

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

Pasar Sederhana merupakan salah satu pasar tradisional di Kota Bandung yang terletak di Jl. Jurang No.1, kecamatan Sukajadi, kelurahan Pasteur, wilayah Bojonegoro, Bandung. Pasar tradisional merupakan salah satu jenis usaha *retail* (pengecer) karena menjual produknya pada konsumen akhir. Pasar Sederhana berada dibawah naungan Pemerintah Daerah Kota Bandung.

4.1.1 Sejarah Perkembangan Perusahaan

Pada tahun 1986 di Kota Bandung terjadi penertiban pedagang kaki lima (PKL). Salah satu yang ditertibkan adalah Jl. Sukajadi karena jalan menjadi macet dan sangat berantakan oleh adanya PKL (Pedagang Kaki Lima). Untuk menampung pedagang hasil operasi tersebut, maka Pemda menyediakan tanah kali Cikalitung yang lokasinya tidak jauh dari Jl. Sukajadi. Pedagang yang sudah tertampung tersebut membuat kios-kios dengan meja darurat dan menggunakan biaya masing-masing kemudian penampungan tersebut dinamakan Pasar Sederhana karena terletak di Jl. Sederhana.

Pada tahun 1996/1997 Pemda membongkar dan merenovasi kios-kios darurat kemudian dibangun kembali dengan biaya Inpres sebesar Rp.162.443.000,- yang pelaksanaannya dipercayakan pada CV. Multi Geoteknik. Namun, pada tanggal 30 November 1991 terjadi kebakaran yang menghabiskan 288 ruang dagang (kios dan meja) karena tidak ada tempat penampungan bagi para pedagang yang mendapat musibah, maka ruang dagang dibangun kembali

dengan menggunakan biaya dari masing-masing pedagang dan direnovasi kembali oleh Pemda dengan biaya APBD tahun 1990/1991.

Pada tanggal 3 Agustus 1992 kembali terjadi kebakaran yang menghabiskan 282 ruang dagang dan tanggal 4 Juni 1999 terjadi lagi kebakaran yang menghabiskan 75 ruang dagang yang kemudian dibangun kembali pada tahun 1994 dibangun kembali dengan biaya Inpres sebesar Rp. 250.000.000,-. Area Pasar Sederhana terdiri dari bangunan seluas 12.980 m² dan jalan seluas 10.066 m².

4.1.2 Operasionalisasi Pasar Sederhana

Pasar Sederhana terdiri dari tiga kelas pasar, antara lain:

1. Pasar kelas I
 - a. Pasar-pasar yang berada di Jalan Protokol dan mempunyai lebih dari 235 tempat berjualan dengan jumlah pedagang lebih dari 250 orang.
 - b. Pasar yang berada bukan pada Jalan Protokol dan mempunyai lebih dari 475 tempat berjualan dengan jumlah pedagang lebih dari 250 orang.
2. Pasar kelas II
 - a. Pasar-pasar yang berada di Jalan Protokol dan mempunyai kurang dari 250 orang.
 - b. Pasar-pasar yang berada bukan pada Jalan Protokol dan mempunyai lebih dari 475 tempat berjualan dengan jumlah pedagang kurang dari 500 orang.
3. Pasar kelas III

Pasar-pasar yang tidak termasuk pada kelas I dan kelas II.

Letak tempat berjualan terdiri dari :

- a Paling Baik (PB) adalah toko, kios, dan meja yang menghadap ke jalan umum.
- b Baik (B) adalah toko, kios, dan meja yang menghadap ke jalan utama pasar.
- c Cukup (C) adalah toko, kios, dan meja yang menghadap ke jalan samping pasar.

Dalam penentuan fungsi kelas pasar dipergunakan indeks atau multifikator seperti pada Tabel 4.1 berikut ini.

TABEL 4.1
INDEKS KELAS PASAR

Kelas Pasar	Indeks Pasar
I	3
II	2
III	1

Sumber : Dinas Pengelolaan Pasar

Dalam penentuan letak letak tempat berjualan dipergunakan indeks seperti pada Tabel 4.2 berikut ini..

TABEL 4.2
INDEKS LETAK TEMPAT BERJUALAN

Indeks Letak Tempat Berjualan		
PB	B	C
4	3	2

Sumber : Dinas Pengelolaan Pasar

Jenis dagangan terdiri dari :

Kelompok I (K.1) adalah emas, perhiasan, tekstil, elektronik, besi, dan jasa keuangan;

Kelompok I (K.I) adalah pakaian jadi, ikan basah, daging, beras, dan jasa lainnya;

Kelompok I (K.II) adalah kelontongan, bumbu, ikan asin, keningan, kue-kue, masakan, dan telur;

Kelompok I (K.III) adalah barang dagang lainnya yang tidak termasuk kategori K.I, K.II, K.III, dan K.IV tersebut di atas.

Dalam penentuan jenis barang dagangan dipergunakan indeks seperti pada Tabel 4.3 berikut ini.

TABEL 4.3
INDEKS BARANG DAGANGAN

Indeks Barang Dagangan				
K.I	K.II	K.III	K.IV	K.V
8	6	5	4	3

Sumber : Dinas Pengelolaan Pasar

Tabel 4.4 menunjukkan tarif dasar penetapan retribusi sebagaimana diatur dalam Pasal 4 ayat (2) Peraturan Daerah.

TABEL 4.4
TARIF DASAR RETRIBUSI

Nomor	Kelas Pasar	Tarif Dasar
1	I	Rp. 100,-
2	II	Rp 80,-
3	III	Rp. 60,-

Sumber : Dinas Pengelolaan Pasar

Rincian perhitungan Retribusi Pasar sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 ayat (2), ditetapkan sebagai berikut :

$$\text{Retribusi Berjualan} = (\text{IK} + \text{ILR} + \text{LRD}) \times \text{TD}$$

4.1.2.1 Visi dan Misi

Visi dari Pasar Sederhana yang berada di Kota Bandung adalah menyelenggarakan tempat perbelanjaan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dan penyediaan tempat perbelanjaan dengan tingkat harga yang ekonomis.

- a. Misi dari Pasar Sederhana yang berada di Kota Bandung adalah mewujudkan pasar tradisional sebagai tempat berbelanja yang lengkap dan sesuai dengan kebutuhan sehari-hari manusia.

4.1.2.2 Kepemilikan

Secara umum segala fasilitas tempat yang berada di area Pasar Sederhana merupakan milik Pemerintah Daerah. Secara umum toko, kios, dan meja yang dipergunakan pedagang untuk berjualan adalah milik Pemerintah Daerah. Namun toko, kios, dan meja tersebut dijual dan disewakan kepada pedagang. Setiap hari para pedagang dikenakan retribusi atas pemakaian sarana penjualan dan tempat penyimpanan hewan di area pasar dengan ketentuan sebagai berikut:

Retribusi pasar pedagang tidak tetap memiliki ketentuan sebagai berikut :

Di area Pasar Sederhana : Rp. 500,-/hari

Di lingkungan Pasar Sederhana : Rp. 700,-/hari

Retribusi ketertiban Pasar Sederhana memiliki ketentuan sebagai berikut :

Toko : Rp. 600,-/hari

Kios : Rp. 500,-.hari

Meja : Rp. 400,-.hari

Tempat penyimpanan sementara : Rp. 300,-.hari

Pedagang tidak tetap di area pasar : Rp. 300,-.hari

Pedagang tidak tetap di lingkungan pasar : Rp. 300,-.hari

Retribusi hewan di area lingkungan Pasar Sederhana memiliki ketentuan sebagai berikut :

Sapi, kerbau, kuda, dan hewan besar lainnya : Rp. 1.500,-/ekor/hari

Domba, kambing, dan sejenisnya	: Rp. 500,-/ekor/hari
Babi	: Rp. 1.000,-/ekor/hari
Ayam, angsa, bebek, dan sejenisnya	: Rp. 300,-/ekor/hari
Segala jenis burung	: Rp. 500,-/ekor/hari

Retribusi penitipan hewan memiliki ketentuan sebagai berikut :

Sapi, kerbau, kuda, dan hewan besar lainnya	: Rp. 1.500,-/ekor/hari
Domba, kambing, dan sejenisnya	: Rp. 500,-/ekor/hari
Babi	: Rp. 2.000,-/ekor/hari
Pedagang hewan lainnya (burung, ayam, dll)	: Rp. 200,-/ekor/hari

Retribusi hasil jual beli hewan memiliki ketentuan sebagai berikut :

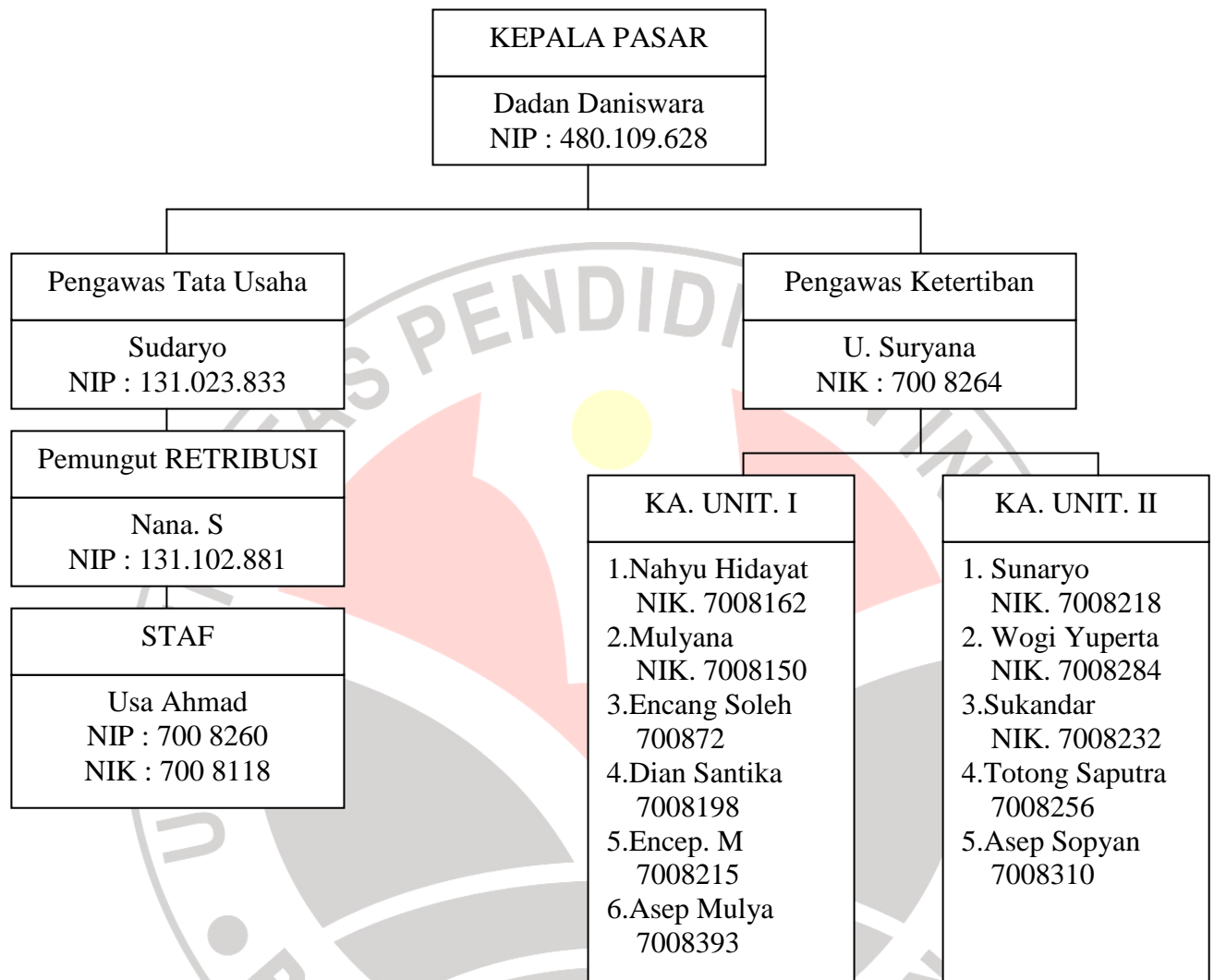
Sapi, kerbau, kuda, dan hewan besar lainnya	: Rp. 2.000,-/ekor/hari
Domba, kambing, dan sejenisnya	: Rp. 1.000,-/ekor/hari
Babi	: Rp. 1.500,-/ekor/hari

Retribusi membersihkan hewan memiliki ketentuan sebagai berikut :

Sapi, kerbau, kuda, dan hewan besar lainnya	: Rp. 1.000,-/ekor/hari
Domba, kambing, dan sejenisnya	: Rp. 500,-/ekor/hari
Babi	: Rp. 750,-/ekor/hari

Retribusi tersebut dipungut dengan menggunakan SKR (Surat keterangan Retribusi) atau dokumen lain yang disertakan pada saat memungut retribusi sesuai dengan Peraturan Daerah yang telah ditentukan dan ditetapkan lebih lanjut oleh Walikota.

