

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Pengertian Pasar

Menurut William J. Stanton pada tahun 1993 yang mengatakan bahwa pasar adalah sekumpulan orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk belanja, dan kemauan untuk membelanjakan. Menurut Keputusan Menteri Perdagangan dan Perindustrian No. 23/MPP/KEP/1/1998, pengertian pasar adalah tempat bertemunya pihak penjual dan pembeli untuk melaksanakan transaksi dimana proses jual beli terbentuk, yang menurut kelas mutu pelayanan dapat digolongkan menjadi Pasar Tradisional dan Pasar Modern, dan menurut sifat pendistribusinya dapat digolongkan menjadi Pasar Eceran dan Pasar Perkulakan / grosir. Berdasarkan SNI 8152:2015 pasar adalah lembaga ekonomi tempat bertemunya pembeli dan penjual, baik secara langsung maupun tidak langsung berupa pusat perbelanjaan, pasar rakyat, pertokoan, mall, plasa, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya untuk melakukan transaksi perdagangan.

Dengan disahkannya Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, istilah Pasar Tradisional berubah penyebutannya menjadi Pasar Rakyat, sehingga berdasarkan SNI 8152:2015 pasar rakyat adalah pasar dengan lokasi tetap yang berupa sejumlah toko, kios, los, dan bentuk lainnya dengan pengelolaan tertentu yang menjadi tempat jual beli dengan proses tawar-menawar. Menurut Lilananda (1997), pasar sebagai perusahaan daerah digolongkan menurut beberpa hal, yakni menurut jenis kegiatannya, menurut lokasi dan kemampuan pelayannya, menurut waktu kegiatannya, dan menurut status kepemilikannya.

1. Menurut jenis kegiatannya, pasar digolongkan menjadi tiga jenis:
  - a. Pasar eceran, yaitu pasar dimana terdapat permintaan dan penawaran barang secara eceran.
  - b. Pasar grosir, yaitu pasar dimana terdapat permintaan dan penawaran dalam jumlah besar.
  - c. Pasar induk, yaitu pasar yang lebih besar dari pasar grosir, merupakan pusat pengumpulan dan penyimpanan bahan-bahan pangan untuk disalurkan ke grosir-grosir dan pusat pembelian

2. Menurut lokasi dan kemampuan pelayanannya, pasar digolongkan menjadi lima jenis:
  - a. Pasar regional, yaitu pasar yang terletak di lokasi yang strategis dan luas, bangunan permanen, dan mempunyai kemampuan pelayanan meliputi seluruh wilayah kota bahkan sampai luar kota, serta barang yang diperjual belikan lengkap dan dapat memenuhi kebutuhan masyarakatnya.
  - b. Pasar kota, yaitu pasar yang terletak di lokasi yang strategis dan luas, bangunan permanen, dan mempunyai kemampuan pelayanan meliputi seluruh wilayah kota, serta barang yang diperjual belikan lengkap. Melayani 200.000-220.000 penduduk, yang termasuk pasar ini adalah pasar induk, dan pasar grosir.
  - c. Pasar wilayah (distrik), yaitu pasar yang terletak di lokasi yang cukup strategis dan luas, bangunan permanen, dan mempunyai kemampuan pelayanan meliputi seluruh wilayah kota, serta barang yang diperjual belikan cukup lengkap. Melayani sekitar 50.000-60.000 penduduk. Yang termasuk pasar ini adalah pasar eceran, pasar khusus, dan pasar induk.
  - d. Pasar lingkungan, yaitu pasar yang terletak di lokasi yang strategis, bangunan permanen/semi permanen, dan mempunyai pelayanan meliputi lingkungan pemukiman saja, serta barang yang diperjual belikan kurang lengkap. Melayani 10.000-15.000 penduduk. Yang termasuk pasar ini adalah pasar eceran.
  - e. Pasar khusus, yaitu pasar yang terletak di lokasi yang strategis, bangunan permanen/semi permanen, dan mempunyai kemampuan pelayanan meliputi wilayah kota, serta barang yang diperjual belikan terdiri dari satu macam barang khusus, seperti pasar bunga, pasar burung, atau pasar hewan.
3. Menurut waktu kegiatannya, pasar digolongkan menjadi empat jenis:
  - a. Pasar siang hari, yang beroperasi dari pukul 04.00-16.00
  - b. Pasar malam hari, yang beroperasi dari pukul 16.00-04.00
  - c. Pasar siang malam, yang beroperasi 24 jam nonstop.

