

POLA AKTIVITAS WISATA BELANJA DI KAMPUNG WISATA KERAMIK DINOYO, MALANG

(Activity Pattern of Shopping Tourism in Dinoyo Ceramics Tourism Kampong, Malang)

**Joko Triwinarto Santoso, Triandriani Mustikawati,
Noviani Suryasari, Ema Y. Titisari**

Jurusan Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Brawijaya
Jl. MT. Haryono 167, Malang 65145
jokotris@yahoo.com, jokotris@ub.ac.id

ABSTRACT

Dinoyo ceramics tourist kampong has limited space in the effort to organize it. To formulate the concept of spatial planning in accordance with the needs and potential of space, is necessary to identify activity pattern of shopping as a major activity in economic activity that will be developed, as well as the use of space. This study uses observation and behavior mapping of visitors in corridors of the ceramics kampong. Observation time is chosen in rush hours of visitors which are known from questionnaire on the visitors and shop owners. Analysis of observation result and behavioral mapping is conducted by overlay analysis to understand pattern of travel or trip, pattern of activity, and points of visitor's activity. While content analysis of the photos/video is performed to determine actors of activity, type of activity, physical order supporting activity, dimension of space, time of occurrence, and duration of activity. The results show that the pattern of shopping activities which occur in the kampong influenced by the type of products, accessibility, availability of parking areas and circulation, as well as the availability of other supporting facilities (signage, maps, location markers, food stalls, public toilets, an information center, etc).

Keywords: activity pattern, tourism kampong, shopping tourism, Dinoyo

ABSTRAK

Kampung wisata keramik Dinoyo memiliki keterbatasan ruang dalam upaya penataan kampungnya. Untuk merumuskan konsep penataan ruang yang sesuai dengan kebutuhan dan potensi ruang, perlu diidentifikasi pola aktivitas belanja sebagai aktivitas utama dalam kegiatan ekonomi yang akan dikembangkan, sekaligus penggunaan ruangnya. Studi ini menggunakan pengamatan dan pemetaan perilaku (*behavior mapping*) pengunjung pada koridor kampung keramik. Waktu pengamatan dipilih pada jam-jam ramai pengunjung yang diketahui dari hasil kuesioner pada pengunjung dan pemilik toko. Analisis hasil pengamatan dan pemetaan perilaku dilakukan dengan cara analisis *overlay* untuk mengetahui pola perjalanan, pola aktivitas, dan titik-titik aktivitas pengunjung. Sedangkan analisis isi terhadap hasil foto/video dilakukan untuk mengetahui pelaku aktivitas, jenis aktivitas yang dilakukan, tatanan fisik yang mendukung terjadinya aktivitas, dimensi ruang untuk beraktivitas, waktu terjadinya, dan lamanya aktivitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola aktivitas belanja yang terjadi di kampung wisata keramik Dinoyo dipengaruhi oleh jenis produk, aksesibilitas, ketersediaan area parkir dan sirkulasi, serta ketersediaan fasilitas pendukung lainnya (*signage*, peta, penanda lokasi, warung makanan, toilet umum, pusat informasi, dan lain-lain).

Kata kunci: pola aktivitas, kampung wisata, wisata belanja, Dinoyo

PENDAHULUAN

Penataan kampung wisata berbasis industri rakyat di wilayah perkotaan harus mampu memanfaatkan sumber daya ruang yang tersedia secara adil (Eldemery, 2010). Ruang yang terbatas dituntut mampu mengakomodasi berbagai kegiatan. Konflik ruang terjadi akibat keterbatasan lahan dan pemanfaatan ruang yang tidak optimal. Akibatnya, terjadi dominasi satu kegiatan atas kegiatan lainnya. Di kampung wisata keramik Dinoyo ditemukan konflik penggunaan ruang untuk kegiatan ekonomi dan kegiatan domestik (Santoso *et al*, 2012).

Agar tercipta lingkungan yang mendukung kegiatan ekonomi rakyat, penelitian ini berupaya mengidentifikasi penggunaan ruang menurut pola aktivitas belanja yang terjadi di kampung wisata keramik Dinoyo Malang. Kampung ini telah ditetapkan pemerintah daerah sebagai kampung wisata, tetapi hingga saat ini perkembangannya cenderung stagnan.

