

Kajian Placemaking Yang Terjadi Pada Lingkungan Sekitar Pasar Ir. Soekarno Di Kabupaten Sukoharjo Setelah Revitalisasi

Shinta Rochsanthi¹, Rini Darmawati²

¹Jurusan Arsitektur, Universitas Islam Indonesia

¹Surel: rochsanthishinta@gmail.com

ABSTRAK: Pasar Tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi. Salah satu upaya Pemerintah Kabupaten Sukoharjo terhadap peningkatan fasilitas dan kualitas pasar tradisional adalah dengan mengadakan revitalisasi pasar. Demikian juga Pasar Ir. Soekarno di Kabupaten Sukoharjo dilakukan revitalisasi. Setelah selesai revitalisasi, banyak kios dan los yang justru dibiarkan kosong oleh pedagang, padahal pengaturan pembagian lokasi dagang telah dilakukan. Di ruang luar pasar yang sebelumnya direncanakan tidak ada kegiatan jual beli dan agar kebersihan terjaga, setelah revitalisasi justru dipenuhi oleh pedagang dan pembeli. Dengan demikian terbentuk placemaking dengan kegiatan jual beli yang menguntungkan bagi pedagang dan pembeli. Tujuan diadakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui proses placemaking setelah dilakukan revitalisasi Pasar Ir. Soekarno. Akan ditinjau juga penyebab ataupun alasan pedagang lebih memilih berjualan diluar pasar. Metode penelitian dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif dengan menggunakan data observasi, wawancara mendalam, studi dokumentasi, data visual, serta data dari jurnal-jurnal yang didapat secara online. Temuan pada penelitian ini adalah pedagang dan pembeli memilih transaksi di luar area pasar, karena lebih praktis. Bagi pembeli bisa mendekat ke area penjual, sehingga berjalan tidak terlalu jauh. Area transaksi menempati di trotoar depan pasar, serta di gang samping pasar. Hal ini menyebabkan kemacetan pada gang di samping pasar dan menggunakan trotoar yang seharusnya untuk pejalan kaki.

Kata kunci: Placemaking, Pasar, setelah Revitalisasi

PENDAHULUAN

Pasar Tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung dan biasanya terdapat proses tawar-menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar (Wikipedia). Pengertian pasar yang lebih sempit adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli dalam rangka melakukan jual beli barang dan jasa. Pasar tradisional sebagai salah satu sarana kegiatan perekonomian masyarakat memiliki nilai strategis dalam mendukung perkembangan dunia usaha dan sekaligus dalam memajukan perekonomian masyarakat serta meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Keberadaan pasar tradisional ini sangat membantu, tidak hanya bagi pemerintah daerah ataupun pusat tetapi juga para masyarakat yang menggantungkan hidupnya dalam kegiatan berdagang, karena di dalam pasar tradisional terdapat banyak pelaku yang memiliki arti penting dan berusaha untuk mensejahterakan kehidupannya baik itu pedagang, pembeli, pekerja panggul dan sebagainya.

Menurut Peraturan Daerah Kabupaten Sukoharjo Nomor 3 Tahun 2011 tentang "Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern,"

dijelaskan bahwa Pemerintah Daerah harus meningkatkan mutu dan pelayanan pasar tradisional. Hal itu ditegaskan dengan harus adanya peningkatan fasilitas penunjang pasar tradisional seperti peningkatan kebersihan, keamanan, adanya area parkir yang luas dan ruang terbuka serta peningkatan pengelolaan pasar tradisional yang ditandai dengan adanya penataan para pedagang dan penambahan petugas pasar tradisional untuk menunjang pelayanan pasar tradisional.

Salah satu upaya Pemerintah Kabupaten Sukoharjo terhadap peningkatan fasilitas dan kualitas pasar tradisional adalah dengan mengadakan revitalisasi pasar. Adapun proyek revitalisasi pasar di Kabupaten Sukoharjo yang paling banyak menarik perhatian adalah revitalisasi Pasar Ir. Soekarno (dahulu Pasar Kota Sukoharjo). Revitalisasi ini dilakukan dengan merubuhkan seluruh bangunan pasar lama yang kemudian dibangun kembali.

