

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Pengertian Pasar

Beberapa definisi dan pengertian pasar yang digunakan antara lain:

- A. Menurut Budi Sinulingga (1999:35-36), secara umum pasar dapat ditinjau dari dua segi utama, yaitu segi sosial ekonomi dan fisik.
  1. Berdasarkan segi sosial ekonomi, pasar dapat dibedakan pengertiannya baik secara kultural, administrasi dan fungsi, yaitu:
    - a. Pengertian pasar secara kultural adalah tempat kegiatan perdagangan eceran berbagai jenis barang dan jasa tanpa memandang apakah tempat tersebut disediakan secara resmi atau tidak oleh pemerintah setempat.
    - b. Pengertian secara administrasi, pasar adalah tempat perdagangan eceran yang dibedakan atas pasar resmi dan tidak resmi. Pasar resmi ditetapkan pemerintah kota berdasarkan surat keputusan kepala daerah setempat, sedangkan pasar tidak resmi, tidak diakui secara hukum, namun diakui adanya (*de facto*). Dan pasar-pasar tersebut secara tetap ditarik pajak kota (retribusi).
    - c. Pengertian pasar secara fungsi adalah sebagai berikut:
      - Tempat berbelanja barang-barang kebutuhan pokok yang dibutuhkan oleh penduduk secara keseluruhan.
      - Tempat bekerja (berdagang) dan memberikan pendapatan kepada pedagang.
      - Fasilitas perkotaan yang memberikan pendapatan bagi pemerintah kota.
  2. Pengertian pasar secara fisik adalah sebagai berikut:
    - a. Suatu lapangan atau peralatan yang sebagian beratap dengan peraturan dan ketentuan pemerintah setempat.
    - b. Pemusatan beberapa pedagang tetap dan tidak tetap yang terdapat pada suatu ruangan terbuka, atau ruangan tertutup atau pada suatu tepi jalan. Selanjutnya pengelompokan para pedagang eceran baik bangunan temporer, semi permanen maupun permanen.
    - c. Suatu bangunan yang terdiri atas beberap jenis ruangan pasar yang berfungsi sebagai tempat untuk mendagangkan barang-barang kebutuhan penduduk. Dimana ruangan-ruangan pasar tersebut dapat dibedakan atas toko, kios, los dan pelataran.

- B. Menurut Peraturan Walikota Malang Nomor 23 Tahun 2005 pasal 1 ayat 5, pasar daerah yang selanjutnya disebut pasar merupakan pasar yang dibuat, diselenggarakan dan dikelola oleh Pemerintah Daerah pada lahan atau tanah milik Pemerintah Daerah.
- C. Menurut Ma'ruf (2006:4), pasar memiliki tiga arti, yakni:
- 1) Pasar dalam arti tempat, yaitu tempat bertemunya para penjual dan pembeli.
  - 2) Pasar dalam arti interaksi permintaan dan penawaran, contohnya tidak lagi hanya berupa adanya pembeli dan penjual, tetapi juga adanya kebutuhan dan pasokan barang atau jasa seperti dalam istilah pasar modal dimana jual beli saham.
  - 3) Pasar dalam arti sekelompok anggota masyarakat yang memiliki kebutuhan dan daya beli. Dimana pasar memiliki pengertian adalah orang-orang yang menginginkan sesuatu barang dan ada kemampuan untuk membelinya.

## 2.2 Ciri-ciri Pasar

Pasar yang berfungsi sebagai pusat kota memiliki karakteristik sebagai berikut:

- A. Terletak di daerah atau kawasan pusat kota
- B. Pasar dengan skala pelayan kota
- C. Sebagai tempat untuk melakukan transaksi jual beli oleh para pedagang yang menjual barang dari hasil daerahnya (baik dari wilayah kotamadya maupun dari wilayah luar kotamadya atau wilayah kabupaten) dengan para pedagang yang berjualan di pasar besar (barang yang diperjual belikan itu, misalnya ikan, sayur-sayuran, buah-buahan dan lain-lain). Transaksi jual beli tersebut dilakukan pada waktu tertentu, yang dilakukan mulai dari sore dan malam hari.
- D. Kegiatan yang dilakukan pada pagi harinya adalah sebagai tempat untuk melakukan jual beli para pedagang pasar kepada para konsumen yang membutuhkan, baik itu bersifat eceran atau pun bersifat kulakan, yaitu membeli dalam jumlah yang banyak untuk dijual lagi di daerahnya.
- E. Tempat untuk menampung para pedagang kaki lima.
- F. Tempat yang menampung sekelompok toko-toko, los, kios dan kantor pasar serta dilengkapi dengan sarana perpikiran.

Sumber: Budi Sinulingga (1999:36)

### 2.2.1 Klasifikasi jenis pasar

A. Pasar diklasifikasikan menjadi lima jenis, yakni:

1. Pasar krempyeng

Pasar krempyeng merupakan pasar dengan skala pelayanan komunitas RT, RW atau  $\pm$  250-750 pembeli. Barang dagangan yang dijual adalah barang kebutuhan pokok sehari-hari (kebutuhan pangan). Pasar ini memiliki luas 0,05-0,07 ha dengan jumlah pedagang antara 100-150 orang dan umumnya merupakan tempat penampungan para pedagang kaki lima.

