

# **PASAR WISATA BUAH DI KOTA MALANG**

**Disusun dan diajukan oleh:**

**ANDI ZACHRAN ZUHAIR**

**D051191022**



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK ARSITEKTUR  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
GOWA  
2023**



**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

**“Pasar Wisata Buah Di Kota Malang”**

Disusun dan diajukan oleh

Andi Zachran Zuhair  
D051191022

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka Penyelesaian Studi Program Sarjana Program Studi Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin pada tanggal 13 Maret 2024

Menyetujui

Pembimbing I



**Dr. Ir. Rahmi Amin Ishak, ST.,MT**  
NIP. 19760314 200212 2 005

Pembimbing II



**Dr.Eng Dahniar, ST.,MT**  
NIP. 19811212 201212 2 002

Mengetahui



**Dr. Ir. H. Edward Syarif, ST.,MT.**  
NIP. 19690612 199802 1 001



## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini ;

Nama : Andi Zachran Zuhair

NIM : D051191022

Program Studi : Arsitektur

Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya berjudul

{Pasar Wisata Buah di Kota Malang}

Adalah karya tulisan saya sendiri dan bukan merupakan pengambilan alihan tulisan orang lain dan bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri.

Semua informasi yang ditulis dalam skripsi yang berasal dari penulis lain telah diberi penghargaan, yakni dengan mengutip sumber dan tahun penerbitannya. Oleh karena itu semua tulisan dalam skripsi ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis. Apabila ada pihak manapun yang merasa ada kesamaan judul dan atau hasil temuan dalam skripsi ini, maka penulis siap untuk diklarifikasi dan mempertanggungjawabkan segala resiko.

Segala data dan informasi yang diperoleh selama proses pembuatan skripsi, yang akan dipublikasi oleh Penulis di masa depan harus mendapat persetujuan dari Dosen Pembimbing.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan isi skripsi ini hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Gowa, 13 Maret 2024

Yang Menyatakan



Andi Zachran Zuhair



## ABSTRAK

**ANDI ZACHRAN ZUHAIR.** *Pasar Wisata Buah di Kota Malang*  
(dibimbing oleh Rahmi Amin Ishak dan Dahniar)

Indonesia merupakan negara agraris dengan mayoritas penduduknya bermata pencaharian di bidang pertanian (Setyadi, 2021). Kota Malang, sebagai kota Agropolitan, memiliki berbagai tanaman hortikultura unggulan seperti rambutan, mangga, dan jeruk. Produksi buah-buahan terbesar termasuk rambutan, nangka, jeruk siam, pisang, dan pepaya (Badan Pusat Statistik, 2023). Buah-buahan ini dapat diolah menjadi produk makanan seperti keripik mangga, asinan rambutan, minuman jeruk, dan pudding pepaya. Kota Malang juga merupakan tujuan wisata yang populer, dengan jumlah wisatawan mencapai 13.555.201 pada 2022. Potensi agrowisata di Kota Malang meliputi petik jeruk, apel, kebun teh, bunga krisan, wisata strawberry, dan lainnya. Wisata belanja juga diminati, terutama oleh wisatawan yang mencari oleh-oleh makanan khas Kota Malang. Jenis metode pembahasan yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif yaitu metode yang menggambarkan semua data arsitektural dan non-arsitektural. Dengan demikian, Pasar Wisata Buah di Kota Malang dengan konsep modern tropis berfungsi sebagai tempat pemasaran hasil produksi buah dan produk olahan buah, serta menyediakan berbagai kegiatan wisata seperti demo kuliner, pembuatan kerajinan tangan, expo kuliner, dan festival jajanan. Pembangunan Pasar Wisata Buah ini akan mewadahi pelaku agrobisnis dan wisatawan, serta menjadi daya tarik wisata belanja yang mendukung perekonomian lokal (Renstra Disbudpar Kota Malang, 2013).

Kata kunci: Pasar Wisata Buah, Malang, Metode Kualitatif Deskriptif, Modern Tropis



## ABSTRACT

**ANDI ZACHRAN ZUHAIR.** *Tourist Fruit Market in Malang City*  
(supervised by Rahmi Amin Ishak and Dahniar)

Indonesia is an agricultural country with the majority of its population making their living in agriculture (Setyadi, 2021). Malang City, as an Agropolitan city, has various superior horticultural plants such as rambutan, mango and oranges. The largest fruit production includes rambutan, jackfruit, Siamese oranges, bananas and papaya (Central Statistics Agency, 2023). These fruits can be processed into food products such as mango chips, pickled rambutan, orange drink and papaya pudding. Malang City is also a popular tourist destination, with the number of tourists reaching 13,555,201 in 2022. The potential for agrotourism in Malang City includes picking oranges, apples, tea gardens, chrysanthemums, strawberry tourism, and others. Shopping tourism is also in demand, especially by tourists looking for typical Malang City food souvenirs. The type of discussion method used is a descriptive qualitative method, namely a method that describes all architectural and non-architectural data. Thus, the Fruit Tourism Market in Malang City with a modern tropical concept functions as a marketing place for fruit production and processed fruit products, as well as providing various tourist activities such as culinary demonstrations, handicraft making, culinary expos and snack festivals. The construction of the Fruit Tourism Market will accommodate agribusiness actors and tourists, as well as become a shopping tourist attraction that supports the local economy (Malang City Disbudpar Strategic Plan, 2013).

Keywords: Tourist Fruit Market, Malang, Metode Kualitatif Deskriptif, Modern Tropis



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, tugas akhir yang berjudul “Pasar Wisata Buah di Kota Malang” dapat terselesaikan dengan baik. Penyusunan tugas akhir ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk mahasiswa arsitektur secara khusus dan masyarakat secara umum dalam lingkup Pasar Wisata Buah.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tugas akhir ini belum dapat dikatakan sempurna dan masih terdapat beberapa kekurangan baik dari segi literatur dan kemampuan yang penulis miliki, sehingga hasil yang dicapai belum dapat dikatakan sempurna. Penulis menyadari bahwa tidak akan bisa menyelesaikan tugas akhir ini tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis dengan penuh rasa hormat mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada ;

1. Kedua orang tua tercinta dan tersayang penulis, saudara-saudara penulis dan keluarga besar penulis yang senantiasa terus memberikan segala bentuk usaha, doa, dukungan, semangat dan motivasi yang tinggi agar penyusunan tugas akhir dapat berjalan dengan baik.
2. Bapak Ar. Dr. Ir. H. Edward Syarif, S.T., M.T., IAI. selaku Ketua Departemen Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin.
3. Ibu Prof. Dr. Ir. Triyatni Martosenjoyo, M. Si. selaku Kepala Laboratorium Perancangan Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin.
4. Ibu Dr. Ir. Rahmi Amin Ishak, ST., MT. selaku dosen pembimbing I dan Ibu Dr. Eng Dahniar, ST., MT. selaku dosen pembimbing II yang telah dengan sabar memberikan bimbingan dan arahan sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Ibu Prof. Dr. Ir. Triyatni Martosenjoyo, M. Si. selaku dosen penguji I dan Bapak Andi Lolo Sinrang Arisaputra, ST., M.Eng., Ph.D. selaku dosen penguji II yang telah memberikan arahan dan masukan demi kelancaran tugas akhir penulis.



seluruh dosen dan staf Program Studi Arsitektur Universitas Hasanuddin yang telah memfasilitasi dan memberikan penulis kesempatan serta

pengalaman untuk berproses membenah diri, mengembangkan diri dan memperoleh ilmu.

7. Seluruh teman-teman “BTP SQUAD” yang telah memberikan penulis semangat baru setiap harinya sehingga penulis dapat mencapai titik ini.
8. Teman-teman seperjuangan Arsitektur 2019 Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin (Dimensi 2019) yang turut membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhirnya dan terima kasih atas segala kenangan selama kurang lebih 4 tahun yang tidak akan terlupakan.

Melalui kata pengantar ini, penulis menyampaikan permohonan maaf apabila terdapat banyak kekurangan dalam tugas akhir ini. Kekurangan tersebut disebabkan karena keterbatasan penulis sebagai manusia biasa yang tidak luput dari kesalahan. Penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun, sehingga dapat meningkatkan kualitas karyanya di masa yang akan datang.

Dengan ini penulis mempersembahkan tugas akhir skripsi perancangan dengan penuh rasa terima kasih dan tulus serta memanjatkan doa semoga Allah SWT mengampuni segala kesalahan dan memberkahi tugas akhir ini sehingga dapat menjadi manfaat bagi kita semua, Aamiin.

