

# JURNAL KONSTRUKSI

---

## ANALISIS PENGEMBANGAN PASAR KRAMATMULYA KABUPATEN KUNINGAN

Ega Sandi Nugraha\*, Sumarman\*\*

\*) Mahasiswa Jurusan Teknik Sipil Fakultas Teknik Universitas Swadaya Gunung Jati Cirebon

\*\*\*) Staf Pengajar pada Jurusan Teknik Sipil Fakultas Teknik Universitas Swadaya Gunung Jati Cirebon

### ABSTRAK

Pasar Kramatmulya merupakan Pasar Tradisional yang berada di Desa Kramatmulya Kecamatan Kramatmulya. Kondisi Pasar Kramatmulya saat ini tidak terawat, mulai dari bangunan yang banyak mengalami kerusakan, area parkir dan bongkar muat yang menggunakan badan jalan, para pedagang yang menggelar dagangannya di jalur akses pasar.

Dari permasalahan diatas sehingga diperlukan suatu penelitian untuk mencari solusinya, tahap pertama untuk solusi masalah eksisting pasar ialah penentuan strategi pengembangan pasar dengan analisis *Strength Weakness Opportunities Threats* (SWOT), tahapan kedua untuk analisis jumlah pedagang pasar dilakukan dengan cara proyeksi jumlah pedagang tahun 2020. serta dilakukannya perencanaan gedung baru berupa bangunan 2 (dua) lantai yang didesain dengan *Autocad* dan *SketchUp* serta dihitung dengan hitungan manual yang berdasarkan SNI Perencanaan Gedung dan aplikasi ETABS sebagai perbandingan. Untuk masalah perparkiran disediakan area bongkar muat, parkir mobil dan motor.

Hasil penelitiannya yaitu mengembangkan bangunan Pasar Kramatmulya dengan memanfaatkan lahan yang ada. Untuk bangunan utama pasar dibuat secara vertikal 2 lantai beserta fasilitas-fasilitas pendukung lainnya

**Kata Kunci** : Pengembangan Pasar Tradisional, Analisis SWOT, Analisis Struktur.

### ABSTRACT

*Kramatmulya market is a traditional market in the village of the District Kramatmulya Kecamatan Kramatmulya. Karangsembung current market conditions are not maintained, from which many damaged buildings, parking areas and loading and unloading the use of the road, traders who hold merchandise on market access points.*

*From the above problems so we need a study to find a solution, the first phase to the solution of the existing problems is determining the market with a market development strategy analysis *Strength Weakness Opportunities Threats* (SWOT), the second stage of the analysis of the number of market traders is done by 2020. The projected number of traders and does the planning of new buildings in the form of building two (2) floors designed with *AutoCAD* and *SketchUp* and is calculated by a manual count based SNI Building Planning and ETABS application for comparison. For reserved parking problems loading area, parked cars and motorcycles.*

*The results of his research is to develop Kramatmulya Market building by utilizing the existing land. For the main building market made vertically two storey's and other support facilities*

**Keywords** : *Development of Traditional Market, SWOT Analysis, Analysis Structure.*

## 1. PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman, bangsa Indonesia telah dihadapkan kepada tantangan persaingan dalam perekonomian, yang ditandai dengan adanya perdagangan bebas yang sudah masuk kedalam sistem perekonomian Indonesia. Hal ini secara langsung telah mengakibatkan munculnya persaingan dalam hal perdagangan pada berbagai ranah dan prosesnya dari waktu ke waktu.

Inti dari fenomena tersebut adalah munculnya semangat kompetisi diantara para pelaku ekonomi dan pasar di dalam kaitannya dengan pengembangan usaha mereka. Sementara itu persaingan harus bisa mengetahui apa yang seharusnya diperbaiki di dalam meningkatkan perekonomiannya. Dalam hal demikian pihak pemerintah harus bisa memberikan fasilitas kepada publik untuk mempermudah jalannya perekonomian dan aktifitas usaha mereka.

