

JURNAL KONSTRUKSI

PENGEMBANGAN PASAR LEMAHABANG KULON KECAMATAN LEMAHABANG KABUPATEN CIREBON

Imam Jaya*, Sumarman**

*) 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 Lemahabang Kulon adalah salah satu pasar tradisional yang berada di Kabupaten Cirebon bagian timur, tepatnya di Kecamatan Lemahabang. Kondisi pasar Lemahabang Kulon pada saat ini sangat padat terutama saat hari pasaran hingga meluber ke badan jalan, parkir kendaraan yang menggunakan badan jalan sehingga menimbulkan kemacetan serta tidak tersedianya area untuk bongkar muat maupun tempat pembuangan sampah sementara di pasar ini.

Dengan melihat kondisi tersebut, maka diperlukan adanya pencarian solusi yang tepat untuk menuntaskan permasalahan yang ada. Untuk masalah eksisting pasar solusinya adalah dengan menentukan strategi pengembangan pasar menggunakan analisis SWOT (*Strength Weakness Opportunities Threats*). Kemudian untuk analisis jumlah pedagang pasar menggunakan cara analisis proyeksi jumlah pedagang dari tahun sebelumnya sampai dengan tahun 2037 serta dilakukannya perencanaan bangunan pasar 3 (tiga) lantai yang berkonsep pasar modern dan didesain menggunakan program *AutoCAD* dan program *SketchUp*.

Kata Kunci : Pengembangan Pasar Lemahabang Kulon, Analisis SWOT

ABSTRACT

Market Lemahabang Kulon is one of the traditional markets are located in the eastern part of Cirebon district, Subdistrict Lemahabang. Market conditions Lemahabang Kulon at this moment very congested especially during market days until they ran over to the road, parking vehicles using the road causing congestion as well as the unavailability of an area for loading and unloading or garbage disposal while in this market.

*By looking at the condition, then the necessary existence of a search solution to hammer out existing problems. For existing market problem the solution is to define the strategy of the development of the market using SWOT analysis (*Strength Weakness Opportunities Threats*). Then for the analysis of the number of traders using market analysis projected number of traders from the previous year up to the year 2037 as well as it does planning market building 3 (three) floor modern market concept and designed using the program *AutoCAD* and *SketchUp* program.*

Keywords : Market Development Lemahabang Kulon, SWOT Analysis

I. PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Pasar merupakan fasilitas publik yang berfungsi sebagai tempat bertemunya pedagang dan pembeli untuk melakukan transaksi dimana proses jual beli terbentuk. Keberadaan pasar merupakan salah satu parameter roda pergerakan ekonomi di suatu daerah, sehingga keberadaan pasar memiliki kedudukan yang sangat penting dalam suatu kawasan. Secara umum pasar dapat digolongkan menjadi pasar tradisional dan pasar modern menurut kelas mutu pelayanannya.

Ciri khas dan keunggulan pasar tradisional yang tidak dimiliki oleh pasar modern yaitu adanya sistem tawar menawar antara penjual dan pembeli. Sistem tawar menawar dalam transaksi jual beli di pasar tradisional membuat hubungan tersendiri dan menunjukkan keakraban antara penjual dan pembeli. Berbeda dengan pasar modern, dimana harga barang sudah ditetapkan dan tidak ada komunikasi antara penjual dan pembeli, dalam hal ini sistem tawar menawar.

Pasar Lemahabang Kulon merupakan salah satu pasar tradisional yang terdapat di Kabupaten Cirebon bagian timur, tepatnya di wilayah desa Lemahabang Kulon Kecamatan Lemahabang. Letaknya yang sangat strategis berada di tengah-tengah wilayah Kecamatan yang merupakan pusat perekonomian warga sekitar serta dilalui oleh jalan alternatif pantura Cirebon-Ciledug membuat pasar ini semakin ramai. Melihat kondisi di lapangan Pasar Lemahabang Kulon yang sangat padat terutama saat hari pasaran dengan jumlah pedagang yang terus bertambah hingga meluber ke pinggir jalan, tempat parkir yang tidak teratur mengakibatkan kemacetan serta kondisi tempat pembuangan sampah yang belum teratur hingga sangat mengurangi kenyamanan, baik bagi pedagang sendiri, pembeli maupun para pengguna jalan yang melewati kawasan pasar ini.

Dengan melihat kondisi pasar Lemahabang Kulon yang telah dijelaskan diatas, maka diperlukan adanya pencarian solusi yang tepat untuk menuntaskan permasalahan yang ada supaya tidak berkepanjangan dan merugikan masyarakat. Oleh karena itu dalam penelitian ini akan membahas mengenai pengembangan dan tata ruang pasar dalam upaya menyelesaikan persoalan yang telah disampaikan dan bertujuan untuk

menganalisis permasalahan-permasalahan yang terjadi di pasar tersebut.

1.2 RUMUSAN MASALAH

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

1. Bagaimana cara mengembangkan Pasar Lemahabang Kulon Kecamatan Lemahabang Kabupaten Cirebon agar nyaman bagi masyarakat di kawasan strategis Lemahabang?
2. Bagaimana konsep desain dan tata ruang Pasar Lemahabang Kulon Kecamatan Lemahabang Kabupaten Cirebon?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Dalam penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk menganalisis tata ruang pasar seperti penataan kios, los dan fasilitas penunjang sehingga menciptakan pasar tradisional yang teratur, lebih rapih, pasar yang lebih nyaman dan aman bagi pedagang maupun pengunjung pasar dengan merencanakan bangunan pasar menjadi 3 lantai. Serta merencanakan lahan parkir di area pasar agar tidak menggunakan badan jalan, sehingga tidak mengganggu akses jalan bagi masyarakat sekitar.

