

Revitalisasi Kawasan Bambu Kuning *Trade Center* Sebagai Destinasi Ekonomi Kreatif Dan Pengelolaan Ruang Publik Berkelanjutan Di Dinas Perdagangan Kota Bandar Lampung

Stevani Oktavia¹, Ida Farida²

^{1,2} Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Bandar Lampung, Lampung, Indonesia

Article Info

Article history:

Received Januari 10, 2026

Revised Januari 15, 2026

Accepted Januari 25, 2026

Kata Kunci:

Revitalisasi pasar,
Ekonomi kreatif,
Berkelanjutan,
Bambu Kuning *Trade Center*

Keywords:

Market revitalization,
Creative economy,
Sustainability,
Bambu Kuning *Trade Center*

ABSTRAK

Revitalisasi pasar tradisional merupakan upaya strategis untuk meningkatkan daya saing kawasan perdagangan di tengah pesatnya perkembangan ekonomi digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pelaksanaan revitalisasi Kawasan Bambu Kuning *Trade Center* di Kota Bandar Lampung sebagai kawasan ekonomi kreatif yang berkelanjutan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa revitalisasi Kawasan Bambu Kuning *Trade Center* telah dilaksanakan, namun belum sepenuhnya mencapai tujuan yang diharapkan. Pelaksanaan revitalisasi masih berfokus pada perbaikan fisik kawasan, sementara integrasi aspek ekonomi kreatif, sosial, dan lingkungan belum optimal. Kondisi tersebut menyebabkan revitalisasi belum memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan aktivitas perdagangan dan fungsi kawasan sebagai ruang publik. Hambatan tersebut dipengaruhi oleh keterbatasan pengelolaan, rendahnya partisipasi masyarakat, serta perubahan pola konsumsi ke arah perdagangan digital. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan revitalisasi yang lebih terpadu dan berkelanjutan.

ABSTRACT

The revitalization of traditional markets is a strategic effort to improve their competitiveness in the context of rapid digital economic growth. This study aims to analyze the implementation of the revitalization of the Bambu Kuning Trade Center in Bandar Lampung City as a sustainable creative economy area. The research employs a qualitative approach, with data collected through interviews, observations, and documentation. Data were analyzed using data reduction, data presentation, and conclusion drawing techniques. The results show that the revitalization of the Bambu Kuning Trade Center has been implemented but has not fully achieved its intended objectives. The revitalization process has mainly focused on physical improvements, while the integration of creative economic, social, and environmental aspects remains limited. Consequently, the revitalization has not significantly increased trading activities or strengthened the area's role as a public space. These challenges are influenced by management limitations, low community participation, and shifts in consumer behavior toward digital commerce. Therefore, a more integrated and sustainable revitalization approach is required to enhance the competitiveness and long-term sustainability of traditional markets

This is an open access article under the [CC BY](#) license.



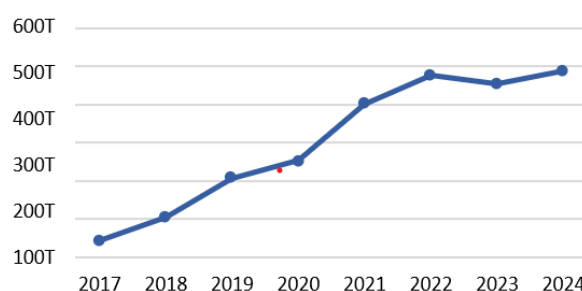
Corresponding Author:

Stevani Oktavia
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Bandar Lampung
Lampung, Indonesia
Email: stevani.22111002@student.ubl.ac.id

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah secara signifikan pola konsumsi masyarakat, khususnya dalam aktivitas belanja. Kehadiran platform *e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, dan TikTok Shop mendorong pergeseran preferensi konsumen menuju pola belanja yang lebih cepat, praktis, dan berbasis daring. [1] menjelaskan bahwa masyarakat urban mengalami perubahan perilaku konsumsi yang cukup tajam, di mana kenyamanan dan efisiensi menjadi alasan utama dalam memilih transaksi online. Perubahan ini tidak hanya mengubah cara masyarakat berbelanja, tetapi juga menciptakan tantangan baru bagi pasar tradisional untuk beradaptasi dengan preferensi konsumen yang terus berkembang [2].