Banyak kendala yang dialami ketika proses revitalisasi Pasar Ir. Soekarno ini. Akan tetapi, kendala yang paling sulit diatasi justru bukan pada saat proses revitalisasi, melainkan setelah selesainya revitalisasi tersebut. Setelah selesai revitalisasi, banyak kios dan los yang justru dibiarkan kosong oleh pedagang, padahal pengaturan pembagian lokasi dagang telah dilakukan.

Sebagian pedagang pasar Ir. Soekarno yang tidak membuka kiosnya justru lebih memilih berjualan di luar area pasar, seperti di trotoar di depan pasar, serta di gang samping pasar, yang mengakibatkan kemacetan dan kepadatan sirkulasi, jalan di sekitar pasar menjadi kotor dan kumuh, serta menjadikan keadaan di dalam pasar justru sepi. Hal ini juga dipicu oleh perilaku masyarakat yang cenderung lebih merasa praktis dengan tidak perlu berjalan masuk ke dalam pasar, dan lebih memilih berbelanja kebutuhan pokok diluar pasar.



Gambar 1. Situasi kegiatan transaksi di Jalan Sisi Selatan Pasar Ir. Soekarno
Sumber: Shinta, 2020



Gambar 2. Situasi kegiatan di Jalan Sisi Barat Pasar Ir. Soekarno
Sumber: Shinta, 2020

Pertanyaan pada penelitian ini adalah bagaimana proses terjadinya placemaking yang terjadi di lingkungan sekitar Pasar Ir. Soekarno Sukoharjo setelah revitalisasi? Dan tujuan dari penelitian ini yaitu mengetahui proses terjadinya placemaking yang terjadi di lingkungan sekitar Pasar Ir. Soekarno Sukoharjo setelah revitalisasi.

KAJIAN PUSTAKA

Placemaking

Dalam pembentukan placemaking, sebuah space dapat berubah menjadi place dikarenakan adanya kegiatan atau aktivitas tertentu dari sekelompok masyarakat sehingga menjadikannya sebuah tempat dengan ciri khas dan identitas baru suatu kawasan. Place making juga dapat digunakan untuk mengoptimalkan kembali sebuah ruang yang sebelumnya mengalami penurunan fungsi. Dalam menciptakan ruang secara keseluruhan, pendekatan Placemaking dapat memberikan suasana yang sesuai tempat/kawasan, baik di dalam maupun luar ruang bagi suatu tempat, menurut (Rubianto, Ldia & Navastarai, Ardy, M., 2018). Mark A. Wyckoff (2014) menyatakan bahwa pendekatan placemaking merujuk pada strategi pengembangan ekonomi untuk membangun tempat yang berkualitas bagi masyarakat agar tergerak untuk melakukan beragam aktivitas di dalam ruang publik (Wyckoff, 2014). Bohl (2002) dalam pengimplementasiannya terdapat empat kriteria utama placemaking, yakni keramahan, penggunaan dan aktivitas, akses dan keterkaitan, serta citra dan kenyamanan. Terkait placemaking, Dovey (1985) mengungkapkan bahwa place menunjukkan hubungan antara manusia dengan sebuah makna. Place tidak hanya memiliki pandangan secara fisik saja namun juga ditekankan pada pengalaman ruang yang dirasakan oleh penggunanya.

Pasar

Pasar merupakan salah satu tempat kegiatan perekonomian dalam kehidupan masyarakat. Dalam hal ini peran pasar tidak hanya sebagai tempat interaksi antara penjual dan pembeli semata dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, tetapi juga sebagai wadah berinteraksi sosial dan representasi nilai - nilai tradisional di ruang lingkup masyarakat. Menurut Peraturan Presiden RI No. 112 Tahun 2007, pasar tradisional 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/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.