- d. Pasar darurat, yaitu pasar yang menggunakan jalanan umum atau tempat umum tertentu atas penetapan Kepala Daerah dan ditiadakan pada saat peringatan hari-hari tertentu. Contohnya: Pasar Maulud, Pasar Murah Idul fitri, dan sebagainya.
4. Menurut status kepemilikannya, pasar digolongkan menjadi tiga jenis:
    - a. Pasar pemerintah, yaitu pasar yang dimiliki dan dikuasai oleh pemerintah pusat maupun daerah.
    - b. Pasar swasta, yaitu pasar yang dimiliki dan dikuasai oleh badan hukum yang diijinkan oleh pemerintah daerah.
    - c. Pasar liar, yaitu pasar yang aktivitasnya diluar pemerintah daerah, yang kehadirannya disebabkan karena kurangnya fasilitas perpasaran yang ada dan letak pasar yang tidak merata, biasanya dikelola oleh perorangan/ketua RW. Pasar liar ini dibagi tiga berdasarkan penanggungjawabannya, yakni pasar perorangan, pasar RW dan pasar desa.

Jadi Pasar Tugu Simpang Lima Gumul Kabupaten Kediri merupakan tempat bertemunya pembeli dan penjual, baik secara langsung maupun tidak langsung berupa pasar rakyat dimana terdapat permintaan dan penawaran secara eceran, sedangkan berdasarkan lokasi dan kemampuan merupakan pasar khusus yang menjual satu macam jenis dagangan. Untuk waktu Pasar Tugu termasuk dalam pasar malam karena beroperasi pada malam hari dan status kepemilikannya adalah kepemilikan pemerintah.

### 2.1.1 Standar

Standar yang digunakan adalah Standar Nasional Indonesia (SNI) 8152:2015 tentang pasar masyarakat dimana dalam penelitian mengenai Evaluasi Sarana Fisik Pasar Tugu Simpang Lima Gumul Kabupaten Kediri menggunakan persyaratan teknis yang mengatur mengenai teknis (spesifikasi) bangunan atau fisik pasar. Untuk penentuan ada atau tidaknya suatu kriteria berdasarkan klasifikasi pasar rakyat yang terbagi menjadi empat tipe :

- Tipe I : Pasar rakyat dengan jumlah pedagang lebih dari 750 orang
- Tipe II : Pasar rakyat jumlah pedagang antara 501 sampai 750 orang

- Tipe III : Pasar rakyat dengan jumlah pedagang antara 250 sampai 500 orang
- Tipe IV : Pasar rakyat dengan jumlah pedagang kurang dari 250 orang

Pedagang yang terdapat di Pasar Tugu Simpang Lima Gumul Kabupaten Kediri berjumlah 219 orang, sehingga masuk dalam tipe IV. Berikut ini merupakan persyaratan teknis berdasarkan SNI 8152:2015 tentang pasar masyarakat untuk tipe IV:

1. Ukuran luas ruang dagang : disediakan untuk pedagang minimal 1 m<sup>2</sup>.
2. Jumlah pos ukur ulang : minimal terdapat 1 pcs
3. Zonasi : dibagi menjadi pangan basah, pangan kering, siap saji, non pangan, tempat pemotongan unggas hidup.
4. Area parkir : proposional dengan luas lahan pasar
5. Area bongkar muat barang : perlu adanya area bongkar muat.
6. Akses untuk masuk dan keluar kendaraan : perlu adanya akses untuk masuk dan keluar kendaraan
7. Lebar koridor: minimal 1,2 m
8. Kantor pengelola : perlu adanya kantor pengelola
9. Lokasi toilet dan kamar mandi (terpisah antara pria dan wanita) : minimal berada pada 1 lokasi.
10. Jumlah toilet pada satu lokasi : minimal 1 toilet pria dan 1 toilet wanita.
11. Tempat penyimpanan bahan pangan basah bersuhu rendah/lemari pendingin : tidak perlu adanya tempat penyimpanan bahan pangan basah bersuhu rendah/lemari pendingin.
12. Tempat cuci tangan : minimal berada pada 1 lokasi
13. Ruang Menyusui : perlu adanya ruang menyusui
14. CCTV : tidak perlu adanya CCTV
15. Ruang peribadatan : perlu adanya ruang peribadatan
16. Ruang Bersama : tidak perlu adanya ruang bersama
17. Pos kesehatan : perlu adanya pos kesehatan
18. Pos Keamanan : perlu adanya pos keamanan

