

Analisa Penataan Ruang pada Pasar Raya I Salatiga

Murista Mutiara Masayu*¹, R. Siti Rukayah²

Departemen Magister Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro Semarang ^{1,2}

E-mail: ^{1*}muristamutiara1998@gmail.com, ²sitirukayah.tutut@gmail.com

Submitted: 13-08-2024

Revised: 19-08-2024

Accepted: 03-03-2025

Available online: 30-06-2025

How To Cite: Masayu, M. M., & Rukayah, R. S. Analysis of Spatial Arrangement at Pasar Raya I Salatiga. Nature: National Academic Journal of Architecture, 93–107. <https://doi.org/10.24252/nature.v12i1a7>

Abstrak Pasar tradisional adalah tempat di mana pedagang dan pembeli berkumpul untuk melakukan transaksi jual beli secara langsung. Pasar ini biasanya terdiri dari kios, gerai, los, dan dasaran terbuka. Pasar Raya I Salatiga ialah salah satu pasar terbesar di Kota Salatiga dengan jumlah ruko 69, kios 240, dan los 2150. Namun jumlah ruko, kios, dan los yang ada tidak sebanding akan jumlah pedagang yang masih berjualan di Pasar Raya I Salatiga saat ini. Salah satu faktornya karena terdapat ruang – ruang yang direncanakan tapi tidak termanfaatkan secara optimal. Pada hasil pengamatan awal yang sudah dilaksanakan di Pasar Raya I Salatiga menunjukkan bahwa ada dead spot, yaitu ruang – ruang terpinggirkan atau kosong di dalam bangunan yang karena penataan ruang pasar dan sirkulasi yang kurang optimal, sehingga kurang mendapatkan perhatian yang berakibat menurunnya intensitas pembeli yang melewati ruang – ruang tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor – faktor desain yang menyebabkan terbentuknya ruang yang tidak termanfaatkan secara optimal di Pasar Raya I Salatiga. Penelitian ini mempergunakan metode kualitatif deskriptif guna menganalisis data hasil dari pengamatan secara langsung di lapangan, dengan membagikan kuesioner, dan melakukan studi literatur. Pengumpulan data mempergunakan metode pemetaan perilaku yaitu berdasarkan tempat (place centered mapping) dan berdasarkan pelaku (person centered mapping). Hasil penelitian ini mengidentifikasi bahwa penataan desain ruang dan sirkulasi Pasar Raya I Salatiga tidak termanfaatkan dengan optimal (dead spot).

Kata kunci : Pasar Tradisional; Penataan Ruang; Sirkulasi; Dead Spot

Abstract A traditional market is a place where traders and buyers gather, characterized by direct buying and selling transactions between buyers and sellers. Traditional markets generally consist of stalls or outlets, los, and open spaces. One city that still relies heavily on markets for its economy is Salatiga. Pasar Raya I Salatiga is one of the largest markets in the city, containing 69 shop houses, 240 stalls, and 2,150 los. However, the number of shop houses, stalls, and los is not proportional to the number of traders currently operating in Pasar Raya I Salatiga. One contributing factor is the suboptimal utilization of planned spaces. Initial observations at Pasar Raya I Salatiga reveal the presence of underutilized spaces (dead spots), which are marginalized or vacant areas within the building. Due to the suboptimal market layout and circulation, these spaces receive less attention, resulting in decreased foot traffic. The purpose of this study is to determine whether the current spatial arrangement and circulation at Pasar Raya I Salatiga contribute to the formation of underutilized spaces. This research employs a descriptive qualitative method, analyzing data collected through direct field observations, questionnaires, and literature review. Behavioral mapping methods, including place-centered and person-centered mapping, were applied. The results of this study identify that the existing spatial arrangement and circulation at Pasar Raya I Salatiga are significant factors contributing to the formation of underutilized spaces (dead spots).

Keywords: Traditional Market; Spatial Planning; Circulation; Dead spot

PENDAHULUAN

Pasar Tradisional ialah tempat dimana pedagang dan pembeli bertemu dengan dicirikan melalui terjadinya transaksi jual beli secara langsung antara penjual dan pembeli (Nengsih dkk., 2021). Terdiri dari toko, kios, los, dan tenda yang dikelola ataupun dimiliki pedagang skala kecil, menengah, swadaya, masyarakat ataupun koperasi (Republik Indonesia, 2007). Bentuk bangunan relative sederhana, serta suasana yang kurang nyaman dikarenakan ruang tempat usaha yang kurang leluasa atau sempit, sarana parkir yang tidak memadai, dan pencahayaan matahari yang kurang baik (Lubis, 2015) dalam (Habiburrahman et al. 2017).

Di negara Indonesia, pasar tradisional ialah salah satu pilar perekonomian masyarakat dalam mencapai kesejahteraan, dan karena perannya sebagai penopang perekonomian, pasar tradisional pula ialah salah satu komponen penting pada suatu tata ruang kota. (S. Oktaviani Ezra et al., 2022)

Salah satu kota yang masih menggantungkan perekonomiannya pada pasar yaitu kota Salatiga. Di Kota Salatiga sebagian besar penduduknya masih memilih pasar tradisional untuk memperoleh kebutuhan pokok (Gisela Rosa Octavia 2020). Data dari (Dinas Komunikasi dan Informasi 2023) Pasar Raya I Salatiga menjadi salah satu pasar terbesar di kota Salatiga dengan jumlah ruko sebanyak 69, kios 240, los 2150 dan jumlah pedang ruko sebanyak 58 pelaku usaha, kios 237 pelaku usaha, los 936 pelaku usaha.

Jumlah ruko, kios, dan los yang ada di dalam bangunan tentunya tidak sebanding dengan jumlah pedagang yang masih aktif berdagang di Pasar Raya I Salatiga karena terdapat ruang – ruang yang direncanakan namun tidak termanfaatkan secara optimal. Faktor sirkulasi dan penataan ruang pasar menjadi faktor yang begitu penting wajib diperhatikan sebab berpengaruh pada penentuan alur pencapaian pengunjung dalam memperoleh kebutuhan yang dicari dan juga meminimalisir adanya penyebaran zonasi ruang untuk berdagang yang tidak merata dan tidak sesuai dengan jenis barang dagangannya.

Hasil pengamatan awal yang dilakukan di Pasar Raya I Salatiga menunjukkan bahwa adanya ruang – ruang yang tidak termanfaatkan secara optimal yang termasuk ke dalam (*dead spot*), yaitu ruang – ruang terpinggirkan atau kosong di dalam bangunan yang dikarenakan penataan ruang pasar dan jalur sirkulasi yang kurang baik, menjadikannya kurang mendapatkan perhatian yang berakibat menurunnya intensitas pembeli yang melewati ruang – ruang tersebut. Oleh sebab itu diperlukan adanya analisa penataan ruang untuk mengetahui apa saja factor – factor desain pada penataan ruang yang berpotensi membentuk ruang – ruang yang tidak optimal termanfaatkan yang merupakan zona *dead spot* pada Pasar Raya I Salatiga (Ezra Oktaviani.S, Armelia Dafrina, and Yenny Novianti 2022)

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Menurut Heriyanto (2018) Penelitian kualitatif adalah proses yang kompleks dan penelitian ini telah dipilih untuk dilakukan secara kualitatif karena tujuan penelitian kualitatif adalah mengeksplorasi dan menceritakan pengalaman orang – orang yang terlibat dalam peristiwa tersebut (Heriyanto 2018).

Pengumpulan data secara kualitatif didapatkan dari observasi langsung di lapangan, wawancara, kuesioner, dokumentasi dan analisis dokumen (Dr. H. Zuchri Abdussamad, S.I.K., M.Si 2021). Sumber yang menjadi subyek penelitian ini terbagi menjadi dua yakni para pedagang dan pembeli di Pasar Raya I Salatiga.