Menurut Pangestu (2007) dalam penelitiannya, mencoba mendefinisikan pasar tradisional yang merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi, dalam hal ini organisasi pasar yang masih ada dan masih sangat sederhana, tingkat efisiensi dan spesialisasi yang rendah, lingkungan fisik yang kotor dan pola bangunan yang sempit. Menurut Sudarman (1992, h.16), pasar memiliki lima fungsi utama, diantaranya adalah pasar menetapkan nilai (*sets value*), mengorganisasi produksi, mendistribusikan barang, penyelenggara penjatahan, serta dapat mempertahankan dan mempersiapkan keperluan masa yang akan datang. Esther dan Didik (2003), menyatakan bahwa pasar tradisional memiliki kekuatan dan kelemahan di berbagai aspek. Pasar tradisional memiliki beberapa kekuatan di antaranya harganya yang lebih murah dan bisa ditawarkan, dekat dengan permukiman, dan memberikan banyak pilihan produk yang segar. Kelebihan lainnya adalah pengalaman berbelanja yang luar biasa, dimana kita bisa melihat dan memegang secara langsung produk yang umumnya masih sangat segar. Sedangkan, kelemahan pasar tradisional antara lain adalah kesan bahwa pasar terlihat becek, kotor, bau dan terlalu padat lalu lintas pembelinya. Kelemahan lain adalah adanya ancaman bahwa keadaan sosial masyarakat yang berubah, dimana wanita di perkotaan umumnya berkarir sehingga menginginkan sesuatu yang praktis dan hampir dipastikan tidak memiliki waktu untuk berbelanja ke pasar tradisional.

Revitalisasi Pasar

Upaya perlindungan oleh Pemerintah Sukoharjo terhadap pasar tradisional sudah dilakukan guna meningkatkan daya saing dari pasar tradisional, salah satu upaya tersebut adalah dengan revitalisasi pasar. Pelaksanaan revitalisasi pasar tradisional juga merupakan usaha Pemerintah untuk meningkatkan kualitas dan kondisi fisik maupun non fisik pasar sehingga dapat meningkatkan daya saing di era perkembangan zaman. Dalam pengimplementasiannya, efektivitas program revitalisasi pasar tradisional ini akan tercapai apabila didukung oleh semua pihak, terutama pihak pengelola pasar, dan keturut-sertaan pedagang selaku pemeran di dalam aktivitas perputaran ekonomi pasar. Menurut Suryadarma (2008), langkah yang harus dilakukan untuk menjaga keberadaan pasar tradisional adalah perbaikan infrastruktur pasar tradisional, pengorganisasian para PKL dan pelaksanaan praktik pengelolaan pasar yang lebih baik. Menurut Danisworo (2000), revitalisasi merupakan suatu upaya yang dilakukan untuk memvitalkan kembali suatu kawasan atau bagian kota yang dulunya pernah hidup, namun mengalami degradasi oleh perkembangan zaman. Sehingga revitalisasi pasar tradisional adalah upaya yang dilakukan pemerintah untuk memperbaiki kondisi fisik pasar maupun tata kelolanya agar dapat menyesuaikan dengan perkembangan zaman. Revitalisasi pasar tradisional pada kenyataannya hanya sering merupakan upaya renovasi bangunan fisik pasar semata tanpa memikirkan perbaikan manajemen tata kelola. Salah satu strategi lainnya yang dapat dilakukan agar tercapainya program revitalisasi pasar tradisional adalah pembenahan manajemen atau pengelolaan pada pengelola pasar (Muslimin, et.al. 2007). Menurut Paskarina dalam Mangeswuri dkk (2010, h.320), dasar pertimbangan melakukan kerjasama merevitalisasi pasar tradisional antara lain berubahnya pandangan pasar dari tempat

interaksi ekonomi menjadi ruang publik, yang difokuskan pada upaya memperbaiki jalur distribusi komoditas yang diperjualbelikan. Fungsi pembangunan pasar juga diharapkan tidak hanya mencari keuntungan finansial dan merupakan langkah untuk meningkatkan perekonomian perdagangan kecil serta perlu melibatkan pengembang untuk dikelola secara kreatif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan partisipatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan melakukan observasi, wawancara mendalam, studi dokumentasi, serta studi literatur dari dari jurnal-jurnal yang didapat secara online. Sampel dalam penelitian ini adalah dua orang pedagang yang diambil dari kelompok pedagang yang berbeda (pedagang sayur, pedagang buah, pedagang kebutuhan pokok, dll) dan juga dua orang pengunjung. Metode ini dipilih karena tidak menekankan pada generalisasi tetapi lebih fokus ke satu kasus, sehingga dalam penelitian ini dapat menangkap fenomena secara utuh sesuai kondisi yang ada.

Lokasi penelitian berada di Pasar Ir. Soekarno yang beralamat di Jl. Jend. Sudirman, Sukoharjo, Larangan Kulon, Sukoharjo, Kec. Sukoharjo, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah. Tempat terjadinya place making berada di sekitar pasar tersebut, tepatnya di jalan sisi selatan dan barat pasar. Pasar ini ramai dikunjungi khususnya pada pagi hingga menjelang siang hari dengan tipe pedagang pengunjung yang beragam.