Sebagai salah satu faktor penting dalam kegiatan ekonomi, pariwisata dan *mass consumption* (Tomory, 2006) menjadi strategi pemerintah Kota Malang untuk mengembangkan kegiatan ekonomi lokal. Selain untuk mendukung kegiatan wisata, keberadaan kampung wisata (belanja) juga dapat muncul sebagai obyek wisata utama. Dalam hal ini wisatawan datang berkunjung karena daya tarik produk yang ditawarkan (Timothy, 2005 dalam Tomory, 2010). Kampung wisata keramik Dinoyo 'menjual' produk keramik dan gipsu yang menjadi nafas kegiatan ekonominya.

METODA PENELITIAN

a. Landasan Teori

Aktivitas di dalam suatu ruang menurut Gehl (1987) dapat dibagi menjadi tiga kategori:

- *necessary activities* (aktivitas utama), yaitu aktivitas rutin harian dan aktivitas yang dilakukan karena kewajiban memenuhi kebutuhan.

Lingkungan yang baik adalah lingkungan yang dapat mengakomodasi semua jenis kegiatan - *optional activities* (aktivitas pilihan), yaitu aktivitas yang dilakukan ketika memiliki kesempatan atau menempati waktu yang tepat, yaitu saat situasi lingkungan cukup menyenangkan dan mengundang

- *social activities* (aktivitas sosial), yaitu aktivitas yang melibatkan interaksi dengan pihak lain di sekitarnya. Aktivitas ini cenderung tidak direncanakan sebagai dampak dari adanya aktivitas utama dan aktivitas pilihan

Pola aktivitas dan pola pemanfaatan ruang dapat diketahui dari pengamatan atas aktivitas-aktivitas dan pergerakannya. Pola pemanfaatan ruang beserta dengan pola aktivitasnya adalah bagian dari aspek-aspek yang dikaji dalam melakukan analisis terhadap *behavior setting*. Dari analisis tersebut, kebutuhan pengguna dapat diketahui sehingga dapat menjadi pertimbangan dalam menyusun konsep dasar penataan kawasan. Analisis *behavior setting* dilakukan dengan menggunakan kriteria:

- *person*: pelaku kegiatan
- *standing pattern of behavior*: aktivitas yang berulang-ulang pada *setting* tertentu berupa pola perilaku oleh seseorang
- *physical milieu*: batasan fisik suatu *setting*
- *tynomorphyc*: hubungan antara *milieu* dan pola aktivitas
- *territory*
- *temporal*: waktu saat aktivitas berlangsung

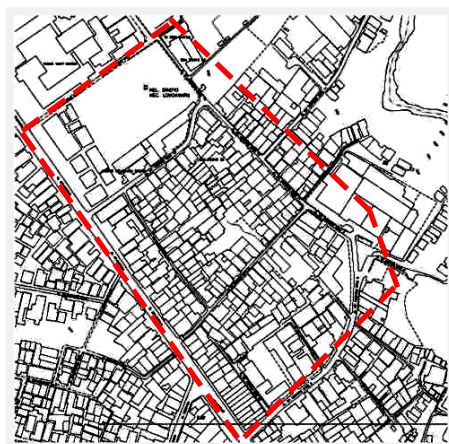
Lang (1987) menyatakan bahwa aktivitas yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang pada suatu lingkungan dapat diamati pada waktu-waktu tertentu, dan tidak dapat lepas dari wilayah atau ruang aktivitasnya. Dengan demikian ada aspek jenis pengguna, jenis aktivitas, jumlah pengguna, wadah ruang aktivitas, posisi aktivitas, dan waktu harus

diperhatikan guna memahami *standing pattern of behavior*.

