

## KAJIAN ATRIBUT PADA AKTIVITAS PEDAGANG PASAR INFORMAL DI PASAR LOAK JEMBATAN ITEM JAKARTA

Dedi Hantono<sup>1,\*</sup>, Wiendu Nuryanti<sup>2</sup>, Diananta Pramitasari<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jl. Cempaka Putih Tengah 27 Jakarta Pusat 10510

<sup>2,3</sup>Program Studi Arsitektur, Departemen Teknik Arsitektur dan Perencanaan, Fakultas Teknik, Universitas Gadjah Mada, Jl. Grafika No.2 Yogyakarta 55284

\*E-mail: [dedihantono@umj.ac.id](mailto:dedihantono@umj.ac.id)

Diterima: 11-12-2022

Direview: 28-12-2022

Direvisi: 02-12-2023

Disetujui: 10-12-2023

**ABSTRAK.** Ruang terbuka publik kota memiliki aksesibilitas yang sangat tinggi sehingga memudahkan berbagai aktivitas muncul walaupun tidak sesuai dengan fungsi ruang tersebut diantaranya aktivitas berdagang. Aktivitas berdagang yang tumbuh pada ruang terbuka publik menimbulkan tumbuhnya ruang pasar informal yang sering mendapatkan tekanan dari lingkungan. Upaya pedagang pasar informal untuk bertahan dikaji melalui atribut yang terdapat di dalam ruang pasar tersebut. Untuk melakukan penelitian ini diperlukan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk menjawab “how” dan “why” terhadap fenomena yang terjadi. Hasil penelitian ini didapat bahwa Atribut Adaptasi bukan hanya menjadi bagian dari atribut saja melainkan membantu atribut lain dalam upaya keberlanjutan pedagang pasar informal. Kemudian didapat bahwa Atribut Legabilitas tidak ditemui pada ruang pasar informal. Suatu temuan yang menarik dari penelitian ini bahwa selain atribut Weisman juga ditemukan faktor “keahlian” dalam keberlanjutan pasar informal.

**Kata kunci:** aktivitas, atribut, pasar, pedagang, ruang publik

**ABSTRACT.** *Urban public open spaces have very high accessibility, making it easier for various activities to emerge even though they are not by the function of the area, including trading activities. Trading activities that grow in public open spaces lead to the growth of informal market spaces that often get pressure from the environment. The efforts of informal market traders to survive are studied through the attributes contained in the market space. A qualitative research method with a case study approach is needed to answer the "how" and "why" of the occurring phenomena. This study found that the Adaptation Attribute is not only part of the attribute but helps other attributes in the survival efforts of informal market traders. Then, it was found that the Legibility Attribute was not found in the casual market space. An interesting finding from this research is that in addition to Weisman's attributes, the "expertise" factor is also found in the survival of informal markets.*

**Keywords:** activity, attribute, market, vendor, public space

### PENDAHULUAN

Ruang terbuka kota yang memiliki aksesibilitas tinggi menyebabkan berbagai jenis aktivitas tumbuh termasuk aktivitas ekonomi atau perdagangan. Pada umumnya aktivitas ini dimulai dari hadirnya pedagang dari sektor informal yang berjualan untuk menawarkan barang dagangannya. Pekerja dari sektor informal tersebut menangkap ruang terbuka publik sebagai peluang bagi mereka dalam melakukan aktivitas ekonomi (Hantono et al., 2021).

Pasar informal merupakan pasar yang tumbuh pada ruang terbuka publik tanpa melalui perencanaan dan perancangan terlebih dahulu (*unorganized*). Aktivitas berdagang berjalan

secara mandiri tanpa manajemen khusus (*selforganized*). Kedua aspek tersebut menyebabkan pedagang pasar informal mendapat tekanan dari lingkungan (Hantono, 2019).