Gowa, 13 Maret 2024

Penulis,

Andi Zachran Zuhair



## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	iv
ABSTRACT .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	2
1.3 Tujuan Perancangan .....	3
1.4 Manfaat Perancangan .....	4
1.5 Ruang Lingkup Perancangan.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
2.1 Pengertian Judul .....	6
2.2 Tinjauan Umum Pasar .....	7
2.3 Tinjauan Umum Wisata .....	12
2.4 Studi Banding.....	15
<b>BAB III METODE PEMBAHASAN .....</b>	<b>28</b>
3.1 Jenis Pembahasan.....	28
3.2 Waktu Pengumpulan Data.....	28
3.3 Pengumpulan Data .....	28
3.4 Analisis Data .....	29
3.5 Sistematika Pembahasan .....	30
3.6 Kerangka Berfikir.....	31
<b>BAB IV PASAR WISATA BUAH DI KOTA MALANG.....</b>	<b>32</b>
4.1 Gambaran Umum Lokasi .....	32
4.1.1 Lokasi Geografis .....	32
4.1.2 Kondisi Iklim.....	33
4.1.3 Kondisi Topografi dan Geologi.....	35
4.1.4 Jumlah Penduduk dan Wisatawan .....	37
4.1.5 Rencana Tata Ruang Kota Malang.....	39



4.2 Analisis Perancangan Makro.....	41
4.2.1 Pendekatan Penentuan Lokasi .....	41
4.2.2 Penentuan Lokasi .....	42
4.2.3 Pendekatan Penentuan Tapak .....	47
4.2.4 Penentuan Tapak .....	47
4.2.5 Analisis Pengolahan Tapak .....	52
4.2.6 Pendekatan Tata Massa.....	62
4.2.7 Analisis Pendekatan Gubahan Bentuk .....	65
4.2.8 Analisis Tata Ruang Luar.....	67
4.3 Analisis Perancangan Mikro .....	70
4.3.1 Analisis Fungsi .....	70
4.3.2 Analisis Pengguna .....	70
4.3.3 Analisis Pola Kegiatan .....	76
4.3.4 Analisis Kebutuhan Ruang.....	83
4.3.5 Analisis Pengelompokan Ruang.....	88
4.3.6 Analisis Besaran Ruang.....	92
4.3.7 Analisis Sistem Struktur, Konstruksi dan Material .....	101
4.3.8 Analisis Tata Ruang Dalam.....	106
4.3.9 Analisis Sistem Penghawaan.....	109
4.3.10 Analisis Sistem Pencahayaan.....	110
4.3.11 Analisis Sistem Akustik.....	113
4.3.12 Analisis Sistem Utilitas.....	114
<b>BAB V KONSEP PERANCANGAN PASAR WISATA BUAH DI KOTA MALANG .....</b>	<b>120</b>
5.1 Konsep Dasar Perancangan Makro .....	120
5.1.1 Rona Awal Tapak .....	120
5.1.2 Lingkungan Sekitar Tapak .....	121
5.1.3 Konsep Analisis Tapak.....	121
5.1.4 Tata Massa.....	133
5.1.5 Gubahan Bentuk .....	135
5.1.6 Konsep Ruang Luar Bangunan.....	137
5.2 Konsep Dasar Perancangan Mikro .....	139
5.2.1 Konsep Kebutuhan Ruang.....	139
5.2.2 Konsep Hubungan Ruang.....	141



5.2.3	Pola Tata Ruang .....	143
5.2.4	Konsep Sistem Struktur, Konstruksi dan Material .....	147
5.2.5	Konsep Ruang Dalam.....	148
5.2.6	Konsep Sistem Penghawaan.....	150
5.2.7	Konsep Sistem Pencahayaan .....	150
5.2.8	Konsep Sistem Akustik .....	151
5.2.9	Konsep Utilitas .....	151
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....		157
6.1	Kesimpulan.....	157
6.2	Saran.....	157
DAFTAR PUSTAKA .....		158
LAMPIRAN .....		161



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Talaad <i>Thai Market</i> , Thailand.....	15
Gambar 2	Lokasi Talaad <i>Thai Market</i> yang berada di Pathum Thani, Thailand .....	16
Gambar 3	Site Plan Talaad <i>Thai Market</i> .....	17
Gambar 4	Bagian dalam Talaad <i>Thai Market</i> .....	17
Gambar 5	Pasar Puspa Induk, Sidoarjo.....	18
Gambar 6	Lokasi Pasar Induk Puspa Agro, Sidoarjo.....	19
Gambar 7	Sirkulasi Tapak Pasar Induk Puspa Agro, Sidoarjo .....	19
Gambar 8	<i>Site Plan</i> Pasar Induk Puspa Agro .....	20
Gambar 9	<i>Soft Material</i> dan <i>Hard Material</i> Pasar Induk Puspa Agro.....	21
Gambar 10	Pasar Wisata Titi Kuning .....	22
Gambar 11	Lokasi Pasar Wisata Titi Kuning, Medan .....	22
Gambar 12	Unit kios Pasar Wisata Titi Kuning .....	23
Gambar 13	Konstruksi Pasar Wisata Titi Kuning.....	24
Gambar 14	Kerangka Berfikir.....	31
Gambar 15	Peta Administrasi Kota Malang .....	32
Gambar 16	Rencana Tata Ruang dan Tata Wilayah Kota Malang .....	39
Gambar 17	Peta Kawasan Strategis Kota Malang Tahun 2030 .....	40
Gambar 18	Peta Kecamatan Lowokwaru.....	43
Gambar 19	Peta Kecamatan Blimbing.....	44
Gambar 20	Peta Kecamatan Klojen .....	45
Gambar 21	Tapak Alternatif 1 .....	48
Gambar 22	Tapak Alternatif 2 .....	49
Gambar 23	Tapak Alternatif 3 .....	50
Gambar 24	Analisis Lokasi Tapak.....	52
Gambar 25	Analisis Tautan Lingkungan .....	53
Gambar 26	Analisis Ukuran dan Tata Wilayah .....	54
Gambar 27	Analisis Undang-undang Tapak.....	55
Gambar 28	Analisis Keistimewaan Fisik Alamiah Tapak .....	55
Gambar 29	Analisis Keistimewaan Fisik Buatan Tapak.....	56
Gambar 30	Analisis Sirkulasi .....	57
Gambar 31	Analisis Utilitas .....	58
Gambar 32	Analisis Pemandangan .....	59
Gambar 33	Analisis Kebisingan .....	60
Gambar 34	Analisis Sinar Matahari.....	61
Gambar 35	Analisis Arah Angin.....	61
Gambar 36	Sistem Pencahayaan Alami .....	112
Gambar 37	Analisis Sistem Air Bersih.....	114
Gambar 38	Analisis Sistem Air Limbah .....	115
Gambar 39	Rona Awal Tapak.....	120
Gambar 40	Lingkungan Sekitar Tapak .....	121
	1 Konsep Tata Wilayah.....	122
	2 Konsep Tautan Lingkungan .....	123
	3 Konsep Undang-Undang .....	124
	4 Konsep Keistimewaan Fisik Alamiah .....	125
	5 Konsep Keistimewaan Buatan .....	126



Gambar 46 Konsep Sirkulasi .....	127
Gambar 47 Konsep utilitas.....	128
Gambar 48 Pemandangan ke Dalam dan Luar Tapak.....	129
Gambar 49 Konsep Kebisingan .....	130
Gambar 50 Konsep Iklim.....	131
Gambar 51 Konsep Orientasi Matahari .....	132
Gambar 52 Konsep zonasi tapak.....	133
Gambar 53 Tataan Massa.....	135
Gambar 54 Gubahan Massa .....	136
Gambar 55 Elemen <i>Softscape</i> .....	138
Gambar 56 Elemen <i>Hardscape</i> .....	139
Gambar 57 Tata Ruang Luar.....	139
Gambar 58 Hubungan Ruang Pasar Wisata Buah.....	141
Gambar 59 Hubungan Ruang Staf Pengelola .....	141
Gambar 60 Hubungan Ruang Pedagang Pasar Wisata Buah .....	142
Gambar 61 Hubungan Ruang Pelengkap Pasar Wisata Buah .....	142
Gambar 62 Hubungan Ruang Pelayanan Pasar Wisata Buah .....	142
Gambar 63 Hubungan Ruang Servis Pasar Wisata Buah.....	143
Gambar 64 Hubungan Ruang Parkir Pasar Wisata Buah.....	143
Gambar 65 Pola Tata Ruang Staf Pengelola.....	144
Gambar 66 Pola Tata Ruang Aktivitas Pedagang .....	144
Gambar 67 Pola Tata Ruang Pelengkap .....	145
Gambar 68 Pola Tata Ruang Pelayanan.....	146
Gambar 69 Pola Tata Ruang Servis .....	146
Gambar 70 Konsep Struktur .....	148
Gambar 71 Konsep Sistem Penghawaan .....	150
Gambar 72 Konsep Sistem Pencahayaan.....	151
Gambar 73 Konsep Jaringan Air Bersih .....	152
Gambar 74 Konsep Jaringan Air Kotor .....	152
Gambar 75 Konsep Jaringan Persampahan.....	153
Gambar 76 Konsep Jaringan Listrik .....	154
Gambar 77 Konsep Sistem Transportasi Bangunan.....	154
Gambar 78 Konsep Sistem Proteksi Kebakaran .....	155
Gambar 79 Konsep Sistem Proteksi Kebakaran .....	155
Gambar 80 Konsep Sistem Keamanan.....	156
Gambar 81 Konsep Sistem Mitigasi Bencana dan Evakuasi Darurat .....	156



## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Tabel Perbandingan .....	25
Tabel 2 Daftar Kecamatan Kota Malang .....	33
Tabel 3 Kondisi Iklim Kota Malang .....	34
Tabel 4 Kecepatan Angin Kota Malang.....	35
Tabel 5 Jumlah Curah Hujan Kota Malang .....	35
Tabel 6 Tinggi Wilayah Kota Malang .....	36
Tabel 7 Jumlah Penduduk Kota Malang .....	38
Tabel 8 Jumlah Wisatawan Kota Malang .....	38
Tabel 9 Perbandingan Alternatif Lokasi .....	46
Tabel 10 Perbandingan Alternatif Tapak .....	51
Tabel 11 Jenis Konfigurasi Tata Massa .....	63
Tabel 12 Susunan dan Jumlah Personil Pengelola Pasar Wisata Buah.....	71
Tabel 13 Pedagang di Pasar Wisata Buah.....	71
Tabel 14 Konsumen/Pembeli di Pasar Wisata .....	73
Tabel 15 Aktivitas Pengelola Pasar Wisata Buah.....	77
Tabel 16 Aktivitas Perdagangan Pasar Wisata Buah .....	78
Tabel 17 Aktivitas Pelengkap Pasar Wisata Buah .....	80
Tabel 18 Aktivitas Pelayanan Pasar Wisata Buah .....	81
Tabel 19 Aktivitas Servis Pasar Wisata Buah.....	82
Tabel 20 Aktivitas Parkir Pasar Wisata Buah.....	82
Tabel 21 Kebutuhan Ruang Aktivitas Pengelola .....	83
Tabel 22 Kebutuhan Ruang Aktivitas Perdagangan .....	85
Tabel 23 Kebutuhan Ruang Aktivitas Pelengkap .....	85
Tabel 24 Kebutuhan Ruang Aktivitas Pelayanan .....	86
Tabel 25 Kebutuhan Ruang Aktivitas Servis .....	87
Tabel 26 Kebutuhan Ruang Area Parkir .....	87
Tabel 27 Pengelompokan Ruang Aktivitas Pengelola .....	88
Tabel 28 Pengelompokan Ruang Aktivitas Perdagangan .....	89
Tabel 29 Pengelompokan Ruang Aktivitas Pelengkap .....	90
Tabel 30 Pengelompokan Ruang Aktivitas Pelayanan .....	90
Tabel 31 Pengelompokan Ruang Aktivitas Servis.....	91
Tabel 32 Pengelompokan Ruang Area Parkir .....	91
Tabel 33 Prediksi Jumlah Pengguna Fasilitas.....	92
Tabel 34 Presentase Sirkulasi .....	93
Tabel 35 Analisis Besaran Ruang Aktivitas Pengelola.....	94
Tabel 36 Analisis Besaran Ruang Aktivitas Pedagang .....	94
Tabel 37 Analisis Besaran Ruang Aktivitas Pelengkap.....	95
Tabel 38 Analisis Besaran Ruang Aktivitas Pelayanan .....	95
Tabel 39 Analisis Besaran Ruang Aktivitas Servis.....	96
Tabel 40 Analisis Besaran Ruang Area Parkir.....	97
Tabel 41 Analisis Besaran Ruang.....	98
Tabel 42 Analisis Besaran Ruang Aktivitas Sub Struktur .....	103
Tabel 43 Analisis Besaran Ruang Aktivitas Super Struktur .....	105
Tabel 44 Analisis Besaran Ruang Aktivitas Upper Struktur .....	105
Tabel 45 Analisis Besaran Ruang Aktivitas Konsep Tata Massa .....	134



Tabel 46 Elemen <i>Softscape</i> .....	137
Tabel 47 Elemen <i>Hardscape</i> .....	138
Tabel 48 Konsep Ruang Dalam .....	149



# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara agraris dengan potensi alamnya dan sebagian besar penduduknya bermata pencaharian dibidang pertanian (Setyadi, 2021). Kekayaan sumber daya alam seperti kondisi alam yang mendukung, hamparan lahan yang luas, keragaman hayati yang melimpah, serta beriklim tropis dimana sinar matahari terjadi sepanjang tahun sehingga bisa menanam dan memanen sepanjang tahun di setiap daerah yang berbeda-beda yang menjadikan potensi pertumbuhan buah lokal Indonesia sangat besar. Menurut Badan Pusat Statistik (2022), pertumbuhan produksi buah-buahan di Indonesia pada empat tahun terakhir (2018-2021) mengalami peningkatan pada buah alpukat (250.748 ton), nenas (1.119.036 ton), sirsak (100.022 ton), dan jambu air (98.837 ton).

Kota Malang merupakan kota Agropolitan yang memiliki beranekaragam tanaman hortikultura dengan produksi terbesar di Indonesia untuk buah rambutan, mangga dan jeruk dan buah khas Kota Malang seperti apel malang. Menurut Badan Pusat Statistik (2023), produksi buah-buahan yang paling banyak pada tahun 2022 yaitu rambutan (6.590 kw), nangka (4.296 kw), jeruk siam (3.650 kw), pisang (3.008 kw), dan pepaya (1.953 kw). Dari hasil produksi buah-buahan tersebut dapat dijadikan sebagai bahan baku makanan olahan seperti keripik mangga, keripik apel, asinan rambutan, minuman jeruk kemasan, keripik nangka, keripik salak, pudding pepaya dan masih banyak yang lainnya.

Dari sektor pariwisata, Kota Malang merupakan salah satu daerah tujuan wisata, baik wisatawan domestik, maupun wisatawan mancanegara. Menurut data Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Kota Malang sampai dengan bulan Desember 2022, jumlah wisatawan yang berkunjung di Kota Malang sebanyak 13.555.201 wisatawan. Banyak pilihan destinasi yang ada di Kota Malang seperti agrowisata. Potensi agrowisata yang ada di Kota Malang yaitu Wisata Petik Jeruk Watan Dau, Wisata Petik Apel Agro Rakyat, Kebun Teh Wonosari, Kebun Agro Krisan Poncokusumo, Kebun Wisata Strawberry *The Highland* Kebun Nogo Bululawah dan juga Kusuma Agrowisata.



Selain Agrowisata, Kota Malang juga sebagai destinasi wisata belanja favorit, wisata belanja di Kota Malang secara intern muncul karena ada pola pertumbuhan sektor lain yang keberadaanya mendukung pariwisata yaitu sektor industri mikro gastronomi olahan hortikultura berupa “oleh-oleh makanan” khas Kota Malang (Renstra Disbudpar Kota Malang, 2013). Lokasi Kota Malang yang strategis, karena terletak diantara Kabupaten Malang dan Kota Batu sehingga menjadi kekuatan lain destinasi wisata belanja. Hal tersebut selanjutnya menarik wisatawan untuk pergi berbelanja oleh-oleh makanan di Kota Malang.

Pasar Wisata disebutkan termasuk dalam kategori daya tarik wisata berbasis belanja. Sebagaimana dalam Peraturan Walikota Malang Nomor 34 Tahun 2014, untuk mewadahi para pelaku agrobisnis yang ada di Kota Malang dalam memasarkan dan mempromosikan hasil produksi buah dan juga produk olahan buah kepada wisatawan yang berkunjung. Sasaran pengguna dari Pasar Wisata Buah di Kota Malang yaitu warga lokal dan wisatawan yang berkunjung di Kota Malang. Ruang lingkup pelayanan Pasar Wisata Buah ini mencakupi skala regional Kota Malang.

Pasar Wisata Buah di Kota Malang selain berfungsi sebagai kegiatan berbelanja juga mewadahi berbagai macam kegiatan-kegiatan wisata berupa demo kuliner khas Kota Malang, pembuatan kerajinan tangan, expo kuliner atau festival jajanan khas Kota Malang.

Berdasarkan data dan potensi tersebut, maka perlu dikembangkan sarana yang mewadahi para pelaku agrobisnis di Kota Malang dan juga para wisatawan yang berkunjung di Kota Malang dengan pembangunan Pasar Wisata Buah ini. Sehingga menjadi salah-satu daya tarik wisata berbasis belanja sebagai pusat kegiatan perekonomian baru yang berisi pemasaran hasil produksi buah dan olahan buah di Kota Malang.

