

JURNAL KONSTRUKSI

Analisis Lanjutan Pengembangan Pasar Mundu Kecamatan Mundu Kabupaten Cirebon

Arief Bobby Gunarso*, Sumarman, Ir., MT.**

*) Mahasiswa Jurusan Teknik Sipil Fakultas Teknik Universitas Swadaya Gunung Jati Cirebon

***) Staf Pengajar pada Jurusan Teknik Sipil Fakultas Teknik Universitas Swadaya Gunung Jati Cirebon

ABSTRAK

Pasar Mundu merupakan Pasar Tradisional yang berada di Desa Mundu Pesisir Kecamatan Mundu. Kondisi Pasar Mundu saat ini tidak terawat, mulai dari bangunan yang banyak mengalami kerusakan, area parkir dan bongkar muat yang menggunakan badan jalan, para pedagang yang menggelar dagangannya di jalur akses pasar.

Dari permasalahan diatas sehingga diperlukan suatu penelitian untuk mencari solusinya, tahap pertama untuk solusi masalah eksisting pasar ialah penentuan strategi pengembangan pasar dengan analisis *Strength Weakness Opportunities Threats* (SWOT), tahapan kedua untuk analisis jumlah pedagang pasar dilakukan dengan cara proyeksi jumlah pedagang tahun 2020. serta dilakukannya perencanaan gedung baru berupa bangunan 3 (tiga) lantai yang didesain dengan *Autocad* dan *SketchUp* serta dihitung dengan hitungan manual yang berdasarkan SNI 2013 dan aplikasi ETABS sebagai perbandingan. Untuk masalah perparkiran disediakan area bongkar muat, parkir mobil dan motor.

Hasil penelitiannya yaitu mengembangkan bangunan Pasar Mundu dengan memanfaatkan lahan yang ada. Untuk bangunan utama pasar dibuat secara vertikal 3 lantai beserta fasilitas-fasilitas pendukung lainnya

Kata Kunci : Pengembangan Pasar Tradisional, Analisis SWOT, Analisis Struktur.

ABSTRACT

Mundu market is a traditional market in the village Mundu Pesisir District Mundu. Mundu current market conditions are not maintained, from which many damaged buildings, parking areas and loading and unloading the use of the road, traders who hold merchandise on market access points.

From the above problems so we need a study to find a solution, the first phase to the solution of the existing problems is determining the market with a market development strategy analysis Strength Weakness Opportunities Threats (SWOT), the second stage of the analysis of the number of market traders is done by 2020. The projected number of traders and does the planning of new buildings in the form of building three (3) floors designed with AutoCAD and SketchUp and is calculated by a manual count based SNI 2013 and ETABS application for comparison. For reserved parking problems loading area, parked cars and motorcycles.

The results of the research is to develop building Mundu market by leveraging existing land. For the main building market made vertically 3 storey's and other support facilities

Keywords : Development of Traditional Market, SWOT Analysis, Analysis Structure.

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Keberadaan Pasar mempunyai pengaruh besar terhadap taraf atau mutu kehidupan masyarakat, pola pertumbuhan, dan prospek perkembangan ekonominya. Pasar berperan sebagai lembaga ekonomi dan wahana proses sosial, dimana sebagai lembaga ekonomi pasar mempunyai nilai penting dalam pertumbuhan ekonomi baik oleh masyarakat maupun Pemda. Karena didalam pasar tradisional terdapat banyak aktor yang memiliki arti penting dan berusaha untuk mensejahterakan kehidupannya baik itu pedagang, pembeli, pekerja panggul dan sebagainya. Mereka semua adalah aktor yang berperan penting dalam mempertahankan eksistensi pasar tradisional di Indonesia.

Para konsumen pasar tradisional menurun akibat buruknya kondisi serta kelengkapan sarana dan prasarana pasar tradisional, keadaan pasar yang sangat padat dengan penataan barang dagangan yang meluber dari petak jualan, ruang gerak koridor yang sangat terbatas, suasana yang sumpek dan kumuh, yang semua itu bertolak belakang dengan keadaan di pasar modern.