Pada awal terbentuknya pasar informal, pedagang hanya berjumlah satu atau beberapa orang saja hingga pada akhirnya semakin bertambah tanpa terencana serta tidak terkendali. Tekanan yang dihadapi oleh pedagang tidak membuat aktivitas mereka terhenti. Aktivitas perdagangan tetap berjalan bahkan jumlah pedagang semakin bertambah hingga membentuk kumpulan pedagang atau yang biasa disebut pasar. Atribut sebagai sesuatu yang melekat pada suatu ruang tentu merupakan indikasi terhadap fenomena apa

yang menjadikan pasar informal menjadi seperti sekarang ini. Oleh karena itu, keberterimaan pedagang hingga terbentuk menjadi pasar informal menjadi landasan penelitian ini. Pertanyaan penelitian ini akan dilakukan melalui kajian atribut yang berada dalam Pasar Loak Jembatan Item di Jakarta. Bagaimana upaya pedagang menghadapi tekanan dan mengapa mereka mampu bertahan dalam menghadapi tekanan tersebut? Jawaban yang ditemukan dari pertanyaan tersebut diharapkan juga dapat menjawab pertanyaan apakah semua atribut atau ada atribut yang hilang dalam ruang pasar informal dan mengapa hal tersebut bisa terjadi?

## METODE PENELITIAN

Dalam melakukan penelitian perlu dipilih metode yang tepat agar tidak keluar dari wujud keilmiahannya dan sesuai dengan tujuan penelitian yang dilakukan (Sugiyono, 2018). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif karena memerlukan eksplorasi yang cukup mendalam untuk mempelajari fenomena suatu kelompok tertentu sehingga mendapat pemahaman yang detail dan lengkap (Bungin, 2012). Creswell (2016) menyampaikan bahwa ada banyak pilihan pendekatan dalam penelitian kualitatif, diantaranya: fenomenologi, etnografi, *grounded theory*, hermeneutika, antropologi sosial, sejarah, studi kasus, dan lain-lain (Creswell, 2016). Fenomena yang terjadi di dalam ruang pasar informal merupakan rangkaian peristiwa yang terus terjadi hingga kini sehingga bersifat kontemporer. Pertanyaan berupa “*how*” dan “*why*” pada permasalahan penelitian diperlukan untuk menyusun strategi penelitian. Berdasarkan strategi tersebut maka perlu dilakukan pendekatan studi kasus (Yin, 2015).

Penelitian Studi Kasus menggunakan data dari berbagai sumber untuk mengungkapkan fakta dibalik kasus yang diteliti (Gunawan, 2013). Ada beberapa sumber data yang digunakan, diantaranya:

### 1. Dokumen atau Literatur.

Dalam hal ini teori utama yang digunakan adalah teori atribut dari Windley & Scheidt (1980).

### 2. Observasi.

Melihat langsung kondisi Pasar Loak Jembatan Item sangat penting dalam penelitian ini. Hal ini berguna untuk membandingkan teori dan kondisi yang ada di lapangan. Selain itu diharapkan

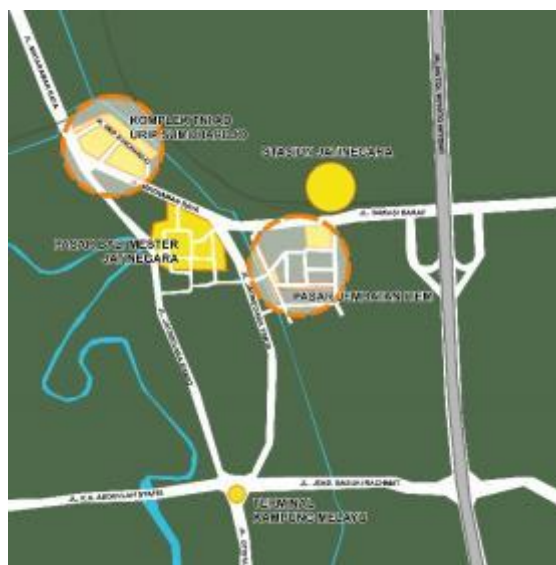
mendapat temuan baru yang mungkin belum ada pada teori yang digunakan.

