

## LATAR BELAKANG

### a. Evolusi Industri 4.0

Saat ini dunia sudah mengalami revolusi industri keempat. Tidak bisa dihindari bagaimana dampak dari revolusi industri 4.0 mempengaruhi segala macam aktifitas manusia. Dimana banyak aktifitas bisa dilakukan secara online. Yang artinya, aktifitas-aktifitas bisa mudah dilakukan dari jarak yang jauh dengan memanfaatkan internet. Sama halnya dengan transaksi perdagangan, membeli barang bisa dilakukan tanpa melintasi sebuah toko, dan penjual bisa memasarkan barang dagangannya tidak hanya pada pembeli yang mendatangi tokonya saja, tetapi bisa mencakup pembeli yang berlokasi jauh dari toko.

### b. Fenomena E-Commerce

E-commerce adalah salah satu produk yang di hasilkan di era Revolusi Industri 4.0. E-commerce atau elektronik commerce adalah transaksi jual beli secara online. E-commerce memungkinkan pembeli melihat-lihat calon penjual dengan mudah dibandingkan dengan mencarinya secara offline. E-commerce menghilangkan batas geografis dengan berbelanja secara online. Lebih jauh, teknologi e-commerce bisa mengurangi biaya distribusi sebuah produk. Sebuah produk bisa langsung berada di tangan pembeli tanpa melalui pengantar sehingga bisa mempermudah rantai pasokan pasar dengan cakupan geografis yang lebih luas. Artinya tidak ada batas jarak jika seseorang berbelanja secara online, seorang pembeli bisa memilih barang yang diinginkannya dari penjual yang jaraknya sangat jauh secara langsung tanpa perantara pihak lain.

### c. E-commerce dan Arsitektur

Transaksi jual beli tidak selalu menjadi lebih baik ketika sebuah ritel menghilangkan toko fisiknya dan mengantinya dalam bentuk online saja. Karena keberadaan toko fisik itu sendiri memiliki fungsi sebagai penjaminan persediaan, distribusi, serta pameran fisik produk. Begitu juga dengan ritel online yang memiliki fungsi sebagai media branding, promosi, dan penyedia transaksi mobile. Kemudahan dalam menggunakan teknologi untuk melakukan pembelian secara online telah terbukti berdampak pada minat konsumen untuk melakukan pembelian langsung. Nilai ritel tradisional jika tidak segera mendapat perhatian akan kian tergusur oleh perkembangan ilmu teknologi di bidang ekonomi. Upaya-upaya kreatifipun seharusnya dilakukan agar tetap mempertahankan fisik bangunan ritel.

### d. E-commerce dan Pasar Pathuk

Pasar Pathuk berlokasi di Jalan Bhayangkara kelurahan Ngipassan, Kecamatan Gondomanan, Yogyakarta. Pasar Pathuk merupakan pasar yang dibangun diperuntukan untuk warga ketariman cina dan sampai sekarangpun masih dikenal sebagai pasar pecinan, walaupun pedagang di dalamnya juga terdapat warga lokal. Keberadaan pasar pathuk yang merupakan landmark kampung pathuk harusnya bisa mewakili keberagaman warga di sekitarnya. Pada awal dibangun, Pasar Pathuk identik dengan pasar yang banyak menjual daging babi, seiring dengan akulturasi budaya di segala lini sosial antara warga Tionghoa dan Jawa di kampung Pathuk membuat pasar ini lebih majemuk. Bukan hanya warga Tionghoa saja yang mengas rejeki di pasar ini, demikian juga dengan warga sekitar yang mengantarkan barangnya pada pasar pathuk.

### e. Pasar Pathuk dan Pengalaman Berkonjung

Penerapan strategi yang berorientasi pada pengalaman berkonjung dalam bangunan pasar perlu dipengaruhi oleh kualitas lingkungan sekitarnya. Pada kasus Pasar Pathuk yang berada di Kawasan Kampung Bakpia dan kawasan Maliboro kebanyakan kualitas tersebut berupa kuliner khas dari kawasan ini. Bakpia adalah salah satu contoh kuliner khas yang ada di kawasan ini. Bakpia banyak diproduksi di Kampung Pathuk yang merupakan tempat dimana Pasar Pathuk berada. Bakpia selain menawarkan produk kuliner yang sudah jadi juga menawarkan aktifitas membuatnya.

