

TIPOLOGI BARU PASAR TRADISIONAL SERPONG

Nadhifa Aurelia Prawira¹⁾, Sidhi Wiguna Teh²⁾

¹⁾Program Studi S1 Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Tarumanagara, naurelia1806@gmail.com

²⁾Program Studi S1 Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Tarumanagara, sidhi@ft.untar.ac.id

Masuk: 23-01-2022, revisi: 29-03-2022, diterima untuk diterbitkan: 15-04-2022

Abstrak

Proyek E-Peken Serpong: Wujud Baru Pasar Tradisional Serpong diangkat dari permasalahan yang muncul dan menimpa sebagian besar pasar tradisional yang ada di Indonesia. Pasar tradisional kerap dinilai kumuh dan tidak layak khususnya bagi masyarakat kelas menengah atas, hal ini membuat pasar tidak berkembang karena ketidakmampuannya untuk bersaing dengan bermunculannya pasar - pasar modern. Hal ini tidak seharusnya terjadi sebab setiap pasar memiliki karakteristik yang berbeda. Pembangunan proyek ini berbasis metode konseptual, dimana dalam pembangunannya memperhatikan banyak faktor baik eksternal maupun internal. Selain itu, proyek ini juga menggabungkan beberapa fungsi lain di luar fungsi utamanya, seperti area *food court*, area duduk sekaligus area komunal, dan area rekreasi agar aktivitas di dalam pasar tetap hidup. Dengan menggunakan metode tersebut diharapkan proyek ini akan mampu menjalankan fungsi utamanya sebagai pasar tradisional dan juga mampu meningkatkan daya saingnya. Wujud baru pasar tradisional ini juga diharapkan akan meningkatkan minat masyarakat akan pasar tradisional dan bisa dijadikan contoh dalam pengembangan pasar tradisional lainnya di kemudian hari.

Kata kunci: Pasar Tradisional; Revitalisasi Pasar; Tipologi Baru.

Abstract

Serpong E-Peken Project: A New Form of Serpong Traditional Market is based on the problems that arise and affect most of the traditional markets in Indonesia. Traditional markets are often considered slum and unfit, especially for the upper middle class, this makes the market undeveloped due to its inability to compete with the emergence of modern markets. Though this problem should not happen because every market has its own characteristics. The construction of this project is based on a conceptual method, which in its development takes into account many factors, both external and internal. In addition, this project also combines several other functions outside of its main function, such as a food court area, a sitting area as well as a communal area, and a recreation area to keep activities in the market alive. By using this method, it is hoped that this project will be able to carry out its main function as a traditional market and also be able to increase its competitiveness. This new form of traditional market is also expected to increase public interest in traditional markets and can be used as an example in the development of other traditional markets in the future.

Keywords: Market Revitalization; Rethinking Typology; Traditional Market.

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Munculnya virus Covid-19 di Indonesia yang dimulai pada awal tahun 2020, memberikan dampak yang signifikan khususnya pada sektor pariwisata, perdagangan, serta investasi. Beberapa perusahaan terpaksa menutup bisnisnya akibat penurunan permintaan pasar akan produk yang mereka jual. (www.cnbcindonesia.com, 2021) Namun bukan hanya pandemi yang mempengaruhi sektor - sektor tersebut, adanya perubahan perilaku konsumen juga menjadi salah satu penyebab utamanya. Pesatnya perkembangan teknologi yang sejalan dengan peningkatan kebutuhan dan perilaku konsumen membuat perusahaan yang mampu beradaptasi dengan cepat akan maju dan perusahaan yang lambat tidak akan bertahan. (www.thekeenfolks.com, 2020)

Hal ini mempengaruhi keberadaan sektor perbelanjaan khususnya pasar tradisional. Pasar tradisional yang masih menggunakan sistem - sistem konvensional pastinya akan sangat tertinggal. Pasalnya sudah banyak berita yang menyatakan bahwa daya beli masyarakat terhadap pasar tradisional terus menurun setiap tahunnya. (www.republika.co.id, 2020) Padahal pasar tradisional sendiri banyak mengandung unsur - unsur budaya yang perlu dilestarikan. (Saefudin, Wibawa, & Rachman, 2013) Pasar tradisional juga mampu dikembangkan dan disesuaikan dengan keadaan sekelilingnya. Pasar tradisional juga menjadi salah satu alternatif tempat berbelanja dengan harga murah karena berlakunya sistem tawar-menawar. Dengan demikian maka kita harus mulai mengambil tindakan dalam menjaga keberadaan serta perkembangan pasar tradisional agar tidak tenggelam oleh perkembangan yang ada.