2. Pasar kelurahan atau kelas III

Pasar ini disebut juga pasar kelas III, dengan fungsi utama melayani kebutuhan masyarakat dalam kawasan setingkat kelurahan. Skala pelayanannya umumnya sekitar radius 1.000 m, dengan kapasitas pelayanan 10.000-20.000 jiwa. Barang yang diperdagangkan adalah barang-barang kebutuhan pangan (kebutuhan primer), meliputi pula barang-barang kebutuhan sekunder. Luas pasar ini antara 0,2-0,3 ha, dengan jumlah pedagang antara 250-300 orang. Skala dan sirkulasi usaha relatif kecil.

3. Pasar distrik atau kelas II

Pasar distrik atau disebut juga pasar kelas II memiliki radius pelayanan sekitar 1 kecamatan tertentu atau dengan kapasitas pelayanan sekitar 50.000-75.000 jiwa. Lokasi jual beli berada di tepi jalan utama. Barang-barang yang ditawarkan relatif lengkap, dengan jumlah pedagang antara 300-500 orang. Luas pasar ini antara 0,6-1,5 ha, termasuk areal parkir yang cukup luas untuk menampung kendaraan pembeli maupun sarana angkutan umum.

4. Pasar kota

Pasar kota yang umumnya lokasinya berada di pusat kota, sehingga dekat dengan daerah perdagangan serta tidak jauh pula dari tempat-tempat permukiman penduduk kota yang tingkat sosial ekonominya berada pada tingkat menengah ke atas. Barang-barang yang dominan diperdagangkan adalah barang-barang kebutuhan sehari-hari serta sebagian barang kebutuhan sekunder. Luas pasar kota antara 1,0-2,5 ha, dengan kapasitas jumlah pedagang sekitar 1.000-2.500 orang.

5. Pasar utama atau regional

Pasar utama merupakan pasar dengan skala usaha yang paling besar. Jangkauan pelayanan tidak hanya sebatas pada masyarakat dalam kota, tapi menyeberangi

batas-batas kota bahkan sampai luar pulau. Pasar ini memiliki luas antara 5-6 ha, dengan kapasitas pedagang antara 2.000-4.000 orang.

Sumber: Pamoentjak (1990:12-14)

B. Pasar dapat dibedakan menjadi berbagai macam, yang meliputi:

1. Dilihat dari barang yang diperjualbelikan:

a) Pasar barang

Dalam hal ini yang diperjualbelikan adalah barang-barang keperluan hidup manusia, misalnya tekstil, makanan, kosmetik dan lain-lain. Karena itu maka terdapat istilah pasar beras, pasar tekstil, pasar tembakau dan lain-lain.

b) Pasar tenaga kerja

Pada pasar ini buruh berhubungan dengan orang atau badan yang membutuhkan tenaganya demi mendapatkan sejumlah upah tertentu dari bermacam-macam pekerjaan.

c) Pasar uang dan pasar modal

Pasar uang dan pasar modal sangat diperlukan oleh para pengusaha untuk menunjang dan meningkatkan produksi atau kegiatan usahanya.

2. Dilihat dari waktu yang terjadi:

a) Pasar harian, adalah pasar yang diselenggarakan setiap hari. Contoh dari pasar harian adalah pasar sehari-hari yang ada di masyarakat, biasanya menyediakan kebutuhan sehari-hari.

b) Pasar mingguan, adalah pasar yang dilaksanakan satu minggu sekali.

c) Pasar bulanan, adalah pasar yang dilaksanakan satu kali dalam satu bulan, biasanya menjual barang-barang kerajinan.

d) Pasar tahunan, adalah pasar yang dilaksanakan satu kali dalam satu tahun, biasanya sambil memperkenalkan produk baru atau pameran-pameran.

3. Dilihat dari motif pembelian:

a) Pasar konsumen, sekelompok pembeli yang membeli barang-barang untuk dikonsumsi, bukan untuk dijual atau diproses lebih lanjut. Termasuk dalam pasar konsumen adalah pembeli-pembeli individual dan atau pembeli rumah tangga (non bisnis).

b) Pasar produsen atau pasar industri atau pasar bisnis, adalah suatu pasar yang terdiri atas individu-individu dan organisasi yang memperoleh atau membeli barang-barang dengan maksud untuk dijual lagi atau disewakan agar mendapat laba.

- c) Pasar pemerintah, adalah pasar dimana terdapat lembaga-lembaga pemerintahan, seperti departemen-departemen, direktorat, kantor-kantor dinas dan instansi lain.
- d) Pasar internasional, meliputi beberapa atau semua negara di dunia. Barang yang dibeli oleh pasar internasional dapat berupa barang dan jasa konsumsi maupun industri.

Sumber: Pamoentjak (1990:14-17)

### 2.2.2 Tempat berjualan di pasar

Secara umum jenis tempat berjualan yang terdapat di lokasi pasar dapat dibedakan atas toko, kios, jongko, los dan pelataran. Dimana masing-masing mempunyai ciri-ciri tersendiri baik ditinjau dari letaknya maupun kualitas bangunannya.

