

## Studi Revitalisasi Pasar Baru Cikarang (PBC) Di Kecamatan Cikarang Utara Kabupaten Bekasi Melalui Pendekatan Komunikatif

The revitalization study of the Pasar Baru Cikarang (PBC) in the District of North Cikarang, Bekasi Regency through a Communicative Approach

<sup>1</sup>Achmad Faisa, <sup>2</sup>Ira Safitri Darwin

<sup>1,2</sup>*Prodi Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Islam Bandung,  
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116*

*email: <sup>1</sup>[faisaachmad@gmail.com](mailto:faisaachmad@gmail.com), <sup>2</sup>[pithok.vie@gmail.com](mailto:pithok.vie@gmail.com)*

**Abstract.** Pasar Baru Cikarang (PBC) is one of the regional markets in the Bekasi Regency Development Area (WP) 1, precisely in North Cikarang District. This market has experienced a decline in function since 2012, when there was a write off of market assets by the government to become hotels and malls. This condition is exacerbated by the occurrence of market fires in 2015. As a result, 56.98% of traders switched out to become street vendors (PKL). The condition of the PBC after the fire was very alarming, the stalls / booths that did not function / closed turned into trash bins, places to roam animals, homeless settlements, drug transaction places and other social problems. Surviving traders experienced a significant decline in income over the past 7 years (2012-present). The revitalization efforts carried out by the government were unsuccessful, because traders considered that the contractor who won the PBC revitalization auction tender had a bad track record in building the market and also the Bekasi District Government was considered indifferent in responding to the wishes of the traders. In early 2019, the ombudsman who received a report from traders gave a time limit for the Bekasi District Government to take a communicative approach to revitalizing the market, but this target was not achieved. This has led to the need for studies with a communicative approach as input for the government in market revitalization. This study uses a communicative approach and descriptive analysis. Stakeholders involved include traders, consumers, government and market persons. This study was conducted to produce a consensus obtained from the results of interviews with relevant stakeholders. The results of the consensus for the PBC revitalization include 1) improvement and structuring of market buildings, 2) improvement of facilities and infrastructure to support market activities, 3) Improvement of UPTD's performance as market manager, 4) Government facilitates trade activities, 5) development of creative economic trade, and 6) Empowering / fostering traders.

**Keywords:** Pasar Baru Cikarang, Market Revitalization, Communicative Approach, Stakeholders.

**Abstrak.** Pasar Baru Cikarang (PBC) merupakan salah satu pasar berskala regional yang terdapat di Wilayah Pengembangan (WP) 1 Kabupaten Bekasi, tepatnya di Kecamatan Cikarang Utara. Pasar ini mengalami penurunan fungsi semenjak tahun 2012, dimana terjadi penghapusan aset pasar oleh pemerintah untuk dijadikan hotel dan mall. Kondisi ini diperparah dengan kejadian kebakaran pasar pada tahun 2015. Akibatnya 56,98% pedagang beralih keluar menjadi Pedagang Kaki Lima (PKL). Kondisi PBC ini pasca kebakaran sangat memprihatinkan, kios/los yang tidak berfungsi/tutup berubah menjadi tempat sampah, tempat berkeliaran hewan, permukiman tuna wisma, tempat transaksi obat terlarang dan masalah sosial lainnya. Pedagang yang bertahan mengalami penurunan pendapatan secara signifikan selama 7 tahun terakhir (2012-sekarang). Usaha revitalisasi yang dilakukan pemerintah tidak berhasil, karena pedagang menilai kontraktor yang memenangkan tender lelang revitalisasi PBC memiliki track record buruk dalam membangun pasar dan juga Pemerintah Kabupaten Bekasi dinilai acuh dalam merespon keinginan pedagang. Tahun 2019 awal, ombudsman yang mendapat laporan dari para pedagang memberi limit waktu untuk Pemerintah Kabupaten Bekasi melakukan pendekatan komunikatif untuk revitalisasi pasar, tapi target ini tidak tercapai. Hal inilah yang menyebabkan perlunya studi dengan pendekatan komunikatif sebagai masukan bagi pemerintah dalam revitalisasi pasar. Studi ini menggunakan pendekatan komunikatif dan analisis deskriptif. Stakeholder yang terlibat meliputi pedagang, konsumen, pemerintah dan oknum pasar. Studi ini dilakukan untuk menghasilkan suatu konsensus yang didapatkan dari hasil wawancara kepada stakeholder yang terkait. Hasil konsensus untuk revitalisasi PBC ini antara lain 1) perbaikan dan penataan bangunan pasar, 2) peningkatan sarana dan prasarana penunjang kegiatan pasar, 3) Peningkatan kinerja UPTD sebagai pengelola pasar, 4) Pemerintah memfasilitasi kegiatan perdagangan, 5) pengembangan perdagangan ekonomi kreatif, dan 6) Pemberdayaan/pembinaan pedagang.