Perubahan serta perkembangan pada pasar tidak hanya berdampak pada fisik pasar namun juga bisa menjadi salah satu upaya dalam memperbaiki stigma masyarakat akan pasar. Seringkali citra pasar tradisional dipandang buruk karena tatanan dan pengelolaannya yang kurang baik. Banyak kita jumpai pasar tradisional yang gelap, sempit, becek, dan kotor. Hal - hal ini juga mampu diperbaiki secara bersamaan dengan pengembangan fisik pasar tersebut.

Pasar Serpong menjadi salah satu contoh pasar tradisional yang berada di kawasan berkembang. Namun, perkembangan yang kian pesat itu tidak selaras dengan wujud Pasar Serpong saat ini, meski sudah diperbaiki dan direnovasi pasar tradisional ini masih memiliki banyak kekurangan. Seperti, akses masuk pasar yang tidak *visible*, sirkulasi pengunjung di dalam pasar yang sempit, kurangnya pencahayaan alami di dalam pasar, dsb. Pasar Serpong memiliki potensi yang sangat besar melihat lokasinya yang dikelilingi banyak moda transportasi serta peningkatan pembangunan kawasan perumahan. Hal ini membuat Pasar Serpong menarik untuk diangkat sebagai salah satu proyek yang perlu dikembangkan.

Rumusan Permasalahan

Berdasarkan latar belakang di atas dapat disimpulkan bahwa muncul beberapa permasalahan yang ditimbulkan oleh perkembangan teknologi yang sangat berdampak bagi keberadaan pasar tradisional. Oleh karena itu perlu ada upaya dalam menghidupkan kembali minat masyarakat terhadap pasar tradisional dengan berbagai cara, seperti menciptakan sebuah wujud baru pasar tradisional yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan teknologi yang ada. Wujud baru ini jangan hanya tercipta pada sisi luar bangunan namun juga harus memperbaiki tatanan di dalam pasarnya demi membangun citra pasar yang lebih baik yaitu pasar yang bersih dan nyaman.

Tujuan

Setelah latar belakang dan rumusan masalah selanjutnya adalah memusatkan tujuan, mengapa sebuah pasar tradisional harus diperbaharui. Wujud baru Pasar Serpong ini diharapkan mampu menciptakan suatu tempat yang mampu mendukung fungsi utama sebuah pasar sekaligus menyediakan area yang nyaman untuk pengunjung dari berbagai kalangan.



Gambar 1. Sejarah Pasar Tradisional
Sumber: Menguak Pasar Tradisional Indonesia

2. KAJIAN LITERATUR

Berpikir Ulang Tentang Tipologi

Tipologi berasal dari kata typos dan logos. Secara garis besar tipologi membahas tentang tipe atau jenis, kata tipe ini diangkat dari Bahasa Yunani yaitu typos (the root of). (Ayyıldız, Ertürk, & Durak, 2017) Kata tipe sendiri bersifat subjektif atau memandang sesuatu dari segi fisik maupun bentuk. Tipos dapat diartikan sebagai sesuatu yang mengawali, sebuah wujud yang ditiru, contoh atau inspirasi, ide, aturan, bahkan karakter. Beberapa hal yang berhubungan dengan tipe ialah struktur, komponen, elemen, dan model. Ilmu tipologi dapat digunakan untuk mengidentifikasi objek perkotaan maupun sejarah arsitektur karena dengan tipologi kita bisa mempelajari maupun mencari akar dari sebuah objek atau asal mula suatu objek (Shi & Wei, 2017).