## 1.2 Rumusan Masalah

### 1. Non Arsitektural



beberapa masalah non-arsitektural yang dihadapi dalam proses cangan Pasar Wisata Buah di Kota Malang, yaitu:

- a. Bagaimana karakteristik sebuah pasar yang dapat mewadahi kegiatan dengan fungsi wisata ?
- b. Apa saja jenis kegiatan wisata yang akan diwadahi pada bangunan Pasar Wisata Buah?
- c. Bagaimana konsep Pasar Wisata Buah sebagai wadah untuk wisatawan?

## 2. Arsitektural

- a. Bagaimana merencanakan sebuah Pasar Wisata Buah yang dapat mewadahi pelaku usaha dan wisatawan yang ada di Kota Malang?
- b. Bagaimana menentukan lokasi dan tapak yang strategis untuk Pasar Wisata Buah yang sesuai dengan rencana tata ruang dan wilayah yang berlaku di Kota Malang?
- c. Bagaimana menentukan konsep perancangan makro dan mikro pada bangunan Pasar Wisata Buah di Kota Malang?
- d. Bagaimana menentukan sistem struktur, material, utilitas, eksterior dan interior yang sesuai dan tepat pada Pasar Wisata Buah di Kota Malang?

### 1.3 Tujuan Perancangan

#### 1. Tujuan Perancangan

Tujuan dari penyusunan Acuan Perancangan Arsitektur ini sebagai dasar panduan dan pedoman dalam perencanaan dan perancangan Pasar Wisata Buah di Kota Malang.

#### 2. Sasaran Pembahasan

Adapun sasaran pembahasan ini akan diuraikan lebih lanjut pada pendekatan konsep dasar Perancangan Pasar Wisata Buah di Kota yang meliputi aspek:

##### a. Non-Arsitektural

- 1) Menganalisis karakteristik pasar yang akan diwadahi kegiatan dengan fungsi wisata.

Mengidentifikasi jenis kegiatan wisata yang akan diwadahi bangunan Pasar Wisata Buah.

Menganalisis konsep Pasar Wisata Buah sebagai wadah untuk



wisatawan.

b. Arsitektural

1) Mengadakan studi tentang tata fisik makro meliputi:

- a) Analisis lokasi dan tapak
- b) Analisis pengolahan tapak
- c) Pola tata massa
- d) Gubahan bentuk
- e) Tata ruang luar

2) Mengadakan studi tentang tata fisik mikro meliputi:

- a) Pelaku
- b) Karakteristik kegiatan
- c) Kebutuhan ruang
- d) Pengelompokkan ruang
- e) Pola organisasi ruang
- f) Besaran ruang
- g) Struktur, konstruksi dan material
- h) Tata ruang dalam
- i) Sistem pencahayaan
- j) Sistem Penghawaan
- k) Sistem akustik
- l) Sistem utilitas

#### 1.4 Manfaat Perancangan



bagai acuan dalam perencanaan desain Pasar Wisata Buah di Kota  
ung.

## 1.5 Ruang Lingkup Perancangan

1. Pembahasan yang diarahkan pada unsur arsitektural yang merupakan alternatif rancangan, perencanaan tapak, tata fisik perwadhahan, ungkapan program ruang, sistem struktur dan persyaratan ruang serta perlengkapan bangunan. Masalah diluar bidang Arsitektur yang dibahas hanya yang mendukung perencanaan dan perancangan.
2. Perencanaan Pasar Wisata Buah disesuaikan dengan kebutuhan yaitu terkait kegiatan yang berlangsung di dalamnya.
3. Kelompok pelaku agribisnis dan wisatawan merupakan sasaran utama yang menjadi lingkup pembahasan dalam perancangan Pasar Wisata Buah di Kota Malang.



## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Pengertian Judul

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2021), pasar adalah tempat sekumpulan orang melakukan transaksi jual-beli. Merupakan sebuah tempat untuk jual beli yang diadakan oleh sebuah organisasi atau perkumpulan dan sebagainya dengan maksud untuk dapat mencari derma.

Pasar merupakan sekumpulan pembeli dan penjual yang melalui interaksi aktual atau potensi mereka menentukan harga suatu produk atau serangkaian produk (Pindyck dan Rubinfeld, 2012)

Menurut Stanton (1996), pengertian pasar adalah sekumpulan orang yang memiliki keinginan untuk puas, uang yang digunakan untuk berbelanja, serta memiliki kemauan untuk membelanjakan uang tersebut. Menurut Kotler dan Amstrong (2008), pengertian pasar adalah seperangkat pembeli aktual dan juga potensial dari suatu produk atau jasa. Ukuran dari pasar itu sendiri tergantung dengan jumlah orang yang menunjukkan tentang kebutuhan, mempunyai kemampuan dalam bertransaksi. Banyak pemasar yang memandang bahwa penjual dan pembeli sebagai sebuah pasar, dimana penjual tersebut akan mengirimkan produk serta jasa yang mereka produksi dan juga guna menyampaikan atau mengkomunikasikan kepada pasar. Sebagai gantinya, mereka akan mendapatkan uang dan informasi dari pasar tersebut.

Sedangkan pengertian wisata menurut Meyers (2009) adalah sebuah kegiatan yang berupa perjalanan sementara waktu yang dilakukan seseorang di luar tempat tinggalnya. Orang yang melakukan liburan ingin memenuhi rasa ingin tahunya mengenai tempat yang dituju, menghabiskan waktu liburan, atau aktivitas menghabiskan kekayaan.

Pasar wisata buah adalah sebuah tempat yang menyediakan berbagai macam buah-buahan segar dan olahan buah yang menjadi daya tarik wisata. Pasar wisata merupakan sekumpulan orang yang memiliki keinginan untuk mengikuti macam aktivitas wisata yang didukung oleh daya beli serta kemauan membelanjakan fasilitas dan layanan yang disediakan.



## 2.2 Tinjauan Umum Pasar

Menurut Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 112 Tahun 2017, pasar sebagai area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, *mall*, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2021), pasar adalah tempat orang melakukan proses berjual beli. Sedangkan Stanton (1996) berpendapat, Pasar adalah orang – orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk berbelanja dan kemauan untuk membelanjakannya. Dari definisi diatas terdapat tiga unsur penting dalam pasar seperti orang dengan segala keinginannya, daya beli, dan kemauan untuk berbelanja.

### 1. Peran dan fungsi pasar

Adapun fungsi pasar konvensional menurut Rahayu dan Athoillah (2022), yaitu:

- a. Fungsi distribusi, dalam kegiatan distribusi, pasar berfungsi mendekatkan jarak antara konsumen dan produsen dalam melaksanakan transaksi. Dalam fungsi distribusi, pasar berperan memperlancar penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen.
  - b. Pembentukan harga, pasar berfungsi sebagai pembentuk harga pasar, yaitu kesepakatan harga antara penjual dan pembeli.
  - c. Pasar merupakan sarana yang paling tepat untuk ajang promosi. Pelaksanaan promosi dapat dilakukan dengan cara memasang spanduk, membagikan brosur, dan membagikan sampel.
2. Syarat-syarat terbentuknya pasar menurut O'Sullivan (2016)
    - a. Adanya penjual dan pembeli.
    - b. Adanya barang dan jasa yang diperjualbelikan.
    - c. Adanya interaksi antara penjual dan pembeli (transaksi jual beli).
    - d. Adanya media atau tempat untuk interaksi antara penjual dan pembeli
  3. Ciri-ciri pasar menurut Case, Fair, Oster (2009).



miliki penjual dan calon pembeli.

Di pasar pastinya terdapat banyak penjual atau produsen barang dan jasa, dan di pasar juga memiliki konsumen atau pembeli barang-barang

tersebut.

b. Terdapat banyak barang dan jasa.

Segala kebutuhan bisa terpenuhi di pasar. Pasar menyediakan berbagai macam jenis, merk, ukuran serta warna dari suatu barang tersebut.

c. Terdapat tawar menawar.

Apabila barang yang Anda inginkan memiliki harga yang tidak sesuai, maka Anda bisa menawarnya secara baik-baik. Pastikan dalam tawar-menawar penjual dan pembeli memiliki kesepakatan yang baik dan tidak memberatkan salah satu.

#### 4. Jenis-jenis Pasar

Adapun jenis-jenis pasar menurut Rosyda (2021) sebagai berikut:

a. Pasar menurut bentuk kegiatan

1) Pasar nyata

Pasar nyata merupakan pasar yang menyediakan berbagai macam barang yang bisa diperjual belikan. Contoh dari pasar nyata adalah pasar swalayan dan pasar tradisional.