**Kata Kunci:** Pasar Baru Cikarang, Revitalisasi Pasar, Pendekatan Komunikatif, Stakeholder.

## A. Pendahuluan

Pasar Baru Cikarang (PBC) yang merupakan pasar skala regional yang ada di Kecamatan Cikarang Utara, Kabupaten Bekasi kondisinya sekarang sangat memprihatinkan, dikarenakan banyaknya konflik dan permasalahan yang terjadi. Permasalahan dimulai dari tahun 2012 ketika pemerintah menghapuskan aset bangunan pasar dan berencana membangun mall dan hotel di kawasan tersebut. Semenjak itu, PBC menjadi tidak terkelola dengan baik, akibat hilangnya biaya perawatan rutin PBC dari pemerintah. Tiga tahun kemudian, tepatnya tahun 2015 pedagang kembali diberatkan dengan terbakarnya Pasar Baru Cikarang yang menghanguskan ratusan lapak dan sejumlah kios pedagang.

Permasalahan-permasalahan yang terjadi mengakibatkan sekitar 1.000 pedagang akhirnya terkelola dengan baik. Manajemen yang buruk ditambah dengan kondisi pasar yang tak memadai membuat banyak pedagang memilih berdagang di sekitar area pasar tepatnya di Jalan R.E Martadinata (menjadi PKL), di Cikarang Utara. Berbagai masalah juga muncul, dikarenakan bangunan pasar yang kumuh akibat tidak dipelihara. Beberapa diantaranya yaitu menjadi tempat tumpukan sampah, tempat tinggal tunawisma, tempat berkeliaran hewan peliharaan, tempat mesum dan rawan peredaran narkoba

Pemerintah Kabupaten Bekasi pernah berupaya untuk melakukan revitalisasi Pasar Baru Cikarang, namun dinilai gagal karena tidak sesuai dengan apa yang diharapkan para pedagang. Awal Tahun 2019 pedagang kembali menuntut revitalisasi pasar baru cikarang dan akhirnya melaporkan Bupati Bekasi kepada Ombudsman Republik Indonesia melalui FKP2B

Cikarang. Ombudsman Jakarta Raya melalui Tim Pemeriksa segera melakukan telaah atas substansi pengaduan dan menyusun rencana pemeriksaan untuk berikutnya dilakukan konsultasi. Hasil pertemuan dari pemerintah daerah dan stakeholder terkait lainnya hingga saat ini belum ada realisasi yang harusnya sudah jatuh tempo waktu pelaksanaan. Pasar baru Cikarang saat ini semakin tak terurus dan menyebabkan hal-hal yang merugikan bagi masyarakat sekitar seperti kemacetan dan berkurangnya nilai estetika.

Buruknya upaya pemerintah dalam usaha revitalisasi pasar semakin memperburuk nasib para pedagang, sehingga mengakibatkan mayoritas pedagang pasar yang akhirnya berpindah dari dalam ke luar area bangunan pasar dan menjadi Pedagang Kaki Lima (PKL). Pedagang yang awalnya legal menjadi ilegal dikarenakan lokasi berdagang yang tidak sesuai dengan yang seharusnya dan mengganggu fasilitas publik. Hal ini terus berlanjut hingga sekarang, yang mana tidak jelasnya penanganan ataupun solusi terhadap bangunan pasar, sehingga pasar tidak terfungsikan dengan baik. Pendekatan komunikatif dalam revitalisasi belum terlaksana, disebabkan beberapa masalah antara lain:

1. Belum teridentifikasinya karakteristik pedagang dan konsumen di sekitar Kawasan PBC
  2. Belum teridentifikasinya faktor-faktor penghambat proses revitalisasi PBC
  3. Belum teridentifikasi aspirasi seluruh stakeholder yang terlibat dalam rencana revitalisasi PBC
- Dari rumusan masalah diatas maka diharapkan penelitian ini dapat

menjawab pertanyaan sebagai rumusan Research Question yang telah ditetapkan, yaitu : “Bagaimana bentuk konsensus (kesepakatan) antar stakeholder yang terkait dalam rencana revitalisasi Pasar Baru Cikarang?”

Berdasarkan permasalahan di Kawasan Pusat Perdagangan Cikarang Utara, maka tujuan studi ini untuk menghasilkan suatu konsensus melalui pendekatan komunikatif dalam rencana revitalisasi pasar agar Pasar Baru Cikarang (PBC) bisa segera di bangun dan berfungsi kembali untuk melayani kebutuhan masyarakat di Kecamatan Cikarang Utara dan sekitarnya.

## B. Landasan Teori

Landasan teori terdiri dari tinjauan kebijakan dan tinjauan teori.

### Tinjauan Kebijakan

Perda No 12 Tahun 2011 Tentang RTRW Kabupaten Bekasi Tahun 2011-2031 menjelaskan kedudukan Kecamatan Cikarang Utara Rencana Struktur Ruang, Rencana Pola Ruang dan Rencana Kawasan Strategis.

**Tabel 1.** Rangkuman Kajian Kebijakan RTRW Kabupaten Bekasi Tahun 2011–2031 di Kecamatan Cikarang Utara

No	Regulasi	Penjelasan
1	Rencana Struktur Ruang	Pengembangan industri, perdagangan dan jasa, perumahan dan permukiman, pariwisata dan pendukung kegiatan industri
2	Rencana Pola Ruang	Pengembangannya diarahkan ke rencana kawasan budidaya permukiman perkotaan

		dan Perdagangan dan Jasa skala Kelurahan
3	Rencana Kawasan Strategis	Kawasan Strategis pengembangan kawasan ekonomi

Sumber : RTRW Kabupaten Bekasi, 2011-2031

Tinjauan kebijakan yang di bahas dalam Rencana Detail Tata Ruang Wilayah Pengembangan I meliputi struktur ruang dan pola ruang.

**Tabel 2.** Rangkuman Kajian Kebijakan RDTR WP 1 Tahun 2011–2031 di Kecamatan Cikarang Utara

No	Regulasi	Penjelasan
1	Rencana Struktur Ruang	Sub pusat pelayanan kawasan dengan fungsi industri, komersial dan fasilitas umum.
2	Rencana Pola Ruang	Pengembangan diarahkan ke rencanan kawasan industri berat, permukiman perkotaan, perdagangan dan jasa skala kelurahan dan regional

Sumber : RTRW Kabupaten Bekasi, 2011-2031

Peraturan Daerah No. 8 Tahun 2006 menjelaskan bahwa Pemerintah desa melalui UPTD berwenang dalam mengatur dan mengelola pasar (pasal 2). Retribusi Pasar sebagai pembayaran atas jasa dalam penyediaan sarana dan prasana serta pemakaian izin tempat dipungut oleh pemerintah daerah melalui UPTD Pasar (pasal 4). UPTD mengelola lingkungan pasar dan radius 100 M dari pasar dan berhak menarik retribusi di wilayah yang telah ditentukan tersebut (Pasal 10).