Penulisan [3] menunjukkan bahwa kehadiran *e-commerce* menurunkan tingkat kunjungan ke pasar tradisional karena konsumen mengikuti pola belanja cepat dan praktis berbasis digital. Berikut Adalah data mengenai nilai transaksi *e-commerce* yang paling banyak dikunjungi sepanjang tahun 2024.



Gambar 1. Nilai Transaksi *E-commerce* Indonesia (2017-2024)

Sumber: Mandiri Institute, GoodStats (Diolah Penulis, 2025)

Pergeseran tersebut tercermin dari peningkatan nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia yang menunjukkan tren naik secara konsisten. Berdasarkan data Mandiri Institute dan GoodStats, nilai transaksi *e-commerce* meningkat dari Rp42 triliun pada tahun 2017 menjadi Rp487 triliun pada tahun 2024. Peningkatan ini menggambarkan semakin kuatnya migrasi perilaku belanja masyarakat ke platform digital. Dalam artikel ini, data tersebut disajikan dalam bentuk diagram nilai transaksi *e-commerce* Indonesia 2017-2025 untuk menunjukkan secara visual besarnya perubahan pola konsumsi masyarakat. Penyajian diagram ini penting untuk menegaskan bahwa tantangan yang dihadapi pasar tradisional bukan bersifat insidental, tetapi merupakan bagian dari transformasi struktural dalam sistem perdagangan.

Dampak dari perubahan pola konsumsi tersebut juga dirasakan di Kota Bandar Lampung, khususnya pada Kawasan Bambu Kuning *Trade Center*. Sebagai salah satu pusat perdagangan lama yang berada di jantung kota, Bambu Kuning *Trade Center* memiliki peran strategis tidak hanya sebagai tempat transaksi ekonomi, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial masyarakat. Namun, dalam beberapa tahun terakhir kawasan ini mengalami penurunan jumlah pengunjung dan melemahnya

aktivitas perdagangan. Penelitian [3] menunjukkan bahwa kehadiran *e-commerce* menurunkan tingkat kunjungan ke pasar tradisional karena konsumen mengikuti pola belanja cepat dan praktis berbasis digital. Kondisi ini sejalan dengan temuan [2] yang menyebutkan bahwa peningkatan penggunaan *e-commerce* berdampak langsung pada penurunan intensitas kunjungan konsumen ke pasar rakyat.

Selain tantangan eksternal berupa persaingan dengan *e-commerce*, beberapa fasilitas berada dalam kondisi kurang terawat, seperti eskalator yang tidak berfungsi, pencahayaan yang minim, sudut bangunan yang gelap, serta kebersihan lingkungan yang belum optimal. [4] menjelaskan bahwa lemahnya pengelolaan fasilitas pasar menyebabkan perbaikan yang dilakukan tidak berkelanjutan, sehingga manfaat revitalisasi sebelumnya tidak bertahan lama. [5] juga menegaskan bahwa revitalisasi pasar sering terhambat oleh pengelolaan yang tidak konsisten dan kurangnya fokus pada peningkatan kualitas ruang publik. Hal ini menunjukkan bahwa permasalahan pasar tidak hanya terletak pada aspek fisik, tetapi juga pada tata kelola kawasan secara menyeluruh.

Menurunnya kualitas fisik kawasan berdampak langsung pada melemahnya aktivitas ekonomi pedagang. Penurunan jumlah pengunjung menyebabkan berkurangnya pendapatan pedagang, yang pada akhirnya memengaruhi keberlanjutan usaha mereka. Dari sisi sosial, pasar yang sebelumnya menjadi ruang interaksi masyarakat mulai kehilangan fungsinya sebagai ruang publik yang hidup. Intensitas interaksi antara pedagang dan pengunjung menurun, serta aktivitas sosial non-transaksional di dalam kawasan semakin jarang ditemukan. Dari perspektif lingkungan, kondisi bangunan, tata ruang, kebersihan, dan pencahayaan menjadi faktor penting yang memengaruhi kenyamanan dan keberlanjutan fungsi pasar [6].

