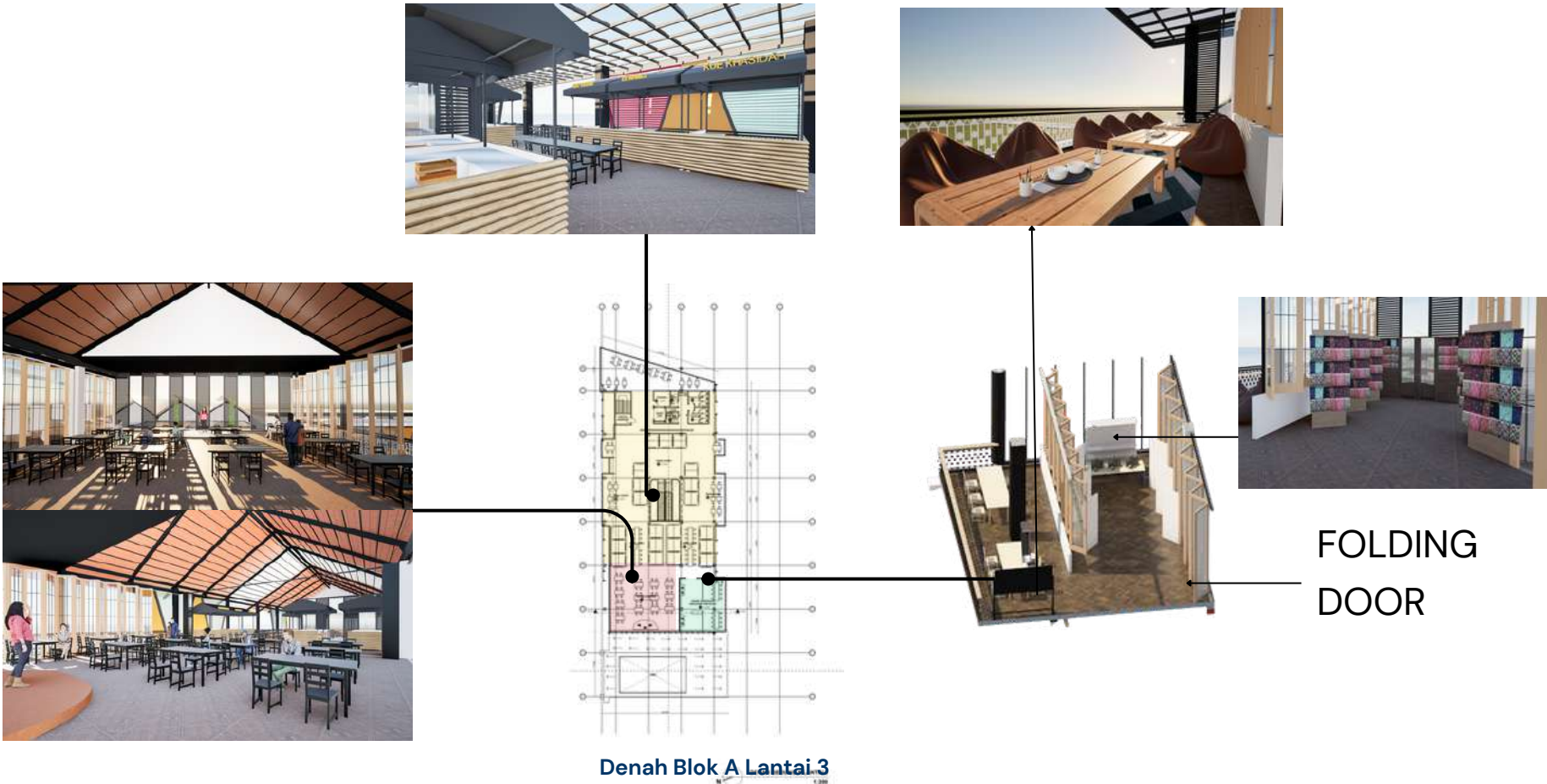
Gambar 4.46. Penerapan Ornamen Ruang Dalam
Sumber: Penulis (2025)



UJI HASIL RANCANGAN

PHYSICAL FORM

Variabel	Aspek Arsitektural	Kriteria Penerapan
Physical Form	Bentuk	1.Terdapat ruang komunal yang fleksibel dan multifungsi.



Gambar 4.47. Suasana dan Detail Ruang Komunal Multifungsi
Sumber: Penulis (2025)

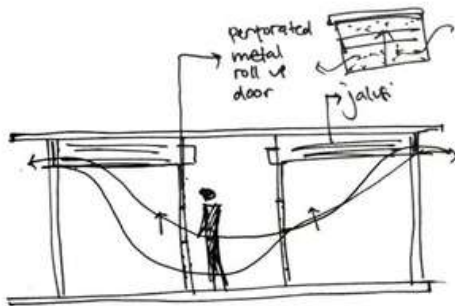
Ruang komunal dirancang sebagai pusat aktivitas pasar dengan folding door yang menghubungkan langsung ke foodcourt dan workshop area, memungkinkan fleksibilitas fungsi sesuai kebutuhan. Secara harian, ruang ini berfungsi sebagai area makan komunal dengan meja-meja yang tersebar rapi, menciptakan suasana santai bagi pengunjung dan pedagang untuk bersantap sambil berinteraksi sosial. Panggung tersedia di sudut ruang untuk pengamen lokal atau pertunjukan lainnya untuk menambah nuansa hidup pasar tradisional tanpa mengganggu aktivitas makan. Saat ada event khusus (workshop batik skala besar atau pertemuan komunitas atau pedagang yang perlu privasi) folding door dapat ditutup sepenuhnya untuk membentuk ruang tertutup yang akustik dan privat, sementara meja-meja foodcourt tetap beroperasi di perimeter luar ruang komunal—memastikan kegiatan komersil kuliner tidak terganggu dan tetap menghasilkan pendapatan bagi pedagang kuliner.. Hal ini memastikan ruang komunal selalu produktif baik saat mode harian maupun event, mendukung prinsip creative placemaking di mana pasar bukan hanya tempat transaksi tetapi juga wadah aktivitas sosial dan budaya yang berkelanjutan.

UJI HASIL RANCANGAN

PHYSICAL FORM

Variabel	Aspek Arsitektural	Kriteria Penerapan
Physical Form	Bentuk	1. Bentuk modul ruang dagang berdasarkan kenyamanan fisik pengguna 2. Ruang dagang yang fleksibel