Penelitian-penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya menunjukkan bahwa perancangan ruang yang tidak didasarkan pada *standing pattern of behavior* rawan terhadap timbulnya konflik ruang (Taufikurrahman, 2010; Murtini, 2011; Soegiono, 2011; Santoso *et al*, 2012). Konflik ini akan terjadi di ruang-ruang yang mewadahi beberapa fungsi dengan karakter kegiatan yang berbeda. Penataan ruang yang disusun berdasarkan pola aktivitas utama dapat efektif dalam memanfaatkan keterbatasan ruang yang tersedia. Ini karena kegiatan utama umumnya mendominasi penggunaan ruang, sehingga penggunaan ruang tersebut untuk kegiatan lain dapat diatur kemudian (Dewi, 2005). Pengaturannya dapat dilakukan dengan menggunakan waktu (Murtini, 2011) atau pengaturan zona dan teritorialitas (Santoso *et al*, 2012) menurut pelaku dan aktivitasnya.

b. Metoda Analisis

Penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif melalui pengamatan dan pemetaan perilaku (*behavior mapping*) untuk mengetahui pola aktivitas belanja pengunjung (Bentley, 1985; Lang, 1987). Metode analisis deskriptif grafis dilakukan untuk memperoleh penggunaan ruang berdasarkan pola aktivitas belanja pengunjung.



Gambar 1. Peta Wilayah Studi

Subyek amatan adalah pengunjung kampung keramik, baik yang bertujuan untuk membeli ataupun yang hanya sekedar berjalan-jalan melihat-lihat produk kerajinan. Fokus pengamatan adalah:

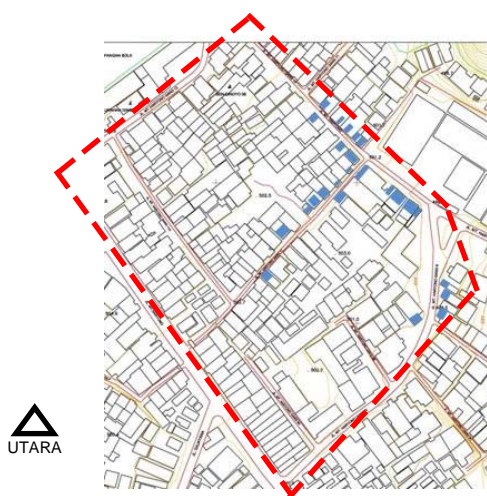
- Di titik mana saja aktivitas belanja tersebut dilakukan?
- Apa saja kegiatan yang dilakukan pada titik tersebut?
- Bagaimana kegiatan tersebut dilakukan?

Variabel yang diamati adalah pelaku, kegiatan, alur yang dilalui, waktu, dan ruang kegiatan. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan pengamatan perilaku serta pemetaan perilaku. Data yang telah terkumpul dianalisis dengan metode grafis *overlay* (untuk peta perilaku) dan analisis konten.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Gambaran Lokus

Kampung wisata keramik Dinoyo, Malang secara administratif berada di RW 3, Kelurahan Dinoyo, Kecamatan Lowokwaru, Kotamadya Malang (Gambar 1). Pengamatan dilakukan pada koridor kampung wisata keramik, yaitu Jl. MT. Haryono gang IX dan gang XI, khususnya di lokasi toko/tempat penjualan/*showroom* keramik dan gipsu. Jumlah toko di kampung keramik ini sebanyak 25 buah, tersebar di Jl. MT. Haryono gang IX, gang XI, dan gang XIII (Gambar 2).



Gambar 2. Peta Sebaran Toko

Kerajinan keramik Dinoyo berkembang sejak adanya pabrik keramik di kawasan ini. Tenaga kerjanya berasal dari masyarakat lokal. Saat pabrik berhenti beroperasi, mereka banyak yang membuka usaha keramik milik pribadi. Sejak itulah kerajinan keramik berkembang menjadi industri rakyat. Kegiatan ini mengalami beberapa kali pukulan hebat, yaitu meletusnya bom Bali I dan II yang menutup pasar mereka di Bali serta kenaikan harga minyak tanah dan gas/LPG sehingga pengrajin mengalihkan usahanya pada pembuatan gipsum, khususnya untuk cinderamata pesta atau ulang tahun. Toko-toko yang menjual produk ini semakin meningkat jumlahnya.