### 3. Wawancara.

Wawancara bertujuan untuk mencari sejarah singkat bagaimana terbentuknya pasar tanpa ada perencanaan dan perancangan sebelumnya. Teori atribut yang sebagian besar bersifat persepsi sehingga memerlukan informasi dari para pelaku pasar dengan melakukan wawancara. Pedagang pasar informal memiliki mobilitas dan dinamika yang cukup tinggi diantaranya selalu berjualan berpindah-pindah tempat atau berganti-ganti pedagang sehingga menentukan jumlah responden cukup spesifik pada kasus ini. Maka dalam hal ini dipilih 10 orang responden secara acak dengan tetap memperhatikan memilih pedagang yang telah menetap cukup lama.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pasar Jembatan Item merupakan pasar tempat menjual barang bekas dan barang antik di kawasan Jakarta Timur. Pasar ini berada di Jalan Bekasi Barat III atau sekitar 500 m ke arah Selatan Stasiun Jatinegara. Sebelum bertempat di lokasi yang sekarang, pasar loak ini dulu berada di Jalan Urip Sumoharjo (*Gambar 1*). Stasiun Jatinegara adalah stasiun pemberhentian bagi berbagai macam jenis kereta, mulai dari gerbong ekonomi hingga eksekutif. Stasiun ini juga melayani hampir seluruh wilayah yang ada di Pulau Jawa.



Gambar 1. Lokasi Pasar Jembatan Item  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)

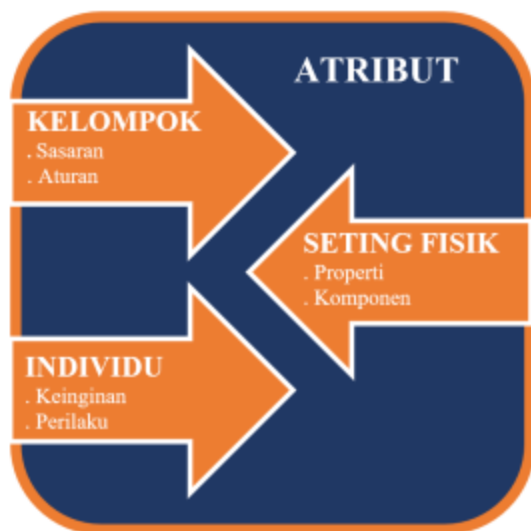
Unit ruang usaha pedagang Pasar Jembatan Item terdiri dari kios, lapak, gudang, dan ruang

usaha lainnya. Kios merupakan bangunan semi permanen sederhana dengan ukuran 2m X 2m. Bangunan ini berderet di sepanjang sisi jalan. Sedangkan pedagang lapak menggelar barang dagangannya di sepanjang pinggir jalan. Ada beberapa lapak yang menggunakan payung untuk berteduh dan sebagian membiarkan penjual dan barang dagangannya diterpa terik matahari (*Gambar 2*).



Gambar 2. Suasana Pasar Jembatan Item  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)

Hubungan manusia dengan lingkungan terdapat pada interaksi individu dengan properti yang berada di dalamnya. Hubungan ini terlihat pula pada hubungan antara pedagang dengan ruang pasar serta pedagang sebagai individu dengan ruang usaha (kios, lapak, dan lain-lain) sebagai properti pada seting fisik yang dipilihnya seperti yang terlihat pada *Gambar 3*. Pedagang sebagai sifat individu memiliki faktor internal seperti motivasi, minat, tujuan, dan harapan. Interaksi antara individu dengan seting fisik menghasilkan persepsi tertentu (Weisman, 1981).



Gambar 3. Model Sistem Perilaku  
(Sumber: Weisman, 1981)

Jika persepsi berada dalam batas wajar maka hal tersebut disebut homeostatis atau keadaan

seimbang dan akan dipertahankan. Namun jika persepsi di luar batas normal maka akan menimbulkan reaksi dan melakukan penyesuaian atau adaptasi. Altman (1975) menjelaskan bahwa adaptasi dapat dilakukan dalam 3 bentuk penyesuaian (Altman, 1975). Adapun ketiga bentuk penyesuaian tersebut adalah sebagai berikut:

1. Adaptasi dengan reaksi (*adaptation by reaction*), yaitu melakukan perubahan lingkungan sesuai dengan keinginan.
2. Adaptasi dengan penyesuaian (*adaptation by adjustment*), yaitu adaptasi dengan melakukan penyesuaian terhadap kondisi lingkungan.
3. Adaptasi dengan menghindar (*adaptation by withdrawal*), yaitu adaptasi dengan keluar dari lingkungannya.

