

**LAPORAN AKHIR
PENELITIAN MANDIRI**



**IDENTIFIKASI PASAR INFORMAL DI KECAMATAN KOTO TANGAH
KOTA PADANG**

Oleh :

Nori Yusri, S.T., M.Si	NIDN 1017027703	Ketua
Hamdi Nur, S.T., MTP	NIDN 1014026601	Anggota
Salim Neybara	NPM 1510015311043	Anggota

**UNIVERSITAS BUNG HATTA PADANG
AGUSTUS 2023**

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	2
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.3.1 Ruang Lingkup Wilayah.....	3
1.3.2 Ruang Lingkup Materi.....	3
1.3.3 Batasan Studi Penelitian.....	3
1.4 Metodologi Penulisan.....	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pendekatan Keruangan.....	6
2.2 Teori Lokasi.....	7
2.2.1 Teori Pusat Pertumbuhan Oleh Christaller.....	7
2.2.2 Teori Lokasi Pendekatan Pasar Losch.....	8
2.2.3 Teori Penentuan Lokasi.....	9
2.3 Jenis-Jenis Lokasi.....	12
2.4 Pengertian Pasar.....	13
2.5 Pengertian Pasar Rakyat (Pasar Tradisional)	13
2.6 Pasar Informal.....	14
2.7 Jenis – jenis Pasar menurut Lilananda.....	17
2.8 Klasifikasi Pasar.....	19
2.8.1 Klasifikasi Pasar Berdasarkan Keempatannya.....	19
2.8.2 Klasifikasi Pasar Berdasarkan Statusnya	20
2.8.3 Klasifikasi Pasar Berdasarkan Barang Yang Diperdagangkan.....	20

2.8.4 Klasifikasi Pasar Berdasarkan Tingkatannya.....	21
2.8.5 Klasifikasi Pasar Berdasarkan Pelayanannya.....	21
2.8.6 Klasifikasi Pasar Berdasarkan Cara Pengelolaannya.....	21
2.8.7 Klasifikasi Pasar Berdasarkan Pola Manajemen.....	22
2.9 Aksesibilitas dan Transportasi.....	24
2.10 Standar Jangkauan Pelayanan Sarana Perdagangan dan Perniagaan.....	23

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tahap Penulisan.....	27
3.2 Tahap Pendahuluan.....	27
3.3 Pelaksanaan Survey Lapangan.....	28
3.4 Tahapan Pengolahan Data dan Analisis.....	28
3.6 Bagan Alir Kegiatan Penelitian.....	29

BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Dan Pembahasan.....	31
4.1.1 Jumlah Pasar Informal Di Kecamatan Koto Tangah	31
4.2 Identifikasi Pasar Informal Studi	31
4.2.1 Pasar Informal Berlokasi Di Asrama Haji (Pasar Pagi Parak Manggih) ...	40
4.2.2 Pasar Informal di Pasir Nan Tigo.....	34
4.2.3 Pasar Informal Balai Gadang 2.....	35
4.2.4 Pasar Informal Dadok Tunggul Hitam.....	36
4.3 Rekapitulasi Kondisi Pasar Informal di Kecamatan Koto Tangah.....	38

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	40
5.2 Saran.....	41

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tipe Pasar Rakyat Berdasarkan Jumlah Pedagang.....	14
Tabel 2.2 Sarana Prasarana Pendukung Pasar Rakyat.....	14
Tabel 2.3 Klasifikasi Pasar.....	22
Tabel 2.4 Klasifikasi Fasilitas Perpasaran Berdasarkan Kebutuhan Tahun 2002 (Prinsip dari Philip Kotler)	23
Tabel 2.5 Standar Jarak.....	25
Tabel 2.6 Kebutuhan Sarana Perdagangan dan Perniagaan.....	25
Tabel 3.1 Klasifikasi Penentuan Analisis Situasi.....	28
Tabel 3.2 Klasifikasi Penentuan Karakteristik Pasar.....	29
Tabel 4.1 Jumlah Pasar Informal di Koto Tengah.....	31
Tabel 4.2 Kondisi Eksisting Pasar di Asrama Haji Tabing.....	33
Tabel 4.3 Kondisi Eksisting Pasar di Pasir Nan Tigo.....	35
Tabel 4.4 Kondisi Eksisting Pasar di Balai Gadang 2.....	36
Tabel 4.5 Kondisi Eksisting Pasar di Dadok Tunggul Hitam.....	37
Tabel 4.6 Rekapitulasi Pasar Informal Di Kecamatan Koto Tengah.....	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.2 Alur Kegiatan Pelaksanaan Penelitian.....	30
Gambar 4.1 Pasar Berlokasi di Asrama Haji Tabing.....	32
Gambar 4.2 Peta Sebaran Pasar Informal di Kecamatan Koto Tengah.....	33
Gambar 4.3 Pasar Berlokasi di Pasir Nan Tigo.....	34
Gambar 4.4 Pasar Balai Gadang 2.....	35
Gambar 4.5 Pasar Dadok Tunggul Hitam.....	37

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Terjadinya efisien suatu kota menggunakan ruangnya untuk aktivitas ekonominya menentukan dinamika perekonomiannya. Perkembangan perekonomian kota secara khusus ditentukan oleh dinamika sistem perdagangan yang ada di dalam dan di sekitarnya. Pasar, baik pasar rakyat maupun pasar modern, adalah salah satu tempat perdagangan di kota. Sarana perdagangan ini berfungsi sebagai (a) bagian dari sistem pelayanan prasarana dan sarana kota, (b) sumber kerja dan pendapatan masyarakat, (c) pusat ritel dalam sistem perdagangan kota dan daerah, dan (d) sumber pendapatan asli daerah (*Nielsen, 2007*).

Pasar tradisional berfungsi sebagai pusat ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Pasar rakyat adalah istilah yang digunakan sebelum Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Menurut Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 112 Tahun 2007, pasar rakyat adalah pasar yang didirikan dan dikelola oleh pemerintah daerah, swasta, Badan Usaha Milik Negara, dan Badan Usaha Milik Daerah. Pasar ini dapat terdiri dari tempat usaha seperti toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil atau modal kecil, dan dioperasikan melalui proses tawar-menawar.

Kecamatan Koto Tangah adalah kecamatan terbesar di Kota Padang. Memiliki luas 232,25 km², kecamatan ini memiliki populasi yang padat dan pertumbuhan perumahan yang pesat. Karena banyaknya pembangunan perumahan baru di bagian utara wilayah Kecamatan Koto Tangah, baik yang dibuat oleh masyarakat secara pribadi maupun oleh pengembang.

Dengan munculnya permukiman baru di Kecamatan Koto Tangah, serta kebutuhan masyarakat akan semakin banyak dan beragam, terutama kebutuhan akan keberadaan pasar rakyat. Hal ini disebabkan oleh kebutuhan masyarakat akan pasar untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, seperti membeli sembako dan kebutuhan lainnya.

Di beberapa wilayah perumahan di Kecamatan Koto Tangah, beberapa tahun terakhir telah terjadi fenomena pasar, yaitu pasar informal yang muncul sebagai tanggapan atas tuntutan masyarakat. Pasar informal memanfaatkan tanah kosong di pinggir jalan dan lahan-lahan terlantar. Pedagang yang berjualan di pasar ini biasanya menjual barang kebutuhan sehari-hari, dan aktivitasnya hanya berlangsung dari pagi hingga sore hari. Pasar informal tidak direncanakan, tidak tertata, dan tidak resmi. . Berdasarkan data sekretariat daerah bagian perekonomian Pemko Padang terdapat 4 pasar informal. Berdasarkan fenomena pasar informal tersebut, maka dilakukan penelitian ini untuk mengidentifikasi pasar informal di kecamatan Koto Tangah Kota Padang.

1.2 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan memahami lebih lanjut tentang keberadaan pasar informal di Kecamatan Koto Tangah Kota Padang. Ini melibatkan penelusuran dan dokumentasi berbagai jenis pasar informal yang ada di wilayah tersebut.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan memetakan pasar-pasar informal yang ada di Kecamatan Koto Tangah. Hal ini bertujuan untuk mengetahui jumlah, lokasi, dan karakteristik dari pasar-pasar informal tersebut.

1.3 Ruang Lingkup Studi

1.3.1 Ruang Lingkup Wilayah

Penelitian ini meliputi administrasi Kecamatan Koto Tangah yang merupakan pintu masuk Ibukota Provinsi Sumatera Barat, Secara administratif, wilayah Kecamatan Koto Tangah berbatasan dengan:

- Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Batang Anai Kabupaten Padang Pariaman;
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Kuranji, Kecamatan Nanggalo, Kecamatan Padang Utara dan Kecamatan Pauh;
- Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Solok;
- Sebelah Barat berbatasan dengan Samudra Indonesia.

1.4.2 Ruang Lingkup Materi

Ruang lingkup materi dalam penelitian ini adalah karakteristik pasar bersumber dari jurnal yang berkaitan dengan penelitian. Karakteristik pasar terdiri dari;

- Jenis barang dagangan
- Waktu aktivitas pasar
- Jumlah pedagang

1.4.3 Batasan Studi Penelitian

Pasar rakyat yang diteliti dalam penelitian ini adalah berupa pasar informal yang ada di Kecamatan Koto Tangah, pasar informal adalah salah satu jenis pasar rakyat dengan kegiatan pasar yang sifatnya sementara dengan wadah berjualan yang tersedia tidak permanen atau semi permanen dan aktivitasnya hanya waktu-waktu tertentu dimana setiap harinya berlangsung hanya beberapa jam saja, baik pada pagi hari ataupun sore hari. Berikut ini batasan kriteria untuk sebuah Pasar Informal adalah :

- a) Kegiatan pasar sifatnya sementara.
- b) Wadah berjualan yang tersedia tidak permanen atau semi permanen.
- c) Aktivasnya hanya untuk waktu-waktu tertentu, seperti pagi hari sampai siang hari atau sampai sore hari namun jumlah pedagang tidak banyak lagi.
- d) Barang dagangan yang diperjualbelikan berupa kebutuhan pokok atau kebutuhan sehari-hari (barang kebutuhan primer).
- e) Jenis pasar informal

1.4 Metodologi Penulisan

Metode penelitian yang digunakan adalah berupa metode deskriptif kualitatif yaitu metode yang bertujuan memahami fenomena-fenomena keruangan Pasar dari hasil observasi dan data sekunder. Meskipun menggunakan metode kualitatif, analisis data akan menggunakan metode analisa keruangan berupa Peta sebagai alat bantu untuk lebih menekankan pada aspek Keruangan. Sehingga dari ini bisa di ambil kesimpulan terhadap fenomena yang terjadi supaya lebih berdasar.