Tipologi dalam arsitektur sendiri didefinisikan sebagai sesuatu yang berhubungan dengan gaya arsitektur, namun dijabarkan menjadi sebuah sifat geometris dasar atau kombinasi elemen arsitektur untuk mengklasifikasikan jenis yang merupakan wujud dari arsitektur sendiri. Tipologi dalam arsitektur dapat direalisasikan dengan pemilihan tipe yang sesuai, hal ini akan berdampak pada fungsi dan apakah bangunan tersebut terintegrasi dengan lingkungan sekitarnya. Pemilihan tipe – tipe ini bertujuan untuk menekankan kesatuan bangunan dengan sekelilingnya. Namun, tipe yang dipilih harus disederhanakan terlebih dahulu, tujuannya adalah untuk mengubah prototipe tipologi yang didapat menjadi suatu tipe arsitektur yang universal dan abstrak. Selain itu, penyederhanaan tipe berguna untuk menghindari adanya kesamaan dan kemajemukan antar bangunan (Koch, 2015).

Metode analisis tipologi adalah suatu metode yang bersifat sistematis, reduktif, dan skematis untuk memahami desain atau teori yang dikemukakan oleh seseorang dalam masing – masing bidang. Metode ini adalah sebuah diskusi khusus yang juga harus digeneralisasikan dengan akal pikiran. Namun apakah suatu tipologi bangunan dapat berubah atau diubah? Contoh nyata dari hal ini adalah perubahan perilaku manusia yang juga akan berdampak pada perubahan fungsi bangunannya. Kebutuhan akan suatu bangunan sekarang ini lebih kompleks, beragam, dan *multi-layered*. Contohnya adalah tipologi dari sebuah rumah, rumah atau tempat tinggal yang awalnya disebut sebagai sebuah perkembangan superblock saat ini memiliki pengertian tempat bernaung sebuah keluarga berdasarkan jumlah dan kebutuhannya (GÜNEY, 2007).

Pasar Tradisional

Secara etimologis, kata pasar diserap dari Bahasa Turki, *pazar*, turunan dari Bahasa Persia, *bazaar*, keduanya memiliki makna yang sama. Pemaknaan yang sama juga ditemukan pada kata Bahasa Inggris market yang diserap dari kosakata *mercatus*. Pemaknaan kata ini memiliki dua arti yang berbeda berdasarkan tujuan kegiatan masing - masing pasar (Yadollahi, 2016). Pasar menjadi bentuk tertua dari kegiatan perdagangan. Berawal dari kegiatan barter dan jual-beli *surplus produce*. (Tomlinson & Planas, 2018) Hal ini kemudian berkembang, barang - barang yang diperjual belikan adalah tanaman maupun hewan yang dijinakkan. Selanjutnya, iklim dan cuaca memberikan hasil panen berlebih yang dijadikan barang dagangan. Pasar pertama kali dibentuk dan langsung menjadi sebuah ciri penting dalam kehidupan pedesaan. *Market town* juga menjadi pusat kegiatan sosial dan kegiatan komunitas; bukan hanya sebuah tempat orang - orang bertemu dan bertukar barang dagangan, tetapi juga sebagai tempat bertukar informasi dan bercerita. (Tomlinson & Planas, 2018)

Arti pasar menurut KBBI, sebagai wadah interaksi jual beli. Berbagai karakteristik dan fenomena pasar di berbagai negara dapat memperdalam pemahaman kita akan esensi dari identitas pasar itu sendiri dan juga alasan akan potensinya dalam memenuhi kebutuhan masyarakat yang sekaligus menjadi penggerak ekonomi lokal. Beberapa penelitian telah dilakukan untuk mengklasifikasi pasar tradisional berdasarkan perbedaan status sosial ekonomi pengunjung ataupun pembeli. Penggunaan istilah “pasar tradisional” pun berubah menjadi “pasar rakyat” sejak 2014. Hal ini berpengaruh karena masyarakat dengan status sosial ekonomi menengah atas akan cenderung meninggalkan pasar tradisional dan beralih ke pasar modern dan begitupun sebaliknya. Namun, ada pendapat yang membuktikan sebaliknya. Faktor etnis dan budaya turun temurun, serta faktor geografis dapat memberikan pengaruh yang berbeda. Beberapa faktor yang menjadi penyebabnya, seperti jarak pasar tradisional yang lebih terjangkau dibanding pasar modern, jarak yang jauh karena keberadaannya di pusat kota, dan penawaran produk yang lebih bervariasi untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga sehari – hari. (Malano, 2011)