19. Area merokok : perlu adanya area merokok
20. Ruang disinfektan : tidak perlu adanya ruang disinfektan
21. Area penghijauan : perlu adanya area penghijauan
22. Tinggi anak tangga (untuk pasar dengan 2 lantai) : maksimal 18 cm
23. Tinggi meja tempat berjualan dari lantai di zona pangan : minimal 60 cm
24. Akses untuk kursi roda : tidak perlu adanya akses untuk kursi roda
25. Jalur Evakuasi : perlu adanya jalur evakuasi
26. Tabung pemadam kebakaran : perlu adanya tabung pemadam kebakaran
27. Hidran air : tidak perlu adanya hidran air
28. Pengujian kualitas air bersih : pengujian setiap 1 tahun
29. Pengujian limbah cair : pengujian setiap 1 tahun
30. Ketersediaan tempat sampah : setiap toko / kios / los / jongko / konter / pelataran dan setiap fasilitas pasar
31. Alat angkut sampah : perlu adanya alat angkut pasar
32. Tempat pembuangan sampah sementara : perlu adanya tempat pembuangan sampah sementara
33. Pengelolaan sampah berdasarkan 3R : perlu adanya pengelolaan sampah berdasarkan 3R
34. Sarana telekomunikasi : pada sarana telekomunikasi yang dimaksud adalah sebagai penunjang ketersediaan informasi, maka perlu adanya sarana telekomunikasi.

## 2.2 Sarana fisik Berdagang

Berdasarkan Widjajanti (2000:39) sarana fisik pedagang dapat dikelompokkan sebagai berikut :

- Gerobak/kereta dorong

Bentuk sarana ini terdapat dua macam yaitu gerobak/kereta dorong yang tidak beratap dan beratap sebagai pelindung untuk barang dagangan dari pengaruh panas, debu, hujan dan sebagainya. Dan sarana usaha ini dikategorikan ke dalam bentuk aktivitas pedagang kaki lima yang menetap

(*static*) serta semi-menetap (*semi static*), dan pada umumnya menjajakan rokok, makanan dan / minuman.

- Warung Semi Permanen

Salah satu bentuk sarana usaha yang terdiri dari beberapa gerobak/kerreta dorong yang diatur sedemikian rupa secara berderet dan dilengkapi dengan meja dan kursi. Dimana bagian atap dan sekelilingnya biasanya ditutup dengan pelindung yang terbuat dari kain plastic, terpal atau bahan lainnya agar tidak tembus air. Bentuk sarana ini dikategorikan sebagai aktivitas pedagang kaki lima yang menetap (*static*) dan pada umumnya dijumpai pada jenis makanan dan minuman.

- Pikulan/keranjang

Merupakan sarana usaha yang menggunakan satu atau dua buah keranjang dengan cara dipikul, agar barang dagangan lebih mudah untuk dibawa berpindah-pindah tempat. Bentuk sarana ini dapat dikategorikan dalam bentuk aktivitas pedagang kaki lima keliling (*mobile hawkers*) atau semi-permanen (*semi static*) dan yang sering dijumpai adalah pada jenis aktivitas pedagang kaki lima menetap.

- Songko/meja (tenda)

Bentuk sarana berdagang yang menggunakan mej/songko (tenda) dan beratap atau tidak beratap dan dapat dikategorikan pada jenis aktivitas pedagang kaki lima menetap.

- Kios

Sarana usaha pedagang kaki lima menggunakan papan yang diatur sedemikian rupa sehingga menyerupai sebuah bilik semi permanen dan pada umumnya penjual/pedagangnya turut tinggal di dalamnya. Bentuk usaha semacam ini dapat dikategorikan ke dalam sebagai aktivitas pedagang kaki lima yang menetap.