Konsep Desain

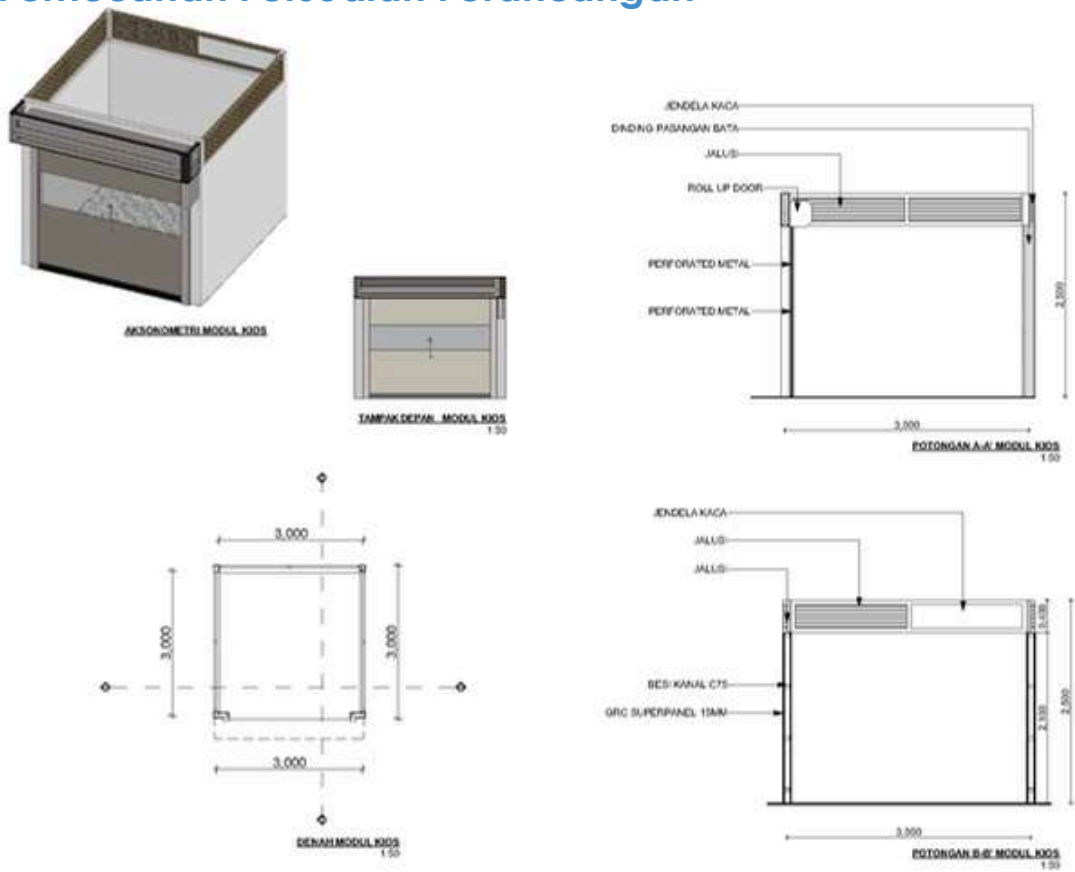


Gambar 4.48. Konsep Modul Ruang Dagang berdasarkan kenyamanan Fisik dan Fleksibilitas
Sumber: Penulis (2025)

Penggunaan Metal Roll Up Door yang digulung ke atas membebaskan area dagang dari penyimpanan pintu, sehingga memaksimalkan luas efektif untuk aktivitas jual-beli. Material perforated metal pada pintu memungkinkan sirkulasi udara optimal melalui seluruh penampangnya, sementara bukaan atas kios tetap menyalurkan udara panas keluar secara pasif.

Partisi dinding semi-permanen antar kios memberikan fleksibilitas tinggi, memungkinkan penggabungan unit sewaktu-waktu lebih dari dua kios, mendukung adaptasi terhadap permintaan pedagang dan dinamika pasar tradisional.

Implementasi Pemecahan Persoalan Perancangan

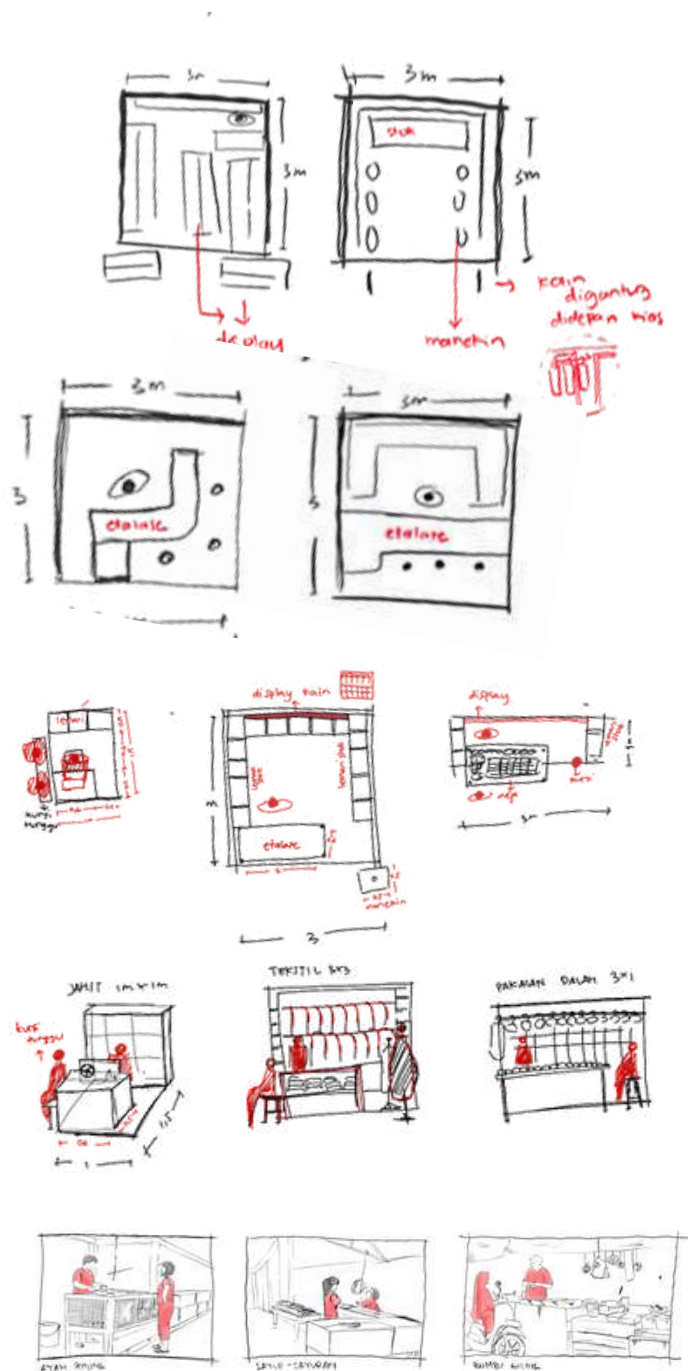


Gambar 4.49. Penenrapan Modul Ruang Dagang berdasarkan kenyamanan Fisik dan Fleksibilitas
Sumber: Penulis (2025)