Oleh karena itu pengembangan pasar tradisional wajib dilakukan untuk meningkatkan daya jual. Ada dua langkah yang lazim dilakukan untuk mengembangkan pasar, yaitu renovasi dan revitalisasi. Renovasi adalah kegiatan yang berkaitan dengan perbaikan kualitas fisik bangunan, sedangkan revitalisasi adalah pengkonsepan ulang sistem bangunan, baik dari sisi internal maupun eksternal. Fokus utama revitalisasi adalah pada pengkonsepan ulang sistem bangunan. Selain internal pasar, revitalisasi dilakukan untuk memadukan pasar dengan lingkup eksternalnya.

Dalam penulisan jurnal ini, yang menjadi pokok bahasan adalah desain konsep Pasar Kramatmulya Kabupaten Kuningan, dengan batasan masalah sebagai berikut :

1. Menentukan strategi pengembangan pasar,
2. Merencanakan desain tata ruang pasar
3. Pembebanan diambil dari litelatur yaitu peraturan pembebanan Standar Nasional Indonesia (SNI) Perencanaan Gedung
4. Tidak menghitung pekerjaan arsitektur dan rencana anggaran biaya.

## 2. LANDASAN TEORI DAN METODELOGI PENELITIAN

Pengembangan adalah kegiatan tindak lanjut penelitian untuk memanfaatkan hasil-hasil penelitian serta mendapatkan informasi tentang cara-cara menggunakan teori dan proses untuk tujuan-tujuan praktis dan kegunaan (Keputusan Gubernur Jawa Barat No, 34 Tahun 2004).

Pasar merupakan sebuah perwujudan kegiatan ekonomi yang telah melembaga serta tempat bertemunya antara produsen (pedagang) dan konsumen (pembeli) untuk melaksanakan transaksi dimana proses terbentuk yang menurut kelas mutu pelayanan menjadi pasar tradisional dan pasar modern.

Dari beberapa pengertian yang telah dijelaskan, maka pengembangan Pasar Kramatmulya Kabupaten Kuningan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kegiatan mengembangkan pusat perdagangan dalam suatu lokasi dan berfungsi sebagai pusat kegiatan menjual barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan tujuan untuk mendapatkan laba dan meningkatkan perekonomian wilayah.

Parameter dan formula untuk menganalisis adalah sebagai berikut :

### 2.1 Kawasan Strategis Kabupaten Kuningan

Kawasan strategis adalah wilayah yang penataan ruangnya diprioritaskan karena mempunyai pengaruh sangat penting dalam lingkup kota terhadap ekonomi, sosial, budaya dan kelestarian lingkungan.

Pasar Kramatmulya termasuk kawasan strategis yang merupakan kawasan pusat pertumbuhan baru yang berada di sekitaran Jalan Siliwangi.

### 2.2 Perparkiran

Parkir adalah keadaan tidak bergerak suatu kendaraan yang tidak bersifat sementara. Fasilitas parkir adalah lokasi yang ditentukan sebagai tempat pemberhentian kendaraan yang tidak bersifat sementara untuk melakukan kegiatan pada suatu kurun waktu. Fasilitas parkir bertujuan memberikan tempat istirahat kendaraan dan menunjang kelancaran arus lalu lintas. Penataan parkir berdasarkan Keputusan Direktorat Jendral Perhubungan Daerah No.272 / HK.105 / DRJD / 96 tentang Pedoman Teknis Penyelenggaraan Fasilitas Parkir.

### 2.3 Analisis SWOT

Analisis SWOT pada dasarnya merupakan model analisis strategi dengan mensintesa aspek internal berupa kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*) serta aspek eksternal berupa peluang (*Opportunities*) dan tantangan / ancaman (*Threats*) dalam bentuk matriks. Analisis ini digunakan untuk menentukan potensi dan kendala pengembangan kawasan (Freddy Rangkuti, 2004).

