

**PENGEMBANGAN PASAR KLITHIKAN WARU SEMARANG SEBAGAI
DESTINASI WISATA KREATIF**



Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada
Jurusan Arsitektur Fakultas Teknik

Oleh:

MOCHTAR GUNAWAN
D 300 160 072

**PROGRAM STUDI ARSITEKTUR
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2018**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGEMBANGAN PASAR KLITHIKAN WARU SEMARANG, SEBAGAI
DESTINASI WISATA KREATIF
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:

**MOCHTAR GUNAWAN
D 300 160 072**

**Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:
Pembimbing**

A handwritten signature in blue ink, consisting of several horizontal strokes and a long, sweeping curve that extends to the right.

**Ir. Alpha Fabela Priyatmono, MT
NIK : 486**

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGEMBANGAN PASAR KLITHIKAN WARU SEMARANG, SEBAGAI
DESTINASI WISATA KREATIF
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

Oleh:

MOCHTAR GUNAWAN
D 300 160 072

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Fakultas Teknik
Program Studi Arsitektur Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Rabu, 4 Juli 2018 dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji

1. Ir. Alpha Febela Priyatmono, MT
(Ketua Dewan Penguji)
2. Nur Rahmawati S, ST, MT
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Wisnu Setiawan, ST, M.Arch, Ph.D
(Anggota II Dewan Penguji)

Dekan,


Ir. Sri Sumartono, MT, Ph.D, IPM
NIK.682

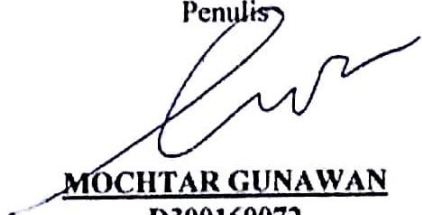
PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka saya akan pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 16 Juli 2018

Penulis



MOCHTAR GUNAWAN
D300160072

PENGEMBANGAN PASAR KLITHIKAN WARU SEMARANG, SEBAGAI DESTINASI WISATA KREATIF

Abstrak

Pasar klithikan merupakan jenis pasar yang digolongkan berdasarkan komoditas barang dagangannya, klithikan berarti barang bekas. Masih adanya nilai ekonomi dari barang bekas ini kemudian dijadikan sebuah peluang usaha bisnis bagi orang-orang atau pedagang untuk mencari keuntungan dari hal tersebut, Di Kota Semarang terdapat pasar yang menjual barang-barang klithikan yaitu Pasar Waru yang awalnya ditujukan untuk menampung para pedagang kaki lima yang biasanya berjualan di jalan Progo dan Jalan Citarum, Semarang. Kondisi Pasar Waru Klithikan yang kurang baik dan kumuh membuat Pasar Waru Klithikan kurang peminat pembeli sehingga membuat pasar Waru tidak berkembang. Dengan mengembangkan atau meredesain Pasar Waru Klithikan Kota Semarang menjadi destinasi wisata diharapkan dapat mengatasi masalah yang ada di sana. Menjadikannya Pasar Klithikan ini sebagai tujuan wisata dapat menarik kunjungan dari berbagai kalangan baik dari daerah lokal hingga luar kota yang juga dapat menggerakkan ekonomi daerah tersebut. Penggunaan konsep bangunan yang modern dan unik namun tidak meninggalkan tradisi pasar yaitu transaksi bertemunya penjual dan pembeli, diharapkan dapat menarik perhatian pengunjung biasa maupun wisatawan. Penambahan konsep wisata kreatif yang ditambahkan juga akan mengumpulkan banyak pengunjung terutama komunitas-komunitas yang suka terhadap barang bekas, jadul, antik dan unik, sehingga hal ini dapat menjadikan daya tarik wisata di Pasar Waru Klithikan Semarang ini.

Kata kunci : Pasar, Klithikan, Destinasi Wisata

Abstract

Market klithikan is a type of market that is classified based on commodity goods merchandise, klithikan means used goods. Still the economic value of the used goods is then used as a business opportunity for people or traders to profit from it, In Semarang City there is a market that sells goods klithikan that is Waru Market originally intended to accommodate street vendors which usually hangs on the road progo and Jalan Citarum, Semarang. Market Condition Waru Klithikan the less good and slums to make Market Waru Klithikan less enthusiasts buyers that make Waru market is not developed. By developing or meredesain Pasar Waru Klithikan Semarang City becomes a tourist destination is expected to overcome the problems that exist there. Making this Pasar Klthikan as a tourist destination can attract visits from various circles either from the local area to outside the city that can also move the economy of the region. The use of modern and unique building concept but does not leave the traditions of the sellers and buyers meeting transaction, is expected to attract visitors and tourists. The addition of added creative tourism concept will also collect a lot of visitors, especially the communities who like to used goods, old school, antique and unique, so that this can make the tourist attraction in Pasar Waru Klithikan Semarang.

Keywords : Market, Klithikan, Tourist Destination

1. PENDAHULUAN

Kota Semarang mengalami pertumbuhan ekonomi yang baik, bahkan menjadi kota utama yang menyangga laju pertumbuhan ekonomi di Jawa Tengah. Walikota Semarang menjelaskan

peningkatan pertumbuhan ekonomi di kota Semarang salah satunya didukung oleh investasi yang masuk ke kota Semarang. Peningkatan investasi yang terjadi di kota Semarang tersebut didukung empat hal, pertama kondusifitas wilayah, kedua potensi ekonomi di suatu daerah, ketiga akses yang mudah dijangkau, dan yang terakhir adanya jaminan administrasi.

Perdagangan tidak jauh terkait dengan pasar. Pasar mempunyai peran serta yang sangat penting dalam sebuah perekonomian. Pasar merupakan salah satu prasarana perdagangan . Pasar merupakan sarana, tempat, atau wadah orang untuk menjual beli. Pasar dapat diklasifikasi menjadi 2 yaitu pasar tradisional dan pasar modern

Kondisi perpasaran Kota Semarang berkembang cukup pesat. Perkembangan ini merupakan dampak dari pertumbuhan ekonomi. Permasalahan dari perkembangan perpasaran kota Semarang adalah belum dimilikinya cetak biru pengembangan perpasaran sehingga perkembangan pasar modern dan tradisional tidak memiliki konsep yang jelas.