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data (primer dan sekunder) yang didapatkan dengan cara mengumpulkan jawaban dari subyek melalui kuesioner yang disebarlangsung oleh peneliti. Kuesioner dibagi menjadi dua yang disusun dengan beberapa pertanyaan aktual seputar keadaan yang dirasakan secara langsung oleh obyek penelitian (pedagang dan pembeli) di Pasar Raya I Salatiga. Total obyek yang akan diteliti dipilih secara acak melalui teknik

pemetaan perilaku (*place centered mapping*, dan *person centered mapping*) dan pengambilan sampel sebanyak 30 subyek / responden yaitu $\frac{1}{4}$ dari jumlah pedagang di Pasar Raya I Salatiga. Dengan metode pemilihan jawaban seperti ya dan tidak sesuai dengan pertanyaan yang diajukan. Berikut detail pembagian 30 responden:

Table 1. Jumlah Sample Responden

No.	Obyek Penelitian	Jumlah
1.	Pedagang	15 orang
2.	Pengunjung/Konsumen/ Pembeli	15 orang

Sumber: Data Pribadi (2024)

Proses pemberian kuesioner terhadap 30 responden peneliti ini dilakukan secara langsung dan akurat. Oleh karena itu, pembagian waktu saat observasi dibagi menjadi tiga yaitu pukul 05.00 – 07.00 WIB, 08.00 – 10.00 WIB, dan 13.00 – 15.00 WIB; pemilihan tiga waktu berdasarkan tingginya aktivitas antar pedagang dan pembeli di Pasar Raya I Salatiga dan untuk mengobservasi secara keseluruhan saat aktivitas operasional antar pedagang dan pembeli di Pasar Raya I Salatiga. Pelaksanaan observasi yang dilakukan pada hari yang sama dengan waktu yang berbeda, dengan kuesioner sebagai alat untuk pengumpulan data penelitian.

Analisis Data

Analisis data pada penelitian kualitatif dilaksanakan secara induktif, yakni berdasarkan temuan dan pola – pola yang muncul dari data yang didapatkan. Peneliti menggunakan pendekatan deskriptif dan interpretative untuk menggambarkan sebuah fenomena yang diteliti (Rohman et al., 2023). Data yang telah diterima dari hasil observasi yang menggunakan kuesioner di analisis dengan table persentase penilaian dari kedua obyek/responden yaitu pedagang dan pembeli. Persentase yang dilakukan untuk menghasilkan sebuah variabel – variable yang interpresentasikan keadaan aktual dan mengidentifikasi adanya ruang-ruang yang tidak berfungsi dengan baik di Pasar Raya I Salatiga.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan kuesioner yang disebarkan secara acak oleh peneliti terhadap subyek / responden untuk melihat sebuah variable-variable yang secara actual berkaitan dengan isu ruang-ruang yang tidak berfungsi dengan baik (*dead spot*) di Pasar Raya I Salatiga.

A. Objek Penelitian



Gambar 1. Lokasi Pasar Raya I Salatiga
Sumber: Google Earth (2025)

Dalam penelitian ini, objek yang digunakan adalah Pasar Raya I Salatiga. Pasar Raya I Salatiga berada di jalan utama kota Salatiga yaitu JL. Jendral Sudirman Kota Salatiga, lokasi yang strategis menjadikan salah satu pasar tradisional yang masih aktif dengan intensitas penjual dan pedagang yang selalu ramai. Pemilihan obyek penelitian ini didasari oleh beberapa isu terjadi yaitu adanya ruang – ruang terpinggirkan di Pasar Raya I Salatiga yang tidak termanfaatkan secara optimal (*dead spots*). Ruang – ruang yang tidak termanfaatkan ini terjadi dikarenakan pembangunan gedung yang tidak terencana dengan baik, dan juga sirkulasi pasar yang sudah terbentuk demikian (kebiasaan aktivitas) sehingga terbentuknya *dead spots*.

B. Analisis Data Kuesioner

Pengumpulan data melalui kuesioner yang telah dilakukan secara langsung dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari subyek / responden yang telah dipilih secara acak. Pertanyaan yang diberikan disesuaikan dengan kondisi actual dengan metode pemetaan perilaku yaitu berdasarkan tempat (*place centered mapping*) dan berdasarkan pelaku (*person centered mapping*) sebagai berikut:

Penelitian ini mengumpulkan data salah satunya dengan menggunakan metode observasi atau melakukan studi lapangan dengan menggunakan instrument berupa kuesioner yang bertujuan untuk mengetahui pendapat pedagang dan pembeli terkait aspek – aspek berikut :

Table 2. Analisis Hasil Kuesioner Pedagang (*place-centered mapping*)

No	Data	Penilaian Responden		Persentase (%)
1.	Apakah lapak/tempat berdagang sudah sesuai jenis barang yang dijual?	Ya, sesuai	10	66,7%
		Kurang sesuai	5	33,3%
2.	Apakah lapak/tempat berdagang mudah mendapatkan pembeli ?	Ya, mudah	8	53,3%
		Lumayan Sulit	7	46,6%
3.	Apakah Harga sewa los/kios/ruko tergolong mahal ?	Ya, mahal	10	66,7%
		Standard/Pas	5	33,3%
4.	Apakah pedagang merasa nyaman berdagang di ruang pasar ?	Ya, nyaman	3	20%
		Cukup nyaman	8	53,3%
		Tidak nyaman	4	26,6%
5.	Apa jenis dagangan yang dijual ?	Basah	8	53,3%
		Kering	7	46,6%
6.	Berapa lama rentang waktu berdagang ?	04.00 – 10.00 WIB	6	40%
		04.00 – 15.00 WIB	4	26,6%
		04.00 – 17.00 WIB	5	33,3%
7.	Apakah koridor pasar mempengaruhi keberhasilan berdagang ?	Setuju	10	66,7%
		Tidak Setuju	0	0%
		Tidak Tahu	5	33,3%

Sumber: Hasil Dokumentasi Lapangan (2024)

Pada hasil pedagang (*place centered mapping*), walaupun tempat/lapak yang sudah sesuai dengan jenis barang yang dijual, akan tetapi pedagang masih kesulitan mendapatkan pembeli. Fokus utama yang menjadikan isu adanya ruang-ruang yang tidak termanfaatkan dengan baik / kurang optimal yaitu pada sirkulasi koridor pasar. Hasil data yang diberikan menunjukkan 66,7% pedagang setuju bahwa koridor dapat mempengaruhi hasil dagang. Sirkulasi dapat menjadi fokus terbentuknya ruang-ruang yang kurang optimal (*dead spots*).

Table 3. Analisis Hasil Kuesioner Pembeli (*person-centered mapping*)

No	Data	Penilaian Responden		Persentase (%)
1.	Bagaiman dengan lebar koridor dalam pasar ?	Sempit	10	66,7%

No	Data	Penilaian Responden	Persentase (%)	
2.	Apakah pembeli merasa nyaman ketika berjalan di koridor pasar ?	Cukup/Pas	5	33,3%
		Ya, Nyaman	5	33,3%
		Tidak Nyaman	10	66,7%
3.	Apakah pembeli merasa bingung ketika berjalan di koridor pasar ?	Ya, bingung	10	66,7%
		Tidak Bingung	5	33,3%
4.	Apakah terlalu banyak koridor di dalam pasar menyebabkan pembeli malas mengelilingi pasar ?	Ya	10	66,7%
		Tidak	0	0%
		Tidak Tahu	5	33,3%
5.	Apakah pembeli sudah memiliki pedagang langganan di pasar ?	Ya, sudah	10	66,7%
		Tidak	5	33,3%

Sumber: Hasil Dokumentasi Lapangan (2024)

Pada hasil pembeli (*person centered mapping*), perspektif yang dirasakan oleh pembeli menjadikan sebuah variable penting terhadap terciptanya ruang-ruang yang kurang optimal (*dead spots*). Secara garis besar, 66,7% pembeli sudah memiliki pedagang langganan sehingga walau memiliki koridor dalam pasar yang sempit, suasana yang tidak nyaman, dan banyaknya koridor, para pembeli tidak perlu mengelilingi pasar dikarenakan sudah memiliki pelanggan. Hal ini mengakibatkan adanya ruang-ruang yang kurang optimal (*dead spots*) dikarenakan kondisi Pasar Raya I Salatiga.