4.1.2.3 Struktur Organisasi



GAMBAR 4.1
STRUKTUR ORGANISASI DINAS PENGELOLA PASAR SEDERHANA

4.1.2.4 Ruang Lingkup Kegiatan Perusahaan

Dinas Pengelola Pasar Sederhana terdiri dari pegawai sebanyak 28 orang, antara lain 5 orang anggota PNS, 21 orang terikat dalam kontrak kerja, dan 2 orang merupakan pegawai lokal. Tabel 4.5 berikut merupakan data mengenai ruang dagang Pasar Sederhana pada tahun 2005.

TABEL 4.5
RUANG DAGANG

Jenis Ruang Dagang	Buka	Tutup	Jumlah
Kios	-	-	-
Toko	-	-	-
Kios	347	386	733
Meja	196	265	461
Jumlah	543	651	1.194

Sumber : Dinas Pengelolaan Pasar Kota Bandung

Keseluruhan pedagang di Pasar Sederhana berjumlah 660 orang pedagang yang terdiri dari 505 orang pedagang aktif dan 155 orang pedagang pasif. Pedagang kaki lima di pasar Sederhana ada 13 orang dan setiap radius 200 m terdapat 1000 orang pedagang.

Jenis barang dagangan di Pasar Sederhana sangat bervariasi mulai dari bahan baku makanan, makanan jadi, dan hewan-hewan baik untuk dikonsumsi maupun untuk dipelihara, seperti pada tabel 4.6 berikut.

TABEL 4.6
JENIS DAGANGAN DAN JUMLAH PEDAGANG

Jenis Dagangan	Jml. Pedagang	Jenis Dagangan	Jml. Pedagang
Beras	28	Keringan	93
Ikan basah	9	Barabandan	6
Ikan asin	13	Rampe	3
Ikan pindang	6	Mamin	20
Daging sapi	15	Kueh	45
Daging kambing	1	Es balok	2
Daging ayam	27	Tektiel	6
Baso / Mie	7	Pakaian jadi	5
Sayur	54	Sepatu / Sandal	2
Telur	9	Emas	1
Tahu/ Tempe	11	Asesoris	2
Hasil Bumi	3	Kosmetik	1
Buah-buahan	10	Jasa	5
Kopi	3	Burung	3
Kelapa	25	Pakan burung	27
Pisang	19	Gudang obras	1
Daun	3	Tepung	3
Plastik	9		
Bumbu	15		

Sumber : Dinas Pengelolaan Pasar Kota Bandung

Pasar Sederhana memiliki fasilitas fisik lainnya, seperti Kantor Pasar, Kantor Kamtib, Kantor Koppas, Kantor BPR, penerangan listrik, ledeng / pompa, mushola, MCK sebanyak 3 buah, dan alat pemadam kebakaran (42 buah).

4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Demografi, Pengalaman, dan Penilaian Responden Terhadap Pasar Sederhana

Setiap konsumen ibu rumah tangga di Pasar Sederhana Kota Bandung yang merupakan responden dalam penelitian ini memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Karakteristik responden menggambarkan keadaan keseluruhan konsumen ibu rumah tangga di Pasar Sederhana Kota Bandung. Karakteristik tersebut meliputi usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan penghasilan.

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Demografi

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Pendidikan Terakhir

Pengumpulan data melalui kuesioner untuk karakteristik responden dari segi usia dan pendidikan terakhir diperoleh hasil seperti pada Tabel 4.7 berikut.

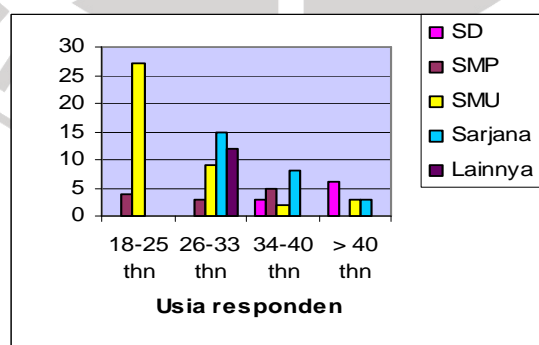
TABEL 4.7
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN
USIA DAN PENDIDIKAN TERAKHIR

		Pendidikan terakhir					
		SD	SMP	SMU	Sarjana	Lainnya	Total
Usia responden	18-25 thn	0	4	27	0	0	31
	26-33 thn	0	3	9	15	12	39
	34-40 thn	3	5	2	8	0	18
	> 40 thn	6	0	3	3	0	12
Total		9	12	41	26	12	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Hasil pengolahan data dari 100 responden di Pasar Sederhana, terdapat 31 orang yang berusia 18-25 tahun, 39 orang yang berusia 26-33 tahun, 18 orang yang berusia 34-40 tahun, dan 12 orang yang berusia lebih dari 40 tahun. Selain itu dari 100 responden terdapat 9 orang yang berpendidikan terakhir SD, 12 orang yang berpendidikan terakhir SMP, 41 orang yang berpendidikan terakhir SMU, 26 orang yang berpendidikan terakhir sarjana, dan 12 orang yang berpendidikan terakhir lainnya, diantaranya 9 orang yang berpendidikan terakhir D1 dan 3 orang yang berpendidikan terakhir D3. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen ibu rumah tangga di Pasar Sederhana lebih banyak berasal dari golongan tingkat usia 26-33 tahun dengan pendidikan terakhir SMU.

Keadaan tersebut disebabkan mayoritas wanita yang menjadi ibu rumah tangga dan aktif melakukan kegiatan rumah tangga seperti belanja di Pasar Sederhana adalah wanita yang berada di jenjang usia 26-33 tahun dengan pendidikan terakhir SMU yang disebabkan kemampuan masyarakat pada umumnya dalam biaya pendidikan terbatas sampai pada tingkat SMU. Tabel 4.7 di atas dapat digambarkan pada Gambar 4.2 berikut.



Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

GAMBAR 4.2

**KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN
USIA DAN PENDIDIKAN TERAKHIR**

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Jumlah Anak

Pengumpulan data melalui kuesioner berdasarkan karakteristik responden dari segi usia dan jumlah anak diperoleh hasil seperti pada Tabel 4.8 berikut.

TABEL 4.8
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN
USIA DAN JUMLAH ANAK

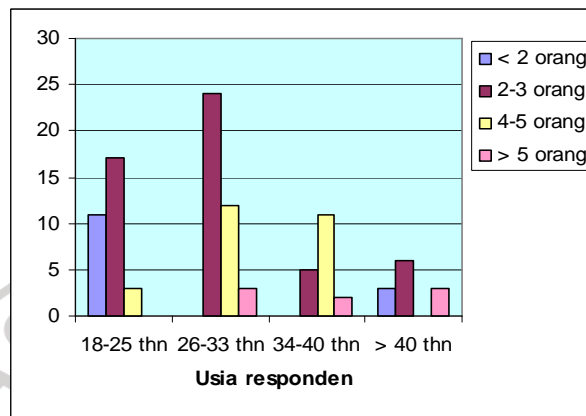
		Jumlah anak				Total
		< 2 orang	2-3 orang	4-5 orang	> 5 orang	
Usia responden	18-25 thn	11	17	3	0	31
	26-33 thn	0	24	12	3	39
	34-40 thn	0	5	11	2	18
	> 40 thn	3	6	0	3	12
Total		14	52	26	8	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Hasil pengolahan data dari 100 responden di Pasar Sederhana, terdapat 31 orang yang berusia 18-25 tahun, 39 orang yang berusia 26-33 tahun, 18 orang responden yang berusia 34-40 tahun, dan 12 orang yang berusia lebih dari 40 tahun. Selain itu dari 100 responden terdapat 14 orang yang memiliki jumlah anak kurang dari 2 orang, 52 orang yang memiliki jumlah anak 2-3 orang, 26 orang yang memiliki jumlah anak 4-5 orang, dan 8 orang yang memiliki jumlah anak lebih dari 5 orang. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen Pasar Sederhana sebagian besar berasal dari golongan tingkat usia 26-33 tahun dengan jumlah anak 2-3 orang.

Keadaan tersebut disebabkan mayoritas wanita yang menjadi ibu rumah tangga dan aktif melakukan kegiatan rumah tangga seperti belanja di Pasar Sederhana adalah wanita yang berada di jenjang usia 26-33 tahun dengan jumlah anak 2-3 orang yang disebabkan masyarakat sudah mulai mengikuti program

Keluarga Berencana (KB) yang dianjurkan pemerintah. Tabel 4.8 di atas dapat digambarkan pada Gambar 4.3 berikut.



Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

GAMBAR 4.3
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN
USIA DAN JUMLAH ANAK

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Pekerjaan

Pengumpulan data melalui kuesioner berdasarkan karakteristik responden dari segi usia dan pekerjaan diperoleh hasil seperti pada Tabel 4.9 berikut.

TABEL 4.9
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN
USIA DAN PEKERJAAN

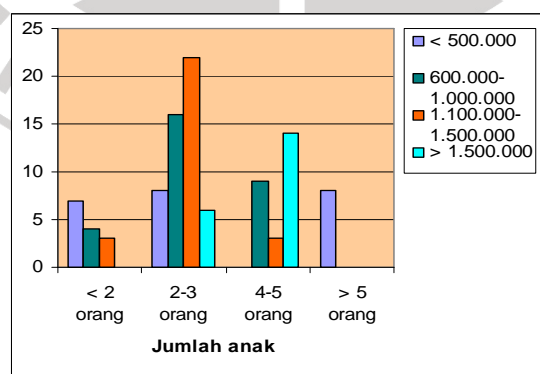
		Pekerjaan				Total
		Wiraswasta	PNS	Pegawai swasta	Lainnya	
Usia responden	18-25 thn	16	0	11	4	31
	26-33 thn	9	15	9	6	39
	34-40 thn	10	8	0	0	18
	> 40 thn	9	3	0	0	12
Total		44	26	20	10	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Hasil pengolahan data dari 100 responden di Pasar Sederhana, terdapat 31 orang yang berusia 18-25 tahun, 39 orang yang berusia 26-33 tahun, 18 orang responden yang berusia 34-40 tahun, dan 12 orang yang berusia lebih dari 40

tahun. Selain itu dari 100 responden terdapat 44 orang yang memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta, 26 orang yang memiliki pekerjaan sebagai PNS, 20 orang yang memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta, dan 10 orang yang memiliki pekerjaan lainnya, diantaranya 3 orang yang bekerja sebagai pembantu rumah tangga, 3 orang yang bekerja sebagai penjaga toko, 2 orang yang bekerja sebagai pengajar les dan privat, dan 2 orang yang bekerja sebagai pelayan restoran. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen Pasar Sederhana sebagian besar berasal dari golongan tingkat usia 26-33 tahun dengan pekerjaan wiraswasta.

Kedadaan tersebut disebabkan mayoritas wanita yang menjadi ibu rumah tangga dan aktif melakukan kegiatan rumah tangga seperti belanja di Pasar Sederhana adalah wanita yang berada di jenjang usia 26-33 tahun dengan pekerjaan wiraswasta yang disebabkan mayoritas konsumen yang berbelanja ke Pasar Sederhana memiliki pendidikan terakhir di tingkat SMU sehingga mereka berusaha bekerja dengan membuka lapangan usaha sendiri karena sulit diterima bekerja di perusahaan swasta. Tabel 4.8 di atas dapat digambarkan pada Gambar 4.4 berikut.



Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

GAMBAR 4.4
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN
USIA DAN PEKERJAAN

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Penghasilan

Pengumpulan data melalui kuesioner berdasarkan karakteristik responden dari segi usia dan pendapatan diperoleh hasil seperti pada Tabel 4.10 berikut.

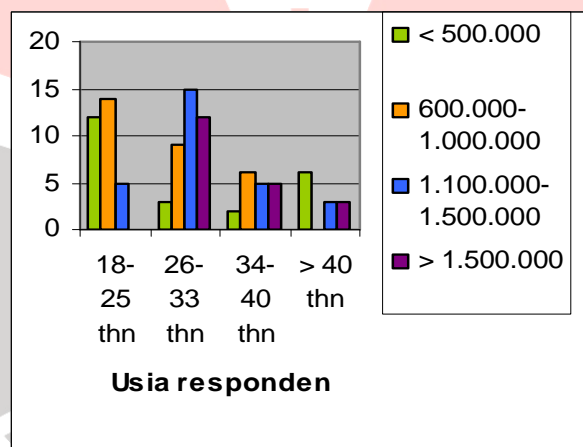
TABEL 4.10
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN
USIA DAN PENGHASILAN

		Penghasilan				Total
		< 500.000	600.000-1.000.000	1.100.000-1.500.000	> 1.500.000	
Usia responden	18-25 thn	12	14	5	0	31
	26-33 thn	3	9	15	12	39
	34-40 thn	2	6	5	5	18
	> 40 thn	6	0	3	3	12
Total		23	29	28	20	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Hasil pengolahan data dari 100 responden di Pasar Sederhana, terdapat 31 orang yang berusia 18-25 tahun, 39 orang yang berusia 26-33 tahun, 18 orang responden yang berusia 34-40 tahun, dan 12 orang yang berusia lebih dari 40 tahun. Selain itu dari 100 responden terdapat 23 orang yang memperoleh penghasilan kurang dari 500.000 per bulan, 29 orang yang memperoleh penghasilan diantara 500.000-1.000.000 per bulan, 28 orang yang memperoleh penghasilan diantara 1.000.000-1.500.000 per bulan, dan 20 orang yang memperoleh penghasilan lebih dari 1.500.000 per bulan. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen Pasar Sederhana sebagian besar berasal dari golongan tingkat usia 26-33 tahun dengan tingkat penghasilan 600.000-1.000.000 per bulan.

Keadaan tersebut disebabkan mayoritas wanita yang menjadi ibu rumah tangga dan aktif melakukan kegiatan rumah tangga seperti belanja di Pasar Sederhana adalah wanita yang berada di jenjang usia 26-33 tahun dengan tingkat penghasilan rumah tangga sebesar 600.000-1.000.000 per bulan karena mayoritas masyarakat memiliki pendidikan terakhir SMU yang rata-rata penghasilannya berkisar antara 600.000-1.000.000 per bulan, sedangkan penghasilan masyarakat dengan tingkat pendidikan akhir sarjana pada umumnya berada di atas kisaran 1.000.000 per bulan. Tabel 4.10 di atas dapat digambarkan pada Gambar 4.5 berikut.



Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

GAMBAR 4.5
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN
USIA DAN PENHASILAN/BULAN

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Anak dan Pendidikan Terakhir

Pengumpulan data melalui kuesioner berdasarkan karakteristik responden dari segi jumlah anak dan pendidikan terakhir diperoleh hasil seperti pada Tabel 4.11 berikut.

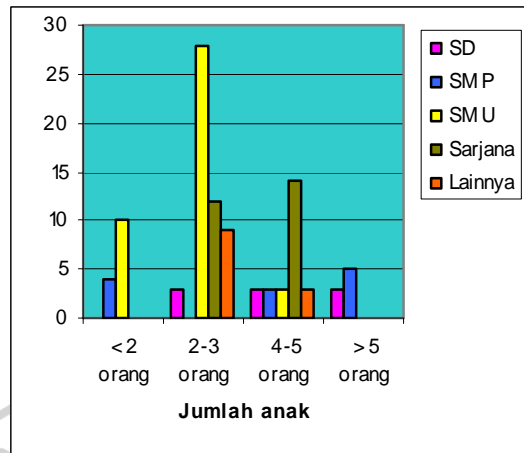
TABEL 4.11
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN
JUMLAH ANAK DAN PENDIDIKAN TERAKHIR

		Jumlah anak				Total
		< 2 orang	2-3 orang	4-5 orang	> 5 orang	
Pendidikan terakhir	SD	0	3	3	3	9
	SMP	4	0	3	5	12
	SMU	10	28	3	0	41
	Sarjana	0	12	14	0	26
	Lainnya	0	9	3	0	12
Total		14	52	26	8	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Hasil pengolahan data dari 100 responden di Pasar Sederhana, terdapat 14 orang yang memiliki jumlah anak kurang dari 2 orang, 52 orang yang memiliki jumlah anak 2-3 orang, 26 orang yang memiliki jumlah anak 4-5 orang, dan 8 orang yang memiliki jumlah anak lebih dari 5 orang. Selain itu dari 100 responden terdapat 9 orang yang berpendidikan terakhir SD, 12 orang yang berpendidikan terakhir SMP, 41 orang berpendidikan terakhir SMU, 26 orang berpendidikan terakhir sarjana, dan 12 orang yang berpendidikan terakhir lainnya, diantaranya 9 orang yang berpendidikan terakhir D1 dan 3 orang yang berpendidikan terakhir D3. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen Pasar Sederhana sebagian besar memiliki pendidikan terakhir SMU dengan jumlah anak 2-3 orang.

Keadaan tersebut disebabkan mayoritas masyarakat sudah mulai mengikuti program Keluarga Berencana (KB) yang dianjurkan pemerintah dan pendidikan terakhir SMU karena kemampuan masyarakat pada umumnya dalam biaya pendidikan terbatas sampai pada tingkat SMU. Tabel 4.11 di atas dapat digambarkan pada Gambar 4.6 berikut.



Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

GAMBAR 4.6
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN
JUMLAH ANAK DAN PENDIDIKAN TERAKHIR

6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir dan Pekerjaan

Pengumpulan data melalui kuesioner berdasarkan karakteristik responden dari segi jumlah anak dan pekerjaan diperoleh hasil seperti di Tabel 4.12 berikut.

TABEL 4.12
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN
PENDIDIKAN TERAKHIR DAN PEKERJAAN

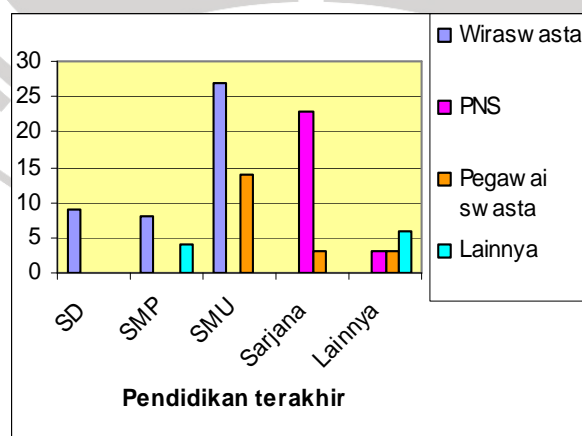
		Pekerjaan				Total
		Wiraswasta	PNS	Pegawai swasta	Lainnya	
Pendidikan terakhir	SD	9	0	0	0	9
	SMP	8	0	0	4	12
	SMU	27	0	14	0	41
	Sarjana	0	23	3	0	26
	Lainnya	0	3	3	6	12
Total		44	26	20	10	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Hasil pengolahan data dari 100 responden di Pasar Sederhana, terdapat 9 orang yang berpendidikan terakhir SD, 12 orang yang berpendidikan terakhir SMP, 41 orang berpendidikan terakhir SMU, 26 orang berpendidikan terakhir

sarjana, dan 12 orang yang berpendidikan terakhir lainnya, diantaranya 9 orang yang berpendidikan terakhir D1 dan 3 orang yang berpendidikan terakhir D3. Selain itu dari 100 responden terdapat 44 orang yang memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta, 26 orang yang memiliki pekerjaan sebagai PNS, 20 orang yang memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta, dan 10 orang yang memiliki pekerjaan lainnya, diantaranya 3 orang yang bekerja sebagai pembantu rumah tangga, 3 orang yang bekerja sebagai penjaga toko, 2 orang yang bekerja sebagai pengajar les dan privat, dan 2 orang yang bekerja sebagai pelayan restoran. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen Pasar Sederhana sebagian besar berasal memiliki pendidikan terakhir SMU dan memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta.

Keadaan tersebut disebabkan mayoritas kemampuan masyarakat pada umumnya dalam biaya pendidikan terbatas sampai pada tingkat SMU dengan pekerjaan sebagai wiraswasta karena mereka sulit diterima bekerja di perusahaan swasta, sehingga mereka berusaha bekerja dengan membuka lapangan usaha sendiri. Tabel 4.12 di atas dapat digambarkan pada Gambar 4.7 berikut.



Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

GAMBAR 4.7
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN
PENDIDIKAN TERAKHIR DAN PEKERJAAN

7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir dan Penghasilan

Pengumpulan data melalui kuesioner berdasarkan karakteristik responden dari segi jumlah anak dan pendapatan diperoleh hasil seperti pada Tabel 4.13 berikut.

TABEL 4.13
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN
PENDIDIKAN TERAKHIR DAN PENGHASILAN

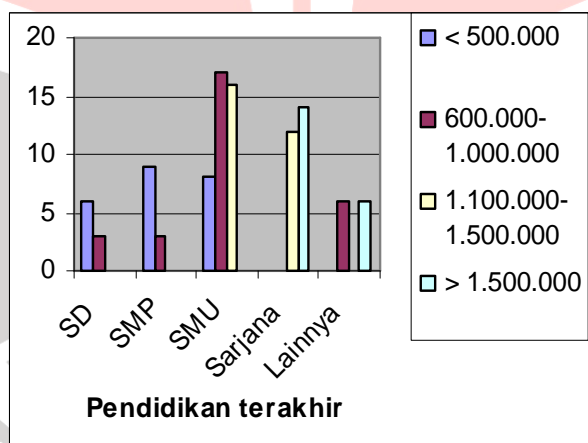
		Penghasilan/bulan				Total
		< 500.000	600.000-1.000.000	1.100.000-1.500.000	> 1.500.000	
Pendidikan terakhir	SD	6	3	0	0	9
	SMP	9	3	0	0	12
	SMU	8	17	16	0	41
	Sarjana	0	0	12	14	26
	Lainnya	0	6	0	6	12
Total		23	29	28	20	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Hasil pengolahan data dari 100 responden di Pasar Sederhana, terdapat 9 orang yang berpendidikan terakhir SD, 12 orang yang berpendidikan terakhir SMP, 41 orang berpendidikan terakhir SMU, 26 orang berpendidikan terakhir sarjana, dan 12 orang yang berpendidikan terakhir lainnya, diantaranya 9 orang yang berpendidikan terakhir D1 dan 3 orang yang berpendidikan terakhir D3. Selain itu dari 100 responden terdapat 23 orang yang memperoleh penghasilan kurang dari 500.000 per bulan, 29 orang yang memperoleh penghasilan diantara 500.000-1.000.000 per bulan, 28 orang yang memperoleh penghasilan diantara 1.000.000-1.500.000 per bulan, dan 20 orang yang memperoleh penghasilan lebih dari 1.500.000 per bulan. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen Pasar

Sederhana sebagian besar memiliki pendidikan terakhir SMU dengan tingkat penghasilan sebesar Rp. 600.000-1.000.000 per bulan.

Kedadaan tersebut disebabkan mayoritas kemampuan masyarakat pada umumnya dalam biaya pendidikan terbatas sampai pada tingkat SMU dengan penghasilan sebesar Rp. 600.000-1.000.000 per bulan karena tingkat pendidikan akhir SMU dalam masyarakat memiliki tingkat penghasilan yang rata-rata besarnya berkisar antara 600.000-1.000.000 per bulan, berbeda dengan penghasilan pada tingkat pendidikan akhir sarjana pada umumnya lebih besar dan berkisar di atas Rp. 1.000.000 per bulan. Tabel 4.13 di atas dapat digambarkan pada Gambar 4.8 berikut.



Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

GAMBAR 4.8
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN
PENDIDIKAN TERKAHIR DAN PENGHASILAN

8. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Anak dan Pekerjaan

Pengumpulan data melalui kuesioner berdasarkan karakteristik responden dari segi pendidikan terakhir dan pekerjaan diperoleh hasil seperti pada Tabel 4.14 berikut.

TABEL 4.14
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN
JUMLAH ANAK DAN PEKERJAAN

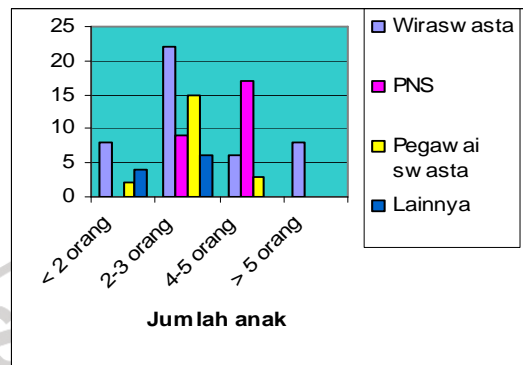
		Pekerjaan				Total
		Wiraswasta	PNS	Pegawai swasta	Lainnya	
Jumlah anak	< 2 orang	8	0	2	4	14
	2-3 orang	22	9	15	6	52
	4-5 orang	6	17	3	0	26
	> 5 orang	8	0	0	0	8
Total		44	26	20	10	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Hasil pengolahan data dari 100 responden di Pasar Sederhana, terdapat 14 orang yang memiliki jumlah anak kurang dari 2 orang, 52 orang yang memiliki jumlah anak 2-3 orang, 26 orang yang memiliki jumlah anak 4-5 orang, dan 8 orang yang memiliki jumlah anak lebih dari 5 orang. Selain itu dari 100 responden terdapat 44 orang yang memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta, 26 orang yang memiliki pekerjaan sebagai PNS, 20 orang yang memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta, dan 10 orang yang memiliki pekerjaan lainnya, diantaranya 3 orang yang bekerja sebagai pembantu rumah tangga, 3 orang yang bekerja sebagai penjaga toko, 2 orang yang bekerja sebagai pengajar les dan privat, dan 2 orang yang bekerja sebagai pelayan restoran. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen Pasar Sederhana sebagian besar berasal dari golongan yang memiliki jumlah anak 2-3 orang dan memiliki pekerjaan wiraswasta.

Keadaan tersebut disebabkan mayoritas masyarakat sudah mulai mengikuti program Keluarga Berencana (KB) yang dianjurkan pemerintah dengan pekerjaan sebagai wiraswasta yang disebabkan mayoritas konsumen memiliki pendidikan terakhir di tingkat SMU sehingga mereka sulit diterima bekerja di

perusahaan dan akhirnya berusaha bekerja dengan membuka lapangan usaha sendiri. Tabel 4.14 di atas dapat digambarkan pada Gambar 4.9 berikut.



Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

GAMBAR 4.9
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN
JUMLAH ANAK DAN PEKERJAAN

9. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Anak dan Penghasilan

Pengumpulan data melalui kuesioner berdasarkan karakteristik responden dari segi pendidikan terakhir dan pendapatan diperoleh hasil seperti pada Tabel 4.15 berikut.

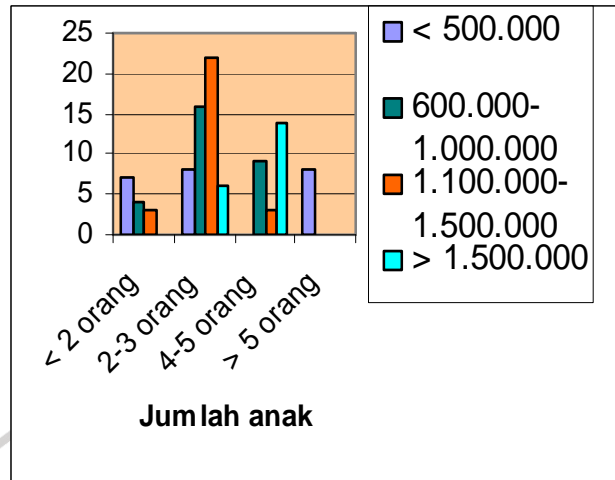
TABEL 4.15
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN JUMLAH ANAK
DAN PENGHASILAN

		Penghasilan/bulan				Total
		< 500.000	600.000-1.000.000	1.100.000-1.500.000	> 1.500.000	
Jumlah anak	< 2 orang	7	4	3	0	14
	2-3 orang	8	16	22	6	52
	4-5 orang	0	9	3	14	26
	> 5 orang	8	0	0	0	8
Total		23	29	28	20	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Hasil pengolahan data dari 100 responden di Pasar Sederhana, terdapat 14 orang yang memiliki jumlah anak kurang dari 2 orang, 52 orang yang memiliki jumlah anak 2-3 orang, 26 orang yang memiliki jumlah anak 4-5 orang, dan 8 orang yang memiliki jumlah anak lebih dari 5 orang. Selain itu dari 100 responden terdapat 23 orang yang memperoleh penghasilan kurang dari 500.000 per bulan, 29 orang yang memperoleh penghasilan diantara 500.000-1.000.000 per bulan, 28 orang yang memperoleh penghasilan diantara 1.000.000-1.500.000 per bulan, dan 20 orang yang memperoleh penghasilan lebih dari 1.500.000 per bulan. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen Pasar Sederhana sebagian besar berasal dari golongan yang memiliki jumlah anak 2-3 orang dengan tingkat penghasilan sebesar Rp. 600.000-1.000.000 per bulan.

Keadaan tersebut disebabkan mayoritas masyarakat sudah mulai mengikuti program Keluarga Berencana (KB) yang dianjurkan pemerintah dengan penghasilan sebesar Rp. 600.000-1.000.000 per bulan karena tingkat pendidikan akhir SMU dalam masyarakat memiliki tingkat penghasilan yang rata-rata besarnya berkisar antara 600.000-1.000.000 per bulan, berbeda dengan penghasilan pada tingkat pendidikan akhir sarjana pada umumnya lebih besar dan berkisar di atas Rp. 1.000.000 per bulan. Tabel 4.15 di atas dapat digambarkan pada Gambar 4.10 berikut.



Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

GAMBAR 4.10
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN
JUMLAH ANAK DAN PENGHASILAN

10. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Pendapatan

Pengumpulan data melalui kuesioner berdasarkan karakteristik responden dari segi pekerjaan dan pendapatan diperoleh hasil seperti pada Tabel 4.16 berikut.

TABEL 4.16
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN PEKERJAAN DAN
PENDAPATAN

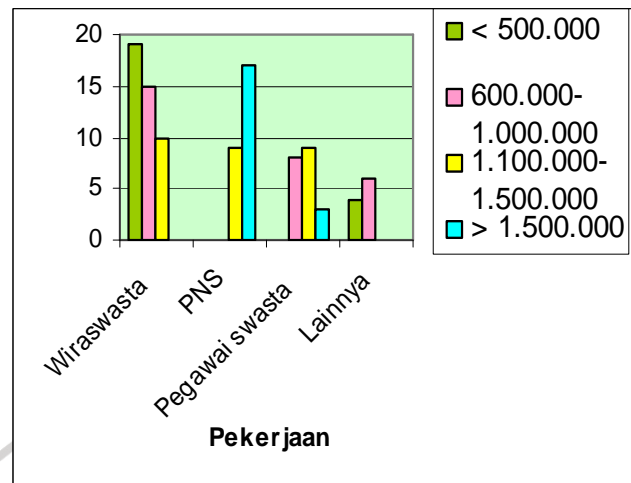
		Penghasilan/bulan				Total
		< 500.000	600.000-1.000.000	1.100.000-1.500.000	> 1.500.000	
Pekerjaan	Wiraswasta	19	15	10	0	44
	PNS	0	0	9	17	26
	Pegawai swasta	0	8	9	3	20
	Lainnya	4	6	0	0	10
Total		23	29	28	20	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Hasil pengolahan data dari 100 responden di Pasar Sederhana, terdapat 44 orang yang memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta, 26 orang yang memiliki pekerjaan sebagai PNS, 20 orang yang memiliki pekerjaan sebagai pegawai

swasta, dan 10 orang yang memiliki pekerjaan lainnya, diantaranya 3 orang yang bekerja sebagai pembantu rumah tangga, 3 orang yang bekerja sebagai penjaga toko, 2 orang yang bekerja sebagai pengajar les dan privat, dan 2 orang yang bekerja sebagai pelayan restoran. Selain itu dari 100 responden terdapat 23 orang yang memperoleh penghasilan kurang dari 500.000 per bulan, 29 orang yang memperoleh penghasilan diantara 500.000-1.000.000 per bulan, 28 orang yang memperoleh penghasilan diantara 1.000.000-1.500.000 per bulan, dan 20 orang yang memperoleh penghasilan lebih dari 1.500.000 per bulan. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen Pasar Sederhana sebagian besar berasal dari golongan yang memiliki pekerjaan wiraswasta dengan tingkat penghasilan sebesar Rp. 600.000-1.000.000 per bulan.

Keadaan tersebut disebabkan mayoritas konsumen memiliki pendidikan akhir di tingkat SMU sehingga sulit diterima bekerja di perusahaan swasta dan akhirnya mereka berusaha bekerja dengan membuka lapangan usaha sendiri dan tingkat penghasilan sebesar Rp. 600.000-1.000.000 per bulan karena tingkat pendidikan akhir SMU dalam masyarakat memiliki tingkat penghasilan yang rata-rata besarnya berkisar antara 600.000-1.000.000 per bulan, berbeda dengan penghasilan pada tingkat pendidikan akhir sarjana pada umumnya lebih besar dan berkisar di atas Rp. 1.000.000 per bulan. Tabel 4.16 di atas dapat digambarkan pada Gambar 4.11 berikut.



Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

GAMBAR 4.11
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN
PEKERJAAN DAN PENGHASILAN

4.2.2 Pengalaman Responden terhadap Pasar Sederhana

1. Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Berbelanja di Pasar Sederhana

Pengalaman dan Penilaian Responden Terhadap Pasar Sederhana meliputi tempat belanja yang paling sering dikunjungi, frekuensi berbelanja, prioritas tempat berbelanja, alasan berbelanja, pasar yang paling sering dikunjungi, dan tempat berbelanja yang sesuai dengan kebiasaan atau pola hidup.

TABEL 4.17
PENGALAMAN RESPONDEN BERDASARKAN ALASAN
BERBELANJA DI PASAR SEDERHANA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Lokasi dekat dengan rumah	64	64.0	64.0	64.0
	Harga barang murah	23	23.0	23.0	87.0
	Produk yang dijual lengkap	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Berdasarkan hasil pengolahan data seperti yang tercantum pada Tabel 4.17 diketahui bahwa 64 orang responden atau 64% menyatakan alasan berbelanja di Pasar Sederhana adalah lokasi Pasar Sederhana yang dekat dengan rumah, responden yang memiliki alasan harga barang murah sebanyak 23 orang atau 23%, dan responden yang memiliki alasan produk yang dijual lengkap sebanyak 13 orang atau 13%. Berdasarkan pernyataan responden sebanyak 64 orang responden atau 64%, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa alasan utama konsumen berbelanja di Pasar Sederhana adalah letak lokasi Pasar Sederhana yang dekat dengan rumah.

2. Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja dalam Satu Minggu

TABEL 4.18
PENGALAMAN RESPONDEN BERDASARKAN FREKUENSI
BERBELANJA DI PASAR SEDERHANA DALAM SATU MINGGU

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-2 kali	35	35.0	35.0	35.0
	3-4 kali	51	51.0	51.0	86.0
	5-6 kali	9	9.0	9.0	95.0
	Setiap hari	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Berdasarkan hasil pengolahan data seperti yang tercantum pada Tabel 4.18 diketahui bahwa mayoritas responden berbelanja sebanyak 3-4 kali dalam satu minggu dengan jumlah responden yang memilih sebanyak 51 orang atau 51%, responden yang berbelanja sebanyak 1-2 kali dalam satu minggu sebanyak 35 orang atau 35%, responden yang berbelanja sebanyak 5-6 kali dalam satu minggu

sebanyak 9 orang atau 9%, dan responden yang berbelanja setiap hari sebanyak 5 orang atau 5%.

