

Pengembangan Lokasi Pasar Tradisional di Kota Tasikmalaya

Darwis Darmawan

darwisdarmawan@unsil.ac.id

Jurusan Pendidikan Geografi, Universitas Siliwangi Tasikmalaya

ABSTRACT

The economic force in Tasikmalaya City is dominated by trading and processing industries through trade, hotel and restaurant sector. To compensate the increase of those economic sector, the quality and quantity of traditional markets necessary to be more improved. This study aims to analyze the direction of development of traditional market location in Tasikmalaya City. This research uses descriptive analysis method. The data used are primary and secondary data collected through observation, field survey, interview, and literature study. Population and sample in this research is community around market by using Random Sampling method. Result of research indicate that development of location of Traditional Market in Tasikmalaya City is in accordance with Spatial Plan of Area (RTRW) Tasikmalaya City. The form of market development is to improve the quality of market facilities in order to compete with the super market.

Keywords: location, traditional market, Tasikmalaya City.

ABSTRAK

Kekuatan ekonomi di Kota Tasikmalaya didominasi oleh usaha perdagangan dan industri pengolahan melalui sektor perdagangan, hotel dan restoran. Untuk mengimbangi peningkatan sektor ekonomi tersebut, maka kualitas dan kuantitas pasar tradisional perlu ditingkatkan lagi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis arah pengembangan lokasi pasar tradisional di Kota Tasikmalaya. Metode yang digunakan adalah metode analisis deskriptif. Data yang digunakan merupakan data primer dan sekunder yang dikumpulkan melalui observasi, survey lapangan, wawancara, dan studi literatur. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat sekitar pasar dengan menggunakan metode Random Sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan lokasi Pasar Tradisional di Kota Tasikmalaya sudah sesuai dengan Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kota Tasikmalaya. Adapun bentuk pengembangan pasar adalah peningkatan kualitas fasilitas pasar agar dapat bersaing dengan super market.

Kata Kunci: lokasi, pasar tradisional, Kota Tasikmalaya.

PENDAHULUAN

Salah satu elemen yang sangat penting dari keberadaan suatu kota atau suatu pusat wilayah adalah adanya pasar atau tempat berkumpul dan bertransaksi antara para pedagang dan masyarakat yang akan memenuhi kebutuhan hidupnya. Tidak ada suatu permukiman tanpa fasilitas yang mendukung kegiatan perdagangan seperti pasar, pertokoan dan warung. Untuk kota-kota besar dimana jumlah penduduk dengan tingkat pendapatan yang tinggi cukup banyak

ditemui Mall atau Super-market yang dikelola secara modern. *Traditional market management involves many parties working in local government units with the ownership status of the rental kiosk or stall. In contrasts, as for modern markets, the management is controlled by the investor, and there are several types of ownership, ranging from private ownership as well as cooperation with the government [1].*

Sebaliknya di wilayah yang dominan perdesaan pasar tradisional

merupakan fasilitas yang diperlukan yang kadang-kadang hanya buka seminggu sekali atau dua kali.

Kota Tasikmalaya memasuki tahun ke-16 semenjak berdiri pada tanggal 17 Oktober 2001 berdasarkan Undang-undang Nomor 10 Tahun 2001. Dalam perjalanannya Kota Tasikmalaya telah tumbuh menjadi kota pusat perdagangan dan industri termaju di wilayah Priangan Timur. Kekuatan ekonomi terbesar saat ini didominasi oleh usaha perdagangan dan industri pengolahan melalui sektor perdagangan, hotel dan restoran. Artinya, hampir separuh perekonomian Kota Tasikmalaya digerakkan industri tersebut.

Laju pertumbuhan ekonomi Kota Tasikmalaya secara agregat, kuantitas output perekonomiannya meningkat. Sektor perdagangan, hotel dan restoran menempati urutan kedua setelah sektor bangunan dalam pertumbuhan sektoral, namun mempunyai sumber pertumbuhan ekonomi terbesar Kota Tasikmalaya. Tingginya kontribusi sektor perdagangan, hotel dan restoran tidak terlepas dari pesatnya pertumbuhan pasar baik pasar rakyat maupun toko modern, serta meningkatnya jumlah dan kualitas hotel dan restoran yang ada di Kota Tasikmalaya. Seiring dengan perkembangan global sekarang ini, kondisi pasar tradisional selain kualitas yang perlu ditingkatkan, secara kuantitas juga masih sangat sedikit. Berkurangnya jumlah permintaan sejalan dengan semakin tingginya biaya transportasi dan jauhnya jarak [2].

Berdasarkan data yang ada, pasar rakyat yang dikelola Pemerintah Kota Tasikmalaya melalui PD Pasar Resik baru berjumlah 8 (delapan) buah. Ditambah laju pertumbuhan jumlah penduduk Kota Tasikmalaya yang semakin bertambah, kebutuhan adanya pasar untuk menunjang kebutuhan perekonomian sangat diperlukan.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Mendeskripsikan kondisi pasar tradisional

di Kota Tasikmalaya; (2) Menganalisis pengembangan lokasi pasar tradisional di Kota Tasikmalaya; dan (3) Menganalisis arahan pengembangan pasar tradisional di Kota Tasikmalaya.

KAJIAN LITERATUR

Konsep Pasar Tradisional

Pasar adalah tempat bertemunya pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi jual beli barang atau jasa. Menurut ilmu ekonomi, pasar berkaitan dengan kegiatannya, bukan tempatnya. Ciri khas sebuah pasar adalah adanya kegiatan transaksi atau kegiatan jual beli. Para konsumen datang ke pasar untuk berbelanja dengan membawa uang untuk membayar harganya. Pasar adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk berbelanja dan kemauan untuk membelanjakannya [3].

Kriteria Penentuan Lokasi Pasar

Bagi konsumen, jarak ke pasar merupakan faktor yang harus dipertimbangkan untuk memutuskan mengunjungi suatu pasar. *The buyers care about the physical distance to the market* [4]. Selain itu, lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen [5]. Jarak berpengaruh terhadap waktu tempuh. Semakin dekat jaraknya, maka semakin singkat pula waktu tempuhnya. Oleh karena itu, lokasi dari sebuah pasar perlu mempertimbangkan jaraknya dari permukiman masyarakat.

