Prosiding Seminar Nasional Penelitian dan Pemberdayaan Masyarakat 2024
Jakarta, 20 – 21 November 2024

DOI http://dx.doi.org/10.36722/psn.v4i1.3430

[SNP – 07]

Dampak Revitalisasi Pasar Rakyat Gianyar sebagai Pasar Termegah di Indonesia Terhadap Omzet Pedagang

I Putu Sastra Wibawa[1], Made Kembar Sri Bushi[2], Ida Ayu Nyoman Saskara[2], Putu Yudy Wijaya[3*], I Komang Gede Santhyasa[4], I Gusti Agung Ayu Apsari Anandari[2]

[1]Hukum Adat, Fakultas Hukum, Universitas Hindu Indonesia, Jalan Sangalangit, Denpasar, 80238.
[2]Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana, Jalan P.B. Sudirman, Denpasar, 80112.
[3]Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia,
[4]Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Hindu Indonesia,
Jalan Sangalangit, Denpasar, 80238.

Penulis untuk Korespondensi/E-mail: yudywijaya333@unhi.ac.id

Abstract – **Realizing the importance of the role of public markets, the Indonesian government has carried out mass market revitalization, one of which is the Gianyar Public Market in Bali Province which is currently considered the most magnificent in Indonesia. However, it turns out that the market is only quiet with visitors and traders, and provides externalities. This study aims to prove whether the physical revitalization of the Gianyar Public Market is able to provide benefits in increasing traders' turnover as one of the main objectives of revitalization. The analysis technique used is the Propensity Score Matching analysis based on data from respondents consisting of traders at the Gianyar Public Market (treatment group) and traders at public markets that have not been revitalized but are still in the Gianyar Regency area (control group). In addition, interviews were also conducted with traders and visitors at the Gianyar Public Market. The results of research show that the mass physical revitalization of the Gianyar Public Market did not cause any significant changes in traders' turnover. The government needs to reconsider the details of the allocation of space and layout at the Gianyar Public Market to increase the number of visitors. In addition, non-physical revitalization also needs to balance the physical revitalization that has been carried out.**

Keywords *– Government Decision, Public Market, Physical Revitalization, Propensity Score Matching (PSM).*

Abstrak - **Menyadari pentingnya peran pasar umum, pemerintah Indonesia melakukan revitalisasi pasar secara masif, salah satunya adalah Pasar Umum Gianyar di Provinsi Bali yang saat ini dianggap sebagai yang termegah di Indonesia. Namun ternyata pasar tersebut justru sepi pengunjung dan pedagang, serta memberikan eksternalitas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah revitalisasi fisik Pasar Umum Gianyar mampu memberikan manfaat dalam peningkatan omzet pedagang sebagaimana salah satu tujuan utama revitalisasi. Teknik analisis yang digunakan adalah dengan analisis *Propensity Score Matching* berdasarkan data dari responden yang terdiri dari pedagang di Pasar Umum Gianyar (kelompok *treatment*) dan pedagang pasar umum yang belum direvitalisasi namun masih berada di wilayah Kabupaten Gianyar (kelompok *control*). Selain itu, juga dilakukan wawancara dengan pedagang dan pengunjung di Pasar Umum Gianyar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa revitalisasi fisik secara masif di Pasar Umum Gianyar tidak menyebabkan adanya perubahan signifikan pada omzet pedagang. Pemerintah perlu memikirkan kembali detail alokasi ruang dan tata tempat di Pasar Umum Gianyar untuk meningkatkan jumlah pengunjung. Selain itu, revitalisasi non fisik juga perlu mengimbangi revitalisasi fisik yang telah dilakukan.**

Kata Kunci *– Keputusan Pemerintah, Pasar Umum, Revitalisasi Fisik, Propensity Score Matching (PSM).*