Sektor pariwisata merupakan penyumbang perekonomian Kota Semarang cukup besar, sumbangan pariwisata tersebar di sektor-sektor ekonomi yang lain seperti sumbangan hotel dan restoran dalam sektor perdagangan, hotel dan restoran. Sedangkan jasa pariwisata masuk dalam sektor bank dan jasa-jasa. Kondisi objek wisata, baik alam maupun buatan di Kota Semarang belum dikelola dengan optimal, sehingga terdapat objek wisata yang kurang kompetitif dalam persaingan pasar regional maupun global.

Kota Semarang terdapat pasar yang memiliki potensi sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi yakni Pasar Waru Indah, pasar ini memiliki potensi yang dapat mendorong perkembangan sektor perdagangan dan pariwisata di kota Semarang. Pasar Waru dibangun pada tahun 2004, semasa Walikota Sukawi Sutarip. Pasar Waru ditujukan untuk menampung para pedagang kaki lima yang biasanya berjualan di Jalan Progo dan Jalan Citarum, Semarang. Saat itu, Sukawi dikenal dengan kebijakan membangun tanpa menggusur, sehingga sebelum dipindahkan ke tempat baru yang lebih nyaman dibangun lapaknya terlebih dahulu. Relokasi tersebut dilakukan untuk proyek normalisasi saluran air di Jalan Progo dan peninggian serta pelebaran Jalan Citarum. Pasar Waru Klithikan ini terdapat 350 pedagang. Pasar Waru merupakan pasar yang menjual barang bekas mulai dari alat-alat pertukangan, onderdil peralatan elektronik, hingga pakaian pantas. Barang yang dijual tersebut membuat pasar ini memiliki ke-khasan sendiri, hal ini dapat dijadikan sebuah potensi wisata.

Pasar Waru Klithikan Semarang memang memiliki potensi yang masih bisa dikembangkan namun yang terjadi adalah lesunya roda ekonomi di Pasar Waru Klithikan, hal tersebut menjadi masalah yang kini dihadapi hingga saat ini.

Pedagang-pedagang yang belum terkelompokan dalam kluster-kluster, maksud dari pengelompokan atau klaster pedagang bertujuan untuk mengangkat nama Pasar Klithikan Waru Indah agar lebih dikenal masyarakat luas. Penataan pasar yang kurang baik terhadap barang yang dijual mempengaruhi tingkat penjualan barang. Kemudian wadah atau lapak para pedagang yang belum tertata rapi sehingga barang dagangan terlihat berantakan, fasilitas-fasilitas penunjang pasar belum tersedia, saluran air hujan yang belum terencana dengan matang.

2. METODE

Metode yang digunakan dalam pembahasan adalah deskriptif analisa yaitu dengan mengumpulkan, menganalisa dan menyimpulkan data yang di perlukan dan berkaitan dengan masalah. Pengumpulan data yang dilakukan meliputi data primer dan sekunder dengan cara:

2.1 Data Primer

- 1) Wawancara dengan narasumber yang terkait untuk mendapatkan informasi
- 2) Observasi
- 3) Studi banding, yaitu mempelajari kasus lain yang sejenis sebagai masukan dalam merancang

2.2 Data Sekunder

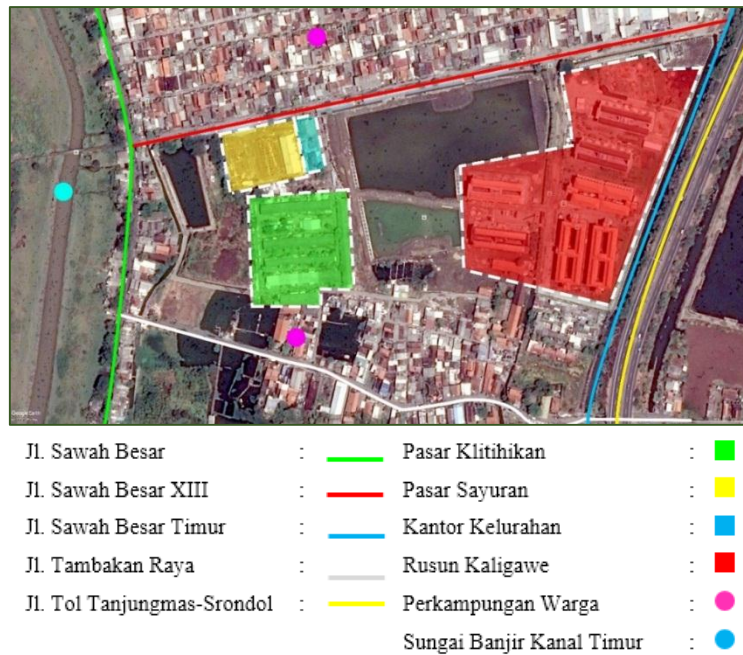
Pengumpulan data sekunder di lakukan dengan cara mempelajari literatur yang terkait dengan perencanaan dan perancangan sebuah pasar meliputi teori-teori, konsep, standar peraturan dan hal yang berkaitan dengan arah pengembangan dari lokasi yang akan digunakan.