- Gelaran/alas

Penjual/pedagang menjajakan barang dagangannya dengan menggunakan alas berupa kain, tikar dan lain-lain. Sarana usaha ini dapat di kategorikan dalam aktivitas jasa semi permanen, dan pada umumnya sering dijumpai pada jenis barang dagangan kelontong.

Berdasarkan eksisting Pasar Tugu Simpang Lima Gumul Kabupaten Kediri diketahui sarana fisik berjualan pedagang di Pasar Tugu terdiri dari gerobak gelaran / alas, dan songko / meja.

### 2.3 Jenis Barang Dagangan

Menurut McGee dan Yeung (1977:69) jenis barang dagangan yang ditawarkan/dijual oleh pedagang dapat dikelompokkan menjadi :

- Bahan mentah makanan dan makanan setengah jadi, yang termasuk dalam hal ini adalah bahan mentah makanan seperti daging, buah dan sayuran. Selain itu juga dapat berupa barang-barang setengah jadi seperti beras.
- Makanan siap saji, jenis dagangan ini berupa makanan dan minuman yang telah dimasak dan langsung disajikan ditempat maupun dibawa pulang. Penyebaran fisik pedagang kaki lima biasanya cenderung mengelompok dan homogeny dengan kelompok mereka.
- Non makanan, berupa dagangan yang tidak berupa makanan/minuman misalnya barang tekstil sampai dengan obat-obatan.
- Jasa pelayanan (*services*), jenis dagangan yang diperjualbelikan adalah jasa perorangan seperti tukang membuat kunci, reparasi jam dan lain-lainnya. Pola persebarannya pada umumnya berada di pusat pertokoan dan mengelompok dengan jenis lainnya.

Pada Pasar Tugu Simpang Lima Gumul Kabupaten Kediri diketahui jenis dagangan yang ditawarkan atau dijual adalah makanan siap saji, non makanan, dan jasa dan pelayanan. Karena disesuaikan dengan SNI 8152:2015 tentang pasar rakyat maka dibagi menjadi makanan siap saji dan non pangan yang terdiri dari non makanan dan jasa dan pelayanan.

### 2.4 Analisis IPA (Importance Performance Analysis)

Metode Analisis Kuadran atau *Importance Performance Analysis* (IPA) merupakan sebuah teknik analisis deskriptif yang diperkenalkan oleh John A. Martilla dan John C. James pada tahun 1977 dengan bertujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa yang dikenal dengan *quadrant analysis* (Brandt, 2000 dan Latu & Everett, 2000). IPA telah diterima secara umum dan dipergunakan pada berbagai bidang kajian karena kemudahan untuk diterapkan dan tampilan hasil analisa yang

memudahkan usulan perbaikan kinerja (Martinez, 2003). IPA mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka, dan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan.

Penerapan teknik IPA dimulai dengan identifikasi atribut-atribut yang relevan terhadap situasi pilihan yang diamati. Daftar atribut yang dapat dikembangkan dengan mengacu kepada literatur-literatur, melakukan interview, dan menggunakan penilaian manajerial. Di lain pihak, sekumpulan atribut yang melekat kepada barang atau jasa dievaluasi berdasarkan seberapa penting masing-masing produk tersebut bagi konsumen dan bagaimana jasa atau barang tersebut dipersepsikan oleh konsumen. Evaluasi ini biasanya dipenuhi dengan melakukan survey terhadap sampel yang terdiri atas konsumen. Setelah menentukan atribut-atribut yang layak, konsumen ditanya dengan dua pertanyaan. Satu adalah atribut yang menonjol dan yang kedua adalah kinerja perusahaan yang menggunakan atribut tersebut.