PENDAHULUAN

Perdagangan merupakan sektor ekonomi terbesar kedua dalam perekonomian Indonesia, yang memiliki tiga lokasi utama, yaitu pasar tradisional (pasar umum/pasar rakyat), supermarket, dan pusat perbelanjaan [1]. Pasar memegang peran penting dalam menggerakkan ekonomi masyarakat, selain sebagai muara dari produk-produk rakyat, pasar juga berfungsi sebagai tempat untuk bekerja yang sangat berarti bagi masyarakat [2]. Sejak zaman penjajahan kegiatan pasar beserta para pedagangnya berkembang secara alamiah [3,4]. Pasar adalah tempat terjadinya interaksi antara penjual dan pembeli. Pasar di dalamnya terdapat tiga unsur, yaitu penjual, pembeli dan barang atau jasa yang keberadaannya tidak dapat dipisahkan. Pertemuan antara penjual dan pembeli menimbulkan transaksi jual-beli [5]. Pasar timbul karena kelebihan produksi setelah kebutuhan sendiri terpenuhi, dan memerlukan tempat pengaliran untuk dijual. Selain itu, pemenuhan kebutuhan akan barang-barang memerlukan tempat yang praktis untuk mendapatkan barang-barang, baik dengan menukar atau membeli [6].

Di Indonesia, pasar umum yang bersifat tradisional keberadaannya masih cukup banyak [1]. Pasar ini berfungsi sebagai tempat transaksi antara produsen dan konsumen *(economic function)*, sebagai bagian tradisi suatu Masyarakat terkait interaksi antara komunitas pada sektor informal dan formal *(social function)*, serta menunjukkan ciri khas daerah yang menampilkan bentuk-bentuk fisik bangunan yang dimiliki *(architecture function)* [7,8].

Menurut bentuknya, pasar dibedakan atas pasar tradisional dan pasar modern [9]. Dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 21 Tahun 2021, pasar tradisional disebut dengan nomenklatur Pasar Rakyat, yang diartikan sebagai tempat usaha yang ditata, dibangun, dan dikelola oleh pemerintah daerah, swasta, badan usaha milik negara, dan/atau badan usaha milik daerah, dapat berupa toko/kios, los, dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil dan menengah, swadaya masyarakat, atau koperasi serta UMKM dengan proses jual beli barang melalui tawar-menawar. Pasar tradisional masih merupakan wadah utama penjualan produk-produk kebutuhan pokok yang dihasilkan oleh para pelaku ekonomi berskala menengah, kecil, serta mikro. Mereka adalah para petani, nelayan, pengrajin dan *home industry* (industri rakyat). Jumlah mereka adalah puluhan juta dan sangat menyandarkan hidupnya kepada pasar tradisional. Selain itu, pasar tradisional adalah wadah untuk mendapatkan berbagai keperluan dan kebutuhan pokok mayoritas penduduk di tanah air. Mereka bisa mendapatkannya dengan harga yang terjangkau. Lebih jauh lagi, pasar tradisional selalu menjadi indikator nasional dalam kaitannya dengan pergerakan tingkat kestabilan harga atau inflasi domestik. Dalam menghitung inflasi, harga kebutuhan pokok penduduk yang dijual di pasar tradisional seperti beras, gula, dan 9 kebutuhan pokok lainnya menjadi objek monitoring para ahli statistik setiap bulannya [10].

Pasar tradisional masih terancam dengan adanya citra pasar tradisional sebagai tempat yang kumuh, semrawut, becek, kotor, kriminal tinggi, tidak nyaman, fasilitas minim (tempat parkir terbatas, toilet tidak terawat, tempat sampah yang bau, instalasi listrik yang gampang terbakar, dan lorong yang sempit). Pasar tradisional masih dipenuhi oleh para pedagang informal yang sulit diatur dan mengatur diri. Pengelola pasar masih mengalami kesulitan untuk melakukan penataan yang lebih tertib terhadap mereka. Kondisi ini membuat pasar tradisional menjadi semrawut dan tidak nyaman untuk dikunjungi [10].

Pasar dengan pola pengelolaan modern semakin banyak bermunculan sebagai salah satu alternatif tempat berbelanja yang teratur dan nyaman. Penduduk yang berpenghasilan tinggi menyambut gembira kedatangan pasar modern yang jumlahnya semakin banyak tersebar di berbagai wilayah dan berlokasi di tempat yang mudah di jangkau. Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Perdagangan menargetkan revitalisasi pasar umum sebanyak 5000 pasar selama periode 2015-2019 [11,12]. Konsep pembangunan/revitalisasi pasar umum tidak hanya sekedar pembenahan bangunan fisik, tetapi juga non-fisik yang terkait dengan pengelolaan pasar dan integrasi dengan sektor-sektor lain. Revitalisasi pasar umum merupakan suatu upaya untuk meningkatkan nilai atau menghidupkan kembali pasar rakyat melalui intervensi fisik dan non-fisik (sosial dan budaya) yang dapat meningkatkan fungsi sebelumnya [13].