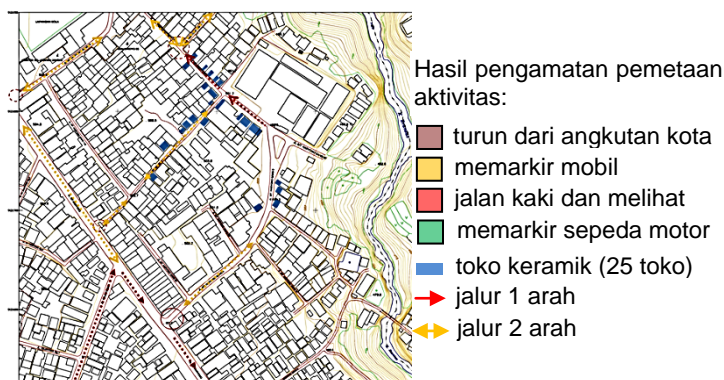
Sementara mereka yang konsisten memproduksi dan menjual keramik tinggal beberapa orang saja, yaitu pemilik pabrik keramik dan pemodal besar.

b. Aksesibilitas dan Sirkulasi

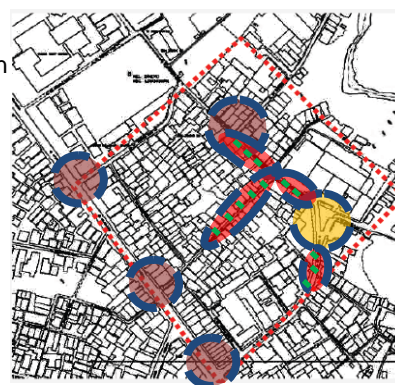
Pintu masuk utama ke kampung wisata keramik Dinoyo terletak di sebelah timur, yakni di mulut gang IX. Pintu masuk lainnya berada di gang XI, gang XIII, dan Jl. Vinolia di sebelah selatan (Gambar 3). Akses menuju kampung keramik terbatas karena dimensi lebar gang dan arus lalu lintas (Gambar 4). Alur pengunjung dengan kendaraan dapat dilihat pada (Gambar 5).



Gambar 3. Gerbang Masuk Kawasan Kampung Keramik Dinoyo



Gambar 4. Arus Lalu Lintas



Gambar 5. Alur Sirkulasi Pengunjung

Jalur jalan di Jl. MT. Haryono gang IX berupa jalan aspal selebar sekitar 7 meter dengan bahu jalan berupa tanah tanpa trotoar. Jalur ini menyempit menjadi selebar 4 meter di mulut area permukiman yang berbatasan dengan pabrik keramik.

Jalur jalan di Jl. MT. Haryono gang XI berupa jalan yang ditutup *paving stone* sampai dengan tepi bangunan (rumah/toko/pagar). Lebar jalur ini sekitar 3 meter sehingga hanya dapat dilalui satu mobil saja. Tidak ada jalur khusus bagi pejalan kaki di area ini.



Gambar 6. Jalur Sirkulasi Gang IX, Gang IX utara, dan Gang XI
Sumber: Dokumentasi penulis, 2014

c. Tempat Parkir

Tidak ada tempat khusus untuk memarkir kendaraan roda empat karena jalan masuk ke kampung keramik sempit dan permukimannya padat. Biasanya mobil atau bus diparkir di depan bangunan bekas pabrik keramik, atau di pinggir gang IX yang relatif lebar. Dari situ pengunjung berjalan kaki memasuki kampung.

Sepeda atau sepeda motor diparkir di depan toko. Pengunjung memarkir sepeda motornya di depan salah satu toko, kemudian bergerak ke toko-toko yang lain di dekatnya. Bila letak toko yang dituju berdekatan,

sepeda motor tidak dipindahkan. Sebaliknya, bila mereka bergerak ke arah yang lebih jauh, mereka memindahkan juga posisi parkir sepeda motornya.

Toko yang menyediakan tempat parkir untuk sepeda motor antara lain: Bungsu Jaya, Rejo, Langgeng, Mega Jaya, Family, Olive's, Ummi, Yan's Ceramics, dan Dennis Ceramic. Tempat parkir tersebut berupa perkerasan semen pembatas antara dinding toko dan jalur jalan selebar 1-2 meter, namun ada juga yang lebih dari itu. Di toko-toko lainnya, sepeda motor diparkir di tepi jalan.