Lokasi sebuah pasar merupakan faktor yang penting/ berpengaruh pada keberhasilan pasar tersebut. Tiga faktor utama yang mempengaruhi lokasi pada skala kota adalah [6]:

1. *Location of generator of population movement* (lokasi yang menimbulkan pergerakan populasi/orang). Suatu pasar mampu berkembang secara baik karena berada pada lokasi yang begitu dekat dengan pergerakan orang banyak. Pasar yang paling berhasil berada pada CBD (*central*

business district) dan kumpulan pedagang formal yang lain, pusat/konsentrasi industri, sekitar terminal transportasi umum (terminal bus, station kereta api, dsb) serta lokasi yang memiliki kepadatan penduduk yang tinggi.

2. *Sources of supply* (lokasi yang dekat dengan sumber-sumber persediaan barang yang diperjualbelikan).
3. *Location of consumers* (lokasi yang dekat dengan pembeli/pengguna pasar).

Pembangunan pasar bertujuan untuk melayani kebutuhan konsumen kota semudah/sedekat mungkin. Hal tersebut dapat dianalisis secara spasial agar pemenuhan kebutuhan melalui pasar tradisional menjadi lebih efektif. Anselin menyebutkan bahwa, "Pendekatan ekonomi spasial menekankan interaksi antara lokasi lingkungan dengan aktivitas ekonomi, terutama pada masalah-masalah kota dan pasar serta isu-isu penggunaan lahan" [2].

Lokasi pasar sebaiknya mudah dijangkau oleh konsumen pasar, baik yang menggunakan kendaraan pribadi, pejalan kaki maupun yang menggunakan angkutan umum. Proses penentuan lokasi pasar merupakan proses yang sangat penting sebagai bentuk pengambilan keputusan strategis pemanfaatan ruang dan pemenuhan kebutuhan masyarakat oleh para pengambil keputusan. Kegiatan pemilihan lokasi merupakan kegiatan yang penting karenanya masing-masing *stakeholder* harus memegang peranan besar.

Kriteria yang harus dipenuhi dalam menentukan lokasi pusat perbelanjaan [7] adalah (1) Kedekatan terhadap pangsa pasar; (2) Kedekatan terhadap bahan baku (*supply*); (3) Ketersediaan tenaga listrik dan air; (4) Ketersediaan modal; (5) Iklim Perlindungan terhadap kebakaran, perlindungan polisi dan pelayanan kesehatan; (6) Perumahan / pemukiman penduduk Sikap masyarakat; (7)

Peraturan setempat; dan (8) Pertumbuhan kota di masa yang akan datang.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, yang bertujuan untuk mengkaji masalah yang terjadi saat sekarang dengan cara mengumpulkan data, menyusun dan mengklasifikasikan data, kemudian dianalisis. Selain itu digunakan juga metode pendekatan *Participatory Planning*. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah survey lapangan (*Field Study*), Wawancara (*Interview*), studi dokumentasi, dan studi literatur.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif untuk menggambarkan kondisi pasar tradisional yang ada di Kota Tasikmalaya. Analisis Lokasi untuk menentukan pengembangan lokasi pasar tradisional di 10 (sepuluh) Kecamatan di Kota Tasikmalaya. Analisis SWOT untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman bagi pengembangan lokasi pasar tradisional berbasis masyarakat di Kota Tasikmalaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Kondisi Pasar di Kota Tasikmalaya

Deskripsi Pasar Cikurubuk

Pasar Cikurubuk adalah salah satu Pasar Tradisional terbesar yang ada di Tasikmalaya, di bangun pada tahun 1994 menempati lahan seluas 43.120 m², berlokasi di 7°20'20.58"S 108°12'11.23"T. Pasar Cikurubuk dirancang sebagai Pasar Induk yang memiliki beberapa fungsi yaitu sebagai Pasar grosir dan eceran, sebagai penunjang transportasi, Pasar Cikurubuk dijadikan lintasan angkutan kota dari beberapa rute yang ada serta ditunjang pula oleh salah satu sub terminal bagi mikro Bis dan Elf untuk tujuan ke selatan, secara geografis Pasar Cikurubuk berada di wilayah administratif Kecamatan

Mangkubumi, Kelurahan Linggajaya, Kota Tasikmalaya.

Di pasar ini terdapat lebih dari 2.772 pedagang pasar yang terdaftar dan belum termasuk pedagang kaki lima di lapak-lapak pedagang kaki lima. Barang dagangan yang diperdagangkan disini, beranekaragam. Mulai dari makanan kecil, sayur mayor dan buah-buahan segar sampai aksesoris dan pakaian jadi tersedia di sini dengan harga yang sangat terjangkau. Banyak pedagang eceran ataupun warung yang membeli barang dagangan atau pun bahan baku dagangan mereka di tempat ini karena barangnya beranekaragam dan murah, belum lagi bila membeli dalam partai besar atau grosiran yang memang banyak pula bersebaran di Pasar Cikurubuk tersebut.

Baru – baru ini sempat terjadi musibah kebakaran yang menghancurkan Blok A-2 dan Blok B. Namun pemerintah dan developer segera bertindak sehingga dalam waktu singkat, kurang lebih 4 bulan, blok tersebut telah dibangun kembali dan pedagang Blok tersebut yang sementara harus berjualan di Blok A-1 dan sekitarnya dapat kembali menempati lokasi usaha mereka seperti semula.

Deskripsi Pasar Pancasila

Pasar Pancasila berada di $7^{\circ}19'31.82''S$ & $108^{\circ}13'43.41''T$ Kecamatan Tawang Kota Tasikmalaya, kondisi letak Pasar Pancasila ini berada dengan Terminal Pancasila, terminal untuk angkutan dalam kota dan merupakan daerah transit Ciamis – Tasikmalaya. Wilayah pasar pancasila ini ada sejak dari tahun 1995, dengan luas 5.006 m², dengan jumlah kios ada 299 kios, jenis dagangan yang dijual di pasar Pancasila ini cukup beragam, yaitu sembako, pakaian, kosmetik, bahan-bahan setengah jadi dan lain sebagainya. Operasi pasar mulai pukul 02.00 – 17.00 WIB, akan tetapi pedagang PKL hanya beroperasi pukul 02.00 – 08.00 WIB dan

untuk pedagang pakaian pukul 08.00 – 17.00 WIB.

Kondisi kios-kios yang ada di dalam pasar, kurang rapi dilihat dari kondisi bangunan sudah mulai rusak, jarak antar kios pun cukup rapat, serta ukuran untuk pejalan kaki relatif sempit, sehingga di saat kondisi, seperti menjelang Idul Fitri pasar tersebut menjadi sesak. Dengan kondisi antar kios yang berdempetan tersebut, ada beberapa kios-kios yang dirasa kurang nyaman yaitu dengan bersatunya lokasi kios-kios dengan sembako yang kebanyakan kios-kios tersebut pedagang PKL yang membangun bangunan sendiri di luar bangunan pasar, sehingga menimbulkan bau yang kurang enak, disaat konsumen hanya akan membeli pakaian.