- A. Toko, merupakan suatu ruangan dengan kondisi permanen (tembok) di bawah satu atap dengan lantai pengerasan dan letaknya menghadap ke luar pasar atau di pinggir jalan. Atau berada pada jalan utama untuk masuk dan keluar pasar. Luas toko umumnya minimal 2 x 3 m.
- B. Kios, merupakan suatu ruangan yang tertutup di bawah atap dengan kualitas bangunan (permanen) tembok atau jenis permanen (setengah tembok) dengan lantai pengerasan, dan letaknya berada didalam pasar atau di pinggir jalan utama pasar. Luas kios umumnya maksimal sebesar 2 x 2,5 m.
- C. Jongko, secara umum kondisi ruang kios dan jongko hampir sama, bedanya terletak pada dinding pemisah dan lantai pengerasan. Dimana jongko mempunyai ciri seperti dinding pemisah terdiri dari papan-papan pemisah terdiri dari papan-papan dengan lantai tidak pengerasan (tanah). Luas jongko dapat dikatakan hampir sama dengan kios.
- D. Los, merupakan ruang-ruang yang dibawah atap yang dibagi atas ruang-ruang yang dibatasi atau disekat dinding relatif rendah atau tidak dibatasi. Dan ruang-ruang tersebut disebut dengan meja-meja. Letak lantai dapat berupa pengerasan atau tidak seperti 20 x 6 m; 40 x 20 m dan lain-lain.
- E. Pelataran, merupakan ruang-ruang terbuka, tidak beratap dengan lantai tidak berupa pengerasan (tembok) atau tidak dimana para pedagang ekonomi lemah dapat secara bebas dan teratur memperdagangkan barang dagangannya. Pada umumnya letak pelataran berada di samping atau di belakang pasar.

Sumber: Budi Sinulingga (1999:38-39)

### 2.2.3 Fasilitas penunjang pasar dan pelayanannya

- a) Fasilitas penunjang yang perlu disediakan di pasar meliputi sarana dan prasarana yang berkaitan pemenuhan kebutuhan konsumen pasar, diantaranya: (1) stan, (2) los, (3) tempat parkir, (4) selokan, (5) MCK (mandi, cuci, kakus), (6) pos keamanan dan informasi, (7) kantor, (8) jalan dalam pasar, (9) tempat bongkar muat, (10) listrik, (11) air bersih, (12) musholla, (13) tempat istirahat dan makan, serta (14) tempat sampah (Suroto, 1983:4).
- b) Faktor penentu atau yang digunakan untuk persepsi dari tingkat pelayanan Pasar Baru menurut tingkat kepentingan dan kepuasan masyarakat pengguna pasar baik pedagang maupun pembeli (*Review Feasibility Study Penataan Pasar Baru Kota Probolinggo*, 2008 : III – 5-6):

| No | Keterangan   |
|----|--|
| 1  | Pengaturan Ruang Pasar <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pembagian blok dagang (lokasi)</li> <li>▪ Pembagian blok berdasarkan jenis barang</li> <li>▪ Peletakan tempat pembuangan sampah</li> <li>▪ Peletakan toilet</li> <li>▪ Peletakan mushola</li> <li>▪ Pintu masuk</li> <li>▪ Sirkulasi dagang</li> <li>▪ Lokasi bongkar barang</li> <li>▪ Lokasi parkir</li> </ul> |
| 2  | Fasilitas Pasar <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Air bersih</li> <li>▪ Saluran limbah</li> <li>▪ Penanganan sampah (waktu dan proses pengambilan)</li> <li>▪ Penerangan</li> <li>▪ Luas bedak atau los</li> <li>▪ Musholla</li> </ul>  |
| 3  | Sistem Transportasi <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sistem parkir</li> <li>▪ Sistem sirkulasi kendaraan</li> <li>▪ Sistem bongkar barang</li> <li>▪ Kebersihan lingkungan pasar</li> </ul>  |

- c) Standarisasi pasar berdasarkan Peraturan Daerah Kota Jambi Nomor 6 Tahun 2006 tentang Pengelolaan Pasar pasal 5 ayat 2 adalah: (a) jalan masuk dan keluar bagi kendaraan bermotor; (b) jalan atau lorong atau lalu lintas barang dan atau orang dalam pasar; (c) tempat parkir; (d) posko keamanan; (e) tempat penampungan sampah sementara; (f) toko atau kios, los, pelataran dan bangunan lain yang sah; (g) alat pemadam kebakaran; (h) papan nama pasar; (i) tempat ibadah; (j) tempat mandi, cuci dan kakus; (k) instalasi pengolahan air limbah; (l) unit pengelola pasar; (m) instalasi listrik sesuai standar PLN.

Berdasar berbagai macam uraian mengenai fasilitas dan pelayanan pasar tradisional di atas, maka fasilitas dan pelayanan pasar yang akan dibahas dalam penelitian Arahan Penataan Pasar Kebalen Kota Malang meliputi:

Tabel 2.1 Fasilitas dan Pelayanan Pasar

| No | Keterangan  |
|----|---|
| 1  | Tempat jualan (stan, los, kios, pelataran dan bangunan lain yang sah) <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ketersediaan tempat jualan</li> <li>▪ Kondisi tempat jualan</li> <li>▪ Pembagian ruang jualan berdasarkan jenis dagangan</li> </ul>  |
| 2  | Bangunan pasar <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kondisi bangunan pasar</li> <li>▪ Kondisi pencahayaan</li> <li>▪ Ketersediaan ventilasi</li> </ul>  |
| 3  | Toilet <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ketersediaan toilet</li> <li>▪ Peletakan toilet</li> <li>▪ Kondisi toilet (kebersihan)</li> </ul>   |
| 4  | Kebersihan <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ketersediaan tempat sampah</li> <li>▪ Peletakan tempat sampah</li> <li>▪ Kondisi tempat sampah</li> <li>▪ Kondisi lingkungan pasar (kebersihan)</li> <li>▪ Ketersediaan petugas kebersihan</li> <li>▪ Partisipasi pedagang dan pembeli dalam menjaga kebersihan</li> </ul>  |
| 5  | Sirkulasi <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kondisi jalur sirkulasi (pencapaian) menuju kawasan pasar</li> <li>▪ Kondisi jalur sirkulasi dalam pasar (lorong atau selasar untuk lalu lintas orang dan barang)</li> <li>▪ Kecukupan ruang parkir</li> <li>▪ Ketersediaan dan kecukupan ruang bongkar muat</li> <li>▪ Jumlah (ketersediaan) pintu masuk</li> </ul>   |
| 6  | Keamanan <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ketersediaan pos keamanan</li> <li>▪ Peletakan pos keamanan</li> <li>▪ Kondisi pos keamanan</li> <li>▪ Ketersediaan petugas keamanan</li> <li>▪ Peletakan pintu masuk</li> </ul>  |
| 7  | Utilitas <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ketersediaan listrik (penerangan)</li> <li>▪ Ketersediaan telepon</li> <li>▪ Ketersediaan air bersih</li> <li>▪ Ketersediaan drainase</li> <li>▪ Kondisi drainase</li> <li>▪ Ketersediaan saluran sanitasi</li> <li>▪ Kondisi saluran sanitasi</li> <li>▪ Ketersediaan hidran (alat pemadam kebakaran)</li> <li>▪ Peletakan hidran</li> <li>▪ Kondisi hidran</li> </ul> |
| 8  | Tempat ibadah (musholla) <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ketersediaan musholla</li> <li>▪ Peletakan musholla</li> <li>▪ Kondisi musholla</li> </ul>  |
| 9  | Kantor pengelola <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ketersediaan kantor pengelola</li> <li>▪ Peletakan kantor pengelola</li> <li>▪ Kondisi kantor pengelola</li> </ul>  |
| 10 | Papan nama pasar <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ketersediaan papan nama pasar</li> <li>▪ Peletakan papan nama pasar</li> <li>▪ Kondisi papan nama pasar</li> </ul>  |

Sumber: Hasil Analisis 2009

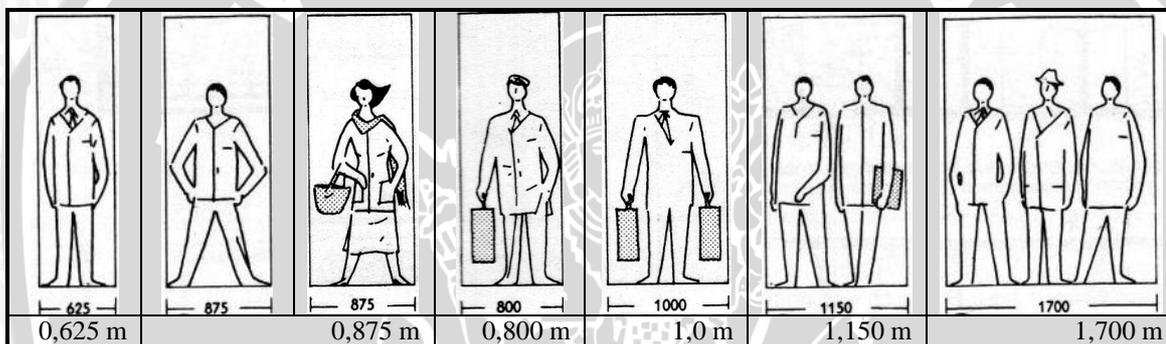
## 2.3 Tinjauan Penataan Ruang

### 2.3.1 Tinjauan sistem sirkulasi

Untuk dapat mengoptimalkan ruang dalam bangunan yang memperhatikan pula standar kebutuhan ruang untuk menunjang kenyamanan dalam melakukan aktivitas, maka diperlukan tinjauan mengenai standar sirkulasi untuk manusia. Untuk Pasar Kebalen yang memiliki jumlah lantai lebih dari satu, maka diperlukan tinjauan mengenai sistem sirkulasi horisontal dan sistem sirkulasi vertikal.

#### A. Sistem sirkulasi horisontal

Ruang sirkulasi horisontal mencakup antara lain koridor-koridor di dalam bangunan yang dapat berupa lobi dan selasar untuk pejalan kaki. Untuk dapat menentukan standar minimum sirkulasi dapat digunakan standar kebutuhan ruang manusia, meliputi:

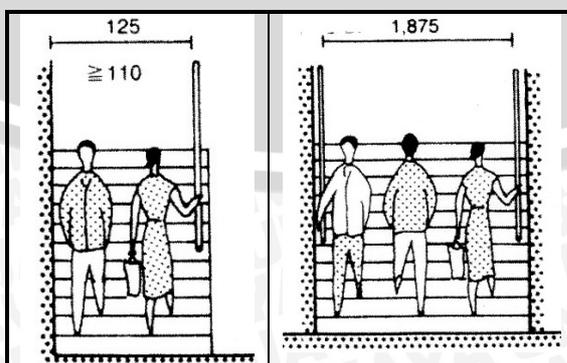


Gambar 2.1 Standar Penentuan Lebar Sirkulasi Horisontal

Sumber: Neufert (I), 1996:27

#### B. Sistem sirkulasi vertikal

Ukuran lebar tangga yang merupakan salah satu bentuk prasarana untuk sirkulasi secara vertikal pada umumnya adalah sebesar 22 inchi atau 55,9 cm. Namun, untuk lebar tangga yang memungkinkan dua orang untuk berjalan bersama dalam satu tangga adalah sebesar 125 cm atau  $\geq 110$  cm.

