

JURNAL KONTRUKSI

PENGEMBANGAN PASAR RUMPUT DESA KARANGMULYA KECAMATAN PLUMBON

Astra Nur Syiam Sidik*, Ingrid Multi Rezeki**

*)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 tradisional seringkali dianggap sebagai salah satu prasarana yang membawa citra buruk bagi estetika kota. Begitu pula kondisi Pasar Rumput Desa Karangmulya di Kabupaten Cirebon saat ini. Hal ini juga terjadi karena tata ruang pasar yang kurang dipelihara oleh pengelola. Pengelolaan pasar yang buruk, sarana dan prasarana yang sangat minim serta jumlah pedagang yang semakin meningkat disetiap tahun menyebabkan pasar bertambah sesak, kumuh dan tidak teratur. Hal ini merupakan permasalahan klasik yang menyebabkan ketidaknyamanan dalam berbelanja.

Oleh karena itu perlu adanya revitalisasi dengan memaksimalkan lahan yang tersedia dengan menambah fasilitas Pasar Rumput Desa Karangmulya di Kabupaten Cirebon. Metode yang di gunakan dalam analisa kelayakan Pasar Rumput Desa Karangmulya di Kabupaten Cirebon adalah Metode Swot. Selain dengan metode Swot pengumpulan data dengan quisoner dan wawancara ,membantu agar potensi pasar dan wilayah industry di sekitarnya mampu meningkatkan perekonomian warga.

Hasil Penelitian yakni dengan mengembangkan Pasar Rumput Desa Karangmulya di Kabupaten Cirebon dengan tetap memanfaatkan lahan yang tersedia. Sehingga untuk bangunan utama pasar akan dibuat menjadi 2 (dua) lantai berkonsep semi modern. Dengan pembagian Lantai 1 33 kios (4m x 4m), 40 Los (1,5m x 1.5m), 33 Los (3,5m x 1.05m), 44 lamparkan Lantai 2 60 Kios (4m x 4m). Maka di dapatkan 211 pedagang.

Kata Kunci : Pengembangan Pasar, Swot, Cirebon, Revitalisasi

I. PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Plumbon merupakan sebuah kecamatan di Kabupaten Cirebon, Provinsi Jawa Barat, Indonesia terdiri dari Pemukiman dan industri Pabrik. Pada tanggal / tahun 30 April 2017, penduduknya berjumlah 67,669 orang yang terdiri dari laki-laki 34,150 orang dan perempuan 33,519 orang (Badan Pusat Statika Kabupaten Cirebon). Berdasarkan kondisi geografis kecamatan Plumbon berada di jalur pantai utara dan termasuk kota transit sehingga sangatlah cocok untuk sektor perdagangan.

Pasar Rumput Plumbon merupakan salah satu pasar tradisional yang terdapat di Kabupaten Cirebon, tepatnya di wilayah Kecamatan Plumbon. Pada umumnya pasar sebagai tempat berkumpulnya masyarakat melakukan kegiatan perekonomian, pasar tradisional mempunyai kapasitas yang kuat untuk bertahan pada situasi ekonomi makro yang tidak menentu.

Fasilitas di sebuah pasar merupakan salah satu bagian penting yang perlu diperhatikan. Peralannya keberadaan lokasi, sarana dan prasarana ini akan menunjang kegiatan masyarakat dalam akses jual dan beli guna memenuhi kebutuhan hidup.

Jika dilihat pada kondisi lapangan, penataan kios dan los di Pasar Rumput Plumbon masih belum tertata sehingga menyebabkan ketidaknyamanan pengunjung saat berbelanja disamping itu fasilitas penunjang pada pasar ini masih kurang yang menyebabkan terhambatnya aktifitas perekonomian.

Penelitian ini membahas mengenai pengembangan dan tata ruang pasar upaya menyelesaikan persoalan yang telah disampaikan seperti diatas dan bertujuan untuk menganalisis permasalahan-permasalahan yang terjadi di pasar tersebut.

1.2. FOKUS MASALAH

Skripsi ini memfokuskan tentang strategi pengembangan pasar dan merencanakan desain tata ruang serta menambah fasilitas penunjang Pasar Rumput Desa Karangmulya Kecamatan Plumbon Kabupaten Cirebon.

1.3. RUMUSAN MASALAH

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

1. Bagaimana cara mengembangkan Pasar Rumput Kecamatan Plumbon Kabupaten Cirebon agar bersinergi dengan kawasan strategis plumbon?
2. Bagaimana merencanakan kios dan los pasar rumput ?
3. Bagaimana menambah & menata fasilitas penunjang kegiatan masyarakat dalam akses jual dan beli guna memenuhi kebutuhan hidup.?

1.4. TUJUAN PENELITIAN

Dalam penelitian ini ada beberapa tujuan yang ingin dicapai, diantaranya sebagai berikut :

1. Menganalisis tata ruang pasar seperti penataan kios, los dan fasilitas penunjang sehingga menciptakan pasar semi modern yang teratur.
2. Merencanakan bangunan pasar menjadi 2 lantai:
 - Lantai 1 sebagai sarana prasarana penunjang pasar
 - Lantai 2 sebagai kios dan los pedagang
3. Menganalisis pengembangan Pasar Rumput diantaranya, aspek sosial ekonomi, lingkungan, drainase dan parkir di sekitar pasar.

1.5. KEGIATAN PENELITIAN

Dalam penyusunan penelitian pengembangan pasar rumput Kecamatan Plumbon Kabupaten Cirebon. Lingkup pembahasan pada penelitian ini ialah dibatasi oleh beberapa kegiatan sebagai berikut :

1. Menentukan strategi pengembangan pasar,
2. Merencanakan desain tata ruang pasar,
3. Merencanakan dimensi saluran drainase,
4. Menghitung pekerjaan Struktur,
5. Menghitung pekerjaan Arsitektur.

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1. PENELITIAN YANG TELAH DILAKUKAN SEBELUMNYA

Penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya dengan studi kasus yang memiliki permasalahan analisis dan pembahasan dengan memiliki kemiripan yang bisa menjadi bahan sebagai referensi dalam penyusunan yang akan dilakukan, dibawah ini ada beberapa analisis kajian yang pernah dilakukan sebelumnya antara lain adalah sebagai berikut:

- **PENGEMBANGAN DAN PENATAAN PASAR PRAPATAN KECAMATAN SUMBERJAYA KABUPATEN MAJALENGKA**

Pertama penelitian Heru Fujiyanto (2013) dari Universitas Swadaya Gunung Jati, melakukan analisis penelitian “Pengembangan Dan Penataan Pasar Prapatan Kecamatan Sumberjaya Kabupaten Majalengka”. Permasalahan pada Pasar Prapatan yaitu pada hari pasaran (Senin dan Kamis) Pasar Prapatan akan dipadati oleh para pedagang lemprakan yang menggelar lapak disekitar area pasar karena tidak tertampung didalam. Keadaan itu akan 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. Permasalahan tersebut sudah berlangsung lama, sehingga diperlukan suatu penelitian untuk mencari solusinya, tahap pertama yang dilakukan peneliti untuk memecahkan masalah pasar ialah penentuan strategi pengembangan pasar dengan analisis *Strength Weakness Opportunities Threats* (SWOT), tahapan kedua untuk masalah kemacetan ialah dengan pemulihan kinerja jalan dan penataan pasar yang diikuti dengan perencanaan gedung baru berupa bangunan 2 (dua) lantai yang didesain dengan *Autocad* dan *Google Slect Up*.

- **STANDAR REVITALISASI PASAR TRADISIONAL DI INDONESIA (STUDI KASUS PASAR TRADISIONAL DI KOTA SEMARANG)**

Kedua penelitian Gita Anggraini (2017) dari Universitas Diponegoro, melakukan analisis penelitian “Standar Revitalisasi Pasar Tradisional” di kota Semarang permasalahannya yakni penurunan minat pengunjung terhadap pasar tradisional menjadi masalah yang harus dihadapi pasar tradisional. Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan tersebut dapat ditarik kesimpulan:

Perbandingan kondisi pasar zaman dahulu dengan sekarang mengalami perbedaan, mulai dari jenis barang dagangan yaitu contohnya jasa penggilingan bumbu, bahan adonan kue, dan alat tulis yang tidak dijual di pasar zaman dahulu. Kemudian peran pasar tradisional yang tidak lagi sebagai kontrol penguasa terhadap hasil panen tetapi pasar tradisional sebagai tempat perputaran ekonomi, Selain itu rotasi pasar tradisional pada zaman dahulu berbeda dengan sekarang, pada zaman dahulu pasar tradisional diadakan sekali dalam seminggu dengan tempat yang berbeda setiap minggunya, sedangkan sekarang pasar tradisional diadakan setiap hari ditempat yang telah ditentukan.