Deskripsi Pasar Gegernoong

Pasar Gegernoong berada di $7^{\circ}23'8.31''S$ $108^{\circ}14'1.39''T$ kawasan Kecamatan Tamansari Kota Tasikmalaya. Wilayah pasar Gegernoong ini ada sejak dari tahun 1999, dengan luas 1.000m², dengan jumlah kios ada 91 kios, jenis dagangan yang dijual di pasar Gegernoong ini cukup beragam, yaitu sembako, pakaian, kosmetik, bahan-bahan setengah jadi dan lain sebagainya.

Operasi pasar mulai pukul 04.00 – 17.00 WIB, akan tetapi pedagang PKL hanya beroperasi pukul 04.00 – 08.00 WIB dan untuk pedagang pakaian pukul 08.00 – 17.00 WIB. Pada awal bulan Agustus 2017 akan mengalami relokasi untuk renovasi bangunan pasar. Kondisi kios-kios yang ada di dalam pasar, kurang rapi dilihat dari kondisi bangunan sudah mulai rusak, jarak antar kios pun cukup rapat, serta ukuran untuk pejalan kaki relatif sempit, sehingga di saat kondisi, seperti menjelang Idul Fitri pasar tersebut menjadi sesak.

Dengan kondisi antar kios yang berdempetan tersebut, ada beberapa kios-kios yang dirasa kurang nyaman yaitu dengan bersatunya lokasi kios-kios dengan sembako yang kebanyakan kios-

kios tersebut pedagang PKL yang membangun bangunan sendiri di luar bangunan pasar, sehingga menimbulkan bau yang kurang enak, di saat konsumen hanya akan membeli pakaian. Kondisi drainase tidak berfungsi, kondisi jalan pasar relatif baik.

Deskripsi Pasar Padayungan

Pasar Padayungan berada di $7^{\circ}21'1.51''S$ $108^{\circ}13'1.34''T$ kawasan Kecamatan Cihideung Kota Tasikmalaya, kondisi letak Pasar Padayungan ini berada dengan Terminal Padayungan yang merupakan subterminal menghubungkan Kota Tasikmalaya dan Kabupaten Tasikmalaya Selatan. Wilayah pasar Padayungan ini ada sejak dari tahun 1995, dengan luas 9.000 m^2 , dengan jumlah kios ada 261 kios, jenis dagangan yang dijual di pasar Padayungan ini cukup beragam, yaitu sembako, pakaian, kosmetik, bahan-bahan setengah jadi dan lain sebagainya. Operasi pasar mulai pukul 04.00 – 17.00 WIB, akan tetapi pedagang PKL hanya beroperasi pukul 02.00 – 08.00 WIB dan untuk pedagang pakaian pukul 08.00 – 17.00 WIB.

Kondisi kios-kios yang ada di dalam pasar, kurang rapi dilihat dari kondisi bangunan sudah mulai rusak, jarak antar kios pun cukup rapat, serta ukuran untuk pejalan kaki relatif sempit. Dengan kondisi antar kios yang berdempetan tersebut, ada beberapa kios-kios yang dirasa kurang nyaman yaitu dengan bersatunya lokasi kios-kios dengan sembako yang kebanyakan kios-kios tersebut pedagang PKL yang membangun bangunan sendiri di luar bangunan pasar, sehingga menimbulkan bau yang kurang enak, di saat konsumen hanya akan membeli pakaian.

Deskripsi Pasar Indihiang

Pasar Indihiang berada di $7^{\circ}17'22.87''S$ $108^{\circ}11'34.79''T$ kawasan Kecamatan Indihiang Kota Tasikmalaya, letak Pasar Indihiang ini berada di sebelah selatan terminal Kota Tasikmalaya, terminal

untuk angkutan luar kota. Pasar Indihiang ini sebagai pasar komoditas khususnya masyarakat kecamatan Indihiang, akan tetapi di luar kecamatan Indihiang pun ada untuk berbelanja ke pasar Indihiang ini seperti wilayah bungursari, kecamatan mangkubumi, dan lain – lain.

Wilayah pasar ini ada sejak tahun 1997, dengan luas 6.221 m^2 , dengan jumlah kios ada 488 kios, jenis dagangan yang dijual di pasar Indihiang ini cukup beragam, yaitu sembako, pakaian, kosmetik, bahan-bahan setengah jadi dan lain sebagainya. Operasi pasar mulai pukul 02.00 – 17.00 WIB, akan tetapi pedagang PKL hanya beroperasi pukul 02.00 – 17.00 WIB dan untuk pedagang pakaian pukul 08.00 – 17.00 WIB. Kondisi jalan di pasar Indihiang banyak jalan yang berlubang, sehingga memungkinkan saat musim hujan pasar tersebut becek, jarak antar kios cukup rapat. Faktor keamanan sangat kurang, tidak ada pagar penutup area pasar, siapapun dan kapanpun bisa masuk ke dalam pasar. Untuk pembiayaan, bagi pedagang yang memiliki bangunan resmi itu dengan bayaran Rp. 42.500,- per bulan sedangkan yang PKL Rp. 2.000,- per hari.

Deskripsi Pasar Burung & Besi

Pasar burung dan besi berada di $7^{\circ}20'5.38''S$ $108^{\circ}11'59.76''T$ kawasan Kecamatan Mangkubumi Kota Tasikmalaya. Wilayah pasar burung dan besi ini ada sejak dari tahun 1997, dengan luas 4.076 m^2 , dengan jumlah kios ada 244 kios, jenis dagangan yang dijual di pasar burung dan besi ini bersifat tematik yaitu berbagai jenis burung peliharaan, dan pakan burung serta peralatan yang menunjang lainnya, seperti sangkar burung, tempat pakan burung dan aksesoris – aksesoris lainnya untuk kelengkapan burung serta terdapat arena kontes burung bertarap SNI.

Kondisi sarana prasarana toilet dan mushola tersedia dengan ukuran yang relatif besar untuk pasar ini. Akan

tetapi kondisi kualitas air kurang baik, karena nampak keruh (kuning), kondisi seperti ini dikarenakan sumber airnya itu adalah sumur gali, dengan kualitas air kurang baik, karena dulunya adalah lahan pesawahan. Kondisi jalan tidak dilapisi *paving block*, akan tetapi apabila musim hujan tidak terlalu becek karena drainase ber-jalan baik.