Gambar 7. Tempat Parkir Sepeda Motor di Olive's, Dennis, dan Yan's Ceramic

Sumber: Dokumentasi penulis, 2014



Gambar 8. Sepeda Motor Diparkir di Tepi Jalan Depan Toko
Sumber: Dokumentasi penulis, 2014

d. Titik Lokasi Belanja

Lokasi paling banyak toko adalah ruas gang IX sebelah utara dan di ujung utara gang XI. Di gang IX sebelah timur hanya ada empat toko, sedang di sisi selatan gang XI ada dua toko (Yan's Ceramic dan Asih Ceramic). Pengunjung paling banyak ditemukan di sini.

e. Karakter Pengunjung

Pengunjung yang datang untuk berbelanja di kampung keramik memiliki berbagai latar belakang serta motivasi, yaitu: kulak (membeli untuk dijual kembali) keramik dan/atau gipsum, membeli keramik dan/atau gipsum untuk hiasan atau perlengkapan rumah, untuk cinderamata, berjalan-jalan dan melihat-lihat saja, dan untuk kepentingan studi. Dari motivasi tersebut, jenis pengunjung dapat dikelompokkan menjadi: pedagang, pribadi, wisatawan, pelajar/mahasiswa/peneliti, dan wakil instansi.

Menurut hasil wawancara, pengunjung dari kelompok pedagang sebagian besar adalah pelanggan toko. Biasanya kunjungan dilakukan satu atau dua kali, selanjutnya mereka dapat melakukan transaksi melalui media telepon dan/atau internet. Sedangkan pengunjung yang paling banyak adalah pengunjung pribadi yang bermaksud membeli produk keramik atau gipsum untuk cinderamata pesta.

Pengunjung yang datang ke kampung keramik ada yang datang sendirian, berkelompok kecil (2-5 orang), kelompok sedang (5-10 orang), atau dalam kelompok besar/rombongan (lebih dari 10 orang).

f. Jumlah Pengunjung

Menurut hasil kuesioner, wawancara, dan pengamatan, saat-saat ramai pengunjung adalah:

- Dalam satu hari, jam ramai kunjungan adalah antara jam 10.00 – 14.00
- Hari Sabtu-Minggu. Rata-rata jumlah pengunjung per hari 20-30 orang.

Pada hari kerja jumlah pengunjung rata-rata 4-10 orang.

- Bulan Jawa: Ruwah, Rajab, Dzulqaidah, dan Besar/Dzulhijah. Pengunjung datang untuk membeli atau memesan cinderamata pesta.
- Menjelang Hari Idul Fitri, banyak pengunjung dari kelompok pedagang keramik atau cinderamata untuk kulak.
- Saat liburan sekolah (Juli-September), pengunjung wisatawan cukup banyak.

g. Kegiatan yang Dilakukan

Kegiatan yang dilakukan pengunjung di kampung keramik tergantung dari motivasi kunjungannya.

- Pedagang keramik dan/atau gipsum untuk dijual lagi: menuju toko langganan – melihat-lihat barang – memesan barang – pulang. Barang diambil di hari yang lain atau dikirim. Transaksi juga dilakukan via telepon, sms, atau internet.
- Pembeli pribadi: parkir – melihat-lihat dari satu toko ke toko lain – memilih barang – melakukan transaksi – ke tempat parkir – pulang. Jika naik sepeda motor mereka memarkir motor di depan toko.
- Pembeli cinderamata (pesta, kenang-kenangan, penghargaan, dan lain-lain): datang – parkir – melihat-lihat dari toko ke toko – memilih barang – memesan barang atau membeli – menuju tempat parkir – pulang. Barang diambil di hari lain jika jumlahnya banyak.
- Wisatawan: parkir – melihat-lihat dari toko ke toko (– memilih jika ada yang cocok – melakukan transaksi) – menuju tempat parkir – pulang.
- Peneliti atau pelaku studi: parkir – melakukan pengamatan/penelitian/praktek pembuatan keramik/seminar/*workshop* – pulang. Kegiatan praktek pembuatan keramik, seminar, atau *workshop* biasanya dilakukan di ruang produksi Ketua Paguyuban Pengrajin Keramik, Bapak Samsul. Untuk melakukan kegiatan

tersebut peneliti atau pelaku studi harus berkoordinasi dengan pengurus Paguyuban Pengrajin Keramik.

h. *Signage* (Rambu-rambu Penanda Kawasan)

Papan nama toko bervariasi bentuk, model, bahan, ukuran, dan letaknya. Ditinjau dari bahannya, papan nama toko terbuat dari kayu, kain, atau *neon box*. Cara memasangnya bisa digantung di tiang atau ditempel di dinding. Papan nama toko ada yang diletakkan di tiang setinggi 5-6 meter, di atas pintu masuk, di atas jendela etalase, dan di dinding depan toko. Ukurannya pun bervariasi, tetapi bentuk dasarnya semua segi empat.