Pasar tradisional merupakan satu wujud ekonomi kerakyatan yang mendasar. Transaksi ekonomi yang dilakukan di pasar tradisional merupakan hasil swadaya masyarakat dengan mengolah sumber daya yang tersedia. Sumber daya yang dimaksud berupa sektor pertanian, peternakan, kerajinan, makanan, dan lain sebagainya. Kegiatan ekonomi yang berlangsung di pasar tradisional bertujuan untuk menghidupi dan memenuhi kebutuhan hidup tanpa mengeksploitasi SDA yang tersedia. Pasar tradisional juga merupakan sektor ekonomi yang memiliki potensi besar dan mampu menjadi penggerak roda perekonomian. Seringkali pasar tradisional menjadi pasar yang mampu bertahan walaupun dalam kondisi krisis. Hal ini membuktikan bahwa pasar tradisional mampu melayani cakupan masyarakat yang luas, baik kalangan menengah ke bawah maupun menengah ke atas. Pasar tradisional sendiri menjadi penyumbang lapangan pekerjaan yang cukup besar. Pada tahun 2017, terdapat 13.450 pasar tradisional di Indonesia, dari jumlah tersebut terdapat sekitar 12,6 juta pedagang, jumlah ini

diluar pemasok barang serta pengelola pasar. (Nurjanah, 2018) Perencanaan pasar tradisional sebenarnya tertulis dalam Peraturan Presiden nomor 112 tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern. Dalam peraturan ini juga disebutkan bahwa, Pemerintah dan Pemerintah Daerah baik sendiri - sendiri maupun bersama – sama sesuai dengan bidang dan tugasnya masing - masing melakukan penataan, pembinaan, dan pengawasan pasar tradisional. Secara mendasar, seluruh hal - hal di atas tertera dalam PerMenDagRI, agar dapat ditinjau dan disesuaikan dengan kebutuhan masing - masing pasar.

3. METODE

Demi kelancaran perancangan proyek pasar tradisional Serpong ini memerlukan berbagai data terkait, agar proses analisis lebih maksimal. Proses analisis pertama dilakukan terhadap bangunan - bangunan yang dijadikan studi preseden, dimana dalam proses analisisnya terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan agar selanjutnya dapat diterapkan ke dalam proyek. Hal mendasar pertama adalah tampilan bangunan baik luar maupun dalam, peletakkan akses masuk pasar baik kendaraan maupun manusianya, penataan toko/ area belanja di dalam masing - masing preseden, sirkulasi bagi seluruh pengguna pasar, dan sistem pencahayaan bangunannya. Rangkuman hasil analisis tersebut kemudian disatukan dan diimplementasikan ke dalam suatu diagram fungsi dan sirkulasi. Diagram tersebut kemudian dikembangkan dalam program ruang yang membahas lebih detail akan kelas ruang dan luasannya.

Selanjutnya adalah proses analisis tapak yaitu lokasi eksisting Pasar Serpong. Hal - hal yang perlu diperhatikan dalam analisis tapak, antara lain kepadatan area, area hijau sekitar tapak, orientasi bangunan, dan akses kendaraan. Hasil dari analisis tapak ini nantinya harus tercerminkan dalam proyek. Beberapa data pada bagian Metode, penulis perlu menjabarkan data yang akan dikumpulkan selama proses penelitian/ desain dan selanjutnya secara rinci dan runtut menjelaskan metode pengumpulan data, tahapan penelitian/ desain, metode analisis dan sintesis data hingga menghasilkan pernyataan kesimpulan.

4. DISKUSI DAN HASIL

Pendekatan dalam perencanaan program disusun berdasarkan beberapa faktor yang menimbulkan masalah dalam Pasar Serpong itu sendiri. Faktor – faktor ini yang selanjutnya dikembangkan agar sesuai dengan kebutuhan sarana prasarana pasar. Faktor yang pertama adalah faktor fungsi, menyesuaikan fasilitas utama, penunjang, dan penghubung. Faktor konseptual, analisis keadaan sekitar tapak dan relasi nya dengan kegiatan di dalam bangunan. Faktor arsitektural, faktor ini yang membangun karakter pasar tersebut, karakter pasar juga harus menjadi *support* bagi seluruh kegiatan di dalamnya.

