

Pengenalan Peran Pasar Tradisional Bagi Masyarakat

L. Edhi Prasetya^{1*}, Agus S. Sadana², dan Ashri Prawesthi D. ³dan Diptya Anggita⁴

^{1,2,3,4} Prodi Arsitektur, Universitas Pancasila, Jakarta
Corresponding author: edhi.prasetya@univpancasila.ac.id

Diterima: 03 Oktober 2023 Revisi: 05 Oktober 2023 Disetujui: 25 Oktober 2023 Online: 20 Agustus 2024

ABSTRAK: Tujuan dari penyuluhan ini adalah memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai manfaat arsitektur dan fasilitas maupun sarana kota dalam kehidupan sehari-hari. Penyuluhan ini mencakup keragaman jenis-jenis pasar di berbagai kota dan daerah yang memfasilitasi beragam kebutuhan masyarakat. Proses perencanaan kegiatan dimulai sebelum semester dimulai, dimatangkan di awal semester berjalan, sehingga materi yang disebarkan kepada masyarakat lebih siap pada saat memasuki periode pelaksanaan. Beberapa bagian dari materi penyuluhan ini juga dikaitkan dengan pengalaman dan diskusi permasalahan pasar yang dirasakan oleh anggota tim Dosen pemateri. Pelaksanaan penyuluhan dilakukan dengan dua media, yaitu media offline dan media online. Media offline yang digunakan adalah kartu pos atau postcard yang berisi berbagai foto sesuai tema, yaitu tema pasar tradisional, yang dibagikan langsung kepada masyarakat sasaran, baik secara personal maupun dalam kelompok kecil. Adapun materi pada media online dilaksanakan dengan memanfaatkan video singkat bermusik di platform media sosial populer seperti Reels di Instagram dan TikTok. Penggunaan media dan jenis medsos ini ditujukan agar materi dapat tersebar dengan lebih cepat, dapat diakses oleh masyarakat secara mandiri dalam jangkauan yang sangat luas hingga di tingkat nasional.

Kata Kunci: *aktivitas masyarakat, pasar tradisional*

ABSTRACT: The purpose of this counselling is to provide an understanding to the community about the benefits of architecture and city facilities and facilities in everyday life. This counselling covers the diversity of market types in various cities and regions that facilitate diverse community needs. The activity planning process begins before the semester starts to mature at the beginning of the current semester so that the material disseminated to the community is better prepared when entering the implementation period. Some parts of this extension material are also related to experiences and discussions of market problems experienced by teaching team members. The counselling is carried out using two media: offline and online. The offline media used is postcards or postcards containing various photos according to the theme; the traditional market theme is distributed directly to the target community, personally and in small groups. The material on online media is carried out using short videos with music on popular social media platforms such as Reels on Instagram and TikTok. The use of media and this type of social media is intended so that material can spread more quickly and can be accessed by the public independently in an extensive reach up to the national level.

Keywords: *community activity, traditional market*

PENDAHULUAN

Dalam rangka memenuhi kewajiban dosen melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi, maka perlu dilaksanakan program penyuluhan sebagai bagian dari program pengabdian kepada masyarakat. Program penyuluhan merupakan cara terbaik dalam penyebaran ilmu dan pengetahuan yang dikembangkan di perguruan tinggi kepada masyarakat. Dalam Rencana Induk Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat (PPM) Fakultas Teknik Universitas Pancasila 2018–2024 terdapat tujuan untuk membantu pemerintah daerah meningkatkan kesadaran masyarakat akan masalah lingkungan. Terlaksananya kegiatan penyuluhan ini,

menunjukkan telah terlaksananya peran perguruan tinggi dalam membantu pemerintah tersebut.

Secara arsitektur, keutamaan dan keunikan dari pasar tradisional ditandai dengan respon yang efektif terhadap lingkungan fisik mereka lingkungannya (Hmood 2017). Secara peran dan fungsinya, pasar dapat menyediakan berbagai kebutuhan masyarakat. Pasar tradisional biasanya memiliki suasana unik, aktivitasnya lebih banyak diisi oleh pedagang lokal dan dikunjungi oleh pembeli maupun wisatawan yang datang dan pergi dari berbagai tempat (Ferantika, Nursaniah, and Djameluddin 2022), sehingga mampu menciptakan hubungan sosial yang dinamis. Sebuah studi menunjukkan bahwa kehadiran pasar modern telah

menghasilkan kesenjangan berupa perubahan sosial masyarakat yang sebagian meninggalkan pasar tradisional, sehingga pedagang di pasar tradisional mengalami penurunan aktivitas (Khotimah, Hartanto, and Alipah 2018).