### Tinjauan Teori

Dasar teori perencanaan komunikatif yaitu paradigma communicative turn oleh Habermas seperti yang telah dijelaskan sebelumnya. Perencanaan yang mengandalkan rasionalitas semata tidak mampu menyelesaikan permasalahan kompleks. Perlu adanya partisipasi masyarakat melalui diskusi dan komunikasi. Hal ini dikarenakan setiap masyarakat memiliki ‘habitus’ atau praktek kehidupan sehari-hari. Melalui komunikasi aktif, akan diperoleh pertukaran pengalaman sehingga menjadi dasar membangun pengetahuan bersama yang selanjutnya diakomodasi dalam pengambilan kebijakan. Hal ini juga sejalan dengan pemikiran Foucault (1994) yang menyatakan kekuasaan dan kekuatan (power) pada dasarnya tidak hanya dimiliki penguasa, tetapi tersebar di berbagai tempat oleh masyarakat (Foucault,1994).

Secara lebih mendasar, pendekatan perencanaan komunikatif ini memiliki sepuluh prinsip atau komponen pondasi. Komponen-komponen ini disimpulkan oleh Healey (1992) dari pemikiran Habermas yang masih bersifat umum. Adapun komponen-komponen tersebut yaitu: (Healey,1992)

1. Perencanaan komunikatif adalah suatu proses interaktif dan interpretatif.
2. Perencanaan komunikatif dilakukan melalui forum diskusi yang cair dalam masyarakat yang beragam.
3. Dalam metodenya, diperlukan sikap saling menghormati antar individu dan diskusi antar budaya.
4. Fokus penekanan pada proses diskusi publik yang dilakukan. Masalah, strategi, taktik, nilai-

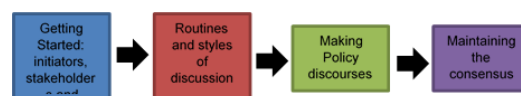
nilai, atau konflik didiskusikan atau dimediasi.

5. Terdapat beraneka klaim untuk berbagai bentuk dan jenis kebijakan pembangunan.
6. Kapasitas yang refleksif dikembangkan sehingga memungkinkan peserta untuk mengevaluasi melakukan peninjauan kembali.
7. Wacana strategis dibuka untuk semua pihak berkepentingan, hasilnya akan memunculkan wacana perencanaan baru.
8. Peserta mendapatkan pengetahuan baru dari peserta lain, belajar hubungan baru, nilai-nilai, dan pemahaman.
9. Peserta dapat berkolaborasi untuk mengubah kondisi yang ada.
10. Peserta didorong untuk menemukan cara praktis mencapai perencanaan yang mereka inginkan, bukan hanya dari daftar tujuan mereka.

Terdapat empat panduan untuk melaksanakan proses perencanaan komunikatif, yaitu:



**Gambar 1.** Proses Umum Perencanaan Komunikatif



**Gambar 2.** Panduan Pelaksanaan Proses Perencanaan Komunikatif

**Tabel 3.** Analisa Karakteristik Kelompok Pedagang

No	Kelompok Pedagang	Karakteristik pedagang	Lokasi Berjualan	Asal Tempat Tinggal	Jenis Barang Dagangan	Pendapatan
1	PKL Pindahan Pasar Baru Cikarang (diluor)	- Pedagang yang bermodal kecil. - Pedagang yang menjadi korban kebakaran, sehingga tidak sanggup untuk membangun kembali tempat berjualannya.	Berjualan Diluar - Bahu Jalan - Badan Jalan - Area luar PBC	- Cibarusah - Cikarang Barat - Cikarang Pusat - Cikarang Selatan - Cikarang Utara	- Sayur Mayur dan Umbi-umbian - Jenis-jenis Daging dan Ikan - Buah-buahan - Sembako - Pakaian dan Aksesoris - Makanan dan Minuman - Lainnya	a) < Rp. 300.000 b) Rp. 300.000 – Rp. 750.000
2	PKL Pendatang (diluor)	- Pedagang yang memanfaatkan situasi dan kondisi di lokasi PBC.. - Pedagang yang berjualan makan dan minuman ringan. - Pedagang yang bermodal kecil.	Berjualan Diluar - Bahu Jalan - Badan Jalan - Area luar PBC - Trotoar	- Cikarang Timur - Cikarang Utara - Serang Baru	- Sayur Mayur dan Umbi-umbian - Jenis-jenis Daging dan Ikan - Buah-buahan - Sembako - Pakaian dan Aksesoris - Makanan dan Minuman - Lainnya	a) < Rp. 300.000 b) Rp. 300.000 – Rp. 750.000
3	Pedagang di dalam PBC (didalam)	- Pedagang yang sudah memiliki langganan tetap - Pedagang yang bermodal menengah keatas	Berjualan di dalam - Lantai Basement - Lantai Dasar - Ruko	- Cibitung Pusat - Cibitung Barat - Cikarang Pusat - Cikarang Selatan - Cikarang Timur - Cikarang Utara - Muara Gembong - Serang Baru	- Sayur Mayur dan Umbi-umbian - Jenis-jenis Daging dan Ikan - Buah-buahan - Sembako - Pakaian dan Aksesoris - Makanan dan Minuman - Alat Tulis Kantor - Alat Elektronik - Perhiasan - Perabotan - Jasa - Lainnya	a) < Rp. 300.000 b) Rp. 300.000 – Rp. 750.000 c) > Rp. 750.000