Untuk melihat berbagai aspek perilaku manusia maka diperlukan beberapa atribut sebagai indikator keberterimaan dalam memanfaatkan ruang (Windley & Scheidt, 1980), diantaranya:

1. Kenyamanan (*comfort*), yaitu keadaan lingkungan yang sesuai dengan pancaindera dan antropometri sehingga mampu mendukung aktivitas tertentu.
2. Sosialitas (*sociality*), yaitu kemampuan lingkungan dalam memfasilitasi kontak sosial antar sesama manusia, misal: pedestrian yang nyaman yang dapat mendorong orang untuk memanfaatkannya sehingga memungkinkan adanya pertemuan dengan individu lain. Jarak antar individu dan perilaku non verbal menunjukkan kualitas sosialisasi.
3. Aksesibilitas (*accessibility*), yaitu kemudahan bergerak menuju suatu obyek tertentu (Rafsyjanjani et al., 2020).
4. Adaptabilitas (*adaptability*), yaitu kemampuan lingkungan untuk menampung perilaku yang berbeda, misal: orang yang merasa kegerahan dalam suatu ruang maka akan mencari lokasi yang dekat dengan jendela atau sumber aliran angin lainnya.
5. Rangsangan inderawi (*sensory stimulation*), yaitu kualitas dan intensitas rangsangan sebagai pengalaman yang dirasakan. Pemanfaatan obyek tertentu dari lingkungan yang dapat membangkitkan atau menstimulasi penggunaan panca indera, misal: tekstur lantai khusus sebagai pengarah jalan bagi penyandang disabilitas. Hanya 4 (empat) dari 5 (lima) indera manusia yang berhubungan dengan keruangan, yaitu: suara, bau-bauan, cahaya, dan kualitas permukaan bidang.

6. Kontrol (*control*), yaitu kondisi lingkungan untuk menciptakan batas ruang dan wilayah kekuasaan, misal: meja guru yang diletakkan di depan ruangan untuk memudahkan pengawasan siswa dalam kelas pada saat proses belajar-mengajar berlangsung.
7. Aktivitas (*activity*), yaitu perilaku yang terus menerus terjadi dalam suatu lingkungan.
8. Kesusakan (*crowdedness*), yaitu perasaan kepadatan dalam suatu lingkungan dimana situasi seseorang atau sekelompok orang sudah tidak mampu mempertahankan ruang pribadinya. Jika ini berlangsung lama akan menimbulkan tekanan (*stress*). Kesusakan merupakan persepsi seseorang sehingga bersifat subyektif, misalnya: orang yang sudah terbiasa naik bus dengan penumpang yang padat mungkin sudah tidak merasa sesak lagi dibandingkan dengan orang yang terbiasa dengan kendaraan pribadi.
9. Privasi (*privacy*), yaitu kecenderungan seseorang untuk tidak diganggu oleh interaksi orang lain, misal: pengunjung perpustakaan lebih memilih meja di sudut ruangan atau yang terhalang oleh lemari buku agar tidak terganggu pengunjung lainnya.
10. Makna (*meaning*), yaitu kemampuan suatu lingkungan untuk dapat dirasakan oleh orang lain. Lingkungan yang memiliki kekhasan tersendiri akan semakin mudah dapat dirasakan oleh orang yang berada atau pernah di lingkungan tersebut .
11. Legabilitas (*legability*), yaitu kemudahan yang disediakan suatu lingkungan untuk mengenal dan memahami elemen dan hubungan dalam suatu lingkungan, misal: sirkulasi suatu bangunan yang dapat dikenal dengan adanya papan penunjuk arah yang jelas.

Observasi pada Pasar Loak Jembatan Item dilakukan melalui pengamatan dan wawancara kepada 10 (*sepuluh*) orang pedagang sebagai sampel penelitian. Sebelas atribut di atas menjadi panduan dalam mengajukan beberapa pertanyaan.

### **Kenyamanan (*Comfort*)**

Mobilitas pedagang di dalam ruang usaha sangat rendah. Mereka hanya melakukan pergerakan duduk dan berdiri di sepanjang waktu berjualan. Pada sebagian pedagang atribut kenyamanan tidak dirasakan pada saat hujan karena air yang masuk ke dalam ruang usaha mereka.

### **Sosialitas (*Sociality*)**

Interaksi antara pedagang dan pembeli serta antar sesama pedagang berjalan dengan baik. Tidak ada hambatan selama mereka berkomunikasi.

### **Aksesibilitas (*Accessibility*)**

Pergerakan pedagang selama berjualan hanya berada di dalam ruang usaha. Sekali waktu mereka berjalan ke depan untuk melayani pembeli dan menjangkau atau bongkar-muat barang.