Kawasan pasar tidak hanya dipahami sebagai ruang transaksi ekonomi, tetapi juga sebagai ruang publik yang berperan dalam mendukung aktivitas sosial dan keberlanjutan ekonomi lokal. Oleh karena itu, revitalisasi pasar menuntut perencanaan dan pengelolaan yang tidak hanya berfokus pada perbaikan fisik, tetapi juga pada aspek kelembagaan dan pengelolaan yang berkelanjutan. Keberhasilan revitalisasi kawasan pasar sangat dipengaruhi oleh kapasitas pengelolaan dan kualitas sumber daya manusia yang terlibat dalam pelaksanaan kebijakan. Penelitian [7] menunjukkan bahwa keterbatasan kualitas sumber daya manusia dan ketidaksesuaian kompetensi aparatur berdampak pada rendahnya efektivitas pelaksanaan program pemerintah daerah.

Situasi tersebut mendorong Pemerintah Kota Bandar Lampung melalui Dinas Perdagangan untuk kembali melaksanakan kebijakan revitalisasi di Kawasan Bambu Kuning *Trade Center*. Revitalisasi ini tidak hanya menasar perbaikan fisik, tetapi juga diarahkan pada penguatan ekonomi dan peningkatan kualitas ruang publik secara berkelanjutan. Secara kelembagaan, pengelolaan pasar tradisional di Kota Bandar Lampung berada di bawah tanggung jawab Dinas Perdagangan melalui Unit Pelaksana Teknis (UPT), termasuk UPT Bambu Kuning *Trade Center* (Dinas Perdagangan Kota Bandar Lampung, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa revitalisasi kawasan merupakan bagian dari kebijakan publik yang memiliki dasar hukum dan struktur pengelolaan yang jelas.

Dalam konteks pembangunan perkotaan, revitalisasi pasar memiliki keterkaitan erat dengan tujuan pembangunan berkelanjutan, khususnya *Sustainable Development Goals* (SDGs) 8 dan 11. SDG 8 menekankan pentingnya pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan penciptaan lapangan kerja yang layak, di mana revitalisasi pasar diharapkan mampu memberdayakan UMKM serta meningkatkan dinamika ekonomi lokal [8], [9]. Sementara itu, SDG 11 menekankan pengembangan kota yang inklusif, aman, dan berkelanjutan, di mana pasar dipandang sebagai bagian dari ruang publik yang perlu dikelola secara nyaman, aman, dan adaptif [10].

Dalam kerangka tersebut, pasar tidak lagi dipahami semata sebagai tempat transaksi ekonomi, tetapi juga sebagai ruang sosial dan ruang budaya yang memiliki nilai strategis dalam kehidupan kota. Ekonomi kreatif menjadi salah satu pendekatan penting dalam menghidupkan kembali kawasan pasar. [11] menegaskan bahwa ekonomi kreatif mampu menjadi penggerak ekonomi lokal apabila didukung oleh ruang, kebijakan, dan pengelolaan kawasan yang memadai. Integrasi aktivitas kreatif ke dalam

kawasan pasar berpotensi memperkuat daya tarik kawasan sekaligus membuka peluang usaha baru bagi masyarakat.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini memfokuskan pada analisis revitalisasi Kawasan Bambu Kuning *Trade Center* sebagai destinasi ekonomi kreatif dan ruang publik berkelanjutan. Revitalisasi dianalisis melalui aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan untuk memahami bagaimana kebijakan revitalisasi diimplementasikan serta faktor-faktor yang mendukung dan menghambat keberhasilannya. Penelitian ini penting untuk memberikan gambaran empiris mengenai kondisi revitalisasi pasar tradisional di tengah tekanan digitalisasi perdagangan, sekaligus menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan revitalisasi pasar yang lebih adaptif, kontekstual, dan berkelanjutan.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam proses revitalisasi Kawasan Bambu Kuning *Trade Center* sebagai destinasi ekonomi kreatif dan ruang publik berkelanjutan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti menggali makna, persepsi, serta pengalaman para aktor yang terlibat dalam pengelolaan dan pemanfaatan kawasan pasar. Menurut [12], penelitian kualitatif digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah dengan peneliti sebagai instrumen utama, sehingga mampu menangkap fenomena secara kontekstual dan komprehensif.

