

**SKRIPSI**

**HUBUNGAN KARAKTERISTIK KONSUMEN  
TERHADAP PERSEPSI KUALITAS FASILITAS UMUM  
DI PASAR TRADISIONAL MERJOSARI**



**Disusun Oleh :**

**HENDRIK OHOIWUTUN**

**NIM. 01.24.074**

**PROGRAM STUDI PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA  
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN  
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG  
2014**

**PERSETUJUAN SKRIPSI**

**HUBUNGAN KARAKTERISTIK KONSUMEN TERHADAP  
PERSEPSI KUALITAS FASILITAS UMUM PASAR  
TRADISIONAL MERJOSARI**

**Disusun dan Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelara Sarjana Prodi Perencanaan Wilayah dan Kota S-1  
Institut Teknologi Nasional Malang**

**Disusun Oleh :**

**HENDRIK OHOIWUTUN**

**01.24.074**

**Menyetujui**

**Pembimbing I,**




**Agung Witjaksono, ST, MTP**

**Pembimbing II,**



**Endratno Budi S, ST, MT**

**Mengetahui  
Ketua Program Studi  
Perencanaan Wilayah dan Kota ITN Malang**



**Ida Soewarni, ST, MT**  
**NIP.Y. 1039600293**

PERSETUJUAN SKRIPSI

HUBUNGAN KARAKTERISTIK KONSERVEN TERHADAP  
PERSEPSI KUALITAS FASILITAS UMUM PASAR  
TRADISIONAL DI MERRASARI

Dibaca dan Disetujui Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menerima  
Gelar Sarjana Prodi Perencanaan Wilayah dan Kota S-1  
Institut Teknologi Nasional Malang

Dibaca Oleh :

HENDRIK OHOWITUN

01.27.074

Mengucapkan

Persembahkan II

Persembahkan I

Endang Budi S. ST. MT

Agung Widiarsono ST. MT

Mengucapkan  
Karya Program Studi  
Perencanaan Wilayah dan Kota S-1 Malang

Ibu Susanti ST. MT  
NIP. 7. 10300023

**PENGESAHAN SKRIPSI**

**HUBUNGAN KARAKTERISTIK KONSUMEN TERHADAP  
PERSEPSI KUALITAS FASILITAS UMUM PASAR  
TRADISIONAL MERJOSARI**

**Skripsi dipertahankan dihadapan Majelis Penguji Sidang  
Skripsi Jenjang Strata Satu (S-1)**

**Pada Hari : sabtu  
Tanggal : 22, Februari 2014**

**Diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan  
Guna memperoleh Sarjana Teknik**

Disusun Oleh :

**HENDRIK OHOIWUTUN**

**01.24.074**

Disahkan Oleh :

Penguji I



Penguji II



Penguji III



**(DR.Ir. Ibnu Sasongko, MT) (Arief Setiawan,ST, MT) (Mira Setiawati, ST,MT)**

Ketua,



**(Ida Soewarni, ST. MT)**

**Nip.y. 1039600293**

PENGESAHAN SKRIPSI

HUBUNGAN KARAKTERISTIK KONSISTEN PERHADAP  
PERSPEKSI KUALITAS FASILITAS PASAR  
TRADISIONAL MENDONG

Skrripsi dibariskan dan ditandatangani oleh Pembimbing I sebagai  
Skrripsi terlampir (S-1)

Pada Hari : Sabtu  
Tanggal : 22 Februari 2014

Ditunjuk untuk meneliti salah satu persyaratan  
(dan memperoleh Sarjana Teknik

Ditunjuk Oleh :

HENDRIK OHOWITIN

0124074

Ditunjuk Oleh :

Pengaji III

Pengaji II

Pengaji I



(Dit. dan ditandatangani oleh) (Dit. dan ditandatangani oleh) (Dit. dan ditandatangani oleh) (Dit. dan ditandatangani oleh) (Dit. dan ditandatangani oleh)

Kemahasiswaan

Universitas Sebelas Maret  
Surabaya 60132

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda – tangan dibawah ini :

Nama : **HENDRIK OHOIWUTUN**  
Nim : **01.24.074**  
Program Studi : **Perencanaan Wilayah dan Kota ITN Malang**  
Judul Skripsi : **Hubungan Karakteristik Konsumen Terhadap Persepsi Kualitas Fasilitas Umum Pasar Tradisional Merjosari**

Menyatakan dengan sebenar – benarnya bahwa Skripsi yang saya tulis ini benar – benar hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila kemudian hari dapat dibuktikan bahwa tugas akhir ini adalah jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Februari 2014  
di buat Pernyataan



**HENDRIK OHOIWUTUN**  
01.24.074

# **Hubungan Karakteristik Konsumen Terhadap Persepsi Kualitas Fasilitas Umum Pasar Tradisional Merjosari**

## **ABSTRAKSI**

Pasar Dinoyo merupakan salah satu pasar yang sangat strategis hal ini dapat dilihat dari letak pasar yang berada di jalan MT Haryono yang berdampingan dengan kampus (pendidikan) serta Rumah Sakit Islam dimana sering terjadi kemacetan di jam jam puncak. Pasar Dinoyo juga memiliki beberapa jenis dan kondisi fasilitas yang kurang memadai secara keseluruhan oleh karena itu perlu di renovasi dan digantikan dengan pasar semi modern, kemudian pada tanggal 11 desember 2011 secara sah pasar ini di pindahkan ke Kelurahan Merjosari yang terletak di lahan seluas kurang lebih 3 Ha. Fasilitas yang ada di Pasar Merjosari meliputi : jalan masuk dan keluar, tempat parkir kendaraan, tempat ibadah, MCK, pos keamanan, tempat pembuangan sampah sementara. Metode yang digunakan adalah observasi lapangan, dokumentasi, deskriptif kualitatif yaitu untuk menjabarkan masing – masing variabel dan korelasi antara variabel konsumen dan fasilitas.

Hasil penelitian ini yaitu mengetahui persepsi konsumen terhadap fasilitas Pasar Tradisional Merjosari. Berdasarkan hasil analisa existing beberapa fasilitas yang masih dalam kondisi buruk yaitu : jalan masuk dan keluar, lorong, parkir, pos keamanan, dan TPS sedangkan fasilitas yang terlihat masih sangat terawat adalah tempat ibadah (mushola), toilet dan MCK. Sedangkan dari persepsi konsumen menilai bahwa fasilitas yang sangat signifikan adalah kondisi TPS yang berada di pinggir jalan Mertojoyo dimana sangat mengganggu kenyamanan konsumen dalam berbelanja. Keseluruhan tersebut membuat fasilitas yang ada di Pasar Merjosari belum dalam kondisi baik sehingga konsumen merasa kurang nyaman dalam kegiatan berbelanja.

**Kata Kunci :** Persepsi Konsumen, Fasilitas Umum, Pasar Tradisional

## **KATA PENGANTAR**

Skripsi atau Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Teknik pada Jurusan Teknik Perencanaan Wilayah dan Kota/Planologi Institut Teknologi Nasional Malang. Materi skripsi ini membahas persepsi konsumen terhadap fasilitas umum pasar tradisional merjosari. Standar ini hanya berlaku di wilayah studi yaitu Kota Malang. Judul dari kajian persepsi konsumen terhadap fasilitas umum pasar tradisional merjosari

Skripsi atau Tugas Akhir ini terdiri dari 6 (enam) bab. Bab 1 mengenai latar belakang penelitian, tujuan dan sasaran yang ingin dicapai, rumusan masalah penelitian, ruang lingkup materi penelitian, ruang lingkup lokasi, dan sistematika pembahasan penelitian ini. Bab 2 menguraikan tentang teori-teori yang menjadi dasar dan acuan yang dipakai pada penelitian ini. Pada bab 3 menjelaskan tentang metode yang dipakai sesuai dengan tujuan dan sasaran yang ingin dicapai. Bab 4 menjelaskan tentang gambaran lokasi penelitian. Bab 5 membahas mengenai tahapan analisa sesuai dengan data dan metode yang dipakai pada penelitian ini. Bab 6 menjelaskan tentang kesimpulan dan rekomendasi yang diambil tentang penelitian ini.

Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Ir. Agung Witjaksono dan Bapak Endratno Budi Santosa, ST selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan masukan, pendapat dan arahan selama pengerjaan skripsi atau tugas akhir ini. Seluruh pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi atau tugas akhir ini disampaikan ucapan terima kasih.

Malang, Januari 2014

Penulis



# **Characteristic Consumer Of Quality Perception Public Facilities Traditional Market Merjosari**

## **ABSTRACT**

Dinoyo Market is one of the most strategic market this can be seen from the location of the market who are on the MT Haryono adjacent to campus (education) as well as Islamic Hospital which often happens in hours of peak hour congestion. Dinoyo market also has some type and condition of the facilities inadequate overall because it needs renovation and replaced with a modern semi market, then on the 11th of December 2011 the market legally transferred to the Village Merjosari located in an area of approximately 3 ha. Existing facilities in the Market Merjosari include: ingress and egress, vehicle parking, places of worship, public toilets, security posts, temporary landfills. The methods used are observation, documentation, descriptive qualitative to describe each - each variable and the correlation between the variables of consumer and facilities.

The results of this study is determine consumer perceptions of Traditional Markets Merjosari facilities. Based on the analysis of existing features are still in bad condition, namely: the entrances and exits, hallways, parking, security posts, and TPS while the facility was very well groomed look is a place of worship (mosque), toilets and toilets. While assessing consumer perceptions that a very significant facility is located in the TPS condition roadside where very disturbing Mertojoyo consumer convenience in shopping. The whole making facilities in the Market Merjosari not in good condition so that consumers feel less comfortable in shopping activities.

**Keywords:** Consumer Perceptions, General Facilities, Traditional Market



LEMBAR PERBAIKAN

Dalam Sidang Skripsi Tingkat Sarjana Teknik Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota:

Nama : HENDRIK R. OHOIWUTUN  
Nim : 01. 24. 074  
Hari/Tanggal Seminar : Sabtu, 22 FEBRUARI 2014  
Judul Skripsi : HUBUNGAN KARAKTERISTIK  
KONSUMEN TERHADAP KUALITAS  
FASILITAS UMUM DI PASAR  
TRADISIONAL MERJOSARI

Terdapat kekurangan yang meliputi:

- Penetapan variabel dan bobot
- Analisa deskriptif dari proporsi  
lee spes perlu penjelasan

Malang, Februari 2014  
Dosen Penguji I

DR. Ir. IBNU SASONGKO, MT



LEMBAR PERBAIKAN

Dalam Sidang Skripsi Tingkat Sarjana Teknik Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota:

Nama : \_\_\_\_\_  
Nim : \_\_\_\_\_  
Hari/Tanggal Seminar : \_\_\_\_\_  
Judul Skripsi : \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Terdapat kekurangan yang meliputi:

- Judul kurang tepat jika lihat hasil
- Variabel lebih detail
- Peta untuk gambaran umum tidak ada

Malang, Februari 2014  
Dosen Penguji II

  
ARIEF. SETIAWAN, ST, MT



LEMBAR PERBAIKAN

Dalam Sidang Skripsi Tingkat Sarjana Teknik Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota:

Nama : HENDRIK. R. OTOMWUTUN  
Nim : 01. 24. 079  
Hari/Tanggal Seminar : Sabtu, 22 Februari 2014  
Judul Skripsi : HUBUNGAN KARAKTERISTIK  
KONSUMEN TERHADAP  
KUALITAS FASILITAS umum  
DI PASAR TRADISIONAL  
MERJOSARI.

Terdapat kekurangan yang meliputi:

- Screening mengenai 8 variabel (pada bab 3)  
belum ada
- kesimpulan / solusi untuk penambahan  
fasilitas atau perbaikan →  
gambaran umum / hasil analisis

Malang, Februari 2014  
Dosen Penguji III

Setiawati

MIRA SETIAWATI, ST, MTP

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b>	
<b>ABSTRACT</b>	
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR PETA</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan dan Sasaran .....	8
1.3.1 Tujuan .....	8
1.3.2 Sasaran .....	9
1.4 Ruang Lingkup Studi .....	9
1.4.1 Lingkup Wilayah Studi .....	10
1.4.2 Lingkup Materi .....	10
1.5 Manfaat Penelitian .....	12
1.5.1 Manfaat Bagi Peneliti .....	12
1.5.2 Manfaat Bagi Masyarakat .....	13
1.5.3 Manfaat Bagi Pemerintah .....	14
1.6 Sistematika Pembahasan .....	14
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>21</b>
2.1 Pasar .....	21
2.2 Pasar Tradisional .....	25
2.3 Fasilitas Umum .....	28
2.4 Persepsi Konsumen .....	30

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>47</b>
3.1 Metode Pengumpulan Data .....	47
3.2 Metode Analisa Data .....	53
3.2.1 Analisa Deskriptif Kualitatif.....	55
3.2.2 Analisa Hubungan Karakteristik Konsumen Terhadap Kualitas Fasilitas Umum Pasar Merjosari .....	57
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM .....</b>	<b>62</b>
4.1 Gambaran Umum Kota Malang .....	62
4.2 Gambaran Umum Kecamatan Lowokwaru .....	65
4.3 Gambaran Umum Pasar Merjosari .....	67
4.3.1 Lokasi Pasar Merjosari .....	68
4.3.2 Relokasi Pasar Dinoyo Ke Pasar Merjosari ..	69
4.4. Kondisi Fasilitas Umum Pasar Merjosari.....	71
4.4.1 Jalan Masuk dan Keluar dari Toko .....	71
4.4.2 Jalan atau Lrong untuk Lalu Lintas .....	75
4.4.3 Tempat Parkir.....	78
4.4.4 Tempat Bongkar Muat .....	81
4.4.5 Tempat Ibadah .....	82
4.4.6 MCK.....	84
4.4.7 Instalasi Listrik .....	87
4.4.8 Pos Keamanan .....	88
4.4.9 Tempat Pembuangan Sampah Sementara .....	88
4.4.10 Saluran air Bersih .....	90
4.4.11 Penyediaan Air Bersih .....	90
4.4.12 Alat Pemadam Kebakaran.....	91
4.4.13 Papan Nama Pasar .....	91
4.4.14 Kantor Pasar .....	92
4.4.15 Taman dan Penghijauan .....	92
4.5. Penyebaran Quisioner Terhadap Para Kosumen Di	

Pasar Merjosari.....	93
4.5.1. Jenis Pekerjaan Konsumen.....	93
4.4.2 Jumlah Pendapatan Konsumen perbulan .....	94
4.4.3 Motivasi Konsumen datang ke Pasar Merjosari .....	95
4.4.4 Jenis Alat Transportasi yang Digunakan Konsumen.....	96
4.4.5 Dengan Siapa Konsumen Ke Pasar .....	96
4.4.6 Pendapat Konsumen terhadap Pembinaan Fasilitas Pasar Merjosari.....	97
4.4.7 Pendapat Konsumen Terhadap Harga Di Pasar Merjosari.....	98
4.4.8 Jarak Rumah Konsumen Ke Pasar Merjosari.	99
4.4.10 Banyaknya dana yang di habiskan Konsumen Pasar Merjosari.....	99
4.4.11 Tingkat Pelayanan dari Pedagang kepada Konsumen.....	100
4.4.12 Waktu Berbelanja Konsumen Pasar Merjosari .....	101
4.4.13 Kondisi Pasar Merjosari Menurut Konsumen.....	101
4.4.14 Kondisi jalan atau lorong untuk lalu lintas ..	102
4.4.15 Kondisi tempat parkir kendaraan .....	102
4.4.16 Kondisi MCK (mandi,Cuci,Kakus).....	103
4.4.17 Kondisi instalasi listrik di Pasar Merjosari ..	104
4.4.18 Kondisi Pos Keamanan di Pasar Merjosari..	105
4.4.19 Tempat Pembuangan sampah sementara .....	105
4.4.20 Penyediaan Alat Pemadam Kebakaran .....	106
4.4.21 Penyediaan Papan nama Pasar Merjosari .....	107
4.4.22 Kondisi Kantor Pasar Merjosari.....	108
4.4.23 Kondisi Tempat Jualan Bagi Pedagang.....	108

4.4.24	Pengelolaan Sampah Di Pasar Merjosari .....	109
4.4.25	Kondisi Tempat Ibadah .....	110
<b>BAB V</b>	<b>ANALISA .....</b>	<b>111</b>
5.1	Analisa Kondisi Fasilitas Umum Pasar .....	111
5.2	Analisa Persepsi Masyarakat terhadap Fasilitas Umum Pasar Tradisional Merjosari .....	123
5.2.1	Analisa jalan masuk dan keluar dari toko .....	123
5.2.2	Analisa Lorong .....	124
5.2.3	Analisa Parkir .....	124
5.2.4	Analisa Tempat Ibadah .....	125
5.2.5	Analisa Pos Keamanan .....	125
5.2.6	Analisa MCK/ Toilet .....	126
5.2.7	Analisa Tempat Pembuangan Sampah Sementara .....	126
5.3	Analisa Hubungan Karakteristik Konsumen Terhadap Persepsi Kualitas Fasilitas Umum Pasar Merjosari .....	139
<b>BAB VI</b>	<b>PENUTUP .....</b>	<b>173</b>
6.1	Kesimpulan .....	173
6.2	Rekomendasi .....	177
6.2.1	Rekomendasi Terhadap Pemerintah/ Dinas Terkait .....	177
6.2.2	Rekomendasi Teknis .....	179
6.2.3	Rekomendasi Terhadap Akademis/ Peneliti ..	180

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1</b>	Ruang Lingkup Materi .....	11
<b>Tabel 2.1</b>	Variabel Penelitian .....	45
<b>Tabel 4.1</b>	Persebaran penduduk Kecamatan Lowokwaru 2010.....	67
<b>Tabel 4.2</b>	Prosentase Jenis Pekerjaan Konsumen .....	94
<b>Tabel 4.3</b>	Prosentase tingkat pendapatan konsumen/ bulan .....	94
<b>Tabel 4.4</b>	Prosentase motivasi konsumen datang ke Pasar Merjosari .....	95
<b>Tabel 4.5</b>	Cara konsumen menuju Pasar Merjosari ....	96
<b>Tabel 4.6</b>	Prosentase dengan siapa konsumen ke Pasar Merjosari .....	97
<b>Tabel 4.7</b>	Prosentase konsumen terhadap pembenahan fasilitas Pasar Merjosari .....	98
<b>Tabel 4.8</b>	Prosentase pendapat konsumen terhadap harga Di Pasar Merjosari .....	98
<b>Tabel 4.9</b>	Prosentase jarak konsumen ke Pasar Merjosari .....	99
<b>Tabel 4.10</b>	Prosentase banyaknya dana yang dihabiskan konsumen berbelanja .....	100
<b>Tabel 4.11</b>	Prosentase tingkat pelayanan pedagang kepada konsumen .....	100
<b>Tabel 4.12</b>	Prosentase waktu berbelanja konsumen .....	101
<b>Tabel 4.13</b>	Prosentase kondisi Pasar Merjosari menurut konsumen .....	102
<b>Tabel 4.14</b>	Prosentase kondisi jalan/ lorong lalu lintas	102
<b>Tabel 4.15</b>	Prosentase kondisi tempat parkir kendaraan .....	103
<b>Tabel 4.16</b>	Prosentase MCK .....	104

<b>Tabel 4.17</b>	Prosentase kondisi listrik di Pasar Merjosari .....	104
<b>Tabel 4.18</b>	Prosentase kondisi posko keamanan .....	105
<b>Tabel 4.19</b>	Prosentase kondisi tempat pembuangan sampah sementara .....	106
<b>Tabel 4.20</b>	Prosentase penyediaan alat pemadam kebakaran .....	107
<b>Tabel 4.21</b>	Prosentase penyediaan papan nama Pasar Merjosari .....	107
<b>Tabel 4.22</b>	Prosentase kondisi kantor Pasar Merjosari .	108
<b>Tabel 4.23</b>	Prosentase kondisi tempat berjualan bagi pedagang .....	109
<b>Tabel 4.24</b>	Prosentase pengelolaan sampah di Pasar Merjosari .....	109
<b>Tabel 4.25</b>	Prosentase kondisi tempat ibadah .....	110
<b>Tabel 5.1</b>	Analisa Fasilitas .....	114
<b>Tabel 5.2</b>	Analisa hasil quisioner .....	127
<b>Tabel 5.3</b>	Analisa kondisi fasilitas .....	132
<b>Tabel 5.4</b>	Rekapitulasi analisis korelasi pendidikan dan lorong .....	140
<b>Tabel 5.5</b>	Rekapitulasi analisis korelasi pendidikan dan parkir .....	141
<b>Tabel 5.6</b>	Rekapitulasi analisis korelasi pendidikan dan MCK .....	142
<b>Tabel 5.7</b>	Rekapitulasi analisis korelasi pendidikan dan pos .....	143
<b>Tabel 5.8</b>	Rekapitulasi analisis korelasi pendidikan dan TPS .....	144
<b>Tabel 5.9</b>	Rekapitulasi analisis korelasi pendidikan dan tempat jualan .....	145

<b>Tabel 5.10</b>	Rekapitulasi analisis korelasi pendidikan dan mushola.....	146
<b>Tabel 5.11</b>	Rekapitulasi analisis korelasi pendidikan dan jalan .....	147
<b>Tabel 5.12</b>	Rekapitulasi analisis korelasi Pekerjaan dan lorong.....	148
<b>Tabel 5.13</b>	Rekapitulasi analisis korelasi pekerjaan dan parkir .....	149
<b>Tabel 5.14</b>	Rekapitulasi analisis korelasi pekerjaan dan MCK .....	150
<b>Tabel 5.15</b>	Rekapitulasi analisis korelasi pekerjaan dan pos .....	151
<b>Tabel 5.16</b>	Rekapitulasi analisis korelasi pekerjaan dan TPS .....	152
<b>Tabel 5.17</b>	Rekapitulasi analisis korelasi pekerjaan dan tempat jualan .....	153
<b>Tabel 5.18</b>	Rekapitulasi analisis korelasi pekerjaan dan mushola .....	154
<b>Tabel 5.19</b>	Rekapitulasi analisis korelasi pekerjaan dan tempat jalan .....	155
<b>Tabel 5.20</b>	Rekapitulasi analisis korelasi ekonomi dan lorong .....	156
<b>Tabel 5.21</b>	Rekapitulasi analisis korelasi ekonomi dan parkir .....	157
<b>Tabel 5.22</b>	Rekapitulasi analisis korelasi ekonomi dan MCK .....	158
<b>Tabel 5.23</b>	Rekapitulasi analisis korelasi ekonomi dan pos .....	159
<b>Tabel 5.24</b>	Rekapitulasi analisis korelasi ekonomi dan TPS .....	160
<b>Tabel 5.25</b>	Rekapitulasi analisis korelasi	

	ekonomi dan tempat jualan .....	161
<b>Tabel 5.26</b>	<b>Rekapitulasi analisis korelasi</b> ekonomi dan mushola .....	162
<b>Tabel 5.27</b>	<b>Rekapitulasi analisis korelasi</b> ekonomi dan jalan .....	163
<b>Tabel 5.28</b>	<b>Rekapitulasi analisis korelasi konsumen</b> Terhadap fasilitas umum Pasar Merjosari ..	164

## DAFTAR PETA

Peta 1.1	Peta Administrasi Kota Malang .....	17
Peta 1.2	Peta Administrasi Kecamatan Lowokwaru	129
Peta 1.3	Peta Pasar Merjosari .....	132



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Jalan masuk dan keluar utara .....	72
Gambar 4.2 Jalan masuk dan keluar barat .....	73
Gambar 4.3 Jalan masuk dan keluar utara .....	74
Gambar 4.4 Sampah berserakan dilorong .....	76
Gambar 4.5 Lorong dipenuhi barang dagangan .....	76
Gambar 4.6 Parkir sepeda motor dan mobil .....	79
Gambar 4.7 Parkir becak dan dokar .....	80
Gambar 4.8 Tempat bongkar muat .....	81
Gambar 4.9 Mushola detak kantor pasar .....	83
Gambar 4.10 Mushola di sebelah utara .....	83
Gambar 4.11 Toilet selatan .....	85
Gambar 4.12 Toilet di dalam pasar .....	85
Gambar 4.13 Jaringan listrik di pasar merjosari .....	87
Gambar 4.14 TPS disisi jalan mertojoya .....	89
Gambar 4.15 Saluran pembuangan air .....	90
Gambar 4.16 Penyediaan air bersih .....	91
Gambar 4.17 Kantor pusat pasar merjosari .....	92
Gambar 4.18 Taman & penghijauan .....	93

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Suatu kota merupakan pusat terjadinya berbagai aktivitas yang meliputi aktivitas perdagangan dan jasa, pelayanan, pemerintahan, pendidikan dan penelitian<sup>1</sup>, dalam sebuah kota, aktivitas perdagangan dan jasa berperan sebagai wadah aktivitas perekonomian masyarakat yaitu sebagai tempat terjadinya transaksi jual beli antara konsumen dan pedagang. Pusat perbelanjaan dimana lebih dikenal oleh sebagian masyarakat sebagai pasar, merupakan sarana penunjang perekonomian masyarakat di sektor perdagangan sesuai dengan fungsinya sebagai tempat pemasaran barang kebutuhan. Terciptanya suatu pusat perbelanjaan tradisional berawal dari kumpulan pedagang eceran yang memanfaatkan lokasi-lokasi strategis seperti perempatan jalan atau ruang terbuka umum dekat dengan pemukiman penduduk. Hal ini disebabkan oleh karena konsumen dan

---

<sup>1</sup> Branch, Melville. C.1995. *Perencanaan Kota Komprehensif, Pengantar dan Penjelasan*. Yogyakarta : Gajah Mada University.

produsen akan lebih memilih lokasi pusat perbelanjaan yang mempunyai nilai ekonomis yang tinggi.

Pasar Tradisional sebagai salah satu pasar ritel adalah simbol perekonomian rakyat. Nilai utilitas atau nilai guna pasar tradisional sangat urgen bagi masyarakat bawah, karena terdapat puluhan ribu orang rakyat kecil (pedagang) yang menggantungkan biaya hidupnya, sumber penghidupannya. Pada era globalisasi ini keberadaan pasar tradisional semakin terancam.

Pesatnya pembangunan Pasar Modern dirasakan oleh banyak pihak berdampak terhadap keberadaan Pasar Tradisional. Di satu sisi, Pasar Modern dikelola secara profesional dengan fasilitas yang serba lengkap. Di sisi lain, Pasar Tradisional masih berkutut dengan permasalahan klasik seputar pengelolaan yang kurang profesional dan ketidaknyamanan berbelanja. Pasar Modern dan Tradisional bersaing dalam Pasar yang sama, yaitu pasar ritel atau perdagangan secara ritel (usaha atau bisnis yang menambahkan nilai kepada produk dan jasa yang dijual kepada konsumen untuk



kebutuhan sendiri atau keluarga)<sup>2</sup>. Hampir semua produk yang dijual di Pasar Tradisional seluruhnya dapat ditemui di pasar modern. Semenjak kehadiran pasar modern, Pasar Tradisional disinyalir merasakan penurunan pendapatan dan keuntungan yang drastis. Meskipun demikian, argumen yang mengatakan bahwa kehadiran pasar modern merupakan penyebab utama tersingkirnya pasar tradisional tidak seluruhnya benar. Hampir seluruh pasar tradisional di Indonesia masih bergelut dengan masalah internal pasar seperti buruknya manajemen pasar, sarana dan prasarana pasar yang sangat minim. Keadaan ini secara tidak langsung menguntungkan pasar modern<sup>3</sup>.

Keberadaan fasilitas umum pasar tradisional yang kurang terawat membuat konsumen enggan berbelanja di pasar tradisional. Hal itu dikarenakan, keberadaan fasilitas umum sangat dibutuhkan oleh konsumen dan juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kenyamanan konsumen dalam berbelanja dipasar

---

<sup>2</sup> Levy, Michael dan Weitz, Barton A. 2001. *Retailing Management*. 4th Edition. USA : Richard D. Irwin, Inc.

<sup>3</sup> Poesoro, Adri. 2007. *Pasar Tradisional di Era Persaingan Global*. SEMERU Newsletter No 22 : April-Juni 2007.

tradisional. Fasilitas pasar terdiri dari toko, kios, warung, los dan bak. Sedangkan fasilitas penunjang pasar terdiri dari jalan masuk dan keluar bagi kendaraan bermotor, jalan atau lorong untuk lalu lintas orang dan atau barang dalam pasar, tempat parkir kendaraan, tempat bongkar muat, tempat promosi, tempat ibadah, tempat mandi, cuci dan kakus (MCK), instalasi listrik, posko keamanan, tempat pembuangan sampah sementara, dan saluran pembuangan air<sup>4</sup>. Apabila fasilitas umum pasar tradisional dijaga dan dipelihara dengan baik, maka konsumen akan nyaman dalam berbelanja sehingga pasar tradisional sebagai warisan budaya Indonesia tetap bisa bertahan ditengah persaingan dengan pasar modern.