Selain bakpia juga terdapat lumpia yang merupakan kuliner khas dari kawasan Maliboro. Dan sebagai ciri khas kawasan pecinan juga terdapat kuliner olahan daging babi (pork) yang hanya dijual di Pasar Pathuk. Selain itu masih banyak lagi kuliner yang dijual di kawasan ini yang bisa diterapkan ke dalam konsep pengalaman berkonjung.

Dalam konsep perancangan ini, produk-produk kuliner yang disebutkan di atas tidak hanya dibeli di pasar, namun juga dapat melibatkan pengunjung dalam proses pembuatannya hingga menikmatinya di tempat yang sama.



# PASAR PATHUK 4.0

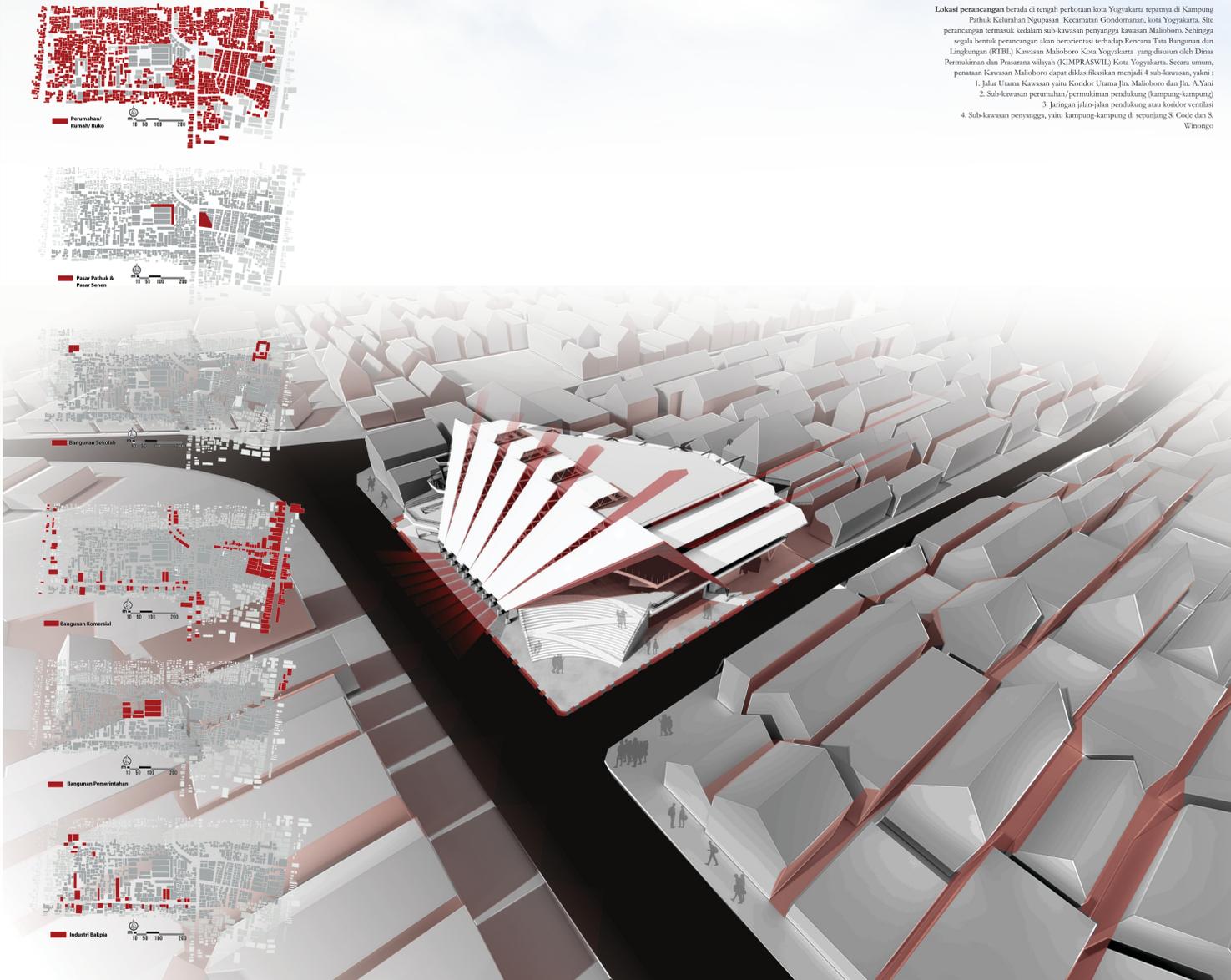
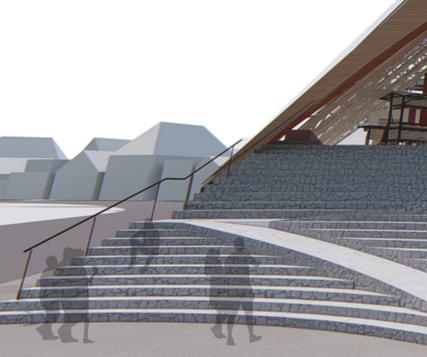
## DENGAN PENDEKATAN OPEN BUILDING