Metode kualitatif membantu ketersediaan diskripsi yang kaya atas fenomena. Kualitatif mendorong pemahaman atas substansi dari suatu peristiwa. Dengan demikian, penelitian kualitatif tidak hanya untuk memenuhi keinginan peneliti untuk mendapatkan gambaran/penjelasan, tetapi juga membantu untuk mendapatkan penjelasan yang lebih dalam (Sofaer, 1999). Dengan demikian, dalam penelitian kualitatif, peneliti perlu membekali dirinya dengan pengetahuan yang memadai terkait permasalahan yang akan ditelitinya

1.5 Tahapan penelitian

1.5.1 Tahap Pendahuluan

Tahapan pendahuluan peneliti menggali isu terkait perkotaan yaitu mengenai sarana perdagangan, isu ini muncul akibat fenomena banyaknya pasar informal bermunculan di setiap kawasan permukiman. Peneliti menempuh upaya konfirmasi ilmiah melalui penelusuran literatur buku dan referensi pendukung penelitian.

1.5.2 Tahap Proses

Tahap Proses merupakan tahap dimana peneliti sudah mulai mengumpulkan data lanjutan baik itu data primer maupun data sekunder. Data yang telah terkumpul kemudian dikompilasi kedalam bentuk draft tulisan, tabel serta jika diperlukan agar lebih mudah untuk dipelajari dan dipahami. Data-data yang telah selesai dikompilasi ini yang kemudian dianalisis dengan metode-metode yang sudah dipilih sebelumnya oleh peneliti.

1.5.3 Tahap Akhir

Tahap terakhir yaitu tahap keluaran yang merupakan hasil akhir dari penelitian sebagai pertimbangan bagi pendidik dan informasi bahwa kemunculan pasar informal terdapat berbagai pola kecenderungan dan bagi perencana maupun pemerintah. penelitian ini bisa sebagai pertimbangan dalam penataan pasar di Kota Padang di masa yang akan datang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pendekatan Keruangan

Pendekatan Keruangan (*spatial approach*), Analisa keruangan mempelajari perbedaan lokasi mengenai sifat-sifat penting atau seri sifat-sifat penting. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa dalam analisa keruangan yang harus diperhatikan adalah penyebaran penggunaan ruang yang telah ada dan penyediaan ruang yang akan digunakan untuk berbagai kegunaan yang direncanakan (Arofah, 2017). Analisa keruangan dapat diketahui dari pengumpulan data lokasi yang terdiri dari data titik (data koordinat lokasi).

Analisis keruangan adalah analisis lokasi yang menitik beratkan pada tiga unsur jarak (*distance*), kaitan (*interaction*), dan gerakan (*movement*). Tujuan dari analisis keruangan adalah untuk mengukur apakah kondisi yang ada sesuai dengan struktur keruangan dan menganalisa interaksi antar unit keruangan yaitu hubungan antara ekonomi dan interaksi keruangan, aksesibilitas antara pusat dan perhentian suatu wilayah dan hambatan interaksi. Hal ini didasarkan oleh adanya tempat-tempat (kota) yang menjadi pusat kegiatan bagi tempat-tempat lain, serta adanya hirarki diantara tempat-tempat tersebut. Pada kenyataannya dala suatu wilayah mempunyai keterkaitan fungsional antara satu pusat dengan wilayah sekelilingnya dan adanya dukungan penduduk untuk keberadaan suatu fungsi tertentu dimana barang mempunyai keterkaitan sifat *goods order* dan tidak setiap barang dan jasa ada di tempat. Perkembangan tempat sentral tergantung konsumsi barang sentral yang dipengaruhi faktor penduduk, permintaan, dan penawaran serta harga, juga kondisi wilayah dan

transportasi seperti yang telah dikemukakan oleh Christaller (dalam Central Place Theory, 1933). Suatu wilayah memiliki ketergantungan pada wilayah lain.

2.2 Teori Lokasi

2.2.1 Teori Pusat Pertumbuhan Oleh Christaller

Dikemukakan oleh Walter Christaller (dalam Nurmalita Dewi, 1997), ahli geografi berkebangsaan Jerman, mengatakan bahwa sebagai kawasan yang berpengaruh luas terhadap wilayah-wilayah di sekitarnya, pusat pertumbuhan dapat dicitrakan dengan titik-titik simpul yang berbentuk geometris heksagonal (segi enam). Teori Christaller menjelaskan mengenai hirarki atau tingkatan kota berpendapat bahwa sebuah pusat permukiman atau pasar adalah menyediakan barang dan jasa untuk populasi lingkungan sekitarnya. Teori ini menggunakan 2 prinsip dasar yaitu *range* dan *threshold*.

Christaller mengasumsikan teori tersebut yang berdasar pada sebuah asumsi dimana model tersebut tidak dapat diterapkan pada situasi yang realistis. Asumsi yang digunakan adalah:

1. Permukaan bumi datar, tak terbatas, dan memiliki sumber daya homogen dimana tersebar secara merata atau dengan kata lain tidak terdapat perbedaan kondisi geografis.
2. Tidak terdapat batasan administrasi dan politis yang dapat menyimpangkan perkembangan permukiman.
3. Tidak terdapat eksternal ekonomi yang mengganggu pasar.
4. Populasi tersebar secara merata diseluruh area dan tidak terdapat pusat permukiman.
5. Banyak pedagang kecil menawarkan produk yang sama dan tidak ada keragaman produk.
6. Semua pembeli memiliki daya beli yang sama.

7. Biaya transportasi sama ke semua arah dan ragamnya sebanding dengan jarak.
8. Pembeli membayar, biaya transportasi produk atau layanan.
9. Tidak ada akomodasi untuk inovasi atau kewirausahaan.

Ada beberapa asumsi teori Christaller yang kurang relevan dengan kondisi saat ini, yaitu diantaranya :

- Asumsi yang menyatakan bahwa wilayahnya adalah suatu daratan yang rata, mempunyai ciri-ciri ekonomis sama dan penduduknya juga tersebar secara merata tidak bisa digunakan bagi setiap wilayah karena pada kenyataannya atau kondisi eksistingnya setiap wilayah memiliki topografi yang berbeda-beda yang tentunya akan berpengaruh pada biaya transportasi, persebaran penduduk, dan juga ciri-ciri ekonomis.
- Kurang diperhatikannya faktor lain seperti teknologi. Jangkauan suatu barang dan jasa tidak ditentukan lagi oleh biaya dan waktu. Lalu dengan kemajuan teknologi yang semakin canggih, konsumen tidak selalu tidak memilih tempat pusat yang paling dekat. Hal ini bisa disebabkan oleh daya tarik atau fasilitas sarana dan prasarana tempat pusat yang lebih jauh tersebut lebih besar dibandingkan dengan tempat pusat yang terdekat.

2.2.2 Teori Lokasi Pendekatan Pasar Losch

August Losch menerbitkan sebuah buku dalam bahasa Jerman pada tahun 1939 yang diterjemahkan dalam bahasa Inggris pada tahun 1954 dengan judul *The Economics of Location*. Losch mengatakan bahwa lokasi penjual sangat berpengaruh terhadap jumlah konsumen yang digarapnya. Makin jauh dari pasar, konsumen makin enggan membeli karena biaya transportasi untuk mendatangi 13 tempat penjualan pasar semakin mahal. Produsen harus memilih lokasi yang menghasilkan penjualan terbesar yang identik

dengan penerimaan terbesar. Atas dasar pandangan di atas Losch cenderung menyarankan agar lokasi produksi berada di pasar August Losch dalam Tarigan, 2006.

2.2.3 Teori Penentuan Lokasi

Teori lokasi adalah suatu penjelasan tentang bagaimana distribusi suatu kegiatan dilakukan dalam suatu tempat. Sehingga akan diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi lokasi suatu kegiatan. Menurut Tarigan (2006), teori lokasi adalah ilmu yang menyelidiki tata ruang kegiatan ekonomi, atau ilmu yang menyelidiki alokasi geografis dari sumber-sumber yang potensial, serta hubungannya dengan atau pengaruhnya terhadap keberadaan berbagai macam usaha/kegiatan lain baik ekonomi maupun sosial.

De Chiara dan Koppelman (1999), menambahkan kriteria yang harus dipenuhi dalam menentukan lokasi pasar/pusat perbelanjaan adalah:

1. Kedekatan dengan pangsa pasar
2. Kedekatan dengan bahan baku
3. Ketersediaan tenaga listrik dan air
4. Iklim
5. Ketersediaan modal
6. Perlindungan terhadap kebakaran, perlindungan polisi, pelayanan kesehatan
7. Perumahan/permukiman penduduk
8. Peraturan setempat
9. Pertumbuhan kota di masa yang akan datang.

Selain hal-hal yang telah dikemukakan oleh Miles, De Chiara dan Koppelman, Duncan dan Hollander (dalam Ristantyo, 2004), mengemukakan hal-hal yang harus diperhatikan dalam penentuan lokasi pasar tradisional adalah:

1. Populasi yang terdapat pada daerah perdagangan, meliputi komposisi dan pertumbuhannya.
2. Perkembangan kota yang dapat diukur dari perubahan sosial ekonomi
3. Kebiasaan belanja penduduk.
4. Daya beli penduduk dapat dilihat dari jumlah tenaga kerja, jenis pekerjaan, tingkat pendapatan dan jumlah tabungan yang dimiliki
5. Perbedaan status sosial yang dapat dilihat dari tipe rumah, kepemilikan rumah, tingkat pendidikan dan jumlah kepemilikan kendaraan
6. Jumlah, luas, tipe dan lokasi pasar lama
7. Aksesibilitas berupa fasilitas transportasi umum, kedekatan dengan konsumen yang potensial dapat berupa daerah perumahan dan perkantoran
8. Kondisi fisik alam, dapat dilihat dari topografi, kondisi geologis, rawan bencana dan sebagainya.