Pasar Dinoyo merupakan salah satu jenis pasar tradisional yang mempunyai keterkaitan sejarah dengan perkembangan sosial ekonomi masyarakat Malang. Masyarakat yang tinggal di sekitar Dinoyo lebih memanfaatkan pasar tradisional untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari sehingga bisa dikatakan pasar Dinoyo merupakan bagian penting minimal secara

---

<sup>4</sup> Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional.

ekonomi bagi masyarakat Dinoyo. Dengan letaknya yang strategis dan akses yang baik bagi masyarakat sehingga mempermudah konsumen untuk mencapai ke lokasi ini.

Pasar dinoyo merupakan salah satu pasar yang sangat strategis hal ini dapat dilihat dari letak pasar yang berada dijalan MT Haryono yang berdampingan dengan kampus (pendidikan) serta Rumah Sakit Islam dimana sering terjadi kemacetan di jam jam puncak. Pasar Dinoyo juga memiliki beberapa jenis dan kondisi fasilitas yang kurang memadai secara keseluruhan oleh karena itu perlu di renovasi dan digantikan dengan pasar semi modern, kemudian pada tanggal 11 desember 2011 secara sah pasar ini dipindahkan ke Kelurahan Merjosari yang terletak di lahan seluas kurang lebih 3 Ha.

Salah satu pasar tradisonal yang perlu untuk dilakukan pengkajian tentang fasilitas umum yang terdapat didalamnya adalah Pasar Tradisonal Merjosari. Sebagai pasar penampungan sementara, beberapa fasilitas umum pasar tidak di rancang untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan jumlah banyak. Sehingga aktivitas pasar tidak berjalan dengan maksimal.

Apabila hal tersebut tidak diperhatikan, maka tidak menutup kemungkinan Pasar Tradisional Merjosari akan ditinggalkan oleh konsumen.

Persepsi masyarakat terhadap Pasar Merjosari ini pada umumnya membawa dampak kurang baik hal ini dapat dilihat dari keberadaan fasilitas yang ada salah satunya adalah kondisi tempat pembuangan sementara (TPS) yang letaknya di pinggir jalan utama sehingga mengganggu kenyamanan masyarakat yang hendak berbelanja, belum lagi ditambah dengan masalah lalu lintas yang kerap macet karena jumlah kendaraan yang melalui lokasi ini sangat padat.

Selain itu, lokasi pasar yang baru saja dipindah dikarenakan sedang di renovasi, menjadi sebuah tantangan bagi pemerintah untuk dapat mempertahankan konsumen dari pasar tersebut. Sehingga dalam rangka mempertahankan keberadaan pasar tradisional khususnya Pasar Tradisional Merjosari, perlu dilakukan study lebih lanjut yang berkaitan dengan fasilitas umum pasar dalam upaya mempertahankan konsumen. Persepsi konsumen terhadap fasilitas umum pasar adalah yang sangat perlu untuk diperhatikan. Hal itu dikarenakan, konsumen

merupakan objek dari keberadaan Pasar Tradisional Merjosari.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Pasar Tradisional Merjosari adalah salah satu pasar tradisional yang ada di kota Malang. Pasar ini merupakan pasar penampungan dari Pasar Dinoyo yang sedang di renovasi. Sehingga beberapa fasilitas umum tidak dirancang untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen dalam jumlah yang banyak. Oleh karena itu perlu dilakukan study khusus mengenai fasilitas umum di Pasar Tradisional Merjosari.

Berdasarkan hal tersebut, dirumuskan beberapa permasalahan yang terkait dengan fasilitas umum pasar berdasarkan persepsi dari konsumen. Diantaranya adalah

:

1. Bagaimana kondisi fasilitas umum yang ada saat ini di Pasar Tradisional Merjosari ?
2. Bagaimana persepsi konsumen terhadap fasilitas umum yang ada saat ini di Pasar Tradisional Merjosari

3. Bagaimana hubungan karakteristik konsumen terhadap persepsi kualitas fasilitas umum Pasar Merjosari

### **1.3. Tujuan dan Sasaran**

Berdasarkan uraian diatas, maka untuk mencapai hasil yang diinginkan dalam studi ini, maka diperlukan adanya sebuah rumusan tentang tujuan dan sasaran. Tujuan dan sasaran yang akan dicapai sebagai berikut:

#### **1.3.1. Tujuan**

Pasar Tradisional Merjosari merupakan salah satu pasar tradisional yang keberadaannya perlu untuk dijaga. Hal itu dikarenakan, banyak masyarakat khususnya pedagang kecil menggantungkan hidupnya dari keberadaan pasar ini. Keberadaan pasar modern yang mengutamakan fasilitas untuk kepentingan konsumen, membuat pasar tradisional harus mau berbenah diri agar dapat mengimbangi pasar modern dan agar tidak ditinggalkan oleh konsumen.

Oleh karena itu, tujuan dari study ini adalah untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap fasilitas umum Pasar Tradisional Merjosari.

### **1.3.2. Sasaran**

Sasaran yang ingin dicapai dari penelitian ini yaitu :

1. Mengidentifikasi fasilitas umum Pasar Tradisional Merjosari.
2. Mengidentifikasi persepsi konsumen terhadap fasilitas umum Pasar Tradisional Merjosari.
3. Mengkaji keterhubungan karakteristik konsumen terhadap persepsi kualitas fasilitas umum Di Pasar Merjosari

### **1.4. Ruang Lingkup Studi**

Guna mempermudah pengertian dan penjabarannya dalam menunjang penelitian ini, maka ruang lingkup ini dibagi menjadi dua, yaitu ruang lingkup wilayah studi dan ruang lingkup materi. Kedua ruang lingkup tersebut dapat diuraikan menurut batasan yang menjadi pedoman pelaksanaan penelitian ini.

#### **1.4.1. Ruang Lingkup Wilayah Studi**

Ruang lingkup wilayah studi merupakan lokasi atau tempat dilakukannya sebuah penelitian. Dalam pemilihan lokasi penelitian, perlu dilakukan pertimbangan pemilihan lokasi yang dikaitkan dengan kesesuaian judul dengan kondisi dari lokasi yang akan diteliti, sehingga dapat mempermudah dan memperlancar studi pada tahap selanjutnya. Penelitian ini dilakukan di Pasar Tradisional Merjosari di Dusun Mertojoyo Desa Merjosari Kecamatan Lowok Waru. Alasan pemilihan tempat penelitian ini adalah dikarenakan status dari pasar ini merupakan pasar penampungan, dimana telah terjadi perpindahan tempat dari daerah dinoyo ke merjosari, sehingga diperlukan sebuah upaya untuk membuat konsumen mau berpindah kelokasi ini.

#### **1.4.2. Ruang Lingkup Materi**

Materi yang akan dibahas dalam penelitian ini perlu adanya batasan yang jelas agar arahan yang akan dicapai dapat dirumuskan dengan tepat. Untuk itu perlu adanya lingkup materi dimana dapat digunakan sebagai batasan dan acuan dalam pembahasan materi.



Adapun lingkup materi dari penelitian tentang Persepsi Konsumen Terhadap Fasilitas Umum Pasar Tradisional Merjosari ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1.1.**  
**Ruang Lingkup Materi**

No	Sasaran	Ruang Lingkup Materi
1	Mengidentifikasi fasilitas umum Pasar Tradisional Merjosari	Ruang lingkup pengidentifikasian tentang fasilitas umum Pasar Tradisional <i>Peraturan Daerah Kota Malang No 12 Tahun 2004</i> meliputi : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Jalan masuk dan keluar bagi kendaraan bermotor</li> <li>- Jalan atau lorong untuk lalu lintas orang dan/atau barang dalam pasar,</li> <li>- Tempat parkir kendaraan</li> <li>- Posko keamanan</li> <li>- Tempat penampungan sampah sementara</li> <li>- Toko/ kios, pelataran dan bangunan lain yang sah</li> <li>- Alat pemadam kebakaran</li> <li>- Papan nama pasar</li> <li>- Tempat ibadah</li> <li>- Tempat mandi, cuci dan kakus (MCK)</li> <li>- Kantor pusat</li> </ul>
2	Mengidentifikasi persepsi konsumen terhadap fasilitas umum Pasar Tradisional Merjosari	Ruang lingkup pengidentifikasian persepsi konsumen <i>Torndike (1968)</i> dipengaruhi oleh karakteristik konsumen meliputi : <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Internal               <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Pengetahuan</li> <li>b. Sikap</li> </ol> </li> </ol>

No	Sasaran	Ruang Lingkup Materi
		c. Ketrampilan 2. Eksternal a. Pendidikan b. Ekonomi c. Pekerjaan Karakteristik konsumen yang diambil adalah eksternal
3	Keterhubungan karakteristik konsumen terhadap persepsi kualitas fasilitas umum Di Pasar Merjosari	Ruang lingkup keterhubungan karakteristik konsumen terhadap persepsi kualitas konsumen terhadap fasilitas umum menggunakan uji pearson product moment <i>Riduwan, (2006)</i>

*Sumber: Hasil Kajian*

## 1.5. Manfaat Penelitian

Kegunaan atau manfaat penelitian mengenai fasilitas umum sebagai sarana penunjang kehidupan pasar di Pasar Tradisional Merjosari dapat dibedakan menjadi 3, yaitu manfaat bagi peneliti, manfaat bagi masyarakat, dan manfaat bagi pemerintah.

### 1.5.1. Manfaat Bagi Peneliti

Adapun kegunaan atau manfaat dari fasilitas umum sebagai sarana penunjang kehidupan pasar terhadap peneliti, yaitu :

1. Dengan penelitian ini, teori-teori atau studi lapangan yang sudah peneliti dapatkan pada bangku kuliah mampu diterapkan pada penelitian ini sehingga bisa menambah wawasan dan pengetahuan peneliti.
2. Dapat digunakan sebagai referensi atau acuan untuk menambah pengetahuan peneliti dalam memecahkan kasus atau masalah dalam bidang-bidang perencanaan khususnya yang berkaitan dengan fasilitas umum pasar.

### **1.5.2. Manfaat Bagi Masyarakat**

Adapun kegunaan atau manfaat dari fasilitas umum sebagai sarana penunjang kehidupan pasar terhadap masyarakat, yaitu :

1. Menciptakan kondisi yang aman dan nyaman bagi pelaku kegiatan pasar.
2. Masyarakat dapat memanfaatkan fasilitas umum pasar sebagai sarana penunjang kehidupan pasar.

### **1.5.3. Manfaat Bagi Pemerintah**

Adapun kegunaan atau manfaat dari fasilitas umum sebagai sarana penunjang kehidupan pasar terhadap pemerintah, yaitu :

1. Mendorong dan mempercepat perkembangan kota dan kawasan-kawasan tertentu untuk mencapai kemajuan dan kemandirian kota karena pasar merupakan pusat pertukaran uang sehingga dapat menambah pendapatan kota.
2. Dapat dijadikan panduan atau pedoman apabila ada atau terjadi pemindahan sementara pasar tradisional.

### **1.6. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan menjelaskan pokok – pokok pikiran yang ada tiap bab penelitian “Hubungan karakteristik Konsumen terhadap persepsi kualitas fasilitas umum Pasar Tradisional Merjosari” dengan tujuan untuk mendapatkan hasil sesuai dengan yang diharapkan. Sistematika pembahasan ini terdiri dari :

## **Bab I Pendahuluan**

Pendahuluan ini akan memuat tentang keterangan dan penjelasan mengenai kegiatan penelitian yang terdiri dari latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan sasaran, ruang lingkup, tinjauan pustaka, landasan penelitian, metodologi penelitian, kerangka pikir, dan sistematika pembahasan.

## **Bab II Tinjauan Pustaka**

Tinjauan pustaka berisi mengenai teori atau referensi tentang pasar tradisional, fasilitas umum pasar, dan persepsi konsumen sebagai pendukung yang digunakan untuk landasan dan dasar dalam studi penelitian ini.

## **BAB III Metode Penelitian**

Bab ini menguraikan isi tentang variabel penelitian, metode penelitian dan metode analisis data. Metode penelitian yang berisi tahap pengumpulan data dan metode analisis data

berupa uraian, metodologi ini nantinya digunakan untuk menganalisa data yang sudah didapatkan.

#### **Bab IV Gambaran Umum Lokasi Studi**

Gambaran umum lokasi studi menjabarkan tentang uraian gambaran umum lokasi Pasar Tradisional Merjosari Malang. Gambaran lokasi penelitian yang dimaksud meliputi hal-hal yang berkenaan dengan persepsi konsumen terhadap fasilitas umum Pasar Tradisional Merjosari.

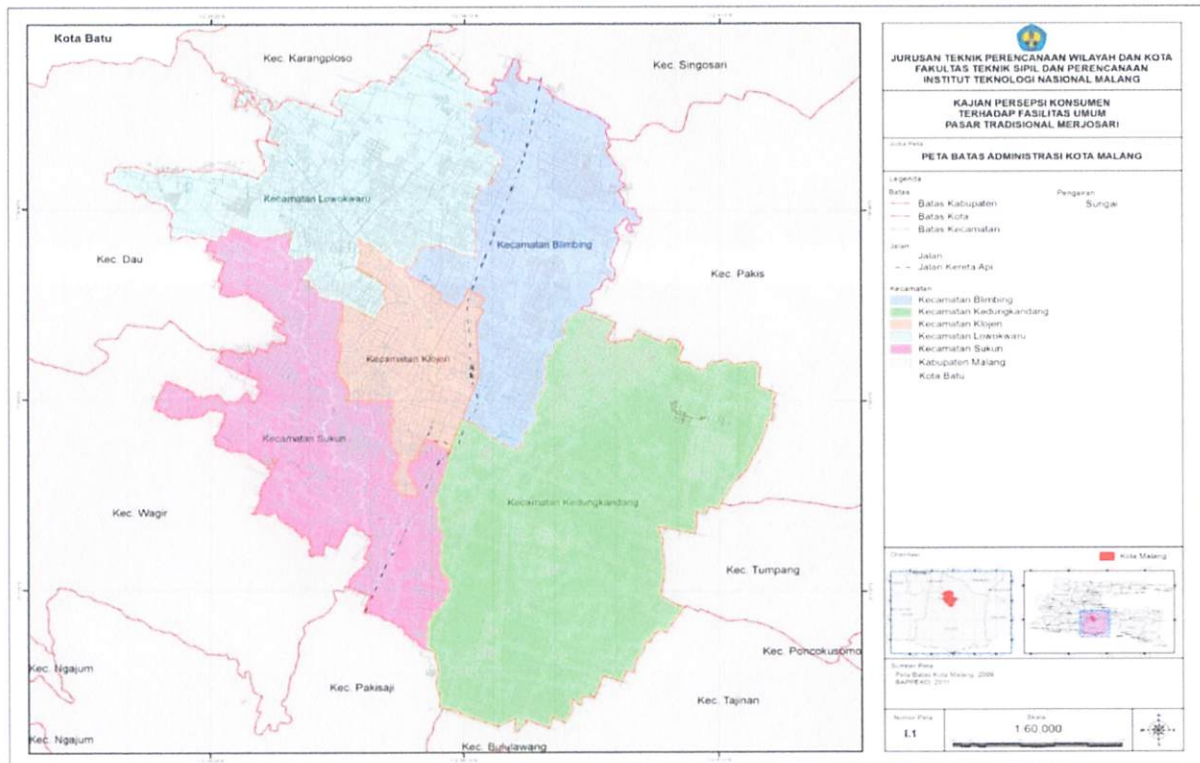
#### **Bab V Analisa Hubungan Karakteristik Konsumen Terhadap Persepsi Kualitas Fasilitas Umum Pasar Merjosari**

Analisa Dalam bab ini akan menjelaskan mengenai identifikasi fasilitas umum yang terdapat di Pasar Tradisional Merjosari dan persepsi konsumen terhadap fasilitas umum dengan menggunakan variabel faktor internal yang terdiri dari pengetahuan, sikap, dan ketrampilan serta yang kedua adalah faktor

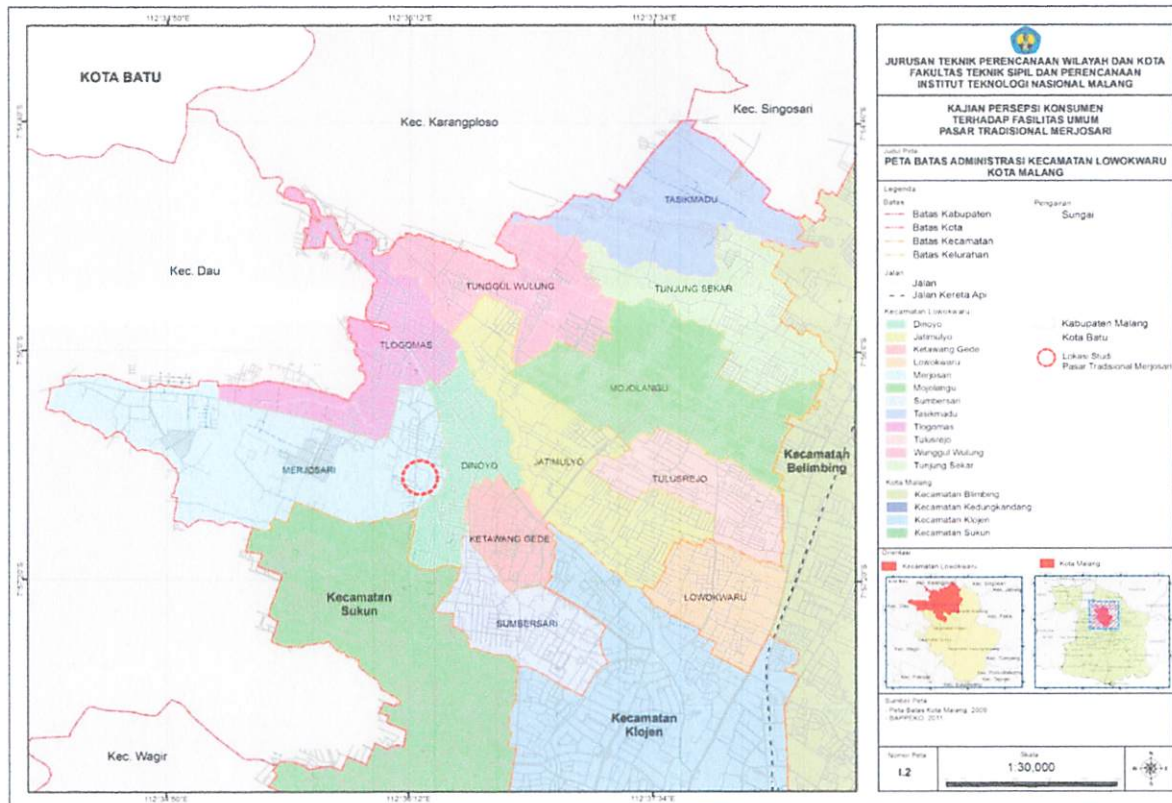
eksternal yang terdiri dari pendidikan, ekonomi, dan pekerjaan.

## **Bab VI Penutup**

Dalam bab ini menyajikan kesimpulan hasil analisa dari pembahasan sebelumnya dan rekomendasi untuk menjadi pedoman dalam pengkajian berikutnya mengenai konsep persepsi konsumen terhadap fasilitas umum Pasar Tradisional Merjosari.









KAJIAN PERSEPSI KONSUMEN  
 TERHADAP FASILITAS UMUM  
 PASAR TRADISIONAL MERJOSARI

Judul Peta :

DENAH PASAR TRADISIONAL MERJOSARI

Legenda :

-  : Batas Pasar Tradisional Merjosari
-  : Jalan
-  : Sawah
-  : Perseil Bangunan
-  : Tanah Kosong
-  : Lapangan
-  : Toko Emas, arloji, kemasan, alat tulis dan listrik, sepatu, tas, pakaian
-  : Toko Pecah belah, kue kering, Pracangan, depot
-  : Bumbu, kopi, palaem, varung dan lain-lain
-  : Ikan, Ayam, Daging, Tahu, Tempe, Kelapa, Pisang, Wortung
-  : Sayuran, Giling/ Seleb, Daging dan Bumbu
-  : Buah, Bunga, Kue Basah dan Krupuk serta varung
-  : Aneka Dagangan Pasar (Bazar Kaki Lima)
-  : TPS
-  : Lorong
-  : Parkir

Sumber Peta :

1. Kantor Pasar Merjosari
2. Hasil Observasi

No. Peta

Skala Peta

I.3

1 : 2000



## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bahasan ini akan menjelaskan mengenai literatur penelitian terkait dengan Pasar Tradisional Merjosari, keberadaan literatur sangat menunjang yang fungsinya sebagai landasan/acuan didalam mengkaji maupun memberikan solusi pemecahan masalah-masalah dilapangan. Beberapa sub bahasan yang akan diangkat adalah pengertian Pasar Tradisional, fasilitas umum, dan persepsi masyarakat.

#### **2.1. Pasar**

Secara harfiah kata Pasar berarti berkumpul untuk tukar menukar barang atau jual beli. Pasar mempunyai kaitan yang sangat erat dengan kegiatan ekonomi masyarakat, baik produksi, distribusi maupun konsumsi. Pada mulanya pasar merupakan perputaran dan pertemuan antar persediaan dan penawaran barang dan jasa. Keberadaan Pasar mempunyai pengaruh besar terhadap taraf atau mutu kehidupan masyarakat, pola pertumbuhan, dan prospek perkembangan ekonominya.

Pasar berperan sebagai lembaga ekonomi dan wahana proses sosial, dimana sebagai lembaga ekonomi, pasar mempunyai nilai penting dalam pertumbuhan ekonomi baik oleh masyarakat maupun Pemda. Dalam hal ini pasar dapat diartikan sebagai arena distribusi atau pertukaran barang, di mana kepentingan produsen dan konsumen bertemu dan pada gilirannya menentukan kelangsungan kegiatan ekonomi masyarakatnya. Pasar adalah tempat untuk menjual dan memasarkan barang atau sebagai bentuk penampungan aktivitas perdagangan. Pada mulanya pasar merupakan perputaran dan pertemuan antar persediaan dan penawaran barang dan jasa<sup>5</sup>. Pasar dapat didefinisikan sebagai institusi atau mekanisme di mana pembeli (yang membutuhkan) dan penjual (yang memproduksi) bertemu dan secara bersama-sama mengadakan pertukaran barang dan jasa<sup>6</sup>. Phillip Kotler dalam bukunya melihat arti pasar dalam beberapa sisi, antara lain:

---

<sup>5</sup> Ginanjar, Nugraha Jiwapraja. 1980. *Masalah Ekonomi Mikro*. Jakarta:

<sup>6</sup> Campbell, R. McConnell and Stanley L. Brue. 1990. *Economics: Principles, Problems and Policies*. McGraw-Hill Publishing Company.

1. Dalam pengertian aslinya, pasar adalah suatu tempat fisik di mana pembeli dan penjual berkumpul untuk mempertukarkan barang dan jasa.
2. Bagi seorang ekonom, pasar mengandung arti semua pembeli dan penjual yang menjual dan melakukan transaksi atas barang/jasa tertentu. Dalam hal ini para ekonom memang lebih tertarik akan struktur, tingkah laku dan kinerja dari masing-masing pasar ini.
3. Bagi seorang pemasar pasar adalah himpunan dari semua pembeli nyata dan pembeli potensial dari pada suatu produk<sup>7</sup>.

Menurut Perda Kota Malang tentang pasar sementara adalah pasar yang menempati tempat atau atas persetujuan kepala daerah atau pejabat yang ditunjuk dengan bangunan tidak permanen atau bersifat tradisional dan tidak bersifat rutinitas<sup>8</sup>.

---

<sup>7</sup> Kottler, Philip et al. 1998. *Marketing Places: Attracting Investment, Industry and Tourism to Cities, State and Nations*. New York: The Free Press Division of Macmillan Inc.

<sup>8</sup> Peraturan Daerah Kota Malang No 12 Malang Tahun 2004 Tentang Pengelolaan Pasar dan tempat berjualan pedagang.

<sup>9</sup> Keputusan Menteri Perindustrian Nomor 23/MPP/1998 Tanggal 21 Januari 1998 tentang Lembaga-Lembaga Usaha Perdagangan.

Dalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan menjelaskan bahwa pasar adalah tempat bertemunya pihak penjual dan pembeli untuk melaksanakan transaksi di mana proses jual beli terbentuk. Pasar menurut kelas pelayanannya dapat digolongkan menjadi pasar tradisional dan pasar modern, sedangkan menurut sifat pendistribusiannya dapat digolongkan menjadi pasar eceran dan pasar kulakan/grosir. Pasar tradisional diartikan sebagai pasar yang dibangun oleh pemerintah, swasta, koperasi atau swadaya masyarakat dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil dan menengah atau koperasi dengan usaha skala kecil dan modal kecil dengan proses jual beli melalui tawar menawar<sup>9</sup>.

Pengertian-pengertian tentang pasar tersebut menunjukkan adanya 3 unsur utama yang perlu dikaji pada pengertian pasar, yaitu:

1. Orang dengan segala kebutuhan dan keinginannya atau sering disebut sebagai konsumen.
-

2. Daya beli. Daya beli merupakan faktor yang dapat mengubah keinginan menjadi permintaan. Penyediaan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat tidak akan menjadi suatu permintaan apabila masyarakat tidak memiliki daya beli yang memadai.
3. Perilaku di dalam pembelian. Perilaku berkaitan dengan pola masyarakat di dalam pasar, seperti pola pengeluaran uang, perubahan selera jenis barang atau jasa, waktu mewujudkan dan membeli, fluktuasi harga atau nilai<sup>10</sup>.

## 2.2. Pasar Tradisional

Bagi masyarakat Jawa pasar tradisional bukan sekedar sebagai tempat jual beli semata, namun lebih dari itu pasar terkait dengan konsepsi hidup dan sosial budaya. Pasar tidak semata mewedahi kegiatan ekonomi, akan tetapi pelaku juga dapat mencapai dapat mencapai tujuan-tujuan lain<sup>11</sup>. Phillip Kotler mendefinisikan pasar

---

<sup>10</sup> Mursid, M. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.

<sup>11</sup> Riga Adiwisono S, 1989, *Interaksi Jual Beli dan Komunikasi di Tempat Belanja*, Prisma, Jakarta

tradisional adalah pasar yang masih memakai pola manajemen yang sangat sederhana dengan ciri-cirinya setiap pedagang mempunyai satu jenis usaha, adanya interaksi antara penjual dan pembeli (tawar menawar harga), penempatan barang dijajar kurang tertata rapi, kenyamanan dan keamanan kurang diperhatikan<sup>12</sup>.

Dalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan mengenai Lembaga-Lembaga Usaha Perdagangan, pasar menurut kelas pelayanannya dapat digolongkan menjadi pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional diartikan sebagai pasar yang dibangun oleh pemerintah, swasta, koperasi atau swadaya masyarakat dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil dan menengah atau koperasi dengan usaha skala kecil dan modal kecil dengan proses jual beli melalui tawar menawar.

Definisi istilah Pasar tradisional digunakan untuk menunjukkan tempat bagi perdagangan pasar yang asli setempat (*indigenous, native*) yang sudah berlangsung

---

<sup>12</sup> Kottler, Philip et al. 1998. *Marketing Places: Attracting Investment, Industry and Tourism to Cities, State and Nations*. New York



sejak lama. Suatu pasar yang baru dibangun 10 tahun terakhir, misalnya, dapat dimasukkan dalam jenis pasar tradisional karena perdagangannya menggunakan cara-cara tradisional<sup>13</sup>.

Hal yang menarik dari pasar tradisional bahwa pasar tradisional menyangkut hajat hidup masyarakat yang lebih banyak, dan mayoritas adalah masyarakat kecil. Implikasinya pasar tradisional mempunyai nilai strategis yang tinggi dalam memelihara keseimbangan pembangunan wilayah dan pengendali roda perekonomian<sup>14</sup>. Seiring dengan kegiatan perdagangan, tumbuhlah kegiatan pemerintahan, kebudayaan, dan rekreasi disekitar pasar tersebut. Makin lama kegiatan tersebut makin kompleks dan berkembang, maka tumbuhlah suatu kota<sup>15</sup>. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pasar tradisional dapat menjadi wadah kegiatan ekonomi, interaksi sosial, dan sarana rekreasi baik suasana pasar maupun produk barang dagangan yang khas.

---

<sup>13</sup> Pamardi-Utomo, 2002, *Merencana Pasar Tradisional di Wilayah Yogyakarta*, Gema Teknik UNS

<sup>14</sup> Ibid

<sup>15</sup> Bintarto, 1977, *Pengantar Geografi Kota*, Spring, Yogyakarta.

### 2.3. Fasilitas umum

Keberlangsungan kehidupan pasar tidak lepas dari adanya fasilitas-fasilitas yang mendukung kegiatan pasar. Fasilitas dapat dibedakan menjadi dua, yang pertama fasilitas umum dan yang kedua fasilitas sosial. Fasilitas di pasar sendiri merupakan fasilitas umum. Fasilitas umum adalah fasilitas yang digunakan oleh umum. Menurut Robbins (1998), fasilitas merupakan salah satu peralatan yang mendukung terlaksananya suatu aktivitas pekerjaan dengan efektif<sup>16</sup>. Menurut Rosalina (2003), fasilitas adalah suatu sarana fisik yang dapat memproses suatu masukan (input) menjadi keluaran (output) yang diinginkan<sup>17</sup>. Fasilitas sangat sulit didefinisikan, karena :

1. Tidak bisa diukur , sifatnya lebih berorientasi kepada pemasaran orang lain terhadap fasilitas yang diberikan.
2. Kita bisa menjualnya tapi tidak memberikan sampel dari fasilitas itu kepada pihak lain untuk dibawa dan diperlihatkan kepada orang lain.