Deskripsi Pasar Cibeut

Pasar Cibeut berada di $7^{\circ}23'12.56''S$ $108^{\circ}11'17.49''T$ kawasan Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya. Wilayah pasar Cibeut ini ada sejak dari tahun 1930 di rehab 2006, dengan luas 696,51 m², dengan jumlah kios ada 28 kios, jenis dagangan yang dijual di pasar Pancasila ini cukup beragam, yaitu sembako, pakaian, kosmetik, bahan-bahan setengah jadi dan lain sebagainya. Operasi pasar mulai pukul 04.00 – 17.00 WIB, akan tetapi pedagang PKL hanya beroperasi pukul 04.00 – 08.00 WIB dan untuk pedagang pakaian pukul 08.00 – 17.00 WIB.

Pasar Cibeut ini merupakan komoditas perekonomian masyarakat paling utama di desa Cibeut, setiap harinya pun ramai. Yang menjadi pembeli di pasar ini tidak hanya masyarakat desa Cibeut pada khususnya akan tetapi dai wilayah Sukarame, Singaparna Kabupaten Tasikmalaya pun ke pasar ini, karena pasar ini dekat dengan perbatasan Kabupaten Tasikmalaya diantaranya, wilayah Sukaraja dan daerah sekitarnya. Sehingga pasar ini pendapatannya lebih besar dibandingkan dengan pasar Gegernoong dan pasar Padayungan.

Kondisi kios-kios yang ada di dalam pasar, cukup rapi dilihat dari kondisi bangunan terlihat masih baru, jarak antar kios berdempetan, ukuran jalan untuk pejalan kaki relatif sempit, sehingga di saat kondisi pasar ramai pasar tersebut menjadi sesak. Kondisi drainase tidak berfungsi tertutup oleh pedagang, kondisi jalan pasar relatif baik. Pembiayaan per bulan disesuaikan dengan ukuran

bangunannya Rp. 38.000,- sampai Rp. 28.000,- per bulan dan PKL di karcis Rp. 2000,- per hari.

Deskripsi Pasar Nyemplong

Pasar Nyemplong berada di $7^{\circ}23'12.56''S$ $108^{\circ}11'17.49''T$ kawasan Jl. Sariwangi Kelurahan Setiawargi Kecamatan Tamansari Kota Tasikmalaya. Memiliki Luas lahan 5.650 m² dan lahan terbangun 312 m², baru diresmikan pada tanggal 3 Mei 2017 dengan jumlah kios Terbangun permanen 26 kios serta beberapa kios non permanen, jenis dagangan yang dijual di pasar ini tidak begitu beragam, yaitu sembako, pakaian, sayur dan buah, bahan-bahan setengah jadi dan lain sebagainya. Waktu operasi pasar mulai pukul 05.00 – 12.00 WIB.

Namun karena baru berdiri, pasar ini hanya beroperasi pada hari Selasa dan Sabtu. Lokasinya sangat jauh dari wilayah perkotaan sehingga aksesibilitas sangat terbatas. Tidak ada kendaraan umum menuju lokasi pasar dengan lebar jalan yang sempit.

Pengembangan Lokasi Pasar Tradisional Kota Tasikmalaya

Analisis Pemilihan Lokasi

Berdasarkan kesesuaian pola RTRW Kota Tasikmalaya, maka lokasi yang dapat memenuhi pada kesesuaian pengembangan rencana lokasi pasar tradisional di Tasikmalaya yaitu penataan Pasar Indihiang di Kecamatan Indihiang, Pasar Pancasila di Kecamatan Tawang, Pasar Padayungan, Pasar Rel di Kecamatan Cihideung, Pasar Besi dan Pasar Burung di Kecamatan Mangkubumi, Pasar Cibeut di Kecamatan Kawalu, Pasar Gegernoong di Kecamatan Tamansari, dan Pasar Panglayungan di Kecamatan Cipedes; serta pengembangan pasar tradisional di Kecamatan



Pasar Cikurubuk



Pasar Indihiang



Pasar Burung & Besi



Pasar Pancasila



Pasar Padayungan



Pasar Cibauti



Pasar Gegernoong



Pasar Nyemplong

Gambar 1. Foto Udara Pasar Tradisional Kota Tasikmalaya (menggunakan drone)

Bungursari, Kecamatan Purbaratu, dan Kecamatan Cibereum (Paragraf 2 pasal 44 ayat 4 RTRW Kota Tasikmalaya).

Penetapan lokasi-lokasi tersebut terkategori dalam pertimbangan pengembangan bagian dari pusat-pusat pertumbuhan ekonomi yang ada di Kota

Tasikmalaya. Selain itu pemilihan lokasi tersebut ini diperkuat berdasarkan pertimbangan-pertimbangan hasil kajian terhadap kriteria pemilihan lokasi.

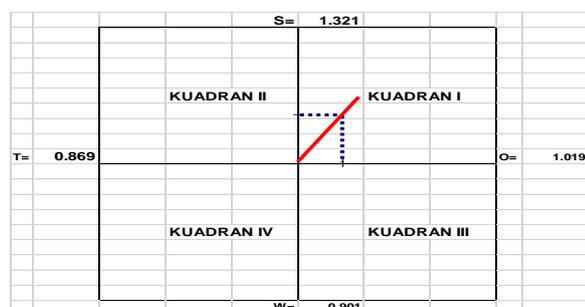
Analisis Matriks SWOT

Berbagai alternatif strategi dapat dirumuskan berdasarkan model analisis matriks SWOT. Keunggulan model ini mudah memformulasikan strategi berdasarkan gabungan faktor internal dan eksternal. Empat strategi utama yang disarankan yaitu strategi SO (*Strengths-Opportunities*), ST (*Strengths-Threats*), WO (*Weaknesses-Opportunities*), dan WT (*Weaknesses-Threats*). Analisis ini menggunakan data yang telah diperoleh dari matriks EFAS dan IFAS sebelumnya. Hasil analisisnya dapat dilihat pada Tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Total Bobot SWOT Pasar Tradisional Kota Tasikmalaya

FAKTOR STRATEGIS INTERNAL	TOTAL NILAI BOBOT
Kekuatan	1,321
Kelemahan	0,901
FAKTOR STRATEGIS EKSTERNAL	TOTAL NILAI BOBOT
Peluang	1,019
Ancaman	0,869

Sumber: hasil pengolahan data, 2017



Gambar 2. Matriks SWOT

Dengan menggunakan data pada Tabel 1, maka rencana pengembangan pasar tradisional di Kota Tasikmalaya berada pada strategi SO (*Strengths – Opportunities*), karena memberikan nilai yang paling tinggi dibanding yang lainnya, maka dengan demikian pengembangan pasar tradisional di Kota Tasikmalaya, layak untuk dilaksanakan. Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas dari kelayakan tersebut ditunjukkan oleh kurva

hasil olahan yang berada pada Kuadran I sebagaimana dapat dilihat pada gambar 2.