Dampak yang ditimbulkan oleh revitalisasi dari segi bangunan menjadi lebih tertata dan bersih, sehingga mampu menumbuhkan minat pengunjung. Untuk standar penataan pasar tradisional yang direvitalisasi dari SNI Pasar Rakyat didapat bahwa untuk penerapan sistem zonasi dan penyediaan fasilitas dirasa sudah baik dan tepat. Namun ada beberapa hal yang masih harus diperbarui dan ditambahkan, karena dalam standar yang ada masih belum sesuai jika diimplementasikan.

2.2. LANDASAN TEORI

- **ANALISIS SWOT (Strength Weakness Opportunities Threats)**

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

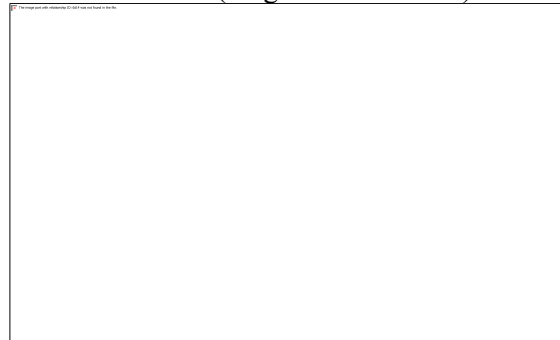
salah satu instrumen analisis yang ampuh apabila digunakan dengan tepat. Telah diketahui pula secara luas bahwa SWOT merupakan akronim untuk kata-kata “*Strength*” (Kekuatan), “*Weakness*” (Kelemahan), “*Opportunities*” (Peluang), “*Threats*” (Ancaman). Faktor kekuatan dan kelemahan terdapat tubuh suatu 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.

Faktor-faktor berupa kekuatan yang dimaksud dengan faktor-faktor kekuatan yang dimiliki oleh suatu perusahaan termasuk satuan-satuan bisnis di dalamnya adalah antara lain kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha di pasar. Contoh bidang-bidang keunggulan itu antara lain ialah kekuatan pada sumber keuangan, citra positif, keunggulan dan kedudukan di pasar, hubungan dengan pemasok, loyalitas pengguna produk dan kepercayaan berbagai pihak yang berkepentingan.

Faktor-faktor kelemahan, jika orang berbicara tentang kelemahan yang terdapat dalam suatu satuan bisnis, yang dimaksud ialah keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber, ketrampilan dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan. Dalam praktik, berbagai keterbatasan dan kekurangan kemampuan tersebut bisa terlihat pada sarana dan prasarana yang dimiliki atau tidak dimiliki, kemampuan manajerial yang rendah, ketrampilan pemasaran yang tidak sesuai dengan tuntutan pasar, produk yang tidak atau kurang diminati oleh para pengguna atau calon pengguna dan tingkat perolehan keuntungan yang kurang memadai.

Faktor peluang, definisi sederhana tentang peluang ialah berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu satuan bisnis yang dimaksud dengan berbagai situasi tersebut antara lain:

- a) Kecenderungan penting yang terjadi dikalangan penggunaproduk.
- b) Identifikasi suatu segmen pasar yang belum mendapat perhatian.
- c) Perubahan dalam kondisi persaingan.
- d) Perubahan dalam peraturan perundang-undangan yang membuka berbagai kesempatan baru dalam kegiatan berusaha.
- e) Hubungan dengan para pembeli yang akrab.
- f) Hubungan dengan pemasok yang “harmonis” (Siagian : 1995 : 173).



Gambar 2.1 Analisis SWOT

• PASAR

Pasar secara harfiah berarti berkumpul untuk tukar menukar barang atau jual beli sekali dalam 5 hari Jawa. Pasar diduga dari bahasa *Sanskerta Pancawara*. Pasar dalam konsep urban Jawa adalah kejadian yang berulang secara ritmik dimana transaksi sendiri tidak sentral, yang sentral dalam kegiatan pasaran adalah interaksi sosial dan ekonomi dalam satu peristiwa, berkumpul dalam arti saling tatap muka dan berjual beli pada hari pasaran menjadi semacam panggilan sosial periodik, kata lain dari pasar adalah *peken* yang kata kerjanya *mapeken* artinya berkumpul (Wiryomartono, 1995).

Pasar mempunyai kaitan yang sangat erat dengan kegiatan ekonomi masyarakat, baik produksi, distribusi maupun konsumsi. Dalam hal ini pasar dapat diartikan sebagai arena distribusi atau pertukaran barang, dimana kepentingan produsen dan konsumen bertemu dan pada gilirannya menentukan kelangsungan kegiatan ekonomi masyarakatnya. Ginanjar (1980) berpendapat bahwa pasar adalah tempat untuk menjual dan memasarkan barang atau sebagai bentuk penampungan aktivitas perdagangan. Pada mulanya pasar merupakan perputaran dan pertemuan antar persediaan dan penawaran barang dan jasa.

Pasar dapat didefinisikan sebagai institusi atau mekanisme dimana pembeli (yang membutuhkan) dan penjual (yang memproduksi) bertemu dan secara bersama-sama mengadakan pertukaran barang dan jasa (Campbell, 1990). Sedangkan menurut Stanton (2006) pasar adalah sebagai orang-orang yang mempunyai kebutuhan untuk dipuaskan, mempunyai uang untuk dibelanjakan dan kemauan untuk membelanjakan uang.

a) Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, swasta, koperasi, atau masyarakat dengan tempat usaha berupa toko, kios atau los dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil dan menengah dan koperasi, dengan usaha kecil dan modal kecil dengan proses jual beli melalui tawar-menawar. Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian, barang elektronik, jasa dan lain-lain.



Gambar 2.2 Pasar Tradisional

b) Pasar Semi Modern

Pasar Semi Modern adalah pasar yang dibangun dengan tata cara penjualan tradisional seperti adanya transaksi penjual pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar, bangunannya biasanya terdiri dari kios-kios atau

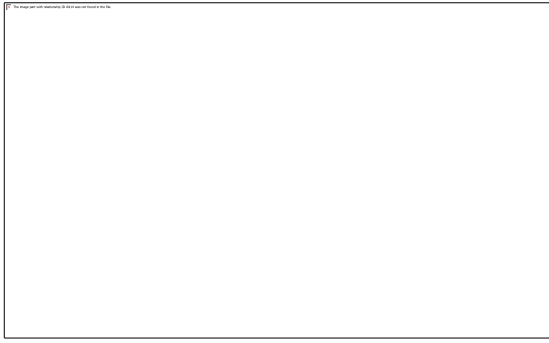
gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Namun, pada bidang-bidang tertentu pasar semi modern memiliki sejumlah kelebihan seperti tempat pelayanan pasar yang modern, penyediaan lahan khusus parkir kendaraan yang memadai, fasilitas toilet umum dan penjagaan terhadap kebersihan yang terawat dan mengikuti standar yang telah ditetapkan dan dapat disimpulkan pasar semi modern merupakan jenis pasar yang tetap dilakukan secara tradisional (dengan adanya proses tawar-menawar) dalam transaksi jual beli namun memiliki standar-standar tertentu selayaknya pasar modern.



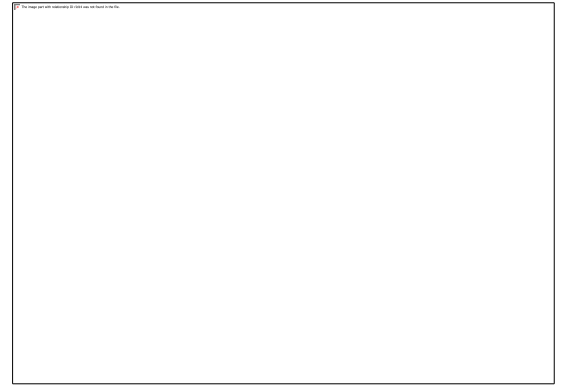
Gambar 2.3 Pasar Semi Modern

c) Pasar Modern

Pasar modern tidak banyak berbeda dari pasar tradisional, namun pasar jenis ini penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (barcode) berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan secara mandiri (swalayan) atau dilayani oleh pramuniaga. Barang-barang yang dijual selain bahan makanan seperti buah, sayuran, daging sebagian besar barang lainnya yang dijual adalah barang yang dapat bertahan lama. Contoh dari pasar modern adalah *hypermart*, pasar swalayan (*supermarket*), dan minimarket.