INTERNAL	Kekuatan ( <i>Strengths</i> ) Tentukan 5 – 10 faktor kekuatan	Kelemahan ( <i>Weaknesses</i> ) Tentukan 5 – 10 faktor kelemahan
EKSTERNAL		
Peluang ( <i>Opportunities</i> ) Tentukan 5 – 10 faktor peluang.	Strategi SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.
Ancaman ( <i>Threats</i> ) Tentukan 5 – 10 faktor ancaman	Strategi ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.	Strategi WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

**Tabel 2.1** Matriks SWOT  
Sumber : Rangkuti, 2004

Matriks ini menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi. Matriks ini menghasilkan empat kemungkinan alternatif strategi. Pemilihan strategi dengan mempertimbangkan efektifitas dan efisiensi kegiatan dalam mencapai tujuan pengembangan wilayah yang ditetapkan. Empat kemungkinan alternatif strategi tersebut yaitu :

1. Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan yaitu dengan menggunakan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang.

2. Strategi ST

Ini adalah strategi untuk menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan dengan cara menghindari ancaman.

3. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada, dengan cara mengatasi kelemahan-kelemahan yang dimiliki.

4. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan ditunjukan untuk meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

**2.4 Analisis Struktur dengan software ETABS**

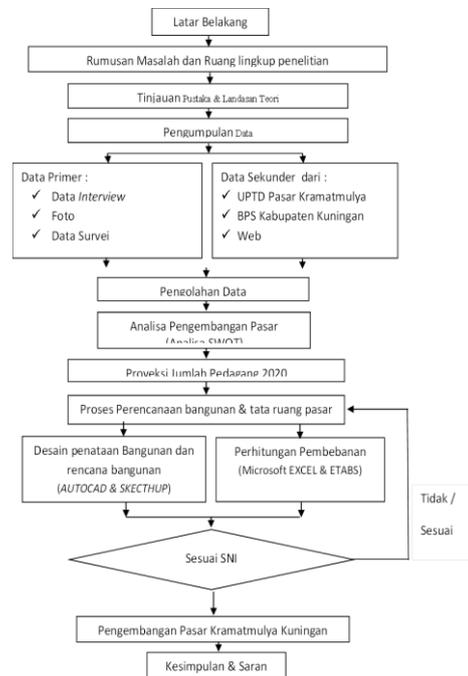
Secara garis besar, perancangan struktur frame dengan ETABS ini akan melalui 7 (tujuh) tahapan yaitu :

1. Menentukan geometri model struktur
2. Mendefinisikan data-data
  - a. Jenis dan kekuatan bahan
  - b. Dimensi penampang elemen struktur
  - c. Jenis beban
  - d. Kombinasi pembebanan
3. Menempatkan (*Assign*) data-data yang telah didefinisikan ke model struktur

- a. Data penampang
- b. Data beban
4. Memeriksa *input* data
5. Analisa mekanika rekayasa
6. Desain struktur beton sesuai peraturan yang ada
7. Modifikasi struktur atau *redesign*.

**2.5 Metodologi Penelitian**

Metodologi Penelitian adalah metode pemikiran dasar dari penulis yang diperoleh dari hasil observasi dan studi literatur yang memuat konsep-konsep yang akan dijadikan dasar penelitian. Uraian dalam metodologi penelitian menjelaskan hubungan keterkaitan antara variabel penelitian sehingga memberikan gambaran jawaban permasalahan penelitian.



**Gambar 2.1** Metodologi Penelitian

**3. ANALISIS PASAR**

Analisis merupakan sebuah kegiatan yang bertujuan untuk mencari informasi yang bersifat dasar mengenai satu atau lebih objek secara sistematis dengan menggunakan metodologi tertentu.

**3.1 Analisis Perkembangan Pasar**

Dalam analisis perkembangan pasar, analisis yang dilakukan yaitu sebagai berikut :

- Perkembangan jumlah pedagang
- Proyeksi jumlah pedagang

Data jumlah pedagang pasar kramatmulya pada tahun 2013, 2014 dan 2015 diperoleh dari PD.Kabupaten Kuningan.