Pasar tradisional memiliki berbagai kelemahan yang telah menjadi karakter dasar yang sangat sulit diubah, mulai dari faktor desain, tata ruang, tata letak, dan tampilan yang tidak sebaik pusat perbelanjaan modern, alokasi waktu operasional yang relatif terbatas, kurangnya teknologi yang digunakan, kualitas barang yang kurang baik, kurangnya promosi penjualan, rendahnya tingkat keamanan, kesemrawutan parkir, kompleksitas kelemahan pasar tradisional tersebut menyebabkan konsumen beralih dari pasar tradisional ke pusat perbelanjaan modern.

Pasar tradisional memiliki keunggulan yang tidak dimiliki oleh pusat perbelanjaan modern yaitu adanya sistem tawar menawar yang menunjukkan keakraban antara penjual dan pembeli. Di pasar tradisional terdapat suatu komunikasi yang tidak akan ditemui di pusat perbelanjaan modern. Sistem tawar menawar dalam transaksi jual beli di pasar tradisional membuat suatu hubungan tersendiri antar penjual dan pembeli. Berbeda dengan pusat perbelanjaan modern, dimana harga barang sudah ditetapkan dan tidak ada komunikasi antara penjual dan pembeli.

Dalam pengelolaan dan pengembangan pasar tradisional masih terdapat beberapa kendala dan tantangan yang harus dihadapi diantaranya, pasar tradisional identik dengan tempat kumuh, semrawut, kotor, tindakan kriminal tinggi, tidak nyaman, harga tidak pasti (tawar menawar), fasilitas minim seperti tempat parkir, toilet, tempat sampah, jalan becek dan sempit. Untuk menghindari agar Pasar Mundu

Kabupaten Cirebon, tidak ditinggalkan konsumen perlu dilakukan pengembangan terhadap unit pasar yang bersangkutan. Dengan pengembangan Pasar Mundu Kabupaten Cirebon yang lebih representative diharapkan akan dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan daya tampung pedagang dan pembeli. Peningkatan daya tampung tersebut akan dapat meningkatkan kegiatan ekonomi secara makro disatu sisi serta disisi yang lain akan meningkatkan PAD Kabupaten Cirebon. Sehingga secara ekonomi pengembangan Pasar Mundu Kabupaten Cirebon akan dapat memberikan manfaat baik kepada Masyarakat maupun Pemerintah.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan data - data yang ada maka didapat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Merencanakan konsep pengembangan dan tata ruang pasar Mundu Kabupaten Cirebon.
2. Merencanakan struktur bangunan pasar menjadi tiga lantai.

2. LANDASAN TEORI

2.1 Analisis

Analisis merupakan sebuah kegiatan untuk meneliti suatu objek tertentu secara sistematis, guna mendapatkan informasi mengenai objek tersebut, sebagai contoh dalam dunia bisnis, pihak manajemen dalam sebuah perusahaan melakukan analisis untuk mendapatkan informasi mengenai target pasar, produk yang akan dibuat, strategi pemasaran dan lain sebagainya.

Menurut Ensiklopedi Wikipedia analisis merupakan proses pemecahan masalah yang kompleks menjadi sub-sub permasalahan agar lebih mudah dimengerti.

Sedangkan menurut para ahli mengatakan bahwa Analisis merupakan sebuah proses isolation (pembatasan permasalahan) dan bekerja pada sesuatu yang bersifat dasar (fundamental) untuk menemukan informasi mengenai objek yang dianalisis.

Berdasarkan kedua pendapat diatas, penulis menyimpulkan bahwa analisis merupakan sebuah kegiatan yang bertujuan untuk mencari informasi yang bersifat dasar (fundamental) mengenai satu atau lebih objek secara sistematis dengan menggunakan metodologi tertentu.

2.2 Pengembangan

Menurut Gay (1990) Pengembangan adalah suatu usaha untuk mengembangkan suatu produk yang efektif untuk digunakan untuk masa kedepannya. Dan bila dikaitkan dengan pendidikan Pengembangan berarti suatu proses perubahan secara bertahap ke arah tingkat yang berkencenderungan lebih tinggi dan meluas dan

mendalam yang secara menyeluruh dapat tercipta suatu kesempurnaan atau kematangan.