Menurut Fandy Tjiptono pemilihan tempat/lokasi fisik memerlukan pertimbangan cermat terhadap faktor-faktor berikut:

1. Akses, misalnya lokasi yang dilalui atau mudah di jangkau sarana transportasi umum.
2. Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
3. Lalu lintas (traffic), menyangkut dua pertimbangan utama:
 - a. Banyaknya orang yang lalu-lalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya buying, yaitu keputusan pembeli yang sering terjadi spontan, tanpa perencanaan, dan atau tanpa melalui usaha-usaha khusus.

- b. Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa juga jadi hambatan. Tempat parkir yang luas, nyaman dan aman, baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.
4. Ekspansi, yaitu tersedianya tempat yang cukup luas apabila ada perluasan di kemudian hari.
5. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung produk ditawarkan. Sebagai contoh, restoran/rumah makan berdekatan dengan daerah sekolah, perkantoran. Dan pasar yang dekat dengan perumahan dan permukiman masyarakat.

Variabel-variabel yang diduga berpengaruh dalam penentuan suatu lokasi kegiatan terbagi dalam dua kategori yaitu variabel situasi dan variabel lokasi yang meliputi:

a. Variabel situasi, terdiri dari:

- 1) Penggunaan lahan
- 2) Kepadatan bangunan
- 3) Pendapatan

b. Variabel lokasi, terdiri dari:

- 1) Volume lalu lintas
- 2) Kecepatan kendaraan
- 3) Jarak Pengaturan

Lokasi fasilitas umum perlu meminimalkan jarak rata-rata dari tempat tinggal ke lokasi fasilitas tersebut. Pada kenyataannya biasanya terjadi bahwa lokasi yang dianggap paling benar oleh penentu kebijakan tetapi akan lain bila sudah diinterpretasikan di lapangan. Pandangan dari pengguna fasilitas (masyarakat), lokasi fasilitas yang baik adalah lokasi dengan tingkat kemudahan daya hubung atau pencapaian yang mudah. Konsep kemudahan yang digunakan dalam pelayanan fasilitas masyarakat adalah sebagai berikut:

- Total jarak dari semua konsumen ke lokasi fasilitas adalah minimum. Hal ini disebut kriteria “jarak agregat minimum”.
- Jarak terjauh minimum dari konsumen terhadap fasilitas yang disebut sebagai kriteria “jarak maksimal”.
- Jumlah konsumen yang terlayani sekitar fasilitas.
- Jumlah konsumen yang terlayani adalah tidak lebih besar dari kapasitas pelayanan tersebut. Penentuan lokasi fasilitas umum harus dilakukan dengan perhitungan yang matang agar lokasi yang terpilih dapat memberikan pelayanan sebaik-baiknya. Lokasi fasilitas umum juga harus mempertimbangkan faktor perkembangan kota, agar lokasi tersebut pada masa yang akan datang tetap bisa memberikan pelayanan.

2.3 Jenis – Jenis Lokasi

Menurut Sumaatmadja (1981), berdasarkan ilmu tata ruang, lokasi dibagi menjadi dua jenis, yaitu:

1. Lokasi absolut, yaitu suatu tempat atau wilayah yang lokasinya berkaitan dengan letak astronomis yaitu dengan menggunakan garis lintang dan garis bujur, dan dapat diketahui secara pasti dengan menggunakan peta. Lokasi absolute suatu daerah tidak dapat berubah atau berganti sesuai perubahan jaman, tetapi bersifat tetap karena berkaitan dengan bentuk bumi.
2. Lokasi relative, yaitu suatu tempat atau wilayah yang berkaitan dengan karakteristik tempat atau suatu wilayah. Karakteristik suatu tempat yang bersangkutan sudah dapat diabstraksikan lebih jauh. Lokasi relative memberikan gambaran tentang keterbelakangan, perkembangan dan kemajuan wilayah yang bersangkutan dibandingkan dengan wilayah lainnya. Lokasi relative dapat ditinjau dari site dan situasi (situation). Site adalah semua sifat atau karakter internal dari suatu daerah

tertentu sedangkan situasi adalah lokasi relative dari suatu tempat atau wilayah yang bersangkutan yang berkaitan dengan sifat-sifat eksternal suatu region.

2.4 Pengertian Pasar

Dalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 23/MPP/KEP/1/1998 tentang Lembaga-Lembaga Usaha Perdagangan, pasar didefinisikan sebagai tempat bertemunya pihak penjual dan pembeli untuk melaksanakan transaksi di mana proses jual beli terbentuk. Pasar menurut kelas pelayanannya dapat digolongkan menjadi pasar rakyat dan pasar modern, sedangkan menurut sifat pendistribusiannya dapat digolongkan menjadi pasar eceran dan pasar kulakan/grosir. Pasar rakyat diartikan sebagai pasar yang dibangun oleh pemerintah, swasta, koperasi atau swadaya masyarakat dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil dan menengah atau koperasi dengan usaha skala kecil dan modal kecil dengan proses jual beli melalui tawar menawar.

Menurut Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 tahun 2007 Tentang Penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko Modern, Pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang Disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Sedangkan berdasarkan Undang undang no 32 tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah, Pasar adalah salah satu sarana publik yang harus disediakan oleh pemerintah daerah.

2.5 Pengertian Pasar Rakyat (Pasar Tradisional)

Pasar Rakyat berubah nama dari Pasar Tradisional setelah Kementerian Perdagangan melakukan penyesuaian terhadap peraturan menteri perdagangan nomor 70 tahun 2013 tentang pedoman penataan dan pembinaan, pusat perbelanjaan, dan toko modern dengan UU perdagangan yang baru nomor 7 tahun 2014.

Berdasarkan SNI Pasar Rakyat 2015 Pasar Rakyat adalah pasar tradisional yang melakukan kegiatan jual-beli dengan cara tawar menawar harga.

Tabel 2.1 Tipe Pasar Rakyat Berdasarkan Jumlah Pedagang

No	Tipe Pasar Rakyat	Jumlah Pedagang
1.	Tipe I	Pasar rakyat dengan jumlah pedagang lebih dari 750 orang.
2.	Tipe II	Pasar rakyat jumlah pedagang antara 501 sampai 750 orang.
3.	Tipe III	Pasar rakyat dengan jumlah pedagang antara 250 sampai 500 orang
4.	Tipe IV	Pasar rakyat dengan jumlah pedagang kurang dari 250 orang.

Sumber : SNI Pasar Rakyat 2015

Tabel 2.2 Sarana Prasarana Pendukung Pasar Rakyat

No	Utilitas	Pengertian
1.	Toko/kios	Ruang dagang yang mempunyai dinding pemisah
2.	Los	Ruang dagang yang bersifat tetap dan terbuka, dapat dilengkapi dengan meja
3.	Jongko/konter/pelataran	Ruang dagang yang bersifat temporer
4.	Area parkir	Area yang berfungsi sebagai fasilitas kendaraan untuk pengunjung baik roda empat maupun roda dua
5.	Area bongkar muat	Area yang berfungsi sebagai fasilitas yang memudahkan pasokan logistik ke dan dari dalam pasar
6.	Koridor / gangway	Lahan memanjang yang memisahkan antar kios/los yang berfungsi sebagai ruang Pergerakan
7.	Kantor pengelola	Sarana yang berfungsi sebagai fasilitas kegiatan pengelola pasar
8.	Toilet / kamar mandi	Ruang yang berfungsi untuk mandi, dan kebersihan diri
9.	Ruang peribadatan	Ruang yang digunakan dalam melakukan ibadah.

Sumber : SNI Pasar Rakyat 2015

2.6 Pasar Informal

Dalam Kesehariannya banyak sekali ditemui bermacam-macam bentuk pasar. Untuk itu, Damsa dan Indrayani (2018) dalam bukunya yang berjudul “Pengantar Sosiologi Pasar” membagi pasar berdasarkan manajemen dan tampilan fisik dalam 2 jenis pasar, yaitu:

a. Pasar Konvensional.

Pasar konvensional ditandai oleh tampilan fisik yang sederhana dan tradisional yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan terhadap suatu barang atau jasa kecuali pasar dipedesaan. Bila dilihat dari manajemen bisnis, pasar konvensional tidak dikelola

secara profesional, misalnya tidak ada pemisahan antara keuangan usaha dan keuangan rumah tangga. Pasar konvensional ini terdiri dari berbagai macam lagi, diantaranya:

1) Warung dan kedai.

Dalam aktivitasnya jual-beli, pemilik atau pelayan warung memberi pelayanan secara pribadi (personal) kepada pembelinya karena adanya unsur kedekatan atau saling mengenal antara kedua pihak. Pedagang juga tidak membedakan pelayanan antara pembeli dengan jumlah yang banyak atau dengan yang sedikit. Pada masa lalu, warung terbentuk oleh adanya kebutuhan makan, minum, dan istirahat. Oleh karena itu banyak pembeli yang berlama-lama dalam proses bertransaksi di warung.

2) Kios dan los.

Kios merujuk pada deretan petak bangunan (blok) pada pasar tradisional yang dikelola oleh pemerintah sedangkan los deretan unit yang tidak memiliki dinding/sekat. Untuk membedakan antar unit los para pedagang biasanya menggunakan garis, meja, atau tumpukan barang.

3) Pedagang Kaki Lima (PKL)

Pedagang Kaki Lima (PKL) merupakan bentuk ritel yang menggunakan ruang publik, seperti; bahu jalan, trotoar, taman, dan lain-lain, baik sifatnya menetap maupun berpindah-pindah. Penggunaan ruang publik khususnya ruang terbuka sudah menjadi hal perdebatan sepanjang perkotaan.

