

Gaya hidup manusia dan arsitektur pasar di DKI Jakarta. Studi kasus: Pasar Kramat Jati dan Carrefour MT Haryono = Human-lifestyle and market architecture at DKI Jakarta. Case studies: Pasar Kramat Jati dan Carrefour MT Haryono

Lintang Kusumadelia, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=125654&lokasi=lokal>

Abstrak

Pasar adalah sebuah tempat manusia untuk mendapatkan barang-barang kebutuhan sehari-hari. Kata pasar tidak akan terlepas dari kegiatan belanja. Manusia akan melakukan kegiatan belanja ketika datang ke pasar. Berbelanja adalah sebuah kegiatan konsumtif yang bertujuan untuk mendapatkan barang-barang kebutuhan sehari-hari. Tidak hanya manusia yang berbelanja saja yang ada di dalam pasar. Dahulu, kegiatan belanja yang terjadi di dalam pasar melibatkan pihak pembeli dengan pihak penjual secara langsung. Selain itu, pada transaksinya juga terdapat proses tawar menawar. Dan, barang-barang yang dijual cenderung tidak tahan lama. Hal itulah yang membuat kegiatan belanja di dalam pasar cukup memakan waktu lama dan manusia harus lebih sering berbelanja. Sedangkan, manusia saat ini dapat dibilang tidak mempunyai banyak waktu untuk kegiatan tersebut.

Sesuai tuntutan zaman yang dilakukan oleh manusia-manusia modern, kegiatan berbelanja yang terjadi dalam sebuah pasar pun ikut berkembang. Kegiatan berbelanja kemudian berubah. Berbelanja saat ini dapat dilakukan secara cepat tanpa proses tawar menawar dengan pelayanan sendiri. Barang-barang yang ditawarkan juga berupa kemasan sehingga dapat disimpan dalam jangka waktu yang cukup lama.

Pola perilaku manusia yang terus berkembang menuntut segala kegiatan yang lebih cepat dan praktis. Hal ini yang mempengaruhi sikap dan tingkah laku manusia di setiap kegiatannya. Akibatnya, banyak penyesuaian yang dilakukan dan akan terus mengalami perubahan, dari tata cara manusia berbelanja yang diterapkan di pasar hingga ruang-ruang kegiatan di dalam pasar.

Penulis ingin membahas lebih jauh lagi, seberapa besar pengaruh perubahan gaya hidup manusia terhadap arsitektur pasar, baik fisik maupun nonfisik, yang terwujud akibat kegiatan-kegiatan manusia yang terjadi di dalamnya.

.....The market is a place for human to get their needs. The word market will not separated to shop activity. People usually do this activity when they come in to the market-place. Shopping is a consumptive activity with purpose to get the daily needs. Formerly, shopping in the market directly involve a buyer and a seller. There is also a negotiation between them in their transaction. And, the commodities are not be able to keep in storage for a long time. As a consequence, shopping in the market always take a long time and people have to spent a lot of time to get their needs. Even though, people at this period could be said that they don't have much time for shopping.

According to the time demand with modern people, shopping activity is also change. Now, shopping can be done in few moments without the negotiation process. The sellers are offered their commodities wrapped up so it's possible to keep their commodities for a long time and the buyers also can keep their needs for the long period of time.

Human behaviors will always growing to follow the time and it is require everything faster and practical. It will influence the human acting in their activities. And, the results of it, many things inside the market, as a

human place, are changed, from the shopping system until the space-activities in the marketplace.

I want to study this case further, so we will know how far the humanlifestyle influence market architecture, either physical or non-physical, that realized from human activities in the market.