2.3 Pasar

Pasar adalah salah satu dari berbagai sistem, institusi, prosedur, hubungan sosial dan infrastruktur dimana usaha menjual barang, jasa dan tenaga kerja untuk orang-orang dengan imbalan uang. Barang dan jasa yang dijual menggunakan alat pembayaran yang sah seperti uang. Kegiatan ini merupakan bagian dari perekonomian. Ini adalah pengaturan yang memungkinkan pembeli dan penjual untuk item pertukaran. Persaingan sangat penting dalam pasar, dan memisahkan pasar dari perdagangan.

2.4 SWOT

Menurut Siagian (1995 : 172) siapapun yang sudah biasa berkecimpung dalam kegiatan perumusan strategi perusahaan dan menjadi pelaku dalam proses pengambilan keputusan dalam suatu organisasi pasti mengetahui bahwa analisis SWOT merupakan salah satu instrumen analisis yang ampuh apabila digunakan dengan tepat. Telah diketahui pula secara luas bahwa SWOT merupakan akronim untuk kata-kata “*Strenght*” (Kekuatan), “*Weakness*” (Kelemahan), “*Opportunities*” (Peluang), “*Threats*” (Ancaman). Faktor kekuatan dan kelemahan terdapat tubuh suatu organisasi. Termasuk satuan bisnis tertentu, sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor-faktor lingkungan yang dihadapi oleh organisasi atau perusahaan atau satuan bisnis yang bersangkutan. Jika dikatakan bahwa analisis SWOT dapat merupakan instrumen yang ampuh dalam melakukan analisis strategi, kemampuan tersebut terletak pada kemampuan para penentu strategi perusahaan untuk memaksimalkan peranan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang sehingga sekaligus berperan sebagai alat menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi.

3. ANALISIS

3.1 Perkembangan Pasar Mundu

Data jumlah kios, los dan emprakan diperoleh dari pengelola pasar, yaitu Pemerintah Desa Mundu Pesisir serta data tambahan mengenai fasilitas pendukung pasar diperoleh dari hasil survei langsung ke lokasi pasar. Berikut merupakan data-data pasar Mundu.

Tabel 3.1. Perkembangan jumlah pedagang Pasar Mundu

No	Tempat Jualan	Tahun	
		2013	2015
1	Kios	82	98
2	Los	125	143
3	Emprakan	100	127
Jumlah		307	368
Perkembangan		9,9% / tahun	

Sumber : Pemerintah desa (sekunder) dan survei langsung (data primer)

Tabel 3.2 Fasilitas Pendukung di Pasar Mundu

No	Fasilitas Pendukung	Keterangan
1.	Area Bongkar Muat	Ada (Tidak Berjalan Dengan Baik)
2.	Area Parkir Roda 4	Ada (On Street)
3.	Area Parkir Roda Dua	Tidak Ada
4.	Toilet	Ada
5.	Masjid Pasar	Tidak Ada
6.	Tempat Pembuangan Sampah Sementara (TPSS)	Tidak Ada
7.	Pos Jaga (Keamanan)	Tidak Ada

Dari data pada tabel 3.1, menunjukkan bahwa Pasar Mundu pada tahun 2013 sampai dengan tahun 2015 mengalami peningkatan jumlah pedagang sekitar 19,8%. Jika di rata-ratakan sekitar 9,9% per tahun.

3.2 Proyeksi Jumlah Pedagang

Pada pengembangan Pasar Mundu untuk proses proyeksi jumlah pedagang tahun 2015 – 2020 dilakukan dengan cara statistik sederhana. Untuk menghitung proyeksi jumlah pedagang pada tahun 2020 dapat digunakan perhitungan fungsi eksponensial. Dasar perhitungannya biasanya menggunakan formulasi sebagai berikut:

$$P_t = P_o + b(t - o)$$

Keterangan :

P_t = Jumlah Pedagang pada tahun t
 P_o = Jumlah Pedagang Tahun Dasar
 $(t - o)$ = Selisih antara tahun dasar dngan tahun yang diramalkan yang sering disebut dengan n
 b = Rata-rata tambahan pedagang tiap tahun pada masa lalu sampai masa sekarang (tahun dasar proyeksi)

Data yang digunakan adalah data pada tahun 2015. Laju pertumbuhan pedagang diperoleh dari selisih jumlah pedagang pada tahun 2015 dengan jumlah pedagang pada tahun 2013, lalu dikalikan 100%. Maka diperoleh $r = 9,9\%$.