Gambar 2.4Pasar Modern



Gambar 2.5Parkir Paralel

- **PARKIR**

Parkir adalah keadaan tidak bergerak suatu kendaraan yang bersifat sementara karena di tinggal oleh pengendaranya. Secara hukum dilarang untuk parkir di tengah jalan raya, namun parkir di sisi jalan umumnya diperbolehkan. Fasilitas parkir di bangun bersama dengan kebanyakan gedung, untuk memfasilitasi kendaraan pemakai gedung termasuk dalam pengertian parkir adalah setiap kendaraan yang berhenti pada tempat-tempat tertentu baik di ingatkan oleh rambu rambu lalu lintas ataupun tidak, serta tidak semata-mata untuk kepentingan menaikkan dan menurunkan orang ataupun barang.

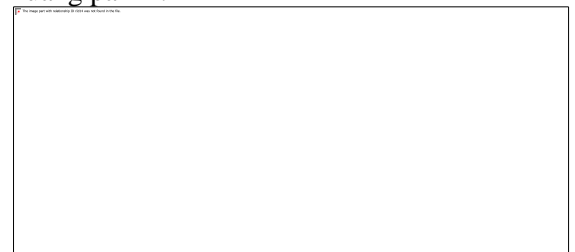
Ada tiga jenis utama parkir yang berdasarkan mengatur posisi kendaranya yaitu parkir paralel, parkir tegak lurus, dan parkir serong

- **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. Parkir paralel adalah cara paling umum dilaksanakan untuk parkir mobil dipinggir jalan. Cara ini juga digunakan dipelataran parkir ataupun gedung parker.

- **Parkir Tegak Lurus**

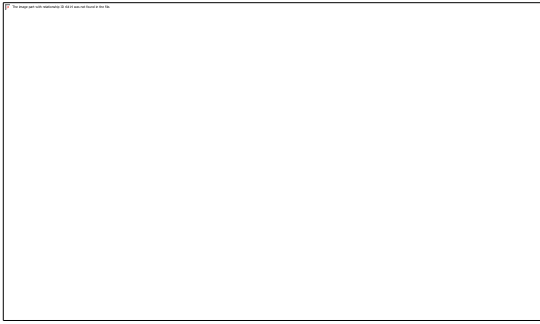
Dengan cara ini mobil diparkir tegak lurus, berdampingan, menghadap tegak lurus ke lorong/gang, trotoar, atau dinding. Jenis mobil ini parkir lebih terukur daripada parkir paralel dan karena itu biasanya digunakan di tempat di pelataran parkir parkir atau gedung parkir. Sering kali, di tempat parkir mobil menggunakan parkir tegak lurus, dua baris tempat parkir dapat diatur berhadapan depan dengan depan, dengan atau tanpa gang di antara keduanya. Bisa juga parkir tegak lurus dilakukan dipinggir jalan sepanjang jalan dimana parkir ditempatkan cukup lebar untuk kendaraan keluar atau masuk ke ruang parkir.



Gambar 2.6Parkir Tegak Lurus

- **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.

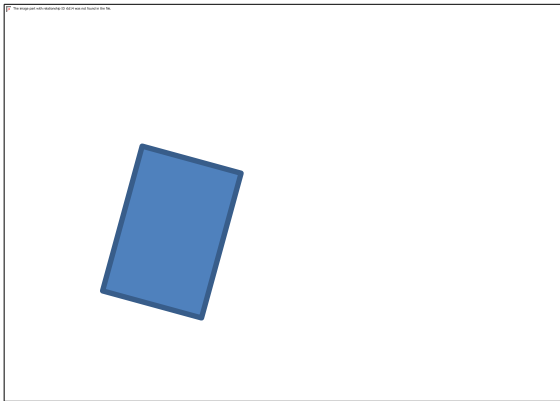


Gambar 2.7 Parkir Serong

- **WAKTU DAN TEMPAT**

Lokasi studi dilaksanakan di Pasar Rumpit Desa Karangmulya Kecamatan Plumbon Kabupaten Cirebon. Pada Gambar 3.1 Menujukkan lokasi penelitian yang berada 20 meter jalan pantura kondisi tersebutlah yang menyebabkan ancaman luapan aktifitas saat pasar tidak sanggup melayani baik pedagang maupun pengunjung.

Waktu pelaksanaan studi dimulai pada tanggal 29 Maret 2018 sampai bulan 29 Agustus 2018 Kegiatan survei tapak dilaksanakan pada minggu kedua dan ketiga April yang dilanjutkan dengan penyusunan hingga akhir bulan Agustus 2018.



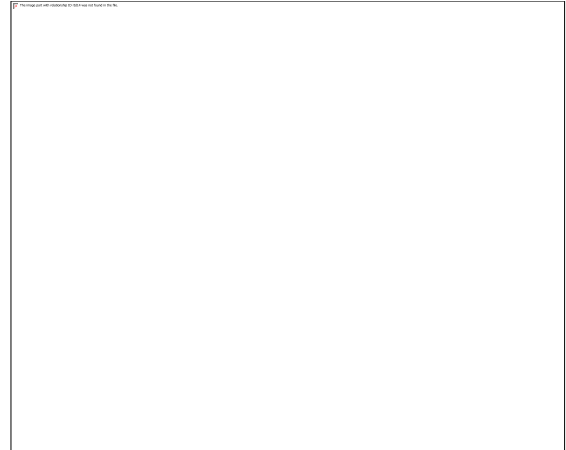
Sumber : Google Earth

Gambar 3.1 Lokasi Objek Penelitian

- **METODELOGI PENELITIAN**

Metodologi penelitian adalah sekumpulan peraturan, kegiatan, dan prosedur yang digunakan oleh pelaku suatu disiplin ilmu. Metodologi juga merupakan analisis teoritis mengenai suatu cara atau metode. Penelitian merupakan suatu penyelidikan yang sistematis untuk meningkatkan sejumlah pengetahuan, juga merupakan suatu usaha yang sistematis dan terorganisasi untuk menyelidiki masalah tertentu yang memerlukan jawaban. Motivasi

dan tujuan penelitian secara umum pada dasarnya adalah sama, yaitu bahwa penelitian merupakan refleksi dari keinginan manusia yang selalu berusaha untuk mengetahui sesuatu. Keinginan untuk memperoleh dan mengembangkan pengetahuan merupakan kebutuhan dasar manusia yang umumnya menjadi motivasi untuk melakukan penelitian. (Wikipedia, 2014).



Gambar 3.2 Metodologi Penelitian

III. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Dalam penelitian ini, data yang diperlukan antara lain :

a) Data Primer

Data yang didapatkan langsung dari objek yang diteliti, yaitu diperoleh dari individu dan kelompok ataupun pihak-pihak dari Pasar Rumpit. Data ini diperoleh dengan cara :

1. Interview (wawancara)

Interview yaitu metode pengumpulan data dengan tanya jawab secara lisan, yang diarahkan pada materi yang dibahas.

2. Kuesioner

Kuesioner yaitu daftar pertanyaan digunakan untuk memperoleh data. Kuesioner ini dilakukan dengan mengajukan lembaran angket kepada responden, yang berisikan daftar pertanyaan yang bersifat tertutup artinya jawaban alternatif telah disediakan.

3. Observasi

Metode observasi yaitu metode pengumpulan data melalui pengamatan secara langsung pada obyek penelitian, yaitu di Pasar Rumpit Desa Karangmulya Kecamatan Plumbon Kabupaten Cirebon.

4. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapatkan secara tidak langsung dari objek yang diteliti. Data ini diperoleh melalui studi pustaka, yaitu dari buku atau literatur yang ada kaitannya dengan masalah yang akan diteliti.

Dalam penelitian kali ini teknik pengumpulan data yang sangat tepat di gunakan yakni pengumpulan data primer dengan metode Quisoner yang dilakukan dengan mengajukan lembaran angket kepada responden.

3.1. TEKNIK OLAH DATA

Data yang telah dikumpulkan diolah melalui beberapa tahapan sebagai berikut (Nazir, 2003):

1. Mengedit Data (*Editing*)

Editing merupakan proses yang dilakukan sebelum data diolah. Data yang diperoleh diedit untuk memperbaiki kualitas data serta menghilangkan keraguan terhadap data yang diperoleh, serta untuk memastikan konsistensi data tersebut.

2. Pengkodean (*Coding*)

Setelah diedit, data yang dikumpulkan tersebut (dapat berupa angka atau data deskriptif) di-*coding* yaitu dengan memberikan kode pada jawaban atau pernyataan yang diperoleh dengan memberi angka pada jawaban atau pernyataan tersebut.