---

<sup>16</sup> . Stephen P. Robbins. 1998. *Organizational Behavior*, Prentice Hall Internasional Inc. New Jersey, New York.

<sup>17</sup> Rosalina, Elfirah. 2003. *Pengertian Fasilitas*. Ganesha Exact, Bandung

3. Setelah fasilitas itu diberikan, orang lain itu mungkin merasakan mendapat fasilitas yang sesuai atau tidak sesuai dengan yang diharapkan.
4. Sulit untuk distandarisasikan (dibakukan).

Berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia No 20 tahun 2012 Tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional, fasilitas umum pasar terdiri dari :

- jalan masuk dan jalan keluar bagi kendaraan bermotor,
- Jalan atau lorong untuk lalu lintas orang dan/atau barang dalam pasar
- Tempat parkir kendaraan
- Tempat bongkar muat
- Tempat promosi
- Tempat ibadah
- Tempat mandi, cuci dan kakus (MCK)
- Instalasi listrik
- Posko keamanan
- Tempat pembuangan sampah sementara

- Saluran pembuangan air
- Penyediaan air bersih
- Alat pemadam kebakaran
- Papan nama pasar
- Tempat tera ulang
- Kantor pasar
- Taman dan penghijauan<sup>18</sup>.

Sedangkan dalam Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia nomor 519 tahun 2008 tentang Pedoman Penyelenggara Pasar Sehat terdapat beberapa persyaratan fasilitas Pasar Tradisional diantaranya lokasi, bangunan dan sanitasi.

#### **2.4. Persepsi Konsumen**

Apabila berbicara mengenai pasar, hal yang tidak bisa lepas adalah konsumen. Karena tidak dapat dipungkiri bahwa tanpa adanya konsumen, maka kehidupan atau keberlangsungan pasar tidak akan berjalan dengan semestinya. Persepsi konsumen

---

<sup>18</sup> Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 20 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional

mengenai pasar disini akan sangat menentukan. Persepsi bersifat subyektif karena persepsi setiap individu terhadap suatu obyek akan berbeda satu sama lain. Persepsi adalah proses bagaimana stimuli-stimuli dasar cahaya, warna, dan suara diseleksi, diorganisasikan, dan diinterpretasikan<sup>19</sup>.

·Pendapat lain mengatakan bahwa persepsi merupakan suatu proses yang timbul akibat adanya sensasi, dimana pengertian sensasi adalah aktivitas merasakan atau penyebab keadaan emosi yang menggembirakan. Sensasi dapat didefinisikan sebagai tanggapan yang cepat dari indera penerima kita terhadap stimuli dasar seperti cahaya, warna, dan suara. Dengan adanya itu semua maka akan timbul persepsi.

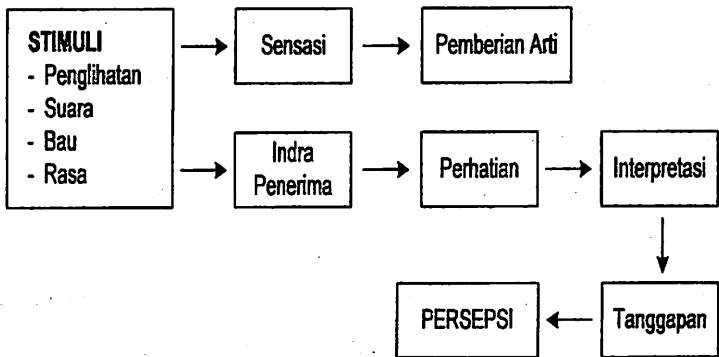
Persepsi pada konsumen dibentuk oleh tiga pasang pengaruh:

1. Karakteristik dari stimuli
2. Hubungan stimuli dengan sekelilingnya

---

<sup>19</sup> Solomon, Michael R. (1996). *Consumer Behavior*. New Jersey

### 3. Kondisi-kondisi di dalam diri konsumen itu sendiri<sup>20</sup>



Proses persepsi diawali melalui proses seleksi perseptual, yaitu persepsi yang terjadi ketika konsumen menangkap dan memilih stimulus berdasarkan pada berbagai informasi yang ada di dalam memori yang dimilikinya. Sebelum seleksi persepsi terjadi, stimulus harus mendapat perhatian terlebih dulu dari konsumen. Dua proses yang terjadi dalam seleksi ini meliputi perhatian dan persepsi selektif. Perhatian yang dilakukan oleh konsumen dapat terjadi secara sengaja (*voluntary*

<sup>20</sup> Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan komunikasi Pemasaran*. PT.Remaja Rosdakarya, Bandung.

*attention*) dan tidak sengaja (*involuntary attention*). *Voluntary attention* terjadi ketika konsumen memiliki keterlibatan tinggi terhadap produk dan konsumen secara aktif mencari informasi mengenai produk dari berbagai sumber. *Involuntary attention* terjadi ketika konsumen dipaparkan stimuli berupa hal-hal yang dapat menarik konsumen atau tidak terduga dan tidak berhubungan dengan tujuan atau kepentingan konsumen. Secara otomatis jika konsumen dipaparkan stimuli seperti itu akan langsung memberikan respon. Proses pengorganisasian stimuli terjadi setelah konsumen melakukan proses seleksi terhadap stimuli. Dalam proses ini, konsumen mengelompokkan informasi dari berbagai sumber ke dalam pengertian yang menyeluruh untuk memahami lebih baik dan bertindak atas pemahaman tersebut. Berikut adalah pengertian istilah diatas :

- A. Stimuli/stimulus adalah setiap bentuk fisik, visual atau komunikasi verbal yang dapat mempengaruhi tanggapan individu.

- B. Sensasi adalah tanggapan yang cepat dari indra penerima kita terhadap stimuli dasar seperti cahaya, warna, dan suara.
- C. Pemberian arti menurut Engel, Blacwell dan Miniard dalam Sumarwan (2003) menyebut tahap ini sebagai tahap memberikan makna kepada stimulus. Makna ini tergantung kepada bagaimana stimulus diklarifikasikan dan dikolaborasi dalam kaitannya dengan pengetahuan khusus. Stimulus tersebut tidak diperlukan sebagai hal yang terpisah satu dengan yang lainnya.
- D. Indra adalah panca indra organs (yang dikenal sebagai mata, hidung, telinga, lidah dan kulit) yang berfungsi untuk melihat, mencium, merasakan, mendengarkan.
- E. Perhatian adalah proses mereaksi/merespon secara istimewa terhadap suatu rangsangan atau deretan perangsang. Terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi *perceptual selection* kedalam stimulus yang diperlukan yaitu:
- Faktor pribadi, yaitu karakteristik konsumen yang muncul dari dalam diri konsumen. Faktor ini ada



di luar kontrol pemasar. Pertama adalah motivasi dan kebutuhan konsumen.

- Faktor stimulus, yaitu karakteristik stimulus. Faktor ini dapat dikontrol dan dimanipulasi oleh pemasar dari periklanan dengan tujuan utamanya untuk menarik perhatian konsumen. Konsumen akan memperhatikan stimulus karena daya tarik dari stimulus tersebut.

F. Interpretasi adalah mengelola dan mengungkapkan suatu hal dengan cara yang berarti. Interpretasi itu didasarkan pengalaman penggunaan pada masa lalu, dan pengalaman itu tersimpan dalam memori jangka panjang konsumen, dan setiap persepsi konsumen dalam menginterpretasikan stimulus yang sama secara berbeda-beda.

G. Tanggapan adalah penilaian dan keputusan didasarkan pada proses penarikan, penafsiran, dan perpaduan antara informasi kategori yang disimpan



dalam ingatan jangka panjang atau pada memperoleh kembali penilaian ringkasan yang telah dibuat<sup>21</sup>.

Menurut Thorndike (1968), persepsi dapat dibentuk melalui faktor heriditas dan lingkungan, keduanya saling mempengaruhi dan berinteraksi. Faktor heriditas antara lain bakat, minat, kemauan, perasaan, fantasi, dan tanggapan yang dibawa sejak lahir. Faktor lingkungan diluar individu, misalnya pendidikan, lingkungan sosial, dan status sosial. Jadi persepsi dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal<sup>22</sup>.

a. Faktor internal

Faktor internal adalah faktor dari dalam individu yang mempengaruhi individu dalam bertindak. Dalam ilmu Psikologi dikenal pembagian aspek-aspek internal manusia atas tiga kategori yaitu: (1) aspek kognitif yang meliputi pengetahuan dan pemahaman; (2)

---

<sup>21</sup> Setiadi, Nugroho J. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Cetakan Kedua. Jakarta: Prenata Media.

<sup>22</sup> Thorndike, Charles. 1968. *Human Behavior. Three Levels of Behavior*. New York: Prentice-Hall Inc. Englewood Cliffs

aspek afektif yang mencakup perasaan, minat, motivasi, sikap dan nilai-nilai; (3) aspek psikomotorik yang mencakup pengamatan dan gerakan-gerakan motorik.

- **Pengetahuan**

Pengetahuan merupakan kemampuan untuk menangkap suatu makna dan arti suatu yang pernah dipelajari, menerapkan metode saat menemui permasalahan yang baru, dan membentuk suatu pendapat mengenai sesuatu hal. Menurut Suhartono (2005) pengetahuan adalah hasil kegiatan ingin tahu manusia tentang apa saja melalui cara-cara dan dengan alat-alat tertentu. Pengetahuan ini bermacam-macam jenis dan sifatnya, ada yang langsung dan ada yang tidak langsung, ada yang bersifat tidak tetap (berubah-ubah), subyektif dan khusus,

dan ada pula yang bersifat tetap, obyektif dan umum<sup>23</sup>.

Ada dua macam pengetahuan untuk memberlakukan keputusan yang diambil manusia dari hasil berfikir, yaitu pengetahuan khusus yang berkenaan dengan hal tertentu dan pengetahuan umum yang berlaku bagi seluruh macam-macam dan masing-masing obyek. Baik pengetahuan umum maupun pengetahuan khusus menjadi milik manusia berdasarkan pengalaman baik pengalaman sendiri maupun pengalaman orang lain.

- Sikap

Sikap untuk menerima, menolak, atau mengabaikan sesuatu hal, kesediaan untuk memperhatikan sesuatu, dan berpartisipasi. Sikap adalah suatu bentuk evaluasi atau reaksi perasaan.

---

<sup>23</sup> Suhartono. 2005. *Merek dan Psikologi Konsumen*. Jakarta: Graha Ilmu

Sikap seseorang terhadap suatu obyek adalah perasaan mendukung atau memihak (*favorable*) maupun perasaan tidak mendukung atau tidak memihak (*unfavorable*) pada obyek tersebut. Menurut Sobur (2003), (1) sikap adalah kecenderungan bertindak, berperilaku, berpersepsi dalam menghadapi obyek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukanlah perilaku, tetapi lebih merupakan kecenderungan untuk berperilaku/berpartisipasi; (2) sikap bukanlah sekedar rekaman masa lampau tetapi menentukan seseorang untuk setuju atau tidak setuju; (3) sikap relatif lebih menetap; (4) sikap lebih mengandung aspek evaluatif; (5) sikap timbul dari pengalaman. Azwar (2005) mengemukakan bahwa salah satu fungsi sikap bagi individu akan bersifat positif terhadap hal-hal yang mendatangkan

manfaat bagi dirinya, sebaliknya akan bersifat negatif terhadap hal-hal yang tidak bermanfaat bahkan membahayakan dirinya. Sikap ini baru ada artinya apabila diwujudkan dalam bentuk tingkah laku, sedangkan tingkah laku ini selalu didasarkan pada persepsi seseorang terhadap suatu obyek atau lingkungannya dan kebutuhannya.

- Ketrampilan

Ketrampilan merupakan kemampuan untuk memulai suatu kegiatan dan kemampuan untuk menciptakan pola baru atas inisiatif sendiri. Ketrampilan menurut Bloom (1979) adalah kemampuan seseorang dalam melakukan sesuatu terutama yang berkaitan dengan kegiatan fisik dari kemampuan sederhana sampai mahir. Masing-masing orang

mempunyai ketrampilan atau kemampuan fisik yang berbeda-beda<sup>24</sup>.

**b. Faktor eksternal**

Faktor eksternal meliputi tiga hal, yaitu:

- **Faktor ekonomi**

Tingkat ekonomi dapat ditentukan dengan berbagai cara yaitu dengan menghitung tingkat pendapatan dan dengan mengetahui tingkat pengeluaran dari suatu rumah tangga.

- **Pendidikan**

Modal pendidikan dapat mengubah tingkat kesadaran manusia terhadap lingkungannya. Dengan pendidikan seseorang dapat mendorong tumbuhnya sikap ingin lebih baik dari kondisi yang dihadapinya.

- **Pekerjaan**

---

<sup>24</sup> Luthans, Fred. 1992. Organizational Behavior. Japan : McGraw-Hill Company

Masyarakat bukan hanya sebagai obyek semata melainkan sebagai subyek berperan aktif dalam masalah lingkungan. Sementara itu dalam upaya pembangunan harus pula selalu memperhatikan kondisi lingkungan dan sosial ekonomi masyarakat<sup>25</sup>.

Sedangkan persepsi konsumen sendiri dapat didefinisikan sebagai *The process by which a customer selects, organizes and interprets stimulate into meaningfull and coberent picture of world*. Artinya, persepsi didefinisikan sebagai proses individu memilih , mengorganisasikan , serta mengartikan stimulan yang diterima melalui alat indranya menjadi suatu makna, selain itu persepsi konsumen terhadap kualitas layanan dapat dikatakan sebagai penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa yang artinya konsumen tidak mengevaluasi kualitas layanan semata-mata hanya berdasarkan kepada hasil akhir dari pelayanan tetapi mereka juga memperhatikan proses dari pelaksanaan

---

<sup>25</sup> Schiffman and Lazar Kanuk. (2000). *Costumer behaviour*, Internasional Edition, Prentice Hall :USA.

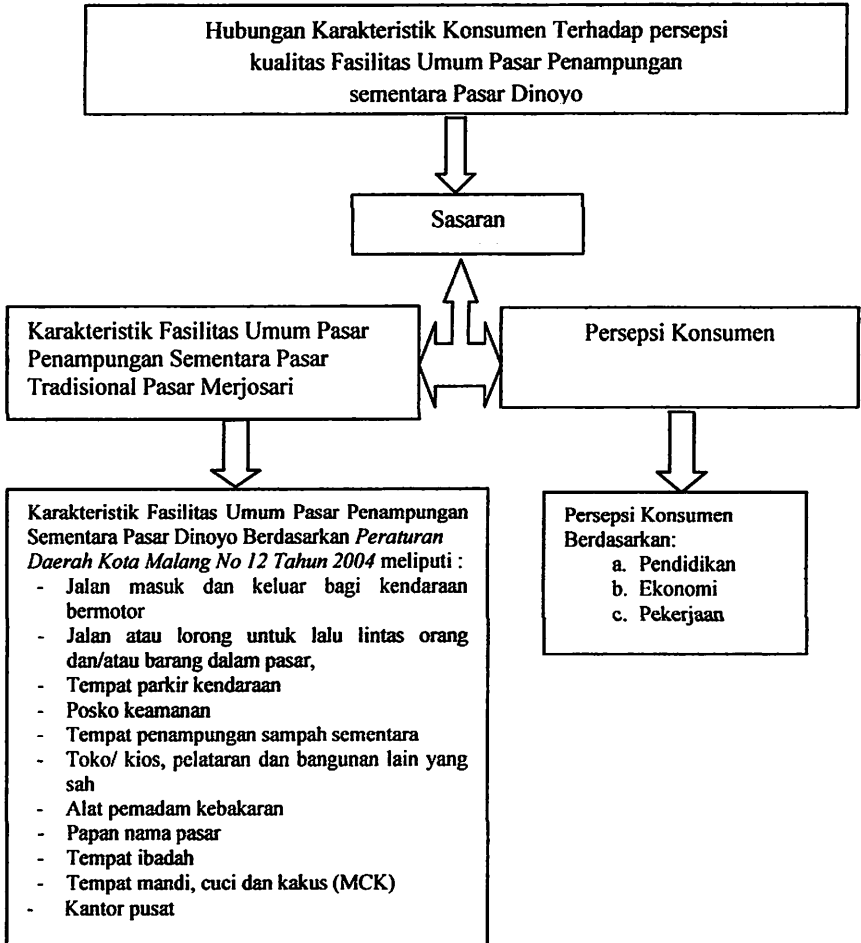


pelayanan<sup>26</sup>. Persepsi konsumen ini sangat penting untuk dipelajari karena perilaku konsumen didasarkan oleh persepsi mereka tentang apa itu kenyataan dan bukan kenyataan itu sendiri.

---

<sup>26</sup> Leonard et al ,(1990). *Consumer behavior and marketing strategy*. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta.

## Diagram 2.1 Tahapan Penelitian dan Variabel Penelitian



**Tabel 2.1**  
**Variabel Penelitian**  
**Hubungan Karakteristik Konsumen Terhadap Persepsi Kualitas**  
**Fasilitas Umum Di Pasar Merjosari**

No	Sasaran	Landasan Teori	Variabel
1.	Karakteristik Fasilitas Umum Pasar Penampungan Sementara Tradisional Pasar Dinoyo	Fasilitas Umum Pasar Penampungan Sementara Pasar Tradisional Pasar Merjosari (Peraturan Daerah Kota Malang No 12 Tahun 2004)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jalan masuk dan keluar bagi kendaraan bermotor</li> <li>- Jalan atau lorong untuk lalu lintas orang dan/atau barang dalam pasar,</li> <li>- Tempat parkir kendaraan</li> <li>- Posko keamanan</li> <li>- Tempat penampungan sampah sementara</li> <li>- Toko/ kios, pelataran dan bangunan lain yang sah</li> <li>- Alat pemadam kebakaran</li> <li>- Papan nama pasar</li> <li>- Tempat ibadah</li> <li>- Tempat mandi, cuci dan kakus (MCK)</li> <li>- Kantor pusat</li> </ul>



2.	Persepsi Konsumen	Thorndike (1968), persepsi dapat dibentuk melalui Faktor heriditas antara lain bakat, minat, kemauan, perasaan, fantasi, dan tanggapan yang dibawa sejak lahir. Faktor lingkungan diluar individu, misalnya pendidikan, lingkungan sosial, dan status sosial. Jadi persepsi dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pendidikan</li> <li>- Ekonomi</li> <li>- Pekerjaan</li> </ul>
3	Hubungan persepsi konsumen	<p>Riduwan (2006), hipotesis <math>H_a</math> dan <math>H_o</math> :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <math>H_o</math> : ada hubungan yang signifikan diantara kedua variabel</li> <li>• <math>H_a</math> : tidak ada hubungan yang signifikan diantara kedua variabel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ada hubungan yang signifikan antara tingkat terhadap fasilitas</li> <li>- Ada hubungan yang signifikan antara tingkat ekonomi terhadap fasilitas</li> <li>- Ada hubungan yang signifikan antara tingkat pekerjaan dan fasilitas</li> </ul>



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Metode Pengumpulan Data**

Metode adalah langkah - langkah yang digunakan dalam upaya mencapai tujuan. Pada metodologi penelitian ini akan diuraikan segala hal yang berkenaan dengan cara dan metode yang digunakan pada penyusunan laporan penelitian. Penelitian ini merupakan penelitian yang membahas tentang dua aspek, yaitu fasilitas umum Pasar Merjosari dan Persepsi Konsumen. Kajian terhadap fasilitas umum Pasar Merjosari dan persepsi konsumen menggunakan pendekatan Metode Deskriptif Kuantitatif distribusi Frekuensi. Untuk mendapatkan hasil dari penelitian ini maka diperlukan metode penelitian yang sesuai mulai dari metode pengumpulan data dan metode analisa untuk merumuskan hasilnya.

Metode pengumpulan data terdiri dari tahapan persiapan dan teknik survey, tahapan persiapan merupakan tahapan awal dalam mempersiapkan segala kebutuhan berupa data - data

awal sebagai bahan persiapan survey, sedangkan teknik survey merupakan tahapan pengumpulan data dan informasi yang terkait dengan tema penelitian dimana terdiri dari survey primer dan survey sekunder.

### **A. Tahap Persiapan**

Pada tahapan ini dilakukan persiapan-persiapan berupa penyediaan alat-alat yang akan diperlukan dalam survey.

Adapun hal-hal yang perlu dipersiapkan adalah:

- a. Kerangka studi sebagai usulan teknis survey berupa *check list*.
- b. Telaah pustaka berupa pemahaman awal terhadap kondisi wilayah dengan membaca dan memahami buku-buku, penelitian-penelitian dan informasi terutama yang relevan dengan kebutuhan studi untuk keperluan dalam penyusunan landasan teori dan sebagai bahan acuan mengenai kondisi wilayah studi pada masa lampau dan sekarang.

## **B. Teknik Survey**

Teknik survey merupakan tahapan pengumpulan data yang terdiri dari survey primer dan survey sekunder berdasarkan kebutuhan data untuk menunjang studi penelitian ini.

### **1. Survey Primer**

Survey primer merupakan kegiatan memperoleh data lapangan secara langsung dengan mengamati kondisi lokasi studi. Data primer dapat berupa opini orang baik individu maupun kelompok, serta hasil observasi terhadap fokus amatan yang diperoleh dengan cara wawancara maupun observasi. Adapun kegiatan survey primer yang dilakukan adalah observasi kondisi fisik berupa pengamatan langsung yang mendalam mengenai kondisi wilayah survey yang diamati secara visual sebagai gambaran terhadap fenomena yang ada, kemudian akan direkam dan diinterpretasikan dalam proses analisa. Kondisi fisik tersebut didokumentasikan atau direkam melalui teknik pengambilan gambar kondisi wilayah dengan bantuan peta, wawancara, dan foto. Survey primer sendiri memiliki beberapa metode, yaitu :

### **a. Metode Observasi**

Observasi adalah pemilihan, pengubahan, pencatatan dan pengodean serangkaian perilaku dan suasana yang berkenaan dengan organisme *in situ*, sesuai dengan tujuan - tujuan empiris. Teknik observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik observasi berstruktur atau *structured observation* dimana pengamat dalam melaksanakan observasinya menggunakan pedoman pengamatan dan kemudian diidentifikasi berdasarkan variabel amatan yang telah ditentukan. Pengumpulan data melalui observasi langsung, sangat diperlukan, karena melalui observasi ini peneliti dapat mengetahui kenyataan tentang persepsi konsumen terhadap fasilitas umum yang ada di Pasar Merjosari, sehingga dapat membantu kita dalam menentukan solusi yang tepat di kemudian hari. Adapun persiapan observasi yang dilakukan antara lain :

- a. Persiapan peta dasar untuk lokasi studi yaitu kawasan kota malang, tepatnya dilokasi Pasar Merjosari dengan skala 1:1000



- b. Persiapan peralatan survey seperti alat tulis, kamera, kertas dll.
- c. Observasi awal berupa pengenalan lokasi survey.
- d. Mengidentifikasi pemasalahan yang berupa identifikasi fisik dan identifikasi kegiatan Pasar Merjosari.
- e. Melakukan kegiatan survey sesuai dengan rumusan kegiatan identifikasi.

#### **b. Metode Kuisisioner**

Kuisisioner merupakan daftar pertanyaan atau angket yang berisi pertanyaan yang dilakukan dengan cara menyebarkan kepada responden dengan tujuan untuk mendapatkan informasi, tanggapan, keyakinan, pendapat dan kegiatan responden terhadap objek yang ditanyakan. Pemilihan sample ini dilakukan dengan cara acak, baik untuk masyarakat/konsumen maupun pihak-pihak yang dirasa mewakili objek penelitian.

Untuk menghitung besarnya sampel dari konsumen, populasi yang berhubungan langsung sangat besar dan tidak diketahui dengan pasti. Oleh karena itu, perencanaan

sampling untuk proses penelitian tersebut menggunakan teknik sampling aksidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan faktor spontanitas, artinya siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti di lokasi survey Pasar Tradisional Merjosari, cara pengambilan sampel yaitu dibatasi 100 responden, maka setiap orang yang berbelanja di pasar dijadikan responden<sup>27</sup>.

## **2. Survey Sekunder**

Data-data sekunder adalah data-data yang diperoleh dari survey sekunder yaitu survey yang dilakukan pada instansi atau lembaga yang terkait dan juga dengan studi literatur. Data sekunder biasanya telah tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen.

Dengan kehadiran berbagai instansi atau kelembagaan, diantaranya pasar, komunitas dan otoritas pasar yang bersinggungan dengan konsumen sebagai pelaku ekonomi, pelaku sosial, dan pelaku budaya, maka studi penelitian ini menempatkan individu konsumen pasar sebagai unit analisis sekaligus sebagai sumber informasi.

---

<sup>27</sup> Riduwan, 2006. *Dasar – Dasar Statistika*. Bandung. Alfabeta.

Adapun data sekunder diperoleh dari :

1. Instansi atau data terkait
  - a. Badan Pendapatan Daerah
  - b. Dinas Pasar
  - c. Dinas PU
  - d. Pemerintah Kecamatan Lowokwaru
2. Studi Literatur

Studi literatur merupakan cara pengambilan data berdasarkan literatur untuk memperkuat landasan teori dan dapat pula menjadi standar dan perbandingan serta acuan dalam penyusunan konsep studi.

### **3.2. Metode Analisa Data**

Analisa merupakan suatu proses pengolahan data secara mendalam guna memperoleh hasil dan kesimpulan berupa informasi untuk mencapai tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan proses analisis dari hasil data dan fakta-fakta yang ada di lapangan.

Metode analisis didasarkan pada teknik analisis kualitatif dengan metode yang dipakai adalah *metode*

*deskriptif* yaitu deskriptif kualitatif. Analisa data ditempuh dengan pengupasan secara cermat dan akurat berdasarkan teori (*analitic*), dengan penafsiran (*interpretatic*), yang utuh dan menyeluruh, memadukan berbagai gejala yang berbeda, bertentangan, paradoks (*sintetic*), menyerap berbagai gejala dan fenomena menurut pandangan dan pola laku, dan terkait dengan nilai (*value*). Sedangkan proses pengerjaannya sendiri dilakukan pada saat pengambilan data berlangsung, menurut sudut pandang atau perspektif *emic* dan perspektif *ethic*. Informasi *emic* merupakan informasi yang disampaikan responden ( sebagai aktor subyek pelaku) menurut sudut pandang pelaku pasar itu sendiri. Sedangkan informasi *ethnic* (pandangan peneliti/pelaku studi) merupakan informasi data yang diinterpretasi berdasarkan sudut pandang dari pelaku studi, dikarenakan terdapat alasan penting untuk memperoleh data dari informasi tertentu yang bersumber dari pertanyaan, wawancara dan observasi secara langsung.

### 3.2.1. Analisa Deskriptif Kualitatif

Analisis kualitatif ini merupakan data yang dianalisis berupa data yang digambarkan dengan kata-kata atau kalimat dipisahkan menurut kategori untuk memperoleh kesimpulan. Pada metode kualitatif dilakukan dengan mengolah dan menginterpretasikan data dan informasi verbal dengan memaparkan ilustrasi-ilustrasi lokasi studi dalam bentuk peta, foto maupun ilustrasi dari masing-masing variabel amatan. Bakri (2003), menguraikan bahwa analisa deskriptif kualitatif merupakan deskripsi yang rinci tentang situasi, interaksi, peristiwa, orang dan perilaku yang teramati, atau nukilan-nukilan langsung dari seorang tentang pengalaman, pikiran, sikap, dan keyakinannya atau petikan-petikan dokumen, surat, dan rekaman-rekaman lainnya<sup>28</sup>.

Pendekatan penelitian kualitatif sering disebut dengan *naturalistic inquiry* (inkuiri alamiah). Apapun macamnya, cara atau corak analisis data kualitatif suatu penelitian, perbuatan awal yang senyatanya dilakukan adalah membaca fenomena. Setiap data kualitatif mempunyai karakteristiknya

---

<sup>28</sup> Bakri, Masykuri. 2003. Metodologi Penelitian Kualitatif-Tinjauan Teoritis dan Praktis. Surabaya: Lembaga Penelitian Universitas Malang.

sendiri. Data kualitatif berada secara tersirat di dalam sumber datanya. Sumber data kualitatif adalah catatan hasil observasi, transkrip interviu mendalam (*depth interview*), dan dokumen-dokumen terkait berupa tulisan ataupun gambar. Karakteristik penelitian kualitatif adalah sebagai berikut :

1. Setting/latar alamiah atau wajar dengan konteks utuh (holistik).
2. Instrumen penelitian berupa manusia (human instrument).
3. Metode pengumpulan data observasi sebagai metode utama.
4. Analisis data secara induktif.
5. Proses lebih berperan penting daripada hasil.
6. Penelitian dibatasi oleh fokus.
7. Desain penelitian bersifat sementara.
8. Laporan bernada studi kasus.
9. Interpretasi ideografik.