2) Pasar abstrak

Pasar abstrak merupakan pasar yang kecil kemungkinan dalam hal tawar menawar. Dalam pasar abstrak penjual dan pembeli tidak bertemu langsung, melainkan melalui aplikasi atau surat dagangan. Pasar abstrak meliputi pasar *online*, pasar modal, pasar valuta asing dan pasar saham.

Pasar wisata buah menurut bentuk kegiatan termasuk kedalam pasar nyata yang menyediakan berbagai macam buah yang bisa diperjual belikan.

b. Pasar menurut transaksi

1) Pasar tradisional

Pasar tradisional merupakan pasar yang sifatnya tradisional. Jadi dalam pasar ini penjual dan pembeli bisa bertemu langsung. Barang yang terdapat pada pasar tradisional beragam, akan tetapi barang yang sering diperjual belikan adalah bahan pokok kebutuhan sehari-hari. Berikut ciri-ciri pasar tradisional:

- a) Dikelola oleh pemerintah setempat atau daerah
- b) Adanya sistem tawar menawar



- c) Barang-barang yang dijual beragam, serta dengan tempat yang sama
- d) Sebagian besar barang-barang serta jasa yang dijual merupakan hasil lokal

## 2) Pasar modern

Pasar modern merupakan pasar yang sifatnya modern. Dalam pasar modern terdapat berbagai macam barang diperjualbelikan dengan harga yang sudah pas dan dengan layanan sendiri. Pasar modern memiliki tempat sendiri untuk berlangsungnya jual beli. Tempat pasar modern, seperti plaza, mal dan tempat-tempat lainnya. Pasar modern tidak banyak bedanya dari pasar tradisional. Tetapi pasar jenis modern ini penjual dan pembeli tidak perlu bertransaksi secara langsung, melainkan pembeli hanya melihat label harga yang tercantum dalam barang atau *barcode*. Selain itu pasar modern berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan secara mandiri, swalayan atau dilayani oleh pramuniaga. Barang-barang yang dijual juga beragam, seperti barang elektronik dan masih banyak lagi. Selain itu pasar modern juga menjual bahan makanan seperti; buah, sayuran, daging. Sebagian besar barang yang dijual adalah barang yang dapat bertahan lama. Contoh dari pasar modern, seperti pasar swalayan, *hypermarket*, supermarket dan juga minimarket.

Pasar wisata buah menurut jenis transaksi termasuk kedalam pasar modern yang terdapat berbagai macam buah-buahan dan olahan dengan harga yang sudah pas dan dengan layanan sendiri.

### c. Pasar menurut jenis barang

#### 1) Pasar barang konsumsi

Pasar barang konsumsi merupakan sebuah pasar yang menjual ataupun membeli berbagai macam jenis barang yang bisa dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Biasanya pasar barang konsumsi menjual berbagai macam kebutuhan pokok, seperti sayuran, daging, buah-buahan. Lalu ada pasar yang khusus menjual satu bahan pokok saja, seperti pasar ikan, pasar sapi, dan masih banyak lagi.

#### Pasar sumber daya produksi

Pasar sumber daya produksi merupakan pasar yang menjual atau



membeli mengenai produksi. Pasar sumber daya produksi menjual, seperti tenaga kerja, mesin-mesin, alat-alat berat dan masih banyak lagi.

Pasar wisata buah menurut jenis barang termasuk kedalam pasar barang konsumsi yang menjual ataupun membeli berbagai macam jenis barang yang bisa dikonsumsi yaitu buah – buahan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari.

d. Pasar menurut waktu

1) Pasar harian

Pasar harian merupakan sebuah pasar yang menjual kebutuhan pokok. Pasar harian mempertemukan penjual dan pembeli setiap hari, artinya pasar harian buka setiap hari.

2) Pasar mingguan

Pasar mingguan merupakan sebuah pasar yang biasanya hanya buka dalam seminggu satu kali. Pasar mingguan biasanya terdapat di pedesaan. Serta pasar mingguan juga menjual berbagai macam hewan ternak yang memang hanya dibuka pada hari-hari tertentu saja.

3) Pasar bulanan

Pasar bulanan merupakan pasar yang bukanya sebulan sekali. Pasar bulanan terdapat di daerah-daerah tertentu. Pasar bulanan terdapat pembeli yang membeli barang-barang tertentu dan dapat dijual kembali.

4) Pasar temporer

Pasar temporer merupakan pasar yang diselenggarakan pada waktu tertentu serta tidak dapat diprediksi atau hanya tertentu saja. Pasar temporer buka apabila hanya ada perayaan tertentu saja. Contoh dari pasar temporer adalah bazar.

Pasar wisata buah menurut waktu termasuk kedalam pasar harian yang menjual buah-buahan setiap hari.

e. Pasar menurut keleluasaan distribusi

1) Pasar daerah

Pasar daerah merupakan sebuah pasar yang dapat membeli serta menjual produk dalam satu daerah, yang dimana produk tersebut dihasilkan. Pasar daerah bisa juga dikatakan sebagai pasar daerah yang



melayani permintaan dan penawaran hanya dalam satu daerah itu saja.

2) Pasar lokal

Pasar lokal merupakan sebuah pasar yang dapat melakukan transaksi jual beli produk dalam satu kota, yang dimana tempat produk tersebut dihasilkan. Pasar lokal bisa juga diartikan sebagai pasar lokal yang melayani permintaan dan penawaran hanya dalam satu kota itu saja.

3) Pasar nasional

Pasar nasional merupakan sebuah pasar yang dapat membeli dan menjual suatu produk di dalam satu negara dan juga tempat produk tersebut dihasilkan. Pasar nasional bisa juga diartikan sebagai pasar nasional yang melayani permintaan serta penjualan dari dalam Negeri.

4) Pasar internasional

Pasar internasional yaitu pasar yang meliputi beberapa Negara atau semua Negara di Dunia (Effendi, 215).

Pasar wisata buah menurut keleluasan distribusi merupakan pasar lokal yang dapat melakukan transaksi jual beli produk dalam satu kota tempat produk tersebut dihasilkan. Pasar lokal bisa juga diartikan sebagai pasar lokal yang melayani permintaan dan penawaran hanya dalam satu kota itu saja.

f. Pasar menurut jenis dagangan

1) Pasar umum

Pasar umum merupakan suatu pasar yang dapat menjual dan membeli barang-barang yang beraneka ragam. Berikut golongan jenis-jenis barang dagangan yang diperjualbelikan pada pasar umum adalah :

- a) Golongan A, seperti batu mulia, logam mulia, permata dan tekstil.
- b) Golongan B, seperti batik, konveksi, pakaian tradisional, kerajinan, barang kelontong, barang pecah belah, plastik, obat-obatan, bahan-bahan kimia, bumbu-bumbu, bahan-bahan bangunan, daging dan ikan.
- c) Golongan C, seperti beras, tepung terigu, ketan, jagung, gula pasir, teh, kopi, buah-buahan, minyak goreng, jahe, warung makan dan jajan-jajanan di pasar.
- d) Golongan D, seperti kembang, anyam-anyaman, gerabah, barang barang bekas sepatu, sandal, dan pakaian, barang-barang bekas alat-



alat elektronik dan barang-barang bekas bahan bangunan.

## 2) Pasar khusus

Pasar khusus adalah suatu pasar yang bisa melakukan jual beli satu jenis barang dagangan saja. Contoh dari pasar khusus, seperti pasar hewan, pasar rombongan, pasar bunga, pasar sepeda dan lainnya. Berikut penggolongan jenis barang dagangan pada pasar khusus:

- a) Pasar khusus golongan A: Jual beli kendaraan bermotor, ternak, sepeda.
- b) Pasar khusus golongan B: Menjual tanaman atau bunga hias, bahan bangunan, hasil bumi dan furniture.

## 3) Pasar tempel

Pasar tempel merupakan jenis pasar umum yang secara formal tidak dikelola atau diakui oleh pemerintah daerah. Tetapi secara fungsional pasar tempel berperan sebagai pasar dengan wilayah pelayanan tertentu.

Pasar wisata buah menurut jenis dagangan merupakan jenis pasar umum golongan C yang menjual berbagai macam buah – buahan.

## 2.3 Tinjauan Umum Wisata

Pariwisata berhubungan erat dengan perjalanan wisata, yaitu sebagai suatu perubahan tempat tinggal sementara seseorang di luar tempat tinggalnya karena suatu alasan dan bukan untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan upah. Perjalanan wisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih dengan tujuan untuk mendapatkan kenikmatan dan memenuhi hasrat ingin mengetahui sesuatu. Dapat juga karena kepentingan yang berhubungan dengan kegiatan olah raga untuk kesehatan, konvensi, keagamaan, dan keperluan usaha lainnya, (Suwantoro, 2004).