UJI HASIL RANCANGAN

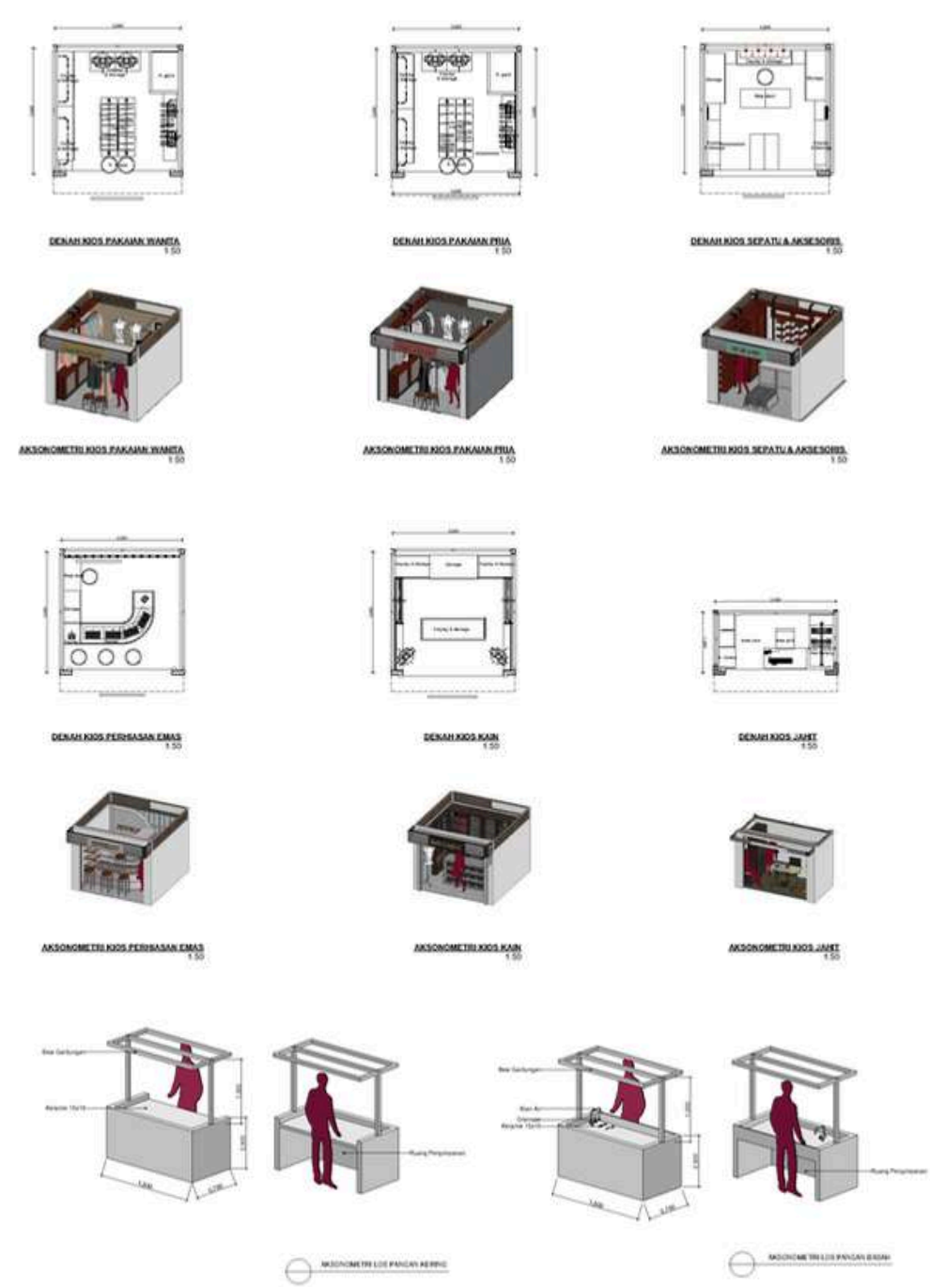
PHYSICAL FORM		
Variabel	Aspek Arsitektural	Kriteria Penerapan
Physical Form	Bentuk	1. Spesifikasi ruang dagang sesuai dengan kebutuhan masing-masing komoditas mode

Analisa spesifikasi ruang dagang



Gambar 4.50. Analisis Ruang Dagang Eksisting
Sumber: Penulis (2025)

Implementasi Pemecahan Persoalan Perancangan

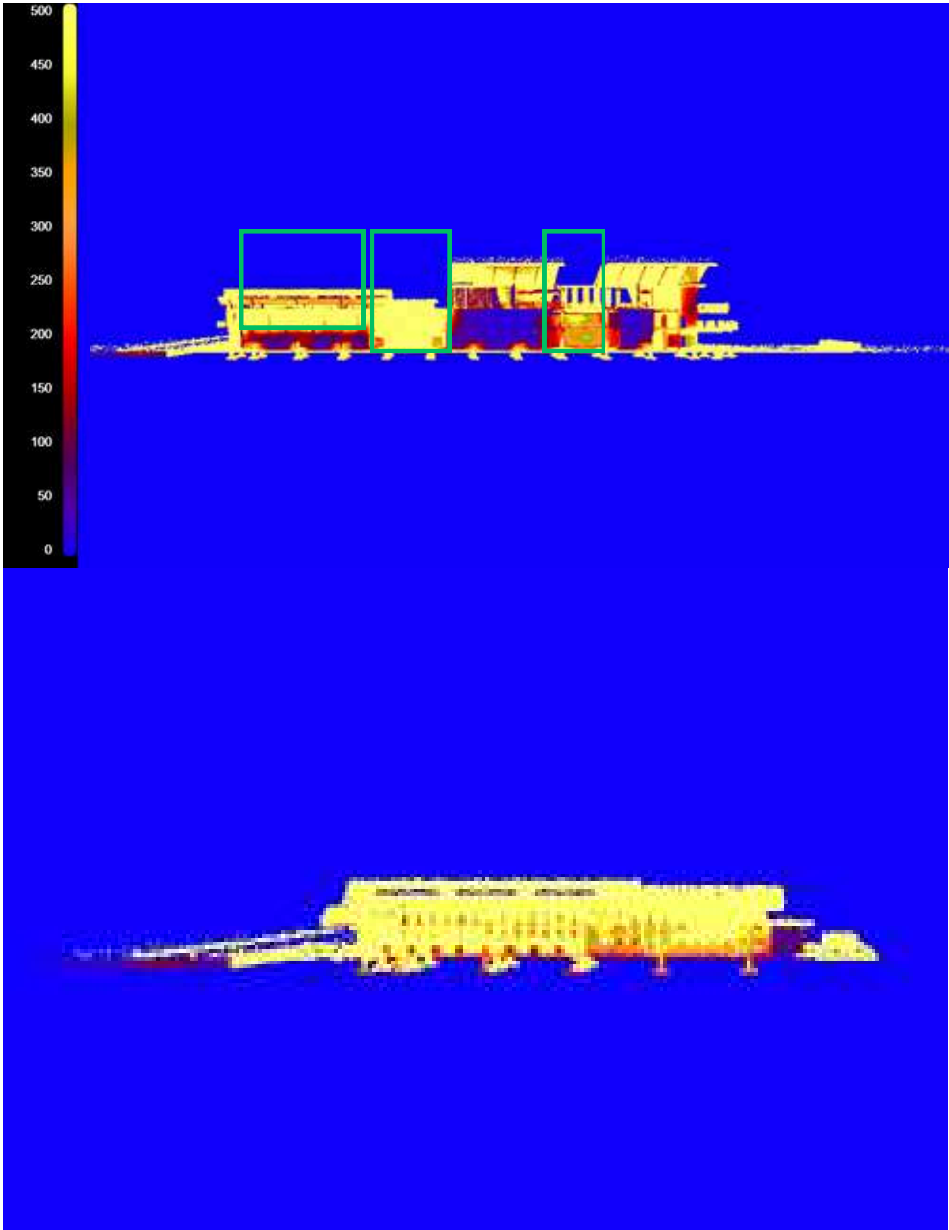


Gambar 4.51. Implementasi Spesifikasi Ruang Dagang pada Desain
Sumber: Penulis (2025)