Revitalisasi pasar umum secara umum dibedakan atas revitalisasi fisik dan revitalisasi non fisik.

Revitalisasi fisik meliputi perbaikan dan peningkatan kualitas dan kondisi fisik bangunan, tata hijau, sistem penghubung, sistem tanda/reklame dan ruang terbuka kawasan [14]. Sementara revitalisasi non-fisik meliputi: (1) revitalisasi manajemen; (2) revitalisasi ekonomi; (3) revitalisasi sosial. Pertama, revitalisasi manajemen yaitu pembenahan yang mencakup tata cara penempatan pedagang, pembiayaan/permodalan, dan Standar Operasional Prosedur (SOP) pelayanan pasar. Kedua, revitalisasi ekonomi yaitu pembenahan untuk meningkatkan pendapatan pedagang dan mengakomodasi kegiatan ekonomi formal dan informal di pasar umum *(local economic development)*. Ketiga, revitalisasi sosial budaya yaitu pembenahan dengan menciptakan lingkungan pasar yang menarik, berdampak positif, dan dapat meningkatkan dinamika dan kehidupan sosial masyarakat/warga [15].

Salah satu pasar umum yang direvitalisasi (fisik) adalah Pasar Umum Gianyar yang merupakan pasar umum utama di Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali. Revitalisasi Pasar Umum Gianyar bahkan dinilai sebagai pasar rakyat termegah di Indonesia dengan anggaran mencapai Rp 250 Miliar. Pasar Umum Gianyar dibangun dan beroperasi sejak tahun 1771, sehingga juga menjadi ikon Kota Gianyar [16]. Setelah direvitalisasi, Pasar Umum Gianyar mampu menampung 1643 unit pedagang los, 95 unit pedagang di kios, dan 143 unit toko. Gambar 1 menyajikan Pasar Umum Gianyar sebelum revitalisasi fisik secara masif, sedangkan Gambar 2 merupakan setelah revitalisasi fisik secara masif.

Sumber: balipost.com

Gambar 1. Pasar Umum Gianyar Sebelum Revitalisasi Fisik

Sumber: balipost.com

Gambar 2.Pasar Umum Gianyar Setelah Revitalisasi Fisik

Pasar umum Gianyar yang telah direvitalisasi secara fisik diharapkan dapat menggerakkan roda perekonomian masyarakat menengah ke bawah serta menjadi sumber pendapatan daerah [17]. Namun setelah setahun berjalan, Pasar Umum Gianyar masih sepi, bahkan separuh pedagang enggan kembali berjualan di sana karena sepinya pengunjung. Dari sisi arsitektur, kemegahan dan rigidnya pengaturan pasar tradisional setelah revitalisasi justru membuat adanya perubahan laku, karena di seluruh dunia pun karakter pasar tradisional adalah terbuka. Pasar akan muncul mengikuti titik-titik keramaian, sehingga eksternalitas berikutnya timbul adalah ketika masyarakat berdagang secara tidak teratur di pinggir jalan utama, sehingga mengganggu wajah kota.

Pemerintah meyakini manfaat yang diperoleh setelah program revitalisasi pasar adalah: (1) omzet pedagang meningkat; (2) pasar yang bersih, sehat, aman, dan nyaman; (3) akses transportasi mudah; dan (4) barang yang dijual lebih berkualitas. Berkaitan dengan target manfaat yang pertama, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah ada perbedaan kesejahteraan pedagang (dinilai berdasarkan omzet yang diterima) setelah revitalisasi fisik Pasar Umum Gianyar secara masif dari sisi omzet pedagang, sehingga dapat dijadikan bentuk evaluasi kebijakan pemerintah.

METODE

Penelitian ini didesain dengan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis *Propensity Score Matching* (PSM). PSM merupakan model probabilitas dari partisipasi dalam *treatment* dengan menggunakan *observable characteristics* yang akan digunakan untuk mendapatkan *propensity score* [18]. Metode ini membentuk kelompok *control* yang

semirip mungkin dengan kelompok *treatment* dalam hal karakteristik yang dapat terobservasi [19]. Pendekatan PSM menangkap dampak berbagai *covariates* X (karakteristik terobservasi) terhadap partisipasi ke dalam suatu nilai *propensity score*. Setiap partisipan dipasangkan dengan non partisipan yang mirip bedasarkan nilai probabilitas *propensity score*, kemudian perbedaan rata-rata *outcome* antara kedua kelompok dibandingkan untuk memperoleh *treatment effect*. Unit yang tidak menemukan pasangannya akan dibuang *(dropped)* karena tidak ada dasar sebagai pembandingnya [20,21].

