

Alun-alun lama Jepara, berlokasi di pusat kota Jepara merupakan pusat aktivitas kota dan pernah menjadi pusat aktivitas pedagang kaki lima (PKL). Sejak 2018, pemerintah daerah memutuskan untuk memindahkan semua aktivitas pedagang ke alun-alun baru yang berjarak satu kilometer dari lokasi sebelumnya. Mayoritas PKL menyatakan bahwa lokasi berdagang yang baru tidak sebaik lokasi berdagang sebelumnya. Hal tersebut menjadi alasan PKL kembali berdagang secara ilegal di alun-alun lama.

Gagasan pengembangan alun-alun baru pada penelitian ini dengan pendekatan *placemaking*. Konsep *placemaking* digunakan untuk mengetahui preferensi PKL terkait alun-alun lama dan mewujudkan arahan desain yang tepat pada alun-alun baru. Metode penelitian kualitatif dilakukan melalui studi pustaka, wawancara, dan observasi lapangan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seting aktivitas PKL dan penemuan empat faktor berdasarkan preferensi PKL yaitu faktor akses, bentuk dan ukuran ruang, amenitas, dan aktivitas penarik berkontribusi pada aktivitas perdagangan namun belum ditemukan di alun-alun baru. Arahan desain yang diterapkan pada alun-alun baru diadopsi dengan kaidah-kaidah *placemaking* dengan melihat faktor-faktor berdasarkan preferensi PKL.

Kata kunci : Alun-alun, PKL, *placemaking*

*The old alun-alun of Jepara, located in the centre of Jepara, is the center of city activity and also used to be the center of street vendors activity. Since 2018, the local government has decided to move all the traders activity into new alun-alun where is one kilometer away from the previous location. The majority of street vendors stated that the new location is not as comfortable as the previous location. It becomes their reason for illegally returning to trade in the old alun-alun.*

*The idea of developing a new alun-alun based on placemaking. Placemaking is used to examine the preferences of street vendors and realize the design direction for new alun-alun. Qualitative research method was conducted through literature review, interviews, and field observation.*

*The result shows that the setting of street vendors activity and discovery of four factors was based in preferences of street vendors of i.e access, space shape and size, amenities, and attractor activity contribute to activity of trading still not found yet in new alun-alun. The design directions applied by using placemaking method by looking at factors based on street vendor preferences.*

*Keyword : alun-alun, street vendor, placemaking*