Arahan Pengembangan Pasar Tradisional Kota Tasikmalaya

Arahan Pengembangan

Kajian terhadap alternatif bakal lokasi Pasar Tradisional di Kota Tasikmalaya sangat penting untuk meyakinkan berbagai kalangan seperti: para investor, bank pemberi kredit, dan pemerintah yang memberikan fasilitas tata peraturan hukum dan perundang-undangan, meskipun kepentingan masing-masing tersebut tentunya dapat berbeda satu sama lain. Investor berkepentingan dalam rangka untuk mengetahui tingkat keuntungan dari investasi, bank berkepentingan untuk mengetahui tingkat keamanan kredit yang diberikan dan kelancaran pengembaliannya, pemerintah lebih menitik-beratkan manfaat dari investasi tersebut secara makro baik bagi perekonomian, pemerataan kesempatan kerja, dan lainnya.

Dengan Kajian ini akan sangat penting untuk dapat melihat pertimbangan-pertimbangan apa saja yang dapat dikaji sehingga pengambilan keputusan penetapan lokasi tidak menimbulkan gejolak sosial, efektif dan memiliki nilai manfaat ekonomis tinggi bagi masyarakat. Oleh karena itu dalam pelaksanaannya Kajian perlu melibatkan beberapa pihak dan berbagai disiplin ilmu seperti ekonomi, sosial, hukum, pertanian, lingkungan dan lain sebagainya.

Berdasarkan data yang kami himpun baik primer maupun sekunder, menggunakan analisis SWOT, maka pengembangan lokasi pasar tradisional di Kota Tasikmalaya berada pada posisi Strategi SO (*Strengths – Opportunity*). Artinya pengembangan lokasi pasar tradisional di Kota Tasikmalaya adalah layak untuk dilaksanakan.

Tabel 2. Matriks SWOT Strategi Pengembangan Pasar Tradisional

Faktor Internal	Strengths (S)	
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian RTRW kota Tasikmalaya (S1) 2. Daya dukung lahan sekitar (S2) 3. Potensi pengembangan wilayah (S3) 4. Kesesuaian latar belakang social budaya masyarakat (S4) 5. Pendukungan masyarakat (S5)
Faktor Eksternal	Opportunities (O)	Strategi SO
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi pengembangan pasar strategis (O1) 2. Keterserapan tenaga kerja (O2) 3. Kerjasama dengan pihak luar (O3) 4. Kontribusi kepada pendapatan masyarakat (O4) 5. Kesempatan akses pemasaran (O5) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penetapan lokasi tempat pasar tradisional Kota Tasikmalaya (S1, S2,S3,O1) 2. Penentuan jenis pasar ((S1, S2,S3,O1) 3. Pembuatan DED pasar tradisional Kota Tasikmalaya (S1,O1) 4. Penjajagan kerjasama dengan distributor produk (S5, O3) 5. Pembukaan jejaring pemasaran (S3,O5) 6. Rekrutmen tenaga pengelola pasar tradisional (S4,O4)

Untuk memberikan arahan dalam pengembangan pasar tradisional di Kota Tasikmalaya Kota Tasikmalaya, berikut ini disajikan dalam matriks SWOT.

Analisis Matriks SWOT

One of the most important priority decisions that has to be taken by the marketing strategy planning managers on distribution strategies is, to select the right geographical area for marketing the product successfully and to make decisions in the later stage about the amount and diversity of the demanded products in the concerned segment of the market [8].

Berbagai alternatif strategi dapat dirumuskan berdasarkan model analisis matriks SWOT. Keunggulan model ini adalah mudah memformulasikan strategi berdasarkan gabungan faktor internal dan eksternal.

Empat strategi utama yang disarankan yaitu strategi SO (*Strengths-Opportunities*), ST (*Strengths-Threats*), WO (*Weaknesses-Opportunities*), dan WT (*Weaknesses-Threats*). Analisis ini menggunakan data yang telah diperoleh dari matriks EFAS dan IFAS sebelumnya. Hasil analisis dapat dilihat pada Tabel 2.

Berikut ini merupakan penjelasan dari hasil matriks SWOT (Tabel 2) yaitu didapatkan alternatif strategi sebagai berikut:

Strategi SO (Strengths-Opportunities)

Strategi SO adalah strategi yang menggunakan kekuatan pada lingkungan internal untuk memanfaatkan peluang yang ada pada lingkungan eksternal sehingga memperoleh keuntungan. Strategi yang dapat digunakan yaitu:

- a. *Penetapan lokasi tempat pasar di Kota Tasikmalaya*
Pengembangan pasar tradisional di Kota Tasikmalaya adalah sesuai dengan RTRW Kota Tasikmalaya. Dukungan lainnya yaitu tersedia potensi lahan yang berdaya dukung pengembangan lokasi pasar selain memiliki beberapa alternatif lahan strategis lainnya.
- b. *Penentuan Jenis Pasar*
Pengembangan pasar tradisional di Kota Tasikmalaya diharapkan tidak membawa dampak pada berkurangnya pendapatan pada pedagang yang sudah ada, akan tetapi harus menjadi supporting pada pasar yang

telah ada terlebih dahulu. Jenis pasar yang dapat dikembangkan misalnya pasar kecamatan dan pasar kelurahan.

c. *Pembuatan DED pasar tradisional Kota Tasikmalaya*

Pengembangan pasar tradisional harus direncanakan dengan matang, artinya setelah feasibility study, maka langkah selanjutnya harus menentukan secara detail kebutuhan yang diperlukan, disesuaikan dengan RTRW dan lokasi pengembangan pasar yang strategis tersebut.

d. *Penjajagan kerjasama dengan distributor produk*

Untuk menjaga keberlangsungan pasar tradisional, perlu diperhatikan latar belakang sosial budaya masyarakat, agar ketika pasar berdiri dapat terhindar dari konflik internal dengan masyarakat, oleh karenanya diperlukan jalin kerjasama dengan berbagai pihak. Untuk akses produk diperlukan upaya mencari informasi mengenai produk barang dan harga barang yang lebih ekonomis, sehingga harga barang di pasar tradisional Kota Tasikmalaya nantinya dapat bersaing dengan pasar/toko/supermarket/ mall lainnya.

e. *Pembukaan jejaring pemasaran*

Pembukaan jejaring pemasaran sangatlah penting untuk diketahui, karena disamping akan membangun rantai distribusi yang pendek, juga akan berdampak pada pengembangan wilayah dan kesempatan akses pasar.

f. *Rekrutmen tenaga kerja pengelola pasar tradisional*

Berjalannya kegiatan pasar maka perlu dilakukan rekrutmen tenaga kerja sehingga keberadaan pasar akan bermanfaat bagi masyarakat sekitar, karena dapat berdampak pada peningkatan pendapatan masyarakat.

