

ABSTRAK

Di Indonesia, keberadaan pasar tradisional bukan semata urusan ekonomi tetapi lebih jauh kepada norma, ranah budaya, sekaligus peradaban yang berlangsung sejak lama di berbagai wilayah di Indonesia. Faktor yang menyebabkan pasar tradisional masih tetap diminati adalah karakter/budaya konsumen. Dan bagaimana mempertahankan nilai positif yang terdapat pada pasar tradisional dengan mereduksi masalah terkait dan menentukan apa yang baru pada pasar modern yang akan dibuat. Seperti diantaranya membuat pasar tidak hanya menjadi tempat dimana kegiatan ekonomi perdagangan berlangsung tetapi juga menumbuhkan budaya baru tentang wahana rekreasi keluarga dalam kaitannya dengan konteks urban.

ABSTRACT

In Indonesia, where traditional markets are not merely economic affairs but more the norm, the realm of culture, as well as the civilization that lasted a long time in various regions in Indonesia. Factors that led to the traditional markets are still in demand is a character / consumer culture. And how to maintain positive values contained in the traditional market by reducing the related problems and determine what is new in the modern market to be created. Like of which makes the market is not just a place where economic activity takes place but also a growing trade in the new culture of family recreational vehicle in relation to the urban context.