Mengukur atribut menurut tingkat kepentingan dan kinerja atau tingkat kepuasan, berguna untuk pengembangan strategi pemasaran yang efektif bagi perusahaan (Supranto, 2001). Dalam pernyataan kuisisioner digunakan skala Likert, dimana responden menyatakan tingkat setuju atau tidak setuju mengenai pernyataan yang diajukan kuisisioner (Rangkuti, 2003). Untuk pembobotan dalam skala Likert digunakan dengan lima penilaian, yaitu :

- A. Jawaban sangat penting atau sangat puas dengan bobot 5
- B. Jawaban penting atau puas dengan bobot 4
- C. Jawaban cukup penting atau cukup puas dengan bobot 3
- D. Jawaban tidak penting atau tidak puas dengan bobot 2
- E. Jawaban sangat tidak penting atau tidak puas dengan bobot 1

Tahapan-tahapan yang dilakukan dalam analisis ini adalah pertama menghitung skor atau nilai rata-rata dari masing-masing atribut berdasarkan dari tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan. Setelah itu membuat plot berdasarkan pasangan skor atau nilai rata-rata masing-masing atribut ke dalam diagram kartesius dengan tingkat kepentingan berlaku sebagai sumbu vertikal dengan



symbol (y) dan untuk tingkat kepuasan berlaku sebagai sumbu horizontal dengan symbol (x), untuk rumus menggunakan sebagai berikut:

$$\bar{x} = \frac{\sum x_i}{n} \dots\dots\dots(2.1)$$

$$\bar{y} = \frac{\sum y_i}{n} \dots\dots\dots(2.2)$$

Keterangan:

$\bar{x}$  = skor rata-rata setiap atribut I pada tingkat kepuasan

$\bar{y}$  = skor rata-rata setiap atribut i pada tingkat kepentingan

$x_i$  = total skor setiap atribut i pada tingkat kepuasan dari seluruh responden

$y_i$  = total skor setiap atribut I pada tingkat kepentingan dari seluruh responden

n = jumlah responden

$$\bar{\bar{x}} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{x}_i}{K} \dots\dots\dots(2.3)$$

$$\bar{\bar{y}} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{y}_i}{K} \dots\dots\dots(2.4)$$

Keterangan:

$\bar{\bar{x}}$  = rata-rata dari total bobot tingkat kepuasan

$\bar{\bar{y}}$  = rata-rata dari tingkat bobot tingkat kepentingan

K = banyaknya atribut produk yang ditentukan

Analisis kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan konsumen dilakukan dengan membuat diagram kartesius. Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja atau kepuasan dengan skor kepentingan.

Rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$Tki = \frac{x_i}{y_i} \times 100\% \dots\dots\dots(2.5)$$

Keterangan:

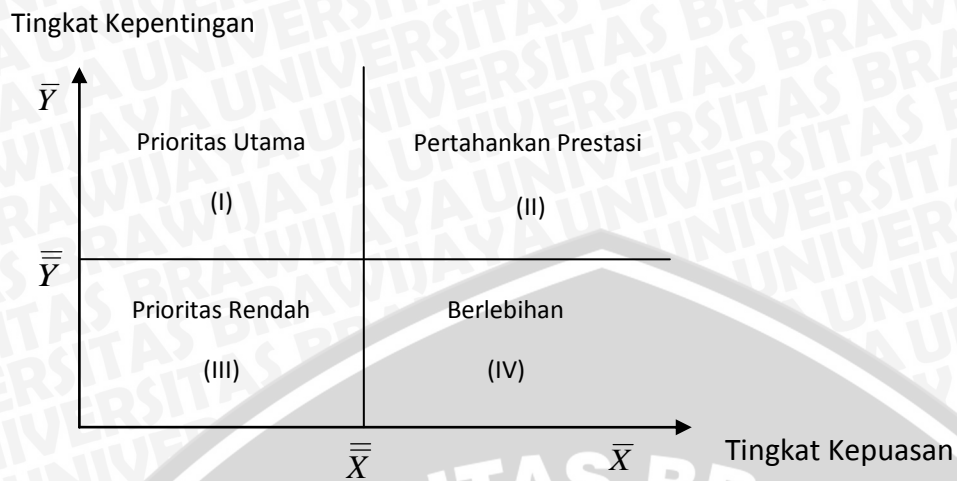
Tki = tingkat kesesuaian responden

$x_i$  = skor penilaian tingkat kepuasan

$y_i$  = skor penilaian tingkat kepentingan

Berikutnya unsur-unsur tersebut akan diplotkan dan dibagi menjadi empat kuadran dan diagram kartesius dapat dilihat pada Gambar 2.1