**Tabel 4.** Analisa Karakteristik Kelompok Konsumen

No	Kelompok Konsumen	Karakteristik	Lokasi Tempat Tinggal	Intensitas Berkunjung	Jenis Barang Belanjaan	Kepuasan	Kenyamanan
1	Konsumen Tetap	- Sering berbelanja di Kawasan PBC - Selalu berbelanja di Kawasan PBC - Memiliki tempat langganan untuk memenuhi segala kebutuhan sehari-hari	- Cibitung - Cikarang Barat - Cikarang Pusat - Cikarang Selatan - Cikarang Timur - Cikarang Utara - Pebayuran	-Sering	- Bahan Dagang - Sembako - Lainnya	- Bagus - Standar - Kurang Bagus	-Nyaman -Tidak Nyaman
2	Konsumen Tidak Tetap	- Jarang atau tidak menentu berbelanja di Kawasan PBC - Tidak selalu berbelanja di Kawasan PBC, terkadang juga berbelanja di pasar lain - Jarang atau tidak mempunyai tempat langganan tetap.	- Cikarang Barat - Cikarang Pusat - Cikarang Selatan - Cikarang Utara - Karang Bahagia - Tambun Selatan	-Jarang -Tidak Menentu	- Elektronik - Pakaian - Perabotan - Sembako - Lainnya	- Bagus - Standar - Kurang Bagus	-Nyaman -Tidak Nyaman

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

#### Analisis Karakteristik Pedagang dan Konsumen di Pasar Baru Cikarang

Pedagang dan konsumen di Kawasan Pasar Baru Cikarang merupakan objek dari penyusunan

konsep revitalisasi, maka untuk mencapai tujuan penyusunan Konsep revitalisasi pasar melalui Pendekatan Komunikatif tersebut, diperlukan adanya analisa karakteristik pedagang dan konsumen berdasarkan variabel-variabel tertentu. Karakteristik pedagang dan konsumen diuraikan berdasarkan hasil data wawancara dan

observasi langsung ke lapangan. Jumlah pertanyaan yang diajukan penulis untuk wawancara langsung dengan pedagang dan konsumen berjumlah 24 pertanyaan, terdiri dari 12 pertanyaan untuk pedagang dan 12 pertanyaan untuk konsumen. Masing-masing terdapat 6 pertanyaan yang mengarah pada karakteristik pedagang maupun konsumen. Hasil analisa karakteristik pedagang dan konsumen dapat dilihat pada tabel 3 dan 4.

### **Analisis Faktor-Faktor Penghambat Proses Revitalisasi Pasar Baru Cikarang**

Pemerintah Kabupaten Bekasi sudah merencanakan revitalisasi Pasar Baru Cikarang mulai dari pasca kebakaran pasar pada tahun 2015, akan tetapi belum juga terealisasi sampai sekarang. Hal ini disebabkan dari berbagai faktor, antara lain:

1. Pemerintah dinilai kurang kompeten dalam rencana merevitalisasi pasar, salah satunya dikarenakan adanya konflik internal. Pemerintah juga seharusnya memfasilitasi kegiatan pedagang, seperti menyediakan tempat penampungan sementara yang layak apabila rencana ini ingin terealisasi.
2. Rencana revitalisasi Pasar Baru Cikarang dinilai memberatkan dan kurang berpihak kepada para Pedagang, dikarenakan kurangnya keterlibatan para pedagang dalam rencana revitalisasi (tidak adanya pendekatan komunikatif dan partisipatif)
3. Berdagang diluar bangunan Pasar Baru Cikarang dinilai lebih menguntungkan dari segi pendapatan, sehingga sebagian

besar para pedagang lebih memilih untuk tetap menjadi Pedagang Kaki Lima.