C. Analisis Behavior Setting dengan Behavior Mapping Perilaku (*Behaviorism*)

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2016) perilaku seseorang didefinisikan sebagai sebuah tanggapan atau reaksi terhadap rangsangan ataupun lingkungan. Perilaku mengacu pada interaksi manusia terhadap lingkungan dan sesama manusia. Perubahan perilaku manusia terhadap lingkungan disebut teori behaviorism. *Behaviorism* tidak mempersoalkan fisik atau penampilan manusia, sebaliknya behaviorism berusaha untuk mengetahui bagaimana faktor lingkungan mengendalikan perilaku. Sebagian besar pemahaman dari teori behaviorism berpusat pada tingkah laku manusia (Anthonius et al., 2011). *Behaviorism* yang terjadi pada lingkungan dapat berdampak pada pola sirkulasi manusia terhadap lingkungan sekitarnya. Pola-pola sirkulasi yang tercipta karena sebuah perilaku kebiasaan dari manusia sekitarnya. *Behaviorism* dalam arsitektur saling berkaitan, dimana perilaku manusia membentuk arsitektur dan sebaliknya (Anthonius N. Tandal and I Pingkan P. Egam 2011).

Behaviorism dimana perilaku manusia membentuk arsitektur ialah manusia membuat sebuah ruang atau bangunan, ruang atau bangunan itu sendiri membentuk perilaku manusia. Manusia dapat mengubah bentuk arsitektur berdasarkan perilaku yang sudah terbentuk dan Setiap arsitektur yang dibuat berdasarkan kebutuhan manusia akan menciptakan efek yang tidak sama pada perilaku manusia itu sendiri (Julianne, 2018). Sedangkan *Behaviorism* dimana arsitektur membentuk perilaku manusia ialah bangunan dibangun oleh manusia guna mencukupi kebutuhan mereka, yang berikutnya mempengaruhi perilaku manusia yang tinggal di dalamnya. Bangunan yang telah dibangun dapat membatasi kemampuan manusia dalam berperilaku, bergerak, dan menjalani kehidupan sosial mereka. Sejumlah perancangan fisik ruang yang mempengaruhi perilaku manusia, seperti ukuran dan bentuk ruang, perabotan dan penataannya, suara, warna, temperature, dan pencahayaan (Julianne, 2018).

Behaviorism dimana arsitektur membentuk perilaku manusia menjadi gambaran yang terjadi di Pasar Raya I Salatiga, dimana ruang – ruang pada bangunan yang sudah tercipta mempengaruhi perilaku manusia yaitu pedagang dan penjual di dalamnya. Bentuk ruang, ukuran, dan penataan pada bangunan menciptakan sebuah perilaku manusia yaitu pembeli (*person center mapping*) dimana, pembeli akan membentuk sebuah sirkulasi yang sudah terbentuk oleh ruang yang ada dimana sirkulasi yang tercipta hanya mengarah pada sebagian pedagang (*place centered mapping*)

langganannya (Rizky Maulana Ibrahim and Angger Sukma Mahendra 2018). Hal ini yang menyebabkan beberapa ruang yang ada menjadi tidak optimal (*dead spots*).

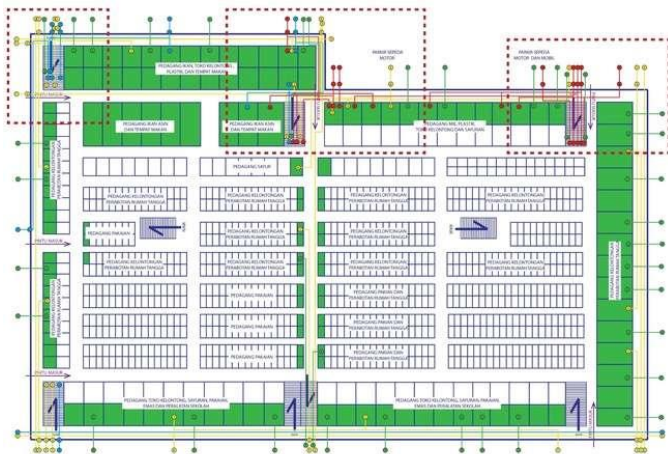
Pemetaan Perilaku (*Behavior Mapping*)

S. Oktaviani Ezra et al. (2022) menguraikan bahwasanya pemetaan perilaku merupakan perilaku manusia yang digambarkan ke dalam bentuk sebuah sketsa ataupun diagram mengenai suatu area dimana manusia menjalankan beragam aktivitas. Tujuannya ialah guna menggambarkan perilaku pada peta, serat mengidentifikasi jenis dan frekuensi perilaku, dan menunjukan hubungan diantara perilaku dan bentuk perancangan tertentu. Terdapat dua cara dalam melakukan pemetaan perilaku yaitu :

1. Pemetaan berdasarkan pelaku (*person-centered mapping*)
Metode ini memfokuskan pergerakan manusia selama periode waktu tertentu. Teknik ini berlaku tidak hanya suatu tempat ataupun lokasi namun dengan beberapa tempat atau lokasi.
2. Pemetaan berdasarkan tempat (*placed- centered mapping*)
Metode ini dipergunakan dalam mengetahui bagaimanakah manusia ataupun sekelompok manusia mempergunakan, memanfaatkan, ataupun mengakomodasi perilakunya pada kondisi tertentu.

Pada pelaksanaan, analisis menggunakan pemetaan berdasarkan pelaku (*person – centered mapping*) terhadap pemetaan berdasarkan tempat (*placed- centered mapping*) (Fariz Nizar and Adi Sasmito 2021). Dimana observasi dilakukan pada waktu periode tertentu (waktu operasional pasar dengan aktivitas paling ramai) yaitu pada pukul 05.00 – 07.00 WIB, 08.00-10.00 WIB, 13.00-15.00 WIB. Observasi pada waktu periode ini bertujuan untuk menganalisa area atau ruang – ruang yang kurang optimal (*dead spots*)

Table 4.Titik Aktivitas Metode *Person Centered Mapping*

LANTAI 1				
05.00 – 07.00 WIB				
				
KETERANGAN. PEDAGANG PASAR RAYA I 1 Datang memarkirkan kendaraan 2 Menuju lantai 2 bangunan Pasar Raya 3 Menuju los atau kios, membuka los atau kios, mempersiapkan barang dagangan yang akan dijual USAHA BAKSO 1 Datang memarkirkan kendaraan 2 Menuju lantai 2 bangunan Pasar Raya 3 Menuju los atau kios sayuran/mie/kelontong/plastik/ 4 Menuju parkiran dan pulang atau Menuju los atau kios ikan/mie/plastik/kelontong/plastik/ikan asin/ tempat makan 5 Menuju parkiran dan pulang PRIBADI/RUMAH TANGGA 1 Datang memarkirkan kendaraan 2 Menuju lantai 2 bangunan Pasar Raya 3 Menuju los atau kios ikan/mie/plastik/kelontong/sayuran/perabotan rumah tangga/pakaian/perabotan sekolah/ emas/tempat makan 4 Menuju parkiran dan pulang atau Menuju los atau kios sayuran 5 Menuju los atau kios mie/plastik/kelontong/sayuran 6 Menuju parkiran dan pulang KATERING/USAHA WARUNG MAKAN 1 Datang memarkirkan kendaraan 2 Menuju lantai 2 bangunan Pasar Raya 3 Menuju los atau kios daging/ikan/kelontong/plastik/tempat makan 4 Menuju lantai 2 bangunan Pasar Raya 5 Menuju los atau kios ikan/tempat makan 6 Menuju parkiran dan pulang atau Menuju los atau kios daging/ikan/kelontong/plastik/tempat makan 7 Menuju los atau kios daging/ikan/kelontong/plastik/tempat makan 8 Menuju parkiran dan pulang				

08.00 – 10.00 WIB



KETERANGAN.