**Gambar 2.1 Diagram Kartesius (J. Supranto, 2006)**

Penjelasan mengenai masing-masing kuadran :

1. Prioritas Utama (Concentrate here)

Faktor-faktor yang terletak dalam kuadran ini dianggap sebagai faktor yang Penting dan atau Diharapkan oleh konsumen tetapi kondisi Persepsi dan atau Kinerja Aktual yang ada pada saat ini belum memuaskan sehingga pihak manajemen berkewajiban mengalokasikan sumber daya yang memadai untuk meningkatkan kinerja berbagai faktor tersebut. Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini merupakan prioritas untuk ditingkatkan.

2. Pertahankan Prestasi (Keep up the good work)

Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini dianggap penting dan diharapkan sebagai faktor penunjang bagi kepuasan konsumen sehingga pihak manajemen berkewajiban memastikan bahwa kinerja institusi yang dikelolanya dapat terus mempertahankan prestasi yang telah dicapai.

3. Prioritas Rendah (Low priority)

Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini mempunyai tingkat Persepsi atau Kinerja Aktual yang rendah sekaligus dianggap tidak terlalu Penting dan atau terlalu diharapkan oleh konsumen

sehingga manajemen tidak perlu memprioritaskan atau terlalu memberikan perhatian pada faktor-faktor tersebut.

#### 4. Berlebihan (Possible overkill)

Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini dianggap Tidak Terlalu Penting dan atau Tidak Terlalu Diharapkan sehingga pihak manajemen perlu mengalokasikan sumber daya yang terkait dengan faktor-faktor tersebut kepada faktor-faktor lain yang mempunyai prioritas penanganan lebih tinggi yang masih membutuhkan peningkatan.

Terdapat dua cara menurut C. L. Martinez (2003) dalam mempresentasikan data IPA, yaitu:

1. Menempatkan garis perpotongan kuadran pada nilai rata-rata pada sumbu tingkat kepuasan dan sumbu prioritas penanganan dengan tujuan mengetahui secara umum penyebaran data terletak pada kuadran ke berapa.
2. Menempatkan garis perpotongan kuadran pada nilai rata-rata hasil pengamatan pada sumbu tingkat kepuasan dan sumbu prioritas penanganan dengan tujuan untuk mengetahui secara spesifik masing-masing faktor terletak pada kuadran berapa. Metode kedua ini lebih banyak dipergunakan oleh para peneliti.

### 2.5 Studi Terdahulu

Tinjauan yang dilihat dari sumber-sumber pustaka dan studi-studi yang pernah dilakukan oleh para peneliti dapat dijadikan sebagai bahan kajian dalam proses penelitian. Adapun studi-studi terdahulu yang digunakan dapat dilihat pada Tabel 2.1