### **Analisis Aspirasi Stakeholder yang Terkait dalam Rencana Revitalisasi Pasar Baru Cikarang**

Peran serta para stakeholder dalam rencana revitalisasi Pasar Baru Cikarang sangat dibutuhkan, demi terciptanya kelancaran proses revitalisasi. Aspirasi dan stakeholder yang terkait diperlukan agar proses revitalisasi Pasar Baru Cikarang sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh setiap stakeholder. Aspirasi seluruh stakeholder yang terlibat sangat berpengaruh besar untuk keberlangsungan kegiatan di Pasar Baru Cikarang nantinya. Adapun kesamaan persepsi berdasarkan aspirasi setiap stakeholder antara lain:

1. Revitalisasi pasar perlu dilaksanakan segera dengan melibatkan setiap stakeholder dalam penyusunan konsep revitalisasi, agar proses revitalisasi tidak semata merugikan salah satu pihak.
2. Perlu adanya perbaikan dan penataan bangunan gedung pasar untuk menunjang kegiatan jual beli
3. Peningkatan sarana dan prasarana untuk memperlancar kegiatan jual beli di pasar.
4. Penataan pasar sesuai karakteristik/kebutuhan pedagang dan konsumen, agar mempermudah kegiatan jual beli antara pedagang dan konsumen.
5. Konsistensi pemerintah dalam mengelola dan mengawasi kegiatan di Pasar Baru Cikarang, agar pasar bisa terawat dengan baik sehingga pedagang konsumen merasa aman dan nyaman.

6. Perlunya upaya pemerintah dalam memfasilitasi kegiatan perdagangan, seperti pemecahan masalah modal usaha yang menjadi salah satu kendala pedagang atau pengembangan perdagangan ekonomi kreatif untuk meningkatkan daya tarik pasar, sehingga pasar bisa berkembang

#### D. Kesimpulan

Hasil dari analisis setiap stakeholder ditemukan kesamaan persepsi untuk menyusun konsep revitalisasi Pasar Cikarang Baru. Kesamaan persepsi tersebut menghasilkan suatu konsensus yang akhirnya bisa menjadi dasar dalam rencana revitalisasi pasar. Adapun konsensus berdasarkan hasil observasi dan wawancara dari setiap stakeholder yang berhasil dianalisa penulis antara lain:

1. Perbaikan dan penataan bangunan pasar dengan sesuai dengan kebutuhan/karakteristik pedagang dan konsumen yang merupakan objek perencanaan
2. Meningkatkan sarana dan prasarana penunjang yang kurang memadai, seperti sarana parkir, mushola, toilet umum, persampahan dan lain-lain
3. Peningkatkan kinerja UPTD dalam pengelola pasar, agar pasar tidak terbelengkalai seperti kondisi pasca kebakaran tahun 2015 yang menyebabkan kondisi pasar menjadi tidak layak ataupun kurang memadai dikarenakan pengelolaan yang kurang baik.
4. Pemerintah memfasilitasi kegiatan perdagangan demi perkembangan pasar, seperti pengembangan koperasi simpan

pinjam ataupun memfasilitasi pedagang dengan investor dalam menanggulangi permasalahan modal usaha

5. Pengembangan perdagangan ekonomi kreatif agar dapat meningkatkan daya tarik pasar.
6. Pemberdayaan ataupun pembinaan pedagang agar dapat mengembangkan usaha terutama dalam meningkatkan pendapatan.