Rekomendasi Pengembangan Pasar Tradisional

Pengembangan pasar tradisional di Kota Tasikmalaya diupayakan tidak berdampak pada menurunnya kegiatan perdagangan di pasar tradisional yang sudah ada terlebih dahulu. Pengembangan pasar tradisional yang baru harus dapat mendukung kepada pasar yang sudah ada, sehingga pengembangan pasar tradisional dapat dilakukan dengan dua skenario, yaitu pasar kecamatan dan pasar kelurahan.

An area with easy accessibility is possible to grow and expand into a business center [1]. Hal pertama yang harus diperhatikan dalam pengembangan lokasi pasar tradisional adalah aksesibilitas. Skenario pertama yaitu pasar kecamatan diterapkan kepada pasar yang sudah terlebih dahulu berdiri, sedangkan pasar kelurahan diterapkan kepada pasar yang akan dikembangkan. Kedua jenis pasar ini harus bersinergi dan saling mendukung. Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas, dapat dilihat pada tabel 3.

Dari Tabel 3 dapat kita ketahui bahwa dari 10 kecamatan yang ada di Kota Tasikmalaya semuanya memiliki pasar tradisional. Kecamatan Mangkubumi memiliki dua pasar tradisional yaitu pasar Cikurubuk dan pasar besi dan burung. Pasar Cikurubuk termasuk katagori jenis pasar wilayah, karena pembelinya datang dari berbagai daerah bahkan dari kabupaten tetangga, seperti Kota Tasikmalaya, Kabupaten Garut, Kabupaten Ciamis dan Kota Banjar, sedangkan pasar besi dan burung termasuk katagori jenis pasar kecamatan.

Kecamatan Cihideung disamping pusat perdagangan di Kota Tasikmalaya, ternyata terdapat juga pasar tradisional yaitu Pasar Padayungan dan pasar rel. Kedua pasar tersebut dikategorikan jenis pasar kecamatan, dengan memberikan

Tabel 3. Penentuan Jenis Pasar di Kota Tasikmalaya

No	Kecamatan	Nama Pasar	Jenis Pasar		
			Pasar Wilayah	Pasar Kecamatan	Pasar Kelurahan
1	Purbaratu	Pasar Purbaratu			√
2	Bungursari	Pasar Bungursari			√
3	Tamansari	Pasar Gegernoong		√	
4	Indihiang	Pasar Indihiang		√	
5	Cibeureum	Pasar Ciherang		√	
6	Kawalu	Pasar Cibeuti		√	
7	Mangkubumi	Cikurubuk	√		
		Pasar Besi dan Pasar Burung		√	
8	Tawang	Pasar Pancasila		√	
9	Cihideung	Pasar Padayungan		√	
		Pasar Rel		√	
10	Cipedes	Pasar Panglayungan		√	

Sumber : Hasil Survey Lapangan, 2017

pelayanan ke warung-warung dan konsumen perseorangan. Kecamatan Indihiang (Pasar Indihiang), Kecamatan Tawang (Pasar Pancasila), Kecamatan Kawalu (Pasar Cibeuti), Kecamatan Cipedes (Pasar Panglayungan), Kecamatan Tamansari (Pasar Gegernoong) Dan Kecamatan Cibeureum (Pasar Ciherang) dikategorikan jenis pasar kecamatan.

Penetapan pasar kecamatan didasarkan pada pertimbangan jumlah penduduk dan juga pasar tersebut sudah ada sejak lama disamping jarak dengan pasar lainnya berjauhan, sehingga kemungkinan kecil akan mempengaruhi kegiatan perdagangan yang sekarang sedang terjadi. Kegiatan pasar kecamatan ini melayani warung-warung dan juga melayani konsumen perseorangan.

Sementara pasar Bungursari dapat dikategorikan pasar kelurahan. Pertimbangannya adalah karena apabila ditetapkan menjadi lokasi pasar kecamatan dikhawatirkan akan mengganggu kegiatan perdagangan di Pasar Indihiang, dengan ditetapkan sebagai pasar kelurahan diharapkan terjalin kerjasama antara pedagang Pasar Indihiang dengan pasar Bungursari dalam penyediaan barang dagangan. Begitupun dengan pasar Purbaratu, ditetapkan menjadi pasar kelurahan dengan pertimbangan supaya

kegiatan di pasar pancasila tidak terganggu dan diharapkan terjalin kerjasama antara pedagang pasar Pancasila dengan pasar Purbaratu dalam penyediaan barang.

Kebijakan Pengembangan Pasar Tradisional

Selama ini pasar tradisional identik dengan pasar yang kumuh, becek, bau, tidak tertata, dan banyak PKL, akibatnya banyak konsumen yang enggan berbelanja di pasar tradisional karena kondisinya yang tidak nyaman bagi pembeli. Hal ini sangat berbeda dengan pasar modern seperti minimarket, swalayan dan supermarket. Tempat yang bersih dan nyaman, produk yang beragam serta keamanan yang terjamin menjadi keunggulan dari pasar modern dibandingkan pasar tradisional.

Pasar tradisional secara berangsur-angsur mengalami penyusutan sehingga berpengaruh terhadap kegiatan ekonomi. Penyusutan terjadi karena berubahnya preferensi masyarakat berbelanja dari pasar tradisional ke pasar semimodern dan modern [5].