Dalam beberapa pengamatan, kadang ditemui situasi penurunan kondisi fisik dan menurunnya minat masyarakat pada pasar tradisional. Hasil penelitian (Sarwoko 2008) menyebutkan bahwa penurunan kinerja pasar tradisional tidak sepenuhnya disebabkan kehadiran pasar modern, namun karena pasar tradisional kurang dalam pengelolaan internal, seperti buruknya manajemen pasar, minimnya sarana dan prasarana, hingga terlalu menjamurnya pedagang kaki lima. Oleh karena itu perlu dilakukan penyuluhan guna mengenalkan kembali pasar tradisional kepada masyarakat. Memperkenalkan pasar tradisional kepada khalayak masyarakat dipandang penting dalam rangka mendukung perekonomian local, menjaga warisan budaya, hingga menguatkan kehidupan komunitas. Selain menyediakan berbagai keperluan harian, pasar tradisional juga merupakan tempat yang mampu menyediakan kerajinan lokal, dan beragam produk lokal.

Umumnya di kota-kota dan wilayah dengan ciri budaya dan tradisi yang kuat, pasar tradisional sangat berperan dan mengakar sebagai pusat aktivitas ekonomi dan sosial. Pasar tradisional banyak ditemukan di kota-kota kecil dan daerah pedesaan dan berperan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari penduduknya. Pada beberapa situasi, pasar tradisional juga bahkan berkembang menjadi lokasi tujuan wisata yang disukai para wisatawan, karena mereka dapat merasakan suasana yang khas setempat sambil mencari produk-produk lokal. Selain itu, setiap kota atau daerah memiliki pasar tradisional dengan karakteristik dan keunikannya masing-masing. Keunikan pasar tradisional sebagai bagian dari fasilitas kota merupakan suatu pengetahuan yang perlu disebar luaskan kepada masyarakat umum sebagai bagian dari penyebaran ilmu bagi masyarakat.

Maksud dari pelaksanaan kegiatan PPM berupa penyuluhan tentang Pengenalan Pasar Tradisional Bagi Masyarakat, adalah sebagai wujud dari pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu melalui penyebaran ilmu pengetahuan yang dikembangkan di universitas kepada masyarakat, khususnya berdasarkan bidang keahlian ilmu Arsitektur.

Tujuan dari pelaksanaan kegiatan PPM ini adalah:

1. Menyebarluaskan khasanah pengetahuan arsitektur dan perkotaan serta fasilitas-fasilitas perkotaan yang dimiliki Dosen Program Studi Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Pancasila kepada masyarakat,

khususnya terkait peran pasar tradisional sebagai fasilitas kota.

2. Meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang keragaman fasilitas sarana dan prasarana kota, khususnya tentang pasar.
3. Meningkatkan kuantitas pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat di Program Studi Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Pancasila.

PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan penyuluhan dalam rangka pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan dua metoda, yaitu secara langsung kepada masyarakat sasaran dan secara daring. Media yang dipergunakan adalah berupa post card atau kartu pos fisik yang disebar dan dibagikan secara cuma-cuma secara langsung kepada masyarakat, serta video yang ditayangkan online di media sosial yang digemari masyarakat.

Berdasarkan proses yang bergulir di dalam pembahasan tim pematery, maka dapat disusun Program Penyuluhan bertema atau berjudul Ayo Mengenal Pasar Tradisional, yang diangkat dari proses pengamatan dan pendataan serta penelusuran bahan bacaan yang tengah dilakukan Dosen, serta hasil analisis dari pengalaman sendiri sebagai pengguna pasar. Dalam pelaksanaan kegiatan penyuluhan ini, bentuk media yang digunakan untuk menyebarkan materi disesuaikan dengan kondisi masyarakat awam yang akan menerima penyuluhan, sehingga didapatlah bentuk peyebaran ilmu pengetahuan tentang pasar mealui alat bantu berupa kartu pos atau post card. Ukuran kartu pos yang relatif cukup mudah dibawa, serta dapat dipergunakan untuk berkirim surat, menjadikannya sebagai media yang efektif guna penyebaran ilmu dalam jangka waktu yang lebih panjang dan akan berjalan dengan sendirinya setelah berakhirnya pelaksanaan kegiatan penyuluhan ini.