## ABSTRAK

Kemudahan transaksi e-commerce (electronic commerce) memberikan ancaman yang nyata bagi usaha perdagangan yang mengandalkan sistem offline. Fenomena ditinggalkannya fisik bangunan sebagai tempat berbelanja oleh konsumen semakin banyak terjadi, transaksi perdagangan yang sekarang dengan mudah bisa dilakukan via smartphone ataupun gadget oleh pembeli dan penjual terbukti lebih banyak dipilih karena efisiensinya dari segi waktu, tenaga, dan uang. Itu tentang keberlanjutan bangunan arsitektur sebagai wadah tempat terjadinya transaksi perdagangan pun mulai dipertanyakan.

Pasar tradisional adalah salah satu bangunan tempat transaksi perdagangan dilakukan secara konvensional. Dengan perkembangan e-commerce yang setiap saat semakin pesat, keberadaan pasar tradisional sebagai wadah tempat terjadinya transaksi perdagangan sebagai wadah fisik bangunan akan ditinggalkan. Eksistensi Pasar Pathuk yang merupakan salah satu dari pasar tradisional di kota Yogyakarta sangat mungkin terancam. Sehingga perlu adanya strategi-strategi di bidang arsitektur yang bisa membuat pasar sebagai bangunan sampai kapanpun akan tetap didatangi oleh pengunjungnya.

Perancangan Proyek Akhir Sarjana ini bertujuan merancang bangunan Pasar Pathuk yang sampai kapanpun akan tetap didatangi oleh pengunjungnya. Strategi yang digunakan adalah dengan menguji konsep pasar yang berorientasi pada pengalaman berkonjung dari pengunjungnya. Selain itu penerapan e-commerce pada Pasar Pathuk pun akan diterapkan sebagai bentuk perluasan jangkauan pemasaran pasar. Akan tetapi pengaplikasian e-commerce pada bangunan tidak langsung dilakukan melainkan menunggu pengguna pasar dalam hal ini pedagang pasar harus terlebih dahulu mengerti tentang perdagangan secara online. Sehingga dalam proses transisi dari sistem pemasaran konvensional ke sistem e-commerce, konsep open building akan diterapkan pada bangunan Pasar Pathuk.



Lokasi perancangan berada di tengah perkotaan kota Yogyakarta tepatnya di Kampung Pathuk Kelurahan Ngipassan Kecamatan Gondomanan, kota Yogyakarta. Site perancangan termasuk kedalam sub-kawasan penyangga kawasan Maliboro. Sehingga segala bentuk perancangan akan berorientasi terhadap Rencana Tata Bangunan dan Lingkungan (RTBL) Kawasan Maliboro Kota Yogyakarta yang disusun oleh Dinas Perumahan dan Prasarana wilayah (KIMPRASWIL) Kota Yogyakarta. Secara umum, perataan Kawasan Maliboro dapat diklasifikasikan menjadi 4 sub-kawasan, yaitu:

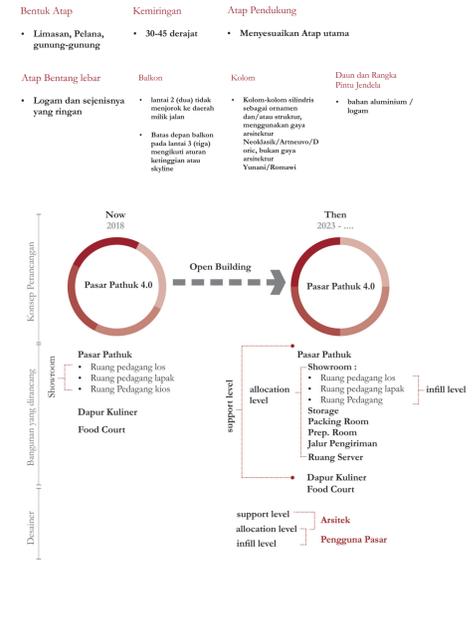
1. Jalur Utama Kawasan yaitu Koridor Utama Jln. Maliboro dan Jln. A.Yani
2. Sub-kawasan perumahan/perumahan pendukung (kampung-kampung)
3. Jaringan jalan-jalan pendukung atau koridor ventilasi
4. Sub-kawasan penyangga, yaitu kampung-kampung di sepanjang S. Cole dan S. Wineng



Di atas merupakan analisis SWOT yang dilakukan untuk mengidentifikasi kemungkinan-kemungkinan konsep desain yang akan diterapkan pada bangunan Pasar Pathuk. Identifikasi di atas muncul dari isu yang di kawasan site perancangan.

**Wajah Bangunan pada Koridor Pelingkup:**

Untuk renovasi wajah bangunan pada koridor pelingkup sebagai zona penyangga diarahkan menggunakan gaya Arsitektur Indis, Arsitektur Cina dan Arsitektur Kolonial. Berikut adalah kesimpulan dari kajian wajah bangunan berdasarkan RTBL Kawasan Maliboro. Site perancangan berlokasi di Jalan Beskalan sebelah timur dan Jalan Bhayangkara di sebelah barat. Jalan Beskalan merupakan koridor ventilasi dan Jalan Bhayangkara merupakan koridor pelingkup, sehingga berdasarkan RTBL Kawasan Maliboro di atas dimana wajah bangunan pada koridor ventilasi penyangga kawasan Maliboro di Kampung Ngipassan diarahkan untuk menggunakan arsitektur Cina, sedangkan wajah bangunan di koridor pelingkup Kawasan Maliboro menggunakan wajah bangunan Pasar Pathuk yang dirancang adalah gabungan antara Arsitektur Indis, Cina dan Kolonial.



Berikut adalah beberapa keadaan eksisting yang akan dipertahankan dan diterapkan ke dalam bangunan baru yang didesain:

	Pedagang Kios	Pedagang Los	Pedagang Lapak
<b>Basah</b>	1	16	2
<b>Setengah Basah</b>	2	35	18
<b>Kering</b>	4	27	20
<b>Total</b>			<b>125 Pedagang</b>

**a. Jenis Dagangan**  
Di Pasar Pathuk setidaknya terbagi ke dalam 3 zona jenis dagangan yang dijual, yaitu basah (olahan laut, daging ayam, daging sapi, dan pork), setengah basah (sayur dan buah-buahan), serta kering (beras, kacang-kacangan, rempah-rempah, dll).

**b. Pedagang**  
Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh penulis, maka data-data jumlah pedagang eksisting yang terbagi ke dalam pedagang bahan mentah basah, setengah basah, dan kering adalah sebagai berikut:

No.	Prinsip Pengalaman Berkonjung	Aplikasi pada Bangunan Pasar Pathuk
1.	Ekspektasi Indrawi	Pengaplikasian pada zona ruang pertama yang diluar dan diarahkan oleh pengunjung ketika pertama kali memasuki bangunan pasar.
2.	Emosi Pengunjung	Pengaplikasian pada konsep ruang dengan cerita berbeda-beda
3.	Kepuasan Pengguna	Pengaplikasian pada konsep ruang dimana terdapat kelengkapan pengunjung dalam proses pengunjung pada zona ruang dimana pengunjung bisa bebas memilih dan mencoba pengalaman yang diinginkan
4.	Keinginan Pengunjung	Pengaplikasi pada konsep bangunan dan ruang Pasar Pathuk sebagai landmark kawasan serta olahan pork yang hanya ada di Pasar Pathuk.
5.	Brand Citra	