### **Adaptibilitas (*Adaptability*)**

Pada umumnya adaptasi yang dilakukan oleh pedagang pada pasar ini adalah dengan melakukan penyesuaian terhadap kondisi lingkungan (*adaptation by adjustment*). Segala bentuk keterbatasan ruang yang dimiliki serta perlakuan lingkungan yang pedagang hadapi tidak menjadi tekanan bagi mereka.

Pada beberapa kasus, pedagang melakukan reaksi atau perubahan terhadap tekanan yang berasal dari lingkungan (*adaptation by reaction*). Kondisi yang tidak diharapkan ini berupa kondisi iklim yang dapat mengganggu aktivitas dan barang dagangan mereka seperti hujan serta terik/panas matahari. Adapun bentuk reaksi yang mereka lakukan untuk menghadapi kondisi lingkungan seperti ini adalah membenteng terpal yang telah mereka siapkan, memasang kipas angin, dan membuka tirai yang terbuat dari spanduk bekas.

### **Rangsangan Inderawi (*Sensory Stimulation*)**

Suasana pasar yang ramai karena aktivitas manusia dan kendaraan yang melintas menghasilkan tingkat suara yang cukup tinggi. Suara yang mereka terima tersebut belum pada tahap mengganggu malah menandakan peluang bagi usaha mereka karena keramaian tersebut.

Kondisi kali yang melintas di sepanjang sisi koridor pasar yang cukup bersih tidak menimbulkan bau-bauan yang mengganggu aktivitas.

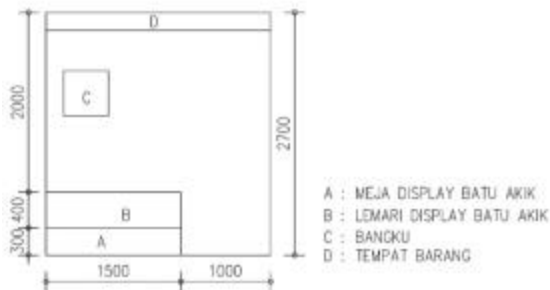
Kualitas pencahayaan bisa dikontrol dengan menggunakan pencahayaan buatan bila waktu menjelang sore/malam. Pada kualitas pencahayaan alam (matahari) yang berlebihan pedagang menggunakan tirai untuk mengurangi cahaya yang masuk ke dalam ruang usaha mereka.



Kualitas permukaan bidang dinding atau lantai yang mereka rasakan pada indera peraba mereka tidak mengganggu aktivitas mereka.

### Kontrol (*Control*)

Dimensi ruang yang sangat terbatas menjadikan pengawasan semakin mudah dilakukan. Tipikal ruang usaha pedagang bisa dilihat pada *Gambar 4*.



Gambar 4. Tipikal Pedagang Pasar Jembatan Item (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)

### Aktivitas (*Activity*)

Pedagang tidak memiliki aktivitas lain selain berjualan. Pedagang mengisi waktunya bila tidak ada pembeli dengan melakukan aktivitas ringan atau pekerjaan rumah tangga, seperti: membereskan barang dagangan, mendengarkan musik, mengobrol dengan pedagang lain, mengasuh anak, dan lain-lain.

### Kesesakan (*Crowdedness*)

Dimensi ruang yang terbatas masih mampu menampung jumlah rata-rata pembeli setiap hari. Pada kasus tertentu pembeli mengantri di luar ruang usaha sambil tetap mendapat pelayanan pedagang.



Gambar 5. Ruang usaha yang sesak (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)

### Privasi (*Privacy*)

Ruang usaha didominasi sebagai zona publik/semi publik sehingga tingkat keprivasian cukup rendah. Pembeli bebas keluar-masuk ke dalam ruang usaha mereka. Bahkan pada pedagang lapak mereka tidak memiliki ruang khusus berjualan, mereka meminjam ruang terbuka publik sebagai tempat usahanya. Hampir tidak ditemukan usaha khusus dalam mempertahankan ruang teritori sehingga tidak terlihat pengaruhnya terhadap perilaku pedagang (Sari et al., 2014).