Guna memperluas area penyebaran ilmu, maka dilakukan juga penyebaran melalui media daring dalam bentuk video singkat yang ditayangkan di media sosial yang merupakan sarana penyampaian yang paling efektif dan lebih cepat mengena di masyarakat. Selain itu video pendek tersebut diberi suara musik untuk lebih menarik perhatian para pemirsa online. Penggunaannya pada media Instagram yang dikenal dengan nama reels, serta di dalam media online TikTok berupa video pendek. Media online tersebut disebar melalui Instagram@visualruangkota dan TikTok@visualruangkota, yang dikelola oleh Dosen, yang memang sengaja disesain untuk dikhususkan bagi penyebaran ilmu dan informasi arsitektur dan perkotaan kepada masyarakat luas secara online.

Materi Kegiatan Penyuluhan

Dalam kegiatan program penyuluhan ini, materi dikembangkan dengan berdasarkan tema atau judul: Ayo Mengenal Pasar Tradisional, sebagai tema yang lazim dijalani oleh masyarakat, tetapi kadang kala tidak disadari bahwa kegiatan tersebut sebetulnya terjadi sebagai bagian dari peran arsitektur dalam menyediakan wadah dan fasilitas bagi kegiatan jual beli yang terjadi di kota. Tema atau judul Program Penyuluhan Ayo Mengenal Pasar Tradisional ini ditujukan untuk mengingatkan kembali akan eksistensi pasar tradisional kepada masyarakat, agar pasar tradisional tetap disukai masyarakat dan tidak hilang tergusur oleh kepentingan ekonomi segelintir pihak.



Gambar.1. Gambaran suasana aktivitas di pasar tradisional

Tujuan lainnya dari penyuluhan bertema atau berjudul Ayo Mengenal Pasar Tradisional ini juga dimaksudkan untuk menunjukkan kepada masyarakat bahwa pasar tradisional masih ada dan memiliki kelebihan-kelebihan yang tidak dimiliki oleh bentuk-bentuk pasar lainnya, seperti pasar modern maupun pasar secara daring yang proses transaksinya menggunakan media digital. Dengan upaya ini diharapkan ke depan masyarakat akan semakin berduyun-duyun datang berbelanja di pasar tradisional. Pemahaman masyarakat tentang fungsi dan manfaat pasar tradisional sebagai bagian dari fasilitas kota merupakan hal positif yang penting dan perlu disampaikan kepada masyarakat secara terus menerus.

Format Pelaksanaan Materi Penyuluhan

Penyampaian materi dilakukan melalui dua cara, yaitu dengan cara disebarkan langsung kepada masyarakat dalam bentuk pembagian kartu pos atau post card, yang dibagikan secara langsung kepada masyarakat sasaran, sehingga dapat lebih menekankan pemahaman masyarakat tentang peran pentingnya pasar tradisional, serta dalam bentuk media video singkat atau yang lebih dikenal dengan sebutan media reels secara daring guna menjangkau kalangan masyarakat yang lebih luas lagi secara cepat dan lebih beragam. Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, penyuluhan direncanakan menggunakan

dua metoda penyebaran materi, yaitu: (1) secara langsung kepada masyarakat, dan (2) secara daring melalui media sosial online.

Penyebaran materi secara langsung dilaksanakan dengan menemui langsung anggota masyarakat yang dituju yang berada di wilayah Jakarta / Jabodetabek serta wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Terpilihnya lokasi penyebaran terkait lokasi aktivitas harian para Dosen anggota serta lokasi domisilinya, sehingga proses penyebaran menjadi lebih bervariasi, karena memanfaatkan arah gerakan dan perjalanan para anggota tim pelaksana penyuluhan. Objek-objek yang dipakai dalam penyebaran ilmu terkait pasar tradisional ini sangat bervariasi, mulai dari pasar tradisional yang berada di wilayah Jabodetabek, luar jabodetabek, hingga luar negeri. Pasar-pasar yang dipergunakan sebagai contoh dan dimuat dalam video dan kartu pos adalah:

- Pasar Barona, Ciomas, Kab. Bogor
- Pasar Beringharjo, Yogyakarta
- Pasar Pamulang, Tangerang Selatan
- Pasar Pontianak
- Pasar Depok, Cipinang, Jakarta Timur
- Pasar Victoria, Melbourne, Australia

Media berupa post card atau kartu pos digunakan mengingat media ini ukurannya kecil dan kertasnya cukup tebal, sehingga mudah dibawa dan tidak lekas rusak. Selain itu, kartu pos atau post card tersebut juga dilengkapi dengan barcode yang memberikan link langsung kepada video bertema yang sama di media online Instagram. Dengan cara tersebut, bagi masyarakat yang menerima poster dan mencoba memindai barcodenya, akan mendapatkan uraian yang lebih menarik lagi dari video yang dilihatnya di ponselnya. Media post card, yang berukuran kompak dan mudah dipindah tangankan, menjadi bagian dari proses penyebaran materi yang terus berkelanjutan secara mandiri antar anggota masyarakat dan dapat terus berlangsung, bahkan proses penyebarannya akan terus bergulir setelah periode program penyuluhan ini berakhir. Media video singkat di media sosial Instagram dan TikTok sangat bermanfaat untuk mencapai tujuan saran kalangan masyarakat yang lebih luas lagi, dan para generasi muda yang menyukai video-video bergerak di layar ponselnya. Manfaat yang akan diperoleh adalah proses penyebaran materi menjadi tidak terbatas waktu, karena akan berlangsung terus setiap kali ada anggota masyarakat dimanapun yang menemukan, membuka, dan menontonnya.

Media dalam bentuk video disusun secara singkat dan dilengkapi dengan musik dengan tujuan agar menjadi media yang lebih menarik lagi bagi para

pemirsa, sehingga jumlah pelihat atau viewer akan terus bertambah dari waktu ke waktu. Sesuai dengan kebiasaan masyarakat yang cepat merasa bosan dengan berbagai tayangan di media social, dan adanya kecenderungan mereka ingin melihat sebanyak mungkin keragaman video, maka media video ini juga dibuat sesingkat mungkin, hanya beberapa detik saja, namun sarat dengan materi yang mudah diserap. Tujuannya adalah agar para pemirsa tidak bosan dan akan melihat hingga akhir video, serta tidak merasa terbebani dengan penggunaan kuota yang besar. Format materi guna penyebaran ilmu yang terdiri dari dua macam media yaitu kartu pos secara luring dan video reels di media social secara daring dapat dilihat pada Gambar 2 dan 3.



Gambar. 2. Variasi desain kartu pos yang akan disebarlangung kepada masyarakat

Adanya perpaduan dan kolaborasi antar metoda dan media penyampaian materi yang beragam akan menjadi bentuk cara penyebaran ilmu yang mudah, efektif, dan meluas, sehingga menjadi bermanfaat bagi masyarakat. Adanya metoda penyebaran secara langsung kepada masyarakat telah memberikan kesempatan berlangsungnya interaksi langsung antara pelaksana kegiatan dengan masyarakat penerima, sehingga materi dapat terserap cukup baik kepada penerima. Selanjutnya, metoda penyampaian melalui media sosial online telah memperluas jangkauan penyebaran materi ke lokasi dan kalangan masyarakat di lokasi-lokasi yang jauh dan tidak dapat dijangkau secara langsung.



Gambar. 3. Contoh tampilan desain video reels materi penyuluhan secara daring.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Masyarakat penerima materi penyuluhan meliputi beragam kalangan, baik dari sisi pekerjaan maupun aktivitasnya sehari-hari, pendidikannya, jenis kelamin, usianya, hingga lokasi tempat tinggal atau lokasi tempat aktivitasnya. Program penyuluhan ini tidak membatasi kelompok masyarakat penerima materi, karena materi penyuluhan ini unik, fokus, namun tetap bersifat umum yang dapat dipahami oleh segala kalangan masyarakat.

Pihak yang menerima langsung post card ini adalah masyarakat dari berbagai kalangan, mulai dari anak-anak, anggota masyarakat biasa, pengemudi ojek, wisatawan, pengguna angkutan umum, serta para pekerja. Lokasi yang menjadi tempat penyebaran kartu pos atau post card ini adalah kepada anggota masyarakat para pekerja yang di area Jabodetabek: Lenteng Agung, dan Bintaro Jakarta Selatan; Depok, Bogor, serta masyarakat di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Wujud dari proses penyebaran ilmu melalui media pembagian kartu pos dapat dilihat pada Gambar 4.