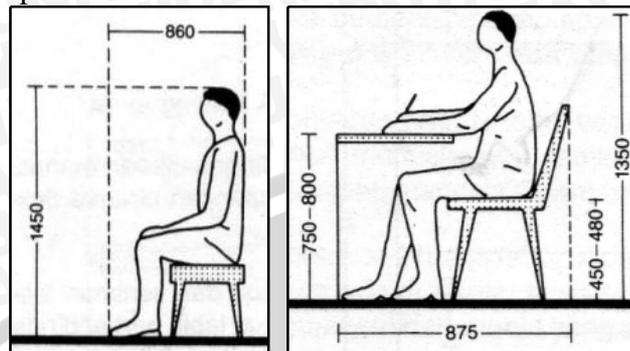


Gambar 2.2 Standar Kebutuhan Ruang Sirkulasi Vertikal

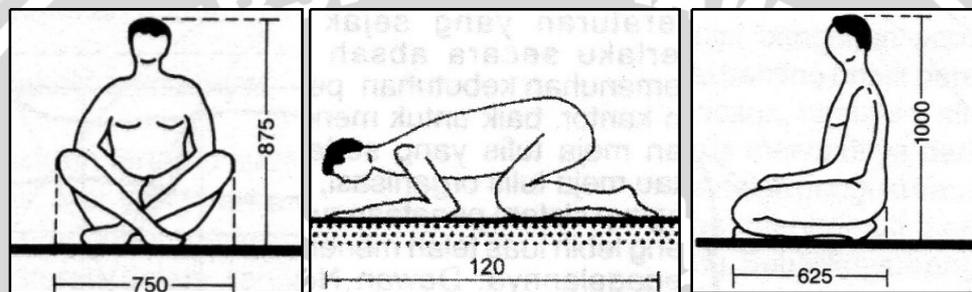
Sumber: Neufert (I), 1996:175

### 2.3.2 Tinjauan standar kebutuhan ruang

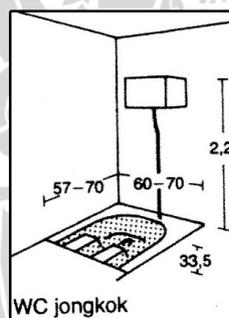
Beberapa standar ruang yang akan digunakan dalam analisis kebutuhan ruang di Pasar Kebalen, meliputi:



Gambar 2.3 Standar Kebutuhan Ruang pada Kursi Kerja  
Sumber: Neufert (I), 1996:26



Gambar 2.4 Standar Ruang Aktivitas Shalat  
Sumber: Neufert (I), 1996:26



Gambar 2.5 Standar Ukuran Kloset Jongkok  
Sumber: Neufert (I), 1996:221

## 2.4 Tinjauan Persepsi

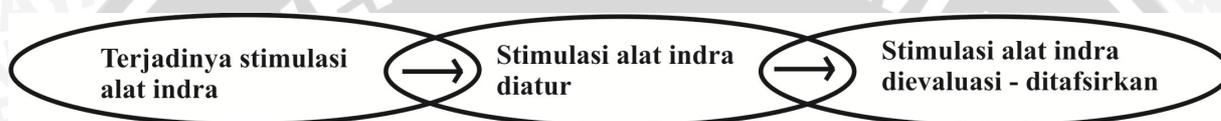
### 2.4.1 Pengertian persepsi

Secara etimologis, persepsi atau dalam Bahasa Inggris *perception*, berasal dari Bahasa Latin *perceptio*; dari *percipere*, yang artinya menerima atau mengambil (Sobur, 2009:445). Menurut Leavitt dalam Sobur, persepsi dalam arti sempit ialah penglihatan, bagaimana cara seseorang melihat sesuatu; sedangkan dalam arti luas ialah pandangan atau pengertian, yaitu bagaimana seseorang memandang atau mengartikan sesuatu. Menurut Pareek dalam Sobur, persepsi dapat didefinisikan sebagai proses menerima,

menyeleksi, mengorganisasikan, mengartikan, menguji dan memberikan reaksi kepada rangsangan panca indra atau data.

#### 2.4.2 Proses persepsi

Persepsi, yakni apa saja yang dialami manusia, berawal dari alat sensor plus cara seseorang memperoleh informasi yang diterimanya. Meskipun banyak stimulus berbeda-beda yang sampai kepada kita tentang masalah yang sama, apa yang bisa kita hayati adalah terbatas pada saat-saat tertentu. Proses terjadinya persepsi dapat diilustrasikan dengan menjelaskan tiga langkah yang terlibat dalam proses tersebut, dimana tahap-tahap tersebut tidaklah saling terpisah benar. Dalam kenyataan, ketiganya bersifat kontinyu, bercampur baur dan bertumpang tindih satu sama lain (Sobur, 2009:448-449).