Pariwisata menurut UU nomor 10 tahun 2009 adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung berbagai fasilitas dan layanan yang diberikan masyarakat, pemerintah, dan pemerintah daerah. Berpatokan pada pernyataan-pernyataan di atas maka dapat disimpulkan bahwa pasar wisata adalah orang-orang yang memiliki keinginan untuk mengikuti berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh daya beli serta kemauan untuk membelanjakan fasilitas dan layanan yang disediakan (Putri, 2021)



Sedangkan menurut Timothy (2011) wisata belanja telah menjadi salah satu kegiatan rekreasi yang berpengaruh pada faktor sosial, budaya, ekonomi, psikologi dan lingkungan. *Shopping tourism* atau wisata belanja telah berubah dan memiliki dampak besar pada perencanaan korporasi dan ritel. Wisata belanja memanfaatkan kawasan komersial perdagangan retail sebagai tempat rekreasi untuk tujuan berkunjung dan beraktivitas berbelanja untuk kebutuhan berwisata. (Nisa dan Haryanto, 2014). Bentuk-bentuk *shopping tourism* ada dua yaitu belanja sebagai bentuk pariwisata dan belanja sebagai aktivitas liburan. Wisata belanja adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang dalam melakukan perjalanan wisata.

Menurut Timothy (2011) wisata belanja telah menjadi salah satu kegiatan rekreasi yang berpengaruh pada faktor sosial, budaya, ekonomi, psikologi dan lingkungan. Bentuk-bentuk *shopping tourism* ada dua yaitu belanja sebagai bentuk pariwisata dan belanja sebagai aktivitas liburan. Menurut Kinley ada tiga unsur perencanaan strategi *shopping tourism*, yaitu :

- a) *Physical planning strategy* yaitu suatu perencanaan bentuk penggunaan lahan suatu objek wisata belanja yang mencoba untuk mencapai koordinasi objek wisata yang lebih seimbang dan rasional maka akan berpengaruh pada pengaturan penggunaan ruang dan kondisi objek wisata tersebut.
- b) *Merchandising* yaitu keputusan pemilihan barang dilihat dari produk, merek dan kualitas. Pemilihan produk untuk dijual akan tergantung pada banyak faktor, seperti : permintaan pasar, tujuan keuntungan dan perencanaan barang dagangan. Merek dapat mempengaruhi perilaku konsumen dan pembelian konsumen dan kualitas produk dapat menggambarkan kualitas toko tersebut. Seperti kualitas, eksklusifitas adalah pengaruh yang umum dalam pengambilan keputusan berkunjung.
- c) *Shopping destination strategy* merupakan sebuah konsep dalam industry *shopping tourism* yang berkaitan dengan toko-toko, mall dan pusat perdagangan. Tujuan belanja berbeda dari biasa, yaitu dengan melakukan anjaan santai atau pelanggan akan merencanakan perjalanan ke pusat t belanja dalam rangka untuk menghabiskan beberapa jam disana sebagai n, bukan hanya tindakan dalam pembelian barang.



Menurut Timothy (2011) strategi *shopping destination strategy* terdiri dari beberapa elemen, yaitu :

- a) *Location* adalah keputusan distribusi menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para pelanggan potensial dan digunakan dalam memasok jasa kepada pelanggan yang dituju.
- b) *Shopping venue design* adalah suatu strategi objek wisata belanja melalui atribut fisik tempat objek wisata belanja untuk menciptakan keputusan pengunjung untuk melakukan kunjungan dengan memperhatikan desain interior dan eksterior bangunan.
- c) *Display Layout* yaitu pengaturan tata letak berbagai fasilitas keindahan di luar maupun di dalam bangunan. Seperti desain interior cara memamerkan barang dapat menciptakan keunggulan kompetitif dan merangsang minat penjualan dalam produk yang dijual. (Mardiyana, Wibowo dan Andari, 2012)

Adapun wisata kuliner adalah suatu perjalanan yang di dalamnya meliputi kegiatan mengonsumsi makanan dan minuman lokal dari suatu daerah; dan atau mengunjungi suatu kegiatan kuliner seperti mengunjungi pusat industri makanan dan minuman, serta untuk mendapatkan pengalaman yang berbeda ketika mengonsumsi makanan dan minuman. Wisata kuliner merupakan wadah untuk membantu perkembangan ekonomi masyarakat. (Afriza, 2018)

Pasar Wisata merupakan penggabungan dari dua fungsi secara terpadu untuk memwadahi segala produk dan kreatifitas pengrajin, yang didalamnya terdapat proses jual beli dan promosi mengenai produk kerajinan serta sebagai sarana aktivitas rekreasi alternatif bagi para pengunjung. Pasar sebagai tempat untuk berjual beli merupakan tempat komersial yang pembentukannya haruslah menguntungkan. Dengan kemudahan sirkulasi dan tata letak yang strategis dari kios-kios merupakan faktor yang sangat penting dari sebuah pasar. Sedangkan tempat untuk berekreasi faktor yang menjadi dasarnya adalah suasana yang nyaman atau kenyamanan. Kedua aktivitas yang diwadahi Pasar Wisata ini harus saling melengkapi dan menguntungkan, dengan arti bahwa fungsi pasar di sini

ntungkan dengan adanya aktivitas rekreasi. Begitu pula fungsi rekreasi n dirugikan dengan adanya aktivitas jual beli (Budi, 2004).



Pasar wisata adalah orang-orang yang melakukan perjalanan, dilakukan berkali-kali atau berputar-putar demi suatu tempat ke tempat lain untuk kepuasan (Dharmawijaya, 2018).

## 2.4 Studi Banding

Untuk membandingkan kondisi obyek studi di tempat lain dengan kondisi yang ada di tempat perencanaan. Hasilnya berupa pengumpulan data dan informasi sebagai bahan acuan dalam perumusan konsep yang diinginkan. Sehingga diharapkan dapat meningkatkan mutu perencanaan.

### 1. Talaad Thai *Market*

#### a. Sejarah

Talaad Thai *Market* ini didirikan oleh Thai Agro *Products Company Limited* pada tahun 1997 untuk menunjukkan kepeduliannya yang besar terhadap pentingnya sektor pertanian. Ide ini untuk membentengi sektor pertanian dengan mendorong mekanisme pasar secara maksimal dengan sistem perdagangan bebas produk pertanian (pasar sentral).



Gambar 1 Talaad Thai *Market*, Thailand

(Sumber: <https://www.bangkokpost.com/business/1816434/pathum-thani-sets-target-to-be-asean-wide-food-hub> diakses pada 13 Februari 2023)

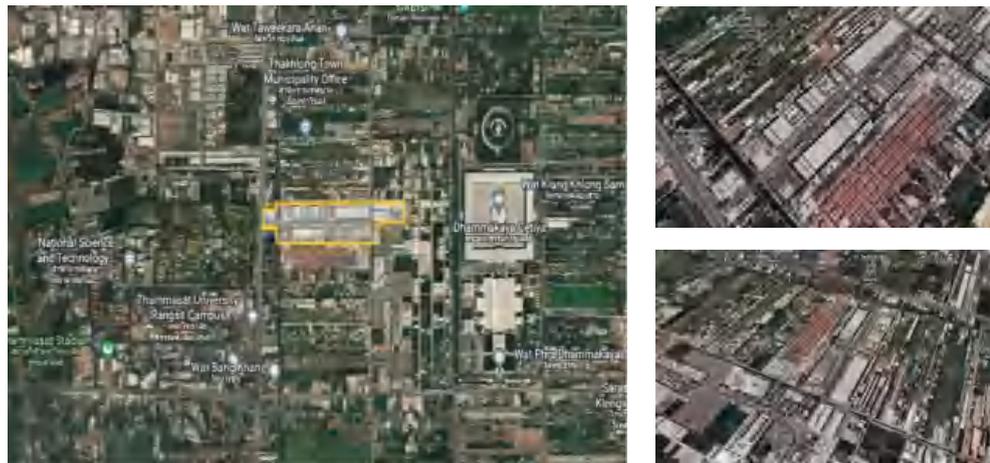


Talaad Thai didirikan sebagai pusat terpadu terbesar dan paling modern untuk barang-barang pertanian. Pasar ini berfungsi sebagai saluran pengumpulan dan distribusi untuk produk pertanian lokal dan internasional. Lebih dari 15.000 ton produk setiap hari dengan nilai perdagangan

harian 400-600 juta Baht.( <https://talaadthai.com>), diakses pada 11 Februari 2023

b. Lokasi

Talaad Thai terletak di Jalan Phaholyothin (KM. 42), distrik Khlong Luang, provinsi Pathum Thani, dan tidak jauh dari Universitas Thammasart (kampus Rangsit).



