

JURNAL KONSTRUKSI

Analisis Pengembangan Pasar Celancang Kecamatan Suranenggala Kabupaten Cirebon

Jepry*, DR. Ir. H. Saihul Anwar, M.Eng.**

*) 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 Celancang merupakan Pasar Tradisional yang berada di Desa Purwawinangun Kecamatan Suranenggala. Kondisi Pasar Celancang saat ini Kurang tertata dengan baik, mulai dari area dalam pasar yang kumuh, area parkir yang belum mampu menampung kendaraan yang datang dan area bongkar muat yang menggunakan badan jalan, serta pedagang yang masih menggunakan area jalan.

Dari permasalahan diatas sehingga diperlukan suatu penelitian untuk mencari solusinya, tahap pertama untuk solusi masalah eksisting pasar ialah penentuan strategi pengembangan pasar dengan analisis *Strenght 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 2 (dua) 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 Celancang dengan memanfaatkan lahan yang ada. Untuk bangunan utama pasar dibuat secara vertikal 2 lantai beserta fasilitas-fasilitas pendukung lainnya

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

ABSTRACT

Celancang market is a traditional market in the village of the District Purwawinangun Suranenggala. Market Conditions Celancang currently less well ordered, ranging from slum area in the market, a parking area that has not been able to accommodate the vehicles coming and loading area who use the road, and traders are still using the road area.

*From the above problems so we need a research to find a solution, the first step 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 conducted by the projected number of merchants in 2020. and does the planning of new buildings such as building two (2) floors are designed with *AutoCAD* and *SketchUp* and calculated with manual count is based on ISO 2013 and ETABS application for comparison. For reserved parking problems loading area, parked cars and motorcycles.*

The results of his research is to develop Celancang Market building by utilizing the existing land. For the main building market made vertically 2 storeys and other supporting facilities

Keywords : *Development of Traditional Markets, SWOT Analysis, Analysis Structure.*

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

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 Celancang Kabupaten Cirebon, tidak ditinggalkan konsumen perlu dilakukan pengembangan terhadap unit pasar yang bersangkutan. Dengan pengembangan Pasar Celancang Kabupaten Cirebon yang lebih representatif 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.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan mengenai permasalahan pasar yang ada di latar belakang didapat rumusan masalah yaitu :

1. Bagaimana cara mengembangkan Pasar Celancang Kabupaten Cirebon agar bersinergi dengan kawasan strategis Kota Cirebon?
2. Perencanaan tata letak seperti apa yang sesuai untuk Pasar Celancang Kabupaten Cirebon?

B. KAJIAN PUSTAKA

1. Pengembangan Pasar Mundu Pesisir Kecamatan Mundu Kabupaten Cirebon
2. Pengembangan Dan Tata Ruang Pasar Jungjang Kecamatan Arjawinangun Kabupaten Cirebon
3. Pengembangan Pusat Bisnis Terpadu Di Kecamatan Beber

C. LANDASAN TEORI

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.

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.

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.

4. Parkir

Parkir adalah suatu keadaan tidak bergerak suatu kendaraan bermotor atau tidak bermotor yang dapat merupakan awal dari perjalanan dengan jangka waktu tertentu sesuai dengan keadaan dan kebutuhannya yang membutuhkan suatu area sebagai tempat pemberhentian yang diselenggarakan baik itu oleh pemerintah maupun pihak lain yang dapat berupa perorangan maupun badan usaha.

D. ANALISIS

1. Perkembangan Pasar Celancang

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

Tabel 4.1. Perkembangan jumlah pedagang Pasar Celancang

No	Tempat Jualan	Tahun	
		2007	2015
1	Kios	239	247
2	Los	435	501
3	Emprakan	58	64
Jumlah		732	812
Perkembangan		1,4% / tahun	

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

Tabel 4.2 Fasilitas Pendukung di Pasar Celancang

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	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 4.1, menunjukkan bahwa Pasar Celancang pada tahun 2007 sampai dengan tahun 2015 mengalami peningkatan jumlah pedagang sekitar 21%. Jika di rata-ratakan sekitar 1,4% per tahun.

2. Proyeksi Jumlah Pedagang

Pada pengembangan Pasar Celancang 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 dengan tahun yang diramalkan yang sering disebut dengan n

b = Rata-rata tambahan pedagang tiap tahun pada masa lalu sampai masa sekarang

No	Tempat Jualan	Tahun	
		2007	2015
1	Kios	239	247
2	Los	435	501
3	Emprakan	58	64
Jumlah		732	812
Perkembangan		1,4% / tahun	

(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 2007, lalu dikalikan 100%. Maka diperoleh $r = 1,5\%$.

- a. Kios

$$K_{2020} = K_{2015} + b (2020 - 2015)$$

$$K_{2020} = 247 + 9 (5)$$

$$K_{2020} = 292$$
- b. Los

$$L_{2020} = L_{2015} + b (2020 - 2015)$$

$$L_{2020} = 501 + 66 (5)$$

$$L_{2020} = 831$$
- c. Emprakan

$$E_{2020} = E_{2015} + b (2020 - 2015)$$

$$E_{2020} = 64 + 6 (5)$$

$$E_{2020} = 94$$

Jadi, proyeksi jumlah pedagang di Pasar Karangsembung pada tahun 2020 adalah sekitar 1317 pedagang. Berikut merupakan pembagian menurut kios, los dan emprakan.