Metode PSM menentukan sejauh mana karakteristik terobservasi responden mampu menggambarkan omzet dan revitalisasi pasar umum. Karena revitalisasi fisik pasar umum merupakan aktivitas dengan kriteria tertentu, maka untuk menguji dampaknya terhadap omzet pedagang digunakan pendekatan yang dapat meminimalkan bias yang terjadi. Idenya adalah mengukur dampak revitalisasi fisik pasar umum dengan melihat perbedaan omzet, yaitu apakah revitalisasi fisik pasar umum secara masif mampu meningkatkan omzet pedagang tradisional.

Pada penelitian ini, untuk melihat dampak revitalisasi fisik pasar umum (Pasar Rakyat Gianyar), maka *variable treatment* yang digunakan yaitu pedagang yang berjualan di Pasar Umum Gianyar (kelompok *treatment*) dan pedagang yang berjualan di pasar umum yang tidak direvitalisasi fisik dan masih lingkup Kabupaten Gianyar (kelompok *control*). Untuk memperoleh nilai *propensity score matching* digunakan karakteristik terobservasi dari pedagang, di antaranya usia, tahun mulai berdagang, modal, iuran, dan tentunya omzet. Berdasarkan karakteristik tersebut diperoleh nilai *propensity score* yang akan digunakan untuk memasangkan setiap pedagang yang ada di kelompok *treatment* dengan kelompok *control*. Secara umum, tahapan analisis PSM pada penelitian ditampilkan pada Gambar 2.

Gambar 2. Tahapan Analisis PSM

Data utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui metode survei dengan menggunakan instrumen kuesioner, dengan jumlah responden total 100 responden yang berjualan di dalam Pasar Umum Gianyar dan yang berjualan selain di Pasar Umum Gianyar. Kelompok *control* berjumlah 45 dan kelompok *treatment* berjumlah 55, sehingga dapat dikatakan seimbang. Definisi variabel dalam kajian seperti pada Tabel 1.

Tabel 1. Variabel dan Deskripsi Variabel

Variabel		Deskripsi
Age	Usia pedagang tradisional di pasar umum	tahun
Trade since	Tahun mulai berusaha	tahun
Capital	Modal awal yang dikeluarkan untuk berdagang	Rupiah
Market fee	Retribusi/ iuran pasar	Rupiah
Dummy have labor	Apakah dalam berdagang dibantu oleh tenaga kerja yang dibayar?	Ya = 1 Tidak = 0
Turnover	Omzet bulanan pedagang	Rupiah

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data

Langkah pertama dalam analisis menggunakan metode PSM adalah mengestimasi model dengan melakukan estimasi kecenderungan *(propensity score)* kelompok pedagang yang berjualan di Pasar Umum Gianyar *(treatment)* dan yang tidak berjualan di Pasar Umum Gianyar, namun masih berada di wilayah Kabupaten Gianyar *(control)*. Tahap ini menggunakan regresi probit dengan memasukkan karakteristik terobservasi pedagang sebagai *covariates*. *Covariates* yang digunakan adalah usia, tahun mulai berdagang, modal awal, dan retribusi/iuran pasar. Variabel ini dipilih karena relevan dan bersifat *observable*. Tidak semua karakteristik dimasukkan ke dalam model untuk menghindari terjadinya *over-spesification*. Hasil regresi probit disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Estimasi Model Probit

Variabel		*Coeffi-cient*	*Standard Error*
age	Usia pedagang tradisional di pasar umum	-0.085	0.054194
trade_since	Tahun mulai berusaha	-0.073	0.047**
capital	Modal awal yang dikeluarkan untuk berdagang	3.09e-08	2.44e-08**
market_fee	Retribusi/ iuran pasar	8.6e-07	1.46e-06**
dummy_have_labor	Dibantu TK=1, Tidak dibantu TK=0	-0.172	1.278588

Ket.: **) sig pada α 5%; variabel terikat adalah omzet

Setiap sampel partisipan dan non partisipan akan memiliki *propensity score*:

$$\dot{P}(X|T=1) = \dot{P}(X) \quad \text{.....(1)}$$

Dimana: $\hat{P}$ = *propensity score, X = observed characteristic, T = treatment*

Persamaan probit (1) bukan merupakan model determinan sehingga *output* estimasi seperti z statistik tidak memberikan informasi apapun. Namun demikian, jika dilihat pada Tabel 2, bahwa eligibilitas program lebih dipengaruhi oleh karakteristik modal dan retribusi/iuran pasar.