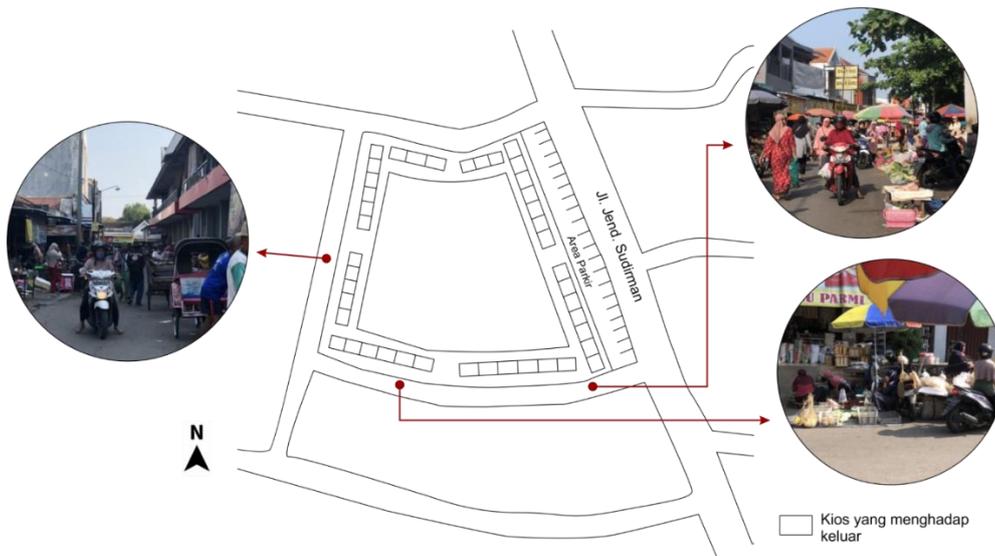
Gambar 3. Peta dan Gambaran Lokasi Penjual di Luar Pasar
Sumber: Shinta, 2020

- : Pasar Ir. Soekarno Sukoharjo
- : Area Penjual di Luar Pasar

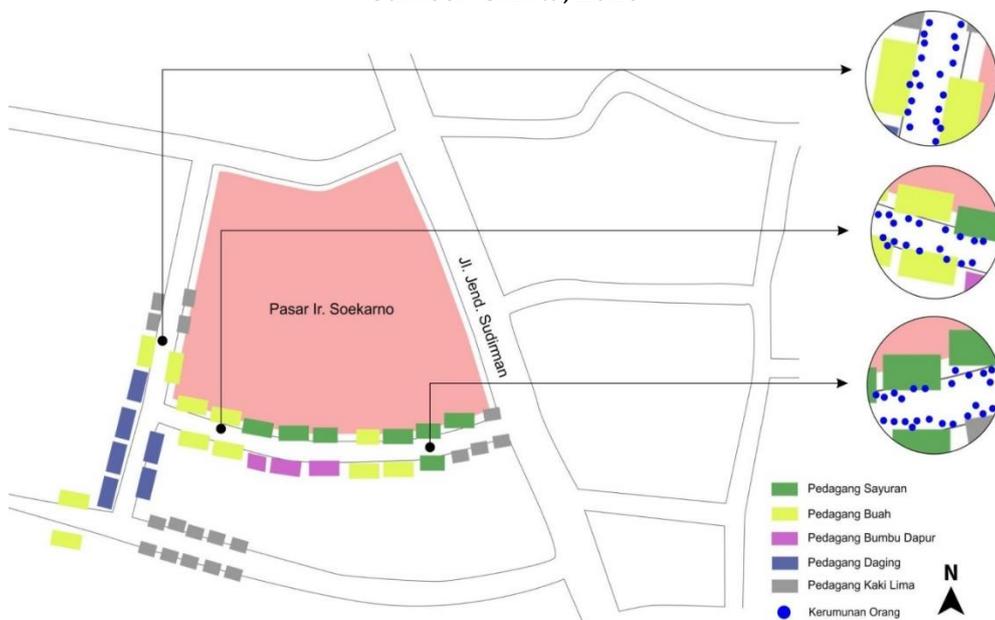
HASIL DAN PEMBAHASAN

Program revitalisasi pada pasar tradisional muncul dan dimaksudkan untuk menjawab permasalahan yang ada dengan menyentuh kondisi fisik dan tata kelola pasar. Hal tersebut nantinya akan meningkatkan antusias konsumen untuk belanja di pasar tradisional sehingga berdampak pada pendapatan pedagang itu sendiri. Namun pada