Jumlah kios pada tahun 2015
 Jumlah los pada tahun 2015
 Jumlah emprakan pada tahun 2015

Dengan pertambahan rata-rata sebagai berikut :

Kios = 16
 Los = 18
 Emprakan = 27

Maka proyeksi kebutuhan pedagang ditahun 2020, adalah :

- a. Kios
 $K_{2020} = K_{2015} + b (2020 - 2015)$
 $K_{2020} = 98 + 16 (5)$
 $K_{2020} = 172$
- b. Los
 $L_{2020} = L_{2015} + b (2020 - 2015)$
 $L_{2020} = 143 + 18 (5)$
 $L_{2020} = 233$
- c. Emprakan
 $E_{2020} = E_{2015} + b (2020 - 2015)$
 $E_{2020} = 127 + 27 (5)$
 $E_{2020} = 262$

Dari hasil hasil perhitungan di atas dapat disimpulkan bahwa pertambahan jumlah pedagang tiap tahunnya di Pasar Mundu Kecamatan Mundu Kabupaten Cirebon, untuk jumlah Kios = 15, Los = 18, Emprakan = 27, namun untuk lokasi pengembangan Pasar Mundu ini emprakan akan dijadikan los.

Maka kebutuhan kios dan los yang akan direncanakan tercantum pada table berikut :

Tabel 3.3
 Proyeksi Jumlah Pedagang tahun 2020

No	Tempat Jualan	Tahun	
		2015	2020
1	Kios	98	172
2	Los	143	233
3	Emprakan	127	262 (diubah los)
Jumlah		368	667

3.3 SWOT

Beberapa kelebihan lokasi pengembangan pasar apabila dilihat dari analisis SWOT yaitu sebagai berikut :

1. Strategi SO (Strength and Opportunities), yaitu strategi yang mengoptimalkan kekuatan (strength) untuk memanfaatkan peluang (opportunities), ialah :
 - Dengan mengembangkan struktur Pasar Mundu secara menyeluruh maka terciptanya kenyamanan dalam proses jual beli.
 - Permasalahan eksisting yang selama ini telah menyebabkan terbatasnya kinerja pasar maka dengan solusi mengembangkan dan melengkapi fasilitas Pasar Mundu sehingga terciptanya kenyamanan, dan tercapainya kinerja Pasar sesuai dengan semestinya
 - Termasuk pasar yang ramai pengunjung karena bukan hanya pembeli dari kecamatan Mundu, melainkan juga pembeli dari Kecamatan disekitarnya.
 - Lokasi berada di jalur pantura.
2. Strategi WO (Weaknesses and Opportunities), yaitu strategi yang meminimalkan kelemahan (weaknesses) untuk memanfaatkan peluang (opportunities), ialah :
 - Menawarkan investasi dalam sektor perdagangan yang berkelanjutan agar terus meningkatkan nilai investasi wilayah tersebut.
 - Memberikan pelayanan yang sesuai dengan perekonomian masyarakat setempat agar minat masyarakat lebih tertarik untuk berbelanja ke pasar tradisional dibandingkan pasar modern.
 - Dengan dikembangkannya Pasar Mundu diharapkan dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang ada di Kecamatan Mundu.
 - Sering terjadi kemacetan.
3. Strategi ST (Strength and Threats), yaitu strategi yang menggunakan kekuatan (strength) untuk mengatasi ancaman (threats), ialah :
 - Meningkatkan inovasi di setiap ruang dalam perencanaan pasar.
 - Meningkatkan fasilitas-fasilitas penunjang pasar.
 - Pembeli bisa dari luar Kecamatan Mundu (pantura).