4) Toko

Sama hanya dengan warung dan kios, toko juga merupakan unit bangunan untuk berjualan. Bedanya adalah wujudnya fisik toko yang permanen dan lebih baik kualitasnya. Bisa menggunakan tenaga kerja tambahan yaitu pelayanan yang

khususnya melayani pembeli. Dari segi manajemen, toko juga lebih baik dibandingkan dengan warung dan kios.

5) Pasar loak.

Berbeda beda dengan jenis pasar sebelumnya, pasar loak menjual barang-barang bekas pakai.

Berdasarkan operasionalnya, pasar konvensional dapat dibedakan sebagai pasar tradisional dan pasar informal. Pasar tradisional merupakan pasar yang memiliki manajemen sendiri walaupun sederhana atau dikelola oleh pemerintah daerah sedangkan pasar informal yaitu pasar yang dikelola secara mandiri (self organized). Pasar informal tidak terdaftar secara resmi serta produksi dan kegiatan komersialnya tidak dikendalikan oleh pemerintah (Renko & Petjak, 2018). Menurut Renko & Petjak, pasar informal terdiri dari atas 4 macam, yaitu:

1) Pasar Jalanan.

Pasar jalanan merupakan pasar yang penyajiannya cukup sederhana.

2) Pasar Basah.

Dinamika pasar basah karena pasar ini selalu dalam keadaan basah disebabkan dari berbagai macam jenis jualannya, seperti: sayuran, daging, ikan, makanan dan lainnya. Pasar basah dibangun secara permanen, terdiri dari meja, pergola, peti dan spanduk.

3) Pasar Loak.

Pasar loak adalah pasar yang menjual barang bekas. Pada umumnya pedagang menggelar barang dagangannya di ruang terbuka.

4) Bazar.

Bazar adalah akar tradisi lokal yang merujuk pada ruang terbuka. Secara terminologi, bazar adalah pasar yang sengaja diselenggarakan untuk jangka

panjang waktu beberapa hari; pameran dan penjualan barang-barang kerajinan, makanan, dan sebagainya yang hasilnya untuk amal.

2.7 Jenis – jenis Pasar menurut Lilananda

Menurut Lilananda (1997), pasar sebagai perusahaan daerah digolongkan menurut beberapa hal, yakni menurut jenis kegiatannya, menurut waktu kegiatannya, dan menurut status kepemilikannya.

a. Menurut jenis kegiatannya, pasar digolongkan menjadi tiga jenis:

- 1) Pasar eceran, yaitu pasar dimana terdapat permintaan dan penawaran barang secara eceran.
- 2) Pasar grosir, yaitu pasar dimana terdapat permintaan dan penawaran dalam jumlah besar.
- 3) Pasar induk Pasar ini lebih besar dari pasar grosir, merupakan pusat pengumpulan dan penyimpanan bahan-bahan pangan untuk disalurkan ke grosir- grosir dan pusat pembelian.

b. Menurut waktu kegiatannya, pasar digolongkan menjadi empat jenis:

- 1) Pasar siang hari, yang beroperasi dari pukul 04.00-16.00
- 2) Pasar malam hari, yang beroperasi dari pukul 16.00-04.00
- 3) Pasar siang malam, yang beroperasi 24 jam *nonstop*.
- 4) Pasar darurat, yaitu pasar yang menggunakan jalanan umum atau tempat umum tertentu atas penetapan Kepala Daerah dan ditiadakan pada saat peringatan hari-hari tertentu. Contohnya: Pasar Maulud, Pasar Murah Idulfitri, dan sebagainya.

c. Menurut status kepemilikannya, pasar digolongkan menjadi tiga jenis:

- 1) Pasar pemerintah, yaitu pasar yang dimiliki dan dikuasai oleh pemerintah pusat maupun daerah.

- 2) Pasar swasta, yaitu pasar yang dimiliki dan dikuasai oleh badan hukum yang diijinkan oleh pemerintah daerah.
 - 3) Pasar Liar, yaitu pasar yang aktivitasnya diluar pemerintah daerah, yang kehadirannya disebabkan karena kurangnya fasilitas perpasaran yang ada dan terletak pasar yang tidak merata, biasanya dikelola oleh perorangan/ketua RW. Pasar liar ini dibagi tiga berdasarkan penanggung jawabannya, yakni pasar perorangan, pasar RW dan pasar kelurahan/desa
- d. Berdasarkan kemampuan pelayanan, pasar digolongkan menjadi lima jenis:
- 1) Pasar regional, yaitu pasar yang terletak di lokasi yang strategis dan luas, bangunan permanen, dan mempunyai kemampuan pelayanan meliputi seluruh wilayah kota bahkan sampai ke luar kota, serta barang yang diperjual belikan lengkap dan dapat memenuhi kebutuhan masyarakatnya.
 - 2) Pasar kota, yaitu pasar yang terletak di lokasi yang strategis dan luas, bangunan permanen, dan mempunyai kemampuan pelayanan meliputi seluruh wilayah kota, serta barang yang diperjual belikan lengkap. Melayani 200.000-220.000 penduduk. Yang termasuk pasar ini adalah pasar induk, dan pasar grosir.
 - 3) Pasar wilayah (distrik), yaitu pasar yang terletak di lokasi yang cukup strategis dan luas, bangunan permanen, dan mempunyai kemampuan pelayanan meliputi seluruh wilayah kota, serta barang yang diperjual belikan cukup lengkap. Melayani sekitar 50.000-60.000 penduduk. Yang termasuk pasar ini adalah pasar eceran, pasar khusus, dan pasar induk.
 - 4) Pasar lingkungan, yaitu pasar yang terletak di lokasi yang strategis, bangunan permanen/semi permanen, dan mempunyai pelayanan meliputi lingkungan pemukiman saja, serta barang yang diperjual belikan kurang lengkap. Melayani 10.000-15.000 penduduk. Yang termasuk pasar ini adalah pasar eceran.

- 5) Pasar khusus, yaitu pasar yang terletak di lokasi yang strategis, bangunan permanen/semi permanen, dan mempunyai kemampuan pelayanan meliputi wilayah kota, serta barang yang diperjual belikan terdiri dari satu macam barang khusus, seperti pasar bunga, pasar burung, atau pasar hewan.

2.8 Klasifikasi Pasar

Disamping mempunyai arti yang bermacam-macam pasar dapat pula diklasifikasikan menurut kegiatan, statusnya, jenis barang yang dijual-belian,tingkatnya, pelayanan dan cara pengelolanya, adapun uraiannya dapat dilihat sebagai berikut:

2.8.1 Klasifikasi Pasar Berdasarkan Keगतannya

Dilihat dari keगतannya, pasar dapat diklasifikasikan menjadi dua bagian yaitu :

- **Pasar Harian**

Pasar harian adalah dimana terjadi kegiatan perdagangan setiap hari. Adapun ciri-cirinya adalah :

- a) Bangunan pasarnya relatif permanen bila dibandingkan dengan pasar mingguan
- b) Pasar harian buka setiap hari
- c) Pasar harian mempunyai wilayah pelayanan lebih dari satu desa dimana pasar itu berada

- **Pasar Mingguan**

Pasar mingguan adalah pasar dimana terjadi kegiatan perdagangan sekali(sehari) dalam seminggu. Adapun ciri-cirinya adalah :

- a) Bangunan pasar merupakan bangunan temporer dan kadang di lapangan terbuka.
- b) Pasar mingguan ini hanya melakukan keगतannya sehari dalam seminggu.

- c) Pasar mingguan ini mempunyai wilayah pelayanan di desa dimana pasar itu berada.

2.8.2 Klasifikasi Pasar Berdasarkan Statusnya

Berdasarkan statusnya pasar dapat dibedakan menjadi dua yaitu :

1. Pasar Resmi adalah pasar yang bangunannya dan lokasinya telah memenuhi persyaratan teknik, planologi kota dan dapat dibenarkan oleh pemerintah kota.
2. Pasar Tidak Resmi atau Tempat Penjualan Umum (TPU) ditinjau dari lokasi dan teknik bangunannya tidak dapat dibenarkan oleh pemerintah kota. Misalnya meja-meja liar atau jongko-jongko liar tempat jualan di sepanjang jalan tertentu (Eli Mulyati, dalam Achmad Sidik Permana).

2.8.3 Klasifikasi Pasar Berdasarkan Barang Yang Diperdagangkan

Kegiatan perdagangan berdasarkan jenis barang yang diperdagangkan dapat digolongkan sebagai berikut :

1. Kegiatan perdagangan barang-barang primer, merupakan jenis perdagangan barang-barang yang dibutuhkan sehari-hari, seperti beras, sayur-sayuran, buah-buahan, gula, kopi, minuman dan sebagainya.
2. Kegiatan perdagangan barang-barang sekunder, merupakan barang-barang yang dibutuhkan dalam jangka waktu tertentu, seperti pakaian, alat-alat rumah tanggadan sebagainya.
3. Kegiatan perdagangan barang-barang tersier seperti radio, televisi, perhiasan, dan sebagainya.

2.8.4 Klasifikasi Pasar Berdasarkan Tingkatannya

Menurut tingkatnya pasar dibedakan menjadi tiga bagian (Winardi, 1962) dalam Achmad Sidik Permana (2017) yaitu:

- a. Pasar Dunia yaitu pasar yang keseluruhan permintaan dan penawaran yang berhubungan satu sama lainnya meliputi seluruh dunia.
- b. Pasar Regional atau Pasar Induk, yaitu pasar yang mempunyai fungsi pelayanan regional dan lokal serta sistem transaksinya secara borongan.
- c. Pasar Lokal atau Pasar Lingkungan, yaitu memiliki fungsi pelayanan lingkungan sekitar pasar dan transaksinya eceran.