Tabel 3.3

Proyeksi Jumlah Pedagang tahun 2020

No	Tempat Jualan	Tahun	
		2015	2020
1	Kios	247	392
2	Los	501	831
3	Emprakan	64	94
Jumlah		812	1317

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 Karangsembung 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 Karangsembung sehingga

terciptanya kenyamanan, dan tercapainya kinerja Pasar sesuai dengan semestinya

- Termasuk pasar yang ramai pengunjung karena bukan hanya pembeli dari kecamatan Karangsembung, melainkan pembeli dari Kecamatan Karangwareng, Kecamatan Susukan Lebak dan Kecamatan Lemah Abang.
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 Karangsembung diharapkan dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang ada di Kecamatan Karangsembung.
 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.
 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.

Tabel 4.5 Variabel faktor strategi internal

Faktor – faktor strategi internal	SK O R (S)	BO BO T (B)	(S X B)
Kekuatan / Strength (S)			
• Kepadatan Penduduk 37.786 Jiwa	3	3/4	2.25
• Berada di kawasan strategis	4	4/4	4
• Sarana komunikasi, prasarana listrik, dan prasana air bersih menunjang.	3	3/4	2.25
• Termasuk pasar yang ramai pengunjung	3	3/4	2.25
• Pengunjung pasar yang muncul dari daerah sekitar dan kecamatan lain	4	4/4	4
TOTAL		10.75	
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) = $S - W = 10,75 - 4 = 6,75$

Tabel 3.5 Variabel faktor strategi eksternal

Faktor – faktor strategi External	SK O R (S)	BO BO T (B)	(S X B)
Peluang / Opportunity(O)			
• Menarik Minat Penanam Modal	3	3/4	2.25
• Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah	4	4/4	4
• Meminimalisir kemacetan lalu-lintas	3	3/4	2.25
	3	3/4	2.25

• Kekuatan strategis dengan mengembangkan pasar dengan kawasan disekitarnya.	4	4/4	4
• Memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam proses jual beli			5
TOTAL	10.75		
Tantangan / Threats (T)			
• Ancaman pemindahan lokasi kantor pemerintahan desa	3	3/4	2.25
• Semakin banyaknya pilihan tempat berbelanja dengan tawaran yang beraneka ragam.	2	2/4	1
TOTAL	3.25		

Selisih antara Peluang dan Tantangan (sebagai sumbu Y dalam kuadran strategi) = $O - T = 10,75 - 3,25 = 7,5$

Sehingga telah didapat sebuah titik di kuadran strategi (x, y) dengan nilai (6.75 ; 7.5). 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 Karangsembung 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.

4. Perencanaan Pengembangan Tata Ruang Pasar Celancang

Menurut data dari Pemerintah Desa Purwawinangun sebagai pengelola Pasar Celancang didapat, luas lahan Pasar Celancang $\pm 9.881 \text{ m}^2$ dengan luas bangunan $\pm 8.031 \text{ m}^2$ dan memiliki ruang terbuka 1.850 m^2 yang terdiri dari bangunan kios, los, emprakan dan fasilitas umum seperti area parkir, area bongkar muat, tempat pembuangan sampah sementara (TPSS) dan WC.

Dari hasil analisis pengembangan yang dilakukan, dengan mempertahankan luas tanah yang ada semula $\pm 9.881 \text{ m}^2$ dengan membangun pasar menjadi 2 lantai, dengan luas bangunan 2.965 m^2 dan memiliki ruang terbuka 6.916 m^2

1. Gedung Pasar Utama

Desain Bangunan Utama Pasar Celancang memiliki luas bangunan 6.916 m^2 . Didesain 3 lantai dengan konsep bangunan vertikal yang mampu menampung kios ukuran $3,00 \text{ meter} \times 3,00 \text{ meter}$ sebanyak 392 lapak serta Los sebanyak 925 lapak dengan ukuran $1,50 \text{ meter} \times 2,00 \text{ meter}$. Berikut adalah gambar bangunan utama Pasar Celancang.



Gambar 4.3 Desain Gedung Utama

2. Fasilitas Gerbang Pasar

Desain gerbang pasar Celancang direncanakan untuk pintu masuk dan keluar dijadikan 2 gerbang pintu



Gambar 4.4 Gerbang Masuk dan Keluar

3. Fasilitas Perpustakaan dan Bongkar Muat



Pada konsep pengembangan Pasar Celancang untuk zona parkir kendaraan bermotor baik roda empat maupun roda dua berada didepan dan zona bongkar muat berada dibelakang.



Gambar 4.5 Zona parkir kendaraan dan zona bongkar muat

5. Perhitungan Tulangan Struktur Pasar Celancang

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 *SAP*.

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 *SAP*.

E. KESIMPULAN

1. Sesuai dengan hasil analisis SWOT, Pasar Celancang terletak pada kuadran I atau dalam posisi progresif, Serta hasil proyeksi jumlah pedagang untuk tahun 2020 adalah 1317 pedagang dengan masing-masingnya 392 Kios, 831 Los dan 94 Emprakan, tetapi pada penelitian ini emprakan diubah menjadi los.
2. Pengembangan Pasar Celancang dilakukan dengan memanfaatkan lahan yang ada dan terbatas, sehingga untuk bangunan utama pasar dibuat secara vertikal 2 lantai beserta fasilitas-fasilitas pendukung lainnya.
3. Adapun perencanaannya gedung utama dibangun menjadi 2 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

F. 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.

G. DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Cirebon. (2014). Data Sektorial Kecamatan Suranenggala
- Google Earth. 2015. Peta Pasar Celancang Kabupaten Cirebon.
- Keputusan Menteri Pekerjaan Umum Nomor 378/KPTS/1987, Tanggal 3 Agustus
- Pengelola Pasar Celancang Cirebon (2015) Data Pasar Celancang 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 di Indonesia, 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