### **3.2.2. Analisa Hubungan Karakteristik Konsumen Terhadap Persepsi kualitas Fasilitas umum Pasar Merjosari**

Pada analisis kali ini tujuan utama yang ingin dicapai adalah mengetahui seberapa erat hubungan antara variabel – variabel dari persepsi konsumen dengan fasilitas pasar tradisional. Dari analisis ini dapat diketahui beberapa alasan dari masyarakat yang begitu dominan dalam mendukung persepsi konsumen terhadap fasilitas umum pasar tradisional. Prosedur untuk mencari nilai korelasi adalah sebagai berikut :

- Mengatur pengamatan dari kedua variabel dalam bentuk skor
- Menghitung korelasi dengan menggunakan metode SPSS 17.0.

Permodelan yang akan dipergunakan dalam proses analisa terbagi atas variabel persepsi konsumen yang terdiri atas tingkat pendidikan, pekerjaan dan tingkat ekonomi serta variabel fasilitas konsumen yang terdiri atas lorong, parkir MCK, Pos keamanan, TPS, tempat jualan dan Mushola.

- Tingkat pendidikan (X1)

- SD dengan nilai 4
- SMP dengan nilai 3
- SMA dengan nilai 2
- Perguruan Tinggi dengan nilai 1
- Pekerjaan (X2)
  - Ibu RT dengan nilai 4
  - PNS dengan nilai 3
  - Pedagang dengan nilai 2
  - Petani dengan nilai 1
- Tingkat ekonomi (X3)
  - Rp. 500.000 ke bawah dengan nilai 4
  - Rp. 500.000 – 1 juta dengan nilai 3
  - Rp. 1 juta – 2 juta dengan nilai 2
  - Rp. 2 juta keatas dengan nilai 1

Dari peringkat yang telah ditentukan tersebut nantinya dapat ditampilkan dalam tabulasi data yang berisikan variabel persepsi konsumen dan variabel fasilitas. Tabulasi merupakan hasil dari rekapitulasi kuisioner :



Responde n	X 1	X 2	X 3	Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	Y 5	Y 6	Y 7
1										
2										
3										
4										
5										
.										
.										
.										
.										
.										
N										

Setelah rekapitulasi data pengujian dapat dilakukan dengan menggunakan korelasi. Untuk mempermudah perhitungan, maka peneliti menggunakan alat bantu program SPSS 17.0 for windows. Setelah itu nilai korelasi akan di



konsultasikan dengan tabel interpretasi nilai  $r$  sebagai berikut<sup>29</sup>

:

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Cukup
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Kemudian melihat nilai signifikan 5%

---

<sup>29</sup> Ridwan. Dasar-dasar Statistik. 2003. Bandung: Alfabeta



## **BAB IV**

### **GAMBARAN UMUM**

#### **4.1. Gambaran Kota Malang**

Kota Malang merupakan salah satu kota besar kedua di Jawa Timur setelah kota Surabaya. Sebagai kota besar, Malang tidak lepas dari permasalahan sosial dan lingkungan yang semakin buruk kualitasnya. Kota yang pernah dianggap mempunyai tata kota yang terbaik di antara kota-kota Hindia Belanda ini, kini banyak dikeluhkan warganya seperti kemacetan dan kesemrawutan lalu lintas, suhu udara yang mulai panas, sampah yang berserakan atau harus merelokasi pedagang kaki lima yang memenuhi alun-alun kota. Namun terlepas dari berbagai permasalahan tata kotanya, pariwisata kota Malang mampu menarik perhatian tersendiri.

Dari segi geografis, Malang diuntungkan oleh keindahan alam daerah sekitarnya seperti Batu dengan agrowisatanya, pemandian Selecta, Songgoriti atau situs-situs purbakala peninggalan Kerajaan Singosari. Jarak

tempuh yang tidak jauh dari kota membuat para pelancong menjadikan kota ini sebagai tempat singgah dan sekaligus tempat belanja. Perdagangan ini mampu mengubah konsep pariwisata Kota Malang dari kota peristirahatan menjadi kota wisata belanja. Perkembangan pesat yang terjadi di kota Malang juga tidak terlepas dari penambahan penduduk yang meningkat dengan pesat setiap tahunnya.

Secara geografis wilayah kota Malang berada antara  $07^{\circ}46'48''$  -  $08^{\circ}46'42''$  Lintang Selatan dan  $112^{\circ}31'42''$  -  $112^{\circ}48'48''$  Bujur Timur, dengan luas wilayah  $110,06 \text{ km}^2$  dengan batas batas antara lain :

- Batas Utara : Kabupaten Malang
- Batas Selatan : Kabupaten Malang
- Batas Timur : Kabupaten Malang
- Batas Barat : Kabupaten Malang

Berdasarkan Rencana Umum Tata Ruang Kota Malang, telah dirumuskan kebijakan skala pelayanan kota Malang antara lain :

#### A. Skala Pelayanan Regional

Kota Malang berfungsi sebagai ibukota Kota, sehingga pelayanan yang ada harus memiliki

skala pelayanan tingkat Kota. Adapun fungsi-fungsi tersebut, antara lain :

- Kantor Kota
- Rumah Sakit Umum
- Masjid Agung
- Pasar
- Gedung/Gelanggang Olah Raga

#### **B. Skala Pelayanan Kecamatan**

Kota Malang yang terdiri dari Kecamatan Malang dan Kecamatan Taman, dengan sendirinya merupakan pusat kegiatan skala kecamatan, meliputi antara lain :

- Kantor Kecamatan
- Pusat Kesehatan Masyarakat
- Kantor Komando Rayon Militer
- Kantor Kepolisian Sektor
- Kantor Pendidikan dan Kebudayaan
- Kantor Urusan Agama
- Kantor PU Ranting

#### **C. Skala Pelayanan Kota**

Penduduk kota Malang perlu dilayani fungsi-fungsi pelayanan skala kota antara lain :

- Pasar kota/pusat perbelanjaan
- Puskesmas pembantu
- Lapangan olah raga
- Gedung serba guna

#### **4.2. Gambaran Umum Kecamatan Lowokwaru**

Kecamatan ini merupakan salah satu kecamatan yang berada di bagian barat kota Malang dengan memiliki luas 2.089,59 Ha. Adapun batas administrasi kecamatan lowokwaru adalah :

- Sebelah utara : Kecamatan Karangploso  
Kabupaten Malang
- Sebelah timur : Kecamatan Blimbing
- Sebelah selatan : Kecamatan Sukun dan  
Kecamatan Klojen
- Sebelah barat : Kabupaten Malang

Arahan pola penggunaan tanah di Kecamatan Lowokwaru berdasarkan arahan dari RTRW kota Malang tahun 2008-2028 adalah :

##### **A. Kawasan pendidikan.**

Penggunaan lahan untuk pengembangan kawasan pendidikan diarahkan di kelurahan Tanjung sekar

dan Tasikmadu sehingga terjadi pemerataan penyelenggaraan pendidikan.

B. Kawasan perdagangan dan jasa.

Perdagangan kebutuhan sehari-hari untuk skala kecil dan menengah dilayani oleh pasar tersebar dikota Malang. Pertokoan dengan tingkat pelayanan lokal yang menjual beranekaragam barang adalah kompleks pertokoan di jalan MT Haryono dan pertokoan di jalan Soekarno-Hatta.

C. Kawasan perumahan.

Pengembangan kawasan perumahan hampir di semua kawasan sesuai dengan kecendrungan perkembangan yang berada di kelurahan Tasikmadu, Tanjungsekar, Tunggulwulung dan Mojolangu.

Pada tahun 2010 jumlah penduduk keseluruhan di kecamatan Lowokwaru adalah 21.135. Berdasarkan persebaran penduduk di setiap kelurahan/desa, maka jumlah penduduk terbesar yaitu pada kelurahan Mojolangu sebesar 22.905 jiwa dari jumlah keseluruhan. Sedangkan jumlah penduduk terkecil terdapat pada

kelurahan Tasikmadu yaitu sejumlah 5,784 jiwa. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat ditabel dibawah ini :

**Tabel 4.1.**  
**Persebaran penduduk kecamatan Lowokwaru 2010**

No.	Kelurahan/Desa	Luas (Km <sup>2</sup> )	Jumlah Penduduk	Kepadatan (jiwa/km <sup>2</sup> )
1	Tunggulwulung	1.879	7.395	3,396
2	Merjosari	3.360	15.680	4,667
3	Tlogomas	1.675	14.923	8,909
4	Dinoyo	1.428	12.508	8,759
5	Sumbersari	924	9.852	10,662
6	Ketawangede	766	6.630	8,655
7	Jatimulyo	2.113	19.761	9,352
8	Tunjungsekar	1.900	15.835	8,334
9	Mojolangu	2.884	22.905	7,942
10	Tulusrejo	1.233	16.743	13,579
11	Lowokwaru	1.562	21.135	13,531
12	Tasikmadu	2.132	5.784	2,713
	Total	21.856	169.151	

*Sumber : Monografi kecamatan Lowokwaru Tahun 2010*

#### 4.3. Gambaran Umum Pasar Pasar Merjosari

Kelurahan Merjosari secara administratif merupakan bagian wilayah Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur. Memiliki luas wilayah kurang lebih 142,8 Ha, dengan jumlah penduduk tahun 2004 sejumlah 20.080 jiwa. Wilayah kerja Kelurahan Merjosari dibagi



menjadi 3 lingkungan, yaitu : lingkungan gandol, lingkungan Sempol dan lingkungan Joyo. Sedangkan batas wilayah meliputi :

Batas sebelah Utara : Kelurahan Dinoyo

Batas sebelah Selatan : Kelurahan Gasek

Batas sebelah Barat : Kelurahan Tlogomas

Batas sebelah Timur : Kelurahan Ketawanggede

Sedangkan dilihat dari orbitasi (jarak dari pusat pemerintahan) Kelurahan Merjosari berjarak kurang lebih 3 km dari pemerintahan kecamatan, berjarak kurang lebih 6 km dari pusat pemerintahan kota. Kondisi geografis Kelurahan Merjosari berada di dataran tinggi dengan ketinggian tanah 440 sampai 460 m dari permukaan laut. Mempunyai suhu udara rata-rata 26 derajat Celcius, dengan kepadatan penduduk 0,09 jiwa/km.

#### **4.3.1. Lokasi Pasar Merjosari**

Lokasi penelitian bertempat di Pasar Merjosari Malang, Kelurahan Merjosari, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang, Provinsi Jawa Timur. Pasar Merjosari terletak di sepanjang Jalan Joyo, Desa Merjosari. Secara umum, kondisi geografis wilayah ini mempunyai suhu

udara berkisar antara 22,7 derajat celcius sampai 25,1 derajat celcius dengan kelembaban udara sekitar 79% - 86%.

Pasar Merjosari secara resmi di tempati pada tanggal 11 desember 2011 di Kelurahan Merjosari yang terletak di lahan seluas kurang lebih 3 Ha dengan jumlah kavling kurang lebih 21. Pasar ini dahulu merupakan Pasar Dinoyo yang sekarang dipindah di Kelurahan Merjosari karena Pasar Dinoyo akan dijadikan pasar modern.

#### **4.3.2. Relokasi Pasar Dinoyo ke Pasar Merjosari**

Pasar Dinoyo merupakan salah satu pasar tradisional di Malang yang mempunyai keterkaitan sejarah dengan perkembangan sosial ekonomi masyarakat di Kota Malang. Masyarakat yang tinggal di sekitar Dinoyo lebih memanfaatkan pasar tradisional untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, sehingga bisa dikatakan Pasar Dinoyo merupakan bagian penting dalam kegiatan ekonomi bagi masyarakat Dinoyo. Ikatan sosial yang terbangun dari adanya pertemuan penjual dan pembeli di pasar kemudian berubah menjadi struktur

yang mempengaruhi kehidupan sosial masyarakat Dinoyo. Salah satu contoh kegiatan sosial di Pasar Dinoyo yang dilakukan berulang misalnya terdapat warga yang tiap harinya membeli sayur di Pasar Dinoyo dan memiliki wlijo langganan maka kemungkinan yang bisa terjadi individu tersebut selain ke pasar untuk memenuhi keperluan dapur juga untuk bertemu dengan pedagang langganan untuk berkomunikasi dan bertukar informasi.

Di Pasar Merjosari disediakan beberapa blok. Mulai dari A hingga K. “Untuk blok A ditempati pedagang Klontong dan sejenisnya, blok B ditempati toko emas, buah bunga dan ada warung meja. untuk blok D, akan ditempati pedagang perancangan, sembako dan minuman kaleng. Untuk blok E bagi pedagang palawija dan sejenisnya, blok F, untuk pedagang ayam potong, blok G, akan ditempati orang yang berjualan gado-gado dan sejenisnya, dan di blok K beraneka ragam penjualan seperti pedagang kaki lima (PKL).

#### **4.4. Kondisi Fasilitas Umum Pasar Merjosari**

Keberadaan fasilitas umum sangat membantu peningkatan kawasan Pasar Merjosari serta meningkatkan jumlah konsumen yang berbelanja di pasar.

##### **4.4.1. Jalan Masuk dan Keluar Bagi Kendaraan**

###### **Bermotor**

Akses masuk dan keluar sering terjadi kesemrawutan di akses masuk ke pasar. Banyak pedagang – pedagang dadakan yang menjajakan dagangan di akses masuk jalan. Hal ini sangat mengganggu perjalanan para konsumen atau pedagang dalam memasuki pasar. Akses masuk menuju Pasar Tradisional Merjosari dari jalan mertojoyo selatan ada empat akses masuk yaitu :

a) Akses sebelah utara

Untuk jalan masuk dan keluar bagi kendaraan dan orang dari utara ini cukup luas karena merupakan tempat masuk bagi kendaraan roda empat dan roda dua serta juga sebagai akses tempat bongkar muat barang, jalan sebelah selatan ini selain

menuju kepasar juga menuju ke perkampungan penduduk di sebelah selatan Pasar Merjosari. Lalu lintas jalan ini sangat padat karena juga di gunakan untuk bongkar muat juga untuk tempa parkir kendaraan roda 4 dan kendaraan roda 2 terutama pada jam 08.00 sampai jam 10.00 pagi.



**Gambar 4.1**

**Jalan masuk dan keluar Utara**  
*Sumber : Survey Lapangan, 2013*

b) Akses sebelah Barat

Untuk jalan ini sering digunakan pedagang untuk akses bongkar muat barang salah satu jalan untuk memasukkan barang dagangan pedagang ke dalam pasar, hal ini juga biasa dibarengi dengan masuknya pengunjung ataupun konsumen. Hal ini di perparah dengan para pengendara yang sengaja

memarkir kendaraan di pinggir jalan serta lalu lalang becak untuk mengantar dan mencari penumpang, untuk sebelah barat ini terdapat dua akses masuk dan keluar kendaraan maupun orang



**Gambar 4.2**  
**Jalan masuk dan keluar Barat**  
*Sumber : Survey Lapangan, 2013*

c) Akses sebelah Utara

Akses jalan ini lebih kecil dibanding jalan masuk yang lain, hal ini sering di gunakan masyarakat maupun pedagang sehingga sering terjadi kemacetan di kawasan ini. Akses jalan ini juga dekat dengan los penjualan ikan/ daging dan sering becek serta juga dekat dengan Tempat

Pembuangan Sampah Sementara, hal ini menambah ketidaknyamanan konsumen atau pengunjung ke pasar, dimana sering terjadi penumpukkan sampah sehingga berserakkan dan bau sering mengganggu kenyamanan para konsumen, serta becek kalau pada saat hujan.



**Gambar 4.3**  
**Jalan masuk dan keluar Utara**  
*Sumber : Survey Lapangan, 2013*

Dari keempat akses jalan masuk dan keluar terdapat tiga akses utama yang kurang memadai, yaitu jalan yang becek dan sampah yang berserakan, serta perjalanan kendaraan bermotor kurang lancar (tersendat). Hal ini diperparah apabila pada musim penghujan, selain hal tersebut disisi kanan dan kiri jalan tersebut juga terdapat

pedagang terutama pada pagi hari. Sehingga kondisi akses jalan masuk dan keluar semakin tidak lancar. Sehingga perlu di perluas lagi akses jalan masuk dan keluar dari dalam pasar para pedagang yang berada di sisi jalan ditertibkan dengan memindahkan para pedagang tersebut ke tempat yang sudah disediakan. Serta dipindahkan TPS yang berada disisi utara Pasar karena berada di dekat akses masuk dan jalan utama menuju lokasi pasar. Sehingga para konsumen dan pedagang lebih nyaman dan lalu lintas menjadi semakin lancar. Sehingga konsumen tidak enggan lagi untuk berkunjung di Pasar Tradisional tersebut.

#### **4.4.2. Jalan atau Lorong untuk Lalu lintas**

Keberadaan lorong yang ada di Pasar Merjosari secara jumlah sudah mencukupi hal ini terlihat karena akses dari parkir ke tempat belanja seperti lapak los ataupun toko dapat dijangkau dengan mudah, sedangkan untuk lebar lorong kurang luas karena sering terjadi kemacetan di saat pagi hari ataupun pada jam puncak, hal



ini disebabkan karena banyak pedagang menggelar dagangannya di lorong lorong pasar, sehingga mempersempit ruang yang ada. lebar dari jalan lorong hanya 1,50 sampai 2 meter dari kesemua lorong yang berjumlah 26 buah.



**Gambar 4.4**  
**Sampah berserakkan dilorong**  
*Sumber : Survey Lapangan, 2013*



**Gambar 4.5**  
**Lorong di penuh barang dagangan**  
*Sumber : Survey Lapangan, 2013*

Yang lebih memperparah keadaan adalah lorong ini sering di manfaatkan pedagang toko ataupun kios yang sering menaruh barang dagangannya di jalan sehingga semakin membuat kemacetan disaat pengunjung dalam jumlah banyak dan cenderung berdesak desakkan ketika berjalan di dalam lorong, lorong yang dipenuhi dengan barang dagangan dan lapak lapak serta sampah sampah yang berserakkan seperti yang terlihat pada gambar 5.4 dan 5.5

Jadi perlu perluasan lebar lorong sehingga jalur untuk konsumen dan pedagang yang melalui lorong dan harus ditertibkan bagi pedagang toko yang menjajakan dagangannya di sepanjang lorong sehingga tidak menyebabkan kemacetan di sepanjang lorong serta perlu penambahan cahaya (lampu ataupun atap plastik sehingga cahaya bisa masuk) di lorong lorong kios karena lorong ini sangat gelap.

#### 4.4.3. Tempat Parkir

Pasar harus mempunyai tempat parkir yang dapat menampung jumlah kendaraan yang masuk. Hal ini di tunjang dengan banyaknya pengunjung pasar setiap harinya yakni berbelanja kebutuhan sehari-hari. Begitu pula dengan Pasar Merjosari perlu adanya tempat parkir yang menampung kendaraan. Selama ini tempat parkir yang tersedia sudah memadai, hal ini dapat dilihat dari jumlah dan luas lahan parkir yang dapat menampung kendaraan yang ada.

Namun parkir motor yang tersedia masih sangat kecil hanya berukuran 40 x 50 m dimana sering terjadi penumpukan kendaraan yang menyebabkan konsumen harus melewati kendaraan untuk masuk kedalam pasar. Serta tidak tersedianya tempat parkir untuk becak mereka sering memanfaatkan badan jalan untuk memarkirkan becak ataupun kendaraan.



**Gambar 4.6**  
**Parkiran sepeda motor dan mobil**  
*Sumber : Survey Lapangan, 2013*

Penyediaan lahan parkir di Pasar Merjosari terbagi atas tiga yaitu parkir untuk kendaraan roda dua, kendaraan roda empat serta untuk becak dan andong. Dari hasil observasi terlihat ruang parkir yang dibutuhkan untuk kendaraan roda dua tidak mencukupi karena jumlah kendaraan yang begitu banyak terutama pada jam

jam puncak antara jam 06.00 – 10.00 wib sering terjadi lonjakan jumlah kendaraan sehingga sering masyarakat menggunakan bahu jalan untuk memarkirkan kendaraannya sehingga mengakibatkan kemacetan.



**Gambar 4.7**  
**Parkiran becak dan dokar**  
*Sumber : Survey Lapangan, 2013*

Di pasar merjosari juga ada ketersediaan ruang parkir buat becak dan dokar yang terletak di pintu keluar sebelah barat, hal ini juga sering digunakan masyarakat mearkirkan kendaraan roda duanya sehingga membuat kemacetan di sepanjang jalan mertojoyo selatan depan pasar merjosari

Perlu penambahan lahan parkir sehingga tidak terjadi lonjakan parkir di bagian timur pasar, serta di maksimalkan lahan parkir di selatan pasar sehingga bisa di gunakan untuk kendaraan bermotor milik konsumen ataupun pedagang.

#### 4.4.4. Tempat Bongkar Muat

Di lokasi studi telah tersedia tempat bongkar muat, yaitu bersamaan di tempat parkir mobil namun masih para pedagang membongkar barang dagangannya di sepanjang jalan depan pasar yang mengakibatkan kemacetan serta menggunakan TPS untuk bongkar muat barang.



**Gambar 4.8**  
**Tempat bongkar muat**  
*sumber : Survey Lapangan, 2013*

#### 4.4.5. Tempat Ibadah

Fasilitas peribadatan seperti masjid atau musholla juga sangat di perlukan dalam suatu pasar. Karena keasyikan orang berbelanja di pasar biasanya tidak sempat untuk melakukan ibadah shalat apabila harus pulang ke rumah. Sehingga para konsumen dapat menggunakan musholla terutama bagi konsumen/pembeli muslim dari jarak yang jauh yang ingin melakukan sholat subuh dahulu sebelum menikmati kegiatan di pasar merjosari.

Musholla yang tersedia di pasar berjumlah 2 unit dan terlihat sangat baik, jadi untu musholla di rasa sudah cukup memenuhi kebutuhan konsumen hal ini dapat di lihat dari letaknya yaitu berada di selatan pasar dekat parkiran masuk dan yang berada di sebelah timur bersebalahan dengan kantor pasar. Mushola yang berada di sebelah utara berukuran 4 x 4 meter sedangkan yang berada di sebelah selatan sebelah kantor pasar berukuran 6 x 4 meter hal ini di rasa cukup dalam menampung jumlah jamaah, karena ukuran dan luasnya yang mencukupi



**Gambar 4.9**  
**Mushola dekat kantor pasar**  
*Sumber : Survey Lapangan, 2013*



**Gambar 4.10**  
**Mushola di sebelah utara**  
*Sumber : Survey Lapangan, 2013*



Dari gambar di atas di lihat bahwa kondisi dari tempat ibadah yang ada (mushola) masih terlihat baik hal ini karena bangunannya masih baru serta masih dalam perawatan baik dari pengelola pasar maupun dari para pedagang serta konsumen dalam menjaga kebersihan tempat ibadah ini.

Tidak perlu penambahan ataupun perbaikan musholla yang ada karena masih terlihat baik dan terawat kondisinya

#### **4.4.6. MCK**

Ketersediaan MCK/ toilet sangat diperlukan dalam suatu pasar. Karena selain di gunakan untuk pedagang sendiri juga sangat diperlukan oleh para konsumen yang ingin menggunakan jasa toilet. Oleh sebab itulah di Pasar Merjosari juga harus tersedia MCK/ toilet umum. Sehingga ketersediaan MCK/ toilet umum di Pasar Merjosari sekarang ini dirasa sudah mencukupi dan kondisinya terjaga dengan baik. Hal ini karena jumlah dari keberadaan toilet berjumlah 4 unit diantaranya : berada sebelah utara yang berada persis disebelah pintu masuk parkir utama, kedua berada di

sebelah selatan pintu masuk ke dalam pasar, ketiga berada di bagian dalam pasar yang berada tepat di bagian belakang pasar, keempat berada di sebelah selatan yang berdampingan dengan kantor pasar.



**Gambar 4.11**  
**Toilet Selatan**

*Sumber : Survey Lapangan, 2013*



**Gambar 4.12**  
**Toilet di dalam pasar**

*Sumber : Survey Lapangan, 2013*

Dari gambar 5,8 di atas menunjukkan kondisi bangunan toilet yang berada di sebelah selatan serta bersebelahan langung dengan kantor pasar, toilet hanya diaktifkan pada saat jam jam puncak, karena jarang dari konsumen yang menggunakan toilet ini karena berada jauh dari jangkauan konsumen serta bersebalahan dengan TPS dan lapak ikan dan daging hal ini memperparah akses ke toilet ini sehingga konsumen jarang menggunakannya, sedangkan pada gambar 5.9 menunjukkan lokasi pasar yang berada di bagian dalam pasar letaknya berada di bagian belakang pada toilet ini terlihat sangat terawat karena sering digunakan oleh konsumen sehingga petugas kebersihan selalu melakukan perawatan hal ini menambah kenyamanan konsumen dalam menggunakan fasilitas ini, dapat dilihat pada peta 5.1 namun akses menuju terlalu sempit karena berada di bagian belakang jalan/ akses relatif kecil. Toilet yang sering digunakan konsumen yaitu yang memiliki akses yang dekat e parkir mobil dan motor yaitu yang berada di sebelah utara pasar terdapat dua toilet di sisi ini, serta kondisinya yang terlihat sangat bersih dan terawat.

Fasilitas toilet yang ada di rasa cukup memenuhi kebutuhan konsumen ataupun pedagang di lingkungan pasar serta masih terawat dengan baik, namun perlu akses yang diperbesar terutama toilet yang berada di bagian dalam pasar itu sendiri. Belum perlu penambahan fasilitas toilet karena sudah cukup memadai dan memenuhi kebutuhan konsumen maupun pedagang Pasar Merjosari.

#### 4.4.7. Instalasi Listrik

Jaringan listrik yang terdapat pada wilayah studi berupa jaringan listrik tegangan menengah (SUTM) dan jaringan listrik tegangan rendah (SUTR) yang terdapat dipinggir – pinggir jalan. Sedangkan penerangan yang digunakan disekitar pasar merjosari berupa lampu lampu jalan yang terletak di jalan merjosari.



**Gambar 4.13**  
**Jaringan listrik di Pasar Merjosari**  
*Sumber : Survey Lapangan, 2013*

#### **4.4.8. Pos Keamanan**

Keberadaan pos keamanan berada di sebelah selatan pasar dan hanya berjumlah 1 unit dengan luas 1x 2,5 meter. Dengan kondisi yang terlihat kurang terawat karena jarang di fungsikan oleh pihak yang bertanggung jawab hal ini dilihat karena pos yang seharusnya digunakan sering di tutup rapat.

Pos keamanan diperlukan untuk menjaga keamanan pasar, perlu di tambahkan untuk areal timur, serta di fungsikan baik dari pedagang sendiri ataupun pihak yang bertanggung jawab.

#### **4.4.9. Tempat Penampungan Sampah Sementara (TPS)**

Pasar Tradisional Merjosari memiliki jenis sumber sampah yang lebih banyak dibandingkan dengan pasar pasar lingkungan, hal ini karena jenis jenis barang yang didagangkan dipasar ini sangat beragam hal ini mengabitkan volume sampah yang meningkat tinggi sehingga sering membludak sampe ke jalan. Untuk kondisi dari Tempat Pembuangan Sampah Sementara (TPS) di Pasar Merjosari masih terlihat sangat buruk hal

ini dapat dilihat karena posisinya berada di pinggir jalan sehingga mengganggu kenyamanan pengguna jalan di sekitar pasar karena bau yang kurang sedap serta juga mengganggu kenyamanan konsumen dalam berjalan karena bercampur dengan tempat penjualan ikan, daging dan warung terutama pada jam jam puncak antara pukul 05.00 – 10.00 dimana aktifitas dari para pedagang dan konsumen sangat banyak.



**Gambar 4.14**  
**TPS di sisi jalan Mertojaya**  
*Sumber : Survey Lapangan, 2013*

Oleh karena itu pengelolaan sampah pasar perlu dilakukan secara tepat. Selain itu juga TPS yang ada terletak di jalan utama sehingga sering mengganggu

masyarakat sekitar perlu penempatan yang baik untuk TPS, sehingga lingkungan pasar tidak terganggu karena keberadaan TPS ini.

#### 4.4.10. Saluran Pembuangan Air

Saluran pembuangan air yang ada di lokasi studi memanfaatkan saluran drainase yang ada di Pasar Merjosari.



**Gambar 4.15**  
**Saluran pembuangan air**  
*Sumber : Survey Lapangan, 2013*

#### 4.4.11. Penyediaan Air Bersih

Jaringan air bersih yang digunakan berupa air yang berasal dari PDAM antara lain digunakan oleh

pedagang dan konsumen, air ini di tampung untuk digunakan sebagai cadangan.



**Gambar 4.16**  
**Penyediaan Air Bersih**  
*Sumber : Survey Lapangan, 2013*

#### **4.4.12. Alat Pemadam Kebakaran**

Untuk alat pemadam kebakaran berdasarkan observasi tidak terlihat alat ataupun tabung pemadam kebakaran di kawasan Pasar Merjosari.

#### **4.4.13. Papan Nama Pasar**

Papan nama besar berada di jalan masuk utama pasar, namun sekarang sudah tidak ada papan nama besar lagi untuk Pasar Merjosari. Papan nama yang lama sudah di ganti dengan moto pasar tradisional.



#### 4.4.14. Kantor Pasar

Kantor pusat untuk Pasar Merjosari merupakan bangunan permanen, dan di fungsikan sebagaimana mestinya.