3. Tabulasi Data (*Tabulating*)

Kegiatan selanjutnya adalah melakukan tabulasi yaitu memasukkan data ke dalam tabel-tabel dan mengatur angka-angka sehingga dapat dihitung jumlah kasus dalam berbagai kategori.

4. Analisis

Kegiatan terakhir dalam mengolah data adalah analisis data yaitu dengan mengelompokkan,serta menyingkatkan data sehingga mudah untuk dibaca. Analisis dilakukan sesuai dengan tujuan penelitian yaitu dengan memperlihatkan sesuatu yang khas atau penunjukan kecenderungan tengah-tengah dari variabel-variabel yang dianalisis.

Dalam penelitian kali ini teknik olah data yang tepat yakni menggunakan teknik olah data analisis dengan mengelompokkan data dari hasil Quisoner

3.2. ANALISIS EXKISTING PASAR

Dari hasil pengamatan dan olah data di lapangan kondisi exkisting Pasar Rumput Ini sangat layak untuk di kembangkan mengingat banyakny fasilitas yang kurang memadai baik untuk pedagang dan pembeli. Berikut adalah Proyeksi jumlah pedagang pada Pasar Rumput.

Tabel 3.1 Exsisting Lapak Pasar

Keterangan	Jenis Lapak			
	Kios	Los Petian	Los Terbuka	Lemprakan
Jumlah	136	32	32	90

Sumber : Data Site Plan Pasar Rumput plumbon Tahun 2018

Tabel 3.2 Data kios dan los

NO	Jenis Lapak	Ukuran (m)	Jumlah (Unit)	Jumlah (m ²)
1	Kios	3 X 4	136	1632
2	Los Terbuka	3 X 4	32	384
3	Los Petian	2 x 3	32	192
4	Lamparkan	2 x 1	90	180

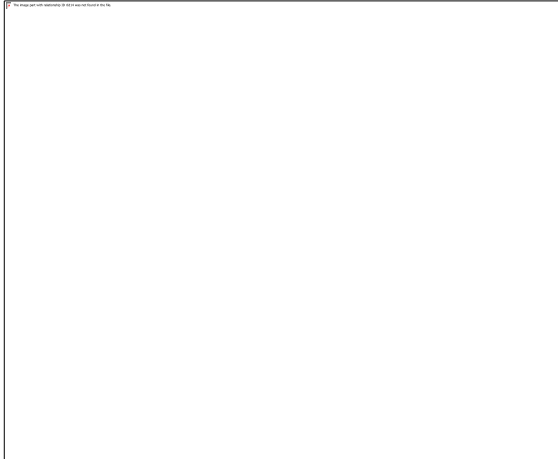
Sumber : Data dari Pasar Minggu Rumput 2018

Namun tidak dapat memenuhi jumlah pedagang sehingga meluap ke area jalan selain itu pasar tersebut tidak memiliki fasilitas perparkiran dan kurangnya penempatan TPS sehingga hal tersebut memberikan dampak luapan baik pedagang maupun pengunjung

3.3. SITE PLANE EXKISTING PASAR

Rencana tampak.atau gambaran 2D yang menunjukkan detail rencana yang akan dilakukan terhadap sebuah kaveling tanah,baik menyangkut jalan,untilitas air bersih, listrik, dan air kotor,fasilitas umum dan fasilitas sosial.

Berikut adalah kondisi site plane existing Pasar Rumput Desa Karangmulya Kecamatan Plumbon.



Gambar 3.3 Site Plan Existing

Perkiraan Presentase/Pertahun	% 11,34
--------------------------------------	----------------

Catatan: Presentase penurunan di jadikan sebagai acuan pertumbuhan tiap th.

Sumber: Pengelola pasar (Primer)& survey langsung (Skunder)

Dari data pada tabel 4.1 diatas menunjukan bahwa Pasar Rumput Desa Karangmulya pada tahun 2000 sampai dengan tahun 2018 mengalami penurunan kapasitas jumlah pedagang sekitar % 11,34 dari kondisi eskisting saat ini. Namun di balik penurunan kapasitas pasar tersebut sejumlah fasilitas penunjang aktiitas jual beli telah tersedia seperti gerai ATM, musolah, lahan terbuka hijau, area bongkar muat lahan parkir dan kantor pengelola pasar.

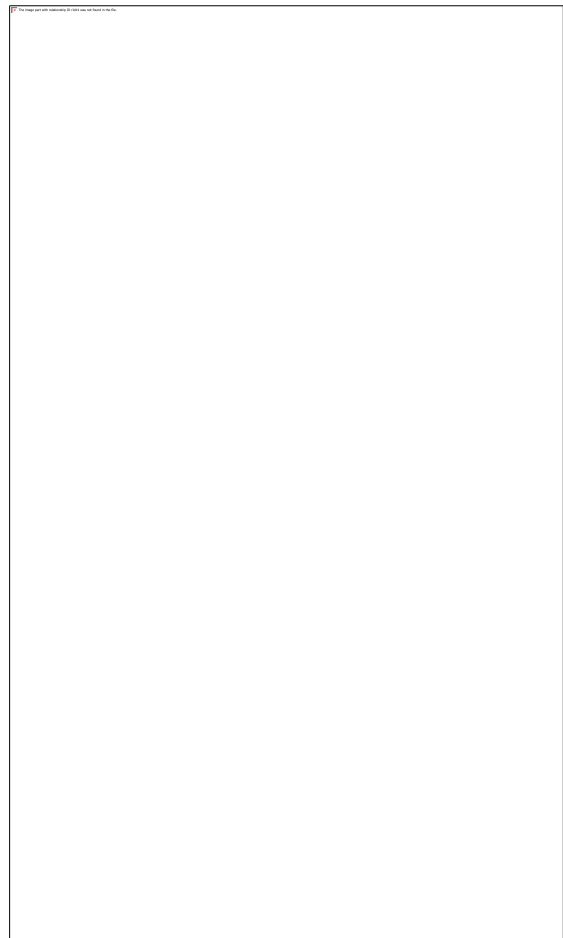
IV. ANALISIS PENGEMBANGAN

4.1. ANALISIS EKSISTING PERKEMBANGAN PASAR

Data jumlah kios, los dan lemprakan diperoleh dari pengelola pasar, serta data tambahan mengenai fasilitas pendukung pasar diperoleh dari hasil survei langsung ke lokasi pasar. Berikut merupakan data-data Pasar Rumput Desa Karangmulya:

Jenis Lapak	Jumlah Pada Tahun		Selisih/Pertambahan
	2018 Eksisting	2018 (Hasil Pengembangan)	
Kios	87	95	8
Los	64	-	Di hilangkan
Los Petian	72	72	-
Lamparkan	15	44	29
Jumlah	238	211	Berkurang 27
Presentase Pertambahan			% 11,34 (Berkurang)

Tabel 4.1 Fasilitas Pasar



Sumber: Survei Data Primer 2018

Data fasilitas pasar diatas pada kondisi eksisting terlihat jelas bahwa kondisi eksisting kurang memenuhi standar kelengkapan fasilitas yang telah ditentukan pada Peraturan Menteri dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2012 tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional menguraikan fasilitas pasar pada Bab III pengelolaan bahwa sarana pendukung sebagaimana dimaksud dalam pasal 6 ayat (1) huruf C.

Kondisi seperti inilah yang mengharuskan adanya pengembangan secara menyeluruh pada Pasar Rumput. Maka dengan itu perlu analisis proyeksi jumlah pedagang serta analisis SWOT untuk mengolah semua aspek yang perlu dikembangkan.

4.2 ANALISIS PROYEKSI JUMLAH PEDAGANG

4.2.1. METODE

Pada pengembangan Pasar Rumput ini, untuk proses proyeksi jumlah pedagang tahun 2018 - 2025 dilakukan dengan cara statistik sederhana. Untuk menghitung proyeksi jumlah pedagang pada tahun 2025 dapat digunakan perhitungan fungsi eksponensial. Dasar perhitungannya biasanya menggunakan formulasi sebagai berikut :

$$P_t = P_1 (1+r)^{t-1}$$

Keterangan :

P_t = Jumlah Pedagang pada tahun t

P_1 = Jumlah Pedagang Tahun Awal

r = Laju pertumbuhan pedagang

4.2.2. HASIL PERHITUNGAN

Data yang digunakan adalah data pada tahun 2018. Laju pertumbuhan pedagang diperoleh dari selisih jumlah pedagang pada tahun 2018 dengan jumlah pedagang tahun 2018, lalu dibagi 100%. Maka diperoleh $r = 0.113$

Rumus

$$P_t = P_1 (1+r)^{t-1}$$

$$\begin{aligned} P_7 &= 211 (1 + 0,113)^{7-1} \\ &= 211 (1.113)^6 \\ &= 211 (1.90) \\ &= 400,9 \text{ pedagang. Dibulatkan} \\ &\text{menjadi } \mathbf{401} \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan di atas dapat disimpulkan bahwa proyeksi jumlah pedagang di Pasar Rumput Desa Karangmulya Kecamatan Plumbon pada tahun 2025 adalah sekitar 401 pedagang. Selisih pertambahan pedagang tiap tahun yaitu jumlah pedagang tahun 2025 dikurangi jumlah pedagang tahun 2018 di bagi jangka tahun $(401-211)/7\text{th} = 27$ pedagang/tahun. Jadi setiap tahun jumlah pedagang bertambah 27 pedagang /tahun dengan rincian untuk kios 12 pedagang /tahun, Los 9 pedagang /tahun dan Lamparkan 6 pedagang /tahun.