1.4 KEMANFAATAN PENELITIAN

1. Aspek Keilmuan

Dalam aspek keilmuan, penelitian ini memberikan suatu wawasan dan informasi dalam bidang teknik sipil mengenai strategi pengembangan pasar dan desain tata ruang.

2. Aspek Sosial

Dalam aspek sosial, penelitian ini memberikan pandangan terhadap masyarakat akan perkembangan pasar Lemahabang Kulon sehingga masyarakat mengetahui dan peduli akan potensi pusat bisnis di Pasar Lemahabang Kulon.

3. Aspek Kerekayasaan

Dalam aspek kerekayasaan, penelitian ini memberikan suatu gambaran rekayasa desain perencanaan

tata ruang pasar sehingga lebih tertib dan teratur.

1.5 LOKASI

Lokasi dalam penelitian ini berada di Jalan Syekh Lemahabang, Desa Lemahabang Kulon, Kecamatan Lemahabang, Kabupaten Cirebon. Objek penelitian sendiri adalah Pasar Lemahabang Kulon dengan luas lahan sebesar ± 5.865 m².



Gambar 1.4 Lokasi Penelitian

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 PENELITIAN TERDAHULU

Penelitian terdahulu yang berhubungan dengan pengembangan wilayah khususnya perencanaan pengembangan pusat bisnis terpadu dan pengembangan pasar yang nantinya akan menjadi bahan referensi bagi penulis antara lain :

Pertama, penelitian dilakukan oleh Idris Dwi Putranto (2016) dengan judul **Analisis Pengembangan Tata Ruang Pasar Terisi Kabupaten Indramayu** tujuannya yaitu menganalisis proyeksi jumlah pedagang Pasar Terisi yang saat ini sudah melebihi daya tampung yang tersedia, sehingga banyak pedagang yang berjualan di luar area pasar dengan memakai setengah badan jalan. Kondisi tersebut berdampak pada ketertiban penataan ruang pasar yang tidak sesuai dengan kebutuhan dan berdampak pada kinerja arus lalu lintas di daerah tersebut. Menganalisis SWOT serta merencanakan dan mendesain pasar yang bernuansa modern sesuai kebutuhan, fungsi, konsep dan aspek-aspek lainnya.

Kedua, penelitian dilakukan oleh Heru Fujiyanto (2013) dengan judul **Pengembangan Dan Penataan Pasar Prapatan Kecamatan Sumberjaya Kabupaten Majalengka** tujuannya yaitu menganalisis permasalahan akibat para pedagang lemprakan yang menggelar lapak

disekitar area pasar karena tidak tertampungnya pedagang di dalam pasar sehingga membuat akses jalan yang berada didepan pasar yaitu jalan Cirebon-Bandung akan menjadi terhambat sehingga terjadi kemacetan karena aktivitas dan interaksi pedagang, pengunjung dan kendaraan disekitar pasar. Selain itu, kurang optimalnya pasar sebagai media perdagangan menambah daftar masalah yang ada.

Ketiga, penelitian dilakukan oleh Muhammad Rahdea Sphagvigasi (2014) dengan judul **Analisis Pengembangan Pasar dan Terminal Terpadu Rajagaluh** tujuannya yaitu menganalisis kondisi eksisting, aktifitas dan perpajakan di Terminal Rajagaluh maupun Pasar Rajagaluh. Hasil analisis digunakan untuk merencanakan konsep pengembangan Pasar dan Terminal Terpadu Rajagaluh. Pasar dan Terminal Rajagaluh terletak bersebelahan dan berada di dekat persimpangan Rajagaluh Jl. Pangeran Muhammad Kabupaten Majalengka, menyebabkan kedua sarana tersebut sangat ramai pengunjung dan berpotensi menyebabkan kemacetan. Kondisi Pasar Rajagaluh yang memiliki keterbatasan lahan menyebabkan meluapnya pedagang ke area terminal. Dampak dari kondisi tersebut menyebabkan sistem perpajakan di Terminal Rajagaluh tidak tertata dan sering kali menyebabkan kemacetan di depan gerbang masuk terminal. Hasil analisis digunakan untuk merencanakan konsep pengembangan Pasar dan Terminal Terpadu Rajagaluh.

2.2 PERBEDAAN DENGAN PENELITIAN TERDAHULU

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu **“Pengembangan Pasar Lemahabang Kulon Kecamatan Lemahabang Kabupaten Cirebon”** pada dasarnya memiliki unsur kesamaan dengan penelitian terdahulu jika dilihat dari jenis tujuannya yaitu untuk menganalisis tata ruang pasar seperti penataan kios, los dan fasilitas penunjang lainnya, menganalisis permasalahan akibat membludaknya jumlah pedagang pasar hingga menyebabkan kemacetan, menganalisis strategi pengembangan pasar dan merencanakan struktur bangunan pasar.

Pada penelitian ini penulis lebih menekankan pada pengembangan pasar dan permasalahan yang ada diantaranya keterbatasan lahan, sehingga para pedagang berjualan di jalan akses pasar dan sempitnya lahan parkir kendaraan.