Nama jalan dan gang terdapat di ujung gang. Di beberapa pertigaan tidak ada papan petunjuk arah dan nama wilayah. Rambu-rambu ini diperlukan untuk memudahkan mengidentifikasi lokasi dan posisi. Rambu-rambu bisa berupa tanda-tanda yang lain, misalnya lampu jalan, tanaman, papan nama toko, dan lain-lain. Tujuannya adalah untuk pengenalan atau penanda kawasan.

i. Peta

Tidak ada peta wilayah yang dipasang di kawasan ini. Untuk kawasan kampung wisata hal ini diperlukan untuk memudahkan pengunjung mengetahui letak toko dan fasilitas umum sehingga mereka dapat melakukan kegiatannya dengan lebih efektif, dan tidak kehilangan arah.

j. Fasilitas Umum Penunjang Wisata

Di kawasan ini terdapat beberapa fasilitas umum milik kampung yang dapat dimanfaatkan untuk kegiatan wisata, seperti musholla dan tempat sampah. Semula direncanakan adanya pusat informasi wisata yang ditempatkan di toko Family, tetapi tidak ada keterangan yang jelas mengenai keberadaan pusat informasi tersebut. Saat ini pun tempat yang direncanakan sebagai pusat informasi tersebut tidak

dapat berjalan sebagaimana fungsi yang direncanakan.

Di kawasan ini juga tidak ada toilet umum. Jumlah pengunjung yang rata-rata sekitar 40-60 pengunjung per bulan dengan waktu kunjungan rata-rata 1-2 jam saja dan biaya pengelolaan toilet umum tampaknya menjadi alasan belum disediakan toilet umum di lokasi ini. Fasilitas penunjang yang lain seperti lampu jalan dan tempat sampah merupakan bagian dari fasilitas domestik warga.

k. Identifikasi Permasalahan Kegiatan Wisata

Produk pengrajin keramik Dinoyo saat ini menunjukkan pergeseran yang cukup kuat ke arah produk gipsum untuk cinderamata. Produsen yang konsisten memproduksi dan menjual produk keramik dengan karakter aslinya tinggal beberapa saja (Yan's Ceramic dan SN Ceramic). Perubahan tersebut mempengaruhi jenis, motivasi, karakter, dan kegiatan pengunjung yang datang ke lokasi ini.

Pengunjung yang datang ke Dinoyo saat ini sebagian besar bertujuan untuk memesan produk gipsum untuk cinderamata pesta atau acara lainnya. Ini bisa dilihat dari jumlah pesanan cinderamata yang lebih banyak dibandingkan produk keramik *artwork*, dan dari peningkatan jumlah toko yang menjual produk gipsum untuk cinderamata. Hal ini mempengaruhi pola aktivitas wisata belanja yang terjadi di kampung wisata keramik Dinoyo.

Dari hasil penelitian ini dapat diidentifikasi beberapa hal terkait kegiatan wisata belanja di kampung wisata keramik Dinoyo sebagai berikut:

- Terjadi perubahan jenis dan karakter produk kerajinan di kampung wisata keramik Dinoyo, yakni dari kerajinan keramik ke industri cinderamata dari gipsum. Perubahan ini mempengaruhi perubahan karakter kegiatan wisata belanja.
- Hal di atas juga mempengaruhi peluang terselenggaranya kegiatan

lain yang bisa memberi keuntungan ekonomis bagi warga dan mempengaruhi tingkat kepuasan pengunjung serta kemungkinan kunjungan ulang.