4. Strategi WT (Weaknesses and Threats), yaitu strategi yang meminimalkan kelemahan (Weaknesses) dan menghindari ancaman (Threats), ialah :
- Menjalin kerjasama yang baik dengan pihak terkait untuk membangun daerah pengembangan kawasan terpadu agar sesuai dengan kebutuhan masyarakat.
 - Memanfaatkan lokasi strategis yang berada di jalan utama kecamatan dengan memadukan wilayah tersebut agar kinerja masing-masing objek berjalan dengan baik.
 - Bekerja sama dengan pihak aparat terkait untuk kelancaran lalu lintas.

Tabel 3.4 Variabel faktor strategi internal

Faktor – faktor strategi internal	SK OR (S)	BO BO T (B)	(S X B)
Kekuatan / Strength (S)			
• Kepadatan Penduduk 72.536 Jiwa	4	4/4	4
• Berada di kawasan strategis	4	4/4	4
• Sarana komunikasi, prasarana listrik, dan prasana air bersih menunjang.	3	¾	2.25
• Termasuk pasar yang ramai pengunjung	3	¾	2.25
• Pengunjung pasar yang muncul dari daerah sekitar dan kecamatan lain	4	4/4	4
TOTAL			16.50
Kelemahan / Weakness (W)			
• Kondisi pasar yang berdekatan dengan kantor desa dan masjid	2	2/4	1
• Kurangnya area parkir mobil roda empat	2	2/4	1
• Tidak memiliki tempat pembuangan sampah sementara	2	2/4	1
• Area bongkar muat yang kurang memadai	2	2/4	1
TOTAL			4

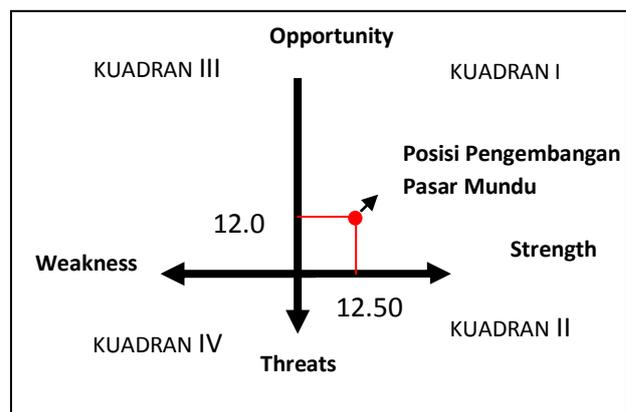
Selisih antara kekuatan dan kelemahan (sebagai sumbu x dalam kuadran strategi) = $S - W = 16,50 - 4 = 12,50$

Tabel 3.5 Variabel faktor strategi eksternal

Faktor – faktor strategi External	SK OR (S)	BOB OT (B)	(S X B)
Peluang / Opportunity(O)			
• Menarik Minat Penanam Modal	4	4/4	4
• Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah	4	4/4	4
• Meminimalisir kemacetan lalu-lintas	3	¾	2.25
• Kekuatan strategis dengan mengembangkan pasar dengan kawasan disekitarnya.	3	¾	2.25
• Memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam proses jual beli	4	4/4	4
TOTAL			16.50
Tantangan / Threats (T)			
• Ancaman pemindahan lokasi pasar	3	¾	2.25
• Semakin banyaknya pilihan tempat berbelanja dengan tawaran yang beraneka ragam.	3	2/4	2.25
TOTAL			4.50

Selisih antara Peluang dan Tantangan (sebagai sumbu Y dalam kuadran strategi) = $O - T = 16,50 - 4,50 = 12,00$

Sehingga telah didapat sebuah titik di kuadran strategi (x, y) dengan nilai (12,50 ; 12,00). Dengan acuan kuadran strategi dibawah ini :