Keadaan tersebut mengakibatkan terjadinya kemacetan lalu lintas terlebih saat pagi di hari pasaran.

2.3 LANDASAN TEORI

2.3.1 PENGEMBANGAN

Pengembangan adalah proses, cara, perbuatan mengembangkan, biasanya merujuk pada aktivitas pembangunan secara bertahap dan teratur yang menjurus ke sasaran yang dikehendaki (KBBi Edisi V tahun 2016).

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 tahun 2002, pengembangan adalah kegiatan ilmu pengetahuan dan teknologi yang bertujuan memanfaatkan kaidah dan teori ilmu pengetahuan yang telah terbukti kebenarannya untuk meningkatkan fungsi, manfaat dan aplikasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada atau menghasilkan teknologi baru.

Sedangkan menurut Sugiyono (2011), pengembangan yaitu merupakan suatu metode yang digunakan untuk mendapatkan suatu hasil produk tertentu, serta menguji keefektifan dari produk tersebut.

Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa pengembangan adalah suatu usaha yang dilakukan secara sadar, terencana dan terarah untuk membuat atau memperbaiki, sehingga menjadi produk yang semakin bermanfaat untuk meningkatkan kualitas sebagai upaya untuk menciptakan mutu atau hasil yang lebih baik.

2.3.2 PASAR

Pasar merupakan suatu lapangan atau pelataran yang sebagian beratap atau sebagian terbuka, seluruhnya terbuka atau tertutup yang sesuai berdasarkan peraturan dan ketentuan pemerintah setempat. Dan pasar juga merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, atau saling bertemunya antara kekuatan permintaan dan penawaran untuk membentuk suatu harga. Secara fisik pasar merupakan pemusatan beberapa pedagang tetap yang selanjutnya para pedagang tersebut menempati bangunan-bangunan. Sedangkan secara fungsional, pasar adalah suatu tempat dimana terjadi proses tukar menukar dan proses itu berlangsung bila sejumlah penjual dan pembeli bertemu satu sama lainnya yang kemudian sepakat untuk memindahtangankan

barang-barang yang diperjualbelikan kepada pembeli yang dinyatakan dalam bentuk transaksi.

a. Ciri-Ciri Pasar

Berikut adalah beberapa ciri-ciri yang dimiliki pasar antara lain :

1. Adanya calon pembeli dan penjual,
2. Adanya jasa maupun barang yang akan diperjualbelikan,
3. Adanya proses penawaran dan permintaan oleh kedua belah pihak,
4. Adanya interaksi antara pembeli dan penjual, baik langsung ataupun tidak.

b. Fungsi Pasar

1. Fungsi Distribusi
Dalam kegiatan distribusi, pasar berfungsi mendekatkan jarak antara produsen dengan konsumen dalam melaksanakan transaksi.
2. Fungsi Promosi
Pasar merupakan tempat yang paling tepat untuk memperkenalkan produk-produk yang dijual oleh para penjual, biasanya promosi dilakukan jika ada produk baru.
3. Fungsi Penetapan Harga
Pasar dapat menjadi tempat atau media penetapan harga, ini karena di pasar ada interaksi antara penjual dan pembeli ataupun antara penjual lainnya, interaksi ini biasanya berisi tentang tawar menawar dalam menentukan harga dari sebuah produk.
4. Fungsi Penyerapan Tenaga Kerja
Pasar merupakan salah satu lapangan kerja yang sangat membutuhkan tenaga kerja. Beragam profesi biasanya melakukan aktivitas disana, misalnya tukang parkir, tukang ojek dan penjual lainnya.

2.3.3 PARKIR

Menurut Pedoman Teknis Penyelenggaraan Fasilitas Parkir, Direktorat Jenderal Perhubungan Darat (1996) yang menyatakan bahwa parkir adalah suatu keadaan tidak bergerak dari suatu kendaraan yang tidak bersifat sementara. Parkir menurut Kamus

Bahasa Indonesia dapat diartikan sebagai tempat pemberhentian kendaraan beberapa saat. Sedangkan menurut Joko Murwono (1996) berpendapat, parkir merupakan keadaan tidak bergerak suatu kendaraan yang tidak bersifat sementara dan pengemudi meninggalkan kendaraannya termasuk kepentingan menaikkan dan menurunkan orang atau barang.

Dengan demikian, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa 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.

a. Jenis-Jenis Parkir

1. Parkir Paralel

Parkir sejajar dimana parkir diatur dalam sebuah baris, dengan bumper depan mobil menghadap salah satu bumper belakang yang berdekatan. Parkir dilakukan sejajar dengan tepi jalan, baik di sisi kiri jalan atau sisi kanan atau kedua sisi bila hal itu memungkinkan.

2. Parkir Tegak Lurus

Dengan cara ini mobil diparkirkan secara tegak lurus, berdampingan, menghadap tegak lurus ke lorong/gang, trotoar, atau dinding. Jenis mobil ini parkir lebih terukur daripada parkir paralel dan karena itu biasanya digunakan di tempat di pelataran parkir atau gedung parkir.