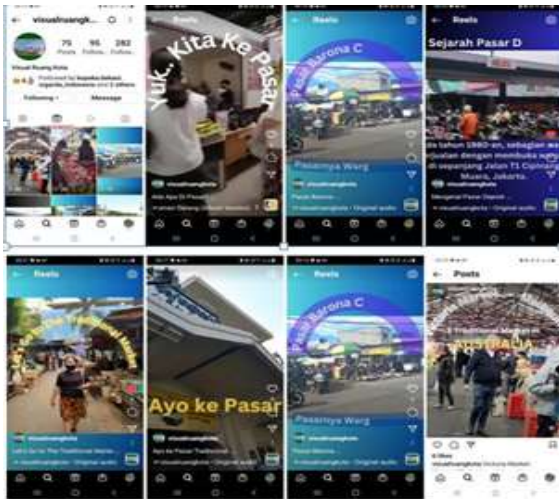


Gambar. 4a. Penyebaran materi secara langsung dengan media kartu pos / post card.

Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, penyuluhan dilaksanakan dengan dua metoda penyebaran materi, yaitu: (1) secara langsung kepada masyarakat, dan (2) secara daring melalui media sosial online. Penyebaran materi secara langsung dilaksanakan dengan menemui langsung anggota masyarakat yang dituju, yaitu pekerja formal di wilayah Jakarta Selatan, masyarakat Kota Depok, masyarakat Kabupaten Bogor, masyarakat dan penyunjung Taman Cibodas Bogor, dan masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta. Terpilihnya lokasi penyebaran menyesuaikan dan terkait lokasi aktivitas harian para Dosen anggota serta lokasi domisilinya. sehingga proses penyebaran menjadi lebih bervariasi.



Gambar. 4b. Penyebaran materi secara langsung dengan media kartu pos / post card.







Gambar. 5. Tampilan materi secara daring saat dilihat dari layar ponsel.

Dengan menggunakan media sosial Instagram dan TikTok, masyarakat di mana saja secara mandiri dapat melihat poster untuk menerima dan menangkap pesan dari materi yang disampaikan. Akun media sosial yang dipergunakan adalah Instagram dan Tiktok, yaitu Instagram@visualruangkota, pada link <https://www.instagram.com/visualruangkota>; dan akun TikTok@visualruangkota, pada link <https://www.tiktok.com/@visualruangkota>. Kedua akun ini dikelola oleh Dosen pelaksana penyuluhan, sehingga keberlanjutan program dapat terjamin. Produk video daring dapat diakses pada URL link sebagai berikut:

Tabel 1. Daftar URL link video materi penyuluhan melalui media online:

Alamat media	link
Instagram@visualruangkota	https://www.instagram.com/visualruangkota/
TikTok@visualruangkota	https://www.tiktok.com/@visualruangkota
Judul video	Screenshoot
Pasar Beringharjo, Yogyakarta Media / Link: https://www.instagram.com/reel/CqK0co8so6g/ Viewer: 39 https://www.tiktok.com/@visualruangkota/video/7214022448767962394 Viewer: 224	
Pasar Pamulang, Tangerang Selatan Media / Link: https://www.instagram.com/reel/CruUN34M588/ Viewer: 39 https://www.tiktok.com/@visualruangkota/video/7228404762092375323 Viewer: 224	

<p>Pasar Deprok, Cipinang, Jakarta Timur</p> <p>Media / Link:</p> <p> <i>Instagram</i></p> <p>https://www.instagram.com/reel/CqMdVF-OLSE/</p> <p>Viewer: 82</p> <p> TikTok</p> <p>https://www.tiktok.com/@visualruangkota/video/7214352338390125850</p> <p>Viewer: 220</p>	
<p>Pasar Pontianak</p> <p>Media / Link:</p> <p>https://www.instagram.com/reel/CqMEt_RLpCL/</p> <p>Viewer: 28</p> <p>https://www.tiktok.com/@visualruangkota/video/7214352088531225883</p> <p>Viewer: 263</p>	

Sumber: Media Sosial Online
Instagram@visualruangkota; TikTok@visualruangkota;
Jumlah viewer hingga 15 Juni 2023.