3. Pengalaman Responden Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran Setiap Berbelanja di Pasar Sederhana

TABEL 4.19
PENGALAMAN RESPONDEN BERDASARKAN BESARNYA RATA-RATA
PENGELUARAN SETIAP BERBELANJA DI PASAR SEDERHANA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 25.000	14	14.0	14.0	14.0
25.000-50.000	63	63.0	63.0	77.0
51.000-75.000	13	13.0	13.0	90.0
76.000-100.000	7	7.0	7.0	97.0
> 100.000	3	3.0	3.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Berdasarkan hasil pengolahan data seperti yang tercantum pada Tabel 4.19 diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan bahwa rata-rata pengeluaran setiap belanja di Pasar Sederhana adalah Rp. 25.000-50.000 dengan jumlah responden yang memilih sebanyak 63 orang atau 63%. Responden yang memiliki rata-rata pengeluaran kurang dari Rp. 25.000 sebanyak 14 orang atau 14%. Responden yang memiliki rata-rata pengeluaran kurang dari Rp. 51.000-75.000 sebanyak 13 orang atau 13%. Responden yang memiliki rata-rata pengeluaran kurang dari Rp. 75.000-100.000 sebanyak 7 orang atau 7%. Responden yang memiliki rata-rata pengeluaran lebih dari Rp. 100.000 sebanyak 3 orang atau 3%.

4. Pengalaman Responden Berdasarkan Urutan Peringkat Pasar Tradisional yang Paling Sering Dikunjungi

TABEL 4.20
PENGALAMAN RESPONDEN BERDASARKAN URUTAN PERINGKAT PASAR TRADISIONAL YANG PALING SERING DIKUNJUNGI

Tempat Berbelanja	1		2		3		4		Persentasi Kumulatif
	f	%	f	%	f	%	f	%	
Pasar Sederhana	54	54	33	33	0	0	0	0	30
Pasar Ciroyom	37	37	46	46	28	28	2	2	60
Pasar Sukajadi	9	9	21	21	41	41	29	29	90
Pasar Gegerkalong	0	0	0	0	31	31	69	69	120
Total									

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Berdasarkan hasil pengolahan data seperti yang tercantum pada Tabel 4.20 diketahui bahwa mayoritas responden memilih Pasar Sederhana sebagai pasar tradisional yang paling sering dikunjungi dengan jumlah responden yang memilih sebanyak 54 orang atau 54%, kemudian 37 orang atau 37% memilih Pasar Ciroyom sebagai pasar tradisional yang paling sering dikunjungi, dan 9 orang atau 9% memilih Pasar Sukajadi sebagai pasar tradisional yang paling sering dikunjungi.

4.2.3 Penilaian Responden terhadap Pasar Sederhana

1. Penilaian Responden Berdasarkan Fasilitas di Pasar Sederhana

TABEL .21
PENILAIAN RESPONDEN TERHADAP PASAR SEDERHANA BERDASARKAN FASILITASNYA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat menarik	2	2.0	2.0	2.0
	Menarik	28	28.0	28.0	30.0
	Tidak menarik	66	66.0	66.0	96.0
	Sangat tidak menarik	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Berdasarkan hasil pengolahan data seperti yang tercantum pada Tabel 4.21 diketahui bahwa mayoritas responden memberi penilaian tidak menarik terhadap Pasar Sederhana dilihat dari fasilitas dan keadaannya dengan jumlah responden yang memilih sebanyak 66 orang atau 66%, 28 orang atau 28% memberi penilaian menarik terhadap Pasar Sederhana dilihat dari fasilitas dan keadaannya, 4 orang atau 4% memberi penilaian sangat tidak menarik terhadap Pasar Sederhana dilihat dari fasilitas dan keadaannya, dan 2 orang atau 2% memberi penilaian sangat menarik terhadap Pasar Sederhana dilihat dari fasilitas dan keadaannya.

2. Penilaian Responden Berdasarkan Urutan Peringkat Tempat Belanja yang Dinilai Sesuai dengan Kebutuhan Hidup Sehari-Hari

TABEL 4.22
PENILAIAN RESPONDEN TERHADAP TEMPAT BELANJA YANG SESUAI DENGAN KEBUTUHAN HIDUP SEHARI-HARI

Tempat Berbelanja	1		2		3		4		Persentasi Kumulatif
	f	%	f	%	f	%	f	%	
Pasar tradisional	78	78	19	19	3	3	0	0	30
Minimarket	18	18	41	41	17	17	24	24	60
Supermarket	4	4	40	40	52	52	4	4	90
Hypermarket	0	0	0	0	28	28	72	72	120
Total									

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Berdasarkan hasil pengolahan data seperti yang tercantum pada Tabel 4.22 diketahui bahwa mayoritas responden memilih pasar tradisional sebagai tempat perbelanjaan dengan peringkat pertama yang dinilai sesuai dengan kebutuhan hidup sehari-hari konsumen dengan jumlah responden yang memilih sebanyak 78 orang atau 78%, kemudian minimarket sebagai peringkat kedua dengan jumlah responden yang memilih sebanyak 41 orang atau 41%, supermarket sebagai

peringkat ketiga dengan jumlah responden yang memilih sebanyak 52 orang atau 52%, dan hypermarket sebagai peringkat keempat dengan jumlah responden yang memilih sebanyak 72 orang atau 72%.

3. Penilaian Responden Berdasarkan Urutan Peringkat Tempat Belanja yang Dinilai Nyaman dan Sesuai dengan Harapan

TABEL 4.23
PENILAIAN RESPONDEN PADA TEMPAT BELANJA KEBUTUHAN SEHARI HARI YANG NYAMAN DAN SESUAI DENGAN HARAPAN

Tempat Berbelanja	1		2		3		4		Persentasi Kumulatif
	f	%	f	%	f	%	f	%	
Pasar	4	4	0	0	10	10	83	83	0
Minimarket	15	15	23	23	59	59	3	3	30
Supermarket	23	23	73	73	4	4	0	0	98
Hypermart	58	58	4	4	27	27	14	14	117
Total									

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Berdasarkan hasil pengolahan data seperti yang tercantum pada Tabel 4.23 diketahui bahwa mayoritas responden memilih hypermarket sebagai tempat belanjaan kebutuhan sehari-hari dengan peringkat pertama yang dinilai nyaman dan sesuai dengan harapan konsumen dengan jumlah responden yang memilih sebanyak 58 orang atau 58%, kemudian supermarket sebagai peringkat kedua dengan jumlah responden yang memilih sebanyak 73 orang atau 73%, minimarket sebagai peringkat ketiga dengan jumlah responden yang memilih sebanyak 59 orang atau 59%, dan pasar tradisional sebagai peringkat keempat dengan jumlah responden yang memilih sebanyak 83 orang atau 83%.

4. Penilaian Responden Berdasarkan Urutan Peringkat Aspek-Aspek yang Menarik dari Pasar Sederhana

TABEL 4.24
PENILAIAN RESPONDEN BERDASARKAN URUTAN PERINGKAT
ASPEK-ASPEK YANG MENARIK DARI PASAR SEDERHANA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Layanan pedagang	13	13.0	13.0	13.0
	Produk yang lengkap	55	55.0	55.0	68.0
	Harga yang murah	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Berdasarkan hasil pengolahan data seperti yang tercantum pada Tabel 4.24 diketahui bahwa mayoritas responden memberi penilaian bahwa aspek yang paling menarik dari Pasar Sederhana adalah produk yang lengkap dengan jumlah responden yang memilih sebanyak 55 orang atau 55%, kemudian 32 orang atau 32% memberi penilaian bahwa aspek yang menarik dari Pasar Sederhana adalah harga yang murah, dan 13 orang atau 13% memberi penilaian bahwa aspek yang paling menarik dari Pasar Sederhana adalah layanan pedagang.

4.3 Gambaran Variabel Penelitian

4.3.1 Tanggapan Responden terhadap *People*

4.3.1.1 Tanggapan Responden terhadap *Employee* di Pasar Sederhana dalam Melayani konsumen

Partisipan atau orang (*People*) adalah semua pelaku yang memainkan sebagian penyajian jasa dan hasilnya mempengaruhi persepsi pembeli. Yang termasuk dalam elemen ini adalah pedagang dan petugas di pasar yang langsung

berhubungan dengan konsumen, serta komunikasi yang tercipta antara pedagang dan konsumen dalam lingkungan jasa. Dalam hal ini Pasar Sederhana memiliki *employee* sebagai salah satu bagian dari *People* yang terdapat di pasar tersebut. Aspek *employee* diukur berdasarkan tingkat keramahan pedagang, penetapan harga barang, respon pedagang, perhatian pedagang, sikap pedagang, dan pelayanan pedagang Pasar Sederhana kepada konsumennya.

Pada tabel 4.25 terdapat gambaran tentang pedagang di Pasar Sederhana dengan tujuan untuk mengetahui hasil layanan yang diberikan pedagang terhadap konsumennya berdasarkan pendapat responden.

TABEL 4.25
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP *EMPLOYEE*
DI PASAR SEDERHANA

<i>Employee</i>	Sangat Tidak Ramah		Tidak Ramah		Cukup Ramah		Ramah		Sangat Ramah		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	%	Skor
Keramahan pedagang	0	0	9	9	30	30	58	58	3	3	100	355
<i>Employee</i>	Sangat Lambat		Lambat		Cukup Cepat		Cepat		Sangat Cepat		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	%	Skor
Kecepatan melayani	0	0	20	20	36	36	44	44	0	0	100	324
<i>Employee</i>	Sangat Tidak Peduli		Tidak Peduli		Cukup Peduli		Peduli		Sangat Peduli		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	%	Skor
Respon pedagang	3	3	46	46	49	49	2	2	0	0	100	250
<i>Employee</i>	Sangat Tidak Puas		Tidak Puas		Cukup Puas		Puas		Sangat Puas		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	%	Skor
Kepuasan konsumen	0	0	43	43	41	41	16	16	0	0	100	273
Layanan petugas toilet & parkir	0	0	29	29	61	61	10	10	0	0	100	281

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Keramahan pedagang di Pasar Sederhana mendapatkan skor tertinggi dengan jumlah 355, yaitu terdiri dari 58% responden menilai para pedagang bersikap ramah, 30% menilai cukup ramah, 9% menilai tidak ramah, dan 3% menilai sangat ramah. Hal tersebut berarti bahwa sebagian besar pedagang mengerti bahwa pembeli harus dilayani dengan baik agar tidak kecewa. Hal ini sesuai dengan pendapat Hendri Ma'ruf (2006:230) yang menyatakan bahwa pelayanan harus dilakukan sebaik-baiknya tanpa peduli apakah penjualan akan meningkat atau tidak. Contohnya, praktik pelayanan prima yang diterapkan ritel modern bukan diniatkan dengan dasar "melayani sebaik-baiknya agar penjualan meningkat" melainkan diniatkan benar-benar untuk "melayani konsumen sebaik-baiknya".

Sedangkan respon pedagang terhadap rasa tidak puas dan keluhan yang disampaikan konsumen mendapat skor terkecil dengan jumlah 250, yaitu terdiri dari 49% responden menilai pedagang cukup peduli, 46% responden menilai tidak peduli, 3% responden menilai sangat tidak peduli, dan 2% responden menilai peduli. Hal tersebut menunjukkan bahwa pedagang di Pasar Sederhana kurang memperhatikan keluhan atau rasa tidak puas yang disampaikan konsumennya, padahal apabila hal tersebut ditanggapi dengan baik dapat menjadi bahan acuan untuk memperbaiki hal-hal yang dinilai konsumen kurang baik dan tidak memuaskan, sehingga pedagang bisa mengetahui pelayanan yang diharapkan konsumen.