2.8.5 Klasifikasi Pasar Berdasarkan Pelayanannya

Berdasarkan pelayanannya pasar dapat dibedakan menjadi 3 pelayanan yaitu:

- a. Pusat Perdagangan Utama (Pusat Kota)
Kegiatan perdagangan yang cenderung berlokasi di pusat kota, terdiri atas kegiatan perdagangan eceran.
- b. Pusat Perdagangan Kedua (Pusat Wilayah)
Lokasi perdagangan cenderung menyebar ke daerah transisi (pinggiran kota), tetapi masih berlokasi pada jalan utama (regional). Jenis barang yang diperdagangkan sudah terbatas pada barang primer dan sekunder.
- c. Pusat Perdagangan Ketiga (Pusat Lingkungan) Lokasi perdagangan berada di lingkungan-lingkungan perumahan penduduk dengan inti kegiatan pasar-pasar lingkungan.

2.8.6 Klasifikasi Pasar Berdasarkan Cara Pengelolaannya

Berdasarkan cara pengelolaannya pasar dibedakan menjadi tiga (Eli Mulyati dalam Achmad Sidik Permana (2017), yaitu :

- a. Pasar Kabupaten, yaitu pasar yang secara administratif di bawah pengelolaan suatu dinas kabupaten dalam hal ini adalah dinas pendapatan kabupaten.
- b. Pasar Kecamatan, yaitu pasar yang secara administratif di bawah pengelolaan kecamatan dimana pasar itu berada.

- c. Pasar Desa, yaitu pasar yang secara administratif di bawah pengelolaan pemerintah desa dimana pasar itu berada.

2.8.7 Klasifikasi Pasar Berdasarkan Pola Manajemen

Berdasarkan pola manajemen yang dipakai, pasar dapat dibedakan menjadi dua kelompok besar yaitu:

- a. Pasar rakyat, adalah pasar yang masih memakai pola manajemen yang sangat sederhana dengan ciri-cirinya setiap pedagang mempunyai satu jenis usaha, adanya interaksi antara penjual dan pembeli (tawar menawar harga), penempatan barang diajar kurang tertata rapi, kenyamanan dan keamanan kurang diperhatikan.
- b. Pasar Modern, adalah pasar yang sudah memakai pola-pola manajemen modern, dengan ciri-ciri jenis barang dagangan yang dilakukan oleh satu pedagang, harga *fixed* (tetap), tata letak barang dagangan teratur dengan baik dan rapi, kenyamanan dan keamanan sudah menjadi prioritas utama.

Tabel 2.3 Klasifikasi Pasar

Klasifikasi Pasar	Indikator
Pasar Berdasarkan Keegiatannya	<ul style="list-style-type: none"> • Pasar Harian • Pasar Mingguan
Pasar Berdasarkan Statusnya	<ul style="list-style-type: none"> • Pasar Resmi • Pasar Tidak Resmi atau Tempat Penjualan Umum (TPU)
Pasar Berdasarkan Barang Yang Diperdagangkan	<ul style="list-style-type: none"> • Kegiatan perdagangan barang-barang primer • Kegiatan perdagangan barang-barang sekunder • Kegiatan perdagangan barang-barang tersier
Pasar Berdasarkan Tingkatannya	<ul style="list-style-type: none"> • Pasar Dunia • Pasar Regional • Pasar Lokal atau Pasar Lingkungan
Pasar Berdasarkan Pelayanannya	<ul style="list-style-type: none"> • Pusat Perdagangan Utama (Pusat Kota) • Pusat Perdagangan Kedua (Pusat Wilayah) • Pusat Perdagangan Ketiga (Pusat Lingkungan)

Klasifikasi Pasar	Indikator
Pasar Berdasarkan Cara Pengelolaannya	<ul style="list-style-type: none"> • Pasar Kabupaten • Pasar Kecamatan • Pasar Desa/Kelurahan
Pasar Berdasarkan Pola Manajemen	<ul style="list-style-type: none"> • Pasar rakyat • Pasar Modern

Sumber : kajian teori (2022)

Menurut prinsip dari Philip Kotlet (2002) dalam Pola Perpasaran Kotamadya Dati II Semarang fasilitas perpasaran di klasifikasi menjadi 5 kelas yaitu pasar utama/pasar regional, pasar kota, pasar lingkungan, dan pasar darurat. Dalam mengklasifikasikan masing-masing kelas pasar dilihat dari ciri-ciri fasilitas pasar berdasarkan lokasi, skala pelayanan, barang dagangan, kontruksi fisik, Jumlah pedagang, keramaian, permodalan, luas area .

Tabel 2.4 Klasifikasi Fasilitas Perpasaran Berdasarkan Kebutuhan Tahun 2002 (Prinsip dari Philip Kotler)

NO	CIRI CIRI FASILITAS PERPASARAN	PASAR KREMPYENG/ DARURAT	KELAS III/ PASAR LINGKUNGAN	KELAS II/ PASAR WILAYAH	KELAS I/ PASAR KOTA	PASAR UTAMA PASAR REGIONAL
1.	Lokasi	R. W.	Kelurahan	Kecamatan	Sub wilayah Kota/ Wilayah yang strategis	Wilayah kota yang sangat strategis
2.	Skala Pelayanan	- Radius 1.000 m - 250 – 750 jiwa	- Radius 2.000 m - 10.000 – 20.000 jiwa	- Radius 7.500 m - 50.000 – 75.000 jiwa	- Radius 10.000 m - 250.000 – 500.000 jiwa	- Lokal dan regional - Lebih dari 500.000 jiwa
3.	Barang Dagangan	Kebutuhan Pokok	Kebutuhan primer dan sekunder dengan harga murah	Kebutuhan primer dan kebutuhan sekunder dengan harga menengah	Kebutuhan primer dan sekunder serta luks	Kebutuhan primer dan sekunder serta luks
4.	Konstruksi Fisik	Bangunan biasa alat peraga	Bangunan semi permanen	Bangunan permanen dan tersedia fasilitas parkir	Permanen/ bertingkat, tersedia fasilitas parkir dan bongkar muat	Permanen/ bertingkat standar ukuran memadai, parkir, bongkar

NO	CIRI CIRI FASILITAS PERPASARAN	PASAR KREMPYENG/ DARURAT	KELAS III/ PASAR LINGKUNGAN	KELAS II/ PASAR WILAYAH	KELAS I/ PASAR KOTA	PASAR UTAMA PASAR REGIONAL
						muat dan penunjang lain cukup
5.	Jumlah Pedaang	100 – 150	150 – 300	300 – 500	1.000 - 2.600	2.000 – 4.000
6.	Keramaian	Cukup, waktu terbatas	Cukup ramai	Cukup ramai	Cukup tinggi	Tinggi
7.	Permodalan	Relatif kecil	Relatif kecil	Relatif sedang	Relatif besar	Relatif besar
8.	Luas Areal	0,05 – 0,07 ha	0,07 – 0,30 ha	0,60 – 1,50 ha	1,00 – 2,50 ha	5,00 – 6,00 ha

Sumber: Pola Perpasaran Kotamadya Dati II Semarang

2.9 Aksesibilitas dan Transportasi

Aksesibilitas adalah kemudahan dalam mencapai suatu lokasi tujuan. Aksesibilitas dipengaruhi oleh jarak. Semakin dekat jarak yang di tempuh menuju suatu lokasi tujuan maka akses akan semakin mudah begitu juga sebaliknya.

Capello (2011) dalam teorinya, pemilihan lokasi juga ditentukan oleh prinsip aksesibilitas, dengan aksesibilitas tinggi berarti mereka memiliki akses yang mudah ke pasar yang luas dan beragam untuk barang.

Menurut Black (Fidel Miro 2010:) Aksesibilitas merupakan suatu konsep yang menggabungkan sistem tata guna lahan secara geografis dengan sistem jaringan transportasi yang menghubungkannya, dimana perubahan tata guna lahan yang menimbulkan zona zona dan jarak geografis di suatu wilayah atau Kota akan mudah dihubungkan oleh penyediaan prasarana atau Sarana Angkutan. Standar jarak yang digunakan adalah Standar Jarak oleh jayadinata dalam jurnal wilayah dan Kota.

Dalam analisis kota yang telah ada atau rencana kota, dikenal standar lokasi (standard for location requirement) atau standar jarak (Jayadinata, 1999:160).

Tabel 2.5 Standar Jarak

Standar Teori	Prasarana	Jarak Dari Tempat Tinggal (berjalan kaki)
Chapin dalam Jayadinata dalam	Pusat Kota (Pasar dan Sebagainya)	30 menit s/d 45 menit
	Pasar Lokal	¾ Km atau 10 menit

Sumber : Chapin dalam Jayadinata (1999:160)

Moda transportasi adalah alat yang digunakan dalam mencapai suatu lokasi. baik itu berupa kendaraan umum maupun kendaraan Pribadi. Dalam sebuah moda transportasi jaringan jalan menjadi penting untuk dilihat. Sebab jika tidak ada jaringan jalan maka moda transportasi tidak dapat bergerak. Berdasarkan SNI 03-1733-2004 tentang Tata Cara Penyusunan Lingkungan Perumahan di Perkotaan, Jarak jangkauan pejalan kaki ideal ke titik transit lain / daerah tujuan = 400 m. Maka dari itu tinggi rendahnya aksesibilitas dilihat dari terlayani lokasi pasar dengan transportasi umum.