Tabel 4.2Proyeksi Jumlah Pedagang tahun 2025

NO	LAPAK	TAHUN	
		2018	2025
1	Kios	95	181
2	Los	72	137
3	Lamparkan	44	84
JUMLAH		211	401

Sumber: Hasil analisis

4.3 ANALISIS SWOT PASAR

Beberapa kelebihan lokasi pengembangan Pasar Rumput Desa Karangmulya Kecamatan Plumbon 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:
 - a. Dengan penataan kembali kios dan los secara menyeluruh akan menarik calon penjual untuk membuka usaha dan mendorong perekonomian menjadi lebih kuat.

- b. Dengan penambahan fasilitas yang sebelumnya menjadi permasalahan dalam berbelanja, memberikan kenyamanan dan kemudahan dalam proses jual beli.
- c. Lokasi pasar yang berada dekat jalur utama memberikan akses kemudahan yang akan menarik investor untuk melakukan pengembangan perekonomian sekitar pasar.

- b. Memanfaatkan lokasi strategis yang berada di jalan pantura Plumbon dengan memadukan wilayah tersebut agar kinerja masing-masing objek berjalan dengan baik.

2. Strategi WO (Weaknesses and Opportunities), yaitu strategi yang meminimalkan kelemahan (weaknesses) untuk memanfaatkan peluang (opportunities), ialah :

- a. Menawarkan investasi dalam sektor perdagangan yang berkelanjutan agar terus meningkatkan nilai investasi wilayah tersebut.
- b. Memberikan pelayanan yang sesuai dengan perekonomian masyarakat setempat agar minat masyarakat lebih tertarik untuk berbelanja ke pasar tradisional dibandingkan pasar modern yang dikelola oleh satu perusahaan.
- c. Dengan dibangunnya pengembangan Pasar Rumput diharapkan dapat menyerap sumber daya manusia yang ada di Kecamatan Plumbon ke arah yang lebih maju.

3. Strategi ST (Strength and Threats), yaitu strategi yang menggunakan kekuatan (strength) untuk mengatasi ancaman (threats), ialah :

- a. Meningkatkan inovasi di setiap ruang dalam perencanaan pasar.
- b. Meningkatkan fasilitas-fasilitas penunjang pasar.

4. Strategi WT (Weaknesses and Threats), yaitu strategi yang meminimalkan kelemahan (Weaknesses) dan menghindari ancaman (Threats), ialah :

- a. Menjalani kerjasama yang baik dengan pihak terkait untuk membangun daerah pengembangan kawasan pasar terpadu ini agar sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Tabel 4.3 Variabel Faktor Strategi Internal

Faktor-Faktor Strategi Internal	SKOR	BOBOT	BOBOT X SKOR
Kekuatan / Strength (S):	4	4/4	4
<input type="checkbox"/> Pertumbuhan penduduk dengan prosentase 0,9%/tahun (kabupaten Cirebon dalam angka, 2018)	3	¾	2.25
<input type="checkbox"/> Berada di kawasan strategis Plumbon	3	¾	2.25
<input type="checkbox"/> Sarana komunikasi, prasarana listrik dan prasarana air bersih menunjang	4	4/4	4
<input type="checkbox"/> Termasuk pasar yang ramai pengunjung setiap hari dan terpuncak yaitu pada hari pasaran	2	2/4	1
<input type="checkbox"/> Kenyamanan tempat berbelanja yang disediakan bagi pengunjung			
Total			13.5

Pengembangan Pasar rumput Desa Karangmulya Kecamatan Plumbon

Kelemahan / Weakness (W):			
<input type="checkbox"/> Lokasi Pasar yang berdekatan dengan pemukiman.	4	4/4	4
<input type="checkbox"/> Pedagang lemprakan perlu menambah modal dikarenakan harus menyewa kios.	3	¾	2.25
<input type="checkbox"/> Biaya pemeliharaan semakin besar.	2	2/4	1
Total			7.25

Sumber: Hasil Olah Data

Selisih antara kekuatan dan kelemahan (sebagai sumbu X dalam kuadran strategi): $= S - W = 13.5 - 7.25 = 6.25$.

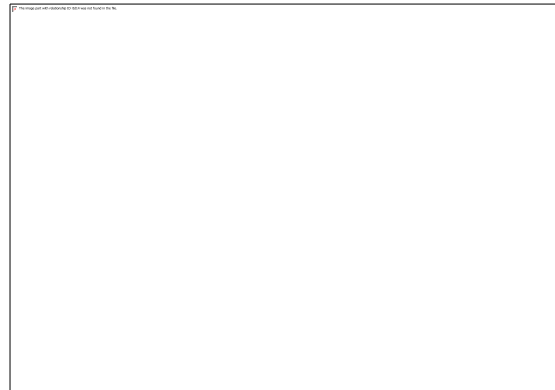
berbelanja dengan tawaran yang beraneka ragam	2	2/4	1
Total			3

Sumber : pengolahan data

Selisih antara peluang dan tantangan (Sebagai sumbu Y dalam kuadran):

$$= O - T = 13.5 - 3 = 10.5$$

Sehingga telah didapat sebuah titik di kuadran strategi (x,y) dengan nilai (6.25,10.5). Dengan acuan kuadran strategi di bawah ini:



Tabel 4.4 Variabel Faktor Strategi Eksternal

Faktor-Faktor Strategi Eksternal	SKOR	BOBOT	BOBOT X SKOR
Peluang/ Opportunities (O):			
<input type="checkbox"/> Menarik minat penanaman modal (Investor)	3	¾	2.25
<input type="checkbox"/> Meningkatkan sumber pendapatan daerah	4	4/4	4
<input type="checkbox"/> Mengoptimalkan keuntungan bagi masyarakat setempat untuk membuka usaha	4	4/4	4
<input type="checkbox"/> Kesempatan untuk menjadi kawasan dalam memberikan kemudahan dalam transaksi jual beli	2	2/4	1
<input type="checkbox"/> Perkembangan pasar berkonsep modern ditengah air semakin meningkat	3	¾	2.25
Total			13.5
Tantangan / Threatness (T):			
<input type="checkbox"/> Ancaman bencana banjir karena berkurangnya daerah resapan air	2	2/4	1
<input type="checkbox"/> Berkurangnya lahan terbuka hijau yang menyebabkan penurunan kualitas lingkungan sekitar	2	2/4	1
<input type="checkbox"/> Semakin banyaknya pilihan tempat			

Gambar 4.1 Hasil Analisis SWOT

Keterangan:

- 1) Kuadran I merupakan situasi yang menguntungkan perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang diterapkan dalam kondisi ini adalah kebijakan pertumbuhan yang agresif.
- 2) Kuadrat II merupakan situasi yang di hadapi ancaman. Perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).
- 3) Kuadran III merupakan situasi dihadapi peluang pasar yang sangat besar. Tetapi di lain pihak menghadapi berbagai kendala/kelemahan internal. Fokus

strategi ini yaitu meminimalkan masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut pasar yang lebih baik.

- 4) Kuadran IV merupakan situasi yang tidak menguntungkan. Perusahaan tersebut menghadapi berbagai macam ancaman dan kelemahan internal. Fokus strategi ini yaitu melakukan tindakan penyelamatan agar terlepas dari kegiatan yang lebih besar.

Seperti terlihat pada gambar 4.10 di atas berdasarkan keterangan dari tiap-tiap kuadran, maka dapat disimpulkan bahwa posisi pengembangan Pasar Rumput Kabupaten 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, kepopuler pasar. Dalam hal ini penyebab lokasi pembangunan pasar yang akan dikembangkan dengan konsep semi modern pada kondisi progresif, dikarenakan kekuatan dan kelebihan lokasi tersebut yang sudah cukup mumpuni.