2.3 Studi Banding

Merupakan kegiatan untuk meninjau dan melakukan evaluasi pada sebuah objek atau tempat lain, terutama mengenai aspek kelebihan yang dimiliki orientasi untuk pengembangan (*wikipedia.com*)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Tinjauan Fisik Pasar Klithikan

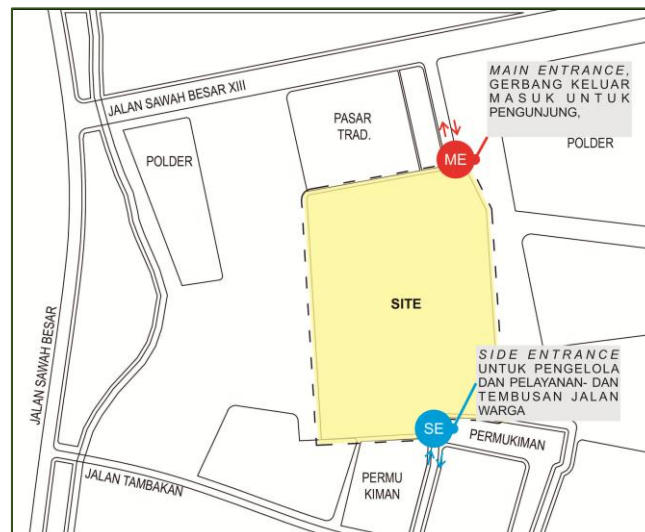


Gambar 1 Tinjauan lokasi sekitar site

Sumber:google map,2018

Lokasi Pasar Klihtikan Waru Semarang terletak di Kelurahan Kaligawe Kecamatan Gayamsari Kota Semarang , memiliki luas Tanah 12.300m², beralamat di Jalan Sawah Besar. XIII, Kaligawe, Gayamsari, Semarang

3.2 Konsep Pencapaian



Gambar 2 Konsep pencapaian

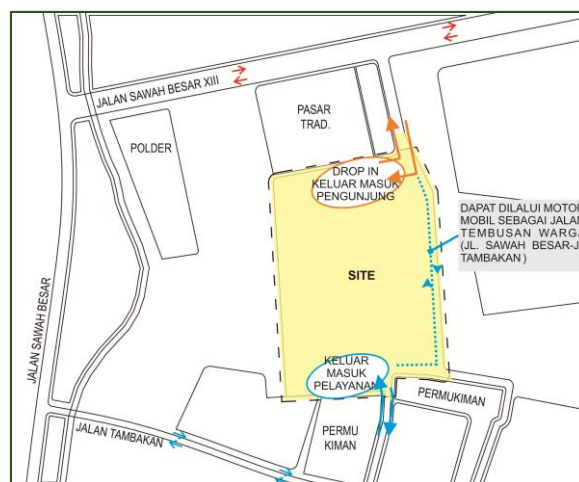
(sumber:penulis,2018)

- 1) *Main Entrance* (ME) diletakan dari arah Jalan Sawah Besar XIII, karena merupakan jalan umum publik dan mudah dikenali, jalur ini mengarah ke Rusun Kaligawe dan sering dilalui oleh warga

- 2) *Side Entrance* (SE) diletakan ke arah gang Jalan Tambakan, dikarenakan tidak terlalu ramai dan macet, hanya dilewati warga saja.

3.3 Konsep Sirkulasi Eksternal dan Internal

- 1) Secara garis besar konsep sirkulasi eksternal tidak mengubah pola sirkulasi yang ada
- 2) Terhubungnya jalan sawah besar XIII dengan Jalan Tambakan, dengan melalui site pasar sebagai jalan tembusan
- 3) *Main Entrance* dekat Jalan Sawah Besar XIII digunakan untuk kendaraan umum, mobil, ojek, becak, motor, dan angkutan umum
- 4) *Side Entrance* dekat jalan gang tambakan di gunakan untuk pelayanan dan pengelola



Gambar 3 Konsep Sirkulasi
(sumber:penulis,2018)

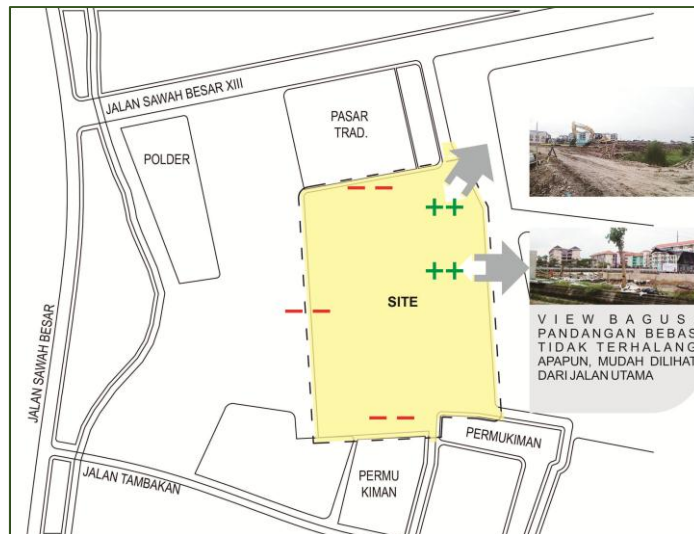
3.4 Konsep Orientasi



Gambar 4 Kondisi sekitar site
(sumber:penulis,2018)

Orientasi bangunan diarahkan timur laut ke Jl. Sawah Besar XIII dan arah timur menghadap Polder Kaligawe untuk alternatif orientasi bangunan jika dilihat dari Polder Kaligawe

3.5 Konsep View

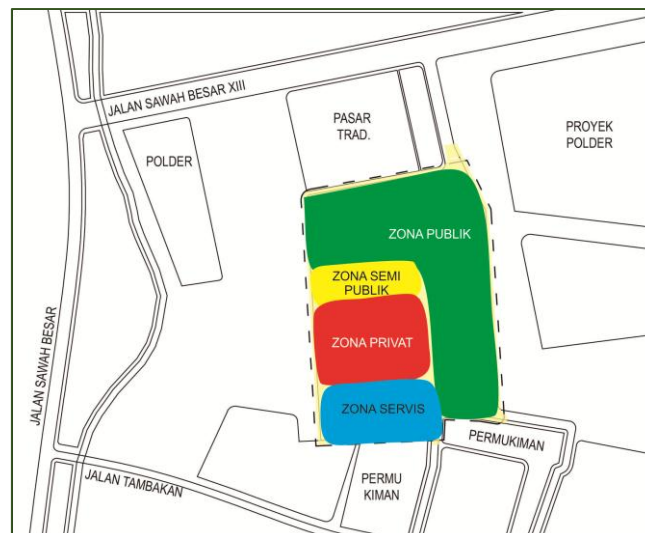


Gambar 5 Konsep view

(sumber: penulis, 2018)