3. Parkir Serong

Salah satu cara parkir yang banyak digunakan dipinggir jalan ataupun di pelataran maupun gedung parkir adalah parkir serong yang memudahkan kendaraan masuk ataupun keluar dari ruang parkir. Pada pelataran ataupun gedung parkir yang luas, diperlukan gang yang lebih sempit bila dibandingkan dengan parkir tegak lurus.

b. Satuan Ruang Parkir

Satuan ruang parkir atau disingkat (SRP) adalah ukuran luas efektif untuk meletakkan kendaraan dalam hal ini mobil

penumpang, bus/truk atau sepeda motor, baik parkir paralel di pinggir jalan, pelataran parkir ataupun gedung parkir. Sebagaimana telah diuraikan diatas bahwa satuan ruang parkir (SRP) digunakan untuk mengukur kebutuhan ruang parkir. Tetapi untuk menentukan satuan ruang parkir tidak terlepas dari pertimbangan-pertimbangan seperti halnya dimensi kendaraan, ruang bebas kendaraan parkir dan lebar bukaan pintu kendaraan.

Berdasarkan pertimbangan-pertimbangan diatas untuk menentukan satuan ruang parkir dibagi atas tiga jenis kendaraan dan berdasarkan penentuan SRP untuk mobil penumpang diklasifikasikan menjadi 3 golongan, seperti dalam tabel berikut :

No	Jenis Kendaraan	Dimensi SRP (m ²)
1	a. Mobil Penumpang Gol I	2,3 x 5,0
	b. Mobil Penumpang Gol II	2,5 x 5,0
	c. Mobil Penumpang Gol III	3,0 x 5,0
2	Bus / Truk	3,4 x 12,5
3	Sepeda Motor	0,75 x 2,0

Tabel 2.1 Penentuan Satuan Ruang Parkir

III. ANALISIS DAN METODE PENELITIAN

3.1 ANALISIS SWOT

Menurut Freddy Rangkuti (2006) analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang dan ancaman dengan faktor internal kekuatan dan kelemahan. Analisis SWOT terdiri dari empat faktor, yaitu sebagai berikut :

1. *Stengths* (Kekuatan)

Merupakan kondisi kekuatan yang terdapat dalam organisasi, proyek atau konsep bisnis yang ada. Kekuatan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri.

2. *Weakness* (Kelemahan)

Merupakan kondisi kelemahan yang terdapat dalam organisasi, proyek atau konsep bisnis yang ada. Kelemahan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat

dalam tubuh organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri.

3. *Opportunities* (Peluang)
Merupakan kondisi peluang berkembang di masa datang yang terjadi. Kondisi yang terjadi merupakan peluang dari luar organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri. Misalnya kompetitor, kebijakan pemerintah, kondisi lingkungan sekitar.

4. *Threats* (Ancaman)
Merupakan kondisi yang mengancam dari luar. Ancaman ini dapat mengganggu organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri.

Ada beberapa strategi yang digunakan dalam analisis SWOT adalah sebagai berikut :

1. Strategi SO
Yaitu strategi yang mengoptimalkan kekuatan (*strength*) untuk merebut dan memanfaatkan peluang (*opportunities*).
2. Strategi WO
Yaitu strategi yang memanfaatkan peluang (*opportunities*) untuk meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) yang ada.
3. Strategi ST
Yaitu strategi yang menggunakan kekuatan (*strength*) untuk mengatasi ancaman (*threats*).
4. Strategi WT
Yaitu strategi yang meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan menghindari ancaman (*Threats*).

3.2 METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode penelitian kuantitatif dan kualitatif, pengertiannya adalah sebagai berikut :

1. Metode kualitatif adalah metode yang dilakukan dengan mengumpulkan data lapangan yang akan digunakan sebagai data dalam obyek.
2. Metode kuantitatif yaitu metode yang dilakukan dengan mengumpulkan dan mempelajari literatur yang berkaitan dengan perencanaan dan pengembangan.

3.3 METODE PENULISAN

Metode penulisan dimulai dengan mengumpulkan dan mempelajari literatur yang berkaitan dengan pengembangan. Mengumpulkan

data yang akan digunakan sebagai data dalam obyek. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mencari data - data baik data primer maupun data sekunder (pada instansi dan dinas terkait) yang diperlukan guna melengkapi data yang dibutuhkan dalam penyusunan skripsi,
2. Studi literatur dengan mengumpulkan referensi dan metode yang dibutuhkan sebagai tinjauan pustaka baik dari buku maupun media lain (internet),
3. Pengolahan dan analisa data-data yang didapat,
4. Pengambilan kesimpulan dan saran dari hasil kajian.

3.3.1 JENIS DAN SUMBER DATA

Dalam kegiatan pengumpulan data ini maka dibutuhkan data primer dan data sekunder antara lain :

1. Data Primer, yaitu dengan melakukan survey lapangan, pada objek penelitian di Pasar Lemahabang Kulon Kecamatan Lemahabang Kabupaten Cirebon.
2. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan hipotesis yang telah tersusun dalam arsip, seperti studi literatur dan dokumentasi.