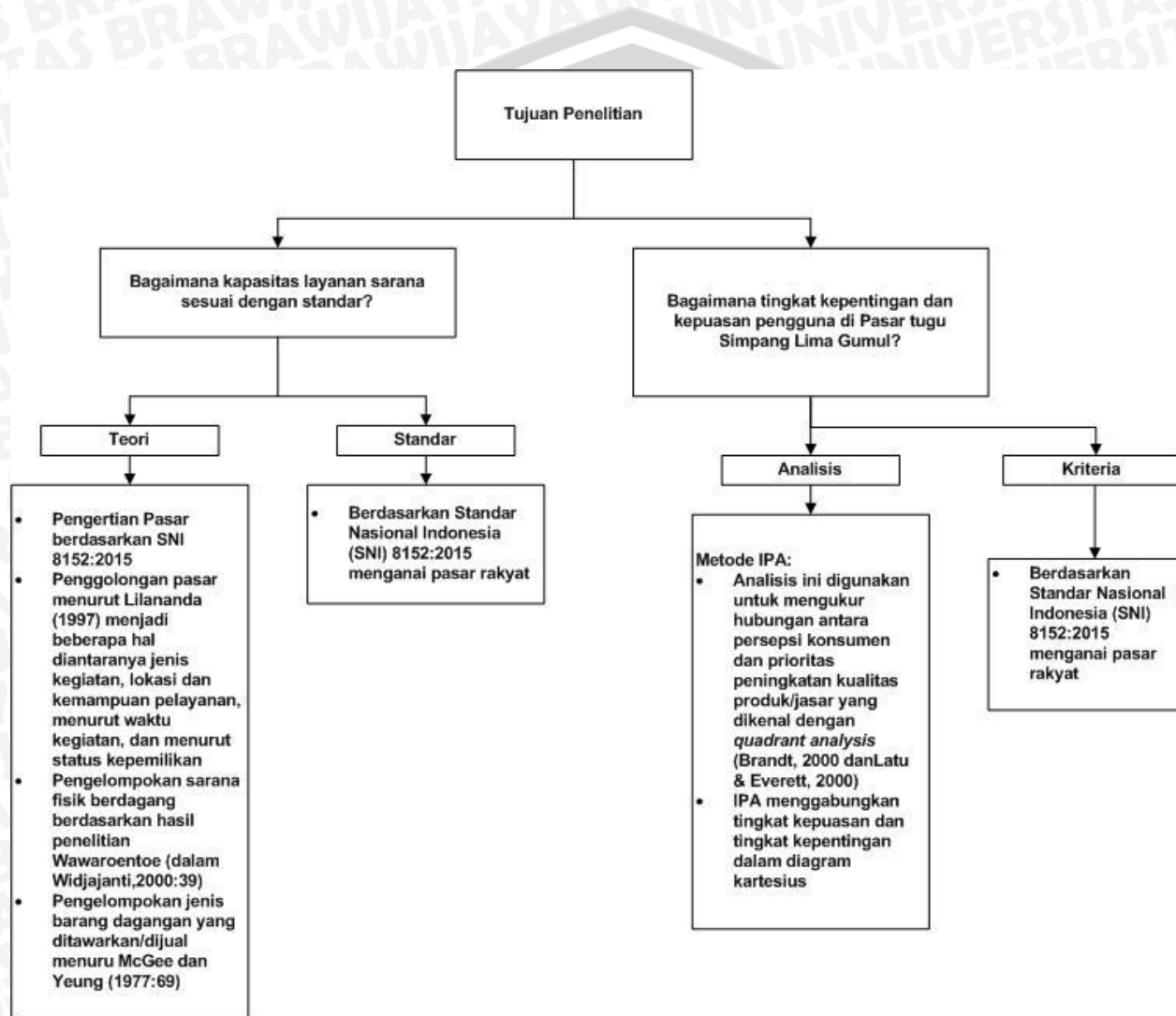
### 2.6 Kerangka Teori

Kerangka Teori dari Evaluasi Kinerja Sarana Fisik Pasar Tugu Simpang Lima Gumul Kabupaten Kediri dapat dilihat pada Gambar 2.2