View keluar bangunan yang terbaik dari arah Polder Kaligawe pandangan bebas tidak terhalang bangunan apapun sehingga diharapkan mempunyai nilai ekspose bangunan yang dapat menarik perhatian pengunjung yang lewat dari Jalan Sawah Besar XIII

3.6 Konsep Zonifikasi



Gambar 6 Konsep Zoning area

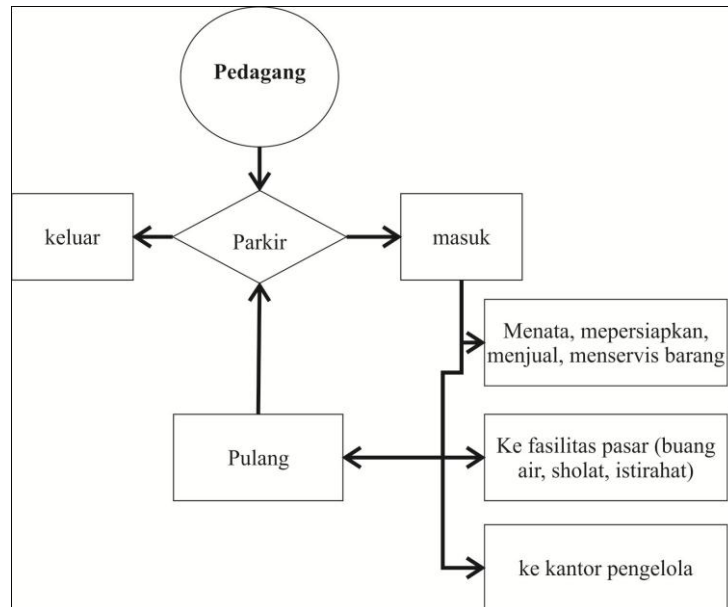
(sumber: penulis, 2018)

- 1) Zona Publik diletakkan paling luar dengan kegiatan pedagang dan pengunjung
- 2) Zona Semi Publik merupakan area pengelola pasar
- 3) Zona Private Ruang

- 4) Zona Servis, merupakan area yang digunakan untuk kegiatan pelayanan maupun pemeliharaan bangunan.

3.7 Konsep Tata Ruang

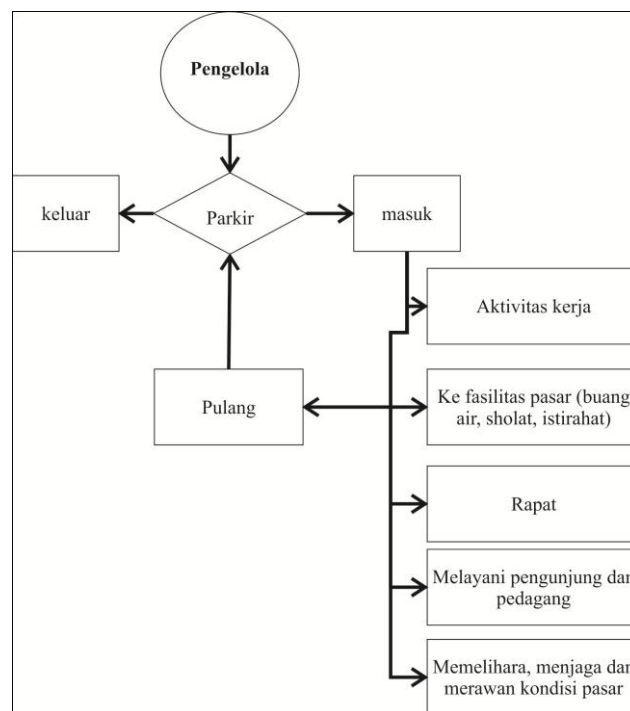
- 1) Alur kegiatan pengguna pasar:



Gambar 7 Alur kegiatan pedagang

(sumber:penulis,2018)

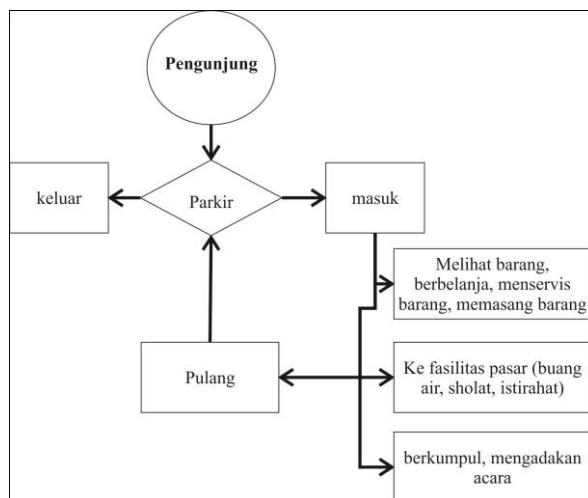
- 2) Alur Kegiatan Pengelola:



Gambar 8 Alur kegiatan pengelola

(sumber:penulis,2018)

3) Alur kegiatan pengunjung



Gambar 9 Alur kegiatan pengelola
(sumber:Penulis,2018)

3.8 Besaran Ruang

Tabel 1 Analisa kebutuhan ruang kegiatan perdagangan

No	Jenis Ruang	Kap.	Jml. Unit	Standar & Flow (%)	Sumber	Luas Total (m ²)
Kegiatan utama perdagangan						
1	Kios tipe I	2 orang	200	15 m ² /unit (30%)	A	3000
2	Kios tipe II	2 orang	200	8 m ² /unit (30%)	A	1600
3	Los	1 orang	100	3 m ² /unit (30%)	A	300
4	Plaza	1000 orang	1	1,05 m ² /unit (30%)	DA	1365
5	Hall	100 orang	1	0,8 m ² /orang (30%)	DA	104
total						6469
Sirkulasi 15%						970,35
Jumlah total						7439,35