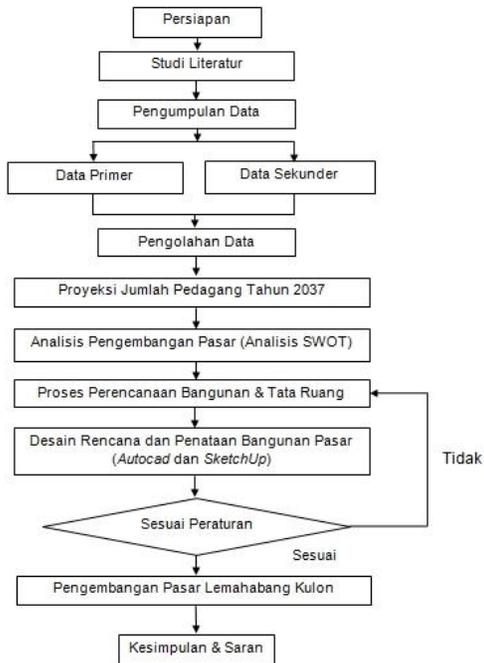
3.3.2 TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Metode pengumpulan data yang digunakan untuk pengembangan Pasar Lemahabang Kulon ini adalah :

- a. Metode literature, yaitu mengumpulkan, mengidentifikasi dan mengolah data-data tertulis yang berasal dari buku, surat kabar, majalah maupun tulisan ilmiah lainnya.
- b. Metode observasi, yaitu data yang diperoleh dari hasil survey langsung ke lokasi. Dengan survey langsung ini dapat diketahui kondisi langsung di lapangan.
- c. Metode wawancara, yaitu data yang diperoleh dengan mewawancarai narasumber yang bersangkutan untuk menambah beberapa informasi yang dapat

menambah bahan dalam penyusunan skripsi ini.

3.3.3 ALUR PENELITIAN



Gambar 3.1 Alur Penelitian

3.3.4 DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

Secara administratif, Lemahabang adalah salah satu daerah yang termasuk kedalam wilayah Kabupaten Cirebon bagian timur, wilayah ini sangat strategis dan ramai karena dilalui oleh jalur alternatif pantura yang menghubungkan Cirebon ke Ciledug. Menurut data dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Cirebon, Kecamatan Lemahabang ini memiliki luas wilayah sekitar 21,49 km² dan berpenduduk sebesar 53.595 jiwa yang tersebar di 13 desa salah satunya Desa Lemahabang Kulon.

Desa Lemahabang Kulon adalah desa yang mengelola pasar Lemahabang Kulon. Pasar yang telah berdiri hampir 30 tahun ini biasa dikenal dengan sebutan Pasar Senen, karena memang pada saat hari itu adalah hari pasarnya. Letaknya yang sangat strategis dan lengkap membuat pasar ini menjadi pusat perdagangan yang sangat dikunjungi oleh

masyarakat sekitar guna memenuhi kebutuhan dan keperluan sehari-hari.

Melihat kondisi di lapangan Pasar Lemahabang Kulon yang sangat padat terutama saat hari pasaran dengan jumlah pedagang yang terus bertambah hingga meluber ke pinggir jalan, tempat parkir yang tidak teratur dan fasilitas lainnya yang belum terpenuhi pada saat ini telah menjadi permasalahan yang cukup kompleks untuk segera dikembangkan dengan merencanakan desain pengembangan yang sesuai peruntukan dengan berdasarkan permasalahan eksisting.

Tabel 3.1 Jumlah Lapak di Pasar Lemahabang Kulon

Keterangan	Jenis Lapak		
	Kios	Los	Lemprakan
Jumlah	132	252	67

Sumber : Data Pengelola Pasar Lemahabang Kulon 2017

Namun tidak dapat memenuhi jumlah pedagang sehingga meluap ke area luar pasar selain itu pasar tersebut tidak memiliki fasilitas perparkiran yang baik sehingga hal tersebut memberikan dampak luapan baik pedagang maupun pengunjung pasar.

1. KONDISI EKSISTING PASAR

a. Kondisi Depan Pasar

Lokasi depan Pasar Lemahabang Kulon yang dipadati oleh pedagang kaki lima hingga ke bahu jalan ditambah kendaraan yang melintas sehingga menyebabkan kemacetan.



Gambar 3.3 Kondisi Pada Bagian Depan Pasar

b. Kondisi Pada Hari Pasar

Bisa dilihat dalam gambar, kondisi dimana saat hari pasar di depan pasar sebelah barat yang dipadati oleh para pedagang kaki lima dan emperan yang berjualan disepanjang jalan depan pasar.



Gambar 3.4 Kondisi Di Depan Pasar Pada Hari Pasar

c. Kondisi Perparkiran Pasar



Gambar 3.6 Kondisi Parkir Kendaraan Di Depan Pasar

d. Kondisi di Dalam Pasar Lemahabang Kulon



Lemahabang Kulon

Gambar diatas adalah kondisi di dalam pasar, dimana penataan barang dagangan yang meluber dari petak jualan,

sehingga terkadang membuat pengunjung pasar kurang nyaman dan berdesakan.