Penyebaran melalui media online ini selain dapat diakses dari layar HP, juga dapat dibaca diakses melalui laptop atau PC. Melalui kedua jenis perangkat ini masyarakat sasaran dapat menerima pesan penyebaran ilmu yang disampaikan dengan tampilan yang lebih besar, yaitu berupa tampilan video singkat yang tampil lebih besar. Penyebaran materi dalam bentuk video singkat melalui media sosial online adalah langkah yang sangat tepat dan sangat cepat dalam proses penyebaran ilmu pengetahuan yang dihasilkan di perguruan tinggi. Uraian dalam post card / kartu pos dan poster daring disajikan dalam Bahasa Indonesia, dengan tata kalimat yang sederhana dan singkat, sehingga mudah dipahami oleh masyarakat awam akan materi yang disampaikan, baik pada saat bertemu langsung dengan anggota tim pelaksana penyuluhan, maupun saat mereka melihat dan menikmati sendiri atau secara mandiri materi yang tersaji secara online. Dilaksakannya penyuluhan secara demikian, memberikan kesempatan terjadinya penyebaran materi yang lebih efektif, lebih maksimal dan lebih merata. Hingga proses penyusunan laporan pada pertengahan Juli 2023 ini, variasi video di media

sosial telah dilihat sebanyak 1497 kali, dan akan terus bertambah seiring dengan berjalannya waktu.

PENUTUP

Hasil dapat dipetik dan disimpulkan dari kegiatan Program Penyuluhan Pengenalan Pasar Tradisional Bagi Masyarakat dengan tema atau judul Ayo Mengenal Pasar Tradisional ini adalah sebagai berikut:

1. Semakin bertambah luasnya penyebaran ilmu bagi masyarakat yang dihasilkan di perguruan tinggi, yang berguna bagi pengetahuan masyarakat, khususnya terkait aspek Arsitektur dan ruang kota sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari.
2. Semakin bertambahnya keragaman metode penyebaran ilmu yang praktis, sederhana, dan efektif menjangkau kalangan masyarakat yang lebih luas, dan menjadi semakin mudah dipahami masyarakat umum yang awam.
3. Semakin meningkatnya jumlah Program Penyuluhan sebagai wujud dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilaksanakan oleh Dosen sebagai kewajibannya.
4. Semakin beragamnya judul atau tema yang diangkat dalam Program Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilaksanakan oleh Dosen di Prodi Arsitektur FTUP.

Manfaat Pelaksanaan Kegiatan

Terlaksananya kegiatan kegiatan Program Penyuluhan Pengenalan Pasar Tradisional Bagi Masyarakat dengan tema atau judul Ayo Mengenal Pasar Tradisional ini telah membawa manfaat bagi masyarakat, beberapa diantaranya adalah:

1. Bertambahnya pengetahuan masyarakat tentang peran pasar tradisional sebagai fasilitas dan kelengkapan kota.
2. Semakin luasnya pemahaman masyarakat tentang eksistensi dan peran pasar tradisional dalam kehidupan mereka sehari-hari.
3. Semakin beragamnya variasi metode, format dan teknik penyebaran yang dapat dikembangkan dan dipergunakan dalam penyampaian ilmu pengetahuan kepada masyarakat awam yang sangat beragam latar belakangnya.
4. Berkembangnya proses penyebaran materi penyuluhan dengan cara yang makin efektif, efisien, dan semakin tepat sasaran.

DAFTAR PUSTAKA

Ferantika, C., Nursaniah, C. and Djamaluddin, M. (2022). Pemetaan Perilaku Pengguna Ruang Pasar Tradisional Rimo, Aceh Singkil. RAUT: Jurnal Arsitektur dan Perencanaan 11(2): 1–10.

<https://jurnal.usk.ac.id/raut/article/view/25482/173>
28

Hmood, K. Faris. (2017). Traditional Market In Islamic Architecture Successful Past Experiences. In WIT Transaction on The Built Environment: Structural Studies, Repairs and Maintenance of Heritage Architecture XV, 263–73.

Khotimah, K., Hartanto, D. H. and Alipah, N. (2018). Menguk Kesenjangan Antara Pasar Modern Dan Pasar Tradisional. *Kompetensi* 12(2). <https://journal.trunojoyo.ac.id/kompetensi/article/view/4960>.

Sarwoko, E. (2008). Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional Di Wilayah Kabupaten Malang. *Jurnal Ekonomi Modernisasi* 4(2): 97–115.