**Gambar 4.17**  
**Kantor Pusat Pasar Merjosari**  
*Sumber : Survey Lapangan, 2013*

#### 4.4.15. Taman dan Penghijauan

Di lokasi studi telah di bangun ruang untuk kawasan penghijauan atau taman untuk masyarakat sekitar ataupun untuk konsumen pasar untuk menggunakan lokasi ini untuk peristirahatan atau sarana rekreasi.



**Gambar 4.18**  
**Taman dan Penghijauan ( RTH ) di kawasan Pasar Merjosari**  
*Sumber : Survey Lapangan, 2013*

#### **4.5. Penyebaran Quisioner Terhadap Para Konsumen di Pasar Terapung**

##### **4.5.1. Jenis Pekerjaan Konsumen**

Untuk Jenis Pekerjaan Konsumen yang berkunjung ke Pasar Merjosari rata rata adalah ibu rumah tangga, PNS dan pedagang, ini dapat di tunjukkan pada tabel 4.2.

**Tabel 4.2.**  
**Prosentase Jenis Pekerjaan Konsumen**

<b>Jawaban</b>	<b>Responden</b>	<b>Prosentase (%)</b>
Ibu Rumah Tangga	64	64
Pegawai Negeri	11	11
Pengusaha	0	0
Pedagang	11	11
Petani	5	5
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Hasil Quisioner*

#### **4.5.2. Jumlah Pendapatan Konsumen perbulan**

Tingkat pendapatan konsumen cukup bervariasi namun sebagian besar rata rata yaitu sekitar Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000,- sedangkan sebagian lainnya ada yang berpendapatan Rp.2.000.000 Namun untuk semua tingkat pendapatan dari pembeli tidak terlalu mempengaruhi mereka untuk berbelanja di Pasar Merjosari tersebut. Untuk lebih jelasnya lihat tabel 4.3.

**Tabel 4.3.**  
**Prosentase Tingkat Pendapatan Konsumen/ Bulan**

<b>Jawaban</b>	<b>Responden</b>	<b>Prosentase %</b>
Rp. 500.000 – 1000.000	36	36
Rp. 1000.000 – 1.500.000	40	40
Rp 1.500.000 - 2.000.000	6	6
>2.000.000	18	18
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Hasil Quisioner*

### 4.5.3. Motivasi Konsumen datang ke Pasar

#### Merjosari

Berdasarkan quisioner yang disebarakan pada 100 responden untuk konsumen ternyata 100% tujuan mereka ke Pasar Merjosari adalah untuk berbelanja kebutuhan sehari hari. Keseluruhan responden ini dapat dikatakan adalah pembeli tetap Pasar Merjosari, karena tempat tinggal mereka berdekatan dengan lokasi pasar sehingga membeli barang kebutuhan sehari – hari mereka lakukan di pasar merjosari. Untuk lebih jelasnya lihat table 4.4.

**Tabel 4.4.**

#### Prosentase Motivasi Konsumen datang ke Pasar Merjosari

Jawaban	Responden	Prosentase (%)
Berbelanja	100	100
Kuliner	0	0
Bisnis	0	0
Lain-lain	0	0
<b>Jumlah</b>	100	100

*Sumber : Hasil Quisioner*

#### 4.5.4. Jenis Alat Transportasi yang Digunakan Konsumen

Dari hasil quisioner yang disebar rata rata konsumen yang datang ke Pasar Merjosari Menggunakan sepeda motor dan angkutan umum karena jarak yang dekat dan biaya yang murah jika menggunakan angkot. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.5.

**Tabel 4.5.**  
**Cara Konsumen Menuju Pasar Merjosari**

<b>Jawaban</b>	<b>Responden</b>	<b>Prosentase (%)</b>
Kendaraan Pribadi	30	30
Angkutan Umum	20	20
Jalan Kaki	50	50
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Hasil Quisioner*

#### 4.5.5. Dengan Siapa Konsumen Ke Pasar

Konsumen Pasar Merjosari hampir 75% berbelanja sendirian, serta 25% pergi berkelompok. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.6.

**Tabel 4.6.**  
**Prosentase dengan siapa Konsumen ke Pasar Merjosari**

<b>Jawaban</b>	<b>Responden</b>	<b>Prosentase (%)</b>
Sendirian	75	75
Berkelompok	25	25
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Hasil Quisioner*

#### **4.5.6. Pendapat Konsumen terhadap Pembinaan Fasilitas Pasar Merjosari**

Pendapat konsumen mengenai pembinaan fasilitas pasar merjosari sudah cukup baik, namun 75% responden menjawab bahwa perlu adanya perbaikan ataupun pembinaan terhadap fasilitas umum yang ada, karena ada beberapa fasilitas yang di manfaatkan secara ganda seperti area bongkar muat yang bertumpuk dengan TPS dan tempat parkir mobil. Untuk lebih jelas lihat tabel 4.7.

**Tabel 4.7.**  
**Prosentase Konsumen**  
**Terhadap pembenahan fasilitas Pasar Merjosari**

<b>Jawaban</b>	<b>Responden</b>	<b>Prosentase (%)</b>
Sangat setuju	0	0
Setuju	100	100
Ragu ragu	0	0
Tidak setuju	0	0
Sangat tidak setuju	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Hasil Quisioner*

#### **4.5.7. Pendapat Konsumen Terhadap Harga Di Pasar Merjosari**

Sebagian besar konsumen yang berbelanja (70%) mengatakan bahwa harga bahan bahan yang ada di Pasar Merjosari lebih murah di dibandingkan dengan pasar pasar lain. Untuk lebih jelasnya lihat tabel 4.8.

**Tabel 4.8.**  
**Prosentase pendapat konsumen**  
**Terhadap harga Di Pasar Merjosari**

<b>Jawaban</b>	<b>Responden</b>	<b>Prosentase (%)</b>
Lebih mahal	20	20
Lebih murah	70	70
Tidak tau	10	10
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Hasil Quisioner*

#### 4.5.8. Jarak Rumah Konsumen Ke Pasar Merjosari

Jarak rumah konsumen dengan pasar sebagian besar relative dekat yaitu sekitar < 500 meter. Itulah sebabnya mereka cenderung setiap hari berbelanja di Pasar Merjosari terutama bagi ibu ibu rumah tangga untuk membeli barang kebutuhan sehari – hari. Untuk lebih jelasnya lihat tabel 4.9.

**Tabel 4.9.**

**Prosentase jarak rumah konsumen ke Pasar Merjosari**

<b>Jawaban</b>	<b>Responden</b>	<b>Prosentase (%)</b>
< 500 m	50	50
500 m – 1 Km	30	30
1 – 5 Km	20	20
> 5 Km	0	0
<b>Jumlah</b>	100	100

*Sumber : Hasil Quisioner*

#### 4.5.9. Banyaknya dana yang di habiskan Konsumen Pasar Merjosari

Konsumen rata rata menghabiskan dana untuk berbelanja di Pasar Merjosari < Rp. 50.000/ harinya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.10.



**Tabel 4.10.**  
**Prosentase banyaknya dana yang di habiskan konsumen**  
**berbelanja**

<b>Jawaban</b>	<b>Responden</b>	<b>Prosentase (%)</b>
< Rp. 50.000	50	50
Rp. 50.000 – Rp. 100.000	30	30
> Rp. 100.000	20	20
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Hasil Quisioner*

#### **4.5.10. Tingkat Pelayanan dari Pedagang kepada Konsumen**

Konsumen yang ada di pasar 70% mengatakan pelayanan yang diberikan oleh pedagang sudah cukup baik sehingga mereka merasa nyaman berbelanja di Pasar Merjosari. Lebih jelasnya lihat tabel 4.11.

**Tabel 4.11.**  
**Prosentase Tingkat Pelayanan Pedagang Kepada Konsumen**

<b>Jawaban</b>	<b>Responden</b>	<b>Prosentase (%)</b>
Baik	70	70
Kurang baik	30	30
Tidak baik	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Hasil Quisioner*

#### 4.5.11. Waktu Berbelanja Konsumen Pasar Merjosari

Konsumen berbelanja di pasar Merjosari hampir 80% dilakukan pada pagi hari, serta 20% mereka kepasar untuk berbelanja pada waktu sore hari. Lebih jelasnya lihat tabel 4.12.

**Tabel 4.12.**  
**Prosentase Waktu Berbelanja Konsumen**

<b>Jawaban</b>	<b>Responden</b>	<b>Prosentase (%)</b>
Pagi hari	80	80
Siang hari	0	0
Sore hari	20	20
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Hasil Quisioner*

#### 4.5.12. Kondisi Pasar Merjosari Menurut Konsumen

Bagi konsumen, kondisi pasar Merjosari cukup baik hal ini karena bangunan yang ada masih layak secara fisik, serta ketertiban parkirpun masih tertata dengan baik. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.13.

**Tabel 4.13.**  
**Prosentase Kondisi Pasar Merjosari Menurut Konsumen**

<b>Jawaban</b>	<b>Responden</b>	<b>Prosentase (%)</b>
Baik	85	85
Tidak baik	15	15
Tidak tau	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Hasil Quisioner*

#### **4.5.13. Kondisi jalan atau lorong untuk lalu lintas**

Kondisi jalan atau lorong masih terlihat sangat baik, namun sering dimanfaatkan oleh pedagang untuk berjualan sehingga kadang mengganggu lalu lintas konsumen. Lebih jelasnya lihat tabel 4.14.

**Tabel 4.14.**  
**Prosentase kondisi jalan atau lorong lalu lintas**

<b>Jawaban</b>	<b>Responden</b>	<b>Prosentase (%)</b>
Sangat baik	0	0
Baik	85	85
Ragu ragu	0	0
Tidak baik	15	15
Sangat tidak baik	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Hasil Quisioner*

#### **4.5.14. Kondisi tempat parkir kendaraan**

Seluruh responden menjawab bahwa ketersediaan tempat parkir dikawasan Pasar Merjosari kurang baik karena areal yang sempit untuk kendaraan roda 2 serta

bercampurnya tempat bongkar muat dengan lahan parkir mobil. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.15.

**Tabel 4.15.**  
**Prosentase kondisi tempat parkir kendaraan**

<b>Jawaban</b>	<b>Responden</b>	<b>Prosentase (%)</b>
Sangat baik	0	0
Baik	30	30
Ragu – ragu	0	0
Tidak baik	70	70
Sangat tidak baik	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Hasil Quisioner*

#### **4.5.15. Kondisi MCK (mandi,Cuci,Kakus)**

Untuk ketersediaan tempat mandi, cuci dan kakus (MCK) umum di akui oleh seluruh responden dalam kondisi yang cukup baik. Bangunan untuk WC sudah permanen dan kebersihannya terawat. Untuk lebih jelasnya lihat tabel 4.16.

**Tabel 4.16.**  
**Prosentase MCK (Mandi,Cuci,Kakus)**

<b>Jawaban</b>	<b>Responden</b>	<b>Prosentase (%)</b>
Sangat baik	0	0
Baik	100	100
Ragu –ragu	0	0
Tidak baik	0	0
Sangat tidak baik	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Hasil Quisioner*

#### **4.5.16. Kondisi instalasi listrik di Pasar Merjosari**

Kondisi instalasi listrik di Pasar Merjosari tergolong masih baik hal ini disebabkan karena pasar ini masih tergolong baru. Lebih jelasnya dilihat pada tabel 4.17.

**Tabel 4.17.**  
**Prosentase Kondisi Indtalasi Listrik**

<b>Jawaban</b>	<b>Responden</b>	<b>Prosentase (%)</b>
Sangat baik	0	0
Baik	100	100
Ragu ragu	0	0
Tidak baik	0	0
Sangat tidak baik	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Hasil Quisioner*

#### 4.5.17. Kondisi Posko Keamanan di Pasar Merjosari

Posko keamanan di lokasi studi masih kurang karena hanya terdapat di pintu masuk dan masih digunakan juga untuk tempat penjaga parkir sehingga difungsikan ganda, namun poskonya masih terlihat cukup baik. Lebih jelasnya dilihat pada tabel 4.18.

**Tabel 4.18.**  
**Prosentase Kondisi Posko Keamanan**

<b>Jawaban</b>	<b>Responden</b>	<b>Prosentase (%)</b>
Sangat baik	0	0
Baik	100	100
Ragu ragu	0	0
Tidak baik	0	0
Sangat tidak baik	0	0
<b>Jumlah</b>	100	100

*Sumber : Hasil Quisioner*

#### 4.5.18. Tempat Pembuangan sampah sementara

Kondisi tempat pembuangan sampah sementara (TPS) masih terlihat baik namun lokasinya yang tidak tepat karena posisinya yang menghadap jalan sehingga mengganggu lalu lintas, serta posisinya juga yang dekat dengan penjualan ikan, daging dan warung sehingga

baunya mengganggu kenyamanan konsumen dalam berbelanja. Lebih jelasnya dilihat pada tabel 4.19.

**Tabel 4.19.**  
**Prosentase Kondisi Tempat Pembuangan Sampah Sementara**

<b>Jawaban</b>	<b>Responden</b>	<b>Prosentase (%)</b>
Sangat baik	0	0
Baik	31	31
Ragu ragu	15	15
Tidak baik	54	54
Sangat tidak baik	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Hasil Quisioner*

#### **4.5.19. Penyediaan Alat Pemadam Kebakaran**

Untuk alat pemadam kebakaran seperti tabung memang tidak ada dilokasi studi. Dari hasil quisioner konsumen menginginkan alat lat untuk penanggulangan kebakaran harus di tambah. Untuk lebih jelasnya lihat tabel 4.20.

**Tabel 4.20.**  
**Prosentase Penyediaan Alat Pemadam Kebakaran**

<b>Jawaban</b>	<b>Responden</b>	<b>Prosentase (%)</b>
Sangat perlu	95	95
Perlu	5	5
Ragu ragu	0	0
Tidak perlu	0	0
Sangat tidak perlu	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Hasil Quisioner*

#### **4.5.20. Penyediaan Papan nama Pasar Merjosari**

untuk papan nama di lokasi studi perlu diganti atau di perbaiki karena sudah terlihat sangat rusak. Lebih jelasnya lihat tabel 4.21.

**Tabel 4.21.**  
**Prosentase Penyediaan Papan Nama Pasar Merjosari**

<b>Jawaban</b>	<b>Responden</b>	<b>Prosentase (%)</b>
Sangat Baik	0	0
Baik	0	0
Ragu ragu	20	20
Tidak baik	80	80
Sangat tidak baik	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Hasil Quisioner*



#### 4.5.21. Kondisi Kantor Pasar Merjosari

Kantor pasar terlihat sangat baik, bangunannyapun terlihat permanen. Sehingga kondisinya masih sangat baik. Dapat dilihat pada tabel 4.22.

**Tabel 4.22.**  
**Prosentase Kantor Pasar Merjosari**

<b>Jawaban</b>	<b>Responden</b>	<b>Prosentase (%)</b>
Sangat Baik	80	80
Baik	20	20
Ragu ragu	0	0
Tidak baik	0	0
Sangat tidak baik	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Hasil Quisioner*

#### 4.5.22. Kondisi Tempat Jualan Bagi Pedagang

Tempat berjualan bagi pedagang sudah cukup baik, namun masih ada beberapa pedagang yang memanfaatkan jalan untuk berjualan sehingga lalu lintas orang sering terganggu. Lebih jelasnya lihat tabel 4.23.

**Tabel 4.23.**  
**Prosentase Kondisi Tempat Berjualan Bagi Pedagang**

<b>Jawaban</b>	<b>Responden</b>	<b>Prosentase (%)</b>
Sangat baik	0	0
Baik	20	20
Ragu ragu	10	10
Tidak baik	70	80
Sangat tidak baik	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Hasil Quisioner*

#### **4.5.23. Pengelolaan Sampah Di Pasar Merjosari**

Untuk pengelolaan sampah di pasar merjosari sudah sangat baik karena langsung di kelola oleh dinas pasar dan dinas persampahan. Lebih jelasnya lihat tabel 4.24.

**Tabel 4.24.**  
**Pengelolaan sampah Di Pasar Merjosari**

<b>Jawaban</b>	<b>Responden</b>	<b>Prosentase (%)</b>
Sangat tidak baik	0	0
Baik	20	20
Ragu ragu	10	10
Tidak baik	70	80
Sangat tidak baik	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Hasil Quisioner*

#### 4.5.24. Kondisi Tempat Ibadah

Kondisi tempat ibadah seperti Mushola terlihat sangat baik karena terjaga dan terawat dengan baik. Untuk lebih jelasnya lihat tabel 4.25.

**Tabel 4.25.**  
**Pengelolaan Tempat Ibadah**

<b>Jawaban</b>	<b>Responden</b>	<b>Prosentase (%)</b>
Sangat baik	0	0
Baik	100	100
Ragu ragu	0	0
Tidak baik	0	0
Sangat tidak baik	0	0
<b>Jumlah</b>	100	100

*Sumber : Hasil Quisioner*



**BAB V**  
**ANALISA PERSEPSI KONSUMEN**  
**TERHADAP FASILITAS PASAR MERJOSARI**

Pada bab ini akan mengkaji mengenai fasilitas umum dan persepsi konsumen terhadap fasilitas umum yang ada di Pasar Tradisional Merjosari sehingga dapat dilakukan upaya pembenahan fasilitas umum pasar dalam upaya mempertahankan konsumen. Adapun analisa ini dibagi menjadi tiga sub bab yaitu analisa fasilitas umum Pasar Merjosari, analisa responden dan analisa persepsi konsumen. Sehingga membentuk sebuah konsep persepsi konsumen terhadap fasilitas umum di Pasar Tradisional Merjosari.

**5.1. Analisa Kondisi Fasilitas Umum Pasar Tradisional Merjosari**

Analisa kondisi fasilitas umum Pasar Tradisional Merjosari merupakan analisa yang digunakan untuk mengetahui kondisi fasilitas apa saja yang terdapat di Pasar Tradisional Merjosari. Di dalam Pasar Merjosari

terdapat fasilitas umum yang mengacu pada *berdasarkan PERDA KOTA MALANG No 12 Tahun 2004* mengenai standarisasi fasilitas pasar, fasilitas umum pasar terdiri dari

- Jalan masuk dan keluar bagi kendaraan bermotor
- Jalan atau lorong untuk lalu lintas orang dan/atau barang dalam pasar
- Tempat parkir kendaraan
- Posko Keamanan
- Tempat Pembuangan Sampah Sementara
- Toko, Kios/ Bedak, Los, Pelataran
- Alat pemadam kebakaran
- Papan nama pasar
- Tempat ibadah
- Tempat mandi, cuci dan kakus (MCK)
- Kantor pasar.

Fasilitas umum merupakan elemen penting dari keberadaan pasar tradisional pada bagian inilah diselenggarakan berbagai kegiatan belanja dan tawar menawar di antara konsumen dan pedagang. persyaratan Pasar Tradisional terdapat dalam *Peraturan Menteri*

*Kesehatan Republik Indonesia No 519 Tahun 2008.* Analisa kondisi fasilitas umum Pasar Merjosari ini digunakan untuk mengetahui kondisi masing masing fasilitas di lokasi studi dengan mendeskripsikan masing masing kondisi fasilitas yang ada dilapangan sesuai dengan variabel variabel yang ada sesuai dengan kondisi fasilitas pasar tradisional di Kota Malang. Fasilitas merupakan suatu bentuk pelayanan terhadap konsumen yang datang ke pasar, untuk melihat kondisi fasilitas Pasar Merjosari dilakukan dengan menganalisa standart kebutuhan akan fasilitas, baik yang ada di lokasi pasar dengan peraturan yang telah ditetapkan sehingga bisa mengetahui kondisi dan kebutuhan ketersediaan fasilitas itu sendiri. Adapun kondisi dari fasilitas umum Pasar Merjosari dapat dilihat pada tabel 5.1.

**Tabel 5.1**  
**Analisa Fasilitas**

No	Fasilitas	PERDA Kota Malang No 12 Tahun 2004 Standarisasi fasilitas Pasar Tradisional	Persyaratan (Keputusan Menteri Kesehatan no 519 tahun 2008)	Existing			Kesimpulan
				Jumlah	Kondisi	Lebar	
1	Jalan masuk dan keluar dari Pasar	<ul style="list-style-type: none"> <li>Jalan masuk dan keluar bagi kendaraan bermotor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Akses utama dari luar pasar 2-3 meter.</li> </ul>	4 akses	<ul style="list-style-type: none"> <li>Akses yang berada di sebelah utara sangat kecil dengan lebar 2 meter</li> <li>Sebelah selatan untuk kendaraan roda empat dengan luas 3 meter</li> </ul>	3 m 2 m	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sesuai, karena kondisi fasilitas jalan masuk dan keluar dianggap memenuhi standart persyaratan maka tidak memerlukan penambahan ataupun pelebaran fasilitas ini</li> </ul>
2	Lorong	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lorong atau jalan atau lalulintas barang dan atau orang</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lebar minimal 1.8 m (Bab V pasal 2)</li> </ul>	26 lorong	<ul style="list-style-type: none"> <li>Belum memadai karena lebar lorong hanya 1 m, hal ini sering mengakibatkan konsumen</li> </ul>	1,50-2m	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tidak sesuai dengan standar, perlu penambahan lebar lorong yang berukuran 1,5 meter</li> </ul>

		dalam pasar			berdasarkan.		
3	Parkir	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tempat parkir</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Adanya pemisah yang jelas pada batas wilayah. <i>(Bab V pasal 3)</i></li> <li>Adanya parkir yang terpisah berdasarkan jenis alat angkut <i>(Bab V pasal 3)</i></li> <li>Ada tanda masuk dan keluar kendaraan secara jelas, yang berbeda antara jalur masuk dan keluar. <i>(Bab V pasal 3)</i></li> </ul>	4 unit	<ul style="list-style-type: none"> <li>Terdapat 3 lokasi untuk parkir motor untuk mobil 1 lokasi yang cukup luas, kondisinya masih baik</li> </ul>	3.323m <sup>2</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sesuai, maka kondisi fasilitas tempat parkir yaitu adanya pemisah yang jelas dan adanya parkir yang terpisah dianggap sudah memenuhi standar sehingga belum perlu perbaikan</li> <li>Tidak sesuai, perlu penambahan tanda masuk dan keluar kendaraan secara jelas, dan berbeda antara jalur masuk dan keluar di parkiran mobil dan kendaraan bermotor.</li> </ul>
4	Mushola	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tempat ibadah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tersedia tempat ibadah dan tempat wudhu dengan lokasi</li> </ul>	2 unit	<ul style="list-style-type: none"> <li>Terdapat musholla dengan kondisi masih terawat</li> </ul>	4x4 m	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sesuai, maka kondisi fasilitas Mushola dianggap memenuhi standar, sehingga</li> </ul>



			<p>yang mudah dijangkau dengan sarana yang bersih dan tidak lembab</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tersedia air bersih dengan jumlah dan kualitas yang cukup. (<i>bab v huruf F</i>)</li> </ul>				<p>belum perlu perbaikan ataupun penambahan jumlah tempat ibadah.</p>
5	Pos keamanan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Posko keamanan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tersedia pos keamanan</li> <li>• dilengkapi personil dan peralatannya (<i>Bab V huruf E no 2</i>)</li> </ul>	1 unit	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dengan lebar luas 2x1,5 m serta hanya 1 unit dianggap masih kurang, sedangkan kondisinya juga sudah kurang baik karena jarang digunakan</li> </ul>	2x1,5 m	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sesuai, maka kondisi pos keamanan dianggap memenuhi standar jadi tidak perlu penambahan pos keamanan</li> <li>• tidak sesuai, karena pos keamanan yang ada belum di lengkapi dengan personil dan peralatan pos keamanan.</li> </ul>

6	Toilet	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tempat mandi, cuci dan kaskus (MCK)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tersedia toilet laki-laki dan perempuan yang terpisah dilengkapi dengan tanda yang jelas.</li> <li>Didalam kamar mandi tersedia bak dan air bersih dalam jumlah cukup</li> <li>Letak toilet minimal 10 meter dengan tempat penjualan makanan dan pahan pangan.</li> <li>Tersedia tempat sampah yang tertutup.</li> </ul>	4 unit	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kamar mandi/toilet di lokasi studi masih terlihat terawat serta kondisinya masih baik dan bersih</li> </ul>	4x2 m	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tidak sesuai, semua fasilitas toilet yang ada belum ada tanda pemisah untuk perempuan dan laki-laki.</li> <li>Sesuai, karena ketesediaan toilet dianggap sudah memenuhi standar, untuk itu belum perlu penambahan jumlah toilet</li> </ul>
7	TPS	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tempat Pembuangan Sampah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lokasi TPS tidak berada di jalur utama pasar dan berjarak minimal</li> </ul>	1 unit	<ul style="list-style-type: none"> <li>Letaknya berada di pinggir jalan utama, sehingga</li> </ul>	60 m <sup>2</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>tidak sesuai, hal ini karena letak tempat penampungan sampah sementara berada di</li> </ul>

		sementara	<p>10 m dari bangunan pasar,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• sampah diangkut minimal 1x24 jam</li> <li>• tersedia alat angkut sampah yang kuat mudah dibersihkan dan mudah dipindahkan.(bab V huruf C)</li> </ul>		<p>sering mengganggu pengunjung pasar dengan bau yang kurang sedap.</p>		<p>jalan mertojoyo</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• sesuai, alat angkut sampah berupa gerobak berjumlah 4 buah sudah tersedia</li> </ul>
8	Toko/ kios Bedak Los Pelataran	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Toko/ kios atau bedak, los dan pelataran</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Setiap los / kios memiliki papan identitas yaitu nomor, nama pemilik, dan mudah dilihat.(bab V huruf b)</li> <li>• Penjualan daging, unggas , ikan ditempatkan di tempat khusus .(bab V huruf b)</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Toko/ kios</li> <li>• Los</li> <li>• pelataran</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak sesuai, maka fasilitas toko/ los tidak sesuai standart, sehingga perlu penambahan nomor ataupun nama pemilik toko</li> <li>• Tidak sesuai, maka jarak pemotongan unggas dengan bangunan pasar tidak sesuai dengan standar, sehingga perlu dibatasi</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>Jarak tempat pemotongan unggas dengan bangunan pasar utama minimal 10 meter atau dibatasi tembok pembatas dengan ketinggian minimal 1,5 meter. <i>(bab V huruf b)</i></li> </ul>				tembok pembatas dengan ketinggian minimal 1,5 meter
9		<ul style="list-style-type: none"> <li>Alat pemadam kebakaran</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tersedia peralatan pemadam kebakaran yang cukup dan berfungsi</li> <li>Tersedia hydran air letak pemadam kebakaran mudah dijangkau dan ada petunjuk arah penyelamatan diri</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Tidak ada alat pemadam kebakaran</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Tidak sesuai, maka ketersediaan fasilitas alat pemadam kebakaran belum memenuhi standar, sehingga memerlukan penambahan alat pemadam kebakaran.</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>Adanya prosedur penggunaan alat pemadam kebakaran. (<i>bab V huruf E</i>)</li> </ul>				
10		<ul style="list-style-type: none"> <li>Papan nama Pasar</li> </ul>					<ul style="list-style-type: none"> <li>Tidak sesuai, maka perlu penambahan fasilitas papan nama Pasar Merjosari</li> </ul>
11		<ul style="list-style-type: none"> <li>Kantor pasar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ruang kantor memiliki ventilasi minimal 20% dari luas lantai (<i>Bab V pasal 3</i>)</li> <li>Tersedia toilet terpisah bagi laki – laki dan perempuan (<i>Bab V huruf b</i>)</li> </ul>	1 unit	<ul style="list-style-type: none"> <li>Terdapat kantor pasar yang berada di sebelah utara pasar dan bangunannya bersifat permanen.</li> </ul>	12 x 6 m	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sesuai, kondisi kantor pasar sudah memenuhi standar.</li> <li>Tidak sesuai, untuk toilet di kantor pasar belum terpisah antara perempuan dan laki - laki</li> </ul>

Sumber : hasil analisa 2013

**Kesimpulan :**

1. Jalan masuk dan keluar untuk kendaraan bermotor yang ada dilokasi studi terdapat 3 titik jalan dimana lebar dari dari fasilitas ini sudah sesuai dengan aturan yang ada.
2. Lorong yang ada sangat kecil karena ukuran existing hanya 1,8 meter sangat kecil sehingga sering mengakibatkan para konsmen bersedakkan, sehingga perlu perluasan lebar lorong minimal 1,8 meter.
3. Ketersediaan lahan parkir sudah sesuai, namun belum ada pemisah secara khusus untuk jalur masuk dan keluar bagi kendaraan bermotor.
4. Pos keamanan yang ada tidak tersedia belum dilengkapi personel dan perlengkapan, sehingga perlu disiapkan personil tetap dengan peralatan sehingga para konsumen dan pedagang bisa melakukan kegiatan dengan aman.
5. Keberadaan tempat mandi, cuci dan kaskus (MCK) terdapat persyaratan yang belum

terpenuhi yaitu tidak tersedianya toilet laki laki dan perempuan yang terpisah.