2.10 Standar Jangkauan Pelayanan Sarana Perdagangan dan Perniagaan

Perencanaan lokasi sarana perdagangan berdasarkan SNI 03-1733-2004 tentang Tata Cara Penyusunan Lingkungan Perumahan di Perkotaan, dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2.6 Kebutuhan Sarana Perdagangan dan Perniagaan

No	Jenis Sarana	Jumlah Penduduk Pendukung (Jiwa)	Kebutuhan Persatuan Satuan Sarana		Standard (m ² /jiwa)	Kriteria	
			Luas Lantai Min. (m ²)	Luas Lahan Mak. (m ²)		Radius Pencapaian	Lokasi dan Penyelesaian
1	Toko / Warung	250	50 (Termasuk gudang)	100 (bila berdiri sendiri)	0,4	300 m ²	Di tengah kelompok tetangga. Dapat merupakan bagian dari sarana lain
2	Pertokoan	6.000	1.200	3.000	0,5	2.000 m ²	Di pusat kegiatan sub lingkungan. KDB 40% Dapat berbentuk P&D
3	Pusat Pertokoan + Pasar Lingkungan	30.000	10.000	13.500	0,33		Dapat dijangkau dengan kendaraan umum
4	Pusat Perbelanjaan dan Niaga (toko + pasar + bank + kantor)	120.000	36.000	36.000	0,3		Terletak di jalan utama. Termasuk sarana parkir sesuai ketentuan setempat

Sumber: SNI 03-1733-2004 tentang Tata Cara Penyusunan Lingkungan Perumahan di Perkotaan

Dari tabel diatas dapat disimpulkan, jumlah penduduk pendukung untuk Pusat Pertokoan / Pasar Lingkungan berjumlah 30.000 jiwa dan dapat dijangkau dengan kendaraan umum.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tahap Penulisan

Agar tercapainya penulisan ini, penulis melakukan beberapa tahapan antara lain :

1. Perumusan masalah
2. Studi literatur
3. Melakukan survey pendahuluan
4. Melakukan survey utama
5. Pembahasan dan analisa penelitian yang telah dilaksanakan
6. Mengambil kesimpulan dari hasil pembahasan

3.2 Tahap Pendahuluan

Tahapan pendahuluan peneliti menggali isu terkait perkotaan yaitu mengenai sarana perdagangan, isu ini muncul akibat fenomena banyaknya pasar informal bermunculan di setiap kawasan permukiman. Peneliti menempuh upaya konfirmasi ilmiah melalui penelusuran literatur buku dan referensi pendukung penelitian.

3.3 Pelaksanaan Survey Lapangan

Proses pengumpulan data di objek penelitian dilakukan dengan dua cara metode pengumpulan data yaitu dengan metode pengumpulan data primer dan metode pengumpulan data sekunder.

- a. Data primer diperoleh dengan cara melakukan survey lapangan, hal ini dilakukan dengan cara mengamati (observasi) kawasan studi secara langsung untuk

mengetahui letak/lokasi pasar berada, survei ini juga dibantu dengan *google maps* untuk melihat titik koordinat pasar

- b. Data sekunder dari berbagai instansi terkait yang diperoleh yaitu
 - 1) Kebijakan-kebijakan terkait infrastruktur pasar (Bappeda Kota Padang)
 - 2) Dokumen RTRW Kota Padang tahun 2010-2030 (Bappeda Kota Padang)
 - 3) Data jumlah pasar (Dinas Koperindag Kota Padang/ Bappeda)
 - 4) Data identifikasi pertumbuhan pasar-pasar tradisional baru di Kota Padang (Bappeda Kota Padang)
 - 5) Peta jaringan jalan (Bappeda Kota Padang atau Dinas PU)
 - 6) Citra Satelite (Bappeda Kota Padang)
 - 7) Studi Literatur

3.4 Tahap Pengolahan Data dan Analisis

Metode analisis yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a. Analisis situasi lokasi pasar

Lokasi dapat ditinjau dari aspek situation. situation mengacu pada lokasi relatif terhadap lokasi lain.

Analisis dilakukan dengan cara spasial masing-masing pasar terhadap posisi lokasi pasar terhadap aksesibilitas, kedekatan dengan pasar utama, kawasan pusat kota dan pinggir kota. Lalu dilihat juga apakah ada transportasi umum yang dapat di akses dari pasar informal tersebut.

Tabel 3.1 Klasifikasi Penentuan Analisis Situasi

Klasifikasi	Indikator
Aksesibilitas	<ul style="list-style-type: none">• Tinggi• Rendah
Kedekatan dengan pasar utama/wilayah	<ul style="list-style-type: none">• Dekat• cukup jauh• sangat jauh

Sumber : Hasil Analisis (2022)

b. Analisis karakteristik pasar

Analisis karakteristik pasar dilihat dari jenis barang diperjual-belikan, waktu aktivitas, dan jumlah pedagang. Untuk mengetahui karakteristik pasar dilakukannya observasi atau pengamatan langsung kelapangan.

Untuk menganalisis jumlah pedagang dan waktu aktivitas dilakukan pembagian kelas dengan menggunakan grafik scatter plot dan di baca secara kualitatif dengan visual pada grafik tersebut.

Tabel 3.2 Klasifikasi Penentuan Karakteristik Pasar

Klasifikasi	Keterangan
Jenis barang dagangan	<ul style="list-style-type: none">• Barang kebutuhan pokok (primer)• Barang Kebutuhan sekunder
Jumlah Pedagang	<ul style="list-style-type: none">• Sedikit• Sedang• Banyak
Waktu aktivitas	<ul style="list-style-type: none">• Sangat singkat• Singkat• Lama

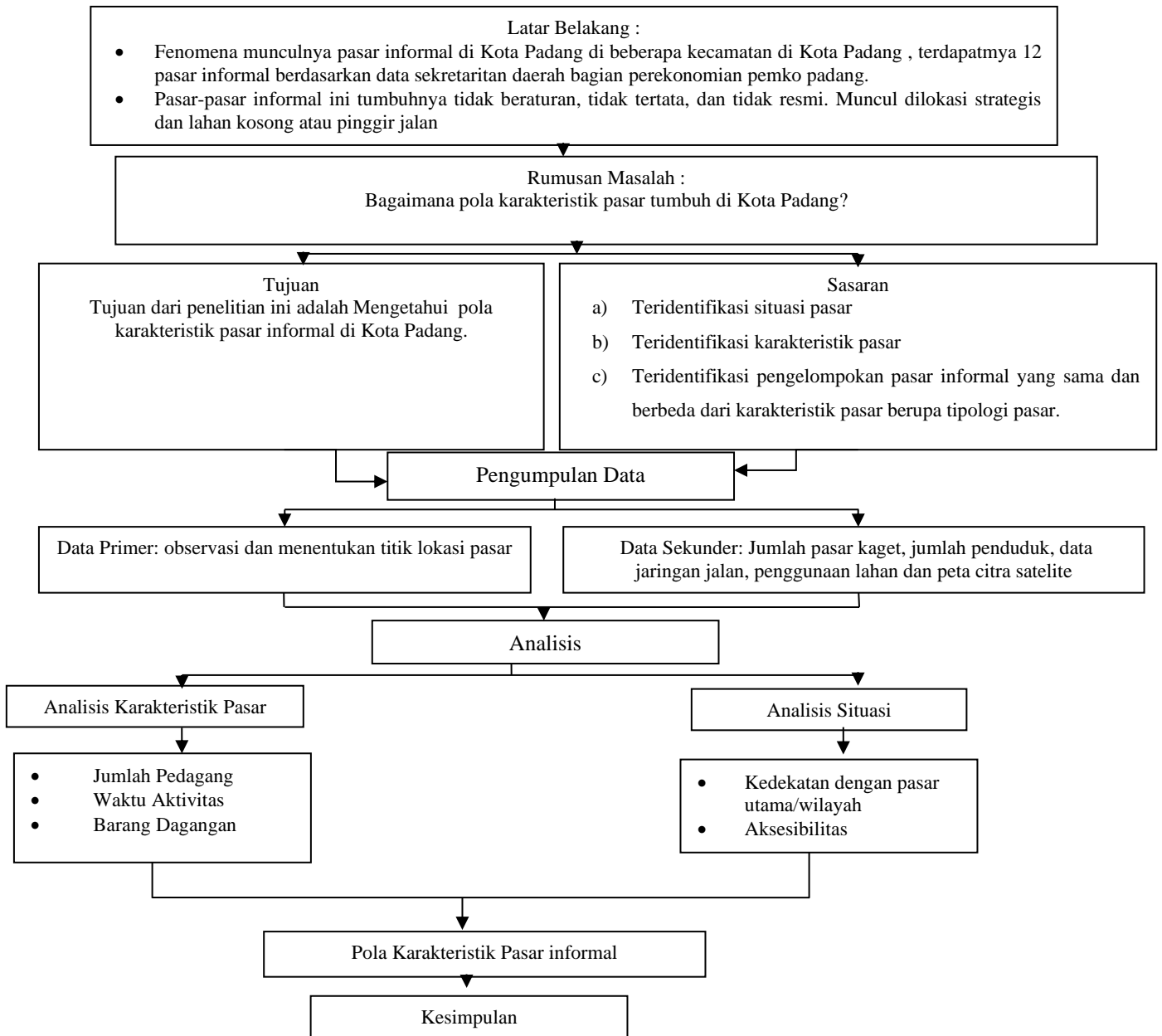
Sumber : Hasil Analisis (2022)

c. Analisis pola karakteristik pasar

Untuk mengetahui pola karakteristik pasar tumbuh di Kota Padang dilakukan kombinasi antara situasi lokasi pasar dengan karakteristik pasar, sehingga hasil dari kombinasi tersebut terdapat klasifikasi masing-masing pasar yang memiliki kesamaan dari segi kedekatan lokasi pasar dengan pasar utama, aksesibilitas, jenis barang dagangan, jumlah pedagang, dan waktu aktivitas.

3.5 Bagan Alir Kegiatan Penelitian

Adapun kerangka berpikir dari penelitian ini adalah sebagai berikut.



Gambar 3.1 Alur Kegiatan Pelaksanaan Penelitian

BAB IV

ANALISA DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Dan Pembahasan

4.1.1 Jumlah Pasar Informal Di Kecamatan Koto Tengah

Berkembangnya permukiman dan perumahan di Kecamatan Koto Tengah menyebabkan munculnya pasar-pasar informal sekitar permukiman dan perumahan tersebut dan ditambah Kecamatan Koto Tengah merupakan salah satu Kecamatan yang memiliki luas kecamatan yang terluas di Kota Padang

Setiap kompleks perumahan atau tempat-tempat tertentu yang dianggap strategis mempunyai kesempatan yang tinggi munculnya pasar informal di lokasi tersebut.

Di Kecamatan Koto Tengah terdapat pasar informal sebanyak 4 pasar informal.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 1 berikut.