Tabel 2 Analisa kebutuhan ruang pengelola

No	Jenis Ruang	Kap.	Jml. Unit	Standar & Flow (%)	Sumber	Luas Total (m ²)
Kegiatan pengelola						
1	Ruang Kepala Pasar	1 orang	1	20 m ² /unit (30%)	DA	20
2	Ruang administrasi dan keuangan		1			

No	Jenis Ruang	Kap.	Jml. Unit	Standar & Flow (%)	Sumber	Luas Total (m ²)
	Ka. Bag	1 orang		9 m ² /orang (30%)	A	9
	staf	2 orang		3 m ² /orang (30%)	SB	6
3	Ruang ketertiban dan keamanan		1			
	Kabag	1 orang		9 m ² /orang (30%)	A	9
	staf	1 orang		3 m ² /orang (30%)	SB	3
4	Ruang Pemeliharaan dan kebersihan		1			
	Kabag	1 orang		9 m ² /orang (30%)	A	9
	staf	1 orang		3 m ² /orang (30%)	SB	3
5	Ruang pelayanan pelanggan dan pengembangan komunitas		1			
	Kabag	1 orang		9 m ² /orang (30%)	A	9
	staf	1 orang		3 m ² /orang (30%)	SB	3
6	Ruang rapat	10 orang		1,6 m ² /orang (30%)	DA	20,8
7	Ruang Tamu	5 orang		1,6 m ² /orang (30%)	DA	10,4
8	Lavatory Pengelola					
		2 toilet		2,5 m ² /unit	DA	5
		1 wastafel		0,3 m ² /unit	DA	0,3
9	Musala Pengelola	6 orang		0,96 m ² /orang, (55%)	DA	8,928
Total						116,42
Sirkulasi 15%						17,46
Jumlah total						133,89

Tabel 3 Analisa kebutuhan ruang pelayanan

No	Jenis Ruang	Kap.	Jml. Unit	Standar & Flow (%)	Sumber	Luas Total (m ²)
Kegiatan pelayanan						

No	Jenis Ruang	Kap.	Jml. Unit	Standar & Flow (%)	Sumber	Luas Total (m ²)
1	Lavatory Umum			(30%)		
	Pria:	2 toilet		2,5 m ² /unit	DA	5
		2 urinoir		0,7 m ² /unit	DA	1,4
		2 wastafel		0,3 m ² /unit	DA	0,6
	Wanita	2 toilet		2,5 m ² /unit	DA	5
		2 wastafel		0,3 m ² /unit	DA	0,6
2	Musala Umum	15 orang	1	0,96 m ² /orang, (55%)	DA	22,32
	wudu pria	5 orang	1	1,568 m ² /orang (30%)	A	10,192
	wudu wanita	5 orang	1	1,568 m ² /orang (30%)	A	10,192
3	Ruang Informasi	2 orang	1	7,5 m ² /unit (30%)	A	9,75
4	ME					
	Ruang Genset		1	40 m ² /unit (30%)	DA	40
	ruang panel		1	40 m ² /unit (30%)	AS	40
	Ruang pompa		1	25 m ² /unit (30%)	DA	25
	tangga		4	11 m ² /unit	A	44
Total						214,05
Sirkulasi 15 %						32,10
Jumlah total						246,16

Tabel 4 Analisa kebutuhan ruang pendukung

No	Jenis Ruang	Kap.	Jml. Unit	Standar & Flow (%)	Sumber	Luas Total (m ²)
Kegiatan Pendukung						
1	Tempat Kesehatan	5 orang	1	14 m ² /unit (30%)	DA, A	14
2	Pos Keamanan	2 orang	2	4 m ² /unit (30%)	DA	10,4
3	Gudang Kebersihan		1	9 m ² /unit (30%)	SB	11,7
4	IPAL		1	60 m ² /unit (30%)	SB	78
5	TPA		2	25 m ² /unit (30%)	SB	65

No	Jenis Ruang	Kap.	Jml. Unit	Standar & Flow (%)	Sumber	Luas Total (m ²)
6	ATM	1 orang	5	1,6 m ² /unit (15%)	DA	9,2
Total						188,3
Sirkulasi 40 %						75,32
Jumlah total						263,62

Pasar Waru Klithikan Semarang termasuk dalam kategori Pasar Kota, berdasarkan hal tersebut standar kebutuhan parkir adalah setiap luas lahan 200 m² dibutuhkan 1 buah parkir mobil. Parkir ditentukan dengan jumlah luas bangunan yang direncanakan, yaitu jumlah bangunan dari besaran ruang kegiatan utama, penunjang, pengelola dan pelayanan sebanyak 8.083, maka dapat diketahui bahwa luas parkir Pasar Waru Klithikan Semarang adalah sebagai berikut:

- Parkir mobil : $8.083 \text{ m}^2 / 200 \text{ m}^2 = 40,41$ mobil
- Parkir motor : $8.083 \text{ m}^2 / 100 \text{ m}^2 = 80,83$ motor

Pasar Waru Klithikan Semarang yang merupakan pasar kota juga sebagai destinasi wisata maka penulis melebihkan jumlah kebutuhan parkir sekitar 25% dari standar dari DPU Cipta Karya.