6. Lokasi TPS tidak sesuai karena berada djalan utama pasar, ampah yang ada tidak diangkut 1x24 jam.
7. Setiap toko/ kios ataupun los tidak mempunyai identitas seperti nomor atau nama pemilik, jarak pemotongan unggas dengan bangunan utama pasar sangat dekat yaitu berjarak hanya5 meter.
8. Tidak adana fasilitas ataupun ketersediaan alat pemadam kebakaran dan hidran di sekitar lokasi pasar.
9. Papan nama pasar tidak ada di lokasi Pasar Tradisional Merjosari, sehingga perlu penambahan papan nama didepan Pasar Merjosari.
10. Kantor pasar yang ada bersifat permanen serta memiliki 20% ventilasi udara serta perlu pemisahan toilet untuk perempuan dan laki laki.

## **5.2. Analisa Persepsi Masyarakat terhadap Fasilitas Umum Pasar Tradisional Merjosari**

Berdasarkan hasil kuisioner terhadap responden, maka dapat diketahui tanggapan responden terhadap fasilitas umum di Pasar Merjosari. Adapun fasilitas umum yang ada yaitu : jalan masuk dan keluar dari toko, keberadaan lorong, parkir, tempat ibadah, pos keamanan, MCK/ toilet dan Tempat Pembuangan Sampah Sementara (TPS) adalah sebagai berikut :

### **5.2.1. Analisa jalan masuk dan keluar dari toko**

Dari hasil survey menyatakan bahwa 80 responden mengatakan bahwa kondisi dari jalan masuk dan keluar dari toko masih terlihat sangat kurang memadai, hal ini di sebabkan karena lebar dari jalan masuk terlalu kecil serta sering dimanfaatkan pedagang untuk menjajakan atau menjual barang dagangannya di jalan.

Jadi perlu pelebaran jalan masuk dan keluar ke pasar, serta penertiban para pedagang, sehingga para konsumen bisa dengan leluasa keluar dan masuk ke dalam Pasar Merjosari.



### **5.2.2. Analisa Lorong**

Terdapat 46 orang (46%) masyarakat mengatakan bahwa kondisi lorong masih terlihat sangat buruk hal ini di sebabkan karena adanya adanya pedagang yang menggunakan lokasi ini untuk berjualan sehingga menyebabkan kemacetan serta kondisi lorong yang begitu sempit. Oleh karena itu perlu pelebaran dari lorong yang ada.

### **5.2.3. Analisa Parkir**

Dari hasil survey 67 responden (67%) menyatakan kondisi parkir yang tersedia dalam kondisi baik hal ini di sebabkan karena lahan parkir yang tersedia sudah bisa menampung secara keseluruhan kendaraan konsumen. Dimana jumlah parkir berjumlah 4 buah, yang terdiri dari 2 tempat parkir kendaraan roda dua dan satu tempat parkir untuk kendaraan roda empat.

Jadi perlu penertiban parkir kendaraan roda dua yang menggunakan bahu jalan agar tidak menyebabkan kemacetan serta perlu penambahan ruang parkir.

#### **5.2.4. Analisa Tempat Ibadah**

Dari hasil survey responden (84%) menyatakan kondisi dari Musholla sudah cukup memadai karena keberadaannya mudah dijangkau untuk di akses serta masih dalam keadaan terawat, hal ini karena kondisi Mushola masih baru dan terdapat 2 buah yang terletak sebelah utara pintu masuk dan sebelah selatan di dekat kantor pasar. Sehingga dirasakan oleh konsumen tidak perlu ada pembenahan dari fasilitas ini.

#### **5.2.5. Analisa Pos Keamanan**

Dari hasil survey terhadap konsumen bahwa sekitar 57% mengatakan kondisi dari pos keamana buruk, hal ini terlihat karena pos yang ada berjumlah satu dan tidak difungsikan sebagaimana mestinya. Serta kondisinya yang terlihat masih bagus namun tidak terawat. Perlu adanya penambahan pos kemanan di sebelah selatan pasar serta difungsikan pihak kemanan di pos dari pihak terkait sehingga para konsumen bisa merasa nyaman dan aman dalam melakukan aktifitas belanja.

### **5.2.6. Analisa MCK/ Toilet**

Dari hasil survey sekitar 97% responden menyatakan bahwa kebersihan dan kondisi dari Toilet masih terlihat sangat baik. Hal ini disebabkan karena toilet yang ada di dalam pasar sering digunakan oleh konsumen, serta masih terawat dengan baik hal ini karena ada petugas kebersihannya sehingga MCK terlihat bersih dan konsumen merasa nyaman dalam menggunakan fasilitas ini.

### **5.2.7. Analisa Tempat Pembuangan Sampah**

#### **Sementara**

Dari hasil survey sekitar 54 responden (54%) menyatakan bahwa tempat pembuangan sampah sementara (TPS) yang tersedia kurang baik hal ini disebabkan karena letak dan kondisinya yang berada di pinggir jalan utama, hal ini dinilai sering menimbulkan kemacetan apabila terjadi penumpukan sampah serta bau yang kurang sedap, ditambah dekat dengan pintu masuk dan keluar dari pasar, perlu ada perbaikan TPS yang ada karena kondisi yang terlihat kurang baik karena letaknya dekat dengan jalan raya.

**Tabel 5.2**  
**Analisa hasil quisioner**

No	Fasilitas	Jumlah/kondisi fasilitas	Kondisi fasilitas menurut konsumen	Kesimpulan
1	Jalan masuk & keluar dari toko	Jalan masuk dan keluar masih terlihat baik karena pasar ini masih baru	80% masyarakat mengatakan kondisi buruk	Perlu adanya peningkatan dan perbaikan jalan masuk dan keluar dari toko
2	Lorong	Terdapat 26 lorong yang ada di Pasar Merjosari	46% masyarakat mengatakan kondisi buruk	Perlu adanya pelebaran lorong agar lorong yang dilewati tidak macet
3	Parkir	Jumlah parkir ada 4 yaitu : 2 untuk sepeda bermotor dan 1 untuk kendaraan bermobil	67% masyarakat mengatakan kondisi parkir baik	Tidak perlu penambahan parkir karena parkir yang tersedia sudah mencukupi. Butuh penertiban parkir
4	Tempat Ibadah	Terdapat 2 musholla	84% mengatakan kondisi baik	Musholla yang ada masih terlihat terawat dan dirasa sudah mencukupi
5	MCK	Terdapat 4 unit toilet di dalam lokasi pasar	97% mengatakan kondisi baik	MCK yang tersedia sudah mencukupi, belum perlu penambahan.
6	Pos	Pos 1 unit di bagian dalam pasar dan berada sebelah utara pasar	57% mengatakan kondisi buruk	Perlu penambahan pos keamanan di sebelah selatan Pasar serta difungsikan oleh pihak pihak bertanggungjawab (petugas jaga)
7	MCK	4 unit MCK dan kondisi masih sangat baik karena terawat	97% mengatakan kondisi baik	Tidak perlu ada penambahan MCK karena sudah mencukupi dan terawat

No	Fasilitas	Jumlah/kondisi fasilitas	Kondisi fasilitas menurut konsumen	Kesimpulan
8	TPS	1 unit TPS untuk kondisinya masih terlihat buruk.	54% mengatakan kondisi buruk	Perlu ada perbaikan TPS yang ada karena kondisi yang terlihat kurang baik karena letaknya dekat dengan jalan raya.

*Sumber : Hasil analisa 2013*

**Kesimpulan :**

1. Untuk akses pintu masuk dan keluar dari pasar butuh perbaikan jalan terutama yang berada di sebelah selatan pasar, karena akses ini terlalu sempit dan sering becek terutama pada saat musim penghujan
2. Lorong yang ada di pasar perlu diperlebar serta penertiban pedagang yang menjajakan barang dagangannya di sepanjang lorong yang mempersempit jalan sehingga menimbulkan kemacetan pada saat jam jam puncak
3. Untuk meningkatkan rasa keamanan baik dari konsumen maupun pedagang di perlukan penambahan pos keamanan serta difungsikan kembali petugas keamanan yang bertugas.

4. Tempat pembuangan sampah sementara di rasakan oleh konsumen kurang baik letak dan kondisinya hal ini karena berada tepat di pinggir jalan utama menuju pasar, perlu ada perbaikan serta pemindahan lokasi TPS ke lokasi lain yang tidak berada tepat di jalan umum.

Persepsi masyarakat sangat penting dalam menentukan kondisi fasilitas yang ada di antara variabel dari persepsi yang ada adalah : tingkat pendidikan (SD,SMP,Smu dan PT), pekerjaan (Ibu rumah tangga, PNS, pedagang dan petani), dan tingkat ekonomi. Di bawah ini adalah hasil tanggapan persepsi konsumen di Pasar Merjosari :

1. Tingkat pendidikan

- Sekolah Dasar

Dilihat dari latar belakang pendidikan yang ditempuh oleh konsumen Pasar Merjosari yang menamatkan sekolah dasar berjumlah 10 responden. Konsumen menyatakan ada beberapa fasilitas dalam keadaan tidak

terawat dan tidak berfungsi sebagaimana mestinya yaitu : lorong, pos keamanan, TPS, dan Tempat Jualan (bedak, los dan pelataran).

- Sekolah Menengah Pertama

Dilihat dari latar belakang pendidikan yang ditempuh oleh konsumen Pasar Merjosari yang menamatkan Sekolah Menengah Pertama (SMP) berjumlah 18 responden. Konsumen menyatakan ada beberapa fasilitas dalam keadaan tidak terawat dan tidak berfungsi sebagaimana mestinya yaitu : Pos Keamanan, dan TPS

- Sekolah Menengah Atas

Dilihat dari latar belakang pendidikan yang ditempuh oleh konsumen Pasar Merjosari yang menamatkan Sekolah Menengah Umum (SMU) berjumlah 56 responden. Konsumen menyatakan ada beberapa fasilitas dalam keadaan tidak terawat dan tidak berfungsi sebagaimana mestinya yaitu : lorong dan tempat jualan (bedak, los, dan pelataran).

- Perguruan Tinggi

Dilihat dari latar belakang pendidikan yang ditempuh oleh konsumen Pasar Merjosari yang menamatkan Perguruan Tinggi berjumlah 16 responden. Konsumen ini menyatakan ada beberapa fasilitas dalam keadaan tidak terawat dan tidak berfungsi sebagaimana mestinya yaitu : lorong, pos keamanan, TPS, tempat jualan.

## 2. Pekerjaan

- Ibu Rumah Tangga

Dilihat dari latar belakang pekerjaan konsumen Pasar Merjosari didominasi oleh ibu rumah tangga yang berjumlah 64 responden. Konsumen ini menyatakan ada beberapa fasilitas dalam keadaan tidak terawat dan tidak berfungsi sebagaimana mestinya yaitu : lorong atau jalan, pos keamanan, TPS dan tempat jualan



- PNS

Dilihat dari latar belakang pekerjaan konsumen Pasar Merjosari oleh pegawai negeri sipil (PNS) yang berjumlah 11 responden. Konsumen ini menyatakan ada beberapa fasilitas dalam keadaan tidak terawat dan tidak berfungsi sebagaimana mestinya yaitu : lorong, parkir dan pos keamanan.

- Pedagang

Dilihat dari latar belakang pekerjaan konsumen Pasar Merjosari oleh pegawai negeri sipil (PNS) yang berjumlah 11 responden. Konsumen ini menyatakan ada beberapa fasilitas dalam keadaan tidak terawat dan tidak berfungsi sebagaimana mestinya yaitu : lorong, parkir dan pos keamanan.

- Petani

Dilihat dari latar belakang pekerjaan konsumen Pasar Merjosari oleh petani berjumlah 11 responden. Konsumen ini

menyatakan ada beberapa fasilitas dalam keadaan tidak terawat dan tidak berfungsi sebagaimana mestinya yaitu : lorong dan tempat pembuangan sementara.

### 3. Tingkat ekonomi

- Rp. 500.000 - 1.000.000

Dilihat dari tingkat penghasilan dari konsumen ini berjumlah 36 orang dimana mereka menilai beberapa fasilitas dalam keadaan tidak terawat dan buruk adalah fasilitas seperti pos keamanan dan tempat pembuangan sampah sementara

- Rp. 1.000.000 - 2.000.000

Dilihat dari tingkat penghasilan dari konsumen ini berjumlah 40 orang dimana mereka menilai beberapa fasilitas dalam keadaan tidak terawat dan buruk adalah fasilitas seperti lorong, pos keamanan dan tempat pembuangan sampah sementara.

- Rp. 2.000.000 ke atas

Dilihat dari tingkat penghasilan dari konsumen ini berjumlah 18 orang dimana mereka menilai beberapa fasilitas dalam keadaan tidak terawat dan buruk adalah fasilitas seperti pos keamanan dan tempat pembuangan sampah sementara.

**Tabel 5.3**  
**Analisa Kondisi Fasilitas**

No	Konsumen		Kondisi Fasilitas							Kesimpulan
			I	II	III	IV	V	VI	VII	
1	Tingkat Pendidikan	10% SD	5 Responden mengatakan buruk	8 Responden mengatakan baik	10 Responden mengatakan baik	9 Responden mengatakan buruk	5 Responden mengatakan buruk	6 Responden mengatakan buruk	7 Responden mengatakan baik	Fasilitas dalam kondisi buruk yaitu : lorong, pos keamanan, TPS, dan Tempat jualan
		18 % SMP	7 Responden mengatakan baik	12 Responden mengatakan baik	18 Responden mengatakan baik	10 Responden mengatakan buruk	8 Responden mengatakan buruk	10 Responden mengatakan baik	15 Responden mengatakan baik	Beberapa fasilitas yang perlu di benahi yaitu : pos keamanan dan TPS
		56 % SMU	28 Responden mengatakan buruk	42 Responden mengatakan baik	54 Responden mengatakan baik	30 Responden mengatakan baik	32 Responden mengatakan baik	29 Responden mengatakan buruk	49 Responden mengatakan baik	Fasilitas dalam kondisi buruk yaitu: lorong, tempat jualan.

No	Konsumen	Kondisi Fasilitas							Kesimpulan	
		I	II	III	IV	V	VI	VII		
		16 % PT	9 Responden mengatakan buruk	11 Responden mengatakan baik	16 Responden mengatakan baik	8 Responden mengatakan buruk	9 Responden mengatakan buruk	8 Responden mengatakan buruk	14 Responden mengatakan baik	Fasilitas dalam kondisi buruk yaitu : lorong, pos keamanan, TPS, tempat jualan.
2	Pekerjaan	64%Ibu RT	29 Responden mengatakan buruk	48 Responden mengatakan baik	63 Responden mengatakan baik	40 Responden mengatakan buruk	33 Responden mengatakan buruk	31 Responden mengatakan buruk	57 Responden mengatakan baik	Fasilitas dalam kondisi buruk yaitu : lorong, pos keamanan, TPS
		11%PNS	5 Responden mengatakan buruk	4 Responden mengatakan baik	9 Responden mengatakan baik	6 Responden mengatakan baik	8 Responden mengatakan buruk	7 Responden mengatakan baik	7 Responden mengatakan baik	Fasilitas dalam kondisi buruk : lorong, parkir, dan pos keamanan
		11% pedagang	6 Responden mengatakan buruk	6 Responden mengatakan	11 Responden mengatakan	7 Responden mengatakan buruk	6 Responden mengatakan	8 Responden mengatakan	11 Responden mengatakan	Fasilitas dalam kondisi

No	Konsumen	Kondisi Fasilitas							Kesimpulan	
		I	II	III	IV	V	VI	VII		
			baik	baik		buruk	buruk	baik	buruk : lorong, pos keamanan, TPS dan tempat jualan	
	Petani	6 Responden mengatakan buruk	9 Responden mengatakan baik	14 Responden mengatakan baik	8 Responden mengatakan baik	8 responden mengatakan buruk	11 Responden mengatakan baik	9 Responden mengatakan baik	Fasilitas dalam kondisi buruk : lorong dan TPS	
3	Ekonomi	36 orang Rp. 500.000	16 Responden mengatakan baik	30 Responden mengatakan baik	35 Responden mengatakan baik	25 Responden mengatakan buruk	16 Responden mengatakan buruk	14 Responden mengatakan baik	33 Responden mengatakan baik	Fasilitas dalam kondisi buruk : TPS dan pos keamanan
		40 orang Rp. 500.000 – 1jt	19 Responden mengatakan buruk	26 Responden mengatakan baik	38 Responden mengatakan baik	17 Responden mengatakan baik	21 Responden mengatakan buruk	23 Responden mengatakan buruk	35 Responden mengatakan baik	Fasilitas dalam kondisi buruk yaitu lorong, pos keamanan dan TPS

No	Konsumen	Kondisi Fasilitas							Kesimpulan
		I	II	III	IV	V	VI	VII	
	6 orang Rp. 1 juta - 2 juta	3 Responden mengatakan baik	5 Responden mengatakan baik	3 Responden mengatakan baik	3 Responden mengatakan buruk	3 Responden mengatakan buruk	3 Responden mengatakan buruk	6 Responden mengatakan baik	Fasilitas dalam kondisi buruk yaitu : pos keamanan, TPS, tempat jualan
	18 orang Rp. 2 juta ke atas	10 Responden mengatakan buruk	12 Responden mengatakan baik	18 Responden mengatakan baik	11 Responden mengatakan buruk	12 Responden mengatakan buruk	12 Responden mengatakan baik	14 Responden mengatakan baik	Fasilitas dalam keadaan buruk yaitu : pos keamanan dan TPS

Sumber : hasil analisa



**Keterangan:**

- I. Lorong/ jalan
- II. Parkir
- III. MCK
- IV. Pos keamanan
- V. TPS
- VI. Tempat Jualan (toko/ kios, pelataran)
- VII. Musholla

**5.3. Analisa Hubungan Persepsi Konsumen****Terhadap Fasilitas Umum Pasar Merjosari**

Metode analisa yang dipergunakan untuk melakukan pengujian mengenai hubungan antara persepsi konsumen terhadap fasilitas umum Pasar Tradisional Merjosari adalah dengan menggunakan metode korelasi. Tujuannya adalah untuk mengetahui sejauh mana hubungan persepsi konsumen terhadap fasilitas umum Pasar Tradisional. Persepsi masyarakat terbagi atas tiga variabel antara lain : pendidikan, ekonomi dan pekerjaan, yang nantinya akan dicari nilai korelasi dan tingkat signifikannya terhadap variabel fasilitas umum antara lain



: jalan masuk dan keluar bagi kendaraan bermotor, Jalan atau lorong untuk lalu lintas orang dan/atau barang dalam pasar, Tempat parkir kendaraan, tempat ibadah, tempat mandi, cuci dan kakus (MCK), Posko keamanan, tempat pembuangan sampah sementara (TPS) berikut adalah hasil tabel analisa korelasi.

Dalam proses analisa ini setelah mengetahui nilai korelasi setelah itu melihat nilai signifikansinya yang akan diperoleh hipotesis :

- ✓ Jika signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima (tidak ada hubungan 2 variabel)
- ✓ Jika signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_1$  di terima (ada hubungan 2 variabel)

**Tabel 5.4**  
**Rekapitulasi analisis korelasi pendidikan dan lorong**

		Pendidikan	Lorong
Pendidikan	Pearson Correlation	1	.108
	Sig. (2-tailed)		.283
	Sum of Squares and Cross-products	70.590	7.940
	Covariance	.713	.080
	N	100	100
Lorong	Pearson Correlation	.108	1
	Sig. (2-tailed)	.283	

	Sum of Squares and Cross-products	7.940	76.040
	Covariance	.080	.768
	N	100	100

Sumber : Hasil Analisa 2013

Dari tabel analisis korelasi di atas dapat diketahui bahwa korelasi antara tingkat pendidikan dan MCK memiliki nilai 0,108 dengan nilai signifikansi 0,283. Karena nilai signifikansinya  $0,283 > 0,05$  sehingga  $H_1$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan tingkat pendidikan dan lorong tidak signifikan dan  $H_0$  diterima atau dapat disimpulkan tidak ada hubungan diantara kedua variabel di atas.

**Tabel 5.5**

**Rekapitulasi analisis korelasi pendidikan dan Parkir**

		Pendidikan	Parkir
<b>Pendidikan</b>	Pearson Correlation	1	-.017
	Sig. (2-tailed)		.864
	Sum of Squares and Cross-products	70.590	-1.340
	Covariance	.713	-.014
	N	100	100
<b>Parkir</b>	Pearson Correlation	-.017	1
	Sig. (2-tailed)	.864	

	Sum of Squares and Cross-products	-1.340	84.840
	Covariance	-.014	.857
	N	100	100

Sumber : Hasil Analisa 2013

Dari tabel analisis korelasi di atas dapat diketahui bahwa korelasi antara tingkat pendidikan dan parkir memiliki nilai  $-0,017$  dengan nilai signifikansi  $0,864$ . Karena nilai signifikansinya  $0,864 > 0,05$  sehingga  $H_1$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan tingkat pendidikan dan parkir tidak signifikan dan  $H_0$  diterima atau dapat disimpulkan tidak ada hubungan diantara kedua variabel di atas.

**Tabel 5.6**  
**Rekapitulasi analisis korelasi pendidikan dan MCK**

		Pendidikan	MCK
<b>Pendidikan</b>	Pearson Correlation	1	-.096
	Sig. (2-tailed)		.344
	Sum of Squares and Cross-products	70.590	1.370
	Covariance	.713	-.014
	N	100	100
<b>MCK</b>	Pearson Correlation	-.096	1
	Sig. (2-tailed)	.344	
	Sum of Squares and Cross-products	-1.370	2.910
	Covariance	-.014	.029
	N	100	100

Sumber : Hasil Analisa 2013

Dari tabel analisis korelasi di atas dapat diketahui bahwa korelasi antara tingkat pendidikan dan MCK memiliki nilai  $-0,096$  dengan nilai signifikansi  $0,344$ . Karena nilai signifikansinya  $0,344 > 0,05$  sehingga  $H_1$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan tingkat pendidikan dan MCK tidak signifikan dan  $H_0$  diterima atau dapat disimpulkan tidak ada hubungan diantara kedua variabel di atas.

**Tabel 5.7**  
**Rekapitulasi analisis korelasi pendidikan dan Pos**

		Pendidikan	Pos
<b>Pendidikan</b>	Pearson Correlation	1	-.120
	Sig. (2-tailed)		.236
	Sum of Squares and Cross-products	70.590	9.380
	Covariance	.713	-.095
	N	100	100
<b>Pos</b>	Pearson Correlation	-.120	1
	Sig. (2-tailed)	.236	
	Sum of Squares and Cross-products	-9.380	87.160
	Covariance	-.095	.880
	N	100	100

*Sumber : Hasil Analisa 2013*

Dari tabel analisis korelasi di atas dapat diketahui bahwa korelasi antara tingkat pendidikan dan pos

keamanan memiliki nilai  $-0,120$  dengan nilai signifikansi  $0,236$ . Karena nilai signifikansinya  $0,236 > 0,05$  sehingga  $H_1$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan tingkat pendidikan dan parkir tidak signifikan dan  $H_0$  diterima atau dapat disimpulkan tidak ada hubungan diantara kedua variabel di atas.

**Tabel 5.8**  
**Rekapitulasi analisis korelasi pendidikan dan TPS**

		Pendidikan	TPS
Pendidikan	Pearson Correlation	1	.131
	Sig. (2-tailed)		.194
	Sum of Squares and Cross-products	70.590	9.830
	Covariance	.713	.099
	N	100	100
TPS	Pearson Correlation	.131	1
	Sig. (2-tailed)	.194	
	Sum of Squares and Cross-products	9.830	79.710
	Covariance	.099	.805
	N	100	100

Sumber : Hasil Analisa 2013

Dari tabel analisis korelasi di atas dapat diketahui bahwa korelasi antara tingkat pendidikan dan TPS memiliki nilai  $0,131$  dengan nilai signifikansi  $0,194$ . Karena nilai signifikansinya  $0,194 > 0,05$  sehingga  $H_1$

ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan tingkat pendidikan dan TPS tidak signifikan dan  $H_0$  diterima atau dapat disimpulkan tidak ada hubungan diantara kedua variabel di atas.

**Tabel 5.9**  
**Rekapitulasi analisis korelasi pendidikan dan**  
**Tempat Jualan**

		Pendidikan	Tempatjual
<b>Pendidikan</b>	Pearson Correlation	1	.031
	Sig. (2-tailed)		.756
	Sum of Squares and Cross-products	70.590	2.630
	Covariance	.713	.027
	N	100	100
<b>Tempatjual</b>	Pearson Correlation	.031	1
	Sig. (2-tailed)	.756	
	Sum of Squares and Cross-products	2.630	98.910
	Covariance	.027	.999
	N	100	100

*Sumber : Hasil Analisa 2013*

Dari tabel analisis korelasi di atas dapat di ketahui bahwa korelasi antara tingkat pendidikan dan tempat jualan memiliki nilai 0,031 dengan nilai signifikansi 0,756. Karena nilai signifikansinya  $0,756 > 0,05$  sehingga  $H_1$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan

tingkat pendidikan dan tempat jualan tidak signifikan dan  $H_0$  diterima atau dapat disimpulkan tidak ada hubungan diantara kedua variabel di atas.

**Tabel 5.10**  
**Rekapitulasi analisis korelasi pendidikan dan Mushola**

		Pendidikan	Mushola
<b>Pendidikan</b>	Pearson Correlation	1	-.165
	Sig. (2-tailed)		.100
	Sum of Squares and Cross-products	70.590	-6.800
	Covariance	.713	-.069
	N	100	100
<b>Mushola</b>	Pearson Correlation	-.165	1
	Sig. (2-tailed)	.100	
	Sum of Squares and Cross-products	-6.800	24.000
	Covariance	-.069	.242
	N	100	100

*Sumber : Hasil Analisa 2013*

Dari tabel analisis korelasi di atas dapat di ketahui bahwa korelasi antara tingkat pendidikan dan Musholla memiliki nilai  $-0,165$  dengan nilai signifikansi  $0,100$ . Karena nilai signifikansinya  $0,100 > 0,05$  sehingga  $H_1$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan tingkat pendidikan dan Musholla tidak signifikan dan  $H_0$  diterima atau dapat disimpulkan tidak ada hubungan diantara kedua variabel di atas.

**Tabel 5.11**  
**Rekapitulasi analisis korelasi pendidikan dan Jalan**

		Pendidikan	Jalan
<b>Pendidikan</b>	Pearson Correlation	1	.100
	Sig. (2-tailed)		.322
	Sum of Squares and Cross-products	70.590	5.970
	Covariance	.713	.060
	N	100	100
<b>Jalan</b>	Pearson Correlation	.100	1
	Sig. (2-tailed)	.322	
	Sum of Squares and Cross-products	5.970	50.510
	Covariance	.060	.510
	N	100	100

Sumber : Hasil Analisa 2013

Dari tabel analisis korelasi di atas dapat diketahui bahwa korelasi antara tingkat pendidikan dan jalan masuk dan keluar memiliki nilai 0,100 dengan nilai signifikansi 0,322. Karena nilai signifikansinya  $0,322 > 0,05$  sehingga  $H_1$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan tingkat pendidikan dan jalan masuk dan keluar tidak signifikan dan  $H_0$  diterima atau dapat disimpulkan tidak ada hubungan diantara kedua variabel di atas.



**Tabel 5.12**  
**Rekapitulasi analisis korelasi Pekerjaan dan lorong**

		Pekerjaan	Lorong
<b>Pekerjaan</b>	Pearson Correlation	1	.005
	Sig. (2-tailed)		.960
	Sum of Squares and Cross-products	124.750	.500
	Covariance	1.260	.005
	N	100	100
<b>Lorong</b>	Pearson Correlation	.005	1
	Sig. (2-tailed)	.960	
	Sum of Squares and Cross-products	.500	76.040
	Covariance	.005	.768
	N	100	100

*Sumber : Hasil Analisa 2013*

Dari tabel analisis korelasi di atas dapat di ketahui bahwa korelasi antara Pekerjaan dan lorong memiliki nilai 0,005 dengan nilai signifikansi 0,960. Karena nilai signifikansinya  $0,960 > 0,05$  sehingga  $H_1$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan pekerjaan dan lorong tidak signifikan dan  $H_0$  diterima atau dapat disimpulkan tidak ada hubungan diantara kedua variabel di atas.

**Tabel 5.13**  
**Rekapitulasi analisis korelasi Pekerjaan dan Parkir**

		Pekerjaan	Parkir
<b>Pekerjaan</b>	Pearson Correlation	1	.112
	Sig. (2-tailed)		.268
	Sum of Squares and Cross-products	124.750	11.500
	Covariance	1.260	.116
	N	100	100
<b>Parkir</b>	Pearson Correlation	.112	1
	Sig. (2-tailed)	.268	
	Sum of Squares and Cross-products	11.500	84.840
	Covariance	.116	.857
	N	100	100

*Sumber : Hasil Analisa 2013*

Dari tabel analisis korelasi di atas dapat di ketahui bahwa korelasi antara Pekerjaan dan Parkir memiliki nilai 0,112 dengan nilai signifikansi 0,268. Karena nilai signifikansinya  $0,268 > 0,05$  sehingga  $H_1$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan pekerjaan dan parkir tidak signifikan dan  $H_0$  diterima atau dapat disimpulkan tidak ada hubungan diantara kedua variabel di atas.