kenyataannya, program revitalisasi pada Pasar Ir. Soekarno di Kabupaten Sukoharjo masih kurang efektif. Hal ini dapat dilihat dari kios dan los dalam pasar yang kosong karena para pedagang lebih memilih untuk berjualan di area luar pasar (khususnya di gang sisi selatan dan barat pasar). Hal tersebut kemudian menimbulkan place making baru yang dapat mengakibatkan terjadinya masalah-masalah baru di lingkungan tersebut, seperti area kumuh dan kemacetan. Ketidaksesuaian para pedagang ini juga timbul dipicu oleh perilaku pembeli yang lebih memilih untuk belanja di luar bangunan pasar. Melihat kondisi tersebut, tampak bahwa kurang baiknya pengelolaan dari pihak pengelola pasar dan termasuk kurangnya kesadaran dari pedagang dalam mencapai tujuan sehingga diperlukan penguatan kembali komitmen dari para implementor dan penerima kebijakan untuk pelaksanaan kebijakan tersebut.



Gambar 4. Sketsa Denah Garis Luar Pasar
Sumber: Shinta, 2020



Gambar 5. Persebaran Jenis Pedagang
Sumber: Shinta, 2020

Pada jalan lokal di sisi selatan pasar didominasi oleh pedagang buah, sayuran dan juga pedagang asongan. Sedangkan pada jalan di sisi barat didominasi oleh pedagang daging sapi, ayam, dan ikan.

Kapasitas jalan lokal menjadi sempit karena keberadaan pedagang - pedagang yang berjualan di jalan tersebut. Ditambah dengan banyaknya kendaraan roda dua yang melewati jalan tersebut dan lalu lalang pengunjung semakin memperparah sirkulasi serta mengganggu kelancaran arus lalu lintas.

Deskripsi responden

1. Ibu Sumini salah satu seorang pedagang di Pasar Ir. Soekarno yang berjualan aneka macam sayuran. Ibu Sumini membuka lapaknya di area jalan sisi selatan pasar dan mulai berjualan dari sekitar pukul lima pagi hingga jam dua belas siang.
2. Pak Zainal sebagai penjual daging ayam dan daging sapi di area Pasar Ir. Soekarno yang membuka lapaknya di area jalan sisi barat pasar. Pak Zainal mulai berjualan mulai dari sekitar pukul ienam pagi hingga 12 siang atau menunggu hingga dagangannya terjual habis.
3. Ibu Anik adalah seorang pembeli yang belanja di Pasar Ir. Soekarno. Beliau merupakan seorang wanita karir berusia 50 tahun. Bu Anik mengaku tidak terlalu sering berbelanja di pasar ini yakni hanya setiap hari sabtu atau minggu pagi.
4. Ibu Yuni sebagai Ibu rumah tangga berusia 42 tahun sebagai pembeli di pasar ini. yang datang sekitar dua sampai tiga kali dalam seminggu.

Wawancara mendalam untuk kajian ini dilakukan pada kurun waktu bulan November 2020 dengan empat orang responden terdiri dua orang pedagang dan dua orang pembeli di pasar ini.

Hasil Wawancara

Pada waktu dilakukannya wawancara, kondisi pasar sudah cukup ramai dengan pedagang maupun pembeli. Selain sebagian besar kios yang ada di bangunan pasar sudah buka, para pedagang yang berjualan di area jalan di luar bangunan pasar juga sudah mulai membuka lapaknya. Bahkan, keberadaan lapak pedagang yang ada di area tersebut sudah mulai membuat kondisi jalan cukup padat dan lalu lalang kendaraan terhambat. Kondisi tersebut juga tidak luput dari kecenderungan dan banyaknya pengunjung yang berbelanja di area tersebut. Dilihat dari kondisi yang ada di lapangan pada saat itu, hasil wawancara atau jawaban - jawaban dari setiap responden pun juga beragam.