Tahap kedua adalah menentukan wilayah *common support* dan *balancing test*. Wilayah *common support* adalah distribusi propensity score bagi kelompok *treatment* dan *control* yang *overlap*. Hasil estimasi *propensity score* menunjukkan area *common support* pada (0.3464583, 0.88550575) dengan jumlah blok 5. Jumlah blok ini memastikan rata-rata nilai *propensity* tidak berbeda untuk kelompok *treatment* dan *control* pada setiap blok sehingga dapat digunakan dalam analisis selanjutnya. Pengujian dilanjutkan dengan *balancing test* yang menandakan kualitas hasil *matching*.

Tahap terakhir adalah memasangkan (*matching*) *treatment* dan *control*. Metode yang digunakan adalah *Nearest-neighbor matching* (NN *Matching*). Setiap unit *treatment* dipasangkan dengan unit pembanding *(control)* dengan *propensity score* terdekat. *Outcome* dari program revitalisasi pasar adalah omset penjualan.

Tabel 3. Analisis Signifikansi Dampak Revitalisasi Pasar Umum Gianyar terhadap Peningkatan Omzet

Uraian	Data/Hasil
n.*treatment*	55
n.*control*	45
ATT	-8.20e+05
std.error	6.32e+06
t	-0.130

Intervensi dianggap signifikan bila persentase perubahan (nilai t) lebih besar dari 2,5 [22]. Tabel 3 menunjukkan nilai t lebih kecil dari 2,5 sehingga artinya *treatment* tidak signifikan, atau revitalisasi fisik pasar secara masif tidak signifikan berdampak pada omzet pedagang.

Pembahasan

Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya bahwa revitalisasi pasar umum umumnya terdiri atas revitalisasi fisik dan revitalisasi non-fisik. Penelitian ini mengkaji dampak dari keputusan masifnya revitalisasi fisik Pasar Umum Gianyar. Hasil analisis menemukan bahwa revitalisasi fisik tidak memberikan dampak terhadap omzet pedagang. Sebagaimana disampaikan oleh KL, salah satu pedagang di pasar yang telah mengalami revitalisasi fisik:

"Setelah bangunan pasar menjadi besar, malah jadi sepi orang kesini. Karena malas jalan jauh dari parkir ke dagang-dagang, padahal belanja sedikit".

Beberapa hasil penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa setelah pedagang kembali berjualan di pasar (fisik) yang telah direvitalisasi, justru mengalami penurunan omzet, seperti yang terjadi di Pasar Tradisional Badung [23]. Ketika pasar mampu menampung lebih banyak pedagang dan penempatan pedagang diatur dalam zonasi pasca revitalisasi, hal tersebut juga dapat menyebabkan penurunan pendapatan pedagang, seperti yang terjadi di Pasar Legi Surakarta [24].

Senada dengan pendapat tersebut, pengunjung pasar yang telah direvitalisasi, yaitu NNS menyebutkan bahwa:

"Saya belanja ke Pasar umum untuk membeli kebutuhan makanan sehari-hari, tidak banyak. Sekarang kalau bawa motor, parkirnya di *basement*, jauh sekali jalan ke dagang yang saya cari. Setelah belanja, balik ke parkir juga jauh dan berat bawa

belanjaan. Kalau belanja sedikit saya mau ke warung kecil saja."

Kemudian kami juga menanyakan terkait adanya bentuk revitalisasi non fisik yang mungkin telah dilakukan di Pasar Umum Gianyar. INS menyebutkan bahwa:

"Kami pernah diberikan pengarahan untuk lebih bersih, tapi masih belum banyak tempat sampah, kemarin lalu juga sempat banjir, katanya karena sampah. Kalau tentang cara dagang juga sama aja dengan dulu, tidak ada perubahan".