4.3.1.2 Tanggapan Responden terhadap *Communicating* di Pasar Sederhana dalam Melayani konsumen

**TABEL 4.26
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP COMMUNICATING
DI PASAR SEDERHANA**

<i>Communicating</i>	Sangat Tidak Sopan		Tidak Sopan		Cukup Sopan		Sopan		Sangat Sopan		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	%	Skor
Kesopanan pedagang	6	6	27	27	48	48	19	19	0	0	100	280
<i>Communicating</i>	Sangat Tidak Jujur		Tidak Jujur		Cukup Jujur		Jujur		Sangat Jujur		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	%	Skor
Kejujuran pedagang	4	4	40	40	39	39	17	17	0	0	100	271
<i>Communicating</i>	Sangat Jarang		Jarang		Cukup Sering		Sering		Sangat Sering		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	%	Skor
Pedagang mengucapkan terimakasih	0	0	43	43	41	41	16	16	0	0	100	273

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Berdasarkan Tabel 4.26 terlihat bahwa kesopanan pedagang dalam berbicara mendapat skor tertinggi dengan jumlah 480, yaitu (48%) responden menyatakan bahwa pedagang di Pasar Sederhana cukup sopan pada saat berbicara dengan konsumen, pernyataan tidak sopan sebesar 27%, pernyataan sopan sebesar 19%, dan pernyataan sangat tidak sopan sebesar 6%. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang menyadari pentingnya menjalin komunikasi yang baik dengan konsumen dengan cara berbicara sopan. Menurut Hendri Ma'ruf (2006:179), komunikasi merupakan landasan bagi keberhasilan strategi yang dilakukan peritel.

Sedangkan kejujuran pedagang mendapat skor terkecil dengan jumlah 271, yaitu terdiri dari 40% responden menyatakan bahwa pedagang di Pasar Sederhana tidak jujur pada saat berbicara dengan konsumen, pernyataan cukup jujur sebesar 39%, pernyataan jujur sebesar 17%, dan pernyataan sangat tidak jujur sebesar 4%. Hal tersebut disebabkan banyaknya pedagang yang menipu pembeli dengan berbagai kata-kata yang melebih-lebihkan keunggulan produk yang dijualnya, padahal konsumen dapat menilai dan mengetahui bahwa pedagang tersebut tidak jujur. Misalnya, ketika konsumen hendak membeli buah-buahan yang masih segar, maka pedagang cenderung mengatakan bahwa buah-buahan yang dijualnya masih baru, segar, dan manis padahal kenyataannya tidak sesuai dengan yang dikatakan pedagang. Selain itu, para pedagang sering tidak jujur dengan mengatakan timbangan sudah pas padahal beratnya belum mencapai berat yang seharusnya.

4.3.2 Tanggapan Responden terhadap *Process*

4.3.2.1 Tanggapan Responden terhadap Aspek yang Berkaitan dengan Rangkaian Kegiatan di Pasar Sederhana

TABEL 4.27
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP ASPEK RANGKAIAN KEGIATAN DI PASAR SEDERHANA

Rangkaian Kegiatan	Sangat Sulit		Sulit		Cukup Mudah		Mudah		Sangat Mudah		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	%	Skor
Mencari tempat belanja yang dituju	3	3	6	6	36	36	45	45	1	1	100	308
Rangkaian Kegiatan	Sangat Lama		Lama		Cukup Cepat		Cepat		Sangat Cepat		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	%	Skor
Lamanya proses belanja	0	0	42	42	40	40	18	18	0	0	100	276

Rangkaian Kegiatan	Sangat Tidak Nyaman		Tidak Nyaman		Cukup Nyaman		Nyaman		Sangat Nyaman		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	%	Skor
Kenyamanan berbelanja	0	0	67	67	18	18	15	15	0	0	100	248
Rangkaian Kegiatan	Sangat Tidak Aman		Tidak Aman		Cukup Aman		Aman		Sangat Aman		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	%	Skor
Keamanan berbelanja	6	6	65	65	29	29	0	0	0	0	100	223
Rangkaian Kegiatan	Sangat Mahal		Mahal		Cukup Mahal		Murah		Sangat Murah		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	%	Skor
Harga Barang	0	0	18	18	48	48	34	34	0	0	100	316

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Berdasarkan Tabel 4.27 terlihat bahwa harga barang di Pasar Sederhana mendapat skor tertinggi dengan jumlah 316, yaitu terdiri dari (48%) responden menyatakan bahwa tingkat harga barang yang ditawarkan di Pasar Sederhana dibandingkan harga barang di pasar lainnya adalah cukup mahal, pernyataan murah sebesar 34%, dan pernyataan mahal sebesar 18%. Hal tersebut disebabkan harga barang yang dijual di Pasar Sukajadi atau Pasar Ciroyom lebih murah, namun konsumen yang tinggal dekat dengan Pasar Sederhana cenderung tetap memilih berbelanja di Pasar Sederhana. Meskipun harga barang di Pasar Ciroyom dikenal lebih murah, konsumen di sekitar Pasar Sederhana tidak beralih ke pasar tersebut karena jaraknya cukup jauh. Konsumen Pasar Sederhana akhir-akhir ini beralih ke ritel modern di daerah Sukajadi yang jaraknya sekitar 500 meter dari Pasar Sederhana, sehingga membuat omset pedagang di Pasar Sederhana semakin kecil dan pengunjungnya semakin lama semakin sepi.

Tidak dapat dipungkiri bahwa ritel modern tersebut sanggup melakukan persaingan harga dengan ritel tradisional dan memberikan tempat belanja yang nyaman dan lengkap. Hal ini sesuai dengan pendapat Hendri Ma'ruf (2006:157):

"Harga sering dijadikan sebagai strategi yang sangat efektif untuk menarik pembeli. Harga yang lebih rendah berarti sebuah penghematan dan hal tersebut dapat digunakan untuk bersaing, sehingga muncul istilah, "harga bersaing" yang diartikan sebagai harga jual eceran yang lebih rendah dibandingkan harga jual eceran dari rata-rata pesaing."

Sedangkan keamanan berbelanja mendapat skor terkecil dengan jumlah 223, yaitu terdiri dari (65%) responden menyatakan tidak aman selama melakukan proses belanja di dalam Pasar Sederhana, pernyataan cukup aman sebesar 29%, dan pernyataan sangat tidak aman sebesar 6%. Hal tersebut disebabkan masih banyak terdapat pencopet di dalam pasar dan keadaan yang berdesak-desakan di jalan yang sempit membuat pelaku kriminal lebih mudah melakukan aksi kejahatannya. Sistem keamanan yang dimiliki ritel modern tertinggal jauh dengan sistem keamanan yang dimiliki ritel modern, dimana pelaku kriminal akan tertangkap tangan karena sistem keamanan yang digunakan sangat ketat. Keamanan erat kaitannya dengan kenyamanan konsumen dalam berbelanja.

Hal ini sesuai dengan pendapat Hendri Ma'ruf (2006:67) yang menyatakan:

"Perilaku belanja konsumen mempengaruhi pola kegiatan bisnis ritel. Konsumen yang senang dengan kenyamanan akan sering mengunjungi tempat belanja yang menyiapkan iklim dan fasilitas yang membuat orang-orang yang datang berbelanja merasa nyaman."

4.3.3 Tanggapan Responden terhadap *Physical Evidence*

4.3.3.1 Tanggapan Responden terhadap Aspek yang Berkaitan dengan

Desain Fasilitas di Pasar Sederhana

TABEL 4.28
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP ASPEK
DESAIN FASILITAS DI PASAR SEDERHANA

Desain Fasilitas	Sangat Tidak Strategis		Tidak Strategis		Cukup Strategis		Strategis		Sangat Strategis		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	%	Skor
Kestrategisan letak lokasi pasar	0	0	0	0	16	16	73	73	11	11	100	395
Desain Fasilitas	Sangat Sempit		Sempit		Cukup Sempit		Luas		Sangat Luas		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	%	Skor
Luas jalan di dalam pasar	0	0	61	61	24	24	15	15	0	0	100	254
Desain Fasilitas	Sangat Sulit		Sulit		Cukup Mudah		Mudah		Sangat Mudah		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	%	Skor
Transportasi umum	0	0	7	7	53	53	34	34	6	6	100	339
Desain Fasilitas	Sangat Kotor		Kotor		Cukup Bersih		Bersih		Sangat Bersih		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	%	Skor
Kebersihan fasilitas	6	6	56	56	27	27	11	11	0	0	100	243

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Berdasarkan Tabel 4.28 terlihat bahwa kestrategisan letak lokasi Pasar sederhana mendapat skor tertinggi dengan jumlah 395, yaitu terdiri dari (73%) responden menyatakan letak lokasi Pasar Sederhana strategis, pernyataan cukup strategis sebesar 16%, dan pernyataan sangat strategis sebesar 11%. Hal tersebut disebabkan letak lokasi Pasar Sederhana yang mudah dijangkau dan berada di

tempat yang banyak penduduknya. Hal ini sesuai dengan pernyataan Hendri Ma'ruf (2006:115) yang menyatakan bahwa:

”Lokasi adalah faktor yang sangat penting dan ritel yang terletak di lokasi yang strategis akan lebih sukses dibandingkan ritel di lokasi yang kurang strategis. Lokasi yang spesifik dan letak ritel di suatu jalan perlu dipertimbangkan karena letak berdirinya suatu ritel sering dikaitkan dengan *visibility* (keterlihatan), yaitu mudah terlihat oleh pejalan kaki dan pengendara mobil, misalnya dengan menggunakan plang nama.”

Sedangkan kebersihan fasilitas mendapat skor terkecil dengan jumlah 243, yaitu terdiri dari (56%) menyatakan bahwa tingkat kebersihan fasilitas di Pasar Sederhana secara umum adalah kotor, 27% responden menilai cukup bersih, 11% responden menilai bersih, dan 6% responden menilai sangat kotor. Hal tersebut disebabkan kurangnya kesadaran pedagang di Pasar Sederhana mengenai pentingnya menjaga kebersihan berbagai fasilitas di Pasar Sederhana. Pada dasarnya setiap orang menyukai kebersihan dan keindahan, demikian juga dengan konsumen yang datang berbelanja ke Pasar Sederhana.

Pihak yang bertugas untuk menjaga kebersihan lingkungan Pasar Sederhana adalah petugas kebersihan di Pasar Sederhana dan tentunya lebih utama adalah para pedagang di Pasar Sederhana karena pedagang lebih berkepentingan dalam mencari nafkah setiap harinya di pasar tersebut. Kebersihan fasilitas di Pasar Sederhana akan mempengaruhi citra dan penilaian konsumen bagi Pasar Sederhana. Ritel tradisional tidak harus selalu dikaitkan dengan persepsi keadaan tempat yang kotor dan tidak nyaman karena setiap tempat pasti dapat di tata dengan baik. Selain itu, ritel tradisional telah menjalankan pungutan retribusi kebersihan dan akan sangat baik apabila kebersihan tersebut benar-benar

diterapkan di lingkungan Pasar Sederhana, sehingga tidak hanya fokus pada kegiatan pungutan saja.

4.3.3.2 Tanggapan Responden terhadap Aspek yang Berkaitan dengan Signage di Pasar Sederhana

TABEL 4.29
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP ASPEK
SIGNAGE DI PASAR SEDERHANA

<i>Signage</i>	Sangat Tidak Rapih		Tidak Rapih		Cukup Rapih		Rapih		Sangat Rapih		Total	
	F	%	F	%	F	%	%	%	F	%	%	Skor
Kerapihan tata letak	0	0	16	16	23	23	61	61	0	0	100	345
<i>Signage</i>	Sangat Sempit		Sempit		Cukup Luas		Luas		Sangat Luas		Total	
	F	%	F	%	F	%	%	%	F	%	%	Skor
Jarak antar toko, kios, meja	4	4	45	45	47	47	4	4	0	0	100	251

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Berdasarkan Tabel 4.29 terlihat bahwa kerapihan tata letak tempat berdagang, seperti toko, kios, dan meja mendapat skor terbesar dengan jumlah 345, yaitu terdiri dari (61%) responden menyatakan bahwa pengaturan tata letak tempat berdagang (toko, kios, dan meja) di Pasar Sederhana adalah rapih, 23% responden menilai cukup rapih, dan 16% responden menilai tidak rapih. Hal tersebut disebabkan tata letak tempat berdagang (toko, kios, dan meja) telah diatur oleh pihak pengelola Pasar Sederhana, sehingga pedagang tidak bisa membuka lapaknya sembarangan. Namun, masih terdapat responden yang menyatakan pengaturan tersebut tidak rapih karena letak meja berdagang yang sangat berhimpitan, sehingga konsumen tidak bisa bebas bergerak untuk memilih dan mengambil sendiri barang yang akan dibelinya padahal sifat konsumen

sekarang ini lebih menyukai cara belanja yang memilih dan mengambil sendiri (*self service*). Kerapihan pengaturan tata letak sangat penting karena konsumen menyukai tampilan *lay out* yang rapih.