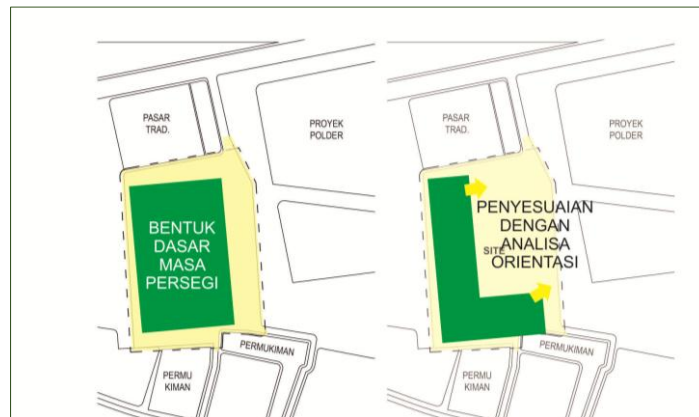
Tabel 5 Analisa kebutuhan ruang parkir

No	Jenis Ruang	Kap.	Jml. Unit	Standar	Sumber	Luas Total (m ²)
1	motor		100	1,68 m ² /unit,	DA	336
2	mobil		50	11,5 m ² /unit	DA	1150
Total						1486
Sirkulasi 100%						1486
Jumlah Total						2972

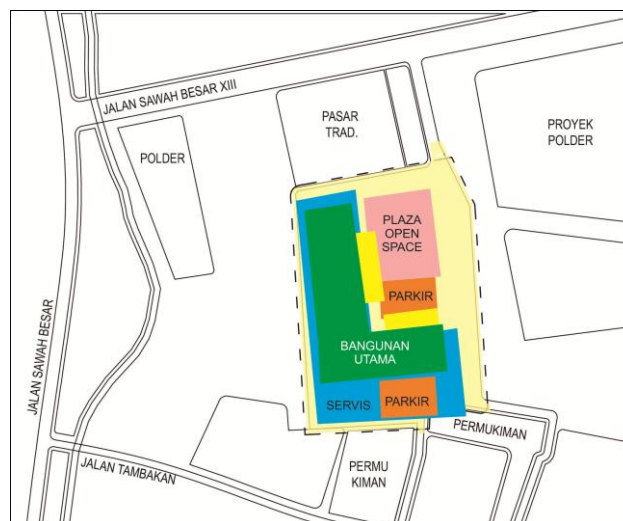
Tabel 6 Rekapitulasi analisa kebutuhan ruangan

Kegiatan Utama Perdagangan	8001
Kegiatan pengelola	152,9192
Kegiatan pelayanan	289,94
kegiatan pendukung	208,6
Area Parkir	1486
Total	10138,46 m ²

3.9 Konsep Tata Masa



Gambar 10 Konsep bentuk dasar bangunan
(sumber:penulis,2018)



Gambar 11 Konsep tata masa
(sumber:penulis,2018)

- 1) Semua kios tipe I , II dan kantor pengelola dikelompokkan ke dalam satu bangunan utama. Kios tipe I diletakan di lantai dasar karena memiliki kegiatan servis dan pasang barang, yang membutuhkan ruang yang mudah diakses jika membawa barang-barang dan saling berintegrasi.
- 2) Plasa didekatkan dengan *Main Entrance* dan area parkir agar mudah diakses dan tanpa perlu melewati bangunan
- 3) Kegiatan pelayanan terletak di sekitar bangunan utama baik berada di lantai 1 dan 2

3.10 Zonifikasi Pasar

Pembagian zona komoditas dan area kegiatan dibagi sebagai berikut

1. Zona A:

- a) Onderdil

- b) Bengkel
- c) Jasa
- d) Elektronik dan reparasi

2. Zona B:

- a) Barang Bekas
- b) Barang Klithikan
- c) Loak, Rosok, dan Aksesori
- d) Barang antik
- e) Barang elektronik

3. Zona Pengelola:

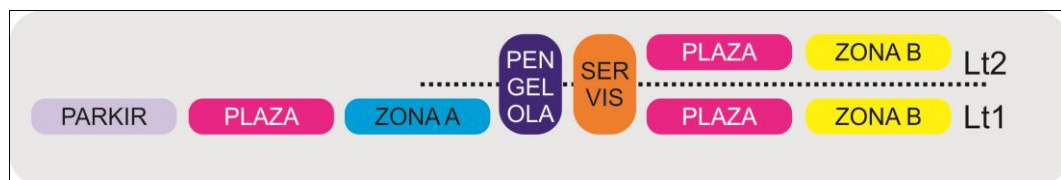
Kantor pengelola pasar diletakan berada di lantai dua dan lantai satu , hal ini dimaksudkan untuk kemudahan pengelola untuk pengawasan pasar dan memberikan pelayanan terhadap pengguna pasar.

4. Zona Servis:

Untuk servis diletakan menyebar di sekeliling pasar. Untuk memudahkan penggunaanya terhadap pengguna pasar.

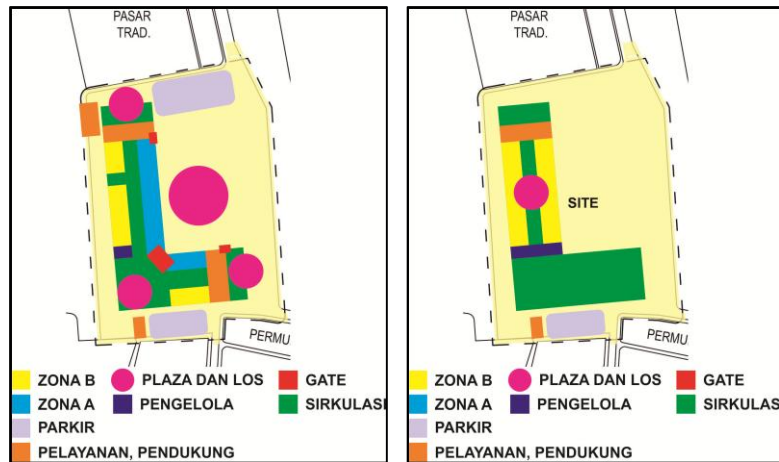
5. Zona Pendukung:

Untuk zona pendukung diletakan dekat dengan zona servis karena zona pendukung dan zona servis saling berhubungan agar mudah di akses

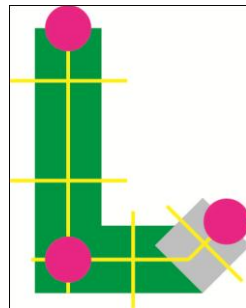


Gambar 12 Konsep zonifikasi pasar vertikal

(sumber:penulis,2018)