Gambar 6. Barang dagangan yang digelar sampai keluar dari kios (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)

### Makna (*Meaning*)

Pedagang berupaya memperkenalkan usahanya kepada calon pembeli berorientasi kepada barang dagangannya. Penataan ruang tidak menjadi prioritas bagi mereka. Pedagang juga memanfaatkan kedekatan lokasi pasar dengan stasiun sebagai usaha mereka tetap mempertahankan usahanya.

### Legabilitas (*Legability*)

Pedagang tidak memberikan penandaan secara khusus bagi ruang usahanya seperti pemberian *plank* nama usaha. Pembeli cukup mengenali berdasarkan individu pedagang atau bahkan hanya berdasarkan produk yang dibutuhkan saja. Hal ini berbeda bila pembeli berbelanja ke pasar modern yang pada umumnya selain produk yang dibutuhkan

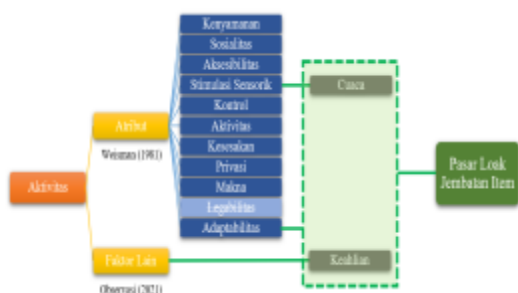
pembeli memilih berdasarkan toko-toko tertentu yang sudah ada merk dagangnya.



Gambar 7. Ruang usaha tidak memiliki penanda  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)

## ATRIBUT PADA PASAR LOAK JEMBATAN ITEM

Hasil dari observasi berupa wawancara yang dilakukan kepada pedagang dan pengamatan pada Pasar Loak Jembatan Item yang berada di Jatinegara, Jakarta Timur menghasilkan bahwa hampir seluruh atribut ditemui di pasar tersebut. Satu-satunya atribut yang tidak ditemui dalam pasar ini adalah Atribut Legabilitas (*Legability*) seperti yang terlihat pada Gambar 8. Pembeli mengenali ruang usaha pedagang tidak dengan penanda khusus seperti plank nama usaha namun cukup mengenali individu pedagang atau produk yang dibutuhkannya.



Gambar 8. Atribut Pada Pasar Loak Jembatan Item  
(Sumber: Weisman dan Analisa Pribadi)

Atribut Adaptasi bukan hanya merupakan bagian dari atribut yang terpisah dengan atribut lainnya. Atribut tersebut membantu atribut lain untuk eksistensi dalam ruang pasar informal. Pedagang membutuhkan adaptasi agar dapat bertahan dalam menghadapi tekanan lingkungan. Hal ini disebabkan pasar informal tumbuh pada ruang terbuka publik yang tidak sesuai peruntukannya dan tanpa ada perencanaan terlebih dahulu sehingga sering ditemui benturan dalam melakukan aktivitas berdagang.

Pada umumnya bentuk adaptasi yang terdapat dalam pasar informal adalah adaptasi dengan penyesuaian (*Adaptation by Adjustment*) yaitu adaptasi tanpa merubah kondisi eksisting melainkan dengan merubah perilaku. Adaptasi bentuk lain yang ditemui adalah adaptasi dengan reaksi (*Adaptation by Reaction*) yaitu penyesuaian terhadap kondisi eksisting dengan melakukan perubahan lingkungan sesuai dengan keinginan atau kebutuhan. Adaptasi bentuk ini ditemui pada Atribut Rangsangan Inderawi (*Sensory Stimulation*) akibat adanya kondisi cuaca yang cukup mengganggu aktivitas mereka. Pada kondisi hujan dan terik matahari mereka membenteng terpal sebagai upaya melindungi air hujan yang masuk ke dalam ruang usaha mereka. Sinar matahari yang cukup terik pada siang hari juga mereka kurangi dengan menutup sebagian fasad ruang usaha dengan tirai atau membuka payung sebagai peneduh pada ruang usaha yang berbentuk lapak. Selain itu berdasarkan pengamatan, pedagang berkipas dengan kipas tangan atau menghidupkan kipas mekanik ketika suhu udara cukup tinggi baik siang atau malam hari.