**Tabel 5.14**  
**Rekapitulasi analisis korelasi Pekerjaan dan MCK**

		Pekerjaan	MCK
<b>Pekerjaan</b>	Pearson Correlation	1	-.013
	Sig. (2-tailed)		.897
	Sum of Squares and Cross-products	124.750	-.250
	Covariance	1.260	-.003
	N	100	100
<b>MCK</b>	Pearson Correlation	-.013	1
	Sig. (2-tailed)	.897	
	Sum of Squares and Cross-products	-.250	2.910
	Covariance	-.003	.029
	N	100	100

*Sumber : Hasil Analisa 2013*

Dari tabel analisis korelasi di atas dapat diketahui bahwa korelasi antara Pekerjaan dan MCK memiliki nilai  $-0,013$  dengan nilai signifikansi  $0,897$ . Karena nilai signifikansinya  $0,897 > 0,05$  sehingga  $H_1$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan tingkat pekerjaan dan MCK tidak signifikan dan  $H_0$  diterima atau dapat disimpulkan tidak ada hubungan diantara kedua variabel di atas.

**Tabel 5.15**  
**Rekapitulasi analisis korelasi Pekerjaan dan Pos**

		Pekerjaan	Pos
<b>Pekerjaan</b>	Pearson Correlation	1	-0,168
	Sig. (2-tailed)		0,095
	Sum of Squares and Cross-products	124.750	-17.500
	Covariance	1.260	-0,177
	N	100	100
<b>Pos</b>	Pearson Correlation	-0,168	1
	Sig. (2-tailed)	0,095	
	Sum of Squares and Cross-products	-17.500	87.160
	Covariance	-0,177	0,880
	N	100	100

*Sumber : Hasil Analisa 2013*

Dari tabel analisis korelasi di atas dapat diketahui bahwa korelasi antara Pekerjaan dan Pos Keamanan memiliki nilai -0,168 dengan nilai signifikansi 0,095. Karena nilai signifikansinya  $0,095 > 0,05$  sehingga  $H_1$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan pekerjaan dan Pos Keamanan tidak signifikan dan  $H_0$  diterima atau dapat disimpulkan tidak ada hubungan diantara kedua variabel di atas.

**Tabel 5.16**  
**Rekapitulasi analisis korelasi Pekerjaan dan TPS**

		Pekerjaan	TPS
<b>Pekerjaan</b>	Pearson Correlation	1	.048
	Sig. (2-tailed)		.638
	Sum of Squares and Cross-products	124.750	4.750
	Covariance	1.260	.048
	N	100	100
<b>TPS</b>	Pearson Correlation	.048	1
	Sig. (2-tailed)	.638	
	Sum of Squares and Cross-products	4.750	79.710
	Covariance	.048	.805
	N	100	100

*Sumber : Hasil Analisa 2013*

Dari tabel analisis korelasi di atas dapat diketahui bahwa korelasi antara Pekerjaan dan TPS memiliki nilai 0,048 dengan nilai signifikansi 0,638. Karena nilai signifikansinya  $0,638 > 0,05$  sehingga  $H_1$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan tingkat pekerjaan dan TPS tidak signifikan dan  $H_0$  diterima atau dapat disimpulkan tidak ada hubungan diantara kedua variabel di atas.

**Tabel 5.17**  
**Rekapitulasi analisis korelasi Pekerjaan dan Tempat**  
**Jualan**

		Pekerjaan	Tempatjual
<b>Pekerjaan</b>	Pearson Correlation	1	-0,110
	Sig. (2-tailed)		,275
	Sum of Squares and Cross-products	124,750	-12,250
	Covariance	1,260	-,124
	N	100	100
<b>Tempatjual</b>	Pearson Correlation	-,110	1
	Sig. (2-tailed)	,275	
	Sum of Squares and Cross-products	-12,250	98,910
	Covariance	-,124	,999
	N	100	100

*Sumber : Hasil Analisa 2013*

Dari tabel analisis korelasi di atas dapat di ketahui bahwa korelasi antara Pekerjaan dan tempat jualan memiliki nilai -0,110 dengan nilai signifikansi 0,275. Karena nilai signifikansinya  $0,275 > 0,05$  sehingga  $H_1$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan pekerjaan dan tempat jualan tidak signifikan dan  $H_0$  diterima atau dapat disimpulkan tidak ada hubungan diantara kedua variabel di atas.

Tabel 5.18

## Rekapitulasi analisis korelasi Pekerjaan dan Mushola

		Pekerjaan	Mushola
Pekerjaan	Pearson Correlation	1	.164
	Sig. (2-tailed)		.102
	Sum of Squares and Cross-products	124.750	9.000
	Covariance	1.260	.091
	N	100	100
Mushola	Pearson Correlation	.164	1
	Sig. (2-tailed)	.102	
	Sum of Squares and Cross-products	9.000	24.000
	Covariance	.091	.242
	N	100	100

Sumber : Hasil Analisa 2013

Dari tabel analisis korelasi di atas dapat di ketahui bahwa korelasi antara Pekerjaan dan Musholla memiliki nilai 0,164 dengan nilai signifikansi 0,102. Karena nilai signifikansinya  $0,102 > 0,05$  sehingga H1 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan pekerjaan dan Musholla tidak signifikan dan Ho diterima atau dapat disimpulkan tidak ada hubungan diantara kedua variabel di atas.

**Tabel 5.19**  
**Rekapitulasi analisis korelasi Pekerjaan dan Jalan**

		Pekerjaan	Jalan
<b>Pekerjaan</b>	Pearson Correlation	1	-.173
	Sig. (2-tailed)		.085
	Sum of Squares and Cross-products	124.750	-13.750
	Covariance	1.260	-.139
	N	100	100
<b>Jalan</b>	Pearson Correlation	-.173	1
	Sig. (2-tailed)	.085	
	Sum of Squares and Cross-products	-13.750	50.510
	Covariance	-.139	.510
	N	100	100

*Sumber : Hasil Analisa 2013*

Dari tabel analisis korelasi di atas dapat di ketahui bahwa korelasi antara Pekerjaan dan jalan masuk dan keluar memiliki nilai  $-0,173$  dengan nilai signifikansi  $0,085$ . Karena nilai signifikansinya  $0,085 > 0,05$  sehingga  $H_1$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan pekerjaan dan Musholla tidak signifikan dan  $H_0$  diterima atau dapat disimpulkan tidak ada hubungan diantara kedua variabel di atas.



**Tabel 5.20**  
**Rekapitulasi analisis korelasi Ekonomi dan lorong**

		Ekonomi	Lorong
<b>Ekonomi</b>	Pearson Correlation	1	.189
	Sig. (2-tailed)		.060
	Sum of Squares and Cross-products	116.190	17.740
	Covariance	1.174	.179
	N	100	100
<b>Lorong</b>	Pearson Correlation	.189	1
	Sig. (2-tailed)	.060	
	Sum of Squares and Cross-products	17.740	76.040
	Covariance	.179	.768
	N	100	100

*Sumber : Hasil Analisa 2013*

Dari tabel analisis korelasi di atas dapat di ketahui bahwa korelasi antara Pekerjaan dan jalan masuk dan keluar memiliki nilai 0,189 dengan nilai signifikansi 0,060. Karena nilai signifikansinya  $0,060 > 0,05$  sehingga  $H_1$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan Ekonomi dan Lorong tidak signifikan dan  $H_0$  diterima atau dapat disimpulkan tidak ada hubungan diantara kedua variabel di atas.

**Tabel 5.21**  
**Rekapitulasi analisis korelasi Ekonomi dan Parkir**

		<b>Ekonomi</b>	<b>Parkir</b>
<b>Ekonomi</b>	Pearson Correlation	1	.089
	Sig. (2-tailed)		.377
	Sum of Squares and Cross-products	116.190	8.860
	Covariance	1.174	.089
	N	100	100
<b>Parkir</b>	Pearson Correlation	.089	1
	Sig. (2-tailed)	.377	
	Sum of Squares and Cross-products	8.860	84.840
	Covariance	.089	.857
	N	100	100

*Sumber : Hasil Analisa 2013*

Dari tabel analisis korelasi di atas dapat di ketahui bahwa korelasi antara Pekerjaan dan jalan masuk dan keluar memiliki nilai 0,089 dengan nilai signifikansi 0,377. Karena nilai signifikansinya  $0,377 > 0,05$  sehingga  $H_1$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan Ekonomi dan Parkir tidak signifikan dan  $H_0$  diterima atau dapat disimpulkan tidak ada hubungan diantara kedua variabel di atas.

**Tabel 5.22**  
**Rekapitulasi analisis korelasi Ekonomi dan MCK**

		Ekonomi	MCK
<b>Ekonomi</b>	Pearson Correlation	1	-0.069
	Sig. (2-tailed)		.495
	Sum of Squares and Cross-products	116.190	-1.270
	Covariance	1.174	-.013
	N	100	100
<b>MCK</b>	Pearson Correlation	-.069	1
	Sig. (2-tailed)	.495	
	Sum of Squares and Cross-products	-1.270	2.910
	Covariance	-.013	.029
	N	100	100

*Sumber : Hasil Analisa 2013*

Dari tabel analisis korelasi di atas dapat di ketahui bahwa korelasi antara Pekerjaan dan jalan masuk dan keluar memiliki nilai -0,069 dengan nilai signifikansi 0,495. Karena nilai signifikansinya  $0,495 > 0,05$  sehingga  $H_1$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan Ekonomi dan MCK tidak signifikan dan  $H_0$  diterima atau dapat disimpulkan tidak ada hubungan diantara kedua variabel di atas.

**Tabel 5.23**  
**Rekapitulasi analisis korelasi Ekonomi dan Pos**

			Ekonomi	Pos
Kendall's tau_b	Ekonomi	Correlation Coefficient	1.000	-.154
		Sig. (2-tailed)	.	.089
		N	100	100
	Pos	Correlation Coefficient	-.154	1.000
		Sig. (2-tailed)	.089	.
		N	100	100
Spearman's rho	Ekonomi	Correlation Coefficient	1.000	-.167
		Sig. (2-tailed)	.	.097
		N	100	100
	Pos	Correlation Coefficient	-.167	1.000
		Sig. (2-tailed)	.097	.
		N	100	100

*Sumber : Hasil Analisa 2013*

Dari tabel analisis korelasi di atas dapat diketahui bahwa korelasi antara Pekerjaan dan jalan masuk dan keluar memiliki nilai  $-0,154$  dengan nilai signifikansi  $0,089$ . Karena nilai signifikansinya  $0,089 > 0,05$  sehingga  $H_1$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan Ekonomi dan Pos Keamanan tidak signifikan dan  $H_0$  diterima atau dapat disimpulkan tidak ada hubungan diantara kedua variabel di atas.

**Tabel 5.24**  
**Rekapitulasi analisis korelasi Ekonomi dan TPS**

		Ekonomi	TPS
<b>Ekonomi</b>	Pearson Correlation	1	.228*
	Sig. (2-tailed)		.023
	Sum of Squares and Cross-products	116.190	21.930
	Covariance	1.174	.222
	N	100	100
<b>TPS</b>	Pearson Correlation	.228*	1
	Sig. (2-tailed)	.023	
	Sum of Squares and Cross-products	21.930	79.710
	Covariance	.222	.805
	N	100	100
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).			

*Sumber : Hasil Analisa 2013*

Dari tabel analisis korelasi di atas dapat diketahui bahwa korelasi antara Pekerjaan dan jalan masuk dan keluar memiliki nilai 0,228 dengan nilai signifikansi 0,023. Karena nilai signifikansinya  $0,023 > 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan Ekonomi dan TPS tidak signifikan dan  $H_1$  diterima atau dapat disimpulkan ada hubungan yang positif diantara kedua variabel di atas.

**Tabel 5.25**  
**Rekapitulasi analisis korelasi Ekonomi dan Tempat Jualan**

		Ekonomi	Tempatjual
<b>Ekonomi</b>	Pearson Correlation	1	-0,086
	Sig. (2-tailed)		,392
	Sum of Squares and Cross-products	116.190	-9.270
	Covariance	1.174	-.094
	N	100	100
<b>Tempatjual</b>	Pearson Correlation	-.086	1
	Sig. (2-tailed)	,392	
	Sum of Squares and Cross-products	-9.270	98.910
	Covariance	-.094	,999
	N	100	100

*Sumber : Hasil Analisa 2013*

Dari tabel analisis korelasi di atas dapat diketahui bahwa korelasi antara Pekerjaan dan jalan masuk dan keluar memiliki nilai  $-0,086$  dengan nilai signifikansi  $0,392$ . Karena nilai signifikansinya  $0,392 > 0,05$  sehingga  $H_1$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan Ekonomi dan Tempat Jualan (Bedak, Los) tidak signifikan dan  $H_0$  diterima atau dapat disimpulkan tidak ada hubungan diantara kedua variabel di atas.

**Tabel 5.26**  
**Rekapitulasi analisis korelasi Ekonomi dan Mushola**

		Ekonomi	Mushola
<b>Ekonomi</b>	Pearson Correlation	1	.098
	Sig. (2-tailed)		.330
	Sum of Squares and Cross-products	116.190	5.200
	Covariance	1.174	.053
	N	100	100
<b>Mushola</b>	Pearson Correlation	.098	1
	Sig. (2-tailed)	.330	
	Sum of Squares and Cross-products	5.200	24.000
	Covariance	.053	.242
	N	100	100

*Sumber : Hasil Analisa 2013*

Dari tabel analisis korelasi di atas dapat di ketahui bahwa korelasi antara Pekerjaan dan jalan masuk dan keluar memiliki nilai 0,098 dengan nilai signifikansi 0,330. Karena nilai signifikansinya  $0,330 > 0,05$  sehingga  $H_1$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan Ekonomi dan Mushola tidak signifikan dan  $H_0$  diterima atau dapat disimpulkan tidak ada hubungan diantara kedua variabel di atas.

**Tabel 5.27**  
**Rekapitulasi analisis korelasi Ekonomi dan Jalan**

		Ekonomi	Jalan
<b>Ekonomi</b>	Pearson Correlation	1	.103
	Sig. (2-tailed)		.309
	Sum of Squares and Cross-products	116.190	7.870
	Covariance	1.174	.079
	N	100	100
<b>Jalan</b>	Pearson Correlation	.103	1
	Sig. (2-tailed)	.309	
	Sum of Squares and Cross-products	7.870	50.510
	Covariance	.079	.510
	N	100	100

*Sumber : Hasil Analisa 2013*

Dari tabel analisis korelasi di atas dapat diketahui bahwa korelasi antara Pekerjaan dan jalan masuk dan keluar memiliki nilai 0,103 dengan nilai signifikansi 0,309. Karena nilai signifikansinya  $0,309 > 0,05$  sehingga  $H_1$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan Ekonomi dan jalan tidak signifikan dan  $H_0$  diterima atau dapat disimpulkan tidak ada hubungan diantara kedua variabel di atas.



Pada analisis korelasi kali ini tujuan utama yang ingin dicapai adalah mengetahui seberapa erat hubungan antara variabel – variabel dari konsumen terhadap fasilitas umum Pasar Merjosari. Dari analisis ini nantinya dapat diketahui variabel mana saja yang tingkat korelasinya sangat kuat serta mengetahui nilai signifikansinya, sehingga dapat disimpulkan dari masing masing variabel hubungan mana yang sangat kuat dari konsumen terhadap masing masing fasilitas yang ada di Pasar merjosari. Untuk lebih lengkap dapat dilihat pada hasil analisis berikut

**Tabel 5.28**  
**Rekapitulasi analisis**  
**korelasi Konsumen terhadap fasilitas umum Pasar**  
**Merjosari**

No	Konsumen	fasilitas	Nilai		Hipotesis	Kesimpulan
			r	Sig		
1	Pendidikan	Lorong	0,108	0,283	H0	Korelasi antara pendidikan terhadap fasilitas yang bernilai positif adalah fasilitas : - Lorong - TPS - Tempat
		Parkir	-0,017	0,864	H0	
		MCK	-0,096	0,344	H0	

No	Konsumen	fasilitas	Nilai		Hipotesis	Kesimpulan
			r	Sig		
		Pos	-0,0120	0,236	H0	<p>jualan</p> <p>- Jalan</p> <p>Bahwa hubungan dari variabel ini mempunyai hubungan secara positif dimana ada korelasi di antara masing masing fasilitas terhadap variabel konsumen (pendidikan) yaitu semakin tinggi nilai pendidikan seharusnya semakin baik fasilitas lorong, TPS, tempat jualan dan jalan</p> <p>Untuk nilai negatif yaitu fasilitas :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Parkir</li> <li>- MCK</li> </ul>
		TPS	0,131	0,194	H0	
		Tempat Jualan	0,031	0,194	H0	
		Mushola	-0,165	0,100	H0	
		Jalan	0,100	0,322	H0	

No	Konsumen	fasilitas	Nilai		Hipotesis	Kesimpulan
			r	Sig		
						<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pos</li> <li>- Mushola</li> </ul> Bahwa hubungan dari variabel yang negatif ada namun sangat lemah yaitu bahwa semakin kecil nilai pendidikan terhadap fasilitas semakin buruk fasilitasnya.
2	Pekerjaan	Lorong	0,005	0,960	H0	Korelasi yang positif antara Pekerjaan terhadap fasilitas yaitu : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lorong</li> <li>- Parkir</li> <li>- TPS</li> <li>- Mushola</li> </ul> Bahwa hubungan dari variabel ini mempunyai hubungan secara positif
		Parkir	0,112	0,268	H0	
		MCK	-0,013	0,897	H0	
		Pos	-0,168	0,096	H0	
		TPS	0,480	0,638	H0	
		Tempat	-	0,275	H0	

No.	Konsumen	fasilitas	Nilai		Hipotesis	Kesimpulan
			r	Sig		
		Jualan	0.110			dimana ada korelasi di antara masing masing fasilitas terhadap variabel konsumen (pendidikan) yaitu semakin tinggi nilai pendidikan seharusnya semakin baik fasilitas lorong, parkir, dan mushola
		Mushola	0,164	0,102	H0	
		Jalan	-0,173	0,085	H0	

Korelasi yang bernilai negatif antara Pekerjaan dan fasilitas adalah :

- MCK
- Pos
- Tempat Jualan
- Jalan

Bahwa hubungan dari variabel ini mempunyai

No	Konsumen	fasilitas	Nilai		Hipotesis	Kesimpulan
			r	Sig		
						hubungan secara negatif dimana tidak ada korelasi di antara masing masing fasilitas terhadap variabel konsumen (pendidikan) yaitu semakin rendah nilai pendidikan seharusnya semakin buruk kondisi MCK, pos keamanan, tempat jualan dan jalan.
3	Ekonomi	Lorong	0,189	0,060	H0	Korelasi yang positif antara Ekonomi terhadap fasilitas yaitu : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lorong</li> <li>- Parkir</li> <li>- TPS</li> <li>- Mushola</li> <li>- Jalan</li> </ul>
		Parkir	0,089	0,377	H0	

No	Konsumen	fasilitas	Nilai		Hipotesis	Kesimpulan
			r	Sig		
		MCK	-0,069	0,495	H0	Bahwa hubungan dari variabel ini mempunyai hubungan secara positif dimana ada korelasi di antara masing masing fasilitas terhadap variabel konsumen (pendidikan) yaitu semakin tinggi nilai pendidikan seharusnya semakin baik fasilitas lorong, parkir, TPS, mushola dan jalan
		Pos	-0,154	0,089	H0	
		TPS	0,228*	0,023	H1	
		Tempat Jualan	-0,086	0,392	H0	
		Mushola	0,098	0,330	H0	
		Jalan	0,103	0,309	H0	

No	Konsumen	fasilitas	Nilai		Hipotesis	Kesimpulan
			r	Sig		
						<p>terhadap TPS</p> <p>Korelasi yang nilainya negatif adalah :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- MCK</li> <li>- Pos</li> </ul> <p>Bahwa hubungan dari variabel ini mempunyai hubungan secara negatif dimana tidak ada korelasi di antara masing masing fasilitas terhadap variabel konsumen (pendidikan) yaitu semakin rendah nilai pendidikan seharusnya semakin buruk kondisi MCK dan pos keamanan.</p>

*Sumber : hasil analisa*

Keterangan :

- ✓  $r$  = nilai korelasi, sig = nilai signifikansi
- ✓ Jika signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima (tidak ada hubungan 2 variabel)
- ✓ Jika signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_1$  di terima (ada hubungan 2 variabel)

Kesimpulan :

1. Hasil korelasi antara Tingkat Pendidikan dan Fasilitas

Hasil korelasi tingkat pendidikan dan fasilitas yang menunjukkan korelasi positif adalah fasilitas lorong, TPS, Tempat jualan dan jalan. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi nilai tingkat pendidikan cenderung semakin baik kondisi fasilitas lorong, TPS, tempat jualan dan jalan

Korelasi tingkat pendidikan dan fasilitas menunjukkan nilai negatif adalah fasilitas parkir, MCK, pos keamanan dan Mushola. Hal ini berarti bahwa semakin rendah nilai tingkat pendidikan



cenderung semakin buruk fasilitas parkir, MCK, pos keamanan dan Mushola.

## 2. Korelasi antara Pekerjaan dan Fasilitas

Hasil korelasi antara pekerjaan dan fasilitas menunjukkan nilai positif. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi pekerjaan seharusnya semakin baik fasilitas lorong, parkir, TPS, mushola

Korelasi pekerjaan dan fasilitas menunjukkan nilai negatif adalah MCK, pos keamanan, tempat jualan, dan jalan. Hal ini berarti bahwa semakin rendah suatu pekerjaan cenderung fasilitas yang telah disebutkan semakin buruk.

## 3. Korelasi antara Ekonomi dan Fasilitas

Hasil korelasi antara ekonomi dan fasilitas menunjukkan nilai positif. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi ekonomi seharusnya semakin baik fasilitas lorong, parkir, TPS, mushola dan jalan. Terdapat nilai signifikansi yaitu korelasi antara tingkat ekonomi dengan TPS hal ini dimaksud bahwa hubungan antara keduanya sangat penting.

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

Pada bab ini akan membahas mengenai kesimpulan dan rekomendasi setelah selesai menyusun hasil dari penelitian ini. Dimana isi dari kesimpulan adalah untuk menjawab sasaran/output yang sudah ditetapkan di bab I, selanjutnya rekomendasi untuk tindak lanjut setelah selesainya penelitian ini.

#### **6.1. Kesimpulan**

Setelah dilakukan analisa terhadap kondisi fasilitas umum Pasar Merjosari, beberapa kesimpulan dari hasil pencapaian suatu output/ sasaran dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Berdasarkan observasi lapangan, fasilitas umum di Pasar Merjosari saat ini terdapat beberapa fasilitas yang belum sesuai ataupun yang belum ada dilokasi penelitian, hal ini dilihat berdasarkan persyaratan fasilitas umum Pasar Tradisional Keputusan menteri Kesehatan No 519 tahun 2008, dimana fasilitas yang

tidak sesuai adalah jalan masuk dan keluar, parkir, pos keamanan, MCK, TPS, dan tempat jualan. Serta tidak tersedia fasilitas lain seperti alat pemadam kebakaran papan nama pasar.

2. Konsumen saat ini masih beranggapan bahwa fasilitas yang ada di Pasar Merjosari masih terlihat buruk di antaranya akses jalan masuk dan keluar dari dalam pasar, lorong didalam pasar terlalu sempit sering dimanfaatkan pedagang untuk berjualan hal ini mengakibatkan sering orang berdesakkan sehingga konsumen merasa tidak nyaman dalam melakukan kegiatan berbelanja, hal ini diperparah dengan keberadaan TPS yang berada dipinggir jalan utama sehingga sering mengganggu konsumen yang hendak berbelanja karena bau yang kurang sedap
3. Persepsi masyarakat terhadap fasilitas yang ada di pasar merjosari dihitung berdasarkan tingkat korelasi dari masing masing variabel persepsi dan variabel fasilitas. Sejumlah kesimpulan umum dapat diturunkan setelah melakukan pengujian korelasi diantaranya yaitu :

- bahwa konsumen dari tingkat pendidikan yang berhubungan secara positif adalah fasilitas lorong, TPS, tempat jualan dan jalan yaitu : karena konsumen merasa secara langsung dekat dengan fasilitas tersebut. Sedangkan yang berhubungan secara negatif adalah : Parkir, MCK, Pos, Mushola hal ini dimaksud bahwa konsumen merasa secara tidak langsung hubungan ini ada namun sangat lemah bahwa konsumen merasakan fasilitas yang negatif tidak terlalu berpengaruh terhadap kenyamanan konsumen.
- Analisis selanjutnya adalah konsumen (pekerjaan) yang berhubungan secara positif dengan fasilitas lorong, parkir, TPS, Musholla. Hal ini konsumen menganggap bahwa fasilitas yang positif ini bersentuhan secara langsung ke konsumen serta berpengaruh terhadap keputusan konsumen berbelanja ke pasar. Sedangkan fasilitas yang berhubungan secara negatif adalah MCK, pos, tempat jualan dan jalan hal ini konsumen menganggap bahwa dari fasilitas ini tidak terlalu mempunyai pengaruh yang sangat

erat terhadap keputusan konsumen untuk berbelanja ke pasar.

- Analisis yang terakhir adalah konsumen (ekonomi) dan mempunyai hubungan secara positif dengan fasilitas lorong, parkir, TPS, mushola dan jalan karena konsumen merasakan secara langsung bersentuhan terhadap fasilitas ini. Dari kelima fasilitas ini, variabel TPS memiliki nilai terbesar serta memiliki signifikan karena  $< 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa konsumen merasa secara langsung berhubungan erat dengan fasilitas TPS karena berada di jalan utama serta bau dan sampah yang sering berantakan menambah ketidaknyaman konsumen dalam berbelanja di Pasar Merjosari. Sedangkan yang korelasinya secara negatif adalah fasilitas MCK, pos hal ini konsumen menganggap bahwa hubungan dari fasilitas ini sangat lemah karena merasa tidak bersentuhan secara langsung.

## **6.2. Rekomendasi**

Rekomendasi disini terbagi tiga yaitu rekomendasi terhadap pemerintah/dinas terkait, rekomendasi terhadap masyarakat dan rekomendasi terhadap akademisi/peneliti.

### **6.2.1 Rekomendasi Terhadap Pemerintah/ Dinas Terkait**

Berdasarkan studi yang dilakukan dilapangan yaitu persepsi konsumen terhadap fasilitas umum Pasar Merjosari, maka ada beberapa rekomendasi kepada pihak pengelola dalam hal ini kantor Pasar Merjosari dan Dinas Pasar Kota Malang, antara lain :

1. Sebaiknya Dinas Pasar dan Kantor Pasar Merjosari melakukan kerja sama dalam hal pengelolaannya pasar tradisional ini yang tentu saja disesuaikan dengan porsinya masing – masing. Artinya harus memperhatikan keadaan fasilitas pasar yang ada, keamanan dan ketertiban pasar dan lain – lain untuk menjaga konsumen tetap merasa aman dan nyaman dalam melakukan kegiatan belanja.
2. Diperlukan perhatian terhadap fasilitas yang ada di pasar tradisional sehingga serta tata tertib dari pedagang dalam menggunakan fasilitas seperti

lorong yang sering digunakan pedagang untuk berjualan, sehingga konsumen sering berdesakkan.

3. Berdasarkan hubungan konsumen perlu ada perhatian secara signifikan terhadap keberadaan tempat pembuangan sampah sementara yang ada di pasar karena konsumen merasa bersentuhan secara langsung hal ini disebabkan lokasi TPS yang kurang strategis.
4. Perlu ada lanjutan studi tentang penanganan sistem sampah di dalam Pasar Tradisional

### **6.2.2 Rekomendasi Teknis**

Melihat ketersediaan fasilitas yang ada di Pasar Merjosari diantaranya adalah jalan masuk dan keluar, lorong, parkir, tempat ibadah, MCK, pos keamanan dan TPS. Fasilitas yang perlu dibenahi adalah :

1. Perlu ada perbaikan dan peningkatan jalan/ akses untuk masuk dan keluar dari pasar atau toko
2. Untuk keberadaan lorong perlu diperluas lagi agar akses konsumen lebih leluasa serta ditertibkannya pedagang liar yang memanfaatkan lorong untuk berjualan sehingga semakin mempersempit lorong
3. Pos keamanan sangat diperlukan untuk menjaga keamanan lingkungan pasar sehingga konsumen ataupun pedagang bisa merasa aman dan nyaman dalam melakukan kegiatan jual beli, perlu ada petugas yang berjaga di pos pos yang sudah ditetapkan
4. Tempat pembuangan Sampah Sementara yang ada di lokasi studi sangat mengganggu kenyamanan konsumen hal ini disebabkan karena letaknya yang kurang strategis, sehingga perlu mendapat perhatian khusus, sebaiknya lokasinya dipindahkan.