Gambar 3.1 Hasil Analisis SWOT

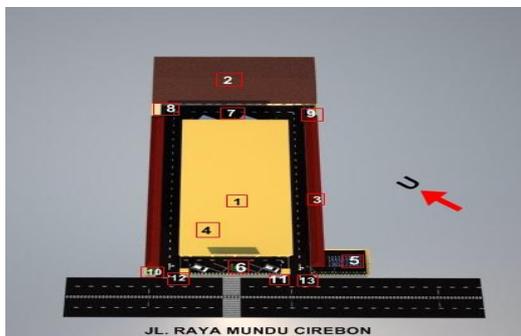
Seperti terlihat pada gambar diatas, berdasarkan keterangan dari tiap-tiap kuadran, maka dapat disimpulkan bahwa posisi pengembangan Pasar Mundu terletak pada kuadran I atau dalam posisi progresif, itu artinya posisi pengembangan objek penelitian ini sudah dalam kondisi baik, tidak perlu mengubah strategi atau diversifikasi strategi untuk meningkatkan ketenaran, kepopuleran pasar. Dalam hal ini penyebab lokasi pembangunan pasar yang akan dikembangkan pada kondisi progresif, dikarenakan kekuatan dan kelebihan lokasi tersebut yang sudah cukup mumpuni.

3.4 Perencanaan Pengembangan Tata Ruang Pasar Mundu

Menurut data dari Pemerintah Desa Mundu sebagai pengelola Pasar Mundu didapat, luas lahan Pasar Mundu $\pm 3.695 \text{ m}^2$ dengan luas bangunan $\pm 2.884 \text{ m}^2$ dan memiliki ruang terbuka 811 m^2 yang terdiri dari bangunan kios, los, emprakan dan fasilitas umum seperti WC dan lainnya.

Dari hasil analisis pengembangan yang dilakukan, dengan mempertahankan luas tanah yang ada semula $\pm 3.695 \text{ m}^2$ namun dengan membangun pasar menjadi 3 lantai, dengan luas ruang terbuka 1.350 m^2 dan luas bangunan 4.841 m^2 .

Untuk mengetahui pengembangan pasar pada rencana, dapat dilihat pada gambar 3.2 berikut.



Gambar. 3.2 Denah Perbandingan Bangunan

1. Gedung Pasar Utama

Desain Bangunan Utama Pasar Mundu memiliki luas bangunan 3.744 m^2 . Didesain 3 lantai dengan konsep bangunan vertikal yang mampu menampung kios ukuran 2,5 meter x 3,00 meter sebanyak 132 lapak serta Los sebanyak 336 lapak dengan ukuran 1,50 meter x 2,00 meter. Berikut adalah gambar bangunan utama Pasar Mundu.



Gambar 3.3 Desain Gedung Utama

2. Desain Foodcourt Pasar Mundu

Foodcourt ini merupakan tempat untuk makan dan minum para pengunjung Pasar Mundu yang disediakan pengelola setelah dilakukan pengembangan.



Gambar 3.4 Gerbang Masuk dan Keluar

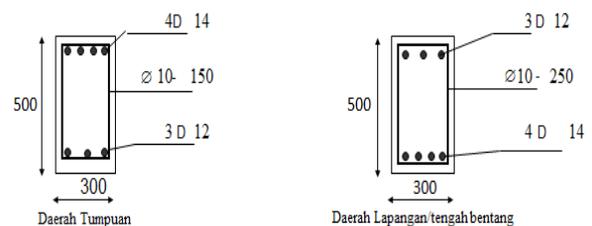
3.5 Perhitungan Tulangan Struktur Pasar Mundu

1. Analisis Perhitungan Tulangan Pelat

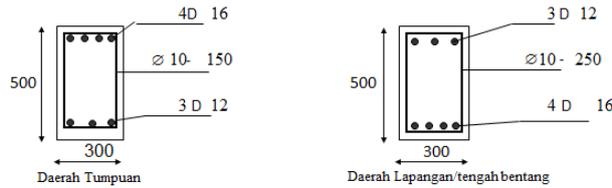
Pembebanan pada pelat didasarkan pada penggunaan atau kegunaan lantai tersebut dan disesuaikan dengan Peraturan Pembebanan Gedung SNI-2013. Perencanaan pelat ditinjau dari dua arah yaitu x dan y, dari I_x/I_y akan didapatkan koefisien momen sehingga dapat dilakukan perhitungan untuk mendapat tulangan yang dibutuhkan.

2. Analisis Perhitungan Tulangan Balok

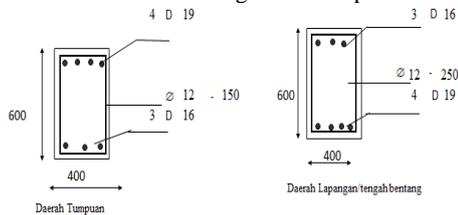
Momen rencana balok harus ditentukan berdasarkan kombinasi pembebanan dan momen yang dipergunakan dari hasil analisa ETABS.