Desain deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara sistematis kondisi aktual revitalisasi Kawasan Bambu Kuning *Trade Center*, mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Desain ini tidak bertujuan menguji hipotesis, tetapi memaparkan realitas lapangan sebagaimana adanya, sehingga memberikan gambaran menyeluruh mengenai dinamika revitalisasi kawasan pasar [13]. Pendekatan ini relevan untuk menganalisis pasar tradisional yang mengalami tekanan akibat perubahan pola konsumsi masyarakat dan persaingan dengan perdagangan digital.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa revitalisasi Kawasan Bambu Kuning *Trade Center* telah dilaksanakan, namun belum sepenuhnya mencapai tujuan sebagai destinasi ekonomi kreatif dan ruang publik berkelanjutan. Temuan ini sejalan dengan konsep revitalisasi kawasan menurut [14] Robert and Sykes yang menekankan bahwa revitalisasi harus dilakukan secara terpadu antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

3.1 Analisis revitalisasi Kawasan Bambu Kuning *Trade Center*

3.1.1 Revitalisasi dari Aspek Ekonomi

Secara ekonomi, revitalisasi kawasan belum sepenuhnya mampu mengembalikan vitalitas perdagangan. Meskipun terdapat upaya penataan dan pengelolaan pedagang, persaingan dengan *e-commerce* masih menjadi tantangan utama. Hal ini menunjukkan bahwa revitalisasi fisik tanpa disertai strategi ekonomi kreatif dan promosi kawasan belum cukup untuk meningkatkan daya saing pasar tradisional.

Temuan ini memperkuat pandangan bahwa pasar tradisional perlu bertransformasi tidak hanya sebagai tempat transaksi, tetapi juga sebagai destinasi ekonomi kreatif yang menawarkan pengalaman belanja berbeda. Integrasi kegiatan kreatif, event tematik, dan promosi berbasis komunitas menjadi penting untuk meningkatkan nilai tambah kawasan.

3.1.2 Revitalisasi dari Aspek Sosial

Dari aspek sosial, revitalisasi belum sepenuhnya mengoptimalkan fungsi pasar sebagai ruang publik. Minimnya ruang interaksi non-transaksional dan kegiatan sosial menunjukkan bahwa revitalisasi

masih berorientasi pada fungsi ekonomi semata. Padahal, keberhasilan revitalisasi kawasan sangat ditentukan oleh kemampuan kawasan dalam menciptakan ruang yang nyaman, aman, dan inklusif bagi berbagai kelompok masyarakat.

Kurangnya keterlibatan pedagang dan masyarakat dalam pengembangan aktivitas sosial juga berdampak pada rendahnya rasa memiliki terhadap kawasan. Hal ini menunjukkan pentingnya pendekatan partisipatif dalam revitalisasi pasar agar fungsi sosial kawasan dapat tumbuh secara berkelanjutan.

3.1.3 Revitalisasi dari Aspek Lingkungan

Pada aspek lingkungan, kondisi fisik kawasan yang belum optimal menunjukkan bahwa revitalisasi masih menghadapi tantangan dalam pemeliharaan berkelanjutan. Lingkungan pasar yang kurang nyaman secara langsung memengaruhi minat kunjungan dan keberlangsungan aktivitas ekonomi.

Temuan ini mengindikasikan bahwa revitalisasi lingkungan perlu dilakukan secara konsisten dan terintegrasi dengan pengelolaan kawasan. Penataan ruang, pencahayaan, kebersihan, dan sirkulasi udara menjadi faktor penting dalam menciptakan ruang publik yang berkelanjutan dan mendukung aktivitas ekonomi kreatif.

3.2 Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Revitalisasi Kawasan Bambu Kuning Trade Center

3.2.1 Faktor Pendukung

Salah satu faktor pendukung utama dalam revitalisasi Kawasan Bambu Kuning *Trade Center* adalah adanya komitmen pemerintah daerah melalui Dinas Perdagangan Kota Bandar Lampung untuk mempertahankan fungsi pasar sebagai pusat aktivitas ekonomi masyarakat. Komitmen ini tercermin dari pelaksanaan program revitalisasi fisik, penataan zonasi pedagang, serta upaya pengelolaan pasar melalui UPT Pasar. Dukungan kelembagaan tersebut menjadi fondasi awal bagi keberlangsungan proses revitalisasi kawasan.

Selain itu, eksistensi pedagang lama yang telah beraktivitas dalam jangka waktu panjang menjadi faktor pendukung penting dari sisi sosial dan ekonomi. Pedagang memiliki pengalaman, jaringan pelanggan, serta pemahaman terhadap karakteristik pasar yang dapat menunjang keberlanjutan aktivitas perdagangan. Keberadaan pedagang lama juga menjaga identitas kawasan sebagai pasar tradisional yang memiliki nilai historis bagi masyarakat Kota Bandar Lampung.