Tabel 2. 1 Tinjauan Studi Terdahulu

No	Penulis (Tahun)	Judul	Metode yang Digunakan	Variabel	OUTPUT	Manfaat
1.	'Ulya, Ayu Fitriatul (2011)	Rekomendasi Prioritas Pebaikan Pelayanan Fasilitas Pasar Induk Gadang Kota Malang	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Metode IPA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Karakteristik pedagang</li> <li>- Karakteristik konsumen</li> <li>- Kondisi fisik</li> <li>- Utilitas</li> <li>- Kenyamanan</li> <li>- Keamanan</li> <li>- Keselamatan</li> </ul>	Memberikan rekomendasi perbaikan pelayanan fasilitas pasar induk Gadang. Perlu perhatian dari pemerintah untuk melakukan perbaikan pelayanan pasar dan mengundang pihak swasta untuk berinvestasi. Dan diakomodir keinginan pedagang dan konsumen demi perbaikan pelayanan Pasar Induk Gadang.	Tinjauan studi terdahulu ini Membantu mengetahui dalam penggunaan metode IPA yang berguna dalam analisis penelitian ini. Sedangkat perbedaannya adalah studi terdahulu ini membahas mengenai rekomendasi prioritas perbaikan pelayanan fasilitas Pasar Induk Gadang Kota Malang.
2.	Rahman,Arief (2008)	Analisis Kepuasan Konsumen Produk Susu <i>Ultra Milk</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analisis Deskriptif</li> <li>• <i>Impoertance Performance Analysis</i> (IPA)</li> <li>• <i>Customer Satisfication Indeks</i> (CSI)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Variasi pilihan rasa</li> <li>- Aroma yang khas</li> <li>- Desain kemasan yang menarik</li> <li>- Kekentalan cairan susu</li> <li>- Tambahan nilai gizi yang diperoleh</li> <li>- Kandungan bahan pengawet</li> <li>- Kondisi Kemasan pada saat dikonsumsi</li> <li>- Dapat diminum kapan saja</li> <li>- Harga eceran dibandingkan volume produk</li> <li>- Jaminan halal dan izin depkes produk</li> <li>- Kejelasan tanggal kadaluarsa</li> </ul>	Berdasarkan analisis IPA atribut yang harus diprioritaskan perbaikan kenrjanya adalah atribut kandungan untuk bahan pengawet dan kemudahan dalam mencari produk. Sedangkan atribut yang dipertahankan kinerjanya adalah atribut tambahan nilai gizi, jaminan halal dan izin Depkes, kekentalan cairan produk, ukuran volume produk, dan kondisi kemasan pada saat dikonsumsi. Selain itu untuk mendukung fasilitas penjualan produk perlu menyediakan mesin	Dari penelitian terkait Analisis Kepuasan Konsumen Produk Susu <i>Ultra Milk</i> , dapat memberikan gambaran mengenai penggunaan metode IPA dan menambah pengetahuan dan penggunaan dalam CSI. Perbedaannya dengan penelitian ini adalah studi terdahulu membahas mengenai kepuasan pelannggan suatu produk minuman tanpa menggunakan analisis IPA.

No	Penulis (Tahun)	Judul	Metode yang Digunakan	Variabel	OUTPUT	Manfaat
3.	Anggraini, Lulu Dian(2014)	Analisis Persepsi Konsumen Menggunakan Metode <i>Importance Performance Analysis</i> Dan <i>Customer Satisfaction Index</i> (Studi Kasus di Ria Djenaka Coffe & Resto, Malang)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)</li> <li>• <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kemudahan memperoleh produk</li> <li>- Ukuran volume produk</li> <li>- Produk</li> <li>- Harga</li> <li>- Tempat / lokasi</li> <li>- Promosi</li> <li>- Orang</li> <li>- Proses</li> <li>- Bukti fisik</li> </ul>	<p>pendingin dan menentukan harga yang tepat dan sesuai dengan keinginan konsumen.</p> <p>Diketahui dari hasil penelitian tersebut bahwa kualitas kinerja Ria Djenaka Coffe &amp; Resto masih belum memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Metode <i>customer Satisfaction Index</i> (CSI) diperoleh nilai sebesar 66,51% dan dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan konsumen merasa puas terhadap kinerja dari Ria Djenaka Coffe &amp; Resto.</p> <p>Didapatkan Konsep Perancangan Traditional Jongke, Surakarta diantaranya :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Konsep Programatik</li> <li>- Konsep Penekanan Desain</li> </ul>	<p>Dari tinjauan studi terdahulu diketahui bahwa menggunakan dua analisis yang sama yaitu IPA dan CSI dalam mengetahui persepsi kepuasan dari ria Djenaka Coffe &amp; Resto. Perbedaan dengan studi terdahulu dengan studi ini adalah lokasinya, dalam penelitian ini adalah Ria Djenaka Coffe &amp; Resto sedangkan studi ini lokasinya di pasar tugu Simpang Lima Gumul.</p> <p>Dari penelitian ini didapatkan mengenai penjelasan mengenai pasar dan mengetahui mutu dan pembehasilan sarana fisik pasar.</p>
4.	Oktaviana, Galuh (2011)	Landasan Konseptual Perencanaan dan Perancangan Redesain Pasar Traditional Jongke, Surakarta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menggunakan Metode Deduktif</li> </ul>	<p>Menggunakan :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengolahan Bentuk</li> <li>- Jenis Bahan</li> <li>- Warna</li> <li>- Tekstur</li> <li>- Ukuran/Skala /proporsi</li> </ul>		



Gambar 2. 2 Kerangka Teori