Tabel 4.1 Jumlah Pasar Informal di Koto Tengah

No	Nama Pasar Informal	Lokasi	Tahun Berdiri
1	Pasar di Asrama Haji Tabing	Kecamatan Koto Tengah	2002
2	Pasar Pasia NanTigo	Kecamatan Koto Tengah	2006
3	Pasar Balai Gadang 2	Kecamatan Koto Tengah	2009
4	Pasar Dadok tunggul hitam	Kecamatan Koto Tengah	2009

Sumber : Dokumen Kajian dan Data Identifikasi Pertumbuhan Pasar Tradisional Baru Di Kota Padang (2017) dan hasil observasi dilapangan(2022)

Berikut peta lokasi sebaran pasar informal yang ada di Kecamatan Koto Tengah dapat dilihat pada gambar 1 Peta sebaran pasar tradisional Kota Padang berikut ini.

4.2 Identifikasi Pasar Informal Studi

4.2.1 PASAR INFORMAL BERLOKASI DI ASRAMA HAJI (PASAR PAGI PARAK MANGGIH)

Pasar informal selanjutnya yang terdapat di Kota Padang adalah pasar yang terdapat di Asrama Haji Tabing. Pasar informal ini berlokasi di jalan kompleks dekat Asrama Haji tersebut. Aktivitas pasar adalah pagi hari sampai siang hari. Lapak pedagang digelat dipinggir jalan dan ada beberapa pedagang yang sengaja membuat gelaran dagangannya dari kayu. Pada saat aktivitas pasar sedang padat, maka jalan akan tertutup sebagian oleh pedagang dan pembeli. Hal ini menyebabkan kemacetan. Layanan pasar informal adalah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sekitar kompleks perumahan dekat Asrama Haji. Gambar 2 menjelaskan tentang kondisi pasar informal yang berada di dekat Asrama Haji Tabing Padang.



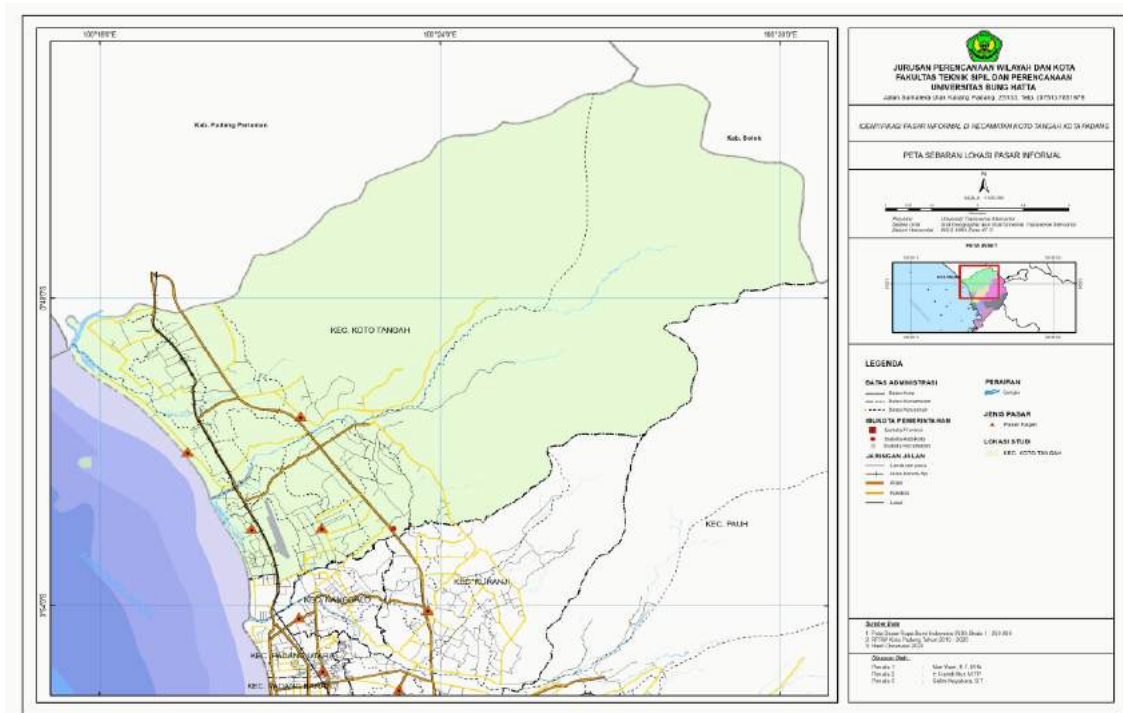
Gambar 4.1 Pasar Berlokasi di Asrama Haji Tabing

Dilihat dari jenis barang yang diperdagangkan, pada umumnya pedagang menjual barang-barang kebutuhan pokok, diantaranya sayuran, lauk-pauk (ikan, daging, ayam), bumbu-bumbu pelengkap, bawang, dan cabe. Tidak ada pengelola pasar khusus untuk pasar informal Asrama Haji ini, pedagang membayar uang keamanan pada preman yang tugasnya mengutip setiap pedagang yang berjualan.

Tabel 4.2 Kondisi Eksisting Pasar di Asrama Haji Tabing

No	Ciri –ciri	Keterangan
1	Luas Area	454,3 m ²
2	Barang Dagangan	Kebutuhan pokok
3	Jumlah Pedagang	25
4	Kontruksi Fisik	Temporer
5	Pola Sebaran Pedangan	Mengelompok
6	Waktu Aktivitas dan Jam Operasional	Setiap hari (Jam 07.00 s/d 12.00 WIB)
7	Tahun Berdiri	1990

Sumber: Hasil perhitungan arcgis dan observasi dilapangan 2022



GAMBAR 4.2 PETA SEBARAN PASAR INFORMAL DI KECAMATAN KOTO TANGAH

4.2.2 PASAR INFORMAL DI PASIR NAN TIGO

Pasar informal di Pasir Nan Tigo terdapat di pinggir pantai di daerah Pasir Nan Tigo Kecamatan Koto Tangah. Bangunan pasar terdiri dari bangunan semi permanen yang terbuat dari kayu. Beberapa pedagang memanfaatkan teras rumah mereka sebagai tempat berjualan, dan beberapa pedagang lainnya menggelar barang dagangannya di atas terpal plastik di atas jalan. Melalui Gambar 3 berikut dapat dilihat kondisi dan aktivitas yang terjadi di pasar Pasir Nan Tigo Kecamatan Koto Tangah.



Gambar 4.3 Pasar Berlokasi di Pasir Nan Tigo

Lokasi pasar ini tidak bersentuhan dengan jalan utama, sehingga tidak mengganggu aktivitas di jalan raya. Barang-barang yang dijual pada umumnya adalah barang-barang kebutuhan pokok, seperti sayur-sayuran, lauk-pauk (ayam, daging, ikan asin, ikan dan sebagainya), cabe, bawang, bumbu-bumbu, dan lain-lain. Ada beberapa pedagang yang menjual pakaian dan perlengkapan rumah tangga lainnya yang termasuk ke dalam barang kebutuhan sekunder. Namun Pasar Pasir Nan Tigo ini terkenal dengan pasar rakyat yang menjual ikan segar. Saat nelayan pulang menangkap ikan, hasil tangkapannya langsung dijual di pasar ini, sehingga kualitas ikan yang baik dan segar dapat diperoleh. Aktivitas pasar berlangsung pagi hari sampai sore. Aktivitas pasar yang padat adalah jam 07.00 s/d 11.00

WIB. Setelah itu pedagang mulai berangsur-angsur menutup lapaknya. Di sore hari hanya beberapa pedagang saja yang masih berjualan, terutama pedagang yang tinggal di lokasi pasar dan memanfaatkan rumah mereka dengan membangun warung sebagai tempat berjualan.

Tabel 4.3 Kondisi Eksisting Pasar di Pasir Nan Tigo

No	Ciri –ciri	Keterangan
1	Luas Area	4130 m ²
2	Barang Dagangan	Kebutuhan pokok dan kebutuhan sekunder
3	Jumlah Pedagang	180
4	Konstruksi Fisik	Permanen, semi permanen dan temporer
5	Pola Sebaran Pedangan	Mengelompok dan Memanjang / linier sepanjang jalan
6	Waktu Aktivitas dan Jam Operasional	Setiap hari (Jam 07.00 s/d 15.00 WIB)
7	Tahun Berdiri	2006

Sumber: Hasil perhitungan arcgis dan observasi dilapangan 2022

4.2.3 PASAR INFORMAL BALAI GADANG 2

Pasar Balai Gadang 2 merupakan pasar yang berlokasi di Kecamatan Koto Tangah. Lokasi pasar ini mempunyai jarak 1.500 meter dari lokasi Pasar Balai Gadang lama. Aktivitas pasar dimulai dari pagi sampai siang hari, dengan waktu operasional setiap hari kecuali hari jum'at.



Gambar 4.4 Pasar Balai Gadang 2

Barang-barang yang diperdagangkan pada umumnya adalah barang-barang kebutuhan pokok, seperti ayam, daging, ikan, sayur-sayuran, buah, bawang, cabe, dan sebagainya. Masyarakat yang berbelanja ke pasar rakyat ini cukup padat terutama pada pagi hari untuk memperoleh bahan-bahan kebutuhan pokoknya. Sama halnya dengan pasar informal lainnya, pada saat aktivitas pasar padat, akan menimbulkan kemacetan. Kondisi pasar yang sembrawat menyebabkan pasar ini tergolong sebagai pasar yang kumuh. Namun demikian, masyarakat yang berkunjung ke pasar ini dari sisi jarak sangat diuntungkan, karena lokasi pasar tidak jauh dari permukiman penduduk.