Program

Keseluruhan bangunan terdiri dari satu massa yang merupakan gabungan dari beberapa bentuk segi enam. Satu massa gabungan ini memiliki beberapa *void* berukuran besar di dalamnya. Ruang parkir kendaraan bermotor untuk pengunjung berada di bagian utara proyek dan bersifat *outdoor*, sedangkan area parkir untuk karyawan berada di bagian timur bangunan berdampingan dengan area parkir kendaraan *loading in*.



Gambar 2. Site Plan Bangunan
 Sumber: Dokumen pribadi

Terdapat dua area *loading in* dan *loading out* pengunjung, di bagian depan yang berhadapan langsung dengan jalan merupakan area *drop-off* pengunjung yang menggunakan transportasi umum (*drop-off 1*), jalur ini juga merupakan akses utama bagi kendaraan bermotor untuk masuk ke dalam tapak. Area *loading* pengunjung yang kedua berada di sisi utara bangunan (*drop-off 2*), area ini dapat menjadi akses *drop-off* maupun akses *loading out* bagi pengunjung. Berdekatan dengan area *loading* utara terdapat *spot* menunggu bagi para kurir dengan pesanan *via online*.

Program Fungsi Utama

Massa fungsi utama atau massa pasar merupakan gabungan dari bentuk segi enam. Denah pada lantai satu dan dua menggambarkan bagian dalam pasar yang memiliki fungsi utama yaitu area jual-beli. Pada area ini terdapat beberapa los dengan bentuk segi enam yang dibentuk menjadi satu kelompok kecil dan tersebar secara merata ke seluruh sisi dalam pasar. Selanjutnya, kelompok – kelompok kecil los dagang tersebut diberi jarak sekitar 1.5 – 2 meter sebagai akses sirkulasi pengunjung. Persebarannya juga berfungsi agar seluruh area dagang dapat dijangkau secara visual dan aksesibel bagi pembeli. Selain los dagang, juga terdapat kios dagang yang mengelilingi area terluar bangunan. Kios diletakkan dengan orientasi menghadap keluar, sehingga memudahkan pengunjung sekaligus memisahkan sirkulasi antara pengunjung los dengan pengunjung kios.



Gambar 3. Denah Bangunan
Sumber: Dokumen pribadi

Namun, kios – kios dagang yang berada di lantai dua dapat dicapai melalui dua akses yaitu tangga di area luar bangunan maupun tangga yang berada di dalam bangunan. Selain area los dagang dan juga kios wujud baru pasar tradisional ini juga memperhatikan hal lain yang sekiranya mampu meningkatkan fungsi pasar, yaitu dengan membuat beberapa titik *food court*. Pemusatan area *food court* diharapkan membuat pengunjung lebih nyaman dan tidak terganggu oleh aktivitas pengunjung lainnya.



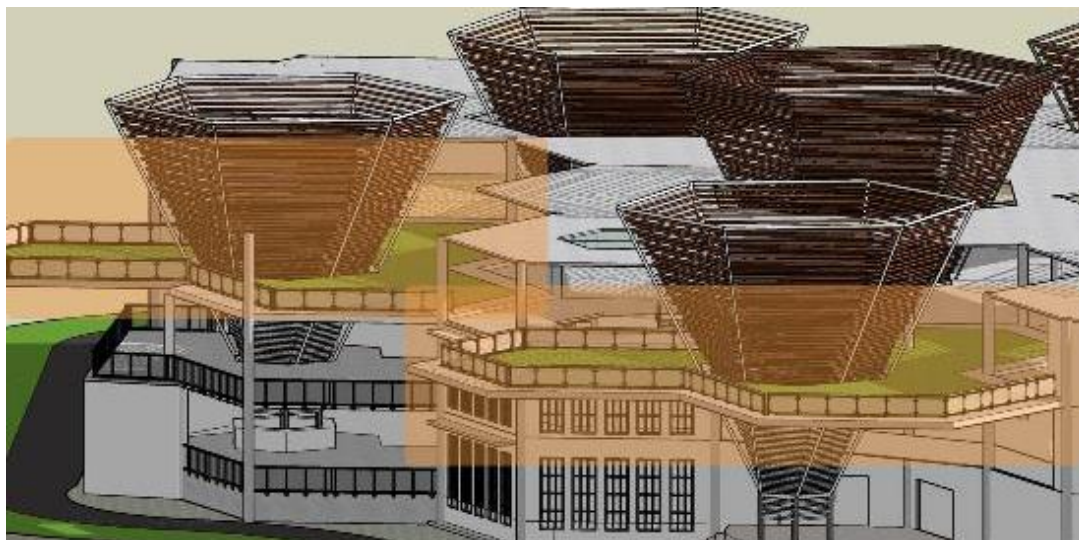
Gambar 4. Tampak Kios Bangunan
Sumber: Dokumen pribadi