PEDAGANG PASAR RAYA I

- 1 Dari los/kios masing - masing
- 2 Menuju lantai 1 bangunan Pasar Raya, Menuju parkir dan pulang
- 3 Menuju lantai 2 bangunan Pasar Raya Kembali ke los/kios masing - masing

USAHA BAKSO

- 1 Datang memarkirkan kendaraan
- 2 Menuju lantai 2 bangunan Pasar Raya Menuju los atau kios mie/kelontong/ plastik/sayuran
- 3 Menuju lantai 2 bangunan Pasar Raya Menuju los atau kios sayuran/mie/ kelontong/plastik
- 4 Menuju lantai 2 bangunan Pasar Raya Menuju los atau kios daging/ikan/ ikan/kelontong/tempat makan
- 5 Menuju parkir dan pulang

PRIBADI/RUMAH TANGGA

- 1 Datang memarkirkan kendaraan
- 2 Menuju lantai 2 bangunan Pasar Raya Menuju los atau kios ikan/mie/plastik/ kelontong/sayuran/perabotan rumah tangga/pakaian/perabotan sekolah/ emas/tempat makan
- 3 Menuju lantai 2 bangunan Pasar Raya Menuju los atau kios ikan/mie/plastik/ kelontong/sayuran/perabotan rumah tangga/pakaian/perabotan sekolah/ emas/tempat makan
- 4 Menuju parkir dan pulang atau Menuju los atau kios sayuran
- 5 Menuju lantai 2 bangunan Pasar Raya
- 6 Menuju parkir dan pulang

KATERING/USAHA WARUNG MAKAN

- 1 Datang memarkirkan kendaraan
- 2 Menuju lantai 2 bangunan Pasar Raya Menuju los atau kios daging/ikan/ kelontong/plastik/tempat makan
- 3 Menuju lantai 2 bangunan Pasar Raya Menuju los atau kios daging/ikan/ mie/plastik/kelontong/sayuran/ tempat makan
- 4 Menuju parkir dan pulang atau Menuju los atau kios daging/ikan/ mie/plastik/kelontong/sayuran/ tempat makan
- 5 Menuju parkir dan pulang

13.00 – 15.00 WIB



KETERANGAN.

PEDAGANG PASAR RAYA I

- 1 Memasukkan barang - barang yang dijual, membersihkan los atau kios, menutup los atau kios
- 2 Menuju parkir dan pulang

PRIBADI/RUMAH TANGGA

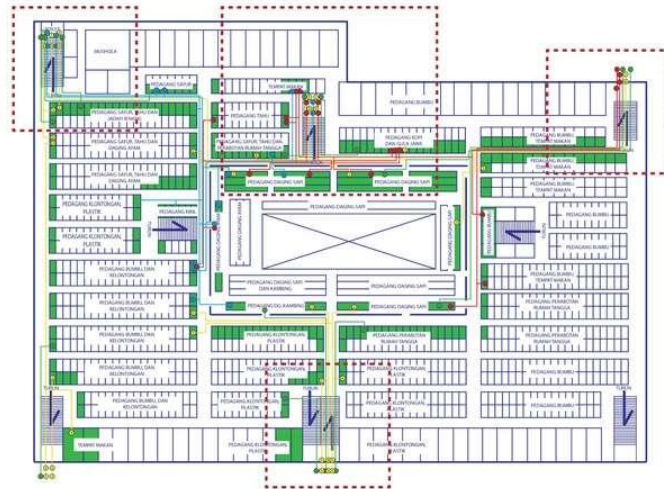
- 1 Datang memarkirkan kendaraan
- 2 Menuju lantai 2 bangunan Pasar Raya Menuju los atau kios ikan/mie/plastik/ kelontong/sayuran/perabotan rumah tangga/pakaian/perabotan sekolah/ emas/tempat makan
- 3 Menuju parkir dan pulang atau Menuju los atau kios ikan/mie/plastik/ kelontong/sayuran/perabotan rumah tangga/pakaian/perabotan sekolah/ emas/tempat makan
- 4 Menuju parkir dan pulang atau Menuju los atau kios mie/plastik/ kelontong/sayuran
- 5 Menuju parkir dan pulang

KATERING/USAHA WARUNG MAKAN

- 1 Datang memarkirkan kendaraan
- 2 Menuju lantai 2 bangunan Pasar Raya Menuju los atau kios ikan/mie/plastik/ kelontong/sayuran/tempat makan
- 3 Menuju lantai 2 bangunan Pasar Raya Menuju los atau kios ikan/mie/plastik/ kelontong/sayuran/tempat makan
- 4 Menuju parkir dan pulang atau Menuju los atau kios ikan/mie/plastik/ kelontong/sayuran/tempat makan
- 5 Menuju lantai 2 bangunan Pasar Raya
- 6 Menuju parkir dan pulang

LANTAI 2

05.00 – 07.00 WIB



KETERANGAN:

PEDAGANG PASAR RAYA I

- 1 Datang memarkirkan kendaraan
- 2 Menuju los/kios, membuka los/kios, mempersiapkan barang dagangan yang akan dijual

USAHA BAKSO

- 1 Datang memarkirkan kendaraan
- 2 Menuju los daging
- 3 Menuju los atau kios sayuran/tahu/kelontong/plastik/bumbu/gula jawa/tempat kopi
- 4 Menuju parkir dan pulang atau Menuju los atau kios tahu/kelontong/plastik/bumbu
- 5 Menuju los atau kios tahu/tempat makan
- 6 Menuju parkir dan pulang atau Menuju parkir dan pulang

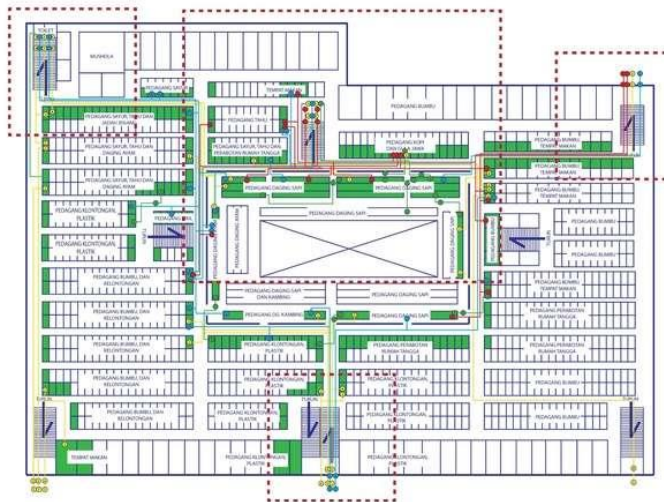
PRIBADI/RUMAH TANGGA

- 1 Datang memarkirkan kendaraan
- 2 Menuju los atau kios daging/sayuran/tahu/kelontong/plastik/bumbu/tempat makan
- 3 Menuju parkir dan pulang atau Menuju los atau kios daging/sayuran/tahu/kelontong/plastik/bumbu/tempat makan
- 4 Menuju parkir dan pulang atau Menuju los atau kios daging/sayuran/tahu/kelontong/plastik/bumbu/tempat makan
- 5 Menuju parkir dan pulang

KATERING/USAHA WARUNG MAKAN

- 1 Datang memarkirkan kendaraan
- 2 Menuju los atau kios daging/sayuran/tahu/kelontong/plastik/bumbu/tempat makan
- 3 Menuju los atau kios daging/sayuran/tahu/kelontong/plastik/bumbu/tempat makan
- 4 Menuju los atau kios daging/sayuran/tahu/kelontong/plastik/bumbu/tempat makan
- 5 Menuju los atau kios daging/sayuran/tahu/kelontong/plastik/bumbu/tempat makan
- 6 Menuju parkir dan pulang

08.00 – 10.00 WIB



KETERANGAN:

PEDAGANG PASAR RAYA I

- 1 Dari los/kios masing - masing
- 2 Menuju lantai 1 bangunan Pasar Raya Menuju los atau kios daging/plastik/kelontong/bumbu/sayur/tempat makan/ tempat kopi
- 3 Kembali ke los/kios masing - masing

USAHA BAKSO

- 1 Datang memarkirkan kendaraan
- 2 Menuju los daging/tempat kopi
- 3 Menuju los atau kios bumbu/tempat kopi/tempat makan
- 4 Menuju los atau kios tahu/bumbu/daging/tempat makan
- 5 Menuju parkir dan pulang atau Menuju los atau kios bumbu/kelontong/tempat makan
- 6 Menuju parkir dan pulang atau Menuju los atau kios tahu/tempat makan