Faktor pendukung lainnya adalah letak strategis kawasan Bambu Kuning *Trade Center* yang berada di pusat kota dan mudah diakses oleh masyarakat. Posisi ini memberikan potensi besar bagi pengembangan kawasan sebagai destinasi perdagangan dan ekonomi kreatif. Apabila didukung dengan penataan ruang dan promosi yang tepat, lokasi strategis tersebut dapat meningkatkan daya tarik kunjungan.

Di samping itu, terdapat potensi pengembangan ekonomi kreatif yang mulai muncul, terutama pada sektor kuliner dan fesyen. Potensi ini menjadi modal penting untuk mengembangkan revitalisasi yang tidak hanya berorientasi pada transaksi jual beli, tetapi juga pada pengalaman ruang dan aktivitas kreatif yang mampu menarik segmen pengunjung yang lebih luas.

3.3 Faktor Penghambat

Di sisi lain, penelitian ini menemukan sejumlah faktor penghambat yang memengaruhi efektivitas revitalisasi kawasan. Faktor penghambat utama adalah belum optimalnya kondisi fisik dan lingkungan kawasan pascarevitalisasi. Fasilitas pendukung seperti pencahayaan, sirkulasi udara, kebersihan, serta beberapa sarana bangunan belum berfungsi secara maksimal. Kondisi lingkungan yang kurang nyaman berdampak langsung pada minat kunjungan dan durasi aktivitas pengunjung di kawasan pasar.

Faktor penghambat berikutnya adalah keterbatasan anggaran dan pemeliharaan berkelanjutan. Hasil wawancara dengan pihak UPT menunjukkan bahwa perbaikan dan pemeliharaan fasilitas pasar masih menghadapi kendala pendanaan. Akibatnya, revitalisasi yang dilakukan cenderung bersifat parsial dan belum mampu menciptakan perubahan lingkungan yang signifikan dalam jangka panjang.

Selain itu, rendahnya partisipasi pedagang dan masyarakat dalam proses pengembangan kawasan menjadi hambatan dari sisi sosial. Revitalisasi masih didominasi oleh pendekatan *top-down*, sehingga pedagang belum sepenuhnya dilibatkan dalam perencanaan dan pengembangan program kawasan. Kondisi ini berdampak pada rendahnya rasa memiliki terhadap hasil revitalisasi dan terbatasnya inovasi berbasis kebutuhan pengguna pasar.

Faktor penghambat lainnya adalah perubahan pola konsumsi masyarakat akibat perkembangan *e-commerce*. Peralihan masyarakat ke belanja daring menyebabkan penurunan intensitas kunjungan ke pasar fisik. Tanpa strategi adaptasi yang mengintegrasikan konsep ekonomi kreatif, digitalisasi, dan promosi kawasan, revitalisasi pasar tradisional menjadi sulit bersaing dengan platform perdagangan modern.

Secara keseluruhan, keberhasilan revitalisasi Kawasan Bambu Kuning *Trade Center* sangat dipengaruhi oleh kemampuan pengelola kawasan dalam memaksimalkan faktor pendukung dan meminimalkan faktor penghambat. Revitalisasi yang berkelanjutan memerlukan pendekatan terpadu yang menggabungkan penguatan kelembagaan, perbaikan lingkungan fisik, peningkatan partisipasi sosial, serta inovasi ekonomi kreatif agar kawasan pasar dapat berfungsi optimal sebagai ruang publik dan pusat aktivitas ekonomi masyarakat.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa revitalisasi Kawasan Bambu Kuning *Trade Center* telah dilaksanakan, namun belum sepenuhnya mencapai tujuan sebagai kawasan ekonomi kreatif yang berkelanjutan. Pelaksanaan revitalisasi masih lebih menitikberatkan pada perbaikan fisik, sementara penguatan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan belum terintegrasi secara optimal.

Revitalisasi belum berdampak signifikan terhadap peningkatan aktivitas perdagangan dan fungsi kawasan sebagai ruang publik, yang dipengaruhi oleh keterbatasan pengelolaan, rendahnya partisipasi masyarakat, serta perubahan pola konsumsi ke arah digital. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan revitalisasi yang lebih terpadu dan berkelanjutan agar kawasan mampu meningkatkan daya saing pasar tradisional.