Gambar 13 Konsep Zonifikasi pasar waru kltikan lantai dasar dan lt.2
(sumber:penulis,2018)



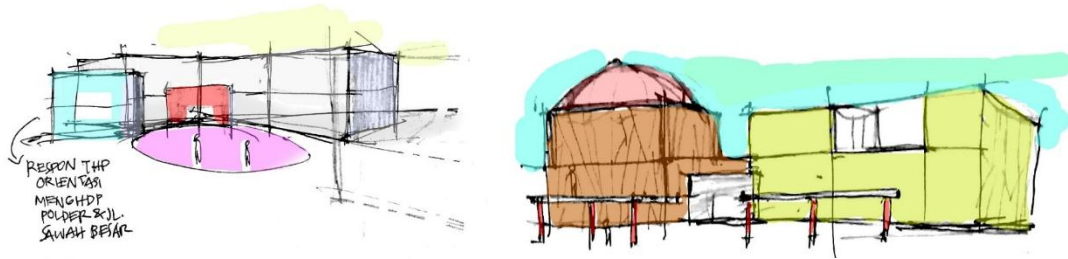
Gambar 14 Konsep sirkulasi pasar pola grid
(sumber:penulis,2018)

3.11 Konsep Tampilan Arsitektur

Penerapan bentuk pasar yang dapat menarik pengunjung dengan menggunakan bentuk yang minimalis namun masih memberikan kesan sebagai sebuah pasar. Mempunyai bentuk masa bangunan yang linear memanjang yang di dalamnya terbagi beberapa kios-kios.

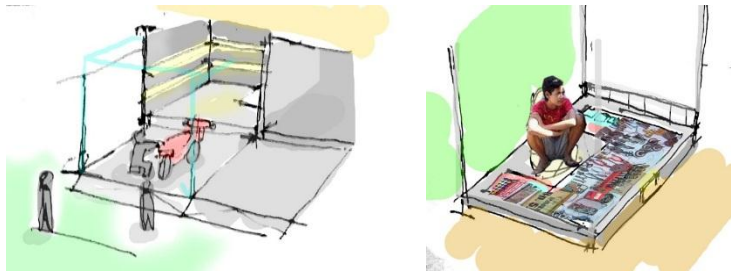


Gambar 15 Contoh konsep pendekatan bentuk pasar yang minimalis
(sumber:penulis,2018)



Gambar 16 sketch konsep tampilan masa bangunan
(sumber:penulis,2018)

3.12 Interior



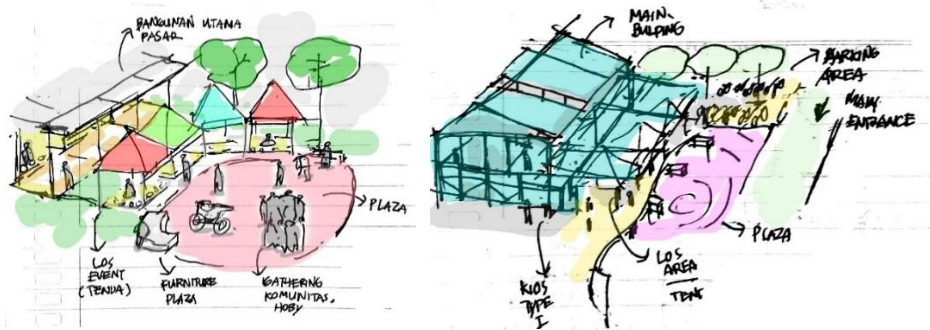
Gambar 17 Sketch konsep kios tipe 1
(sumber:penulis,2018)



Gambar 18 Pendekatan konsep pemilihan warna interior
(sumber:google,2018)

Pemilihan warna interior untuk bagian pedagang onderdil dan elektronik adalah warna-warni namun *soft* karena di tempat jenis dagangan tersebut kurang memunculkan warna, sedangkan pemilihan warna untuk barang bekas antik, *non* barang bekas diberikan warna bernuansa gelap supaya warna dagangan tersebut muncul dan menarik pengunjung.

3.13 Konsep Wisata Kreatif



Gambar 19 Konsep plaza, los, dan bangunan pasar
(sumber:penulis,2018)

Untuk menampung kegiatan pengunjung pasar yang merupakan wisatawan perorang maupun kelompok (komunitas) dapat ditampung dengan plaza atau *public Space*. Disediakan juga tempat khusus untuk pedagang dadakan, yang datang ketika terdapat event kumpul komunitas. Pedagang yang datang ini juga merupakan pendukung dari event, yang menjual barang-barang sesuai dengan event yang berlangsung (contoh:event kumpul komunitas vespa, pedagang yang datang adalah pedagang dadakan barang bekas komponen,onderdil dan aksesoris vespa)

4. PENUTUP

Dalam perancangan Pengembangan Pasar Klithikan Waru Semarang,Sebagai Destinasi Wisata Kreatif, penulis mempunyai tujuan yang ingin dicapai yaitu:

- 1) Mengembangkan pasar dengan cara penataan agar menjadikan pasar berkembang dan dapat mengatasi permasalahan yang ada di dalamnya, sehingga dapat mendatangkan pengunjung lokal maupun luar dan kemudian menggerakkan ekonomi daerah.
- 2) Membuat sebuah desain bangunan pasar modern yang dapat mengatasi permasalahan yang ada di dalamnya dan dapat menarik kunjungan wisatawan wisata kreatif