UJI HASIL RANCANGAN



VELUX



POSISI BUKAAN CAHAYA

Simulasi Velux menunjukkan bahwa sistem skylight pada atap pelana modular mampu mendistribusikan cahaya alami secara merata ke zona dagang (fashion, pangan, komunal) dengan daylight factor rata-rata 250-350 lux sehingga area-area yang sebelumnya berpotensi gelap dapat diminimalkan. Skylight ditempatkan di atas koridor utama, koridor area dagang fashion, dan ruang komunal, sehingga cahaya masuk tepat ke zona yang paling sering digunakan pengunjung dan pedagang. Bukaan atap ini dikombinasikan dengan tinggi ruang yang cukup dan warna permukaan interior yang cerah, sehingga cahaya dapat dipantulkan kembali dan menjangkau kedalaman ruang tanpa menimbulkan kontras berlebihan. Dengan kondisi tersebut, kebutuhan pencahayaan buatan di siang hari dapat berkurang dan kualitas visual ruang meningkat; pengunjung dapat melihat produk dengan jelas, sirkulasi terasa lebih aman, dan suasana pasar secara umum menjadi lebih terang serta nyaman untuk beraktivitas lebih lama.

Gambar 4.52. Pengujian Pencahayaan dengan Velux
Sumber: Penulis (2025)

UJI HASIL RANCANGAN



CEKLIS SNI PASAR RAKYAT

Tabel 4.4. Checklist Keseuaian Hasil Rancangan dan SNI Pasar Rakyat
Sumber: Penulis (2025)

NO	KRITERIA	PERSYARATAN TEKNIS	KET.
1.	Ukuran luas dagang	Kios/toko minimal 2 m2 Los minimal 1 m2	Luas kios minimal 4m2, los minimal 2.25m2
2.	Area bongkar muat barang	ada	
3.	Akses untuk masuk dan keluar kendaraan	ada	
4.	Lebar koridor	minimal 1,5m	
5.	Lokasi toilet & kamar mandi (terpisah antara pria dan wanita)	Minimal berada pada 1 lokasi yang berbeda dan minimal 2 toilet pria dan 2 toilet wanita	
6.	Toilet penyangang disabilitas	ada	
7.	Tempat cuci tangan	Minimal berada pada pintu masuk, dan 2 lokasi yang berbeda di area pasar	
8.	Ruang ASI	Minimal 1 ruang	
9.	Area serbaguna	ada	
10.	Area serbaguna	ada	
11.	Pos Keamanan	ada	
12.	Pos Kesehatan	ada	
13.	Area Merokok	ada	
14.	Ruang Sanitasi	ada	
15.	Area Penghijauan	ada	
16.	Tinggi meja tempat penjualan dari lantai, di zona pangan	Minimal 60 cm	
17.	Akses untuk kursi roda	ada, minimal bidang miring (ramp) untuk masuk ke area pasar	
18.	Jalur Evakuasi	ada	
19.	Tempat Pembuangan Sampah Sementara	ada	



UJI HASIL RANCANGAN

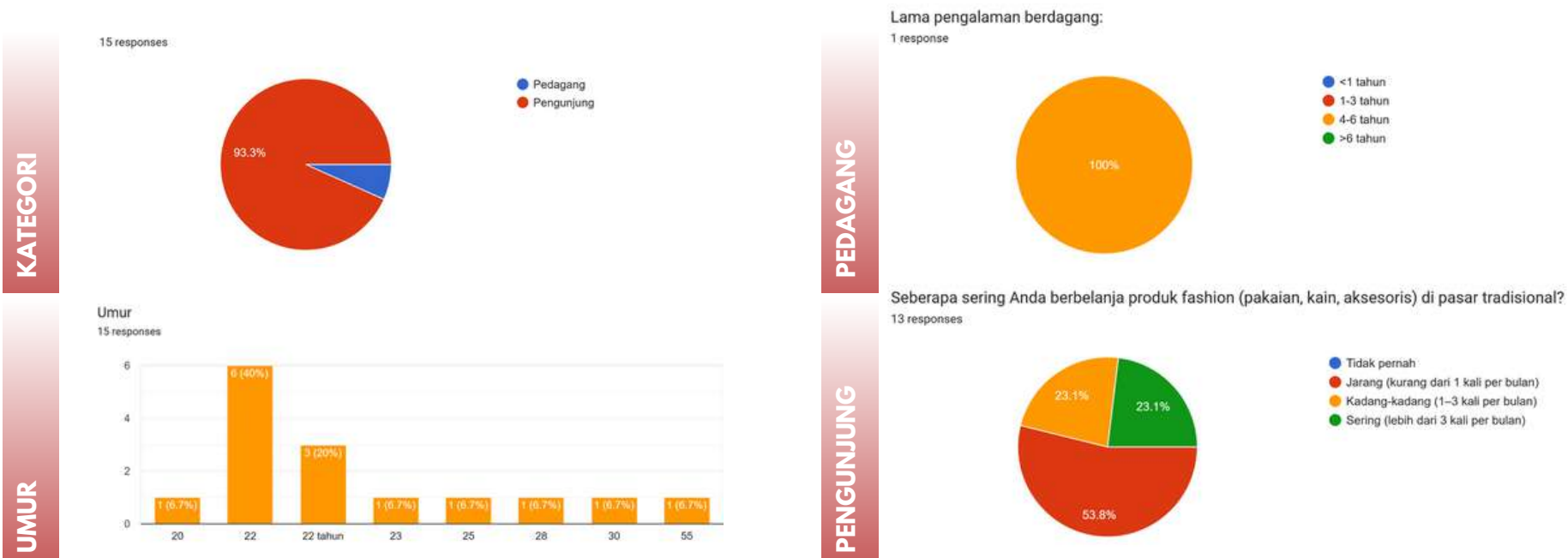
KUISIONER

Responden kuisisioner ditujukan kepada komunitas pengguna pasar, seperti pedagang dan pengunjung. Kriteria pengunjung yaitu yang pernah berbelanja produk pakaian di pasar tradisional. Pertanyaan yang diajukan seputar keberhasilan penerapan variabel tema perancangan dengan opsi respon YA dan TIDAK. Daftar pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah jalur sirkulasi mudah dipahami dan nyaman digunakan?
2. Apakah desain kios pakaian pria dan wanita sudah sesuai dengan kebutuhan pedagang pakaian?
3. Apakah desain kios sepatu dan tas sudah sesuai dengan kebutuhan pedagang?
4. Apakah desain kios jahit sudah sesuai dengan kebutuhan penjahit?
5. Apakah desain kios tekstil sudah sesuai dengan kebutuhan pedagang tekstil?
6. Apakah desain menciptakan suasana mengundang untuk berlama-lama dan berinteraksi?
7. Apakah fasad bangunan ini menurut Anda sudah mencerminkan identitas budaya Melayu Riau (misalnya melalui motif, ornamen, atau bentuk)?
8. Apakah secara keseluruhan tampilan bangunan ini menurut Anda sudah sesuai dengan konsep “pasar fashion kreatif” yang ingin dihadirkan?
9. Apakah area pintu masuk mudah dikenali dan membuat pengunjung merasa diterima dan nyaman?
10. Apakah rancangan fungsi ruang baru yang terdiri dari foodcourt, workshop membuat, dan ruang komunal multifungsi mampu mewadahi kegiatan interaktif dan kreatif komoditas fashion?
11. Apa saran Anda agar pasar ini lebih nyaman dan menarik untuk dikunjungi?
- 12.