**Gambar 2.6 Proses Persepsi**

Sumber: De Vito dalam Sobur, 2009:449

#### 2.4.3 Faktor-faktor penentu persepsi

Faktor-faktor penentu persepsi menurut Pareek dalam Sobur, 2009:452-455, terdiri dari dua, yakni:

##### 1) Faktor *intern*

Dalam menyeleksi berbagai gejala untuk persepsi, faktor-faktor *intern* berkaitan dengan diri sendiri, yang meliputi: kebutuhan psikologis, latar belakang, pengalaman, kepribadian, sikap dan kepercayaan umum serta penerimaan diri.

##### 2) Faktor *ekstern*

Beberapa faktor yang dianggap penting pengaruhnya terhadap seleksi rangsangan, adalah:

###### a) Intensitas

Pada umumnya, rangsangan yang lebih intensif mendapatkan lebih banyak tanggapan daripada rangsangan yang kurang intens.

###### b) Ukuran

Pada umumnya, benda-benda yang lebih besar lebih menarik perhatian, karena barang yang lebih besar lebih cepat dilihat.

###### c) Kontras

Biasanya, hal-hal lain dari yang biasa kita lihat akan cepat menarik perhatian.

## d) Gerakan

Hal-hal yang bergerak, lebih menarik perhatian daripada hal-hal yang diam.

## e) Ulangan

Biasanya hal-hal yang berulang dapat menarik perhatian.

## f) Keakraban

Hal-hal yang akrab atau dikenal lebih menarik perhatian.

## g) Sesuatu yang baru

Faktor ini kedengarannya bertentangan dengan faktor keakraban. Akan tetapi, hal-hal baru juga dapat menarik perhatian.

## 2.5 IPA (*Importance Performance Analysis*)

*Importance Performance Analysis* adalah suatu metode analisis kombinasi antara atribut-atribut tingkat kepentingan dan persepsi terhadap kualitas pelayanan ke dalam bentuk dua dimensi. Hasil analisis meliputi empat saran berbeda berdasarkan ukuran tingkat kepentingan (*importance*) dan kualitas pelayanan (*performance*), yang kemudian dapat dipergunakan sebagai dasar untuk menetapkan strategi selanjutnya. Terdapat 2 buah variabel dalam penelitian ini, yaitu X dan Y, dimana X merupakan persepsi terhadap kualitas pelayanan sedangkan Y merupakan tingkat kepentingan. Secara umum langkah-langkah IPA adalah sebagai berikut: (Magal dan Levenburg 2005, dalam Setiawan, 2007:125)

- 1) Mengidentifikasi elemen-elemen atau aspek-aspek kritis yang akan dievaluasi.
- 2) Mengembangkan instrumen survei yang digunakan untuk mendapatkan penilaian tingkat kepentingan serta kinerja dari elemen-elemen atau aspek-aspek yang diperoleh di langkah pertama, salah satunya adalah dengan pembobotan. Untuk menentukan nilai, maka digunakan skala pengukuran, salah satunya adalah skala sikap, yakni skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial (Riduwan, 2003:12). Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi dimensi, dimensi dijabarkan menjadi sub variabel, kemudian sub variabel dijabarkan lagi menjadi indikator-indikator yang dapat diukur. Akhirnya indikator-indikator yang terukur tersebut dapat dijadikan titik tolak untuk membuat *item* instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan yang perlu dijawab oleh responden. Setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata sebagai berikut:

**Pernyataan Tingkat Kepuasan**

|                  |     |
|------------------|-----|
| Sangat memuaskan | = 5 |
| Memuaskan        | = 4 |
| Cukup memuaskan  | = 3 |
| Kurang memuaskan | = 2 |
| Tidak memuaskan  | = 1 |

**Pernyataan Tingkat Kepentingan**

|                |     |
|----------------|-----|
| Sangat penting | = 5 |
| Penting        | = 4 |
| Cukup penting  | = 3 |
| Kurang penting | = 2 |
| Tidak penting  | = 1 |

- 3) Menghitung nilai tingkat kesesuaian (Tki), dimana besarnya nilai Tki menggambarkan kepuasan responden terhadap kondisi Pasar Kebalen. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung tingkat kesesuaian adalah:

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} 100\% \dots\dots\dots (2.1)$$

Keterangan:

Tki : Tingkat kesesuaian

Xi : Skor penilaian persepsi

Yi : Skor penilaian kepentingan

Sumber: Martilla & James, 1977:77 dalam Supranto, 2001:239

Responden akan merasa puas apabila penilaian terhadap tingkat kepuasan sebanding dengan tingkat kepentingan yang diharapkan. Apabila nilai kesesuaian masing-masing atribut melebihi nilai kesesuaian rata-rata seluruh atribut maka responden dinilai sangat puas, sedangkan jika di bawah nilai kesesuaian rata-rata seluruh atribut menandakan bahwa atribut tersebut dianggap perlu ditingkatkan kualitasnya. Selanjutnya untuk mengetahui tingkat kepuasan responden (pedagang dan pembeli) secara keseluruhan terhadap kondisi Pasar Kebalen, maka nilai rata-rata tingkat kesesuaian masing-masing responden dijumlahkan kemudian dibagi dua. Dimana nilai kriteria puas atau tidaknya diperoleh dengan membuat interval nilai tingkat kesesuaian terendah sampai tertinggi, dimana interval dibuat dengan lima kriteria yaitu sangat puas, puas, cukup puas, kurang puas dan tidak puas.