4.4 PERENCANAAN PENGEMBANGAN TATA RUANG PASAR

Perencanaan tata ruang adalah ekspresi geografis yang merupakan cermin lingkup kebijakan yang dibuat dalam masyarakat terkait dengan perekonomian, sosial, dan kebudayaan mereka. Metode-metode perencanaan ruang digunakan oleh sektor-sektor umum untuk membentuk alur distribusi sumber daya dan aktivitas yang terjadi dalam sebuah ruang dengan berbagai jenis dan skala.

Perencanaan tata ruang juga istilah yang digunakan untuk jurusan akademis, dimana berbagai teknik administrasi dan kebijakan dikembangkan sebagai pendekatan menyeluruh lintas disiplin terhadap pembangunan daerah yang seimbang dan penataan ruang yang sesuai dengan strategi besar pembangunan masyarakat. Perencanaan tata ruang terdiri dari semua tingkat penatagunaan tanah,

termasuk perencanaan kota, perencanaan regional, perencanaan lingkungan, rencana tata ruang nasional (Wikipedia).

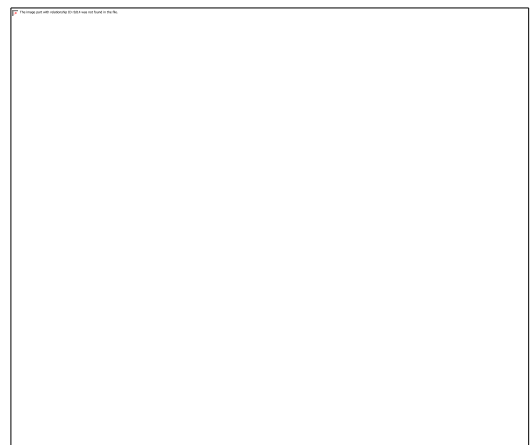
Perencanaan penataan bangunan pasar ialah perencanaan mengenai penataan tiap-tiap bangunan dari lokasi kios, los, dan dasaran serta sarana pendukung yang bertujuan untuk menciptakan tata ruang bangunan pasar yang memberikan kemudahan dan kenyamanan kepada pengunjung serta dapat menunjang kawasan strategis Plumbon sebagai pusat pertumbuhan baru.

Menurut data dari pengelola Pasar Rumput Desa Karangmulya Kecamatan Plumbon Kabupaten Cirebon didapat, luas lahan pasar sekarang $\pm 2.979 \text{ m}^2$ dengan luas bangunan 2.981 m^2 dan tidak memiliki ruang terbuka.

Dari hasil analisis pengembangan yang dilakukan, dengan memperkecil luas bangunan yang semula adalah 2.981 m^2 menjadi $\pm 2.273 \text{ m}^2$ dan di buat menjadi bangunan 2 lantai dengan luas, lantai satu $2.273 \pm \text{m}^2$ dan luas lantai dua $2.241 \pm \text{m}^2$ dengan total luas bangunan menjadi 4.514 m^2 .

4.4.1. ANALISIS DESAIN PENELITIAN

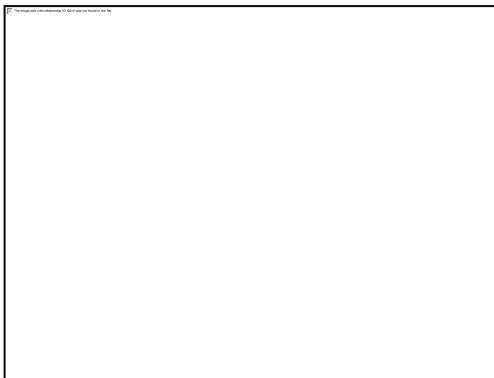
Dalam sub bab ini akan menguraikan tentang rencana desain Pengembangan Pasar Rumput Plumbon Kabupaten Cirebon, berikut desain denahnya :



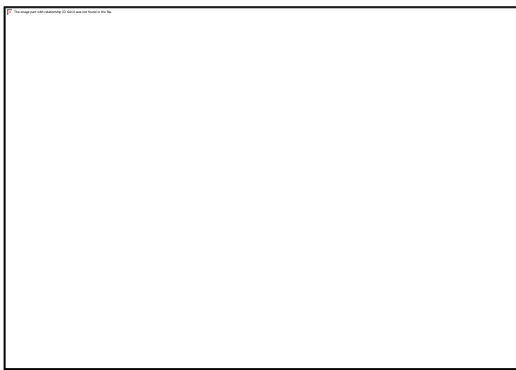
Gambar 4. 2 Desain Rencana Pasar Rumput Plumbon

4.4.2. DESAIN PASAR

Pasar Rumput merupakan pasar yang cukup besar yang terdapat di Kecamatan Plumbon, juga berada di lokasi yang strategis yaitu disebrang jalan pantura sehingga terjangkau oleh masyarakat yang ingin berkunjung, namun dengan area pasar yang terbatas untuk penyediaan fasilitas perparkiran dan area kosong untuk hari pasarnya maka saat hari pasar tersebut mengakibatkan luapan pedagang kaki lima di ruas jalan sekitar. Maka hasil dari penelitian tersebut menampilkan hasil rancangan sebagai berikut:

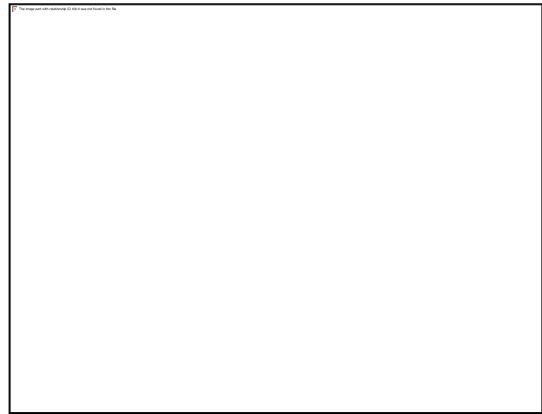


Gambar 4. 3 Desain Prespektif sudut 1



Gambar 4. 4 Desain Prespektif sudut 2

Dari desain di atas penelitian ini akan menguraikan beberapa kios & los namun meningkatkan fasilitas penunjang sekaligus solusi terhadap masalah eksisting.



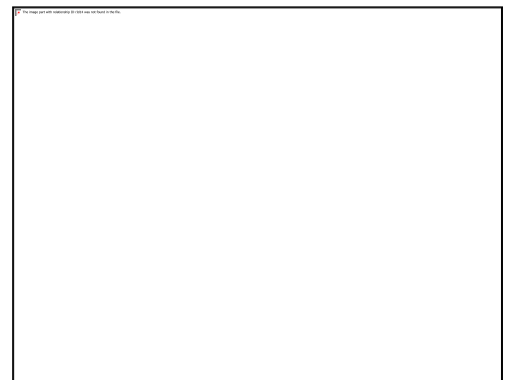
Gambar 4. 5 Tampak Atas Pasar Rumput

Keterangan gambar di atas:

1. Pos Barat
2. Pintu Utama Pasar
3. ATM
4. Ruang Terbuka
5. Musholah
6. Parkir Mobil
7. TPS
8. Toilet
9. Area Bongkar Muat

a. Fasilitas Gerbang Pasar

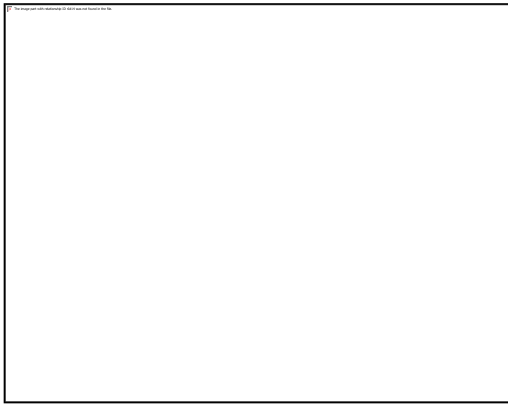
Desain pasar ini memiliki 4 gerbang, diantaranya 1 gerbang Utama, 2 gerbang pintu selatan, 1 gerbang utara. Berikut gambar desainnya :



Gambar 4. 6 Desain Rencana Gerbang Utama Pasar

b. Fasilitas Jalan Akses Pasar

Desain rencana pengembangan ini memiliki lebar jalan utama lebar 6 meter dengan bahu jalan 1 meter, Untuk gerbang masuk mobil memiliki bentang 8 meter.