Sehingga bisa dikatakan bahwa revitalisasi fisik pasar umum sangat masif namun belum disertai revitalisasi non fisik. Pembelajaran dari pasar tradisional di Korea bahwa budaya lokal dan karakteristik tiap daerah penting untuk diperhitungkan. Terdapat sedikit lima faktor yang perlu dilakukan secara simultan untuk keberhasilan revitalisasi pasar tradisional, yaitu: (1) spesialisasi lokal (bukti fisik); (2) perbaikan lingkungan distribusi (proses); (3) perbaikan program (promosi); (4) perbaikan lingkungan ruang (tempat); (5) partisipasi generasi muda (masyarakat) [25].

KESIMPULAN

Revitalisasi pasar umum menjadi salah satu program unggulan di Indonesia, yang ditargetkan pada ribuan pasar umum. Namun, revitalisasi secara masif hanya dilakukan pada revitalisasi fisik, yaitu bangunan pasar dibuat sangat megah, salah satunya pada Pasar Umum Gianyar. Harapan dari revitalisasi tentu saja untuk memberikan pelayanan dan kenyamanan pada pengunjung dan pedagang yang kebanyakan adalah pedagang tradisional.

Hasil analisis dari penelitian ini dengan teknik *Propensity Score Matching* menunjukkan bahwa belum adanya perbedaan omzet yang signifikan antara pedagang tradisional di pasar umum yang telah mengalami revitalisasi fisik dengan yang tidak dilakukan revitalisasi fisik. Revitalisasi fisik secara masif pada pasar umum dianggap justru menyulitkan bagi para pengunjung yang notabene adalah *end user*.

Pemerintah daerah perlu mengatur kembali penggunaan pasar saat ini agar sesuai dengan kebutuhan konsumen yang sebagian besar adalah perempuan (ibu rumah tangga). Selain itu perlu juga mempertimbangkan fungsi pasar sebagai pasar induk, mengingat bangunan pasar yang dibangun sangat besar. Selain itu, penggunaan bangunan pasar sebagai toko modern juga dapat dipertimbangkan, dengan catatan tidak menjual produk yang sama dengan pedagang tradisional. Tindak lanjut yang terpenting adalah melakukan revitalisasi non fisik pasar, sehingga para pedagang memiliki peningkatan dalam hal manajemen, termasuk dalam tata kelola pasar umum. Penelitian selanjutnya diarahkan lebih spesifik dalam *applied research* untuk menentukan keputusan dalam tata kelola pasar umum yang telah terlanjur direvitalisasi fisik secara masif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan Terima Kasih disampaikan kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan yang telah memberikan pendanaan untuk penelitian ini melalui skema Penelitian Kerja sama Dalam Negeri (PKDN) dengan kontrak turunan antara Ketua LPPM Universitas Hindu Indonesia dan peneliti, Nomor: 002A-PKDN/KPEN-LPPM/UNHI/VI/2024.

REFERENSI

[1] Wibawa S, Firdaus RSM, Indroyono P, Dumairy, Savitri LA. Preserving Traditional Market in Indonesia Based on the new Public Governance Perpsective. International Journal of Asian Business and Information Management 2024; 15(1): 1-14. https://doi.org/10.4018/IJABIM.349223.

[2] Suasih NNR, Saskara IAN, Wijaya PY, Wibawa IPS, Santhyasa KG. Polemic of stakeholders' objectives in the decision of revitalization and relocation of the Sukawati traditional market as the most distinguished art market in Bali, Indonesia. Decision Science Letters 2024; 13, 2024 : 211-234.

[3] Hermawan F, Indartom H, Ismiyati. (2017). Components of Indonesian Traditional Market: Design Tools for Revitalisation. MATEC Web of Conferences; 2017; 159: 01020 (2018). https://doi.org/10.1051/matecconf/201815901020.

[4] Sunaryo RG, Soewarno N, Ikaputra, Setiawan B. Colonial and Traditional Urban Space in Java: A Morphological Study of Ten Cities. DIMENSI (Journal of Architecture and Built