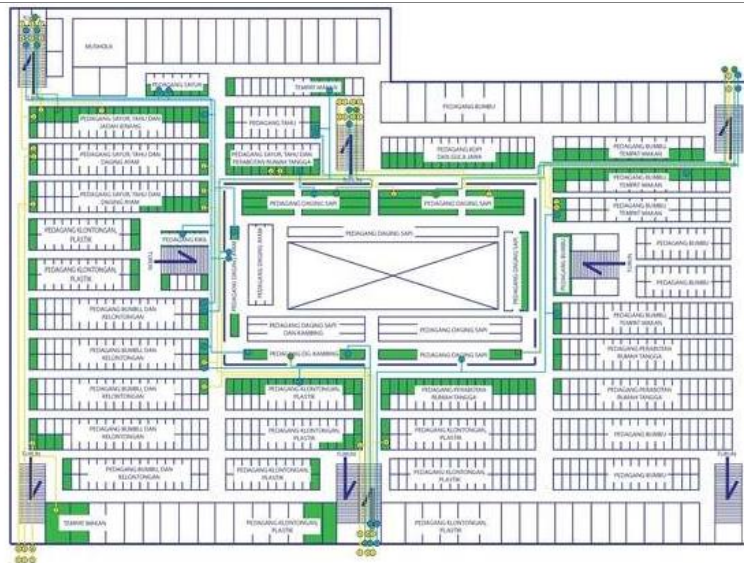
PRIBADI/RUMAH TANGGA

- 1 Datang memarkirkan kendaraan
- 2 Menuju los atau kios daging/sayuran/tahu/kelontong/plastik/bumbu/tempat makan
- 3 Menuju parkir dan pulang atau Menuju los atau kios daging/sayuran/tahu/kelontong/plastik/bumbu/tempat makan/tempat kopi
- 4 Menuju parkir dan pulang atau Menuju los atau kios daging/sayuran/tahu/kelontong/plastik/bumbu/tempat makan
- 5 Menuju parkir dan pulang atau Menuju los atau kios sayur/tahu/perabotan rumah tangga
- 6 Menuju parkir dan pulang

KATERING/USAHA WARUNG MAKAN

- 1 Datang memarkirkan kendaraan
- 2 Menuju los atau kios daging/sayuran/tahu/kelontong/plastik/bumbu/tempat makan
- 3 Menuju los atau kios daging/sayuran/tahu/kelontong/plastik/bumbu/tempat makan
- 4 Menuju parkir dan pulang atau Menuju los atau kios daging/sayuran/tahu/kelontong/plastik/bumbu/tempat makan
- 5 Menuju parkir dan pulang atau Menuju los atau kios sayur/tahu/kelontong/plastik/bumbu/tikil/daging
- 6 Menuju los atau kios sayuran/tahu/kelontong/plastik/bumbu/
- 7 Menuju parkir dan pulang atau Menuju los atau kios sayuran/tahu/tempat makan
- 8 Menuju los atau kios sayuran
- 9 Menuju parkir dan pulang

13.00 – 15.00 WIB



KETERANGAN.

PEDAGANG PASAR RAYA I

- 1 Memasukkan barang-barang yang dijual, membersihkan los atau kios, menutup los atau kios
- 2 Menuju parkir dan pulang

PRIBADI/RUMAH TANGGA

- 1 Datang memarkirkan kendaraan
- 2 Menuju los atau kios daging/sayuran/tahu/kelontongan/plastik/bumbu/tempat makan
- 3 Menuju parkir dan pulang atau Menuju los atau kios daging/sayuran/tahu/kelontongan/plastik/bumbu/tempat makan
- 4 Menuju parkir dan pulang atau Menuju los atau kios kelontong/plastik/bumbu/tempat makan
- 5 Menuju parkir dan pulang

KATERING/USAHA WARUNG MAKAN

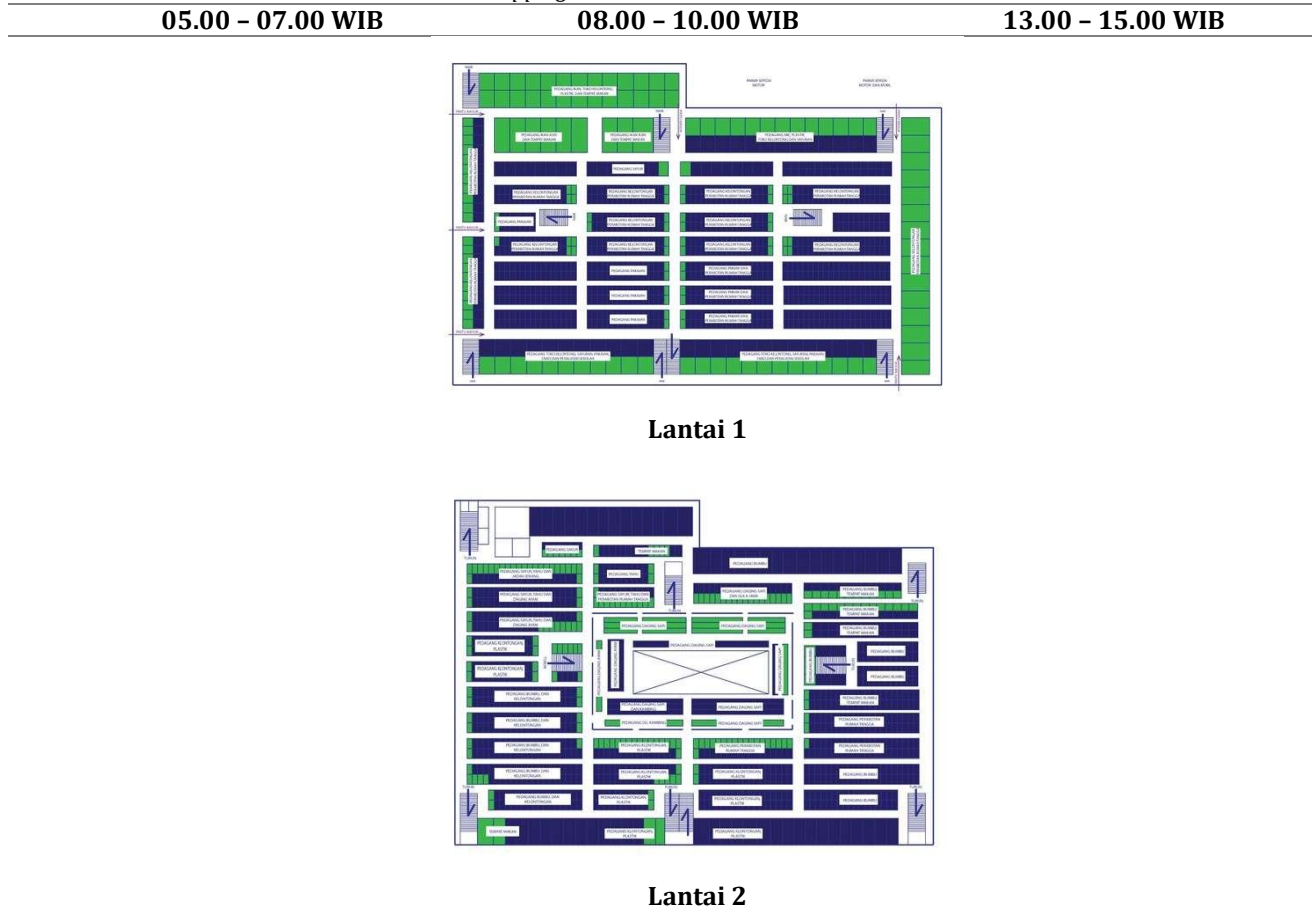
- 1 Datang memarkirkan kendaraan
- 2 Menuju los atau kios daging/sayuran/tahu/kelontongan/plastik/bumbu/tempat makan
- 3 Menuju los atau kios daging/sayuran/tahu/kelontongan/plastik/bumbu/tempat makan
- 4 Menuju parkir dan pulang atau Menuju los atau kios daging/kikil/kelontongan/plastik/bumbu/tempat makan
- 5 Menuju parkir dan pulang atau Menuju los atau kios daging/sayuran/tahu
- 6 Menuju parkir dan pulang atau Menuju los atau kios sayuran/tahu
- 7 Menuju parkir dan pulang atau Menuju los atau kios tempat makan
- 8 Menuju parkir dan pulang

Sumber: Hasil Analisis (2025)

Jika dilihat dari analisis yang dilakukan pada table titik aktivitas dengan metode pemetaan perilaku *person centered mapping* pada periode waktu 05.00 – 07.00 WIB sampai dengan 08.00 – 10.00 WIB terjadi peningkatan aktivitas pengunjung namun hanya 4 titik zona saja yang mengalami peningkatan aktivitas pengunjung sedangkan di zona lain tidak ada peningkatan aktivitas pengunjung bahkan terdapat beberapa ruko, kios, los yang tidak dilewati oleh pengunjung sehingga tidak terjadi aktivitas di zona tersebut. Sedangkan pada periode waktu 13.00 – 15.00 WIB terjadi penurunan aktivitas pengunjung di 4 titik zona karena terdapat beberapa pedagang juga yang sudah tutup di periode waktu tersebut namun di zona lain tidak ada peningkatan aktivitas pengunjung bahkan terdapat beberapa ruko, kios, los yang tidak dilewati oleh pengunjung sehingga tidak terjadi aktivitas di zona tersebut.