DEMOGRAFI RESPONDEN

Responden berjumlah 16 orang dengan rincian 1 pedagang dan 15 pengunjung.



Gambar 4.53. Diagram demografi Responden
Sumber: Penulis (2025)

UJI RANCANGAN



KUISIONER

Tabel 4.5. Hasil Kuisioner

Sumber: Penulis (2025)

NO	PERTANYAAN	PERSENTASE		Keterangan
		YA	TIDAK	
1	Apakah jalur sirkulasi mudah dipahami dan nyaman digunakan?	100.0%	0%	
2	Apakah desain kios pakaian pria dan wanita sudah sesuai dengan kebutuhan pedagang pakaian?	100.0%	0%	
3	Apakah desain kios sepatu dan tas sudah sesuai dengan kebutuhan pedagang?	100.0%	0%	
4	Apakah desain kios jahit sudah sesuai dengan kebutuhan penjahit?	100.0%	0%	
5	Apakah desain kios tekstil sudah sesuai dengan kebutuhan pedagang tekstil?	100.0%	0%	
6	Apakah desain menciptakan suasana mengundang untuk berlama-lama dan berinteraksi?	93.8%	6.30%	
7	Apakah fasad bangunan ini menurut Anda sudah mencerminkan identitas budaya Melayu Riau (misalnya melalui motif, ornamen, atau bentuk)?	93.8%	6.30%	
8	Apakah secara keseluruhan tampilan bangunan ini menurut Anda sudah sesuai dengan konsep “pasar fashion kreatif” yang ingin dihadirkan?	100.0%	0%	
9	Apakah area pintu masuk mudah dikenali dan membuat pengunjung merasa diterima dan nyaman?	100.0%	0%	
10	Apakah rancangan fungsi ruang baru yang terdiri dari foodcourt, workshop membatik, dan ruang komunal multifungsi mampu mewadahi kegiatan interaktif dan kreatif komoditas fashion?	100.0%	0%	

Hasil menunjukkan tingkat persetujuan "YA" mencapai 100% pada 8 pertanyaan utama, termasuk kemudahan sirkulasi, kesesuaian desain kios pakaian pria-wanita, sepatu-tas, jahit, tekstil, keseluruhan konsep fashion kreatif, pengenalan pintu masuk, serta fungsi ruang baru seperti foodcourt, workshop batik, dan ruang komunal multifungsi. Dua aspek lainnya, yaitu penciptaan suasana mengundang untuk berlama-lama dan interaksi serta fasad mencerminkan identitas budaya Melayu Riau, mendapat persetujuan 93.8% dengan 6.3% "TIDAK", menandakan kepuasan tinggi secara keseluruhan terhadap rancangan yang mendukung kebutuhan pedagang dan aktivitas kreatif komunitas.

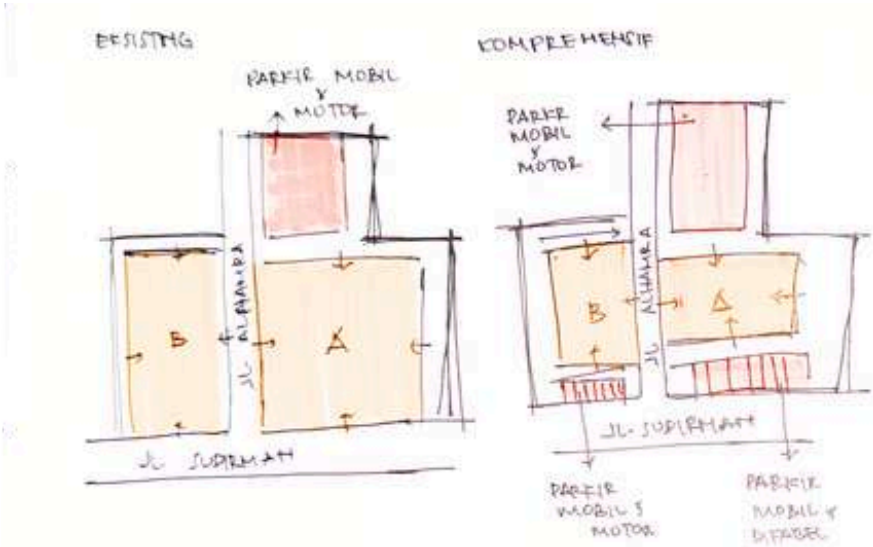


BAB V

EVALUASI PERANCANGAN

EVALUASI RANCANGAN

1. Menjelaskan perubahan tempat parkir sebelum (eksisting) dan sesudah, lalu apakah jumlahnya sudah memenuhi jumlah standar yang sesuai dengan peraturan



Gambar 5.1. Sketsa Transformasi Tata Letak dan Sirkulasi Parkir
Sumber: Penulis (2025)

EKSISTING

Pada bangunan eksisting, parkir mobil berada pada bagian belakang bangunan dengan bentuk bangunan parkir yang masif. Namun disebabkan oleh bangunan parkir yang secara visual tertutup oleh bangunan pasar dari Jalan Sudirman yang merupakan jalan primer dan tidak adanya alur parkir pada site, banyak pengunjung parkir di bahu jalan sehingga menyebabkan kemacetan/crowd. Kemudian pada bangunan eksisting juga belum terdapat parkir difabel dan pedestrian sehingga bangunan belum bisa diakses secara inklusif.

EKSPLORASI FASE KOMPREHENSIF

Pada awal rancangan, hal yang pertama dipertimbangkan adalah alur sirkulasi didalam site, sehingga terdapat jalur yang mengitari bangunan untuk alasan keselamatan kebakaran. Dengan bangunan parkir berada di bagian belakang dan terdapat area parkir difabel dan umum di bagian depan bangunan, sehingga akses keluar melalui Jalan Alhamra yang merupakan jalan sekunder dengan lebar jalan yang lebih kecil.

HASIL RANCANGAN

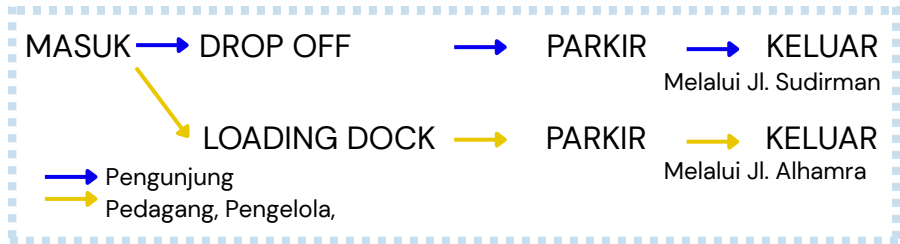
Setelah mengevaluasi tata tapak dan sirkulasi sebelumnya, dihitunglah kebutuhan parkir menggunakan SRP Pasar skala wilayah dengan hasil perhitungan sebagai berikut:

Standar Satuan Ruang Parkir (SRP) Pasar Skala Wilayah:			
1. Mobil: 1/200m2 luas area dagang			
2. Motor: 2/100m2 luas area dagang			
A			
Total Luas Lantai (m2)			4642
	Jumlah	Luas	
Mobil	23	116,05	
Motor	93	139,26	
Total	116	255	
B			
Total Luas Lantai (m2)			743
	Jumlah	Luas	
Mobil	4	18,575	
Motor	15	22,29	
Total	19	41	
Realisasi jumlah parkir:			
Mobil: 38			
Motor: 96			