- 4) Menghitung nilai rata-rata tingkat kepentingan serta kinerja masing-masing elemen yang ditujukan untuk mengetahui posisi masing-masing atribut pada diagram kartesius. Diagram kartesius dalam IPA merupakan suatu bangun yang dibagi menjadi empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik  $(\bar{X}, \bar{Y})$ , dimana  $\bar{X}$  merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepuasan terhadap seluruh atribut, sedangkan  $\bar{Y}$  adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan. Untuk rata-rata tingkat kepuasan akan digambarkan dengan nilai X, dan untuk rata-rata tingkat kepentingan akan digambarkan dengan nilai Y pada diagram kartesius. Adapun rumusnya adalah:

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n} \quad \dots\dots\dots (2.2)$$

Keterangan:

- n : jumlah responden
- X : nilai tingkat kepuasan responden
- $\bar{X}$  : rata-rata tingkat kepuasan responden
- Y : nilai tingkat kepentingan responden
- $\bar{Y}$  : rata-rata tingkat kepentingan responden

Sumber: Martilla & James, 1977:77 dalam Supranto, 2001:240

Selanjutnya menentukan batas objektif dalam pemetaan atribut pada diagram kartesius, yakni dengan rumus:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{K} \quad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{K} \quad \dots\dots\dots (2.3)$$

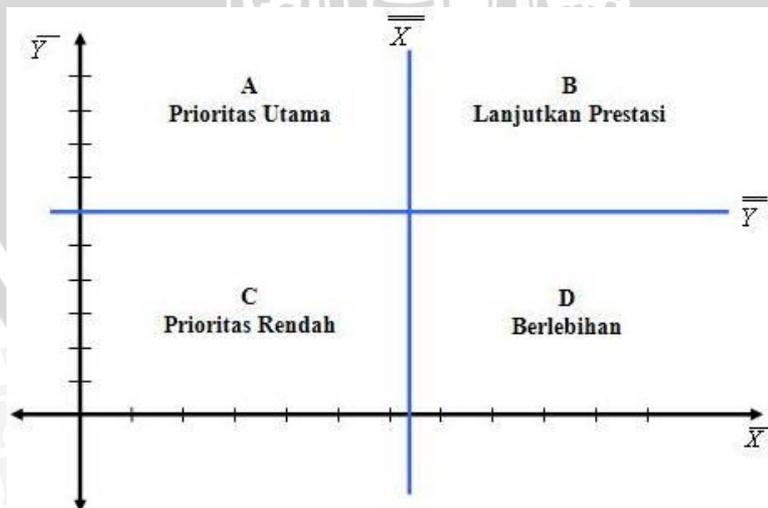
Nilai K merupakan banyaknya item yang dinilai responden

Sumber: Martilla & James, 1977:77 dalam Supranto, 2001:240

5) Rata-rata nilai tingkat kepentingan serta kinerja tersebut kemudian dimasukkan ke diagram kartesius, yang dapat dilihat pada gambar 2.7.

a) Kuadran I: *keep up the good work* (prioritas utama)

Kuadran ini memuat atribut-atribut yang dianggap penting tetapi pada kenyataannya atribut-atribut tersebut belum sesuai dengan harapan. Atribut-atribut yang terdapat dalam kuadran ini harus lebih ditingkatkan lagi kinerjanya agar dapat memuaskan.



**Gambar 2.7 Kuadran Importance-Performance**

Sumber: Martilla & James, 1977:78 dalam Supranto, 2001:241

b) Kuadran II: *possible overkill* (lanjutkan prestasi)

Atribut-atribut yang ada dalam kuadran ini menunjukkan bahwa atribut tersebut penting dan memiliki kinerja yang tinggi serta perlu dipertahankan prestasinya.

c) Kuadran III: *low priority* (prioritas rendah)

Atribut yang terdapat dalam kuadran ini dianggap kurang penting dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Peningkatan terhadap atribut yang masuk dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan sangat kecil.

d) Kuadran IV: *concentrate here* (berlebihan)

Kuadran ini memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting dan dirasakan terlalu berlebihan. Peningkatan kinerja pada atribut-atribut yang terdapat pada kuadran ini hanya akan menyebabkan terjadi pemborosan.