Tabel 4.4 Kondisi Eksisting Pasar di Balai Gadang 2

No	Ciri –ciri	Keterangan
1	Luas Area	3155,2 m ²
2	Barang Dagangan	Kebutuhan pokok dan kebutuhan sekunder
3	Jumlah Pedagang	170
4	Konstruksi Fisik	Semi permanen dan temporer
5	Pola Sebaran Pedangan	Memanjang / linier sepanjang jalan
6	Waktu Aktivitas dan Jam Operasional	Setiap hari (Jam 07.00 s/d 12.00 WIB)
7	Tahun Berdiri	2009

Sumber: Hasil perhitungan arcgis dan observasi dilapangan 2022

4.2.4 PASAR INFORMAL DADOK TUNGGUL HITAM

Pasar informal rawang tunggul hitam berlokasi di Kelurahan Dadok Tunggul Hitam, Kecamatan Koto Tangah. Lokasi pasar ini berada simpul jalan menuju perumahan di Kelurahan Dadok Tunggul Hitam. Barang-barang yang diperdagangkan pada umumnya adalah barang-barang kebutuhan pokok, seperti ayam, daging, ikan, sayur-sayuran, buah, bawang, cabe, dan sebagainya. Selain barang kebutuhan pokok terdapat juga pedagang menjual kebutuhan sekunder seperti kelontong, pecah belah, dan peralatan rumah tangga lainnya.



Gambar 4.5 Pasar Dadok Tunggul Hitam

Aktivitas pasar di mulai di pagi hari sampai siang hari, waktu puncak jual-beli antara jam 08.00 – 10.00 WIB. Adapun pedagang yang masih membuka lapaknya sampai sore hari dengan barang yang diperjualkan berupa buah-buahan. Pada saat jam puncak pasar ini menimbulkan masalah kemacetan karena lapak-lapak pasar berada di bahu jalan dan pembeli memakai jalan sebagai tempat parkir dan aktivitas jual-beli. Namun demikian, masyarakat yang berkunjung ke pasar ini dari sisi jarak sangat diuntungkan, karena lokasi pasar tidak jauh dari permukiman penduduk.

Tabel 4.5 Kondisi Eksisting Pasar di Dadok Tunggul Hitam

No	Ciri –ciri	Keterangan
1	Luas Area	4710,5 m ²
2	Barang Dagangan	Kebutuhan pokok dan kebutuhan sekunder
3	Jumlah Pedagang	51
4	Konstruksi Fisik	Permanen, semi permanen, dan temporer
5	Pola Sebaran Pedangan	Memanjang / linier sepanjang jalan
6	Waktu Aktivitas dan Jam Operasional	Setiap hari (Jam 07.00 s/d 12.00 WIB)
7	Tahun Berdiri	2009

Sumber: Hasil perhitungan arcgis dan observasi dilapangan 2022

4.3 REKAPITULASI KONDISI PASAR INFORMAL DI KECAMATAN KOTO TANGAH

Pasar informal yang ada di Kecamatan Koto Tangah berjumlah 4 pasar. Munculnya pasar informal lebih disebabkan karena ketidakmampuan pelayanan yang optimal yang diberikan oleh pasar-pasar rakyat yang berada di dekatnya. Meskipun aksesibilitas pasar-pasar yang diakui oleh Pemerintah Kota Padang lancar, namun masyarakat memilih mengunjungi pasar informal untuk memperoleh barang-barang kebutuhannya. Disamping itu jarak juga diperhitungkan antara satu pasar ke pasar lainnya oleh konsumen, apalagi konsumen ingin memperoleh barang kebutuhan pokoknya dalam waktu yang cepat.

Pada umumnya waktu operasional pasar informal adalah pada pagi sampai siang hari. Pada waktu kegiatan pasar yang padat, sering terjadi kemacetan dan kesemrawutan, sehingga menimbulkan ketidaknyamanan bagi masyarakat yang berada di sekitar pasar informal ataupun melalui pasar informal tersebut.

Pengunjung yang berbelanja ke pasar-pasar informal berasal dari lokasi terdekat dimana pasar informal tersebut berada. Namun ada beberapa pasar informal yang pengunjunnya berasal dari masyarakat yang kebetulan melewati lokasi pasar informal itu, seperti Pasar Pasir Nan Tigo asal pengunjunnya berasal dari masyarakat setempat dan masyarakat di kecamatan lainnya di Kota Padang. Hal ini disebabkan karena pasar informal ini menawarkan komoditi ikan yang segar yang langsung dijual setelah nelayan kembali dari melaut.

Tabel 4.6 Rekapitulasi Pasar Informal Di Kecamatan Koto Tengah

Keterangan	Pasar informal			
	Pasar di Asrama Haji Tabing	Pasar Berlokasi di Pasir Nan Tigo	Pasar Balai Gadang 2	Pasar Dadok Tunggul Hitam
Asal Pengunjung	Masyarakat sekitar	Masyarakat sekitar dan kawasan lainnya	Masyarakat sekitar	Masyarakat sekitar dan pembeli yang kebetulan lewat
Komoditi yang diperdagangka	Barang Kebutuhan pokok	Barang Kebutuhan pokok + barang sekunder	Barang Kebutuhan pokok + barang sekunder	Barang Kebutuhan pokok + barang sekunder
Kelas Jalan yang dilalui	Lokal	Lokal	Kolektor Sekunder	Lokal
Pasar Utama/Pasar Wilayah terdekat	Pasar Tabing	Pasar Lubuk Buaya	Pasar Lubuk Buaya	Pasar Tabing
Jumlah pedagang	20	180	170	51
Luas Pasar (m ²)	896,4	4130	3155,2	4710,5

Sumber: Hasil perhitungan arcgis dan observasi dilapangan 2022

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian Identifikasi Pasar Informal di Kecamatan Koto Tangah dari 4 pasar yang terdata, maka :

1. Pasar Pasie Nan Tigo, merupakan pasar informal dengan komoditi yang diperdagangkan lebih lengkap dan bervariasi dapat dilihat dari jumlah pedagang yang berdagang sebanyak 180 pedagang, serta komoditi yang jualnya berupa ikan segar karena pasar informal ini berada dekat pantai di Kecamatan Koto Tangah. Sehingga menyebabkan bukan hanya masyarakat dari Kecamatan Koto Tangah yang berbelanja pada pasar informal ini, akan tetapi masyarakat dari Kecamatan lain yang berada di Kota Padang.
2. Pasar Balai Gadang 2, Pasar ini berada disebelah utara Kecamatan Koto Tangah, serta berada di Jalan Kolektor Sekunder. Menyebabkan kemacetan pada hari libur karena banyaknya perumahan-perumahan baru disekitar pasar ini. Komoditi yang diperdagangkan dipasar ini cukup lengkap dan bervariasi, hal ini dilihat dari jumlah pedagang sebanyak 170 pedagang.
3. Pasar Dadok Tunggul Hitam, pasar ini berada disimpul perumahan di Kelurahan Dodok Tunggul Hitam serta salah satu jalan alternatif menuju Kantor Walikota Kota Padang. Komoditi yang diperdagangkan cukup lengkap dan bervariasi. Karena pasar ini berda disimpul perumahan maka pasar ini bukan hanya dikunjungi oleh masyarakat Kelurahan Tunggul Hitam saja akan tetapi masyarakat dari Kecamatan lain yang berada di Kota Padang.

4. Pasar Asrama Haji, pasar informal ini merupakan pasar yang tidak selengkap dari 3 pasar informal yang ada di Kecamatan Koto Tangah, karena dipasar ini hanya menjual kebutuhan pokok saja, dan pedagang yang berdagang dipasar informal ini pun tidak sebanyak 3 pasar informal lainnya.

5.2 Saran

Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk studi lanjutan untuk Studi lebih mendalam tentang aspek ekonomi pasar informal di Kecamatan Koto Tangah, termasuk pola harga, struktur pasar, dan dampaknya terhadap perekonomian lokal.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Black, A. 1995. *Urban Mass Transport Planning*. Singapore: Mc. Graw Hill Book Co.
- Johara T. Jayadinata. 1999. *Tata Guna Tanah dalam Perencanaan Pedesaan Perkotaan dan Wilayah*. Bandung: Penerbit ITB.
- Joseph de Chiara, Lee Koppelman. 1999. *Manual of housing planning and design criteria*. New York: Prentice-Hall.
- Lilinanda, Rudy P. 1997. *Transformasi Pasar Tradisional Di Perkotaan Surabaya*. Surabaya: Fakultas Teknik Arsitektur Universitas Kristen Petra
- Miro, Fidel. 2012. *Manajemen Transportasi*. Padang. Erlangga.
- Sumaatmadja, Nursid. 1981. *Studi Geografi Suatu Pendekatan dan Analisa Keruangan*. Bandung: Alumni
- Tarigan, Robinson. 2006. *Perencanaan Pembangunan Wilayah*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.
- Winardi. 1986. *Pengantar Tentang Teori Sistem dan Analisa Sistem*. Bandung: Penerbit Alumni.

Tugas Akhir dan jurnal

- Achmad sidik permana, and Supratignyo Aji, 2010. *Penentuan Lokasi Pasar Induk Beras di Kabupaten Subang. Tugas Akhir. Jurusan Planologi*. Fakultas teknik Planologi. UNPAS.
- Arofah, Tiara. 2017. *Analisis Persebaran Minimareket Modern Berbasis Sig (Sistem Informasi Geografis) Di Kabupaten Kudus*. Jurnal Geodesi UNDIP Volume 6 Nomor 4.
- Ristantyo, Yanuar. 2004. *Evaluasi Alternatif Lokasi Pasar Induk Sayur di Kota Surabaya*. Tugas Akhir tidak diterbitkan, Program Studi Teknik Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik Universitas Diponegoro, Semarang.
- Sofaer, S. (1999). Qualitative methods: what are they and why use them?. Health Services Research 34:4 Part II (December 1999). Srivastava, A. & Thomson, S.B. (2009). Framework analysis: a qualitative methodology for applied policy research. JOAAG, Vol.4. No.2 ([Memahami Metode Penelitian Kualitatif \(kemenkeu.go.id\)](http://kemenkeu.go.id))

Kebijakan Pemerintah

Dinas Koperindag, Kajian dan Identifikasi Pertumbuhan Pasar-Pasar Tradisional Baru di
Kota Padang tahun 2017

Badan Pusat Statistik. 2021. Kota Padang Dalam Angka 2021. Padang

Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 tahun 2007 Tentang Penataan dan
pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko Modern

SNI Pasar Rakyat (8152:2015)

SNI 03-1733-2004 tentang Tata Cara Penyusunan Lingkungan Perumahan di Perkotaan