3.4 ANALISIS EKSISTING PERKEMBANGAN PASAR

Data jumlah kios, los dan lemprakan diperoleh dari pengelola pasar Lemahabang Kulon, serta data tambahan mengenai fasilitas pendukung pasar diperoleh dari hasil survei langsung ke lokasi pasar. Berikut ini merupakan data lapak dari Pasar Lemahabang Kulon :

Jenis Lapak	Jumlah Pada Tahun		Selisih/ Pertambahan
	2008	2017	
Kios	114	132	18
Los	236	252	16
Lemprakan	30	67	37
Jumlah	380	451	71
Persentase Pertambahan (%)			18,68 %
Perkiraan Persentase/Tahun (%)			2,075 %

Tabel 4.1 Perkembangan Lapak Pasar

Sumber : Data Primer dan Data Sekunder

3.5 ANALISIS PROYEKSI JUMLAH PEDAGANG

1. Metode

Untuk proses proyeksi jumlah pedagang pasar dari tahun 2017 sampai 2037 yang dilakukan dengan cara statistik sederhana. Untuk menghitung proyeksi jumlah pedagang pada tahun 2037 dapat menggunakan perhitungan rumus aritmatik dengan rumus sebagai berikut :

$$P_n = P_o + K_a (T_n - T_o)$$

$$K_a = \frac{P_2 - P_1}{T_2 - T_1}$$

Keterangan :

- P_n = Jumlah pedagang tahun ke n
- P_o = Jumlah pedagang tahun dasar
- T_n = Tahun ke n
- T_o = Tahun dasar
- K_a = Konstanta aritmatik (rata-rata pertambahan pedangan per tahun dari tahun awal sampai tahun sekarang
- P₁ = Jumlah pedagang tahun awal
- P₂ = Jumlah pedagang tahun terakhir
- T₁ = Tahun awal yang diketahui
- T₂ = Tahun akhir yang diketahui

2. Hasil Perhitungan

Data yang digunakan adalah data pada tahun 2008 dan tahun 2017. Berikut perhitungan untuk mengetahui jumlah pedagang kios, los dan lemprakan pada tahun 2037 :

1. Perhitungan jumlah kios
 - $Ka = (P2 - P1) / (T2 - T1)$
 $= (132 - 114) / (2017 - 2008)$
 $= 18 / 9 = 2$
 - $Pn = Po + Ka (Tn - To)$
 $= 132 + 2 (2037 - 2017)$
 $= 132 + 2 (20)$
 $= 172 \text{ Kios}$
2. Perhitungan jumlah los
 - $Ka = (P2 - P1) / (T2 - T1)$
 $= (252 - 236) / (2017 - 2008)$
 $= 16 / 9 = 1,78$
 - $Pn = Po + Ka (Tn - To)$
 $= 252 + 1,78 (2037 - 2017)$
 $= 252 + 1,78 (20)$
 $= 287,6 = (288 \text{ Los})$
3. Perhitungan jumlah lemprakan
 - $Ka = (P2 - P1) / (T2 - T1)$
 $= (67 - 30) / (2017 - 2008)$
 $= 37 / 9 = 4,1$
 - $Pn = Po + Ka (Tn - To)$
 $= 67 + 4,1 (2037 - 2017)$
 $= 67 + 4,1 (20)$
 $= 149 \text{ Lemprakan}$

Tabel 4.3 Proyeksi Jumlah Pedagang Tahun 2037

No	Jenis Lapak	Tahun	
		2017	2037
1	Kios	132	172
2	Los	252	288
3	Lemprakan	67	149
Jumlah		451	609

3.6 ANALISIS SWOT

Dengan adanya analisis SWOT ini maka akan memudahkan untuk menganalisis lokasi yang akan dibangun. Analisis ini menafsirkan segala kelebihan, kekurangan, peluang dan hambatan yang ada dan terjadi pada suatu lokasi, baik yang sudah, sedang, dan yang akan terjadi.

Tabel 4.5 Variabel Faktor Strategi Internal
 Sumber : Pengolahan Data Hasil Kuesioner

Faktor-Faktor Strategi Internal	SKOR (S)	BOBOT (B)	(S x B)
Kekuatan / Strength (S)			
- Berada di kawasan strategis Lemahabang.	3	3/4	2,25
- Akses jalan yang mudah dilalui oleh pengunjung.	2,5	2,5/4	1,26
- Fasilitas yang disediakan oleh pihak pengelola memenuhi kebutuhan pengunjung.	2	2/4	1
- Pasar yang ramai setiap hari terlebih saat hari pasaran	3	3/4	2,25
- Kenyamanan tempat berbelanja yang disediakan bagi pengunjung.	2,5	2,5/4	1,26
TOTAL			8,02
Kelemahan / Weakness (W)			
- Tidak adanya tempat pembuangan sampah sementara (TPSS).	3	3/4	2,25
- Tidak adanya fasilitas parkir baik untuk motor maupun mobil.	3	3/4	2,25
- Kurang optimalnya peran pengelola pasar dalam mengembangkan Pasar Lemahabang Kulon.	2	2/4	1
TOTAL			5,5

Selisih antara kekuatan (*strength*) dengan kelemahan (*weakness*), digunakan sebagai sumbu x dalam kuadran strategi $S - W = 8,02 - 5,5 = 2,52$

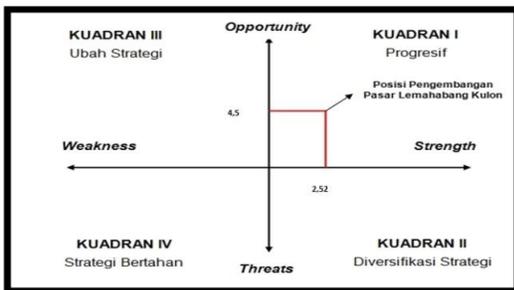
Tabel 4.6 Variabel Faktor Strategi Eksternal