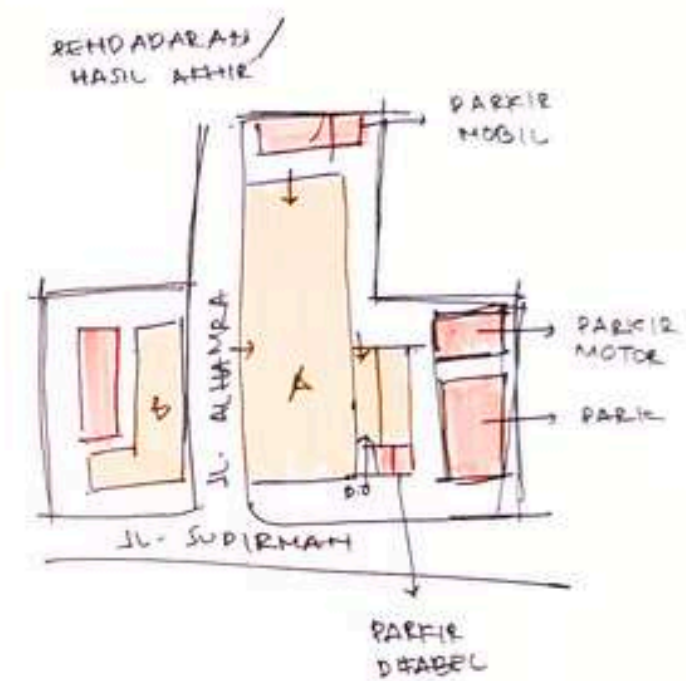
Tabel 5.1. Perhitungan kapasitas minimum parkir dan realisasi pada rancangan
Sumber: Penulis (2025)

EVALUASI RANCANGAN

Setelah dilakukan perhitungan, dilakukan penataan ulang sirkulasi parkir bersamaan dengan massa bangunan yang lebih detil. Pada eksplorasi akhir, parkir motor pada site A berada di bagian samping bangunan dengan alur melingkar. Alur melingkar ini ditujukan agar pintu masuk dan keluar tetap berada di Jalan Sudirman yang merupakan jalan besar sehingga tidak terjadi crowd di Jalan Alhamra yang lebih kecil lebarnya meskipun tetap ada jalur yang menghubungkan ke jalan Alhamra. Selain itu, parkir difabel diletakkan pada pintu masuk utama sehingga lebih mudah aksesnya untuk masuk ke dalam bangunan. Kelebihan dari penataan ini adalah terorganisirnya alur kendaraan pada site, dimana alurnya sebagai berikut:



Gambar 5.2. Diagram alur sirkulasi
Sumber: Penulis (2025)



Gambar 5.3. Tata ruang pada Hasil rancangan
Sumber: Penulis (2025)



Gambar 5.4. Skema Sirkulasi Tapak
Sumber: Penulis (2025)



LAMPIRAN

Architectural Presentation Board

Penelusuran Persoalan Perancangan

Analisis Aktivitas Perdagangan Komoditas Fashion di Pasar Raya Mandau

PAKAIAN

Ketersediaan pedagang pakaian tergantung dagangannya pada dinding bisa dan juga di display pada bagian depan toko pada jalur sirkulasi.

PERKASIAN (KOS)

Pada bagian kos perhiasan, terdapat etalase pada bagian depan, bentuk etalase vertikal tergantung dari bentuk kiosnya, sehingga pedagang etalase menyajikan dagangannya di bagian tengah.

PERKASIAN (PIL)

Pembeli dapat melihat melalui alternatif perhiasan yang disajikan dan mencobanya. Waktu melihat-lihat cukup lama, sehingga disediakan kursi untuk pengunjung pada bagian etalase.

KOMODITAS LAINNYA

Shoes, bags, and other accessories are displayed on shelves and racks.

TEKSTIL

Pada bagian tekstil, pemajangan dagangan lebih mudah digunakan karena lebih tinggi dari display, sehingga pedagang memajang kain-kain di bagian dinding pada bagian IV juga memungkinkan melihat-lihat pembeli.

ALAS KAKI

Pedagang sepatu menyusun kotak sepatu sebagai "meja display" sepatu yang dipajang. Beberapa sepatu juga di display di dinding.

Social Opportunity Bidang Fashion di Sekitar Tapak

Berdasarkan tren fashion di Kecamatan Mandau, dilakukan analisis persebaran komoditas mode di sepanjang Jl. Sudirman di sekitar site. Analisis dibagi dalam beberapa kategori, yaitu baju perhiasan aksesoris, tekstil dan jasa-jari. Ditentukan bahwa berdasarkan dengan komoditas utama mode, pedagang komoditas mode lebih banyak dipusatkan di sekitar pasar raya Mandau. Hal ini sejalan dengan komoditas Pasar Raya Mandau yang dikenal sebagai tempat belanja produk mode. Banyaknya pedagang yang menjual produk mode juga menunjukkan bahwa mode/fashion dominan oleh masyarakat di Kecamatan Mandau. Ketersediaan pakaian yang dijual memiliki alternatif pembelian grosir ataupun eceran. Hal ini menunjukkan masih banyak masyarakat yang mencari pakaian dengan harga yang lebih terjangkau untuk digunakan sendiri maupun untuk dijual kembali. Banyaknya pedagang juga menunjukkan adanya daya saing di komoditas ini, sehingga perlu diperluas dengan strategi keunggulan bangunan Pasar Raya Mandau yang dirancang.

Klasifikasi dan Pola Aktivitas Pengguna Pasar Tradisional Fokus Mode

Kategori Pengguna	Karakteristik	Pola Aktivitas	Kebutuhan Ruang	Penerapan dalam Desain
Pedagang Komoditas Fashion	Perjual belikan barang fashion, aksesoris, dan jasa-jari.	• Dinding bagi untuk memajang barang • Kios-kios kecil dengan pembatas • Memajang barang di bagian atas • Memajang barang di bagian bawah	• Ruang display • Ruang penyimpanan • Ruang untuk memajang barang	• Zone pemajangan barang • Ruang sirkulasi • Area pendingin
Pembeli	Belanja untuk diri sendiri atau orang lain.	• Melihat barang • Mencoba barang • Menanyakan harga • Menanyakan kualitas barang • Menanyakan lokasi barang	• Ruang display • Ruang untuk mencoba barang • Ruang untuk menanyakan harga • Ruang untuk menanyakan kualitas barang • Ruang untuk menanyakan lokasi barang	• Ruang sirkulasi • Ruang untuk mencoba barang • Ruang untuk menanyakan harga • Ruang untuk menanyakan kualitas barang • Ruang untuk menanyakan lokasi barang
Pengunjung Lain	Orang-orang yang datang ke pasar untuk keperluan lain.	• Melihat barang • Mencoba barang • Menanyakan harga • Menanyakan kualitas barang • Menanyakan lokasi barang	• Ruang display • Ruang untuk mencoba barang • Ruang untuk menanyakan harga • Ruang untuk menanyakan kualitas barang • Ruang untuk menanyakan lokasi barang	• Ruang sirkulasi • Ruang untuk mencoba barang • Ruang untuk menanyakan harga • Ruang untuk menanyakan kualitas barang • Ruang untuk menanyakan lokasi barang

Eksplorasi Konsep Bangunan

Gubahan Massa

Site terbagi menjadi 2 area dengan dipisahkan oleh Jalan Akmara pada bagian tengahnya. Sehingga, site bangunan dapat diakses dari jalur utama (Jl. Sudirman) ataupun jalan sekunder (Jalan Akmara).