Dimulai dari Ibu Sumini yang merupakan seorang pedagang sayuran yang mengaku telah berjualan selama dua ipuluh tahun sejak pasar belum mengalami revitalisasi. Beliau imenuturkan bahwa sebelum mengalami revitalisasi, beliau membuka lapaknya di los yang ada dalam bangunan pasar. Namun setelah bangunan pasar yang baru jadi, Ibu Sumini memutuskan untuk membuka lapaknya dLuar bangunan pasar, tepatnya di area jalan lokal sisi selatan pasar. Sebelumnya beliau pernah mencoba menempati los yang sudah disediakan di dalam bangunan pasar. Namun menurutnya kondisi los miliknya pada bangunan pasar yang baru jauh lebih sepi dibandingkan los nya yang dulu, sehingga hal tersebutlah yang memicu beliau untuk kemudian membuka lapak di luar bangunan pasar.

Menurutnya dengan berjualan di luar bangunan pasar akan lebih memudahkan untuk menarik pembeli.

Pak Zainal yang merupakan pedagang daging sapi dan ayam yang telah berjualan selama kurang lebih lima belas tahun. Pak Zainal juga telah berjualan sejak lama. Di pasar lama tersebut beliau berjualan di kios yang disediakan di dalam bangunan pasar. Kemudian setelah adanya bangunan pasar baru hasil revitalisasi, beliau tetap mendapat jatah kios. Sayangnya kios tersebut kini tidak digunakan karena beliau memutuskan untuk membuka lapaknya di luar bangunan pasar. Alasannya kurang lebih sama dengan responden sebelumnya, yakni karena kondisi kiosnya yang sepi. Pak Zainal pun mengaku setelah berjualan di luar bangunan pasar, pembeli menjadi lebih banyak. Menurutnya hal tersebut karena pengunjung merasa lebih mudah menjangkau lokasi losnya yang berada di jalan lokal sisi barat pasar ini.



Gambar 6. Suasana Jual Beli Yang Terjadi Di Luar Pasar
Sumber: Shinta, 2020

Gambar di atas menunjukkan salah satu dokumentasi dari proses jual beli di area yang berada di luar bangunan pasar. Terlihat salah satu pengunjung yang sedang membeli ikan segar pada salah satu lapak. Dalam gambar tersebut menunjukkan seorang bapak dan anak yang berada di sepeda motor menunggu sang Ibu berbelanja ikan segar di salah satu lapak pedagang. Proses jual beli terjadi di pinggir jalan dengan posisi sepeda motor yang tidak diparkirkan dengan baik. Hal tersebut dikarenakan mereka beranggapan bahwa proses jual beli tersebut tidak akan berlangsung lama dan mereka tidak perlu berjalan lagi dari parkir menuju lapak pedagang maupun sebaliknya. Namun anggapan dan kebiasaan tersebut dilakukan tidak hanya oleh satu atau dua orang pengunjung, sehingga hal tersebutlah yang memicu keramaian dan kepadatan lalu lintas yang tidak seharusnya terjadi di kawasan tersebut

Selain mengambil responden dari kalangan pedagang, wawancara juga dilakukan kepada responden dari kalangan pembeli. Ibu Anik merupakan seorang pengunjung yang mengaku tidak begitu sering berbelanja di Pasar Ir. Soekarno. Beliau berkunjung ke pasar ini hanya sekali setiap satu minggu, yakni pada hari sabtu atau minggu pagi. Beliau berkata apabila sedang ingin belanja banyak kebutuhan lebih nyaman apabila berbelanja di kios-kios yang ada di dalam bangunan pasar. Beliau merasa apabila berbelanja dalam waktu yang lama akan lebih nyaman berbelanja di dalam bangunan pasar karena lebih teduh dan sepi. Namun sebaliknya, apabila hanya sekedar ingin membeli sedikit kebutuhan beliau lebih

memilih untuk membeli dari lapak-lapak pedagang yang ada di luar bangunan pasar karena lebih mudah dan cepat untuk diakses.