Gambar 2 Lokasi Talaad Thai *Market* yang berada di Pathum Thani, Thailand (Sumber: <https://earth.google.com/web/> diakses pada 11 Februari 2023)

c. Penataan Massa

Perletakan massa bangunan majemuk pada tapak Talaad Thai *Market* berdasarkan zona dan tuntutan lain yang menunjang serta alur sirkulasi yang saling terkait. Konfigurasi massa dengan bentuk linier, terdiri atas bangunan-bangunan yang diatur berangkaian pada sebuah baris. Bentuk garis lurus atau linier dapat diperoleh dari perubahan secara proposional dalam dimensi suatu bentuk atau melalui pengaturan sederet bentuk-bentuk sepanjang garis. Adapun zona *Vegetable* dan *Fruit* terdapat 8 bagian, yakni pasar buah musiman, pasar buah campuran, pasar jeruk, pasar semangka, pasar buah internasional, pasar kontainer, pasar sayuran, lahan sayuran, pasar retail sayuran. Fasilitas tambahan dari Talaad Thai *Market* ini terdapat laboratorium inspeksi kontaminan sayuran, cold storage dengan kapasitas 10 ton, sistem pengolahan air limbah dan 186 kamera CCTV. (<https://talaadthai.com>), diakses pada 11 Februari 2023





Gambar 3 Site Plan Talaad Thai Market

(Sumber: <https://talaadthai.com/en/about/contact>, diakses pada 11 Februari 2023)

#### d. Struktur Bangunan

Struktur bangunan Talaad Thai Market ini adalah bentang lebar dengan menggunakan kolom balok baja WF sebagai pemberi keseimbangan pada konstruksi. Struktur atap menggunakan struktur rangka baja yang sistem konstruksi rangka atap dengan menggunakan sistem sambungan antar batang. Batang-batang tersebut disambungkan menggunakan bola baja atau *ball joint*. Sistem sambungan *space frame* akan membentuk segitiga dengan *joint-joint* bola baja. (<https://talaadthai.com>), diakses pada 11 Februari 2023



Gambar 4 Bagian dalam Talaad Thai Market

(Sumber: <https://www.youtube.com/>, diakses pada 11 Februari 2023)



## 2. Pasar Induk Puspa Agro

### a. Sejarah

Puspa Agro merupakan pusat perdagangan agrobisnis terbesar kedua se Asia Tenggara, setelah Thailand. berlokasi di desa Jemundo Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Pembangunan dan pengelolaan Puspa Agro adalah untuk mendorong peningkatan perdagangan produk-produk pertanian, dan juga dalam rangka mewujudkan penguatan pasar dalam negeri terhadap kebutuhan di bidang pertanian, serta meningkatkan kesejahteraan petani. Pasar Induk Agrobis (Pasar Puspa Agro) akan menjadi pusat produk unggulan Jawa Timur yang berkualitas dan tempat transaksi produk hortikultura yang efisien.. Tahun 2013 telah didirikan PT. PUSPA AGRO yang merupakan badan hukum tersendiri untuk mengelola Pasar Induk Modern Puspa Agro yang merupakan anak perusahaan dari PT. Jatim Grha Utama.



Gambar 5 Pasar Puspa Induk, Sidoarjo

(Sumber: <https://id.foursquare.com/v/pasar-induk-modern-puspa-agro/4c41090fce54e21ed5890a1a/photos>, diakses pada 20 April 2023)

### b. Lokasi

Puspa Agro berada di kawasan terpadu seluas 50 ha di Desa Jemundo, Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo. Pasar Induk Puspa Agro ini berada di Jl. Raya Sawunggaling No.175, Sambikerep, Jemundo, Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur 61257.





Gambar 6 Lokasi Pasar Induk Puspa Agro, Sidoarjo  
(Sumber: <https://earth.google.com/web/>, diakses pada 20 April 2023)

c. Sirkulasi Tapak

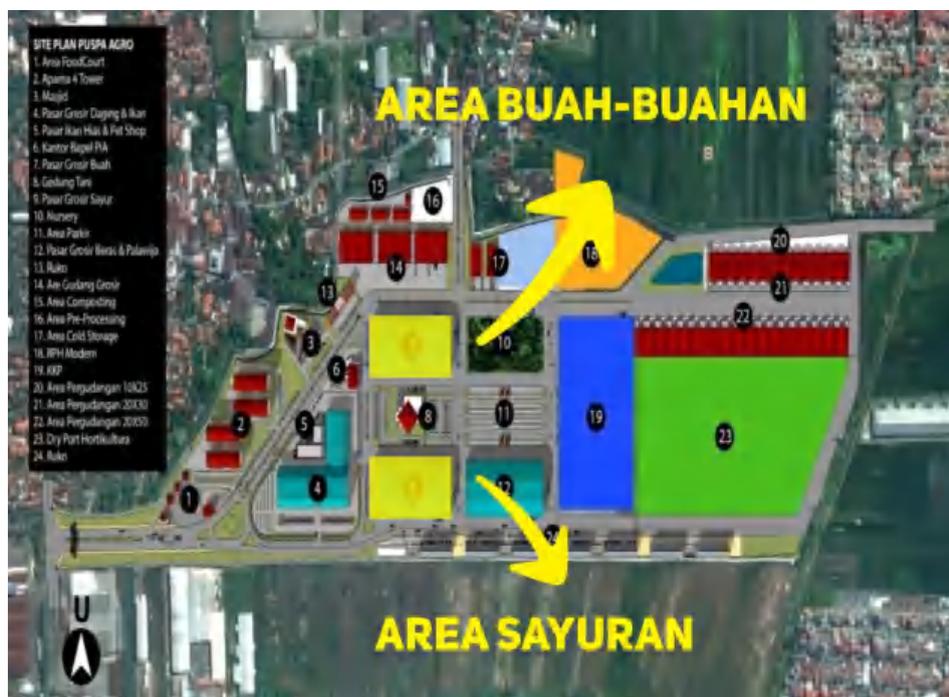
Akses keluar masuk pada tapak hanya pada akses utama yang terletak pada bagian barat *site* tepatnya di Jl. Raya Sawunggaling. *Entrance* tapak ini ditandai dengan adanya tiang melintang berwarna warni yang menunjukkan bahwa lokasi tersebut merupakan keluar masuk kendaraan. Setelah melewati tapak terdapat akses jalan putar dengan ditandai adanya monumen. Selain itu, untuk akses sirkulasi terdapat jalan dengan pekerasan *paving block* berukuran 12-14 m sehingga dapat dilewati dua kendaraan dari arah berlawanan.



Gambar 7 Sirkulasi Tapak Pasar Induk Puspa Agro, Sidoarjo  
(Sumber: Kurniawan, (2021) ,diakses pada 20 April 2023)  
Tata Massa



Terdapat 24 area pada Pasar Induk Puspa Agro yang memiliki fungsi masing-masing. Area 1 dan 3 merupakan area *foodcourt* dan masjid, kemudian Pasar Induk Puspa Agro mengkonsentrasikan buah-buahan dan sayuran di area 7 dan 9 dan gedung tani berada di area 8. Area 23 merupakan *Dry Port* Hortikultura. Pada area 20-21 merupakan area pergudangan. *Cold storage* berada pada area 17. Adapun los bangunan untuk perdagangan buah dan palawija dengan luas 60x60 meter yang terdiri dari 192 lapak dengan luas 4x6 meter. ( Disperindag Jatim, 2023).



Gambar 8 *Site Plan* Pasar Induk Puspa Agro  
(Sumber: Kurniawan, Darmansjah, Praptiningrum (2021), diakses pada 20 April 2023)

Penataan *zoning* dalam pasar induk dibagi menjadi 3 bagian yaitu :

- 1) Zona publik meliputi pusat perbelanjaan (pasar), gedung serbaguna, gedung BKIPM, *foodcourt*, ruko, area taman, dan area parkir.
- 2) Zona semi publik meliputi area masjid, perkebunan, rumah susun, dan balai penelitian
- 3) Zona servis meliputi pergudangan, area bongkar muat barang, rumah genset, toilet, tempat pembuangan sampah



e. Aksesibilitas

Bangunan Pasar Induk Puspa Agro didesain dengan aksesibilitas yang baik untuk memudahkan akses bagi pengunjung dan pedagang. Misalnya, terdapat area parkir yang luas, area jalan yang cukup lebar untuk truk pengangkut barang, dan juga fasilitas untuk penyandang disabilitas.

f. Lansekap

*Soft material* pada sekitar area tapak berupa tanaman yang berfungsi sebagai estetika dan suatu penanda terdapat bangunan di area tersebut. *Hard material* pada penerangan yang masing masing berjarak 12 meter, selain itu jalan pada *site* cenderung menggunakan *paving block* dengan pola yang menyerupai ketupat berwarna merah berada di tengah pola.