Menentukan regulasi GIS dan BODK sehingga dapat diketahui area yang dapat dikembangkan.

Massa bangunan dirancang berdasarkan hasil analisis sebelumnya dengan bentuk bangunan memanjang beraturan dengan area parkir pada bagian kanan dan belakang bangunan.

Mutakhir dilakukan guna membagi zona berdasarkan massa bangunan dengan zona fashion berada di bagian paling luas (Site A).

Tata Tapak & Ruang

Zone Fashion dibuat memanjang ke belakang mengikuti bentuk site, dengan zona parkir pada bagian tengah bangunan. Terdapat juga tipe parkir mobil yang dapat diakses yaitu pada bagian muka depan bangunan bagian belakang bangunan dan yang terdapat dengan Jalan Akmara sebagai ruang sirkulasi bangunan blok A (Fashion) dan blok B (Parkir).

Setelah membagi zona, ditentukan pola sirkulasi kendaraan (jalan). Pola konsep sirkulasi juga mempertimbangkan akses mengalir pada bangunan sebagai penempatan aspek keselamatan bangunan (Site Safety).

Bentuk Atap

Motif site yang sangat dominan di area dengan site Mandau ini, karena bangunan dengan motif motif ini banyak. Motif ini merupakan konsep refleksi (pencerminan) dan motif motif tradisional geometri lokal yang sering digunakan pada site.

Motif site yang sangat dominan di area dengan site Mandau ini, karena bangunan dengan motif motif ini banyak. Motif ini merupakan konsep refleksi (pencerminan) dan motif motif tradisional geometri lokal yang sering digunakan pada site.

PERANCANGAN PASAR TRADISIONAL DENGAN FOKUS PADA KOMODITAS MODE DENGAN PENDEKATAN CREATIVE PLACEMAKING DI KABUPATEN BENGKALIS

132





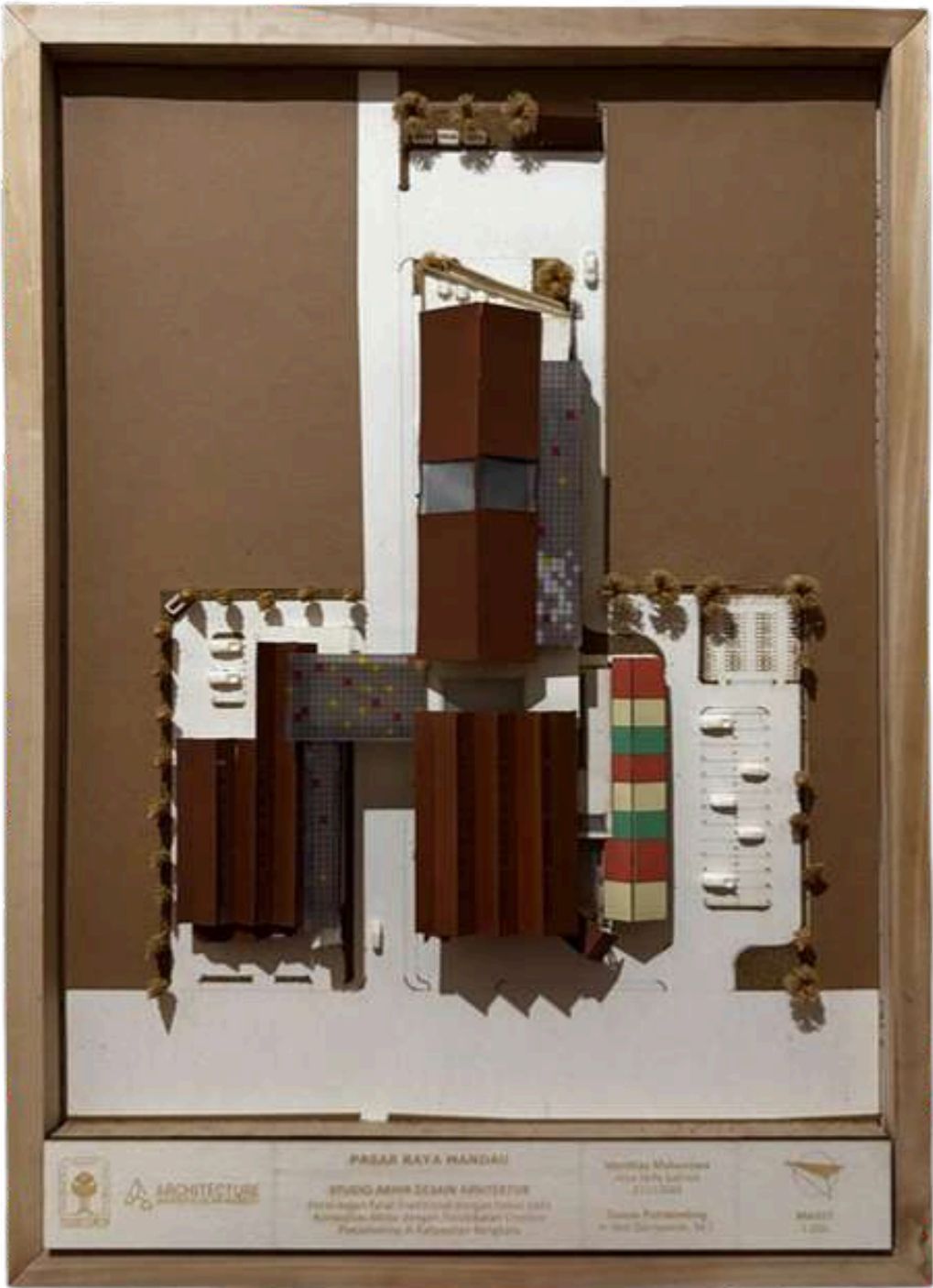
Architectural Presentation Board



Gambar Perancangan



Dokumentasi Maket



Surat Keterangan Hasil Cek Plagiasi



Direktorat Perpustakaan Universitas Islam Indonesia
Gedung Moh. Hatta
Jl. Kaliurang Km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext.2301
F. (0274) 898444 psw.2091
E. perpustakaan@uii.ac.id
W. library.uui.ac.id

SURAT KETERANGAN HASIL CEK PLAGIASI

Nomor: 2845082582/Perpus./10/Dir.Perpus/VII/2025

Bismillaahirrahmaanirrahiim

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan ini, menerangkan Bahwa:

Nama : Alya Syifa Safrina
Nomor Mahasiswa : 21512092
Pembimbing : Ir. Rini Darmawati, M.T.
Fakultas / Prodi : Teknik Sipil dan Perencanaan/ Arsitektur
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN PASAR TRADISIONAL DENGAN FOKUS PADA
KOMODITAS MODE DENGAN PENDEKATAN CREATIVE
PLACEMAKING DI KABUPATEN BENGKALIS

Karya ilmiah yang bersangkutan di atas telah melalui proses cek plagiasi menggunakan **Turnitin** dengan hasil kemiripan (*similarity*) sebesar **15 (Lima Belas) %**.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 12/15/2025

Direktur



Muhammad Jamil, SIP.