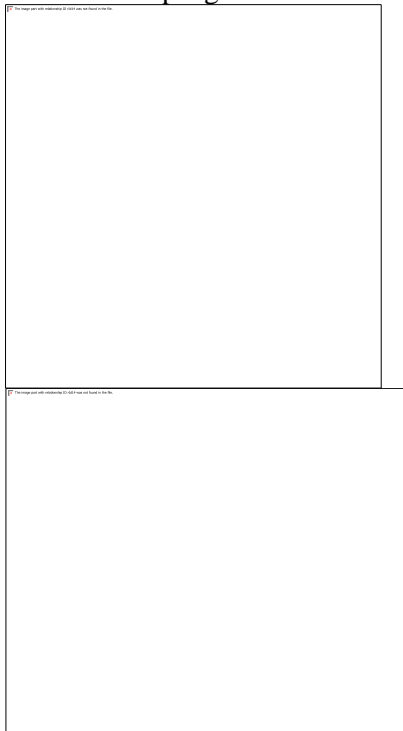


Gambar 4. 7 Desain Rencana akses jalan

c. Fasilitas Perparkiran

Menurut Pedoman Teknis Penyelenggaraan Parkir Departemen Perhubungan Darat, untuk kebutuhan parkir Pasar rumput termasuk kedalam kegiatan parkir yang tetap. Besar satuan ruang parkir untuk tiap jenis kendaraan adalah sebagai berikut.

1. Satuan Ruang Parkir untuk Mobil Penumpang



Sumber : Pedoman Teknis Dirjen Perhubungan Darat , 1996

Penentuan Satuan Ruang Parkir (SRP) dibagi menjadi tiga jenis kendaraan dan berdasarkan penentuan SRP untuk mobil penumpang

diklasifikasikan menjadi tiga golongan, seperti pada Tabel berikut :

Tabel 4. 5 Penentuan Satuan Ruang Parkir

No	Jenis Kendaraan	SRP dalam m ²
1	a. Mobil Penumpang Gol I	2,30 x 5,00
2	b. Mobil Penumpang Gol II	2,50 x 5,00
3	c. Mobil Penumpang Gol III	3,00 x 5,00
4	d. Bus/Truk	3,40 x 12,50
5	e. Sepeda Motor	0,75 x 2,00

Sumber : Pedoman Teknis Dirjen Perhubungan Darat , 1996

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa untuk merencanakan kebutuhan parkir Pasar rumput adalah sebagai berikut: Luas area yang tersedia untuk mobil 345 m² dan motor 300 m²

Mobil Penumpang Gol I = (2,3 x 5) = 11,5 m² SRP

Sepeda Motor = (0,75 x 2) = 1,5 m² SRP

Berdasarkan Rumus di atas maka di peroleh kapasitas parkir:

Tabel 4. 6 Jumlah kapasitas parkir

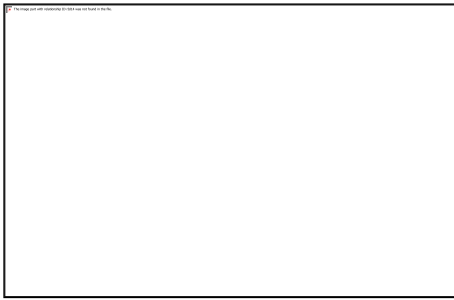
No	Jenis	SRP/ m ²	Luas Lahan	Total Kendaraan
1	Mobil	11,5 m ²	309	27 kendaraan
2	Motor	1,5 m ²	284	189 kendaraan
Jumlah Keseluruhan				216 Kendaraan

Sumber: Hasil analisis

Desain perparkiran dalam Pasar Rumput Desa Karangmulya terbagi menjadi dua area, yaitu area perparkiran motor yang berada di dalam gedung pasar dan area perparkiran mobil. Daya tampung pada keseluruhan pasar memfasilitasi 216 kendaraan, diantaranya 189 unit motor dan 27 unit mobil , Berikut desain gambar perparkiran motor dan

Pengembangan Pasar rumput Desa Karangmulya Kecamatan Plumbon

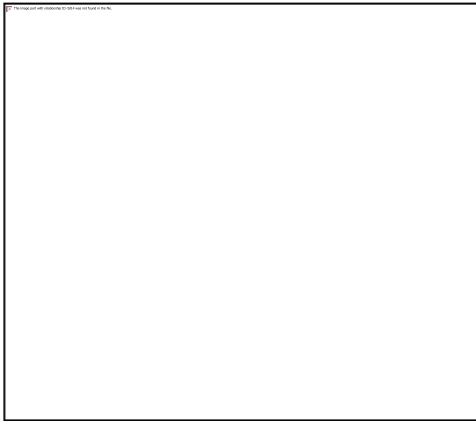
mobil di area pasar yang dikembangkan:



Gambar 4. 8 Desain Rencana Parkiran

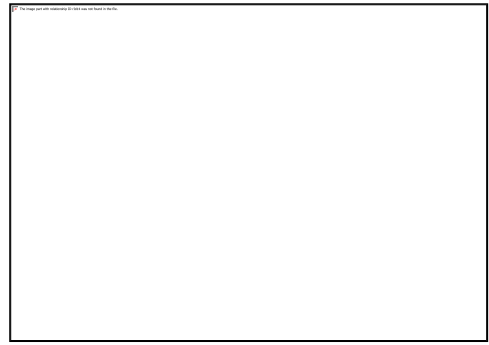
d. Fasilitas Lapak pedagang

Fasilitas lapak pedagang pada pasar initerbagi 2 macam yakni Kios dan Los serta zona tempat untuk pedagang lamparkan. Berikut adalah gambaran hasil rencana:



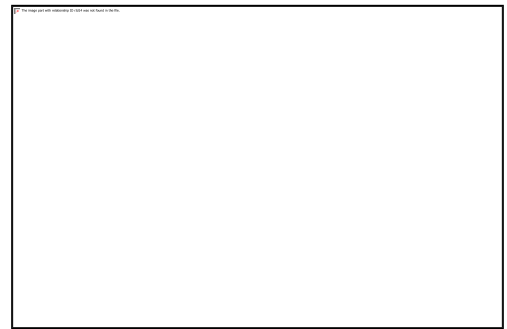
Gambar 4. 9 Desain kios

Kios adalah lapak untuk pedagang yang menempati pasar dengan jangka waktu yang cukup lama dan selalu ada walau bukan hari pasar puncak serta ukuran lapak berbentuk ruangan dengan luasan lebih besar dari los. Rata-rata ukuran kios pada hasil pengembangan ini yakni 4m x 4m yang berada pada lantai 1 dan 2.



Gambar 4. 10 Desain los

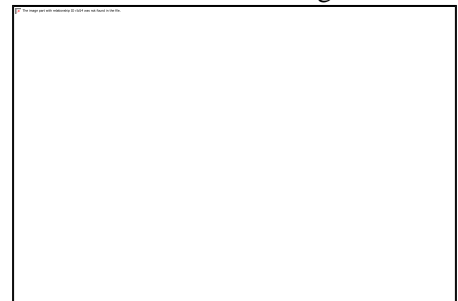
Los dalam desain pasar ini terdapat pada lantai 1 dan di peruntukan sebagai tempat kebutuhan sehari-hari seperti, zona pasar buah-buahan dan sayur-sayuran, zona pasar ikan dan daging. Desain rencana los ini memiliki ukuran $3 \times 1,05$ m dan $1,5 \times 1,05$ m.



Gambar 4. 11 Lokasi Penambahan Lamparkan

Untuk mengatasi lonjakan pedagang pada hari pasar pengelola telah menyediakan lahan seluas 115 m² dengan kapasitas 44 pedagang.

e. Desain Exterior Gedung Pasar



Gambar 4. 12 Desain Exterior Gedung Pasar

Pasar tersebut di kembangkan menjadi 2 lantai dengan Luas bangunan menjadi $\pm 2.2.54\text{m}^2$ Lantai

1, sedangkan lantai 2.241±m² namun dengan dibangun 2 lantai menjadi 4.495m². Dengan penambahan fasilitas sesuai kebutuhan penjual dan pembeli.