### **6.2.3 Rekomendasi Terhadap Akademis/ Peneliti**

1. Perlu penelitian lebih lanjut mengenai arahan penataan fasilitas Pasar Tradisional
2. Penelitian ini kedepannya dapat dijadikan sebagai bahan referensi didalam merencanakan fasilitas umum Pasar Tradisional

## DAFTAR PUSTAKA

- Bintarto, 1977, *Pengantar Geografi Kota*, Spring, Yogyakarta.
- Branch, Melville. C.1995. *Perencanaan Kota Komprehensif, Pengantar dan Penjelasan*. Yogyakarta : Gajah Mada University Press.
- Campbell, R. McConnell and Stanley L. Brue. 1990. *Economics: Principles, Problems and Policies*. McGraw-Hill Publishing Company.
- Ginanjari, Nugraha Jiwapraja. 1980. *Masalah Ekonomi Mikro*. Jakarta: Acro.
- Kotler, Philip 1998. *Marketing Places: Attracting Investment, Industry and Tourism to Cities, State and Nations*. New York: The Free Press Division of Macmillan Inc.
- Leonard et al ,1990. *Consumer behavior and marketing strategy*. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta.
- Levy, Michael dan Weitz, Barton A. 2001. *Retailing Management*. 4th Edition. USA : Richard D. Irwin, Inc.
- Luthans, Fred. 1992. *Organizational Behavior*. Japan : McGraw-Hill Company
- Mursid, M. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.
- Pamardi-Utomo, 2002, *Merencana Pasar Tradisional di Wilayah Yogyakarta*, Gema Teknik UNS
- Poesoro, Adri. 2007. *Pasar Tradisional di Era Persaingan Global*. SEMERU Newsletter No 22 : April-Juni 2007.

- Riga Adiwisono S, 1989, *Interaksi Jual Beli dan Komunikasi di Tempat Belanja*, Prisma, Jakarta
- Rosalina, Elfirah. 2003. *Pengertian Fasilitas*. Ganesha Exact, Bandung
- Setiadi, Nugroho J. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Cetakan Kedua. Jakarta: Prenata Media.
- Schiffman and Lazar Kanuk. (2000). *Costumer behaviour*, Internasional Edition, Prentice Hall :USA.
- Solomon, Michael R. (1996). *Consumer Behavior*. New Jersey: Prentice Hall International.
- Stephen P. Robbins. 1998. *Organizational Behavior*, Prentice Hall Internasional Inc. New Jersey, New York.
- Suhartono. 2005. *Merek dan Psikologi Konsumen*. Jakarta: Graha Ilmu
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan komunikasi Pemasaran*. PT.Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Thorndike, Charles. 1968. *Human Behavior. Three Levels of Behavior*. New York: Prentice-Hall Inc. Englewood Cliffs

## **Peraturan**

Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia  
Nomor 20 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan dan  
Pemberdayaan Pasar Tradisional.

Keputusan Menteri Kesehatan No 519 tahun 2008  
tentang Pedoman Penyelenggaraan Pasar Sehat

Peraturan Daerah Kota Malang No 12 Tahun 2004  
Tentang Pengelolaan Pasar dan Tempat  
Berjualan Pedagang.



**LAMPIRAN**



## DAFTAR QUESTIONER

### I. Identitas / Karakteristik Responden

1. Nama : Rendi ..... Jenis Kelamin  P
2. Umur : 24 ..... tahun
3. Alamat :  
Desa : Merjosari  
Kecamatan : Luwiro, uturo  
Kabupaten Kab. Malang
4. Apa pekerjaan (mata pencaharian) pokok saudara ?
- a. Ibu Rumah Tangga      b. Petani  
c. Pegawai Negeri      f. Nelayan  
e. Pengusaha       g. Pelajar/mahasiswa  
d. pedagang      h. lainnya:....
5. Berapakah pendapatan saudara dari pekerjaan tersebut, per bulan?
- a. Rp.500.000-Rp. 1.000.000  
 b. Rp. 1.000.000-Rp. 1.500.000  
c. Rp. 1.500.000-Rp. 2.000.000  
d. > Rp. 2.000.000
6. Apakah pendidikan terakhir anda ?
- a. Sekolah Dasar  
b. Sekolah Menengah Pertama  
 c. Sekolah Menengah Atas  
d. Diploma  
e. Sarjana  
f. Tidak sekolah  
g. Lain-lain

**II. KARAKTERISTIK PASAR PENAMPUNGAN SEMENTARA PASAR  
DINOYO BERDASARKAN FASILITAS UMUM**

7. Apakah menurut anda kondisi jalan dan lorong untuk lalu lintas orang, kendaraan serta barang yang ada di Pasar Penampungan Sementara Pasar Dinoyo sudah baik?
- a. Sangat baik                      c. Ragu-ragu                      e. Sangat tidak baik  
 Baik                                      d. Tidak baik
8. Apakah menurut anda kondisi tempat parkir kendaraan yang ada di Pasar Penampungan Sementara Pasar Dinoyo sudah baik?
- a. Sangat baik                      c. Ragu-ragu                      e. Sangat tidak baik  
 Baik                                      d. Tidak baik
9. Apakah menurut anda tempat promosi bagi penjual di Pasar Penampungan Sementara Pasar Dinoyo sudah terdapat rapi ?
- a. Sangat baik                       Ragu-ragu                      e. Sangat tidak baik  
b. Baik                                      d. Tidak baik
10. Apakah menurut anda tempat mandi, cuci, dan kakus (MCK) di Pasar Penampungan Sementara Pasar Dinoyo sudah baik ?
- a. Sangat baik                       Ragu-ragu                      e. Sangat tidak baik  
b. Baik                                      d. Tidak baik
11. Apakah menurut anda instalasi listrik di Pasar Penampungan Sementara Pasar Dinoyo sudah dapat menunjang kegiatan pasar?
- a. Sangat baik                       Ragu-ragu                      e. Sangat tidak baik  
b. Baik                                      d. Tidak baik
12. Apakah menurut anda kondisi posko keamanan di Pasar Penampungan Sementara Pasar Dinoyo sudah efektif?
- a. Sangat baik                       Ragu-ragu                      e. Sangat tidak baik  
b. Baik                                      d. Tidak baik
13. Apakah menurut anda tempat pembuangan sampah sementara di Pasar Penampungan Sementara Pasar Dinoyo sudah baik ?
- a. Sangat baik                      c. Ragu-ragu                      e. Sangat tidak baik  
 Baik                                      d. Tidak baik

14. Apakah menurut anda penyediaan air bersih di Pasar Penampungan Sementara Pasar Dinoyo sudah baik?

- a. Sangat baik       b. Ragu-ragu      c. Sangat tidak baik  
d. Tidak baik

15. Apakah menurut anda alat pemadam kebakaran perlu ditambah?

- a. Sangat perlu      c. Ragu-ragu      e. Sangat tidak perlu  
 b. Perlu      d. Tidak perlu

16. Apakah menurut anda papan nama pasar di Pasar Penampungan Sementara Pasar Dinoyo perlu diperbaiki?

- a. Sangat perlu      c. Ragu-ragu      e. Sangat tidak perlu  
 b. Perlu      d. Tidak perlu

17. Apakah menurut anda kantor pasar di Pasar Penampungan Sementara Pasar Dinoyo sudah baik ?

- a. Sangat baik      c. Ragu-ragu      e. Sangat tidak baik  
 b. Baik      d. Tidak baik

18. Apakah menurut anda taman dan penghijauan di Pasar Penampungan Sementara Pasar Dinoyo sudah baik ?

- a. Sangat baik      c. Ragu-ragu      e. Sangat tidak baik  
b. Baik       d. Tidak baik

19. Apakah menurut anda kondisi tempat jualan bagi pedagang sudah tertata rapi?

- a. Sangat rapi      c. Ragu-ragu      e. Sangat tidak rapi  
 b. Rapi      d. Tidak rapi

20. Apakah menurut anda pengelolaan sampah di Pasar Penampungan Sementara Pasar dinoyo sudah baik?

- a. Sangat baik      c. Ragu-ragu      e. Sangat tidak baik  
 b. Baik      d. Tidak baik

21. Apakah menurut anda tempat tera ulang di Pasar Penampungan sementara Pasar Dinoyo sudah baik ?

- a. Sangat baik       b. Ragu-ragu      c. Sangat tidak baik  
d. Tidak baik

22. Apakah menurut anda tempat ibadah di Pasar Penampungan Sementara Pasar Dinoyo sudah baik ?

- a. Sangat baik      c. Ragu-ragu      e. Sangat tidak baik  
b. Baik       d. Tidak baik



23. Apakah menurut anda tempat bongkar muat barang di Pasar Penampungan Sementara Pasar Dinoyo sudah baik ?

- a. Sangat baik                      c. Ragu-ragu                      e. Sangat tidak baik  
 b. Baik                                      d. Tidak baik

24. Apakah menurut anda saluran pembuangan air yang ada di Pasar Penampungan Sementara Pasar Dinoyo sudah baik ?

- a. Sangat baik                      c. Ragu-ragu                      e. Sangat tidak baik  
 b. Baik                                      d. Tidak baik

### III. KARAKTERISTIK DAN PERSEPSI KONSUMEN DI PASAR PENAMPUNGAN SEMENTARA PASAR DINOYO

1. Apa motivasi anda berkunjung ke Pasar Penampungan Sementara Pasar Dinoyo?

- a. Belanja                                      d. Lain-lain; Sebutkan : .....  
b. Kuliner  
c. Bisnis

2. Bagaimana cara anda menuju ke Pasar Penampungan Sementara Pasar dinoyo?

- a. Kendaraan pribadi                      c. Jalan Kaki  
b. Angkutan umum

3. Dengan siapa anda berkunjung ke Pasar Penampungan Sementara Pasar dinoyo?

- a. Sendirian  
 b. Berkelompok

4. Apakah menurut anda perlu adanya pembenahan fasilitas umum di Pasar Penampungan Sementara Pasar Dinoyo?

- a. Sangat setuju                       b. Ragu-ragu                      c. Sangat tidak setuju  
d. Tidak setuju

5. Bagaimana menurut anda harga bahan-bahan di Pasar Penampungan Sementara Pasar Dinoyo jika dibandingkan dengan pasar yang lainnya ?

- a. Lebih mahal  
 b. Lebih murah  
c. Tidak tahu

6. Seberapa jauhkah jarak rumah anda dengan Pasar Penampungan Sementara Pasar Dinoyo ?

- a. < 500 m
- b. 500 m – 1 Km
- c. 1 – 5 Km
- d. > 5 Km

7. Banyaknya uang yang anda habiskan pada saat berkunjung di Pasar Penampungan Sementara Pasar Dinoyo ?

- a. < Rp. 50.000
- b. Rp. 50.000-1rp. 100.000
- c. > Rp. 100.000

8. Bagaimanakah pelayanan yang diberikan oleh para pedagang Pasar Penampungan Sementara Pasar Dinoyo ?

- a. Baik
- b. Kurang baik
- c. Tidak baik

9. Pada waktu apakah anda berkunjung ke Pasar Penampungan Sementara Pasar Dinoyo ?

- a. Pagi hari
- b. Siang hari
- c. Sore hari

10. Bagaimanakah menurut anda kondisi dari Pasar Penampungan Sementara Pasar Dinoyo ?

- a. Baik
- b. Tidak baik
- c. Tidak tahu





## Hasil Analisis Korelasi Spearman Antara Tingkat Pendidikan Terhadap Fasilitas Umum

### Correlations

#### Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Pendidikan	2.21	.844	100
Lorong	1.86	.876	100

#### Correlations

		Pendidikan	Lorong
Pendidikan	Pearson Correlation	1	.108
	Sig. (2-tailed)		.283
	Sum of Squares and Cross-products	70.590	7.940
	Covariance	.713	.080
	N	100	100
Lorong	Pearson Correlation	.108	1
	Sig. (2-tailed)	.283	
	Sum of Squares and Cross-products	7.940	76.040
	Covariance	.080	.768
	N	100	100



## Nonparametric Correlations

### Correlations

			Pendidikan	Lorong
Spearman's tau_b	Pendidikan	Correlation Coefficient	1.000	.104
		Sig. (2-tailed)	.	.244
		N	100	100
	Lorong	Correlation Coefficient	.104	1.000
		Sig. (2-tailed)	.244	.
		N	100	100
Pearson's rho	Pendidikan	Correlation Coefficient	1.000	.118
		Sig. (2-tailed)	.	.241
		N	100	100
	Lorong	Correlation Coefficient	.118	1.000
		Sig. (2-tailed)	.241	.
		N	100	100

## Correlations

### Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Pendidikan	2.21	.844	100
Parkir	2.54	.926	100

### Correlations

		Pendidikan	Parkir
Pendidikan	Pearson Correlation	1	-.017
	Sig. (2-tailed)		.864
	Sum of Squares and Cross-products	70.590	-1.340
	Covariance	.713	-.014
	N	100	100
Parkir	Pearson Correlation	-.017	1
	Sig. (2-tailed)	.864	
	Sum of Squares and Cross-products	-1.340	84.840
	Covariance	-.014	.857
	N	100	100



## Hasil Analisis Korelasi Spearman Antara Tingkat Ekonomi Terhadap Fasilitas Umum

### Correlations

#### Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Ekonomi	2.91	1.083	100
Lorong	1.86	.876	100

#### Correlations

		Ekonomi	Lorong
Ekonomi	Pearson Correlation	1	.189
	Sig. (2-tailed)		.060
	Sum of Squares and Cross-products	116.190	17.740
	Covariance	1.174	.179
	N	100	100
Lorong	Pearson Correlation	.189	1
	Sig. (2-tailed)	.060	
	Sum of Squares and Cross-products	17.740	76.040
	Covariance	.179	.768
	N	100	100



## Nonparametric Correlations

### Correlations

			Ekonomi	Lorong
Kendall's tau_b	Ekonomi	Correlation Coefficient	1.000	.161
		Sig. (2-tailed)	.	.069
		N	100	100
	Lorong	Correlation Coefficient	.161	1.000
		Sig. (2-tailed)	.069	.
		N	100	100
Spearman's rho	Ekonomi	Correlation Coefficient	1.000	.181
		Sig. (2-tailed)	.	.072
		N	100	100
	Lorong	Correlation Coefficient	.181	1.000
		Sig. (2-tailed)	.072	.
		N	100	100

## Correlations

### Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Ekonomi	2.91	1.083	100
Parkir	2.54	.926	100

### Correlations

		Ekonomi	Parkir
Ekonomi	Pearson Correlation	1	.089
	Sig. (2-tailed)		.377
	Sum of Squares and Cross-products	116.190	8.860
	Covariance	1.174	.089
	N	100	100
Parkir	Pearson Correlation	.089	1
	Sig. (2-tailed)	.377	
	Sum of Squares and Cross-products	8.860	84.840
	Covariance	.089	.857
	N	100	100

## Hasil Analisis Korelasi Spearman Antara Pekerjaan Terhadap Fasilitas Umum

### Correlations

#### Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Pekerjaan	3.25	1.123	100
Lorong	1.86	.876	100

#### Correlations

		Pekerjaan	Lorong
Pekerjaan	Pearson Correlation	1	.005
	Sig. (2-tailed)		.960
	Sum of Squares and Cross-products	124.750	.500
	Covariance	1.260	.005
	N	100	100
Lorong	Pearson Correlation	.005	1
	Sig. (2-tailed)	.960	
	Sum of Squares and Cross-products	.500	76.040
	Covariance	.005	.768
	N	100	100

## Correlations

### Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Pekerjaan	3.25	1.123	100
Lorong	1.86	.876	100

### Correlations

		Pekerjaan	Lorong
Pekerjaan	Pearson Correlation	1	.005
	Sig. (2-tailed)		.960
	Sum of Squares and Cross-products	124.750	.500
	Covariance	1.260	.005
	N	100	100
Lorong	Pearson Correlation	.005	1
	Sig. (2-tailed)	.960	
	Sum of Squares and Cross-products	.500	76.040
	Covariance	.005	.768
	N	100	100

## Nonparametric Correlations

Correlations

			Pekerjaan	Lorong
Kendall's tau_b	Pekerjaan	Correlation Coefficient	1.000	.013
		Sig. (2-tailed)	.	.889
		N	100	100
	Lorong	Correlation Coefficient	.013	1.000
		Sig. (2-tailed)	.889	.
		N	100	100
Spearman's rho	Pekerjaan	Correlation Coefficient	1.000	.014
		Sig. (2-tailed)	.	.892
		N	100	100
	Lorong	Correlation Coefficient	.014	1.000
		Sig. (2-tailed)	.892	.
		N	100	100



Jurusan Teknik Planologi  
Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan  
Institut Teknologi Nasional Malang

LEMBAR

ASISTENSI TUGAS AKHIR

NAMA : HENDRIK O  
NIM : 0124074  
JUDUL : KAJIAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP FASILITAS UMUM PASAR  
PENAMPUNGAN MERJOSARI  
PEMBIMBING : ENDANG BUDI SANTOSO, ST, MT




NO	TANGGAL	KEGIATAN	PARAF
	10/1/2013	<p>Sasaran di tambah 1 (satu) lagi Tabel huruf di perbesar</p> <p>- Metode Analisis ditambahkan / dicari lagi metode nya.</p> <p>- Outputnya diganti Tingkat Pelayanan / kepuasan menurut persepsi konsumen.</p>	



INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL  
MALANG  
Jl. Bendungan Sigura-gura No. 2 Malang

LEMBAR ASISTENSI

NAMA : HENDRI, R. GUNAWAN  
NIM : 21.21.074  
PRODI : Teknik. Pemodelan / Pwt  
JURUSAN :

NO.	TANGGAL	URAIAN	TANDA TANGAN
1.	6/9/2022	Variabel persepsi di ptegas + buah question Variabel partipri? nama + buah question? — survey lapangan	  



Jurusan Teknik Planologi  
Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan  
Institut Teknologi Nasional Malang

LEMBAR

ASISTENSI TUGAS AKHIR

NAMA : HENDRIK . O  
NIM : 0124074  
JUDUL : KAJIAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP FASILITAS UMUM PASAR  
PENAMPUNGAN MERJOSARI  
PEMBIMBING : I . AGUNG WITJAKSONO . ST, MT

NO	TANGGAL	KEGIATAN	PARAF
1.	23/08/13	- pembriki ke ta hulu kaga . - --> penulisan Variabel . - analisa di poretan lagi Buatkan tabel analisis . - buat kesimpulan . sec samir	





JURUSAN TEKNIK PLANOLOGI  
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL  
MALANG

LEMBAR ASISTENSI TUGAS AKHIR

NAMA : HENDRIK  
NIM : 01.24.074  
JUDUL : " Kajian Persepsi Konsumen Terhadap Fasilitas Umum Pasar Tradisional Merjosari "

No	Tanggal	Keterangan	Ttd
1	15/September 2013	- Perbaiki ukuran tabel - Buat SPSS - korelasikan variabel	
2	20/11/2013	- Masukkan tabel korelasi dalam analisis - Masukkan Para Orientasi - Analisis di kerjakan lagi	
3	15/01/14	- Buat kesimpulan dan rekomendasi - Buat PPT/Power point	
4	22/01/14	- Cek lagi lap lengkap - cet Kertas - jika sudah <u>mohon simpulkan esai!</u>	





Jurusan Teknik Planologi  
Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan  
Institut Teknologi Nasional Malang

LEMBAR

ASISTENSI TUGAS AKHIR

NAMA : HENDRIK, O  
NIM : 0124074  
JUDUL : KAJIAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP FASILITAS UMUM PASAR  
PENAMPUNGAN MERJOSARI  
PEMBIMBING : AGUNG WITJAKSONO, ST, MTP

NO	TANGGAL	KEGIATAN	PARAF
1	19/2/19	<ul style="list-style-type: none"><li>- Perbaiki foto-foto</li><li>- Perbaiki penulisan/kata tulis</li><li>- Tabel apertecel</li><li>- Daftar Pustaka di perbaiki urutannya</li></ul> <p>acc ujian sidang</p>	  



LEMBAR

ASISTENSI TUGAS AKHIR

NAMA : HENDRIK . O  
NIM : 0124074  
JUDUL : KAJIAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP FASILITAS UMUM PASAR  
PENAMPUNGAN MERJOSARI  
PEMBIMBING : ENDRATNO BUDIS, ST, MT

NO	TANGGAL	KEGIATAN	PARAF
1	10/02/19	- Portenki Analisa - Analisa harus ada Portbarising	
2	12/02/19	- Tabulasi data di pertailki - Lingkup Materi ke tiga di uraikan - Kesimpulan analisa harus sesuai atau tidak sesuai	
3	13/02/19	- Ceking kembali ppt vs materi! - redafemul ! - Lembaran 2 : : : : : lengkap : : : - <u>Jika tidak, filekan materi</u> - <u>siang!!!</u>	



Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota  
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG  
Jl. Bend. Sigura-gura No.2 Malang

BERITA ACARA SEMINAR HASIL

Hari, Tanggal : Rabu, 5 Februari 2014  
Judul : Kajian Hubungan Persepsi Konsumen Terhadap Fasilitas Umum  
Pasar Tradisional Merjosari  
Nama : Hendrik Ohoiwutun  
NIM : 01.24.074

No	Dosen Penguji	Tanggapan	Tanda Tangan
1	DR.Ir.Ibnu Sasongko, MT	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Tata Tulis</li><li>2. Reference</li><li>3. Yg tidak berhubungan dihilangkan saja</li><li>4. Bagian analisa yang merupakan penjelasan lokasi materi dimasukkan sebagai bagian dari data</li><li>5. Penutup jangan memasukkan data, termasuk tabel 6.2 rekapitulasinya</li><li>6. Rekomendasi: cek dengan tema, di arahkan dari hasil korelasi</li></ol>	
2	Ir. Mira Setyawati, MT	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Pembahasan untuk sasaran ke-3 → variabel → analisa</li><li>2. Analisa kondisi → arti korelasi (nyaman, jumlah, intensitas pemakaian fasilitas (merasa butuh?))</li><li>3. Persepsi bagaimana memilahnya (baik, ragu ragu, tidak baik, lebih mahal, sangat perlu, perlu dll)</li><li>4. Materi yang dibahas dengan output tidak sama, dan analisa 1 tidak sama dengan analisa ke 2</li><li>5. Konsumen → mestinya batasan konsumen akan mensortir variabel dalam teori</li></ol>	

Mengetahui,

Pembimbing I

(Agung Witjaksono, ST, MTP)

Pembimbing II

(Endratna Budi S, ST, MT)



### PERBAIKAN SEMINAR HASIL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : HENDRIK OHOIWUTUN  
NIM : 01.24.074  
Hari / Tanggal : Rabu, 5 Februari 2014  
Judul Skripsi : *Kajian Hubungan Persepsi Konsumen Terhadap Fasilitas Umum Pasar Tradisional (Pasar Tradisional Merjosari)*

Perbaikan tersebut meliputi :

Perbaikan kearaham :

- Per / gambar tabel perlu / terbalik
- tidak ada lampiran
- Tabel hasil analisis tdk standar / terlalu besar
- Gambar / perbandingan

- matriks faktor vs persepsi hrs di cek ulang (jumlahnya)...

- ke salaman "interpretasi" hubungan!

\* Peraga vs simbol aspek eksternal (aga) " dasar nya!

\* Pada golongan faktor peraga berapa?!

\* kesetiaan analisis deskriptif faktor umum!

\* secara variabel faktor umum!

+

II Persepsi umum p. 12

II Layaknya maini sma 2

o faktor

o kaitan pemisahan Variabel →

o kaitan antara X " proses korelasi!

logika?

Dosen Pembimbing

  
ENDANG BUDI S., ST., MT



### PERBAIKAN SEMINAR HASIL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : HENDRIK OHOIWUTUN  
N / m : 01.24.074  
Hari / Tanggal : Rabu, 5 Februari 2014  
Judul Skripsi : Kajian Hubungan Persepsi Konsumen Terhadap Fasilitas Umum Pasar Tradisional (Pasar Tradisional Mejosari)

Perbaikan tersebut meliputi:

Pembahasan & susunan ke-3 → variabel → analisa

Analisa konsep → Korelasi  
? +  
-  
→ Nyaman  
→ Jumlah  
→ Intensitas pemakaian jasa.  
(merasa butuh?)

Persepsi → Gmn nilainya? +  
- baik, ragu, tdk baik  
- lbh mahal, dll  
- Sangat perlu, perlu, dll.

+  
Analisa korelasinya?  
Materi/Data yg dibahas → dg output tdk sama  
dan dianalisa 1  
≠ yg dianalisa 2

Konsumen → meskipun batasan konsumen dan mensortir variabel dlm teori

Dosen Penguji

MIRA SETYAWATI S.T., MT



PERBAIKAN SEMINAR HASIL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : HENDRIK OHOWUTUN  
Nim : 01.24.074  
Hari / Tanggal : Rabu, 5 Februari 2014  
Judul Skripsi : *Kajian Hubungan Persepsi Konsumen Terhadap Fasilitas Umum Pasar Tradisional (Pasar Tradisional Merjosari)*

Perbaikan tersebut meliputi :

\* Tata tulis

\* Referensi

\* yg tidak berhubungan → dituliskan saja  
(mis. kata wisata)

\* Bagian analisis yg merupakan penjelasan latar  
maka → memekam kelas: bagian dr data.

\* ~~komplet~~ - saran memisahkan data  
khusus tabel 62 rekapan.

\* Referensi: cek dgn koma, (Hlm. 114) - bukan  
menyebutkan pda pda, klmada pda -  
- diarahkan dr hasil kuaer.

Dosen Penguji

DR. IR. IBNU SASONGKO, MT



PT. BNI (PERSERO) MALANG  
BANK NIAGAMALANG

PERKUMPULAN PENGELOLA PENDIDIKAN UMUM DAN TEKNOLOGI NASIONAL MALANG  
**INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG**

FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN  
PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER TEKNIK

Kampus I : Jl. Bondongan Sigura-gura No. 2 Telp. (0341) 551431 (Hunting) Fax. (0341) 553015 Malang 65145  
Kampus II : Jl. Raya Karanglo, Km 2 Telp. (0341) 417838 Fax. (0341) 417834 Malang

LEMBAR PERSETUJUAN  
**JILID BUKU SKRIPSI**

Sesuai hasil kesepakatan kami, mahasiswa sebagai berikut :

Nama : HENDRIK. OHOLOWUN  
NIM : 01 21. 074  
Judul Skripsi : HUBUNGAN KARAKTERISTIK KONSUMEN TERHADAP PERSEPSI KUALITAS FASILITAS UMUM R DI PASAR MEKJOSARI

Tanggal Ujian Skripsi : .....

dinyatakan LAYAK untuk dijilid menjadi **BUKU LAPORAN SKRIPSI** dengan catatan sebagai berikut:

---

---

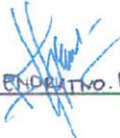
---

---

Pembimbing I

  
AGUS WITALAKSANA, ST, MTP

Pembimbing II

  
ENDRATNO. BUDI. S, ST, MT





PT. BNI (PERSERO) MALANG  
BANK NIAGA MALANG

PERKUMPULAN PENGELOLA PENDIDIKAN UMUM DAN TEKNOLOGI NASIONAL MALANG  
**INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG**

FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN  
PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER TEKNIK

Kampus I : Jl. Bendungan Siguro-guro No. 2 Telp. (0341) 551431 (P-umtng), Fax. (0341) 553015 Malang 65145  
Kampus II : Jl. Raya Karanglo, Km 2 Telp. (0341) 417636 Fax (0341) 417334 Malang

LEMBAR PERSETUJUAN  
**UJIAN SKRIPSI**

Sesuai hasil kesepakatan kami, mahasiswa sebagai berikut :

Nama : HENDRIK OHOIWUTUN  
NIM : 01.24.074  
Judul Skripsi : HUBUNGAN KARAKTERISTIK KONSUMEN TERHADAP  
PERSEPSI KUALITAS FASILITAS UMUM PASAR MERJOSARI

Tanggal Seminar Hasil Skripsi : .....

dinyatakan LAYAK untuk diajukan UJIAN SKRIPSI dalam bentuk "Buku Hitam", dengan catatan sebagai berikut:

Pembimbing I

  
AGUNG. WITJAMSONO, ST, MTD

Pembimbing II

  
ENDRATNO. BUDI. S, ST, MT

DAFTAR ABSENSI MENGIKUTI  
**UJIAN SKRIPSI / SIDANG KOMPREHENSIF**  
 JURUSAN TEKNIK PLANOLOGI / PWK



Nama Mahasiswa : HENDRIKUS. P.O  
 NIM : 01. 24. 074.

NO.	NAMA MAHASISWA & NIM	JUDUL SKRIPSI	TTD PENGUJI
1.	ARDANES. R.W 01. 24. 080	Penataan Pkl. pada koridor jalan saebarna-hatta Malang	1. 2. 3.
2.	DIAN ATU PARAMITA 08. 24. 032	TINGKAT PARTISIPASI masyarakat di kampung Lorotan, kel. kota lama KOTA MALANG	1. 2. 3.
3.	BERNIKE ABEDNEGO 04. 24. 026	IDENTIFIKASI, PEMBERDAYAAN MASYARAKAT NELAYAN DALAM UPAYA KONSERVASI PENNU DI KAWASAN LAUT	1. 2. 3.
4.	IRVA MIRMALA S 07. 24. 063	IDENTIFIKASI ELEMEN 2 Pembentuk Ruang Permukiman Masyarakat suku Tengger Desa ngadas brasi Religi	1. 2. 3.
5.	ALVINO RATU 06. 24.	ARAHAN PERBANKAN Permukiman nelayan di Sankon Kabupaten Ende.	1. 2. 3.

Mengetahui  
 Sekretaris Jurusan

Arief Setiawan, ST, MTP