Gambar 9 *Soft Material* dan *Hard Material* Pasar Induk Puspa Agro  
(Sumber: Kurniawan, Darmansjah, Praptiningrum (2021), diakses pada 20 April 2023)



### 3. Pasar Wisata Titi Kuning Medan

#### a) Sejarah

Pasar Titi Kuning ini dibangun dengan mengusung konsep pasar wisata yang menyediakan bermacam kebutuhan untuk para wisatawan yang berkunjung di Kota Medan. Pasae Titi Kuning ini memudahkan para wisatawan yang ingin berbelanja seperti oleh-oleh, kuliner, maupun hiburan (*entertainment*). Pasar Titi Kuning ini berada di Jalan Brigjend Zein Hamid Kota Medan.



Gambar 10 Pasar Wisata Titi Kuning  
(Sumber: <https://idrumah.com>, diakses pada 2 Agustus 2023)

#### b) Lokasi

Pasar Titi Kuning ini berada di Jl. Brigadir Jendral. Zein Hamid, Titi Kuning, Kecamatan Medan Johor, Kota Medan, Sumatera Utara 20219.



Gambar 11 Lokasi Pasar Wisata Titi Kuning, Medan  
(Sumber: <https://earth.google.com/web/>, diakses pada 2 Agustus 2023)



c) Perzoningan/Tata Massa

Pasar wisata Titi Kuning berdiri di atas lahan seluas 4700 m<sup>2</sup> dan dibangun lima lantai. Ada tiga zona usaha yang terbagi dalam beberapa blok.

- 1) Lantai Dasar (*basement*), yakni lokasi parkir kendaraan yang dapat menampung hingga 150 mobil dan 200 motor (di luar kapasitas parkir di pelataran depan).
- 2) Lantai 1 (pasar tradisional), yakni pasar yang terdiri dari area basah maupun kering sebanyak 389 kios
- 3) Lantai 2 (pasar wisata), yakni lantai yang terdiri dari 183 unit kios di blok A (32 unit kios), B (70 unit kios), C (70 unit kios), dan D (11 unit kios). Ukuran kios juga beragam, yaitu 2m x 2,5 meter dan 5m x 3,4 m.



Gambar 12 Unit kios Pasar Wisata Titi Kuning  
(Sumber: <https://mollyta.com> diakses pada 20 April 2023)

- 4) Lantai 3 (pasar wisata), yakni lantai yang terdiri dari 233 unit kios di blok A (50 unit kios), B (54 unit kios), C (56 unit kios), dan D (73 unit kios). Di lantai ini terdapat ruang terbuka untuk tempat pertunjukan dan tenant.
- 5) Lantai teratas (*rooftop*), yakni lantai yang difungsikan sebagai *food*



*market* bernama *Cabana Food Market*. *Food court* memiliki total luas area sebesar 3000 m<sup>2</sup> dan mampu menampung ratusan stand yang menyediakan kuliner terpilih. Sebanyak 88 unit kios berukuran 2 x 2,5 m yang menghadap ke luar dan 17 unit island yang menghadap ke bagian tengah dengan ukuran berbeda.

d) Material

Bangunan Pasar Titi Kuning ini menggunakan material baja dan beton. Material tersebut dipilih agar bangunan dapat bertahan lama dan dapat mengakomodasi beratnya beban yang ditampung oleh pasar induk.



Gambar 13 Konstruksi Pasar Wisata Titi Kuning  
(Sumber: <https://mollyta.com> diakses pada 20 April 2023)



## 4. Aspek Komparasi

Tabel 1 Tabel Perbandingan

Perbandingan	Talaad Thai <i>Market</i>	Pasar Induk Puspa Agro	Pasar Titi Kuning
Lokasi	Pathum Thani, Thailand	Sidoarjo, Jawa Timur	Kota Medan, Sumatera Utara
Luas	475.112,34 m <sup>2</sup>	11.125,46 m <sup>2</sup>	4.700 m <sup>2</sup>
Fungsi	Pasar Buah	Pasar Buah	Pasar Wisata
Pola Tata Massa	Perletakan massa bangunan majemuk pada <i>site</i> berdasarkan zona dan alur sirkulasi yang saling terkait. Perletakan massa bangunan majemuk ini menggunakan konfigurasi massa dengan bentuk linier, terdiri atas bangunan-bangunan yang diatur berangkaian pada sebuah baris.	Dibagi menjadi beberapa zona, antara lain zona penjualan buah segar, sayuran segar, dan produk olahan buah dan sayur. Setiap zona memiliki area yang khusus untuk pedagang dan pembeli.	Bermassa tunggal yang berdiri di atas lahan seluas 4700 m <sup>2</sup> dan dibangun lima lantai dengan tiga zona usaha yang terbagi dalam beberapa blok.
Kondisi Tapak	Secara umum, tapak cukup baik dan teratur. Terdapat jalan-jalan yang luas di antara bangunan-bangunan pasar, sehingga memudahkan pengunjung untuk berjalan-jalan dan berbelanja di pasar.	Di kawasan industri dan perdagangan, tapak umumnya berupa jalan aspal yang lebar dan dilengkapi dengan fasilitas seperti jalan khusus untuk truk angkutan barang.	Kawasan yang ramai dan dekat dengan kawasan padat pemukiman.
	Mengadopsi arsitektur tradisional Thailand yang khas, seperti atap yang melengkung, ornamen ukiran kayu, dan tiang-tiang kayu yang menonjol.	Bentuk yang modern dan simpel dengan atap yang melengkung, meniru bentuk buah-buahan.	Konsep pasar modern dengan desain bangunan yang kontemporer.



Fasilitas	Laboratorium inspeksi kontaminan sayuran, <i>cold storage</i> dengan kapasitas 1000 ton, sistem pengolahan air limbah, sistem keamanan 24 jam, penjaga keamanan 24 jam, pusat pelaporan insiden dan 186 kamera CCTV.	Area <i>loading</i> dan <i>unloading</i> , area pendingin, dan toilet umum. Hal ini memudahkan pedagang dan pembeli dalam melakukan transaksi dan mengatur barang dagangan.	2 unit lift menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung. Selain itu gedung ini mempunyai areal parkir <i>basement</i> yang luas dan mampu menampung sekitar 300 mobil.
Kelebihan	Memiliki tapak yang luas sehingga penataan massa bangunan dapat di maksimalkan dan memudahkan akses mobilitas. Fasilitas pasar yang lengkap.	Dilengkapi dengan berbagai fasilitas yang memadai, seperti area parkir yang luas, toilet umum, area istirahat, dan lain sebagainya.	Memiliki area parkir basement yang luas, aksesibilitas menuju pasar yang sangat mudah dan memiliki ramp putar untuk para difabel.
Kekurangan	Kurangnya fasilitas modern seperti AC, toilet, atau aksesibilitas kurang memadai. Beberapa ruangan yang semi terbuka sehingga penghawaan yang digunakan adalah penghawaan alami. Yang memungkinkan kualitas buah-buahan menjadi terganggu.	Kemacetan lalu lintas akibat posisinya yang strategis, hal ini dapat menyulitkan para pedagang dan pengunjung dalam mengakses pasar. Kurangnya fasilitas pendukung seperti lahan parkir yang kurang memadai, serta fasilitas untuk memfasilitasi angkutan barang dan pengiriman.	Desain fasad bangunan yang dikelilingi material tanpa adanya ventilasi untuk sirkulasi udara dan penghawaan alami, sehingga dari segi kenyamanan dan efektifitas bangunan sangat kurang.

Sumber : Analisis Penulis, 2023



Jadi dapat disimpulkan dari studi banding pada beberapa bangunan, bahwa penerapan pada bangunan yang akan direncanakan sebagai berikut:

- 1) Aksebilitas menuju tapak harus diperhatikan dengan kriteria terjangkau dari pusat kota, serta akses jalan menuju lokasi mudah.
- 2) Pengaturan tata massa bangunan harus di sesuaikan dengan pola aktivitas pengguna bangunan yang bersifat fleksibel.
- 3) Tata letak zona bangunan harus disesuaikan dengan fungsi dan bentuk massa bangunan.
- 4) Struktur dan konstruksi bangunan yang sesuai dengan kebutuhan bangunan.
- 5) Orientasi yang tepat dalam bangunan agar memanfaatkan pencahayaan alami dan kenyamanan termal.
- 6) Elemen bangunan disesuaikan dengan konsep dan fungsi bangunan sehingga menjadi menarik.
- 7) Memiliki lahan parkir yang mencukupi
- 8) Dilengkapi dengan fasilitas yang mendukung seluruh kegiatan di dalam bangunan.

Hasil kesimpulan dari studi banding yang telah di analisis dari kelebihan dan kekurangan pada bangunan sebelumnya diterapkan pada bangunan yang akan dijadikan referensi dalam perancangan Pasar Wisata Buah.