Environment 2013; 40(2): 77-88. https://doi.org/10.9744/dimensi.40.1.77-88.
[5] Majid MD. Pasar Angkup (Studi Kasus Perilaku Pasar) – Dalam Perdagangan, Pengusaha China, Perilaku Pasar. Jakarta: PT Pustaka Grafika Kita; 1998.
[6] Nastiti TS. Pasar di Jawa Masa Mataram Kuna Abad VIII-IX Masehi. Jakarta: PT Dunia Pustaka Jaya; 2003.
[7] Elsayed HA, Abowardah ES, Ramadan M. Traditional Market Design towards Cohesion between Social Sustainability and Bioclimatic Approach. IOP Conference Series Materials Science and Engineering; 2019; 471 (072002). http://dx.doi.org/10.1088/1757-899X/471/7/072002.
[8] Riskiyanto R, Harani AR, Atmodiwirjo P, Yatmo YA. Immaterial aspects of traditional market on conceptualizing socio-eco tropical space. AIP Conference Proceedings; 2021; 2376, 040019 (2021). https://doi.org/10.1063/5.0063980.
[9] Sabatiny S, Martini R. Perkembangan Pasar Tradisional dan Keberadaan Pasar Modern di Kota Palembang. Eksistansi 2018; 7(1): 1068-1076.
[10] PT Andra Cipta Consult. Kajian Pengembangan Potensi Pasar Tradisional di Kabupaten Purwakarta. Purwakarta: Badan Perencanaan Pembangunan Penelitian dan Pengembangan Kabupaten Purwakarta; 2017.
[11] Tanuwidjaja, G, Wirawan R. Creative – Sustainable Traditional Market Design in Malang. The 2nd International Conference Planning in the Era of Uncertainty: Sustainable Development; 2015: 03-03-2015, Malang, Indonesia.
[12] Ferdian Y, Suwitri S, Warsono, H., Purnaweni, H. Revitalization of Traditional Market in Semarang City; 2020. https://doi.org/10.29013/EJEMS-20-4-62-74.
[13] Ekomadyo AS. Evaluating Revitalized Public Markets as Economic and Socio-cultural Places in Indonesia. Pertanika J. Soc. Sci. & Hum 2019; 27(2): 963-976.
[14] Ujianti NMP, Dewi AASL. Traditional Market Revitalization in the Perspective of Cultural Tourism Development in Denpasar City. Advances in Social Science, Education and Humanities Research 2021; 605: 372-374.
[15] Aliyah I, Setioko B, Pradoto W. Traditional Market Revitalization as an Urban Catalyst in the City of Surakarta. 3rd International Conference on Engineering & Technology Development 2014; 180-188.
[16] Susanti IAMD, Antara M, Darmawan DP, Suryawardani IGAO, Wiranatha AS. (2020). The Revitalization of Gianyar Traditional Market Into Indonesian National Standards and Balinese Cultural Tourism-Based Healthy Market. International Journal of Life Sciences; 2020: 4(3), 1-15. https://doi.org/10.29332/ijls.v4n3.469.
[17] Harmelia, Endriani D. The Effect of Market Revitalization towards Original Local Government Revenue (PAD) (Case Study: Padang Market); 2018.
[18] Austin PC. An Introducing to Propensity Score Methods for Reducing the Effects of Confounding in Obervational Studies. Multivariate Behav Res 2011; 46(3): 399-424. https://doi.org/10.1080%2F00273171.2011.568786.
[19] Caliendo M, Kopeing S. Some Practical Guidance for the Implementation of Propensity Score Matching. IZA DP 2005; No. 1588, May 2005.
[20] Cui ZL, Hess LM, Goodloe R, Faries D. Application and Comparison of Generalized Propensity Score Matching Versus Pairwise Propensity Score Matching. Journal of Comparative Effectiveness Research 2018; 7(9): 923-934. https://doi.org/10.2217/cer-2018-0030.
[21] Liau MYQ, Toh EQ, Muhamed S, Selvakumar SV, Shelat VG. Can Propensity Score Matching Replace Randomized Controlled Trials? World Journal of Methodology 2024; 14(1): 90590. https://doi.org/10.5662%2Fwjm.v14.i1.90590.
[22] Calvo GA, Reinhart CM. Fear of Floating. The Quarterly Journal of Economics 2002; 2(CXVII): 379-408.
[23] Saragih LS, Meak SV. Post-revitalization of Traditional Market in a Marketing Perspective. REVENUE: Review of Management, Accounting, and Business Studies 2021; 2(1): 58-67.
[24] Damasyah AR, Abidin AZ. An Impact Review of Traditional Market Revitalization for Producers and Consumers: A Case Study of Surakarta Legi Market. Proceedings of 5th International Conference of Economic, Business and Government Challenges 2022; 1 (1): 79-86.
[25] Lee S. A Study on Traditional Market Decline and Revitalization in Korea – Improving the Iksan Jungang Traditional Market. Journal of Asian Architecture and Building Engineering 2017; September 2017/462: 455-462.