Hal utama yang membedakan antara pasar modern dan pasar tradisional yaitu adanya pengelolaan manajemen pasar secara profesional pada pasar

modern. Pasar modern lebih bersifat *profit oriented* sehingga pengelolaannya lebih efektif dan efisien. Berkaitan dengan kondisi tersebut, maka upaya pengembangan pasar tradisional dapat dilakukan melalui pembenahan pasar tradisional dengan mengadopsi konsep pasar modern tetapi tetap mempertahankan ciri khas transaksi antara penjual dan pembeli.

Salah satu contoh pasar tradisional yang telah menerapkan konsep manajemen modern adalah Pasar Modern di Bumi Serpong Damai (BSD), Tangerang. Pasar ini layak menjadi acuan bagi pengembangan dan pembenahan pasar tradisional di Indonesia karena pengelolaannya sangat profesional meski dilakukan pihak swasta. Kebersihan, keamanan serta keteraturan dan kedisiplinan pedagang menjadi fokus utama dari pengelola pasar dengan tetap mempertahankan karakteristik pasar tradisional (tawar menawar).

Konsep pasar tradisional dengan manajemen modern ini telah berhasil menampilkan pasar tradisional yang menyerupai mal, supermarket atau swalayan dari aspek kebersihan dan kerapihannya. Pasar tradisional ini berada di dalam bangunan beratap dan berlantai keramik serta tempatnya di dalam gedung pertokoan. Pada bagian depan bangunan merupakan toko-toko modern seperti restoran, kantor dan butik/toko pakaian, sehingga bangunan pasar terlihat bersih dan menarik dari luar.

Setiap pedagang dikelompokkan sesuai dengan jenis komoditi yang dijual di masing-masing lorong. Pada setiap lorong diberi label komoditi yang dijual sehingga memudahkan pembeli untuk berbelanja. Meskipun menggunakan konsep pasar modern, tetapi di pasar ini masih menggunakan sistem pasar tradisional yaitu adanya interaksi sosial antara pembeli dan penjual melalui proses tawar menawar.

Untuk menjaga ketertiban dan kerapian, pengelola pasar menetapkan peraturan yang harus dipatuhi pedagang. Para pedagang dilarang meletakkan barang dagangan di jalan atau lorong. Apabila melanggar, barang dagangan akan diambil atau dibawa ke kantor pengelola.

Pedagang tidak diperbolehkan membiarkan sampah berceceran. Sampah harus dimasukkan ke dalam kantong plastik dan meletakkan di areal yang ditentukan, sampai petugas kebersihan mengambilnya pada jam tertentu. Para pedagang juga harus menata dan mengatur dagangannya hingga terlihat menarik. Apabila kegiatan operasional pasar sudah selesai, lantai pasar akan dibersihkan oleh petugas kebersihan sehingga pasar akan selalu terlihat bersih.

Selain itu perlu adanya upaya pemberdayaan pengelola pasar dan pedagang tradisional dengan perbaikan prasarana umum pasar tradisional oleh pemerintah, mendorong asosiasi pedagang untuk ikut mengelola pasar, dan adanya insentif bagi swasta untuk mendanai renovasi pasar atau kredit kepada pedagang tradisional. Pasar tradisional dengan konsep modern ini adalah salah satu solusi untuk pengembangan pasar tradisional sehingga diharapkan pasar tradisional dapat tumbuh dan berkembang.

- a. Jenis pasar, meliputi pasar kelurahan, kecamatan dan wilayah.
 - Pasar kelurahan melayani masyarakat yang terdapat di kelurahan Pasar kecamatan melayani pedagang-pedagang dari pasar kelurahan Pasar wilayah melayani pedagang dan konsumen dari kota/Kab. Tasikmalaya, Kabupaten Garut, Kabupaten Ciamis dan Kota Banjar
- b. Kepemilikan, meliputi milik pemerintah atau milik swasta
 - Pasar Pemerintah adalah tempat yang disediakan dan /atau ditempatkan oleh Walikota sebagai tempat berjualan umum atau sebagai

- tempat memperdagangkan barang atau jasa.
- Pasar Swasta adalah tempat yang disediakan oleh perorangan atau Badan Hukum yang telah mendapatkan persetujuan Walikota sebagai tempat berjualan umum untuk memperdagangkan barang dan/atau jasa.
- c. Kegiatan, meliputi eceran, grosir dan induk
- Pasar Eceran adalah pasar yang dalam kegiatannya melayani permintaan dan penawaran barang dan atau jasa secara eceran.
 - Pasar Grosir adalah Pasar yang dalam kegiatannya melayani permintaan dan penawaran barang dalam jumlah besar.
 - Pasar Induk adalah Pasar yang dalam kegiatannya merupakan pusat pengumpulan, dan pusat penyimpanan bahan-bahan pangan sementara untuk disalurkan ke pasar-pasar lainnya.
- d. Kelas, meliputi kelas I, II dan III
- Pasar Kelas I adalah pasar-pasar dengan ciri sebagai berikut:
 - Berada di Jalan Protokol dan mempunyai lebih dari 235 tempat berjualan, pedagang lebih dari 250 orang;
 - Bukan Jalan Protokol dan mempunyai lebih dari 475 tempat berjualan dengan pedagang lebih dari 500 orang.
 - Pasar Kelas II adalah pasar-pasar dengan ciri sebagai berikut:
 - Berada di Jalan Protokol dan mempunyai kurang dari 250 orang;
 - Bukan di Jalan Protokol dan mempunyai lebih dari 475 tempat berjualan dengan pedagang kurang dari 500 orang.
 - Pasar kelas III adalah pasar-pasar yang tidak termasuk pada Kelas I dan Kelas II.
- e. Pelayanan, meliputi kabupaten/kota, kecamatan, kelurahan, warung dan konsumen perseorangan
- Pasar yang tersebar di 10 Kecamatan yang ada di Kota Tasikmalaya memiliki karakteristik yang berbeda-beda, hal ini berdampak pada cara penanganan yang perlu dilakukan oleh pemerintah. Bentuk penanganan yang dapat dilakukan pemerintah berupa pembangunan pasar baru atau revitalisasi terhadap pasar yang sudah ada. Berikut karakteristik masing-masing pasar yang berada di 10 kecamatan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian Pengembangan Pasar Tradisional di Kota Tasikmalaya, maka dapat dirumuskan simpulan, sebagai berikut:

1. Pengembangan pasar tradisional di Kota Tasikmalaya perlu dilaksanakan dengan mempertimbangkan kesesuaian dengan RTRW. Pengembangan pasar tradisional disesuaikan dengan kondisi pasar yang sudah ada agar bersinergi dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat sekitar.
2. Pengembangan pasar tradisional di Kota Tasikmalaya dikategorikan ke dalam pasar wilayah (Pasar Cikurubuk), Pasar Kecamatan (Pasar Gegernoong, Indihiang, Cibeureum/Ciherang, Cibeuti, Besi dan Burung, Pancasila, Padayugan dan Pasar Panglayungan), sedangkan Pasar Kelurahan adalah Pasar Purbaratu dan Pasar Bungursari.
3. Pengelolaan pasar tradisional hendaknya dikelola dengan manajemen modern supaya dapat berkembang dan dapat bersaing dengan pasar swalayan, sebagai salah satu solusi untuk pengembangan pasar tradisional dengan konsep modern.