1. Akses masuk ke dalam kios dari tangga yang ada di luar bangunan namun dekat dengan area *drop off* pengunjung
2. Akses masuk kios dari dalam bangunan yang terdapat di atas area *drop off* pengunjung (tangga berada di dalam bangunan)

Program Pendukung

Area pendukung pada bangunan ini berada di lantai teratas bangunan (lantai tiga). Akses yang digunakan pengunjung untuk mencapai area ini adalah dengan menggunakan tangga. *Railing* yang dipasang pada area *outdoor* sengaja diletakkan menjorok ke dalam untuk memberikan efek *infinity green roof* dari sudut pandang pengunjung di luar bangunan. Area rekreasi pada bangunan ini terbagi menjadi area *outdoor* dan *indoor*. Pada area *indoor* masih terdapat area los dagang yang lebih difokuskan pada sektor F&B atau *entertainment*, selain itu pengunjung pada area ini juga dapat menikmati makanan mereka dengan nyaman karena terdapat lebih

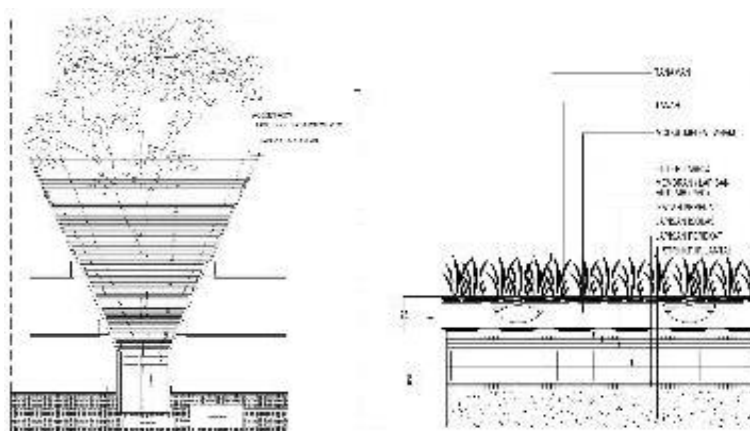
banyak tempat duduk – duduk sekaligus ruang komunal. Selanjutnya pada area outdoor memiliki kelebihan yaitu *green roof*, dimana *green roof* tidak berfungsi sebagai unsur estetika namun juga membantu dalam penyerapan air hujan. *Green roof* area ini menjadi salah satu aksesoris bagi pasar agar memiliki suatu nilai jual lebih.



Gambar 5. Area Green Roof
Sumber: Dokumen pribadi

Program Sustainability

Beberapa fungsi tambahan yang diletakkan agar bangunan mampu mendukung keberlanjutan lingkungan sekitar. Adapun penambahan fungsi - fungsi tersebut, seperti pemaksimalan pencahayaan alami, *green roof*, dan *rainwater collector*. Pemaksimalan masuknya cahaya alami ke dalam bangunan dilakukan dengan membuat beberapa *void* besar di setiap modul segi enam. *Void* ini sekaligus menjadi titik *rain water collector* yang berfungsi sebagai pengumpul air hujan agar airnya dapat dimanfaatkan dan tidak menimbulkan genangan di area bangunan. Selain *rain water collector*, *green roof* juga mampu menjadi salah satu media penyerapan air karena memiliki lapisan - lapisan yang mampu menyerap air dengan baik khususnya air hujan. Penerapan fungsi - fungsi berkelanjutan ini selain baik bagi lingkungan juga memiliki keuntungan dalam mengurangi biaya operasional listrik dan air bangunan.