No	Tempat Jualan	Tahun	
		2013	2015
1	Kios	125	136
2	Los	60	66
3	Emprakan	25	42
Jumlah		210	244
Perkembangan		2,5% / tahun	

**Tabel 3.1** Perkembangan Jumlah Pedagang  
(Sumber: PD Kabupaten Kuningan, 2015)

Proyeksi jumlah pedagang dilakukan untuk memperoleh data kebutuhan pedagang dipengembangan Pasar Perumnas Cirebon. Proyeksi jumlah pedagang dapat dihitung dengan cara sebagai berikut :

$$P_t = P_1 (1 + r)^{t-1}$$

Keterangan :

$P_t$  = Jumlah Pedagang pada tahun t

$P_1$  = Jumlah Pedagang Tahun Awal

r = laju pertumbuhan pedagang

Data yang digunakan adalah data pada tahun 2015. Laju pertumbuhan pedagang diperoleh dari selisih jumlah pedagang pada tahun 2015 dengan jumlah pedagang pada tahun 2013, lalu dikalikan 100%. Maka diperoleh r = 2,5%.

$$\begin{aligned} P_5 &= 244 (1 + 0,025)^{5-1} \\ &= 244 (1,025)^4 \\ &= 244 (1,37) \\ &= 334,28 \text{ dibulatkan menjadi } 334 \end{aligned}$$

Jadi, proyeksi jumlah pedagang di Pasar Karangsembung pada tahun 2020 adalah sekitar 334 pedagang. Berikut merupakan pembagian menurut kios, los dan emprakan.

No	Tempat Jualan	Tahun	
		2015	2020
1	Kios	136	166
2	Los	66	81
3	Emprakan	42	87
Jumlah		244	334

**Tabel 3.2** Proyeksi Jumlah Pedagang tahun 2020

### 3.2 SWOT

Beberapa kelebihan lokasi pengembangan pasar apabila dilihat dari analisis SWOT yaitu sebagai berikut :

1. Strategi SO (Strength and Opportunities), yaitu strategi yang mengoptimalkan kekuatan (strength) untuk memanfaatkan peluang (opportunities), ialah :

- a. Dengan mengembangkan struktur Pasar Kramatmulya secara menyeluruh maka terciptanya kenyamanan dalam proses jual beli.
- b. Permasalahan eksisting yang selama ini telah menyebabkan terbatasnya kinerja pasar maka dengan solusi mengembangkan dan melengkapi fasilitas Pasar Kramatmulya sehingga terciptanya kenyamanan, dan tercapainya kinerja Pasar sesuai dengan semestinya
- c. Termasuk pasar yang ramai pengunjung karena bukan hanya pembeli dari kecamatan Kramatmulya, melainkan pembeli dari Kecamatan Jalaksana, dan sekitarnya.

2. Strategi WO (Weaknesses and Opportunities), yaitu strategi yang meminimalkan kelemahan (weaknesses) untuk memanfaatkan peluang (opportunities), ialah :

- a. Menawarkan investasi dalam sektor perdagangan yang berkelanjutan agar terus meningkatkan nilai investasi wilayah tersebut.
- b. Memberikan pelayanan yang sesuai dengan perekonomian masyarakat setempat agar minat masyarakat lebih tertarik untuk berbelanja ke pasar tradisional dibandingkan pasar modern.
- c. Dengan dikembangkannya Pasar Kramatmulya diharapkan dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang ada di Kecamatan Kramatmulya.

3. Strategi ST (Strength and Threats), yaitu strategi yang menggunakan kekuatan (strength) untuk mengatasi ancaman (threats), ialah :

- a. Meningkatkan inovasi di setiap ruang dalam perencanaan pasar.
- b. Meningkatkan fasilitas-fasilitas penunjang pasar.

4. Strategi WT (Weaknesses and Threats), yaitu strategi yang meminimalkan kelemahan (Weaknesses) dan menghindari ancaman (Threats), ialah :

- a. Menjalin kerjasama yang baik dengan pihak terkait untuk membangun daerah pengembangan kawasan terpadu agar sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

b. Memanfaatkan lokasi strategis yang berada di jalan utama kecamatan dengan memadukan wilayah tersebut agar kinerja masing-masing objek berjalan dengan baik.