Desain gedung pasar 2 lantai tersebut direncanakan agar mampu minimalnya menampung pedagang sandang dan sembako, maka pembangunan gedung pasar ini memfasilitasi lapak dari tabel berikut :

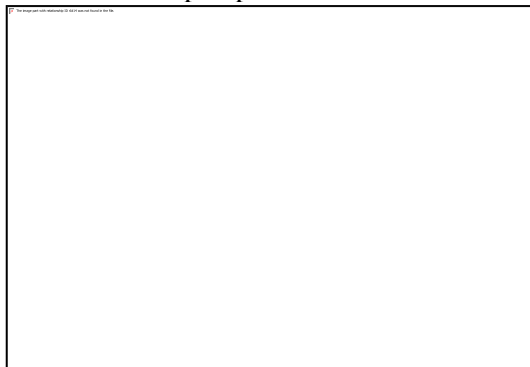
Tabel 4. 7 Data jumlah Jenis Lapak Rencana Desain Pengembangan

No.	HASIL PENGEMBANGAN			
	Lantai	Jenis Lapak	Ukuran	Jumlah
1	1	Kios	4m x 4m	33
2	1	Los	1,5 m x 1,05 m	40
3	1	Los	3m x 1,05m	34
4	1	Lamparkan	-	44
5	2	Kios	4m x 4m	60

Sumber: Data desain Pengembangan

f. Desain Ruang Terbuka

Disediakanya Ruang terbuka ini bermaksud untuk memfasilitasi pengunjung serta sebagai daya tarik untuk melepas penat bagi penjual ataupun pembeli.

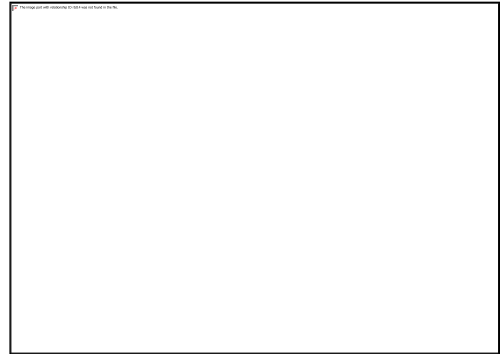


Gambar 4. 13 Desain Ruang terbuka

g. Desain Drainase

Drainase memiliki fungsi yang cukup penting dalam sebuah perencanaan infrastruktur bangunan, begitupun dengan pengembangan pasar, karena drainase merupakan jalur untuk pembuangan air, dimana dengan

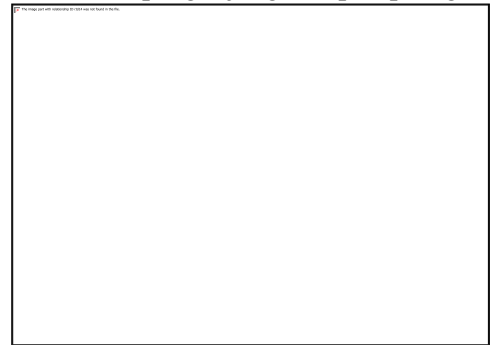
adanya drainase genangan pada area pengembangan bisa dihindari.



Gambar 4. 14 Desain drainase

h. Musolah

Fasilitas mushola disediakan dekat dengan pasar untuk beribadah baik pengunjung maupun pedagang.



Gambar 4. 15 Desain Musolah

i. Desain TPS

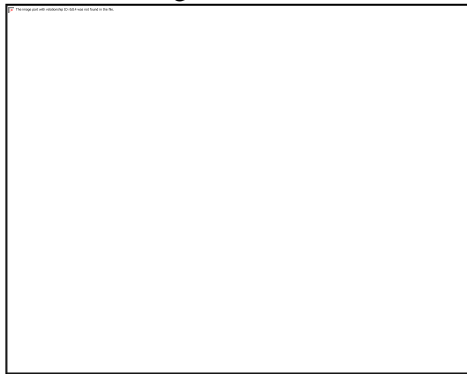
Spesifikasi peralatan dan bangunan minimal yang dapat digunakan, dapat dilihat pada tabel 4.10.

Tabel 4. 8 Spesifikasi Peralatan

Sumber : SNI 3242-2008 Tata cara pengelolaan sampah

~~Tempat Pembuangan Sampah~~
Sementara ini memiliki peranan penting dalam sebuah kebersihan pasar, dalam desain pasar memiliki 1 Zona TPS yang berada dibelakang pasar dengan Panjang 3

m, Lebar 2 m dan Tinggi 1 m
Berikut gambar desain TPS:



Gambar 4. 16 Desain Rencana Fasilitas TPS

$$= \frac{180 \times \frac{1490}{1000}}{3600}$$

$$= \frac{0,0745 \frac{m^3}{detik}}{jam}$$

$$Q \text{ total} = Q \text{ air Hujan} + Q \text{ air sanitasi}$$

$$= 0212 + 0,745 = \frac{0,2895 \frac{m^3}{detik}}{jam}$$

4.5. PERENCANAAN DRAINASE PASAR

Perhitungan debit yang akan diterima didapat dari data curah hujan di Kecamatan Plumbon dengan intensitas terbesar yaitu $H = 82\text{mm}$, $T = 48$ detik dan $I = 1,70$

Diketahui :

$$H = 82 \text{ mm} = 0,082 \text{ m}$$

$$T = 48 \text{ detik}$$

4.5.1. PERENCANAAN DRAINASE PASAR RUMPUT

$$\text{Luas area pasar} = \pm 2.979 \text{m}^2$$

$$\text{Banyak pengunjung/6jam} = 1490$$

$$\text{Penggunaan air/orang} = 180 \text{ Liter}$$

Penyelesaiain

$$Q \text{ air hujan} = \left(\frac{H \times \text{Area}}{T} \right) 24$$

$$= (0,82 \times 2979) / 48 / 24$$

$$= 0,120 \frac{m^3}{detik \text{ jam}}$$

Q air sanitasi

$$= \frac{(\text{Air} \times \text{org}) 1000}{3600} \text{ Detik}$$

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. KESIMPULAN

1. Dengan luas tanah eksisting yakni 2.979 m^2 dan luas bangunan 2.981 m^2 Pasar rumput hanya mampu menampung 238 pedagang. Dengan pembagian 87 kios ,64 los ,72 los petian dan 15 lamparkan.dengan jumlah pedagang tersebut pasar terlihat kumuh dan minim fasilitas. Dari hasil analisis pengembangan yang dilakukan, dengan memperkecil luas bangunan yang semula adalah 2.981 m^2 menjadi $\pm 2.273 \text{ m}^2$ dan di buat menjadi bangunan 2 lantai dengan luas , lantai satu $2.273 \pm \text{ m}^2$ dan luas lantai dua $2.241 \pm \text{ m}^2$ dengan total luas bangunan menjadi 4.514 m^2 . Dengan pembagian Lantai 1 33 kios (4m x 4m), 40 Los (1,5m x 1.5m), 34 Los (3,5m x 1.05m), 44 lamparkan Lantai 2 60 Kios (4m x 4m). Maka di dapatkan 211 pedagang.
2. Selisih hasil pengembangan dengan eksisting pasar yakni 11.34% yang dijadikan acuan pertumbuhan tiap tahun. Meski jumlah pedagang berkurang dengan penataan ulang namun fasilitas yang di butuhkan untuk aktifitas jual beli telah berhasil disediakan seperti gerai atm, musolah, lahan terbuka hijau, area bongkar muat dan kantor pengelola.

3. Hasil pengembangan juga menyediakan fasilitas parkir mobil 309 m² dan motor 284 m² dengan daya tampung 27 unit Mobil dan 198 unit sepeda motor. Begitu juga dengan TPS Pasar yang memiliki tiga tempat dengan kapasitas masing-masing (6 m³ /bak). Rencana saluran drainase menggunakan satu tipe dengan b = 1 m, h = 0,5 m dan W = 0,3m.

Peraturan 1987 Tentang Pengesahan 33 Standar Kontruksi Bangunan diIndonesia

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2002 Tentang Bangunan Gedung.

5.2. SARAN

1. Pengembangan Pasar Rumpuk Desa Karangmulya Kecamatan Plumbon Kabupaten Cirebon perlu dilakukan, melihat perekonomian pasar yang semakin maju dalam transaksi jual beli dan semakin padat.
2. Agar dapat mengoptimalkan konsep pengembangan Pasar Rumpuk Desa Karangmulya Kecamatan Plumbon Kabupaten Cirebon, perlu adanya sistem transportasi dan akses jalan di sekitar pasar.
3. Perlu adanya kerjasama antara pengelola dan Dinas terkait promosi pasar agar pasar terus diminati oleh masyarakat yang hendak singgah sejenak melakukan perjalanan ke arah Jawa tengah.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Cirebon. (2018). Data Sektorial Kecamatan Plumbon
- Badan Standarisasi Nasional. 2013. *SNI 2847-2013 Tentang Persyaratan Beton Struktural Untuk Bangunan Gedung*, Jakarta.
- Google Earth. 2018. Peta Kecamatan plumbon
- 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