Sedangkan jarak antar toko, kios, dan meja mendapat skor terkecil dengan jumlah 251, yaitu terdiri dari (47%) responden menyatakan bahwa jarak antar toko, kios, dan meja di Pasar Sederhana cukup luas, 45% responden menilai sempit, 4% responden menilai sangat luas, dan 4% responden menilai sangat sempit. Hal tersebut disebabkan pengaturan tempat berdagang yang sangat berhimpitan dan ruas jalan yang sempit turut membuat konsumen tidak leluasa memilih barang belanjaan. Selain itu, masih terdapat pedagang yang menaruh barang titipan konsumennya dengan menggunakan sedikit ruas jalan di dalam pasar. Konsumen menyukai pengaturan tempat yang rapih dan leluasa untuk berbelanja. Hendri ma'ruf (2006:66-67) menyatakan, bahwa "Peritel yang unggul adalah peritel yang mengetahui tata letak yang baik, tidak menaruh barang di gang (*aisle*), memiliki karyawan dengan perilaku yang baik, memiliki tempat paling bersih, dan membuat tampilan (*lay out*) terlihat rapih dan manis".

4.3.3.3 Tanggapan Responden terhadap Aspek yang Berkaitan dengan Peralatan di Pasar Sederhana

TABEL 4.30
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP ASPEK
PERALATAN DI PASAR SEDERHANA

Peralatan	Sangat Tidak Tepat		Tidak Tepat		Cukup Tepat		Tepat		Sangat Tepat		Total	
	F	%	F	%	F	%	%	%	F	%	%	Skor
Ketepatan timbangan	7	7	35	35	30	30	28	28	0	0	100	279

Peralatan	Sangat Kotor		Kotor		Cukup Bersih		Bersih		Sangat Bersih		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	%	Skor
Kebersihan peralatan	0	0	18	18	48	48	34	34	0	0	100	316
Peralatan	Sangat Tidak Modern		Tidak Modern		Cukup Modern		Modern		Sangat Modern		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	%	Skor
Alat hitung	0	0	20	20	37	37	43	43	0	0	100	323
Peralatan	Sangat Tidak Tersedia		Tidak Tersedia		Cukup Tersedia		Tersedia		Sangat Tersedia		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	%	Skor
Alat bantu	6	6	68	68	19	19	13	13	0	0	100	251

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Berdasarkan Tabel 4.30 terlihat bahwa penggunaan alat hitung untuk menghitung barang belanjaan konsumen mendapat skor terbesar dengan jumlah 323, yaitu terdiri dari (43%) responden menyatakan bahwa alat hitung yang digunakan pedagang di Pasar Sederhana tergolong modern, 37% responden menilai cukup modern, dan sebesar 20% responden menilai tidak modern. Hal tersebut karena pada umumnya pedagang di Pasar Sederhana menggunakan kalkulator sebagai alat hitung, namun masih terdapat pedagang yang menghitung dengan cara manual dan hal tersebut sering berisiko kesalahan dalam perhitungan. Selain itu, pedagang yang menghitung dengan menggunakan kalkulator juga masih sering melakukan kesalahan perhitungan, sehingga rata-rata konsumen yang berbelanja dalam jumlah besar akan selalu menghitung ulang nilai barang belanjanya. Keadaan ini berbeda dengan ritel modern yang menggunakan mesin *cash register* yang dapat digunakan untuk menghitung sekaligus mengeluarkan struk belanjaan, sehingga perhitungannya lebih akurat dan lebih mudah diperiksa.

Sedangkan ketersediaan alat bantu yang disediakan pedagang di Pasar Sederhana mendapat skor terkecil dengan jumlah 251, yaitu terdiri dari (68%) responden menyatakan bahwa tidak tersedia alat bantu untuk membawa barang belanjaan konsumen di Pasar Sederhana, 19% responden menilai cukup tersedia, 13% responden menilai tersedia, dan 6% responden menilai sangat tidak tersedia. Hal tersebut disebabkan tidak tersedianya alat bantu khusus untuk membawa barang belanjaan konsumen, seperti halnya di ritel modern yang menyediakan alat bantu berupa *trolley* untuk membawa barang belanjaan konsumen. Alat bantu yang tersedia di Pasar Sederhana berupa gerobak kecil yang digunakan pedagang untuk membawa barang jualannya dan alat tersebut jarang sekali dipinjamkan pada konsumen, padahal konsumen sangat membutuhkan alat bantu terutama jika barang belanjanya banyak. Hal tersebut sebenarnya merupakan bagian dari tanggung jawab pedagang dalam melayani kebutuhan konsumen. Pelayanan di ritel modern jelas lebih menguntungkan konsumen karena format pengaturannya lebih terarah untuk memenuhi kebutuhan konsumen selama berbelanja. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Hendri Ma'ruf (2006:85) yang menyatakan, bahwa "Kelemahan yang membuat ritel tradisional mengalami penurunan pangsa pasar adalah karena kalah bersaing dengan ritel modern yang memiliki format baru. Hal tersebut tidak hanya terjadi di Indonesia, tetapi juga terjadi di Eropa yang mengalami penurunan perlahan selama 30 tahun terakhir di abad 20."

4.4 Gambaran Proses Keputusan Pembelian Konsumen

Variabel Y adalah proses keputusan pembelian konsumen yang terdiri dari beberapa tahapan, antara lain pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

4.4.1 Tanggapan Responden terhadap Aspek yang Berkaitan dengan Proses

Keputusan Pembelian Konsumen

TABEL 4.31
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PROSES KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN

Pengenalan Masalah	Sangat Lambat		Lambat		Cukup Cepat		Cepat		Sangat Cepat		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	%	Skor
Menyadari kebutuhan	0	0	16	16	25	25	59	59	0	0	100	343
Pengenalan Masalah	Sangat Sering		Sering		Kadang Kadang		Jarang		Sangat Jarang		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	%	Skor
Menunda kebutuhan	0	0	54	54	24	24	22	22	0	0	100	268
Pencarian Informasi	Sangat Tidak Peduli		Tidak Peduli		Cukup Peduli		Peduli		Sangat Peduli		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	%	Skor
Pencarian informasi tempat belanja	3	3	6	6	36	36	54	54	1	1	100	339
Evaluasi Alternatif	Sangat Tidak Peduli		Tidak Peduli		Cukup Peduli		Peduli		Sangat Peduli		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	%	Skor
Pemilihan tempat belanja	0	0	19	19	49	49	32	32	0	0	100	313
Keputusan Pembelian	Sangat Rendah		Rendah		Cukup Tinggi		Tinggi		Sangat Tinggi		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	%	Skor
Dorongan berbelanja	0	0	20	20	37	37	43	43	0	0	100	323
Perilaku Pasca Pembelian	Sangat Tidak Puas		Tidak Puas		Cukup Puas		Puas		Sangat Puas		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	%	Skor

Kepuasan berbelanja	0	0	43	43	41	41	16	16	0	0	100	273
Perilaku Pasca Pembelian	Sangat Rendah		Rendah		Cukup Rendah		Tinggi		Sangat Tinggi		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	%	Skor
Minat untuk berbelanja kembali	0	0	42	42	40	40	18	18	0	0	100	276

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Berdasarkan Tabel 4.31 terlihat bahwa pengenalan masalah dimana konsumen mulai menyadari kebutuhannya mendapat skor terbesar dengan jumlah 343, yaitu terdiri dari (59%) responden menyatakan bahwa konsumen tergolong cepat dalam menyadari kebutuhan sehari-harinya, 25% responden menyatakan cukup cepat, dan 16% responden menyatakan lambat. Hal tersebut disebabkan konsumen Pasar Sederhana tergolong cepat dalam menyadari apa saja yang menjadi kebutuhan hidupnya sehari-hari, baik itu kebutuhan akan makanan, kesehatan, pendidikan (mayoritas penduduknya memiliki pendidikan akhir tingkat SMU yang berarti mereka telah memenuhi lebih dari kebutuhan wajib belajar 9 tahun), dan kebutuhan sehari-hari lainnya.

Sedangkan mengenai pengenalan masalah dimana konsumen menyatakan sering atau tidak menunda kebutuhannya mendapat skor terkecil dengan jumlah 268, yaitu terdiri dari (54%) responden menyatakan bahwa konsumen sering menunda kebutuhan sehari-hari, 24% responden menyatakan kadang-kadang, dan 22% responden menyatakan jarang. Hal tersebut disebabkan kemampuan konsumen dari segi biaya belum mendukung untuk memenuhi segala kebutuhannya secepat mungkin, sehingga mayoritas responden sering menunda kebutuhannya. Selain itu, mayoritas responden memiliki tingkat penghasilan sebesar Rp. 600.000-1.000.000 per bulan dengan jumlah anak 2-3 orang, sehingga

banyak sekali kebutuhan sedangkan dana terbatas dan tidak memungkinkan untuk memenuhi segala kebutuhan secepatnya. Menurut Kotler (2005:224) “Proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenali masalah dan kebutuhannya. Kebutuhan tersebut dapat dicetuskan oleh rangsangan internal atau eksternal.” Para pemasar perlu mengidentifikasi keadaan yang memicu kebutuhan tertentu dengan mengumpulkan informasi dari sejumlah konsumen, para pemasar dapat mengidentifikasi rangsangan yang paling sering membangkitkan minat konsumen untuk membeli. Para pemasar kemudian dapat menyusun strategi pemasaran yang mampu memicu minat konsumen untuk melakukan pembelian aktual.

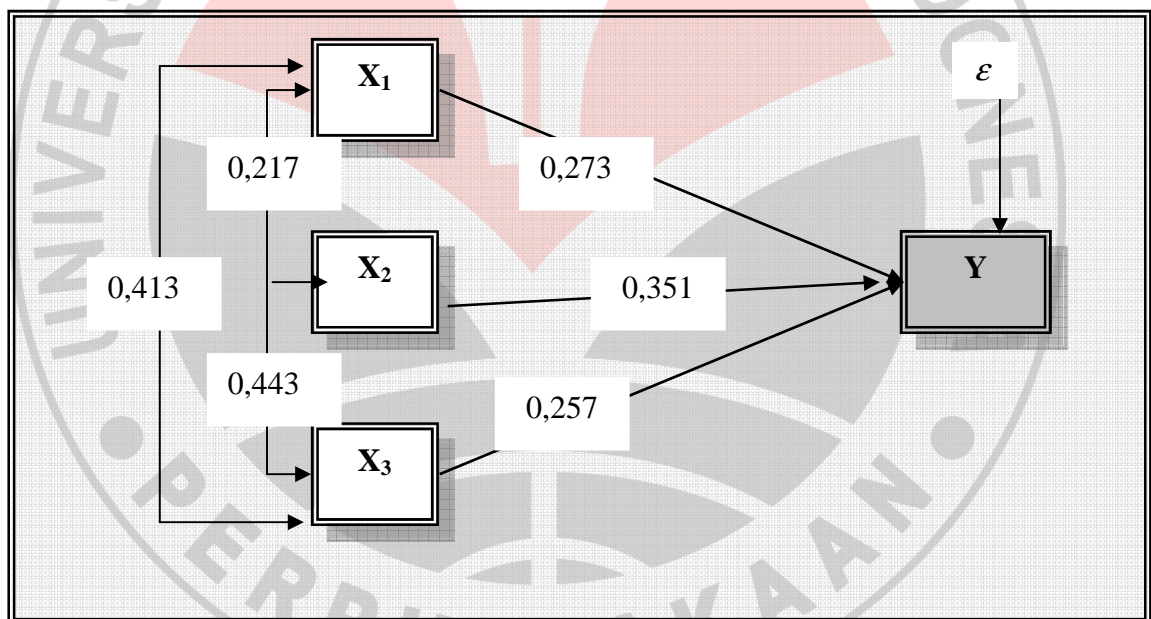
4.5 Hasil Pengujian dan Pembahasan Hasil Hipotesis

Pada penelitian ini terdapat empat hipotesis yang diuji yaitu pengaruh *people* terhadap proses keputusan pembelian konsumen, pengaruh *Process* terhadap proses keputusan pembelian konsumen, pengaruh *Physical evidence* terhadap proses keputusan pembelian konsumen, dan pengaruh *People, Process,* dan *Physical evidence* terhadap proses keputusan pembelian konsumen.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan bantuan *software* SPSS 12.0, hasil penelitian yang diperoleh akan menunjukkan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen, baik secara langsung maupun tidak langsung.