Gambar 3.6 Tulangan Balok tipe A



Gambar 3.7 Tulangan Balok tipe B



Gambar 3.8 Tulangan Balok Tipe C

3. Analisis Perhitungan Tulangan Kolom

Sama seperti diatas untuk momen rencana tulangan kolom harus ditentukan berdasarkan kombinasi pembebanan dan momen yang dipergunakan dari hasil analisa *ETABS*.

4. KESIMPULAN

1. Sesuai dengan hasil analisis SWOT, Pasar Mundu terletak pada kuadran I atau dalam posisi progresif, itu artinya posisi pengembangan objek penelitian ini sudah dalam kondisi baik, tidak perlu mengubah strategi atau diversifikasi strategi untuk meningkatkan ketenaran, kepopuleran pasar. Dalam hal ini penyebab lokasi pembangunan pasar yang akan dikembangkan pada kondisi progresif, dikarenakan kekuatan dan kelebihan lokasi tersebut yang sudah cukup mumpuni. Serta hasil proyeksi jumlah pedagang untuk tahun 2020 adalah 667 pedagang dengan masing-masingnya 172 Kios, 233 Los dan 262 Emprakan, tetapi pada penelitian ini emprakan diubah menjadi los.
2. Pengembangan Pasar Mundu dilakukan dengan memanfaatkan lahan yang ada dan terbatas, sehingga untuk bangunan utama pasar dibuat secara vertikal 3 lantai beserta fasilitas-fasilitas pendukung lainnya.
3. Adapun perencanaannya gedung utama dibangun menjadi 3 lantai dengan dimensi bangunan utama 24,0 m x 52,0 m, dengan dimensi kolom 400x400 mm, dan dengan tebal pelat atap 10 cm dan pelat lantai 12 cm. Hasil perhitungan struktur beton dari desain Pasar Mundu Kabupaten Cirebon mendapatkan dimensi balok portal tipe C 600x400mm dengan penulangan 4 D 19, balok portal tipe B 500x300 mm dengan penulangan 4 D 16, balok induk tipe A 500x300mm dengan penulangan 4 D 14, dan

penulangan kolom 16 D 14 hasil tersebut telah memenuhi persyaratan SNI 03-2847-2013.

5. SARAN

1. Perlu dilakukannya sosialisasi kepada masyarakat sekitar sebelum merencanakan pembangunan, guna apa yang diharapkan agar tercapai dan sesuai kondisi eksisting di daerah kajian.
2. Untuk memperoleh hasil pengembangan yang lebih baik, maka untuk penelitian selanjutnya agar lebih dikaji lagi tentang geoteknik di daerah yang direncanakan.
3. Jika hasil penelitian ini akan direalisasikan diperlukan dukungan dari pihak Pengelola Pasar, Dinas Perdagangan, Pemerintah Daerah, agar pengembangan pasar dapat dilaksanakan dengan baik.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Cirebon. (2014). Data Sektorial Kecamatan Mundu
- Google Earth. 2015. Peta Pasar Mundu Kabupaten Cirebon.
- Keputusan Menteri Pekerjaan Umum Nomor 378/KPTS/1987, Tanggal 3 Agustus
- Pengelola Pasar Mundu Cirebon (2015) Data Pasar Mundu Kabupaten Cirebon
- Peraturan Daerah Kota Cirebon No 8. (2012) Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Cirebon Tahun 2011 - 2031
- Peraturan Pembebanan Indonesia Untuk Gedung 1983 atau peraturan tahun 1987
- Peraturan 1987 tentang Pengesahan 33 Standar Konstruksi Bangunan diIndonesia, Lampiran Nomor 22
- Arianto Riki. (2013) Pengembangan Pasar Mundu Pesisir Kecamatan Mundu Kabupaten Cirebon. Unswagati
- Rohim Abdul. (2015) Analisis Pengembangan Pasar Karang Sembung Kecamatan Karang Sembung Kabupaten Cirebon. Unswagati
- SNI 1727-2013