Kemudian setting perilaku yang akan dianalisis di dalam penelitian ini ditinjau dari bagaimana reaksi individu terhadap sebuah rangsangan yang berasal lingkungan Pasar Raya I Salatiga dan bagaimana pengaruh arsitektur dengan perilaku. Analisis ini dilaksanakan melalui penggunaan metode pemetaan perilaku *place centered mapping* berdasarkan studi lapangan yang sudah dilakukan pada jam operasional pasar tersebut. Tingkat ketertarikan pembeli dalam penelitian ini dapat dilihat dari tingkat berdasar tempat yang paling sering dikunjungi ataupun diminati pembeli pada periode waktu tersebut ditandai dengan perbedaan warna untuk zona yang paling banyak dikunjungi dengan yang paling sedikit bahkan tidak dikunjungi oleh pembeli.

Table 5.Titik Aktivitas Metode *Place Centered Mapping*



Sumber: Hasil Analisis (2025)

Jika dilihat dari table titik aktivitas dengan metode pemetaan perilaku *place centered mapping*, menunjukkan bahwa area yang berwarna hijau adalah area yang terjadi aktivitas pasar dimana area tersebut dilewati atau terlihat oleh pengunjung/pembeli ketika akan menuju toko/kios/los yang dituju, sebagian besar area yang dikunjungi pada L.1 bangunan yaitu area depan pada pasar sedangkan pada L.2 bangunan yaitu area di sekitar los pedagang daging. Sedangkan area yang berwarna biru menunjukkan area yang jarang dilewati atau bahkan tidak dilewati dan terlihat oleh pengunjung/pembeli.

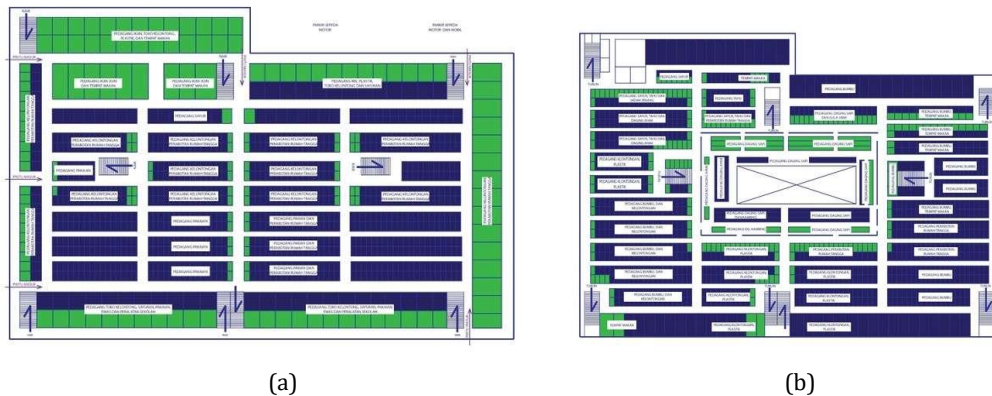
D. Analisa Tata Ruang dalam Pasar

Organisasi Ruang

Ching, D.K Francis, (2000) menguraikan bahwasanya ruang lingkup dari suatu desain interior terbatas akan pengaturan desain ruang dan tata letak. Tata letak ruang atau yang berhubungan dengan organisasi ruang menjadi perhatian utama dalam penelitian ini. Menurut Ching, D.K Francis (2000), organisasi ruang dapat dibedakan menjadi 5 bagian yaitu :

1. *Organisasi Terpusat* : sebuah ruang utama yang dominan, yang dikelilingi sejumlah ruang sekunder yang terorganisir.
2. *Organisasi Linear* : sebuah sekuen ruang linear yang berulang
3. *Organisasi Radial* : sebuah ruang terpusat yang berfungsi sebagai pusat organisasi – organisasi linear ruang yang meluas secara radial.
4. *Organisasi Terklaster* : ruang – ruang yang dibagi menjadi bagian – bagian berdasarkan tanda pengenalan atau hubungan visual bersama

5. *Organisasi Grid* : ruang – ruang yang disusun di dalam area sebuah grid struktur ataupun struktur tiga dimensi lainnya.



Gambar 2. (a) Denah Lantai 1 Pasar Raya I Salatiga, (b) Denah Lantai 2 Pasar Raya I Salatiga
Sumber: Hasil Analisis (2025)

Berdasarkan denah Pasar Raya I Salatiga, bangunan Pasar Raya I Salatiga ini menggunakan organisasi ruang linear yaitu sebuah sekuen ruang yang berulang, yang memiliki luasan los 1,5 m², kios 2 m², kios 6 m², kios 9 m², dan ruko 12 m². Jika dilihat dari Gambar.2 Organisasi ruang linear pada Pasar Raya I Salatiga masih belum optimal dalam tatanan ruang Pasar Raya I Salatiga dikarenakan masih adanya ruang – ruang yang berada di zona deadspot yang ditandai dengan blok warna biru yaitu ruko/kios/los yang frekuensi pengunjung melewati ruko/los/kios tersebut lebih sedikit atau bahkan tidak ada pengunjung yang melewati ruko/los/kios tersebut. Hal ini dikarenakan jika dilihat dari Gambar.2 organisasi ruang linear pada Pasar Raya I Salatiga terpecah oleh percabangan sirkulasi yang menyebabkan beberapa sirkulasi tersier tidak digunakan atau tidak dilalui oleh pengunjung.

Pengelompokan Komoditas Sejenis



Gambar 3. Pengelompokan Komoditas Sejenis dan Tidak Sejenis
Sumber: David Dewar and Vanessa Watson (1990)

Pengelompokan komoditas serupa di pasar dapat memberikan dampak keberlanjutan pada beberapa titik area komoditas terkait. Dengan dikelompokkannya komoditas dagang sesuai dengan barang yang diperdagangkan dapat menjadikan pengunjung tidak perlu mencari kebutuhan yang sama di titik area yang lain. Untuk mempermudah penataan komoditas dan mengurangi dampak dari pergeseran zonasi yang telah terbentuk, pembagian zonasi digunakan untuk mengkategorikan setiap kategori barang yang diperdagangkan berdasarkan jenis barang dagangannya. (David Dewar and Vanessa Watson 1990) dalam (Adhiatma Pradhipta, Rr. Haru Agus Razziati, and Rinawati P. Handajani 2015)

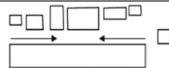
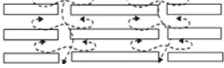
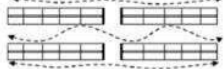
Jika dilihat dari denah Pasar Raya I Salatiga pada Gambar 2. Sebagian besar pedagang belum dikelompokkan sesuai dengan barang dagangannya. Masih terdapat beberapa barang dagangan yang sejenis terpecah dan tidak berada di satu zona yang sama. Hal ini pula menjadi salah satu factor terbentuknya ruang terpinggirkan atau *dead spots* karena tidak adanya pemerataan sehingga

pedagang – pedagang yang berada di area yang jarang dilewati oleh pembeli berpotensi kecil untuk dapat menjual dagangannya seperti pedagang yang berada di area yang sering dilewati oleh pembeli. Karena tidak dikelompokkannya para pedagang sesuai dengan barang dagangannya juga berdampak pada alur pergerakan pengunjung yang memilih untuk mengunjungi toko/ruko/los yang mudah diketahui, dan terlihat oleh pengunjung ketika memasuki area pasar.