Tidak hanya Ibu Anik, responden dari kalangan pengunjung juga terdapat Ibu Yuni yang merupakan Ibu rumah tangga yang mengaku cukup sering berbelanja di Pasar Ir. Soekarno, yakni sekitar dua hingga tiga kali dalam seminggu. Menurutnya ia jauh lebih sering membeli kebutuhan dari pedagang yang ada di luar pasar karena beliau merasa lebih mudah dan cepat dalam mendapatkan apa yang dibutuhkan daripada harus masuk ke kios-kios yang ada di dalam pasar. Namun Ibu Yuni juga menyayangkan kondisi jalan lokal yang kini menjadi sempit, kumuh dan macet akibat pedagang-pedagang yang membuka lapaknya di area tersebut.

Dari hasil penelitian terdapat temuan:

Para pedagang lebih memilih berjualan dengan membuka lapak baru di luar bangunan pasar. Hal ini karena mereka beranggapan bahwa jumlah pembeli hanya sedikit saat mereka berjualan di kios dalam pasar. Sesuai pendapat Bohl (2002) dari kriteria yang terkait terjadinya placemaking pada pasar tersebut, yaitu akses dan keterkaitan. Perilaku para pembeli yang merasa lebih cepat dan praktis apabila berbelanja dari lapak pedagang di luar bangunan pasar. Jadi ada keterkaitan antara perilaku belanja pembeli yang ingin cepat, praktis, tidak berdesakan, dekat dengan kendaraannya dan penjual. Penjual merespon keinginan pembeli, sehingga membuka lapak di luar bangunan pasar. tujuan utama penjual pindah ke luar bangunan pasar yaitu agar dagangannya mudah dicari pembeli, dan dapat meningkatkan pemasukan. Penjual dan pembeli merasa sama-sama senang dan menguntungkan sesuai dengan pendapat Dovey (1985) terkait place making hubungan antara manusia dengan sebuah makna.

KESIMPULAN

- a. Menurut hasil penelitian yang telah dilakukan bahwasannya place making yang terjadi di area Pasar Ir. Soekarno disebabkan tarik menarik antara penjual dan pembeli. Tarik menarik dari sisi pembeli yaitu lebih praktis, kemudahan akses dan mudah mencari bahan yang dicari. Dari sisi penjual bahwa dagangannya banyak yang terbeli dan segera habis.
- b. Ternyata ada dampak pengaruh place making ini pada lingkungan sekitar yakni adanya kemacetan dan kepadatan sirkulasi pada jalan lokal sekitar pasar, serta lingkungan menjadi kumuh.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2007. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern. URL : www.bpkp.go.id.
- Bohl, Charles C. 2002. Place Making: Developing Town Center, Main Streets and Urban Village. Washington DC: The Urban Institute.
- Danisworo, Mohammad dan Widjaja Martokusumo. 2000. Revitalisasi Kawasan Kota Sebuah Catatan dalam Pengembangan dan Pemanfaatan Kawasan Kota. Diakses dari www.urdi.org (urban and regional development institute, 2000)

- Dovey, K., Downton, P., & Missingham, G, (Ed). 1985. Place and Placemaking. Melbourne : The Association for People and Physical Environment.
- Esther dan Dikdik. 2003. Membuat Pasar Tradisional Tetap Eksis. Sinar Harapan: Jakarta.
- Mangeswuri, Dewi, R. dan Purwanto, N.P., 2010, Revitalisasi Pasar Tradisional di Indonesia: Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik.Vol.2 No. 1 Desember 2010
- Muslimin, L., Indriati, F., Widayanti, T, 2007, Kajian Model Pengembangan Pasar Tradisional. Buletin Ilmiah Penelitian dan Pengembangan Perdagangan,
- Pangestu. M.E, 2007, Pemberdayaan Pasar Tradisional, Jakarta(<http://www.usdrp Indonesia.org/files/download/category/172/pdf>)
- Rubianto, Lidia & Navastarai, Ardy, M, 2018, Karakteristik Ruang Kampung Tambak Asri Berdasarkan Pendekatan Placemaking, Jurnal Teknik ITS Vol.7, No.2, Surabaya
- Sudarman, A, 1992, Teori Ekonomi Mikro, Edisi Ketiga, BPFE, Yogyakarta
- Suryadarma, D. (2008). Dampak Supermarket Terhadap Pasar dan Pedagang Ritel Di Indonesia, Lembaga Penelitian Semeru, Jakarta
- Wyckoff, M. 2014. Definition of Placemaking: Four Different Types. Plan. Zoning News, 32 (3).