Sumber : Pengolahan Data Hasil Kuesioner

Faktor-Faktor Strategi Eksternal	SKOR (S)	BOBOT (B)	(S x B)
Peluang / Opportunity (O) - Meningkatkan pendapatan asli desa (PAD). - Menarik minat para investor. - Mengoptimalkan keuntungan bagi masyarakat setempat untuk membuka usaha. - Meminimalisir dampak kemacetan lalu lintas. - Kekuatan letak yang strategis akan pengembangan pasar dengan kawasan disekitarnya.	3 3 3 2 3	3/4 3/4 3/4 2/4 3/4	2,25 2,25 2,25 1 2,25
TOTAL			10
Tantangan / Threats (T) - Semakin banyak pilihan tempat berbelanja yang lebih modern. - Berkurangnya RTH yang akan menyebabkan kualitas lingkungan yang menurun. - Ancaman pencemaran akibat sampah yang berasal dari para pedagang.	3 3 2	3/4 3/4 2/4	2,25 2,25 1
TOTAL			5,5

Selisih antara peluang (*opportunity*) dengan tantangan (*threats*) digunakan sebagai sumbu Y dalam kuadran O - T = 10 - 5,5 = 4,5

Maka dari itu telah didapatkan sebuah titik di kuadran strategi (x,y) dengan nilai (2,52 , 4,5). Dengan acuan kuadran strategi berikut ini :



Gambar 4.1 Hasil Analisis SWOT

IV. PERENCANAAN PENGEMBANGAN TATA RUANG PASAR

Menurut data dari pengelola Pasar Lemahabang Kulon Kecamatan Lemahabang Kabupaten Cirebon, didapat luas lahan Pasar Lemahabang Kulon sekarang ± 5.865 m² dengan luas bangunan 5.304 m² yang terdiri dari bangunan kios, los dan lemprakan.

Dari hasil analisis pengembangan yang akan dilakukan, dengan mempertahankan luas tanah yang ada seperti semula yaitu 5.865 m², dengan membangun gedung pasar menjadi 3 lantai yang memiliki luas bangunan 8.860 m² dan ruang terbuka 2.872,7 m².

1. Analisis Desain Objek Penelitian



Gambar 4.2 Desain Denah Pasar Lemahabang Kulon

Dengan keterangan penomoran sebagai berikut :

1. Bangunan Utama Pasar (8.860 m²)
2. Tempat Parkir Motor (664 m²)
3. Tempat Parkir Mobil (219 m²)
4. Area Bongkar Muat (90 m²)
5. Musholla Pasar (75 m²)
6. Toilet Umum (22.5 m²)
7. Pos Keamanan (2.25 m²) dan Gerbang Masuk (7 m)
8. Pos Keamanan (2.25 m²) dan Gerbang Keluar (7 m)
9. Pos Keamanan (2.25 m²) dan Gerbang Masuk Keluar (7 m)
10. ATM Center (8 m²)
11. Tempat Pembuangan Sampah Sementara (6 m³/bak)

2. Desain Pasar Lemahabang Kulon



Gambar 4.3 Desain Rencana Pasar Lemahabang Kulon

a. Desain Bangunan Utama Pasar



Gambar 4.4 Desain Pasar Lemahabang Kulon

Desain bangunan utama gedung pasar ini memiliki 3 lantai dengan atap dak dengan luas bangunan gedung tersebut adalah 8.860 m². Dalam bangunan utama terdapat lapak los pedagang yang terletak di lantai dasar, kios pedagang di lantai 1 sampai lantai 3, kantor pengelola, toilet dan lain-lain.

Tabel 4.7 Data Jumlah Jenis Lapak Rencana Pengembangan Pasar Lemahabang Kulon

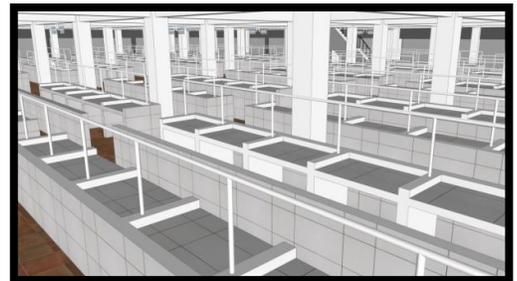
Lantai	Jenis Lapak	Ukuran (m)	Jumlah (unit)	Jenis Dagangan
1	Los	1,5 x 2	264	Sembako, Sayuran, Buah-buahan
	Kios	3 x 3	20	Sembako, Elektronik
		3 x 4	92	Sembako, Elektronik
2	Kios	2 x 3	12	Sandang, Makanan
		3 x 3	44	Sandang, Makanan
		3 x 4	72	Sandang, Makanan
		4x 4	24	Sandang, Makanan
3	Kios	2 x 3	48	Sandang
		3 x 3	48	Sandang
		3 x 4	66	Sandang
		4 x 4	12	Sandang

Sumber : Data Desain Pengembangan

b. Fasilitas Lapak Pedagang



Gambar 4.6 Desain Kios Pasar Lemahabang Kulon



Gambar 4.7 Desain Los Pasar Lemahabang Kulon

Fasilitas lapak pedagang di pasar ini memiliki 2 jenis lapak di dalam gedung pasar utama yaitu kios dan los. Kios dalam desain pasar ini terbagi menjadi 3 lokasi yaitu di lantai 1, 2 dan 3.

c. Desain Gerbang Pasar Lemahabang Kulon

Desain gerbang utama Pasar Lemahabang Kulon ini memiliki lebar 7 m serta terdiri dari 3 jenis gerbang yaitu gerbang depan khusus untuk masuk, gerbang depan khusus untuk keluar dan gerbang samping untuk masuk dan keluar pasar.