Faktor-faktor Strategi internal	SKO R	BOBO T	BOBOT X
<b>Kekuatan / Strength (S)</b>			
- Pertumbuhan penduduk dengan prosentase 0.75 % / tahun	3	¾	2.25
- Berada di kawasan strategis Jl.Siliwangi	3	¾	2.25
- Sarana komunikasi, prasarana listrik, dan prasana air bersih menunjang.	2	2/4	1
- Sarana pembuangan limbah / air kotor dimana terdapat sungai besar yaitu Sungai Cilengkrang yang berfungsi sebagai pengaliran air pembuangan.	3	¾	2.25
- Kenyamanan tempat berbelanja yang disediakan bagi pengunjung karena menggunakan konsep pembangunan yang semi modern. (sumber: Hasil perencanaan)			
• Kualitas produk yang dijual tidak kalah dengan mall atau supermarket elite sekalipun. (sumber: Hasil perencanaan)	2	2/4	1
T o t a l			11

<b>Kelemahan/Weakness (W):</b>			
- Keterbatasan lahan	2	2/4	1
- Lokasi yang berdekatan dengan pemukiman membuat kondisi pemukiman disekitar menjadi kotor	3	3/4	2.25
- Kurang optimalnya peran pemerintah selaku pengelola	2	2/4	1
T o t a l			4.25

**Tabel 3.3** Variabel faktor strategi internal

• Selisih antara kekuatan dan kelemahan (sebagai sumbu x dalam kuadran strategi) =  $S - W = 11 - 4.25 = 6.75$

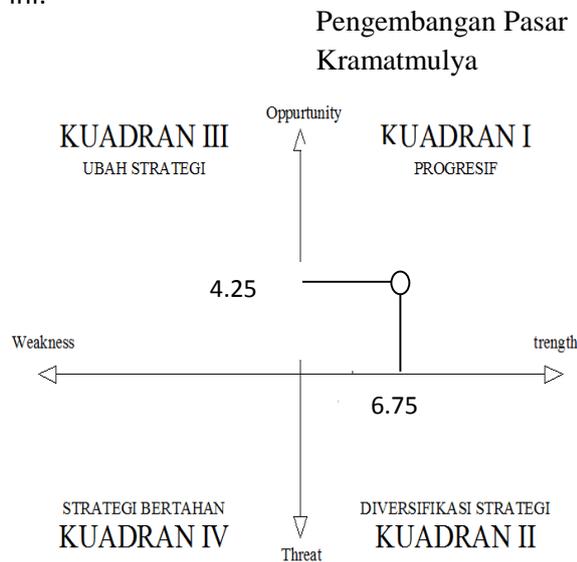
Faktor-faktor Strategi eksternal	SKOR	BOBO T	BOBOT X RATING
<b>Peluang/Oppurtunity (O):</b>			
- Menarik minat penanam modal (investor)	2	2/4	1
- Meningkatkan pendapatan asli daerah	3	¾	2.25
- Mengoptimalkan keuntungan bagi masyarakat setempat untuk membuka usaha	3	¾	2.25
- Memaksimalkan keuntungan produsen	3	¾	2.25
- Kesempatan untuk menjadi kawasan dalam memberikan kemudahan dalam transaksi jual beli	3	¾	2.25
T			10

Tantangan / Threatness (T):			
- Ancaman bencana banjir karena berkurangnya daerah resapan air	1	1/4	2.25
- Berkurangnya lahan terbuka hijau yang menyebabkan penurunan kualitas lingkungan sekitar.	3	3/4	2.25
- Semakin banyaknya pilihan tempat berbelanja dengan tawaran yang beraneka ragam.	2	2/4	1
T			5.5

**Tabel 3.4** Variabel Faktor Strategi Eksternal (sebagai sumbu Y dalam kuadran)

- Selisih antara peluang dan tantangan =  $O - T = 10 - 5.5 = 4.5$

Sehingga, telah didapat sebuah titik di kuadran strategi (x,y) dengan nilai (6.75, 4.25). Dengan acuan kuadran strategi di bawah ini:



**Gambar 3.1** Hasil Analisis SWOT

Seperti terlihat pada gambar diatas, berdasarkan keterangan dari tiap-tiap kuadran, maka dapat disimpulkan bahwa posisi pengembangan Pasar Kramatmulya terletak pada kuadran I atau dalam posisi progresif, itu

artinya posisi pengembangan objek penelitian ini sudah dalam kondisi baik, tidak perlu mengubah strategi atau diversifikasi strategi untuk meningkatkan ketenaran, kepopuleran pasar. Dalam hal ini penyebab lokasi pembangunan pasar yang akan dikembangkan pada kondisi progresif, dikarenakan kekuatan dan kelebihan lokasi tersebut yang sudah cukup mumpuni.