- Lokasi kawasan wisata keramik Dinoyo berada di kawasan dengan pengembangan terbatas. Oleh karena itu penataan kawasan wisata ini memerlukan strategi khusus sesuai karakteristik wilayah.
- Untuk mengembangkan kampung wisata keramik Dinoyo perlu diselesaikan beberapa permasalahan spasial dan fungsional yang terkait dengan aksesibilitas, sirkulasi serta kelengkapan fasilitas pendukung.
- Koridor di kawasan cukup sempit untuk dilalui kendaraan roda empat dan bus. Hal ini menyebabkan pengunjung yang menggunakan kendaraan roda empat harus berjalan kaki untuk memasuki kampung. Sayangnya, belum ada jalur pejalan kaki yang aman dan nyaman.
- Dari pola kunjungan, diketahui bahwa kampung wisata keramik Dinoyo memiliki puncak kunjungan hanya beberapa bulan dalam setahun. Untuk itu perlu adanya area parkir yang fleksibel.
- Sebagai kawasan yang akan dikembangkan sebagai kawasan wisata, kampung wisata keramik Dinoyo belum dilengkapi dengan fasilitas pendukung seperti pusat informasi, toilet umum, warung makanan, dan lain-lain.
- Kejelasan wilayah sebagai kawasan wisata belum didukung dengan rambu-rambu penanda kawasan (*signage*).

4. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

- Pola aktivitas belanja yang terjadi di kampung wisata keramik Dinoyo dipengaruhi oleh: jenis produk, aksesibilitas, ketersediaan area parkir dan sirkulasi, serta ketersediaan fasilitas pendukung kegiatan.

- Berdasarkan pola kegiatan yang terjadi, ruang-ruang yang tersedia dimanfaatkan secara spontan menurut kebutuhan. Belum ada perencanaan ruang yang menyeluruh dan terintegrasi yang dapat menunjang fungsi kawasan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bentley, Ian *et al.* 1985. *Responsive Environment, a Manual for Designers*. London: Routledge.
- Dewi, Aryanti, Antariksa, dan San Soesanto. 2005. "Pengaruh Kegiatan Berdagang Terhadap Pola Ruang-Dalam Bangunan Rumah-Toko di Kawasan Pecinan Kota Malang". *Dimensi (Jurnal Teknik Arsitektur)*, vol. 33, no. 1, 17-26.
- El Demery, Ibrahim Mostafa. 2010. "Sustainable Architectural Design: Reviving Traditional Design and Adapting Modern Solution". *Archnet-Ijar International Journal of Architectural Research*, vol. 4, issue 1, 99-110.
- Firmansyah, R. 2010. *Analisis Usaha Pengrajin dalam Upaya Mempertahankan Keberlangsungan Industri Kecil Keramik*. skripsi. tidak dipublikasikan. Malang: Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang.
- Gehl, Jan. 1987. *Life Between Buildings: Using Public Space*, terjemahan Jo Koch, New York: Van Nostrand Reinhold.
- Lang, Jon. 1987. *The Built Environment Social Behavior: Architecture Determinism Rexamined Viair*. Cambridge, MA: The Wit Press.
- Murtini, Titien Woro. 2011. *Peran Perempuan dalam Pemanfaatan Ruang pada Rumah Tinggal sebagai Ruang Ekonomi*. *Jurnal Ilmiah Perancangan Kota dan Permukiman*, vol. 10, no. 1, 41-53.
- Soegiono, Bagus Soeprijono. 2011. *Transformasi Penggunaan Ruang*

- Hunian Akibat Usaha Berbasis Rumah Tangga*. tesis. Surabaya: Institut Teknologi 10 November Surabaya.
- Taufikurrahman. 2010. *Perubahan Pola Tataan Ruang Rumah Tinggal sebagai Akibat Kegiatan Industri Rumah Tangga (Studi Kasus: Pengrajin Logam di Desa Ngingas Kecamatan Waru Sidoarjo)*. tesis. Surabaya: Institut Teknologi 10 November Surabaya.
- Tomory, Mihaly. 2006. "Investigating Shopping Tourism Along the Borders of Hungary – a Theoretical Perspective". *Geojournal of Tourism and Geosites*, vol. 6, no. 2, 202-210.
- Santoso, Joko Triwinarto *et al.* 2012. Model Penataan Ruang Rumah Produktif untuk Peningkatan Kegiatan Ekonomi Industri Keramik Rakyat di Dinoyo, Malang. laporan penelitian. tidak dipublikasikan. Malang: Universitas Brawijaya.