Gambar 4.8 Desain Gerbang Masuk

d. Fasilitas Perparkiran

Desain perparkiran di Pasar Lemahabang Kulon ini dibedakan menjadi dua area, yaitu area perparkiran motor yang berada di belakang pasar serta area perparkiran mobil yang berada di depan dan samping bangunan pasar.



Gambar 4.10 Desain Parkir Motor



Gambar 4.12 Desain Parkir Mobil

Daya tampung dari area perparkiran motor ini menurut perhitungan adalah berjumlah 443 unit kendaraan motor dan area perparkiran mobil adalah 19 unit kendaraan mobil.

e. Fasilitas Musholla Pasar

Mushola pasar terletak berdekatan dengan bangunan utama pasar dan parkiran mobil agar memudahkan untuk diakses. Sebuah fasilitas untuk beribadah baik pengunjung, pedagang maupun masyarakat sekitar.



Gambar 4.13 Desain Musholla Pasar

f. Fasilitas Toilet Umum



Gambar 4.14 Desain Toilet Umum Pasar

Fasilitas toilet umum pasar ini terletak di belakang bangunan pasar yang berdekatan dengan area perparkiran motor sehingga dapat terjangkau dengan mudah apabila pengunjung pasar hendak menggunakannya.

g. Fasilitas TPSS

Dalam desain pengembangan pasar ini memiliki 2 unit bak sampah masing-masing memiliki kapasitas 6 m³ sesuai ukuran bak truk sampah. Letak TPSS ini berada di sebelah pojok depan pasar sehingga akan memudahkan pengangkutan bak sampah oleh truk karena langsung menghadap jalan.



Gambar 4.14 Desain Fasilitas TPSS

h. Fasilitas ATM Center

Tersedianya ATM center sebagai fasilitas penunjang pasar agar lebih memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi uang di lingkungan Pasar Lemahabang Kulon.



Gambar 4.15 Desain Fasilitas ATM Center

i. Desain Ruang Terbuka Hijau (RTH)



Gambar 4.16 Desain Rencana RTH

Desain RTH ini mengelilingi area pasar, agar pasar terlihat lebih alami dan sejuk saat siang hari.

j. Desain Drainase Pasar

Drainase memiliki fungsi yang cukup penting dalam sebuah perencanaan bangunan, begitupun dengan pengembangan pasar, karena drainase merupakan jalur untuk pembuangan air, dimana dengan adanya drainase genangan pada area pengembangan bisa dihindari.



Gambar 4.17 Desain Drainase Pasar

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

1. Pengembangan Pasar Lemahabang Kulon ini dilakukan dengan tetap memanfaatkan lahan yang tersedia, yaitu dengan luas lahan 5.865 m². Karena terbatasnya lahan, sehingga untuk bangunan utama pasar dibuat secara vertikal 3 lantai yang terdiri dari kios, los, toilet dan kantor pengelola. Serta fasilitas penunjang lainnya seperti musholla, ATM center, ruang terbuka hijau dan toilet umum.
2. Hasil dari proyeksi jumlah pedagang pada tahun 2037 adalah 609 pedagang dengan masing-masing pedagang yaitu 172 pedangan kios, 288 pedagang los dan 149 pedagang lemprakan, dimana dalam pengembangan ini pedagang lemprakan akan dialihkan ke kios ataupun los.
3. Untuk fasilitas perparkiran dalam pengembangan ini menyediakan area parkir mobil di depan bangunan seluas 219 m² dapat menampung 19 unit mobil serta area parkir motor di belakang dan samping bangunan seluas 664 m² dapat menampung 443 unit motor. Untuk TPSS (Tempat Pembuangan Sampah Sementara) pasar ini memiliki 2 bak sampah dengan kapasitas masing-masing (6 m³/bak).

5.2 SARAN

1. Perlu adanya dukungan dari semua pihak diantaranya pengelola pasar, pedagang, masyarakat dan dinas terkait agar pengembangan Pasar Lemahabang Kulon ini dapat terlaksana dengan baik sesuai rencana apabila hasil dari penelitian ini akan direalisasikan.
2. Untuk perencanaan penelitian selanjutnya, diharapkan dapat menganalisis sistem transportasi disekitar Pasar Lemahabang Kulon agar dapat mengoptimalkan konsep pengembangan Pasar Lemahabang Kulon Kabupaten Cirebon ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Desa Lemahabang Kulon. 2017. *Data Pasar Lemahabang Kulon*, Cirebon.
- Direktorat Jenderal Perhubungan Darat. 1998. *Pedoman Perencanaan dan Pengoperasian Fasilitas Parkir*, Jakarta.
- Google Earth. 2017. *Peta Pasar Lemahabang Kulon*. Cirebon.
- Murwono, Joko. 1996. *Perencanaan Teknik Lalu Lintas*. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Peraturan Daerah Kabupaten Cirebon Nomor 3 Tahun 2015 Tentang Bangunan Gedung.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Teori membedah Kasus Analisis SWOT*. PT Erlangga, Jakarta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta, Jakarta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002 Tentang Sistem Nasional, Penelitian, Pengembangan dan Penerapan Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2002 Tentang Bangunan Gedung.