E. Analisa Keterkaitan Sirkulasi Terhadap Tata Ruang Dalam Pasar dan Terbentuknya Ruang Mati (*Dead spot*) Ruang Terpinggirkan

Menurut (David Dewar and Vanessa Watson 1990), ruang terpinggirkan (*spatial marginalization*) merupakan permasalahan yang kerap dijumpai dan berkaitan akan layout sebuah ruang pada pasar (*dead spot*). Layout itu berkaitan akan pergerakan pengunjung di pasar yang berhubungan akan tata ruang ruko, kios, dan los. Pergerakan atau sirkulasi di pasar bisa mempengaruhi seberapa sering ataupun tidak sering ruko, kios, dan los dikunjungi ataupun dilewati oleh calon pembeli, sehingga kemungkinan ruko, kios, dan los di dalam pasar mati karena jarang pembeli kunjungi. Terdapat 4 bentuk dari (*dead spots*) yang wajib diperhatikan dalam mengamati sebuah pasar (David Dewar and Vanessa Watson 1990), antara lain :

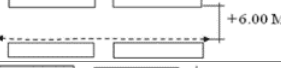
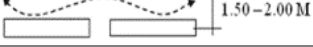
Table 6. *Dead spot* pada Pasar

No	Keterangan	Gambar
1.	<i>Dead spots</i> yang terjadi karena bentuk pasar yang tidak bersebelahan atau terpecah (cause by a non contiguous, fragmented market form)	
2.	<i>Dead spots</i> yang terjadi karena toko dan kios saling berhadapan dan membentuk pola siku	
3.	<i>Dead spots</i> yang terjadi karena banyaknya pertemuan/percabangan jalur sirkulasi pengunjung	
4.	<i>Dead spots</i> yang terjadi karena terlalu banyak jalur sirkulasi pengunjung	

Sumber: David Dewar and Vanessa Watson (1990)

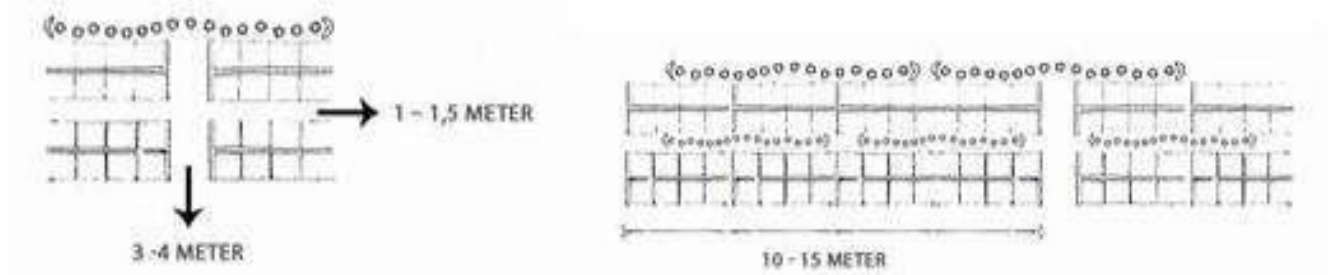
Disamping permasalahan (*dead spots*), panjang ruko, kios, dan los serta lebar jalur sikulasi yang berpengaruh pada pergerakan pelanggan di dalam pasar, ada sejumlah hubungan dan contoh fenomenanya (David Dewar and Vanessa Watson 1990) antara lain :

Table 7. *Dead spot* pada Pasar

No	Keterangan	Gambar
1.	Terlalu pendeknya jalur untuk pergerakan pembeli	
2.	Terlalu panjangnya jalur untuk pergerakan pembeli	
3.	Terlalu lebar dan panjangnya jalur untuk pergerakan pembeli	
4.	Terlalu sempitnya jalur untuk pergerakan pembeli	

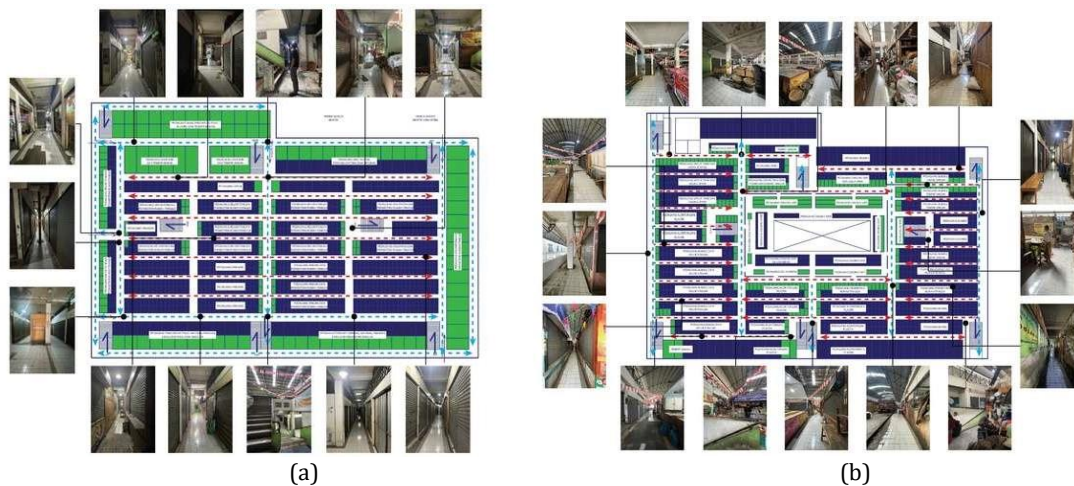
Sumber: David Dewar and Vanessa Watson (1990)

Sirkulasi



Gambar 4. Dimensi Lebar Sirkulasi Utama dan Sekunder yang Efektif
Sumber: David Dewar and Vanessa Watson (1990)

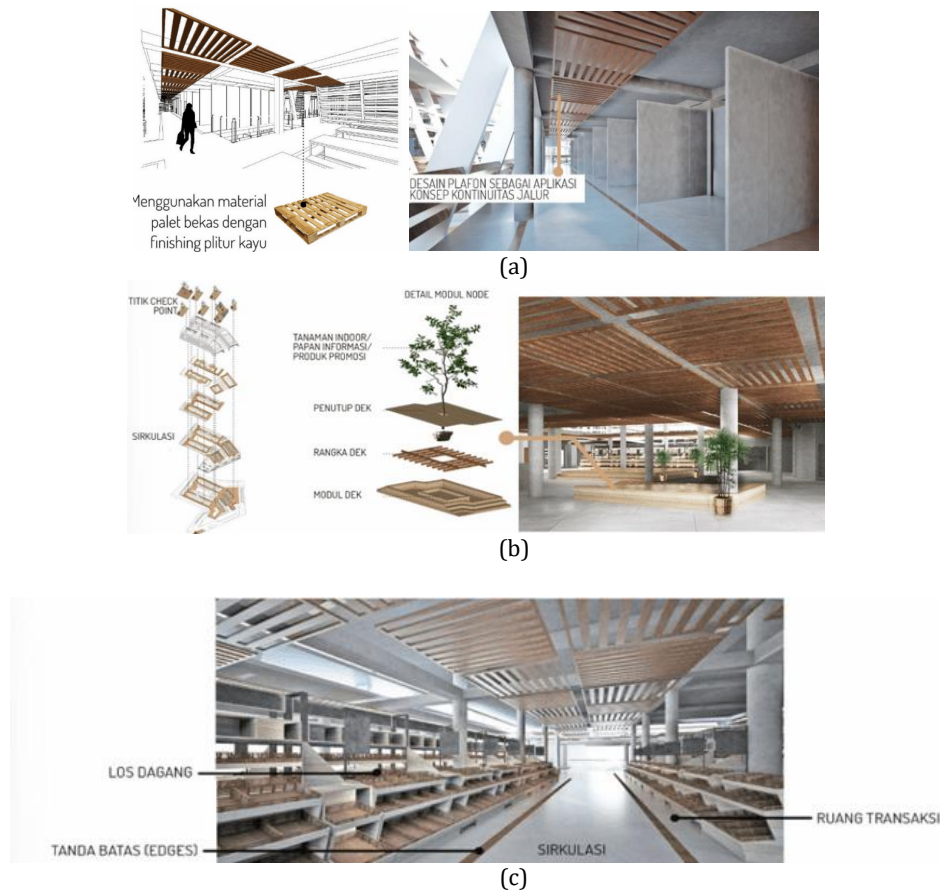
Selain organisasi ruang, sirkulasi juga ialah akses guna mengarahkan kegiatan di dalam pasar yang wajib dirancang secara baik dan benar untuk menciptakan tatanan yang efektif bagi kegiatan di dalam pasar. Besaran sirkulasi utama pada pasar yakni 3 – 4 meter dan sirkulasi sekunder mempunyai besaran 1,5 – 2 meter. Panjang los untuk pasar 10 – 15 meter serta kios 20 – 30 meter (David Dewar and Vanessa Watson 1990)