### 3.3 Detail Pengembangan Pasar Kramatmulya Kabupaten Kuningan



**Gambar 3.2** Desain Pengembangan Pasar Kramatmulya

Pengembangan pasar kramatmulya akan direncanakan dengan luas area lahan yaitu 3.985 m<sup>2</sup>. Bangunan-bangunan yang akan direncanakan dalam pengembangan kawasan bisnis terpadu, yaitu :

#### 1. Gedung Pasar Utama

Desain pengembangan Pasar Perumnas memiliki gedung pasar utama yang beroperasi setiap hari, hal itu mencakup kios, los, dan emprakan, tempat ibadah, WC dan lain-lain, dengan luas bangunan 3.826 m<sup>2</sup>. Berikut gambar gedung pasar utama.



**Gambar 3.3** Desain Gedung Utama

## 2. Fasilitas Gerbang Pasar

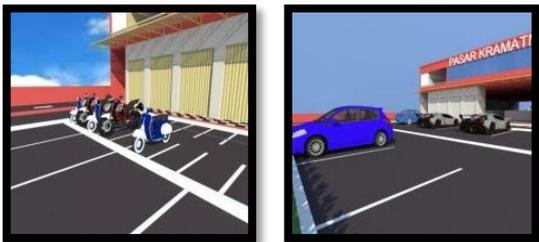
Dalam desain Pasar kramatmulya memiliki 3 gerbang dengan lokasi yang berbeda yang terbagi menjadi 2 lokasi, diantaranya 2 gerbang berada di gedung pasar utama dengan 1 gerbang masuk 1 gerbang keluar, sedangkan untuk Bongkar muat memiliki 1 gerbang yang diantaranya, 1 gerbang masuk dan 1 gerbang keluar pasar. Berikut gambar desainnya:



Gambar 3.4 Gerbang Masuk dan Keluar

## 3. Fasilitas Perparkiran

Desain perparkiran dalam Pasar Kramatmulya terbagi menjadi dua area, yaitu area perparkiran motor dan area perparkiran mobil. Daya tampung pada keseluruhan pasar Kramatmulya memfasilitasi 82 kendaraan, diantaranya 50 unit motor dan 17 unit mobil yang berada pada area parkir mobil dan area parkir motor, sedangkan perparkiran pada area bongkar muat yang berada pada belakang pasar berjumlah 15 unit mobil. Berikut desain gambar perparkiran motor dan mobil di area pasar yang dikembangkan.



Gambar 3.5 Perparkiran Pasar Kramatmulya

Dari desain perencanaan Pengembangan Pasar Kramatmulya di dapat data sebagai berikut :

Indikator	Pengembangan Pasa Kramatmulya		
	Keterangan	Ukuran	Jumlah
Kios	Gedung Utama	4x3	166
Lemprakan		1,5x1,5	87
Los		1,5x1,5	81
Cafe		40.9 m <sup>2</sup>	1
Jumlah			335

Tabel 3.5 Komoditi Lapak Pengembangan Pasar Kramatmulya

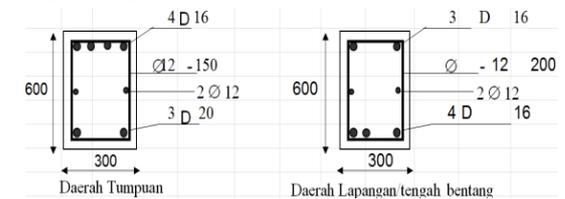
## 3.2 Perhitungan Tulangan Struktur Pasar Kramatmulya