4.5.1 Pengujian dan Pembahasan Pengaruh *People*, *Process*, dan *Physical evidence* terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen

Pengujian hipotesis pertama dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh *People* (X_1), *Process* (X_2), dan *Physical evidence* (X_3) terhadap proses keputusan pembelian konsumen (Y). Pengujian tersebut dilakukan dengan menggunakan uji statistik *path analysis* (analisis jalur) dengan cara menganalisis hubungan pengaruh antara total skor item (X_1), (X_2), dan (X_3) terhadap (Y) Hasil korelasi antara *People*, *Process*, dan *Physical evidence* dengan proses keputusan pembelian konsumen disajikan dalam gambar 4.12 berikut ini.



GAMBAR 4.12
DIAGRAM JALUR HIPOTESIS I

Keterangan :

X_1 = *People*

X_2 = *Process*

X_3 = *Physical evidence*

Y = proses keputusan pembelian konsumen

Adapun nilai korelasi antara setiap variabel X dengan variabel Y berdasarkan gambar di atas dapat dilihat dalam Tabel 4.36 berikut ini.

TABEL 4.36
MATRIKS KORELASI ANTARA *PEOPLE*, *PROCESS*, DAN *PHYSICAL EVIDENCE* TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN

	Y	X1	X2	X3
Y	1	0,455	0,524	0,525
X1	0,455	1	0,217	0,413
X2	0,524	0,217	1	0,443
X3	0,525	0,413	0,443	1

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Tabel 4.36 memperlihatkan hubungan setiap sub variabel X dari X1 sampai X3 dengan Y, serta hubungan antar sub variabel tersebut. Berdasarkan Tabel di atas dapat diketahui bahwa koefisien korelasi terbesar antara setiap variabel X dengan Y adalah korelasi antara *physical evidence* sebagai (X3) dengan proses keputusan pembelian konsumen (Y) sebesar 0,525. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *physical evidence* sebagai (X3) dan proses keputusan pembelian konsumen (Y).

Sedangkan nilai koefisien korelasi terbesar antar setiap variabel X dimiliki oleh *process* sebagai (X2) dan *physical evidence* sebagai (X3), yaitu sebesar 0,443. Hal tersebut menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara *process* (X2) dan *physical evidence* (X3). Keadaan *process* dan *physical evidence* yang terdapat di Pasar Sederhana saling mendukung satu sama lain. Proses belanja yang terdapat di Pasar Sederhana meliputi rangkaian kegiatan atau mekanisme yang dapat menunjukkan tingkat keterlibatan konsumen selama proses penyampaian jasa berlangsung (Valarie A. Zeithaml dan Mary Jo Bitner, 2006:26), sedangkan bagi sejumlah kasus, bukti fisik mencakup fasilitas fisik dimana jasa

ditawarkan, seperti fasilitas kantor cabang sebuah perusahaan, fasilitas kios, toko, dan meja yang digunakan dalam kegiatan menyampaikan jasa di pasar tradisional. Bukti fisik merupakan elemen substantif yang perlu diperhatikan, seperti halnya dalam proses desain, perencanaan, dan pengawasan bukti fisik (Yazid, 2005:20).

Sedangkan hasil pengujian koefisien jalur dari setiap variabel *People*, *Process*, dan *Physical evidence* terhadap proses keputusan pembelian konsumen dan pengujian pengaruh langsung dan tidak langsung dapat disajikan dalam Tabel 4.37 berikut ini.

TABEL 4.37
HASIL PENGUJIAN KOEFISIEN JALUR

	Koef. Jalur	t hitung	t tabel	Kesimpulan
PYX1	0,273	3,259	1,984	Ho ditolak
PYX2	0,351	4,122	1,984	Ho ditolak
PYX3	0,257	2,813	1,984	Ho ditolak

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Pengujian hipotesis I berdasarkan Tabel 4.37 yang menunjukkan perbandingan antara nilai ttabel dengan thitung untuk $\alpha = 0,05$, hasil pengolahan data menunjukkan bahwa thitung dari setiap dimensi variabel X adalah 3,259, 4,122, dan 2,813 lebih besar dari ttabel yaitu 1,984, dengan demikian Ho ditolak. Hasil pengujian signifikansi koefisien korelasi serta uji-t menyatakan bahwa Ho ditolak, artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *People* (X1), *Process* (X2), dan *Physical evidence* (X3) terhadap proses keputusan pembelian konsumen. Hal tersebut berarti *People*, *Process*, dan *Physical evidence* berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian konsumen, seperti yang diungkapkan oleh Philip Kotler dan Gail Nail Armstrong dalam Fandy Tjiptono (1998:150) mengemukakan bahwa “Jika pelanggan merasa puas terhadap kinerja

bauran pemasaran jasa, maka mereka akan melakukan pembelian, bahkan dengan cara melakukan pembelian yang berulang-ulang.

4.5.2 Pengaruh *People* terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen

Kontribusi *People* terhadap proses keputusan pembelian konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung dapat dilihat pada Tabel 4.38 berikut.

TABEL 4.38
PENGARUH LANGSUNG DAN TIDAK LANGSUNG DARI *PEOPLE*
TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN

Interpretasi analisis jalur			
Keterangan		Pengaruh	%
X1	Pengaruh langsung ke Y	0,074	7,4
	Pengaruh tidak langsung melalui X2	0,0208	2,08
	Pengaruh tidak langsung melalui X3	0,029	2,9
Total pengaruh X1 terhadap Y		0,1238	12,38

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Berdasarkan Tabel 4.38 diketahui bahwa pengaruh langsung dari *people* terhadap proses keputusan pembelian adalah 7,4%. Pengaruh tidak langsung dari *people* melalui *process* terhadap proses keputusan pembelian adalah 2,08% dan pengaruh tidak langsung dari *people* melalui *physical evidence* terhadap proses keputusan pembelian adalah 2,9%. Dengan demikian total pengaruh *people* terhadap proses keputusan pembelian adalah sebesar 12,38%. Hal tersebut memberikan gambaran bahwa *people* berpengaruh cukup besar terhadap proses keputusan pembelian konsumen. Menurut Yazid (2005:19), “partisipasi atau orang adalah semua pelaku yang memainkan sebagian penyajian jasa dan karenanya mempengaruhi persepsi pembeli terhadap hasil pelayanan jasa tersebut”.

4.5.3 Pengaruh *Process* terhadap Proses Keputusan Pembelian Kosumen

Gambaran pengaruh langsung dan tidak langsung variabel *process* terhadap proses keputusan pembelian konsumen dapat dilihat pada Tabel 4.39 berikut.

TABEL 4.39
PENGARUH LANGSUNG DAN TIDAK LANGSUNG DARI *PROCESS*
TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN

Interpretasi analisis jalur			
Keterangan		Pengaruh	%
X2	Pengaruh langsung ke Y	0,1232	12,32
	Pengaruh tidak langsung melalui X1	0,0208	2,08
	Pengaruh tidak langsung melalui X3	0,034	3,4
Total pengaruh X2 terhadap Y		0,178	17,8

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Berdasarkan Tabel di atas dapat diketahui besarnya pengaruh langsung *process* terhadap proses keputusan pembelian sebesar 12,32%, kemudian pengaruh tidak langsung *process* melalui *people* terhadap proses keputusan pembelian sebesar 2,08%, dan pengaruh tidak langsung dari *process* melalui *physical evidence* terhadap proses keputusan pembelian sebesar 3,4%. Dengan demikian total pengaruh *process* terhadap proses keputusan pembelian sebesar 17,8%. Hal tersebut memberikan gambaran bahwa *process* berpengaruh cukup besar terhadap proses keputusan pembelian. Valarie A. Zeithaml dan Mary Jo Bitner (2006:26) menyatakan bahwa “proses-proses dimana jasa diciptakan dan disampaikan kepada pelanggan merupakan faktor utama didalam bauran pemasaran jasa karena para pelanggan sering mempersepsikan sistem penyampaian jasa yang dikonsumsi sebagai bagian dari jasa itu sendiri.

Dengan mengidentifikasi proses sebagai unsur bauran pemasaran terpisah, kita menyadari pentingnya proses bagi peningkatan jasa.

4.5.4 Pengaruh *Physical evidence* terhadap Proses Keputusan Pembelian Kosumen

Gambaran pengaruh langsung dan tidak langsung variabel *physical evidence* terhadap proses keputusan pembelian konsumen dapat dilihat pada Tabel 4.40 berikut.

TABEL 4.40
PENGARUH LANGSUNG DAN TIDAK LANGSUNG DARI *PHYSICAL EVIDENCE* TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN

Interpretasi analisis jalur			
Keterangan		Pengaruh	%
X3	Pengaruh langsung ke Y	0,066	6,6
	Pengaruh tidak langsung melalui X1	0,029	2,9
	Pengaruh tidak langsung melalui X2	0,034	3,4
Total pengaruh X3 terhadap Y		0,129	12,9

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2005

Berdasarkan Tabel di atas terlihat bahwa pengaruh langsung *physical evidence* terhadap proses keputusan pembelian sebesar 6,6 %, kemudian pengaruh tidak langsung dari *physical evidence* melalui *people* terhadap proses keputusan pembelian sebesar 2,9%, dan pengaruh tidak langsung dari *physical evidence* melalui *process* terhadap proses keputusan pembelian sebesar 3,4%. Dengan demikian total pengaruh *physical evidence* terhadap proses keputusan pembelian adalah sebesar 12,9%. Hal tersebut memberikan gambaran bahwa *physical evidence* berpengaruh cukup besar terhadap proses keputusan pembelian. Menurut

Hendri Ma'ruf (2006:204), "pengaturan bukti fisik merupakan strategi yang penting untuk menciptakan suasana yang akan membuat pelanggan merasa betah berada dalam suatu toko atau gerai".

Hasil pengujian hipotesis II, diperoleh koefisien jalur setiap variabel X terhadap proses keputusan pembelian konsumen serta pengaruh langsung dan tidak langsung disajikan dalam Tabel 4.37 berikut.

TABEL 4.41
HASIL PENGUJIAN KOEFISIEN JALUR, PENGARUH LANGSUNG DAN TIDAK LANGSUNG DARI PEOPLE, PROCESS, DAN PHYSICAL EVIDENCE TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN

Koef. Jalur	Koef, jalur	Pengaruh langsung	R ² YX1,X2,X3,X4,X5	Pengujian Hipotesis
X1 terhadap Y	0,273	0,074	0,1238	Ditolak
X2 terhadap Y	0,351	0,1232	0,178	Ditolak
X3 terhadap Y	0,257	0,066	0,129	Ditolak
R ²			0,4308	

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2005

Berdasarkan hasil perhitungan di atas diketahui bahwa pengaruh *People*, *Process*, dan *Physical evidence* terhadap proses keputusan pembelian konsumen adalah sebesar 0,4308. Sedangkan koefisien jalur variabel lain di luar variabel *People*, *Process*, dan *Physical evidence* ditentukan melalui rumus :

$$\begin{aligned}
 P_{zr} &= \sqrt{1 - R^2 y(x_1, x_2, x_3)} \\
 &= \sqrt{1 - 0,4308} \\
 &= 0,754
 \end{aligned}$$

Hal tersebut berarti bahwa *People*, *Process*, dan *Physical evidence* secara bersama-sama mempengaruhi proses keputusan pembelian konsumen sebesar 0,4308 atau 43,08% yang artinya cukup tinggi dan sisanya sebesar $(0,754)^2 = 0,5685 \times 100\% = 56,85\%$ dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk ke dalam penelitian.