Gambar 6. Detail *green roof* dan *rain collector*
Sumber: Dokumen pribadi

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Wujud Baru Pasar Tradisional Pasar Serpong diangkat dari permasalahan yang muncul dan menimpa sebagian besar pasar tradisional yang ada di Indonesia. Pasar tradisional kerap dinilai kumuh dan tidak layak khususnya bagi masyarakat kelas menengah ke atas, hal ini membuat pasar tidak mampu berkembang karena tidak mampu bersaing dengan maraknya pembangunan pasar – pasar modern. Hal ini seharusnya tidak perlu terjadi, antar pasar tradisional dan pasar modern tidak perlu terjadi sebuah “persaingan”. Masing – masing pasar memiliki karakteristik masing – masing yang disesuaikan dengan target pasarnya, seperti area display barang dagangan pada pasar modern yang diletakkan di rak – rak tanpa pedagang cocok bagi kalangan yang ingin berbelanja tanpa berbasa - basi. Namun tidak jarang juga masyarakat yang lebih memilih berbelanja di pasar tradisional dimana barang dagangan diletakkan di satu area display dengan pedagangnya karena adanya sistem tawar – menawar yang memungkinkan harga belanja di pasar tradisional bisa lebih murah daripada di pasar modern. Pembangunan proyek ini menganut metode konseptual dimana dalam pembangunannya memperhatikan banyak faktor baik eksternal maupun internal, seperti kondisi lingkungan sekitar tapak, kebiasaan pengunjung, aksesibilitas tapak, dsb. Dengan menggunakan metode konseptual tersebut diharapkan proyek ini akan mampu menjalankan fungsi utamanya sebagai pasar tradisional dan juga mampu meningkatkan daya saingnya. Wujud baru pasar tradisional ini juga diharapkan akan meningkatkan minat masyarakat akan pasar tradisional dan bisa dijadikan contoh dalam pengembangan pasar tradisional lainnya di kemudian hari.

Saran

Dengan adanya jurnal ini diharapkan pembaca memahami urgensi kondisi pasar tradisional dan lebih tertarik untuk mendalami serta mengembangkan potensi – potensi yang terkandung dalam sebuah pasar tradisional. Dan semoga dengan membaca laporan ini pembaca mendapat suatu gambaran maupun konsep dasar dalam bagaimana cara memulai pengembangan suatu pasar tradisional.

REFERENSI

- Ayyıldız, S., Ertürk, F., & Durak, Ş. (2017). Importance of Typological Analysis in Architecture for Cultural Continuity. *IOP Publishing*.
- GÜNEY, Y. Đ. (2007). Type and typology in architectural discourse. *Temmuz*.
- Koch, D. (2015). Changing building typologies: The typological question and the formal basis of architecture. *Journal of Open Source Software*.
- Malano, H. (2011). *Selamatkan pasar tradisional: potret ekonomi rakyat kecil*.
- Nurjanah, N. (2018). Resensi Buku : Selamatkan Pasar Tradisional. *Indonesian Journal of Anthropology*.
- Saefudin, Wibawa, T. Y., & Rachman, V. (2013). *Menguak Pasar Tradisional Indonesia*. Jakarta: PT Mardi Mulyo.
- Shi, Y., & Wei, S. (2017). Analyses based on design method of architectural typology in Modern. *ICESAME 2017*.
- Tomlinson, N., & Planas, V. A. (2018). *Contemporary Market Architecture Planning and Design*. Australia: The Images Publishing Group Pty.
- [www.cnbcindonesia.com](https://www.cnbcindonesia.com/tech/20210528120114-37-248994/sasar-128-juta-pelaku-umkm-bpum-telah-tersalurkan-766), 2021, *CNBC Indonesia*, diunduh Mei 2021, <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20210528120114-37-248994/sasar-128-juta-pelaku-umkm-bpum-telah-tersalurkan-766>
- [www.republika.co.id](https://www.republika.co.id/berita/qhibqk335/daya-beli-masyarakat-di-pasar-tradisional-menurun), 2020, *Republika Indonesia*, diunduh Oktober 2021, <https://www.republika.co.id/berita/qhibqk335/daya-beli-masyarakat-di-pasar-tradisional-menurun>

www.thekeenfolks.com, 2020, *The Keen Folks*, diunduh 2021, <https://thekeenfolks.com/the-impact-of-technology-on-consumer-behaviour/#:~:text=New%20technology%20has%20empowered%20consumers,share%20their%20opinions%20with%20peers.>

Yadollahi, S. (2016). *The influence of commercial modernization on public life in Iranian bazaars*. BTU Cottbus.