REFERENSI

- [1] J. D. S. Amory, M. Mudo, and R. J, "Transformasi Ekonomi Digital dan Evolusi Pola Konsumsi: Tinjauan Literatur tentang Perubahan Perilaku Belanja di Era Internet," *J. Minfo Polgan*, vol. 14, no. 1, pp. 28–37, 2025, doi: 10.33395/jmp.v14i1.14608.
- [2] P. Juanta, E. Agitha Kembaren, B. Jerry Alfa Hutabarat, T. Saga Mo Lewio Dachi, A. Sumantri, and M. Efrat Freditus Tampubolon, "Pengaruh E-Commerce Terhadap Penurunan Kunjungan Konsumen Di Pasar Tradisional Pude Kota Medan," *ADIDAYA Apl. Pendidik. dan Sos. Budaya*, vol. 2, no. 2, pp. 83–89, 2025, doi: 10.58466/adidaya.v2i2.1901.
- [3] N. N. Nur'aeni, M. Ainulyaqin, and S. Edy, "Dampak Fenomena E-Commerce Padafile:///C:/Users/A S U S/Downloads/bab 2 permasalahan pasar tradisional.pdf Tingkat Penjualan Di Pasar Tradisional Ditinjau Dari Psikologi Dan Ekonomi Islam," *J. Ilm. Ekon. Islam*, vol. 10, no. 1, p. 270, 2024.
- [4] N. Hafizah, "Strategi Pengembangan Pasar Tradisional," Universitas Islam Negeri, Indonesia, 2020.
- [5] C. D. Larasati and A. Rohman, "Analisis Penghambat Revitalisasi Pasar dalam Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional," *J. Urban Sociol.*, vol. 1, no. 1, p. 31, 2023, doi: 10.30742/jus.v1i1.2787.
- [6] E. Erfiyana, J. Iskandar, and D. Hermana, "Pengaruh Pelaksanaan Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Manajemen Pasar Dalam Mewujudkan Efektivitas Pendapatan Pedagang di

- Pasar Limbangan Kabupaten Garut,” *Indones. J. Public Adm. Manag.*, vol. 1, no. 02, pp. 80–88, 2023
- [7] I. Farida, M. Ardiansyah, and M. N. Juwita, “The Quality of Human Resources in Improving Community in Bandar Lampung City,” *Publik (Jurnal Ilmu Adm.*, vol. 11, no. 2, p. 213, 2022, doi: 10.31314/pjia.11.2.213-223.2022.
- [8] R. H. Valdiansyah and D. Widiyati, “Peranan Sustainable Finance Pada Industri UMKM Indonesia: Peluang Dan Tantangan,” *J. Law, Adm. Soc. Sci.*, vol. 4, no. 1, pp. 47–55, 2024, doi: 10.54957/jolas.v4i1.713.
- [9] Selma Febriosa, Mutiara Latifa, Aldi Afriano, and Fera Zora, “Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Melalui Penguatan Kearifan Lokal Di Daerah Wisata,” *PESHUM J. Pendidikan, Sos. dan Hum.*, vol. 4, no. 6, pp. 9720–9727, 2025, doi: 10.56799/peshum.v4i6.10675.
- [10] Diky Pangestu, Raziq Hasan, Lia Rosmala Schiffer, and Yonav Partana, “Identifikasi Kebutuhan Ruang Berdasarkan Potensi Subsektor Ekonomi Kreatif pada Bogor Creative Center,” *SARGA J. Archit. Urban.*, vol. 19, no. 2, pp. 90–98, 2025, doi: 10.56444/v19i2.2765.
- [11] A. D. A. Syafitri and F. L. Nisa, “Perkembangan serta Peran Ekonomi Kreatif di Indonesia dari Masa ke Masa,” *J. Ekon. Bisnis Dan Manaj.*, vol. 2, no. 3, pp. 189–198, 2024, doi: 10.59024/jise.v2i3.810.
- [12] Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D (Edisi Revisi)*. Bandung: Alfabeta, 2023.
- [13] M. R. Fadli, “Memahami desain metode penelitian kualitatif,” *Humanika*, vol. 21, no. 1, pp. 33–54, 2021, doi: 10.21831/hum.v21i1.38075.
- [14] P. Roberts and H. Sykes, Eds., *Urban Regeneration: A Handbook*. London: SAGE Publications, 2000.