DAFTAR PUSTAKA

Salimah, A. R. (2023). PERANCANGAN PASAR TRADISIONAL PANAKKUKANG DI KOTA MAKASSAR DENGAN PENDEKATAN PADA KARAKTER BUDAYA JUAL BELI DAN OPTIMALISASI PENGHAWAAN ALAMI

Cakaplah.com. (2024). Kasmarni Akan Lakukan Revitalisasi Pasar Mandau. Diakses pada Maret 2025 dari <https://www.cakaplah.com>

Ching, F. D. K. (2007). *Architecture: Form, Space, and Order* (3rd ed.). John Wiley & Sons.

Direktorat Jenderal Perhubungan Darat. (1996). *Pedoman Teknis Penyelenggaraan Fasilitas Parkir* (Keputusan Direktur Jenderal Perhubungan Darat Nomor 272/HK.105/DRJD/96).

Erick, Y. P., Dwi Ma'sum, R., Palilati, M. P., & Entengo, S. (2024). Optimalisasi Creative Placemaking Ruang Terbuka Publik Taman aIR Mancur Limboto. *JAMBURA Journal of Architecture*, VI(1).

Fadhilla Jasmine, A., Purnomo, M., & Yuliarso, H. (2016). BANDUNG FASHION HUB SEBAGAI RUANG INTERAKSI DAN REKREASI DENGAN PENDEKATAN DESAIN EKSPRESIF DI KOTA BANDUNG.

Fashion Sustainability Directory. (2025, April 9). *Creative Placemaking*. <https://fashion.sustainability-directory.com/term/creative-placemaking/>

Hanifurrahman, D., Fatimah, E., & Sugihartoyo. (2019). Kajian Perkembangan Wilayah Kabupaten Bengkalis Berbasis Sektor Migas. *PROSIDING SEMINAR NASIONAL PEMBANGUNAN WILAYAH DAN KOTA BERKELANJUTAN*.

Ir Slamet Widodo, D.-I., & Marsudi, I. (n.d.). *KAJIAN PENATAAN RUANG PADA KIOS ATAU RUKO LANTAI DUA PASAR TRADISIONAL (STUDI KASUS PASAR MAWAR KOTA PONTIANAK)*.

Jack, J. (2024, April 24). What is store atmosphere and how do you measure it? <https://hoed.co.nz/what-is-store-atmosphere-and-how-do-you-measure-it/>

Kelrey, Z. (2024). *Perancangan Pasar Tradisional Rumah Tiga Dengan Pendekatan Critical Regionalism di Ambon*

Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat. (2012). SNI 8152:2015 Tata Cara Perencanaan Teknis Pasar Rakyat. Badan Standardisasi Nasional.

Kairunisa, A. N. (2023). *Perancangan Borobudur Creative Hub di Magelang dengan Pendekatan Creative Placemaking*

Kuncoro, M. (2008). *Strategi Pengembangan Pasar Modern dan Tradisional*. Gramedia Pustaka Utama.

Nastiti, T. S. (2003). *Pasar di Jawa Masa Mataram Kuno Abad VIII-XI Masehi*. PT Dunia Pustaka Jaya.

Nurika. (2018). Sejarah Pembangunan Pasar Mandau. *Jurnal Sejarah dan Kebudayaan Riau*, 5(2), 45-60.

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 70/M-DAG/PER/12/2013 tentang *Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern*.

DAFTAR PUSTAKA

Permatasari, Rr. C., & Nugraha, N. E. (2020). Peranan Elemen Desain Interior Dalam Membentuk Atmosfer Ruang Tunggu CIP Lounge Bandara. *Dewa Ruci: Jurnal Pengkajian Dan Penciptaan Seni*, 15(2), 59–70. <https://doi.org/10.33153/dewaruci.v15i2.3027>

Project for Public Spaces. (2016). What is Placemaking? Diakses pada April 2025 dari <https://www.pps.org/article/what-is-placemaking>.

Pusat Pengelolaan Pasar (PPS) Kabupaten Bengkalis. (2024). Data Pengelolaan dan Pengembangan Pasar Raya Mandau. Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Bengkalis.

Rompas, A. M., & Ekomadyo, A. S. (2024). Youth-driven creative placemaking: Strategies in reshaping urban vacant space. *ARIS Archipelago: Jurnal Arsitektur Nusantara*, 4(1), 20–35. <https://doi.org/10.7454/arsnet.v4i1.98>

Sherina, O. :, Rahmadhani, S., Mariaty, P. :, Program, I., Usaha, S., Wisata –Jurusan, P., & Administrasi, I. (n.d.). TENUN LEJO SEBAGAI PRODUK PARIWISATA KHAS KABUPATEN BENGKALIS. In *JOM FISIP* (Vol. 11).

Smith, J. (2022). The role of fashion in human needs and social identity. *Journal of Cultural Studies*, 15(3), 45–59.

Spies, K., Hesse, F., & Loesch, K. (1997). Store Atmosphere, Mood and Purchasing Behavior. In *Intern. J. of Research in Marketing* (Vol. 14).
TENUN SONGKET MELAYU RIAU | SMK Abdurrah Pekanbaru. (n.d.). Retrieved November 5, 2025, from <https://www.smkabdurrah.sch.id/artikel/256-tenun-songket-melayu-riau>

Time Saver Standards for Building Types. (2001). 2nd Edition. Joseph DeChiara, Michael J. Crosbie (Eds.). McGraw-Hill.

TKCA Architect. (2023). SAMA Square Market. ArchDaily. <https://www.archdaily.com/1016296/sama-square-market-tan-kwon-chong-architect>

Vastiawan, M. A., Oka, I. G., Pribadi, S., & Lahji, K. (2024). CREATIVE PLACEMAKING DALAM PERANCANGAN KAWASAN MIXED USE BERORIENTASI TRANSIT CREATIVE PLACEMAKING IN TRANSIT-ORIENTED MIXED USE AREA DESIGN. *Jurnal Rekayasa Lingkungan Terbangun Berkelanjutan*, 02(02), 191–199. <https://doi.org/10.25105/jrltb.v2i2.22385>

Weatherspark.com. (2025). Data Iklim dan Cuaca Kota Duri, Bengkalis. Diakses pada April 2025 dari <https://weatherspark.com>

Willis Kusuma Architects. (2022). United-in-Diversity Campus. ArchDaily. https://www.archdaily.com/1026180/united-in-diversity-campus-willis-kusuma-architects?ad_source=search&ad_medium=projects_tab

Wyckoff, M. A. (2014). Definition of Placemaking: Four Different Types. *Planning & Zoning News*, 32(3), 1–10.

PASAR RAYA MANDAU

PERANCANGAN PASAR TRADISIONAL DENGAN FOKUS PADA
KOMODITAS MODE DENGAN PENDEKATAN CREATIVE PLACEMAKING
DI KABUPATEN BENGKALIS

PROGRAM STUDI SARJANA ARSITEKTUR



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA



ARCHITECTURE
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA



한국건축학교육인증원
Korea Architectural Accrediting Board



BOARD OF ARCHITECTS MALAYSIA
LEMBAGA ARKITEK MALAYSIA