#### Kelemahan Studi

Penyusunan laporan studi ini memiliki beberapa kelemahan antara lain :

1. Pada kegiatan lapangan untuk mengumpulkan data primer, peneliti mengalami kesulitan dalam memilih responden, karena beberapa responden menolak untuk meluangkan waktu berdiskusi atau sekedar tanya jawab. Terutama PKL yang berada di sekitar kawasan Pasar Baru Cikarang dan SGC.
2. Kurang objektif dan lengkapnya data wawancara yang didapat karena adanya halangan dari oknum yang diperkirakan menguasai daerah tersebut menyebabkan peneliti sulit memperoleh data, selain itu juga karena beberapa PKL yang menjadi responden dinilai kurang antusias dan terbuka.
3. Pendekatan komunikatif tidak terlaksana dalam bentuk *Focus Group Discussion* (FGD), disebabkan kondisi yang tidak memungkinkan dikarenakan faktor keamanan.
4. Data sekunder yang didapat kurang valid karena adanya konflik kepentingan antar oknum dan pemangku

kepentingan sehingga peneliti sulit untuk menelaah dan memperoleh, selain itu dalam pengumpulan data sekunder, peneliti mengalami kesulitan dalam memperoleh data terupdate, dikarenakan data yang terbaru sedang dalam proses penyusunan/revisi.

### Daftar Pustaka

- BAPPEDA Kabupaten Bekasi. Rencana Detail Tata Ruang (RDTR) 2011-2031. , (2011).
- BAPPEDA Kabupaten Bekasi. Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) 2011-2031. , (2011).
- Dewi, P. T. (2018). Efektivitas Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional Srago Kabupaten Klaten Terhadap Kesejahteraan Pedagang [Tugas Akhir].
- Ekomadyo, A. S., & Hidayatsyah, S. (2012). Pengembangan Rancangan Revitalisasi Pasar Tradisional sebagai Aset Sosio-Kultural Kota [Riset dan Inovasi].
- Fauzi, A. F. (2017). Proses Perencanaan Komunikatif. 8, 11.
- Habermas, J. (1984). *The Theory of Communicative Action*. Cambridge: Polity Press, 2.
- Halimah, M. N. (2015, April 5). Pedagang Kaki Lima itu Masalah atau Solusi ? [Wordpress].
- Hendryadi. (2018). Metode Pengumpulan Data [Blog].
- Hoki. (2019). Tidak Kompeten Kelola Pasar Baru Cikarang, Ombudsman Beri Waktu Pemkab Lakukan Tindakan Korektif. BISKOM Majalah Mitra Komunitas Telematika.
- Kamus Tata Ruang. (1997). Diambil dari [https://drive.google.com/file/d/0B\\_H3biIPpgmdVGRRZHZHfUUFYd1E/view](https://drive.google.com/file/d/0B_H3biIPpgmdVGRRZHZHfUUFYd1E/view)
- KBBI, E. (2016). Diambil dari <https://kbbi.web.id>
- Kemendag RI. (2016, April 19). Konsep Revitalisasi Pasar Rakyat.
- J. Moleong, L. (1996). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mashita, A. I. (2010). Dampak Sosial Ekonomi Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pedagang. 2.
- Nazir, Moh. (1988). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.
- Peraturan Daerah Kabupaten Bekasi, P. D. Pengelolaan Pasar Dan Tempat Perbelanjaan. , Pub. L. No. 8 (2006).
- Simanjuntak, G. (2009). Konsep Revitaliasi Kawasan Pasar Atas di Kota Cimahi [Tugas Akhir].
- Sofyanti, A. (2019). Empat Konsep Revitalisasi Pasar Rakyat Ini Mampu Tingkatkan Omzet. Trubus News.
- Subyakto, & Nababan. (1993). *Metode Pengajaran Bahasa*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. ALfabeta.
- Suwarjeni V, W. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Undang-Undang No.26. PENATAAN RUANG. , Pub. L. No. 26 (2007).
- UPTD Pasar Cikarang, U. (2018). Profil Pasar. UPTD Dinas Pasar Cikarang
- Vaughan, A., & Akliyah, L. S. (2016). Konsep Penataan Pasar Minggu di Kawasan Bandung Timur. 2, 8.