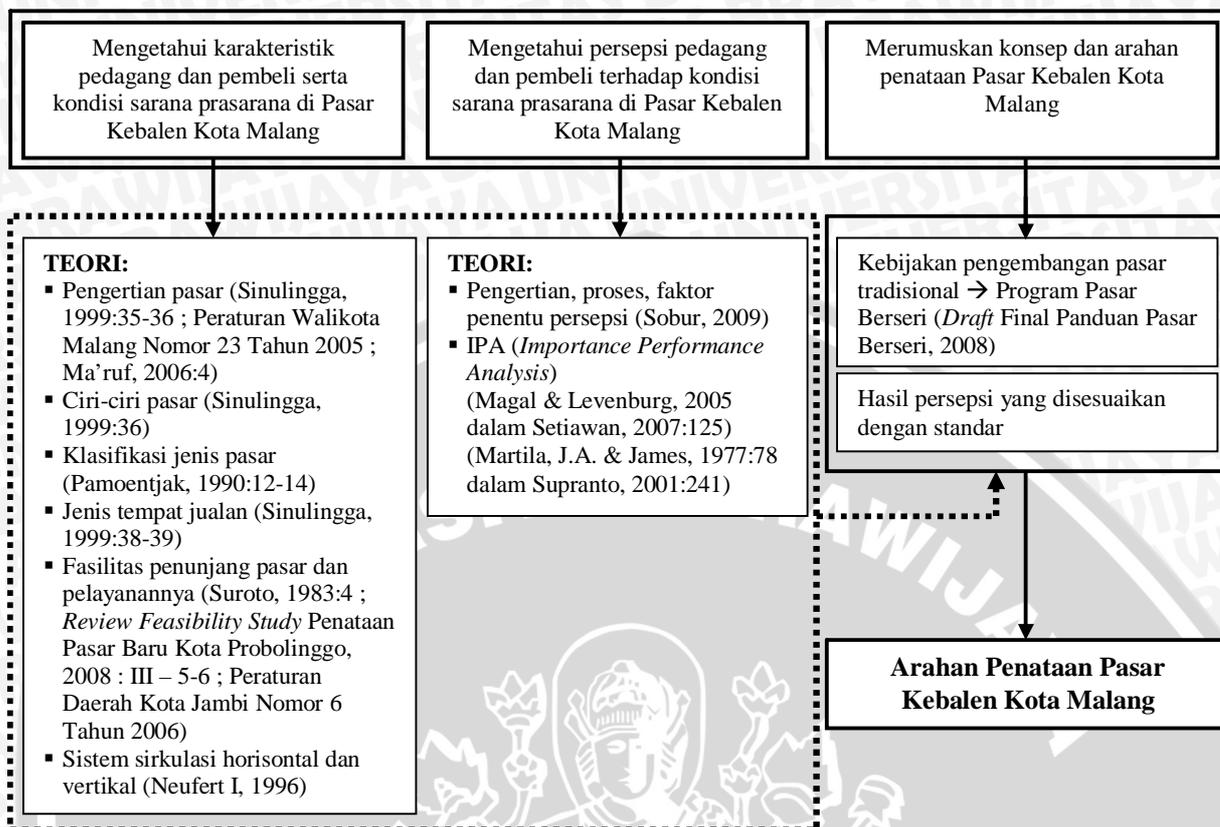


## 2.6 Studi Terdahulu

| No | Keterangan   | Tujuan   | Variabel  | Metode Analisis  | Output   | Perbedaan dengan Studi   |
|----|--|--|---|--|--|--|
| 1  | Studi Tingkat Pelayanan Pasar Kepanjen<br>Dwi Retno Susanty<br>(9801060567-66)                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>Identifikasi karakteristik aktivitas perdagangan</li> <li>Identifikasi tingkat pelayanan fasilitas perdagangan</li> <li>Identifikasi hubungan antara jarak jangkauan dengan aktivitas berbelanja</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li><i>Demand</i></li> <li><i>Supply</i></li> <li>Jarak</li> <li>Aktivitas berbelanja</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Analisis deskriptif</li> <li>Analisis evaluatif (korelasi)</li> </ul>                                 | Identifikasi tingkat pelayanan Pasar Kepanjen dilihat dari hubungan jarak jangkauan dengan aktivitas berbelanja masyarakat | <ul style="list-style-type: none"> <li>Identifikasi karakteristik pasar dan karakteristik pelaku aktivitas yang mempengaruhi kesemrawutan di Pasar Kebalen</li> <li>Arahan penataan Pasar Kebalen</li> </ul> |
| 2  | Persepsi Masyarakat Terhadap Pelayanan Fasilitas Pasar Kota Batu<br>Eva Yunei Linda<br>(0210660021-66) | <ul style="list-style-type: none"> <li>Identifikasi kondisi pelayanan fasilitas Pasar Kota Batu</li> <li>Perbaikan pelayanan fasilitas Pasar Kota Batu berdasarkan persepsi masyarakat</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Kondisi fasilitas</li> <li>Kenyamanan fasilitas</li> <li>Keamanan fasilitas</li> <li>Pencapaian terhadap lokasi fasilitas</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Analisis deskriptif</li> <li>Analisis evaluatif (IPA) dan <i>Independent Sample T-Test</i></li> </ul> | Perbaikan pelayanan fasilitas Pasar Kota Batu berdasarkan persepsi masyarakat  | Penataan Pasar Kebalen dengan mengomparasikan antara persepsi pengguna dengan standar ruang.   |
| 3  | Peremajaan Pasar Induk Batu<br>Dendie Yunanda Rizki<br>(9601060435-65)                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>Perbaikan fisik pasar akibat peristiwa kebakaran</li> <li>Perbaikan kualitas kegiatan perdagangan</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Tata ruang</li> <li>Sirkulasi manusia didalamnya</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Analisis evaluatif berdasarkan standar ruang</li> </ul>   | Pembangunan kembali Pasar Induk Batu sebagai upaya peningkatan kualitas perdagangan  | Penggunaan metode IPA sebagai bentuk upaya partisipatif dari pelaku aktivitas dalam penataan pasar.  |

Sumber: Hasil Analisis 2009

## 2.7 Kerangka Teori



Gambar 2.8 Kerangka Teori Penelitian