Bentuk adaptasi tersebut merupakan upaya pedagang pasar informal bertahan terhadap tekanan yang diterima dalam ruang terbuka publik kota. Suatu temuan yang menarik dalam penelitian ini adalah selain atribut Weisman terdapat faktor "keahlian" sebagai aspek keberterapan. Untuk menjadi pedagang barang bekas membutuhkan keahlian khusus dalam menilai barang untuk menetapkan harga jual yang pantas karena barang bekas bukan berasal dari produsen atau distributor langsung melainkan sudah pernah dimiliki orang lain sehingga tingkat kerusakan, kelengkapan, dan lain-lain menjadi faktor penentu nilai jual barang. Keahlian khusus pada jenis barang dagangan tertentu menjadikan tidak mudah bagi pedagang baru yang mencoba memulai usaha berdagang barang bekas (loak). Tingkat keahlian pada tahap tertentu juga menyebabkan mereka sulit untuk memulai usaha baru yang lain.

## KESIMPULAN

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dari 11 atribut Weisman tidak semua ditemukan pada pasar informal khususnya Pasar Loak Jembatan Item di Jakarta. Proses pertumbuhan dan perkembangan pasar informal secara tidak terencana (*unorganized*) dan mandiri (*selforganized*) menyebabkan Atribut Legabilitas tidak muncul dalam ruang pasar tersebut. Menariknya, selain ada atribut

yang hilang ternyata ada temuan baru bahwa terdapat faktor lain penyebab keberlangsungan pedagang pasar informal yaitu "keahlian". Perlu dilakukan kajian lebih lanjut lagi untuk menentukan apakah faktor "keahlian" ini bisa menjadi atribut tambahan dalam memperkaya atribut Weisman yang sudah ada untuk membantu penelitian yang sejenis.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Artikel ini merupakan bagian dari penelitian disertasi saya di bawah bimbingan alm. Prof. Dr. Ir. Budi Prayitno, M.Eng., Prof. Ir. Wiendu Nuryanti, M.Arch. Ph.D. dan Diananta Pramitasari, ST. M.Eng. Ph.D. pada Program Studi Doktor Ilmu Arsitektur Universitas Gadjah Mada. Ungkapan terima kasih saya sampaikan kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi melalui Hibah Program Kompetisi Kampus Merdeka (PKKM) Tahun 2022 yang telah memberikan bantuan dana publikasi serta Program Studi Arsitektur Universitas Muhammadiyah Jakarta yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menerima hibah tersebut sehingga bisa dipublikasikannya artikel ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Altman, I. (1975). *The Environment and Social Behavior: Privacy, Personal Space, Territory, Crowding*. Brooks/Cole Publishing Company.
- Bungin, B. (2012). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Kencana Prenada Media Group.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Pustaka Pelajar.
- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik* (1st ed.). Bumi Aksara.
- Hantono, D. (2019). Pasar Informal dan Wajah Kota di Indonesia. In *Antologi Kota Indonesia #2* (pp. 131–144). Omah Library.
- Hantono, D., Prayitno, B., & Pramitasari, D. (2021). Adaptation of Physical Setting to the Appearance of the Jiung Night Market at Public Open Space in Jakarta. *Civil Engineering and Architecture*, 9(4), 1137–1143.  
<https://doi.org/10.13189/cea.2021.090415>
- Rafsyanjani, M. A., Rahmah, A. A., Wati, G. L., & Hantono, D. (2020). Persepsi Masyarakat Terhadap Pemanfaatan Ruang di Pasar Kencar Jakarta Barat.

- Jurnal Arsitektur Dan Perencanaan (JUARA)*, 3(2), 153–159.  
<https://doi.org/10.31101/juara.v3i2.1328>
- Sari, S. R., Soewarno, N., Nuryanti, W., & Pramitasari, D. (2014). The Patembayan Concept to Spatial Changes of Candirejo Tourism Village. *DIMENSI Journal of Architecture and Built Environment*, 41(1), 11–18.  
<https://doi.org/10.9744/dimensi.41.1.11-18>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R dan D*. CV. Alfabeta.
- Weisman, G. D. (1981). Modelling Environment Behavior System. A Brief Note. *Journal of Man-Environment Relations*, 1(2), 32–41.
- Windley, P. G., & Scheidt, R. J. (1980). Person-environment dialectics: Implications for competent functioning in old age. In *Aging in the 1980s: Psychological issues*. (pp. 407–423). American Psychological Association.  
<https://doi.org/10.1037/10050-030>
- Yin, R. K. (2015). *Studi Kasus Desain Dan Metode*. Rajawali Pers.