Gambar 4. (a) Banyaknya Pertemuan Jalur Sirkulasi pada Lantai 1, (a) Banyaknya Pertemuan Jalur Sirkulasi pada Lantai 2
Sumber: Hasil Dokumentasi Lapangan (2025)

Pada gambar 6. sirkulasi utama ditunjukkan dengan garis panah warna biru dengan lebar jalan yaitu 2 – 3 meter, sedangkan sirkulasi tersier ditunjukkan dengan garis panah warna merah dengan lebar jalan 1 – 1,5 meter. Jika dilihat dari skema analisis titik aktivitas dengan menggunakan *placed centered mapping* di dalam Pasar Raya I Salatiga terdapat banyak percabangan sirkulasi pada Gambar 4. yang menjadikan arus pengunjung terpecah dan mengakibatkan beberapa jalur sirkulasi tidak dipergunakan misalnya sirkulasi tersier. Terpecahnya alur pengunjung saat memasuki sebuah bangunan pasar dapat berdampak pada efisiensi pintu masuk. Sehingga para pedagang yang berjualan di area sirkulasi tersier berada di zona *dead spots* karena area tersebut merupakan area yang paling jarang dikunjungi atau terlewat oleh pembeli. Jika dilihat dari Gambar 4. zona yang frekuensi pengunjungnya lebih sering melewati ditandai dengan ruko/los/kios dengan blok hijau, sedangkan zona yang frekuensi pengunjungnya lebih sedikit atau bahkan tidak ada pengunjung yang melewati ruko/los/kios tersebut ditandai dengan blok biru dan bisa disebut dengan zona *dead spots*.

F. Rekomendasi Desain



Gambar 5. (a) Rekomendasi Jalur Continue (b) Rekomendasi Titik Pemberhentian (c) Rekomendasi tanda batas
Sumber : Jurnal Senthong, Vo. 1, Juli (2018)

Dari analisa yang sudah dilakukan tersebut Pasar Raya I Salatiga masih membutuhkan penataan ulang ruang – ruang Pasar Raya I Salatiga untuk meminimalisir ruang – ruang terpinggirkan (*deadspot*) yang berdampak pada pedagang yang berada di zona *deadspots*. Rekomendasi desain Penataan ulang Pasar Raya I Salatiga dapat dilakukan dengan merekayasa sirkulasi dengan memberikan tanda atau pola dengan berdasarkan unsur peta mental dalam arsitektur perilaku. Tanda/pola tanda tersebut dalam tinjauan arsitektur perilaku : (a) jalur yang continue sebagai jalur penghubung, (b) titik pemberhentian, dan (c) tanda batas (*edges*) sebagai pembatas batas area spasial (Bagus, Musyawaroh, and Kusumaningdyah 2018)

KESIMPULAN

Hasil dari penelitian ini berdasarkan analisis yang sudah dilakukan menunjukkan bahwa desain penataan desain ruang dan sirkulasi Pasar Raya I Salatiga saat ini tidak termanfaatkan secara optimal dikarenakan faktor - faktor yang menyebabkan terdapat sejumlah ruangan yang tidak difungsikan dan berada di area terpinggirkan (*deadspots*) yaitu penataan ruang /organisasi ruang yang belum terbentuk, dan belum dikelompokkan sesuai dengan barang dagangannya. Ruang – ruang ini dibentuk secara linear namun belum dikelompokkan berdasarkan barang dagangannya pada satu zonasi yang sama sehingga terdapat beberapa pedagang yang akhirnya berada di zona – zona *deadspot* atau zona yang jarang dikunjungi oleh pengunjung sehingga menciptakan ruang –

ruang terpinggirkan. Selain itu sirkulasi juga menjadi salah satu faktor yang berpengaruh terciptanya ruang ruang terpinggirkan. Gambar 4, adanya percabangan sirkulasi di dalam Pasar Raya I Salatiga membuat arus pengunjung terpecah menyebabkan beberapa sirkulasi tersier tidak digunakan atau tidak dilalui oleh pengunjung sehingga para pedagang yang berada di jalur tersebut berada di zona deadspot karena jarang nya pengunjung yang melewati jalur tersebut. Dari analisa yang sudah dilakukan tersebut Pasar Raya I Salatiga masih membutuhkan penataan ulang ruang – ruang Pasar Raya I Salatiga untuk meminimalisir ruang – ruang terpinggirkan (*deadspot*) yang berdampak pada pedagang yang berada di zona *deadspots*. Rekomendasi desain Penataan ulang Pasar Raya I Salatiga dapat dilakukan dengan merekayasa sirkulasi dengan memberikan tanda atau pola dengan berdasarkan unsur peta mental dalam arsitektur perilaku. Tanda/pola tanda tersebut dalam tinjauan arsitektur perilaku : (a) jalur yang continue sebagai jalur penghubung, (b) titik pemberhentian, dan (c) tanda batas (edges) sebagai pembatas batas area spasial Gambar 5.

DAFTAR REFERENSI

- Adhiatma Pradhipta, Rr. Haru Agus Razziati, and Rinawati P. Handajani. 2015. "Penataan Pola Tata Ruang Dalam Pasar Legi Tradisional Kota Blitar." *Universitas Brawijaya Malang* Vol. 3 No.4.
- Anthonius N. Tandal, and I Pingkan P. Egam. 2011. "Arsitektur Berwawasan Perilaku (BEHAVIORISME)." *MEDIA MATRASAIN* Vol. 8 No.1.
- Bagus, Wahyu, Musyawaroh, and Nurul Kusumaningdyah. 2018. "Penerapan Desain Arsitektur Perilaku Pada Perancangan Redesain Pasar Pangungrejo Surakarta." *SENTHONG* Vol. 1 No.2.
- David Dewar, and Vanessa Watson. 1990. *Urban Markets Developing Informal Retailing*.
- Dinas Komunikasi dan Informasi. 2023. "Jumlah Pedagang Dan Luasan Pasar Kota Salatiga."
- Dr. H. Zuchri Abdussamad, S.I.K., M.Si. 2021. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Makassar: Syakir Media Press.
- Ezra Oktaviani.S, Armelia Dafrina, and Yenny Novianti. 2022. "Kajian Arsitektur Perilaku pada Sirkulasi Penggunaan Ruang Pasar Tradisional Lawe Sigalagala." *Seminar Nasional Fakultas Teknik Universitas Malikussaleh*.
- Fariz Nizar, and Adi Sasmito. 2021. "Pengaruh Setting Ruang Terhadap Perilaku Pengguna Dengan Pendekatan Behavioral Mapping." *Merdeka Indonesia Journal International (MIJI)* 1.
- Francis D.K, Ching. 2000. *Arsitektur : Bentuk, Ruang, Dan Tatanan*.
- Gisela Rosa Octavia. 2020. "Pengembangan Pasar Raya I di Kota Salatiga." *Universitas Atma Jaya Yogyakarta*.
- Habiburrahman, Dr. Nurhayati, S.T., M.T, Dr-Ing. Ir. Slamet Widodo, M.T, and Dr. Ir. Marsudi, MT. 2017. "Kajian Penataan Ruang Pada Kios atau Ruko Lantai Dua Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Mawar Kota Pontianak)." *Jurnal Teknik Sipil* Vol. 17 No.1.
- Heriyanto. 2018. "Thematic Analysis sebagai Metode Menganalisa Data untuk Penelitian Kualitatif." *ANUVA* Vol. 2.
- Julianne Andreina Kurniawan. 2018. "Perancangan Sekolah Luar Biasa C-C1 Bagi Anak Tunagrahita Di Kabupaten Kulon Progo Daerah Istimewa Yogyakarta." *Universitas Atma Jaya Yogyakarta*.
- Moh. Mujibur Rohman, Gregorio Antonny Bani, and Mario Donald Bani. 2023. "Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif : Teori Dan Praktik Get Press Indonesia." *Get Press Indonesia*.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. n.d. "Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern."
- Rizky Maulana Ibrahim, and Angger Sukma Mahendra. 2018. "Arsitektur Pasar Dan Manusia Sebagai Penggerak Peradaban Kota." *JURNAL SAINS DAN SENI ITS* 7.
- Titin Agustin Nengsih, Fani Kurniawan, and Ahmad Syukron Prasaja. 2021. "Analisis Perbandingan Keputusan Membeli di Pasar Tradisional dan Modern." *IJIEB: Indonesian Journal of Islamic Economics and Business* Vol. 6 No.1.