### 1. Analisis Perhitungan Tulangan Pelat

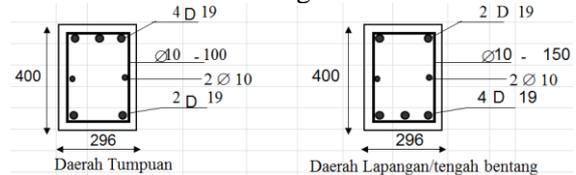
Pembebanan pada pelat didasarkan pada penggunaan atau kegunaan lantai tersebut dan disesuaikan dengan Peraturan Pembebanan Gedung SNI-2013. Perencanaan pelat ditinjau dari dua arah yaitu x dan y, dari Ix/Iy akan didapatkan koefisien momen sehingga dapat dilakukan perhitungan untuk mendapat tulangan yang dibutuhkan.

### 2. Analisis Perhitungan Tulangan Balok

Momen rencana balok harus ditentukan berdasarkan kombinasi pembebanan dan momen yang dipergunakan dari hasil analisa ETABS.



Gambar 3.6 Tulangan Balok Lantai 1



Gambar 3.7 Tulangan Balok Induk

### 3. Analisis Perhitungan Tulangan Kolom

Sama seperti diatas untuk momen rencana tulangan kolom harus ditentukan berdasarkan kombinasi pembebanan dan momen yang dipergunakan dari hasil analisa ETABS.

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

##### 4.1 KESIMPULAN

- Pengembangan Pasar Kramatmulya Kuningan direncanakan di lokasi eksisting yaitu Jalan Siliwangi Kecamatan Kramatmulya tanpa adanya perluasan lahan dikarenakan terletak ditengah daerah padat penduduk, dengan dilakukan pengembangan ini sudah mencukupi untuk kebutuhan lahan parker bagi pengunjung dan pedagang sudah mencukupi sehingga fungsi jalan di area pasar kembali berfungsi dengan baik.
- Dari hasil desain yang direncanakan untuk pengembangan Pasar Kramatmulya Kabupaten Kuningan, Proyeksi pertumbuhan pedagang pada tahun 2020 sebanyak 334 lapak, dengan masing-masing kios 166, los 81, lemprakan 87 dan café 1.
- Kebutuhan lahan parkir untuk pengunjung dan pedagang sudah mencukupi, sehingga fungsi jalan di area pasar kembali berfungsi dan cukup mengurai kemacetan

##### 4.2 SARAN

- Agar d Dengan dikembangkannya Pasar Kramatmulya berharap bias bersaing dengan *mini market* yang berada di sekitar Kecamatan Kramatmulya.
- Desain pengembangan Pasar Kramatmulya bisa menjadi kajian bagi pemerintah kabupaten Kuningan sehingga bisa meningkatkan pendapatan asli daerah.
- Jika penelitian ini akan di realisasikan diperlukan dukungan dari pihak Pengelola Pasar, Dinas Perdagangan, Pemerintah Daerah, agar pengembangan pasar dapat dilaksanakan dengan baik.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Kuningan. (2014). Data Sektorial Kecamatan Kramatmulya
- F. Winarni (2013), Pengembangan Pasar Tradisional Menghadapi Gempuran Pasar Modern di Kota Yogyakarta
- Google Earth. 2015. Peta Pasar Kramatmulya Kabupaten Kuningan.
- Keputusan Menteri Pekerjaan Umum Nomor 378/KPTS/1987, Tanggal 3 Agustus
- Megantara Riyan. (2013) Perencanaan Pembangunan Pusat Bisnis Terpadu di Kecamatan Weru Kabupaten Cirebon. Unswagati

- Pengelola Pasar Kramatmulya Kuningan (2015) Data Pasar Kramatmulya Kabupaten Kuningan
- Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012, Tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional
- Peraturan Pembebanan Indonesia Untuk Gedung 1983 atau peraturan tahun 1987
- Peraturan 1987 tentang Pengesahan 33 Standar Konstruksi Bangunan di Indonesia, Lampiran Nomor 22
- Rahmudi A. (2014) Pengembangan Pasar Perumnas Kota Cirebon. Unswagati SNI 03-2847-2013