PERSANTUNAN

Terima kasih kepada Bapak dan Ibu yang selalu memberikan motivasi, semangat dan doa untuk kelancaran pendidikan penulis, Bapak Ir Alpha Febela Priyatmono, MT., selaku dosen pembimbing Tugas Akhir yang telah menyediakan tenaga, waktu, dan pikiran dalam penyusunan laporan ini, serta teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang selalu membantu dan mendukung penulis dalam penyusunan laporan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusbushro, R., Makarau, V., & Sembel, A. (2015). ANALISIS KEBUTUHAN PRASARANA DAN SARANA PARIWISATA DI KAWASAN TAMAN NASIONAL BUNAKEN KECAMATAN BUNAKEN KEPULAUAN KOTA MANADO. 122-131. Badan Stadardisasi Nasional. (2015). Pasar Rakyat SNI 8152-2015. Indonesia.
- Belshaw, C. S. (1981). *Tukar-menukar tradisional dan pasar modern*. Gramedia.
- Chourmain, I. (1994). *Pengantar ilmu ekonomi*. Jakarta: Proyek Pembinaan dan Peningkatan Mutu Tenaga Kependidikan. Dikti.
- Hidayati, N. N., & Nurini. (2014). Kajian Formalisasi PKL di Kawasan Pasar Waru Semarang. *Jurnal Pembangunan Wilayah & Kota*, 376-386.
- Menteri Perdagangan Republik Indonesia. (2017). Pedoman Pembangunan dan Pengelolaan Sarana Perdagangan. Indonesia.
- Neufert, E. (1996,2002). *Data Arsitek Jilid 1 dan 2*. Jakarta: Erlangga.
- Pemerintah Daerah Kota Semarang. (2004). Rencana Detail Tata Ruang Kota (RDTRTK) Kota Semarang Bagian Wilayah Kota V . Semarang.
- Pemerintah Daerah Kota Semarang. (2011). Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Semarang Tahun 2011-2031. Semarang.
- Refo, R. (2016, Oktober 31). *Jenis Jenis Pasar Lengkap Beserta Pengertian Pasar Secara Umum dan Penjelasan Fungsi Pasar*. Dipetik Februari 09, 2018, dari deweezz.com: <https://deweezz.com/jenis-jenis-pasar-dan-pengertian-pasar-2/>
- Rodyanto , M. R. (2016). Redesain Pasar Unit Kota Bojonegoro.
- Sarlito, S. (2015). *Tugas Akhir Redesain Pasar Klithikan Notoharjo Sebagai Pusat Perbelanjaan barang Bekas di Kota Surakarta (Pendekatan Pada Desain Arsitektur Hijau)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta: Jurusan Arsitektur.
- Setyawan, A. B., Purnomo, B., & Mulyadi, C. S. (2015). Upaya Pengembangan Kota Surakarta Menuju Kota Wisata Kreatif. *Jurnal Pariwisata Indonesia*.
- TRISTYANTHI, A. C. (2008). Tesis Arahana Perbaikan Fisik Pasar Tradisional di Kota Bandung.
- Zuraya, N. (2017, December Rabu). *Jokowi: Kondisi Ekonomi Indonesia Saat Ini Semakin Baik*. Dipetik Februari 09, 2018, dari republik.co.id: <http://republika.co.id/berita/ekonomi/makro/17/12/06/p0iuqp383-jokowi-kondisi-ekonomi-indonesia-saat-ini-semakin-baik>

ro, R., Makarau, V. & Sembel, A., 2015. ANALISIS KEBUTUHAN PRASARANA DAN SARANA PARIWISATA DI KAWASAN TAMAN NASIONAL BUNAKEN KECAMATAN BUNAKEN KEPULAUAN KOTA MANADO. pp. 122-131.

Badan Standardisasi Nasional, 2015. *Pasar Rakyat SNI 8152-2015*. s.l.:s.n.

Belshaw, C. S., 1981. *Tukar-menukar tradisional dan pasar modern*. s.l.:Gramedia.

Chourmain, I., 1994. *Pengantar ilmu ekonomi*. Jakarta: Proyek Pembinaan dan Peningkatan Mutu Tenaga Kependidikan. Dikti..

Hidayati, N. N. & Nurini, 2014. Kajian Formalisasi PKL di Kawasan Pasar Waru Semarang. *Jurnal Pembangunan Wilayah & Kota*, pp. 376-386.

Menteri Perdagangan Republik Indonesia, 2017. *Pedoman Pembangunan dan Pengelolaan Sarana Perdagangan*. s.l.:s.n.

Neufert, E., 1996,2002. *Data Arsitek Jilid 1 dan 2*. Jakarta: Erlangga.

Pemerintah Daerah Kota Semarang, 2004. *Rencana Detail Tata Ruang Kota (RDTRTK) Kota Semarang Bagian Wilayah Kota V*. s.l.:s.n.

Pemerintah Daerah Kota Semarang, 2011. *Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Semarang Tahun 2011-2031*. s.l.:s.n.

Refo, R., 2016. *Jenis Jenis Pasar Lengkap Beserta Pengertian Pasar Secara Umum dan Penjelasan Fungsi Pasar*. [Online] Available at: <https://deweezz.com/jenis-jenis-pasar-dan-pengertian-pasar-2/> [Diakses 09 Februari 2018].

Rodyanto , M. R., 2016. Redesain Pasar Unit Kota Bojonegoro.

Sarlito, S., 2015. *Tugas Akhir Redesain Pasar Klithikan Notoharjo Sebagai Pusat Perbelanjaan barang Bekas di Kota Surakarta (Pendekatan Pada Desain Arsitektur Hijau)*, Universitas Muhammadiyah Surakarta: Jurusan Arsitektur.

Setyawan, A. B., Purnomo, B. & Mulyadi, C. S., 2015. Upaya Pengembangan Kota Surakarta Menuju Kota Wisata Kreatif. *Jurnal Pariwisata Indonesia*.

TRISTYANTHI, A. C., 2008. Tesis Arahkan Perbaikan Fisik Pasar Tradisional di Kota Bandung.

Zuraya, N., 2017. *Jokowi: Kondisi Ekonomi Indonesia Saat Ini Semakin Baik*. [Online] Available at: <http://republika.co.id/berita/ekonomi/makro/17/12/06/p0iuqp383-jokowi-kondisi-ekonomi-Indonesia-saat-ini-semakin-baik> [Diakses 09 Februari 2018].