Tabel 4. Pengembangan Pasar Yang Perlu Dibangun

No	Kecamatan	Nama Pasar	Karakteristik															Ket.	
			Jenis Pasar*			Kepemilikan*		Kegiatan*			Kelas			Pelayanan*					
			A	B	C	D	E	F	G	H	I	II	III	I	J	K	L		M
1	Purbaratu	Pasar Purbaratu	√			√			√				√			√	√	√	Pembangunan pasar baru
2	Bungursari	Pasar Bungursari	√			√			√				√			√	√	√	Pembangunan pasar baru
3	Tamansari	Pasar Gegernoong		√		√			√				√			√	√		Revitalisasi
4	Indihiang	Pasar Indihiang		√		√			√		√					√	√		Revitalisasi
5	Cibeureum	Pasar Ciherang		√		√			√				√			√	√		Revitalisasi
6	Kawalu	Pasar Cibeuti		√		√			√				√			√	√		Revitalisasi
7	Mangkubumi	Pasar Cikurubuk			√	√				√	√				√	√			Revitalisasi
		Parar Besi dan Burung		√		√			√					√		√	√		Revitalisasi
8	Tawang	Pasar Pancasila		√		√			√		√				√	√			Revitalisasi
9	Cihideung	Pasar Padayungan		√		√			√				√			√	√		Revitalisasi
		Pasar Rel		√		√			√				√			√	√		Revitalisasi
10	Cipedes	Pasar Panglayungan		√		√			√				√			√	√		Revitalisasi

*catatan:

A	=	Kelurahan	F	=	Eceran	K	=	Kelurahan
B	=	Kecamatan	G	=	Grosir	L	=	Warung
C	=	Wilayah	H	=	Induk	M	=	Konsumen Perorangan
D	=	Pemerintah	I	=	Kabupaten/Kota			
E	=	Swasta	J	=	Kecamatan			

Sumber : Hasil Analisis, 2017

Dengan demikian pasar tradisional dapat berkembang lebih baik dan dapat melayani kebutuhan konsumen dengan skala yang lebih besar.

4. Dalam pengembangan pasar tradisional dapat dilakukan dengan dua bentuk, yaitu pembangunan pasar baru yaitu Pasar Purbaratu dan Pasar Bungursari, sementara pasar yang lainnya dilakukan revitalisasi.

REKOMENDASI

Adapun rekomendasi hasil kajian yang dapat ditindaklanjuti, adalah sebagai berikut:

1. Pemerintah Kota Tasikmalaya perlu menyisihkan dari sebagian anggarannya untuk membeli tanah (dalam bentuk bank tanah), dengan tujuan apabila pemerintah akan membangun fasilitas publik tidak kesulitan masalah tanah.
2. Pemerintah Kota Tasikmalaya bekerjasama dengan PD Pasar Resik perlu memperbaiki manajemen pengelolaan pasar di Kota Tasikmalaya
3. Perlunya pembenahan pasar tradisional dengan mengadopsi konsep pasar modern tetapi tetap mempertahankan ciri khas transaksi antara penjual dan pembeli.
4. Perlu adanya upaya pemberdayaan pengelola pasar dan pedagang tradisional dengan perbaikan prasarana umum pasar tradisional oleh pemerintah, mendorong asosiasi pedagang untuk ikut mengelola pasar, dan adanya insentif bagi swasta untuk mendanai renovasi pasar atau kredit kepada pedagang tradisional.
5. Perlunya revitalisasi pasar yang ada di Kecamatan Indihiang, Kecamatan Tamansari, Kecamatan Cibeureum, Kecamatan Kawalu, Kecamatan Mangkubumi, Kecamatan Tawang, Kecamatan Cihideung, dan Kecamatan Cipedes.
6. Perlunya pembangunan pasar kelurahan di Kecamatan Bungursari dan Kecamatan Purbaratu.
7. Penetapan lokasi pasar perlu ditindaklanjuti dengan kajian pemilihan lokasi pasar tradisional di Kota Tasikmalaya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Istijabatul Aliyaha, Bambang Setioko, Wisnu Pradoto. (2017). *Spatial flexibility in cultural mapping of traditional market area in Surakarta: A case study of Pasar Gede in Surakarta*. City, Culture, and Society, Volume 10, 2017, page 41 – 51. Tersedia di <https://doi.org/10.1016/j.ccs.2017.05.004>
- [2] Ansofino. (2014). *Penentuan Lokasi Pasar Induk dan pasar Satelit di Kabupaten Solok Selatan*. Jurnal Mimbar, Volume 30, Nomor 1, Tahun 2014, e-ISSN 2303 – 2499, p-ISSN 0215 – 8175. Tersedia di <http://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mimbar/article/view/460/763>
- [3] Stanton, William, J. (1993). *Fundamental of Marketing*. Singapore: Thenth ed. Mc, Graw Hill Inc.
- [4] Chih-Wei Chang, Yan-Shu Lin, Hiroshi Ohtac. (2013). *Optimal Location in Two Sided-Market*. Economic Modelling, Volume 35, 2013, page 743 – 750. Tersedia di <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2013.08.028>
- [5] Hendra Fure. (2013). *Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca*. Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, Volume 1, Nomor 1, Tahun 2013, e-ISSN 2303 – 1174. Tersedia di <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2023/1609>
- [6] David Dewar and Vanessa Watson. (1990). *Urban Market Developing Informal Retailing*. London: Routledge.

- [7] De Chiara, Joseph dan Koppelman, Lee E. (1997). *Standar Perencanaan Tapak*. Jakarta: Erlangga.
- [8] Hikmet Erbiyik, Selami Ozcan, Kazim Karaboga. (2012). *Retail Store Location Selection Problem with Multiple Analytical Hierarchy Process of Decision Making an Application in Turkey*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Volume 58, 2012, page 1405-1414. Tersedia di <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.1125>